**T.C.**

**SELÇUK ÜNİVERSİTESİ**

**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI**

# BÖLGESEL TURİZM GELİŞİMİNDE EKO-KALKINMA MODELİ: SİLİFKE ÖRNEĞİ

**Mürsel KAYA**

**Doktora Tezi**

**Danışman**

**Prof. Dr. Mete SEZGİN**

**Konya, 2020**

**T. C.**
**SELÇUK ÜNİVERSİTESİ**
**Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü**

**Bilimsel Etik Sayfası**

| | | |
|---|---|---|
| **Öğrencinin** | Adı Soyadı | Mürsel KAYA |
| | Numarası | 144160021003 |
| | Ana Bilim / Bilim Dalı | Turizm İşletmeciliği/ Turizm İşletmeciliği |
| | Programı | Tezli Yüksek Lisans☐ Doktora■ |
| | Tezin Adı | Bölgesel Turizm Gelişiminde Eko-kalkınma Modeli: Silifke Örneği |

Bu tezin proje safhasından sonuçlanmasına kadarki bütün süreçlerde bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle riayet edildiğini, tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel kurallara uygun olarak atıf yapıldığını bildiririm.

Öğrencinin imzası
(İmza)

# ÖNSÖZ

Bu yorucu bir o kadar da zevkli tez araştırması sürecinde destekleriyle hep arkamda olduğunu bildiğim ve hissettiğim, engin akademik deneyim ve bilgisiyle her zaman önümü görmemi sağlayan, sabırla çalışmalarımın her aşamasında yardımlarını esirgemeyen çok saygıdeğer danışman hocam, S.Ü. Turizm Fakültesi Dekanı Prof. Dr. Mete SEZGİN hocama

Bu süreçte bana desteklerini hiç esirgemeyen Tez İzleme Komitesi üyeleri Prof. Dr. Şafak ÜNÜVAR ve Prof. Dr. Ali ERBAŞI hocalarıma,

Aynı şekilde benden desteklerini esirgemeyen Prof. Dr. Ali Şükrü ÇETİNKAYA hocama,

Ve son olarak da doktora eğitimim boyunca bu stresli süreci benimle birlikte yaşamak zorunda kalan, sürekli beni motive eden, eksikliğimi çocuklarıma hissettirmeyen, sorumluluklarımın çoğunu üstümden alan ve sırtlayan hayat arkadaşım eşim Asuman'a ve yine aynı süreçte ihmal ettiğim çocuklarım Kaan, Asude ve Emir Tuğra' ya,

En içten dileklerimle teşekkür ediyorum…

**T.C.**
**SELÇUK ÜNİVERSİTESİ**
**Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü**

| Öğrencinin | | |
|---|---|---|
| | Adı Soyadı | Mürsel KAYA |
| | Numarası | 144160021003 |
| | Ana Bilim / Bilim Dalı | Turizm İşletmeciliği/ Turizm İşletmeciliği |
| | Programı | Tezli Yüksek Lisans☐ Doktora■ |
| | Tez Danışmanı | Prof. Dr. Mete SEZGİN |
| | Tezin Adı | Bölgesel Turizm Gelişiminde Eko-kalkınma Modeli: Silifke Örneği |

## ÖZET

Bu araştırmanın amacı ekolojik süreçleri ve kaygıları dikkate alarak bölgesel turizm gelişiminin sağlanmasında eko-kalkınma modeli kullanarak bölgesel turizm gelişimi dinamiklerinin belirlenmesi ve uygulamaya konulma süreçlerini ortaya çıkarmaktır. Fenomolojik nitel bir araştırma yöntemiyle yapılan bu araştırma, nicel araştırmayla karma bir yönteme dönüştürülerek deseni zenginleştirilmiştir. Bu doğrultuda araştırmanın nitel kısmında yarı yapılandırılmış sorular ile konusunda uzman 13 kişi ile mülakat yapılarak lisanlı MAXQDA Analytics Pro versiyonu kullanılarak içerik analizi yapılmıştır. Özünde nitel bir araştırma olan bu çalışmaya, destek mahiyetindeki nicel araştırma kısmın evreni ise Silifke'de faaliyet gösteren turistik tesislerin işletmecileri, yöneticileri ve çalışanlarından oluşan turizm paydaşlarıdır. Paydaşlardan elde edilen geçerli 432 anket formu verileri SPSS 23 analiz edilmiştir. Bu tez araştırması sonucunda *"Eko-kalkınma Modeli"* terminolojik olarak alan yazına kazandırılmış, Silifke'nin eko-turizm veya alternatif turizm potansiyeli ortaya çıkarılmış, yerel halkın turizme olan ilgisi belirlenmiş, Silifke'nin kendine özgü dinamiklerinin tüm paydaşların katılımı ve yönlendirilmesi ile yerel yönetimlerin orkestrasyonu ve liderliği sayesinde harekete geçirebileceği sonucuna varılmıştır. Araştırma sonucunda bölgesel turizm gelişimi için uygulamaya konulacak bir kalkınma modelinin başarıya ulaşmasında yerel yönetimlerin anahtar role sahip olduğu anlaşılmıştır.

***Anahtar Kelimeler:*** *Eko-Kalkınma Modeli, Ekolojik Süreç, Bölgesel Turizm Gelişimi, Eko-Turizm Potansiyeli, Alternatif Turizm*

**T.C.**
**SELÇUK ÜNİVERSİTESİ**
**Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü**

| Öğrencinin | | |
|---|---|---|
| | Adı Soyadı | Mürsel KAYA |
| | Numarası | 144160021003 |
| | Ana Bilim / Bilim Dalı | Turizm İşletmeciliği/ Turizm İşletmeciliği |
| | Programı | Tezli Yüksek Lisans☐ Doktora■ |
| | Tez Danışmanı | Prof. Dr. Mete SEZGİN |
| | Tezin Adı | Eco-development Model for Regional Tourism Development: The Case of Silifke |

## SUMMARY

The purpose of this research is to reveal the processes of determining the regional tourism development dynamics and putting them into practice by using the eco-development model in ensuring regional tourism development by taking into account the ecological processes and concerns. This research was carried out with a phenomenological qualitative research method and the research pattern was enriched by being transformed into a mixed method with qualitative research. Accordingly, 13 experts were interviewed with semi-structured questions in the qualitative part of the study and content analysis was made using the licensed MAXQDA Analytics Pro version. This study is essentially a qualitative research but the universe of the quantitative research part supporting this study is the tourism stakeholders, consisting of the operators, managers and employees of the touristic facilities operating in Silifke. The valid 432 questionnaire data obtained from the stakeholders were analysed in SPSS 23. As a result of this thesis research, the *"Eco-development Model"* was terminologically brought to the literature. The eco-tourism or alternative tourism potential of Silifke has been revealed, the interest of the local people in tourism has been determined, and it has been concluded that the unique dynamics of Silifke can be activated through the orchestration and leadership of local governments with the participation and direction of all stakeholders. As a result of the research, it was understood that local governments played a key role in the success of a development model to be implemented for regional tourism development.

***Keywords:*** *Eco-Development Model, Ecological Process, Regional Tourism Development, Eco-Tourism Potential, Alternative Tourism*

# İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ ..... ii

ÖZET ..... iii

SUMMARY ..... iv

içindekiler ..... v

TABLOLAR LİSTESİ ..... xii

ŞEKİLLER LİSTESİ ..... xiv

HARİTALAR ..... xiv

KISALTMALAR LİSTESİ ..... xv

GİRİŞ ..... 1

**BİRİNCİ BÖLÜM**

**TURİZM VE ALTERNATİF TURİZM TÜRLERİ**

1.1.Turizm kavramı ..... 7

1.2. Turizmin Tanımı ..... 8

1.3. Turist tanımı ..... 10

1.4. Dünya'da Turizm Gelişimi ..... 12

1.5. Endüstri Devrimi Sonrasında Turizm ..... 13

1.6. Türkiye'de Turizm Gelişimi ..... 14

1.7. Eko-turizm ..... 19

1.7.1. Eko-turizmin Temel İlkeleri ..... 25

1.8. Alternatif Turizm ..... 26

1.8.1. Alternatif Turizm Türleri ..... 28

1.8.1.1. Kırsal Turizm ..... 29

1.8.1.2. Macera Turizmi ..... 34

1.8.1.3. Dağ ve Kış Turizmi....36
1.8.1.4. Sağlık Turizmi....39
1.8.1.5. İnanç Turizmi....43
1.8.1.6. Kültür Turizmi....46
1.8.1.7. Hüzün Turizmi....48
1.8.1.8. Etkinlik Turizmi....51
1.8.1.9. Kültürel Miras Turizmi....54
1.8.1.10. Kongre Turizmi....55
1.8.1.11. Gastronomi Turizmi....58
1.8.1.12. Kuş Gözlemciliği (Ornito Turizm)....61
1.8.1.13. Çiftlik Turizmi....61

## İKİNCİ BÖLÜM

## BÖLGESEL KALKINMA

2.1. Bölgesel Kalkınma.... 64
2.1.1. Bölgesel Kalkınma Modelleri....66
2.1.1.1. Kalkınma Kutupları ve Sektörel Kutuplaşmalar Modeli....66
2.1.1.2. Myrdal Modeli....67
2.1.1.3. J. Friedman'ın Yaklaşımı: Merkez Çevre Modeli....68
2.1.1.4. Boudeville Yaklaşımı....68
2.1.2. Ekonomik Gelişmişlik Düzeylerine Göre Bölge Türleri....69
2.1.2.1. Gelişmiş Bölge....69
2.1.2.2. Az gelişmiş Bölge....70
2.1.2.3. Potansiyel Gelişme Bölgesi....71
2.1.3. Ekonomik Yapılarına Göre Bölge Türleri....71
2.1.3.1. Homojen Bölge....72
2.1.3.2. Polarize Bölge....72
2.1.3.3. Plan bölge....73
2.2. Bölgesel Kalkınma Teorileri....74
2.3. Bölgelerarası Dengesizlik....77
2.3.1. Türkiye'de Bölgesel Dengesizlik....80
2.3.2. Coğrafi Nedenler....81
2.3.3. Tarihsel Nedenler....83
2.3.4. Sosyo-Ekonomik Nedenler....84
2.3.5. Kültürel Nedenler....85
2.4. Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Etkisi....85
2.5. "Türkiye Turizm Stratejisi 2023" içinde Bölgesel Turizm Gelişimi....89

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

## SİLİFKE VE TURİZM

3.1. Silifke'nin Coğrafi Konumu ..... 92

3.2.Silifke'nin İklimi ..... 93

3.3.Silifke'nin Demografik Yapısı ..... 93

3.4.Silifke'nin Turizm Arz Potansiyeli ..... 93

3.5. Silifke'nin Turizm Talep Potansiyeli ..... 95

3.6.Silifke'nin Eko-Turizm Potansiyeli ..... 97
3.6.1. Silifke'de İnanç Turizmi ..... 98
3.6.1.1. Aya Tekla (Hagia Thekla) Yeraltı Kilisesi ..... 98
3.6.1.2. Canbazlı Kilisesi ..... 99
3.6.2. Tarihi ve Kültürel Değerler ..... 99
3.6.2.1. Adamkayalar ..... 99
3.6.2.2. Frederik Barbarossa Anıtı ..... 100
3.6.2.3.Silifke Kalesi ..... 100
3.6.2.4. Diokaesareia Antik Kenti ..... 101
3.6.2.5. Olba Antik Kenti ..... 103
3.6.2.6. Silifke Taş Köprü (Roma Köprüsü) ..... 104
3.6.2.7. Tekfur Ambarı Sarnıcı ..... 105
3.6.2.8. Alâeddin Camii ..... 105
3.6.2.9. Jüpiter Tapınağı ..... 106
3.6.2.10. Reşadiye Camii ..... 106
3.6.2.11. Karakabaklı Antik Kenti ..... 107
3.6.2.12. Işıkkale Antik Kenti ..... 107
3.6.2.13. Olba Antik Kenti ve Su Kemeri ..... 107
3.6.3.Su sporları ..... 107
3.6.3.1. Rafting ..... 108
3.6.3.2. Dalış Sporu (Scuba Diving) ..... 108
3.6.4. Olta Balıkçılığı ..... 109
3.6.5. Doğa Yürüyüşü (Trekking) ..... 109
3.6.6. Motosiklet Turizmi ..... 110
3.6.7. Mağara Turizmi ..... 111
3.6.7.1. Cennet Cehennem Obruğu ..... 111
3.6.7.2. Aynalıgöl (Gilindire) Mağarası ..... 111
3.6.8. Kuş Gözlemciliği ..... 112

3.6.9. Çiftlik Turizmi (Agro Tourism)....114
3.6.10. Gastronomi Turizmi....115
3.6.11. Bölge Türlerine Göre Silifke'nin Sınıflandırılması....116

## DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

## YÖNTEM

4.1.Araştırmanın Konusu, Amacı ve Önemi .... 118

4.2. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları .... 121

4.3. Eko-Kalkınma Modeli ve Felsefesi .... 124

4.4. Araştırmanın Yöntemi .... 132
4.4.1. Nitel Araştırma ....133
4.4.1.1. Çalışma Grubu....134
4.4.1.2. Verilerin Toplanması....134
4.4.1.3. Verilerin Analizi ....135
4.4.2 Nicel Araştırma....136
4.4.2.1. Evren ve Örneklem Seçimi ....137
4.4.2.2. Veri Toplama Yöntemi ....138

4.5. Bulgular .... 139
4.5.1. Nitel Araştırmaya Dayalı Bulgular ....139
4.5.1.1. Kişisel Değişkenlere Ait Bulgular ....139
4.5.1.2. Turizmin Sorunlarının Çözümünde Aktif Yer Alması Gereken Paydaşlar....141
4.5.1.3. Katılımcıların "Merkezi Yönetim ile Yerel Yönetim" ilişkisini ortaya koyan ifadeleri ....142
4.5.1.4. Katılımcılar "Yerel Yönetim ile Kaymakamlık" ilişkisini ....142
4.5.1.5. Katılımcılar "STK'lar ile Üniversite" ilişkisini ....143
4.5.1.6. Silifke'de Turizm Güncel Sorunları ....144
4.5.1.6.1. Konaklama ve Tesis Sorunları....145
4.5.1.6.2. Sezonun Kısalığı....148
4.5.1.6.3. Ulaşım Kısıtlılığı ....150
4.5.1.6.4. Yetersiz Turizm Bilinci ....153
4.5.1.6.5. Tanıtım Sorunu....155
4.5.1.6.6. Alt Yapı Eksikliği ve Sorunları ....157
4.5.1.6.7. Yapısal Sorunlar ve Koordinasyon Eksikliği ....159
4.5.1.6.8. Kalifiye Eleman Sorunu ....162
4.5.1.6.9. Yönetim Problemleri ....164

4.5.1.6.10. Eko-turizm Eksikliği Sorunu ..... 165
4.5.1.6.11. Kamu Yatırımlarının Yetersizliği Sorunu ..... 167
4.5.1.6.12. Pazarlayama Sorunu ..... 168
4.5.1.6.13. Hizmet Kalitesi Sorunu ..... 169
4.5.1.6.14. Aktivite Çeşitliliği Sorunu ..... 170
4.5.1.7. Turistik Talep Sorunu ..... 171
4.5.1.7.1. Eko-turizm Faaliyetlerini Arttırma ..... 172
4.5.1.7.2. Konaklama Alt Yapısının Güçlendirilmesi ..... 174
4.5.1.7.3. Yatırımların Arttırılması ..... 176
4.5.1.7.4. Halkı Bilinçlendirmek ..... 177
4.5.1.7.5.Tanıtım Problemlerinin Çözülmesi ..... 179
4.5.1.7.6. Turizm Sezonunun Uzatılması ..... 180
4.5.1.7.7. Hizmet Kalitesi Sorunun Çözülmesi ..... 181
4.5.1.7.8. Ulaşım Sorununun Çözülmesi ..... 182
4.5.1.7.9. Boş Zaman Değerlendirecek Aktiviteler ..... 183
4.5.1.8. Eko-turizmin Geliştirilmesi ..... 183
4.5.1.8.1. Gelişim Sağlanırken Yerel Halkı Dâhil Etme ..... 184
4.5.1.8.2. Spor Turizmi Kaynaklarını Koruma ve Faydalanma ..... 192
4.5.1.8.3. Gelişim Sağlanırken Çevreyi Koruma ve Faydalanma ..... 197
4.5.1.8.4. Tarihi ve Kültürel Değerleri Koruma ve Faydalanma ..... 201
4.5.1.8.5. Doğal Turizm Kaynaklarını Koruma Faydalanma ..... 205
4.5.1.8.6. Tarımsal ve Hayvansal Olanaklardan Faydalanma ..... 208
4.5.1.8.7. Yerel Değerleri Koruma ve Faydalanma ..... 211
4.5.1.8.8. Gelişim Sağlanırken Farkındalığı Arttırma ..... 212
4.5.1.8.9. Gelişim Sağlanırken Biyoçeşitliliği Koruma ve Faydalanma 213
4.5.1.9. Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli ..... 214
4.5.1.9.1. Silifke'de Eko-turizmin Gelişim Sorunları ..... 214
4.5.1.10. Kod-Alt Kod Bölümler Modeli ..... 215
4.5.1.10.1. Silifke'de Eko-turizm Gelişmesinde Rol Alması Gereken Paydaşlar ..... 216
4.5.1.10.2. Silifke'de Eko-turizmin Gelişimine Yönelik Kategoriler ..... 218
4.5.1.10.3. Silifke'de Eko-turizm Değerleri ve Fırsatları ..... 219
4.5.1.11. Kod Birlikte Oluşma Modeli ..... 220
4.5.1.11.1. Eko-kalkınma Modeline Göre Sorumlu Kurum ve Kuruluşlar ve Sorumlulukları ..... 220
4.5.2. Nicel Araştırmaya Dayalı Bulgular ..... 222
4.5.2.1. Güvenilirlik Analizi ..... 222
4.5.2.2. Frekans Analizi ..... 222
4.5.2.3. Katılımcıların Demografik özellikleri ..... 233

Tartışma..... 236

Sonuç..... 238
Nitel Araştırmaya Dayalı Sonuçlar ..... 239
Nicel Araştırmaya Dayalı Sonuçlar..... 245
Öneriler ..... 254
KAYNAKÇA..... 257
EKLER..... 277
EK-A: NİTEL ARAŞTIRMA SORULARI..... 277
EK-B: KATILIMCI ONAY FORMU ..... 278
EK-C:SİLİFKE'DE TURİZMİN EKO-KALKINMA MODELİYLE GELİŞİMİNE YÖNELİK GÖRÜŞLERİ BELİRLEMEK ÜZERE ANKET ÇALIŞMASI SORULARI ..... 280
EK-D: ÖZGEÇMİŞ ..... 283

# TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1. Macera Turizmi Faaliyetleri ..... 36
Tablo 2.Silifke'deki İşletme (Bakanlık) Belgeli Konaklama Tesislerinde Konaklama İstatistikleri..... 95
Tablo 3. Silifke'deki Belediye Belgeli Konaklama Tesislerinde Konaklama İstatistikleri.... 96
Tablo 4. Silifke ilçesinde bulunan Örenyerleri ve Müzeler Ziyaretçi İstatistikleri..... 96
Tablo 5. Silifke İlçesi Tarım Alanlarının Dağılımı (Hektar) ..... 127
Tablo 6. Silifke Organize Sanayi Bölgesi'ndeki Yatırıma Yönelen Firmaların Sektörel Dağılımı ..... 128
Tablo 7. Katılımcılara Ait Kişisel Değişkenlerin Betimsel Analizi..... 140
Tablo 8. Güvenilirlik Testi (Reliability Statistics)..... 222
Tablo 9. Silifke'nin Kalkınmasında Eko-turizmin Muhtemel Etkilerini Belirlemeye Yönelik Sorulara Verilen Cevapların Frekans Dağılımı..... 223
Tablo 10. Silifke'de Turizmin Gelişmemesinin Sebeplerini Araştırmaya Yönelik Sorulara Verilen Cevapların Frekans Dağılımları ..... 225
Tablo 11. Silifke'de Turistik Talebin Analizine Yönelik Sorulara Verilen Cevapların Frekans Dağılımları ..... 227
Tablo 12. Silifke'de Eko-Turizmin Gelişmesi Açısından Avantaj ve Dezavantajları Gösterir Frekans Analizi Tablosu ..... 228
Tablo 13. Silifke'de Potansiyel Alternatif Turizm Türlerinin Tanınma Durumunu Gösteren Frekans Dağılımı Analizi ..... 230
Tablo 14. Katılımcıların Eko-turizmin Olası Etkileri Üzerine Görüşleri..... 231
Tablo 15. Katılımcıların Silifke'de Turizmin Gelişmemesinin Nedenlerine Yönelik Görüşleri ..... 232
Tablo 16.Katılımcılar Silifke'de Turistik Talebin Nasıl Artırılabileceğine Yönelik Görüşleri ..... 233
Tablo 17. Katılımcıların Cinsiyet Oranları ..... 233
Tablo 18.Katılımcıların İşletmelerdeki Statüsü ..... 234
Tablo 19. Katılımcıların Eğitim Durumu..... 234
Tablo 20. Katılımcıların Memleketi..... 234
Tablo 21.Katılımcıların Aylık Kazancı..... 235

# ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Eko-kalkınma Modelinin Simgesel Gösterimi ..... 129
Şekil 2. "Turizmin Sorunlarının Çözümü İçin Hangi Paydaş Gruplar Aktif Yer Almalıdır?" Sorusuna İlişkin MAXqda Kod İlişkileri Tarayıcısı Haritası ..... 141
Şekil 3. Araştırmaya Katılan Katılımcıların Silifke Turizminin Gelişmeme Nedenlerine İlişkin Görüşleri Kod Matris Tarayıcısı Haritası ..... 144
Şekil 4. Araştırmaya Katılan Katılımcıların Turistik Talebin Çözümüne Yönelik Görüşleri Kod Matris Tarayıcısı Haritası ..... 171
Şekil 5. Araştırmaya Katılan Katılımcıların Eko-turizmin Gelişmesine Yönelik Görüşlerine Yönelik Kod Matris Tarayıcısı Haritası ..... 184
Şekil 6. Silifke'de Eko- turizmin Gelişememe Nedenlerine Dair Katılımcı Görüşlerine Ait Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli ..... 215
Şekil 7. Silifke'nin Eko-turizm Gelişimi Probleminin Çözümünde Rol Alması Gereken Paydaşlara Ait Kod-Alt Kod Bölümler Modeli ..... 216
Şekil 8. Silifke'de Eko-turizm Gelişimine Ait Kod-Alt Kod Bölümler Modeli ..... 218
Şekil 9. Silifke'de Turizm Değerleri ve Fırsatlarına Ait MAXmaps Haritası Kod-Alt Kod Bölümler Modeli ..... 219
Şekil 10. Eko-Kalkınma Modeli Temel Öğelerinin Kod Birlikte Oluşma Modeli Analizi 221

# HARİTALAR

Harita 1. Silifke'ye Komşu Olan Diğer Mersin İline Bağlı İlçelere Göre konumu ..... 92
Harita 2. Mersin Silifke Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgeleri ..... 121

## KISALTMALAR LİSTESİ

| | |
|---|---|
| **AB:** | Avrupa Birliği |
| **ABD:** | Amerika Birleşik Devletleri |
| **BETUYAB:** | Belek Turizm Yatırımcıları Birliği |
| **DMZ:** | Silahlardan Arındırılmış Bölge (Güney-Kuzey Kore sınırında) |
| **DPT:** | Devlet Planlama Teşkilatı |
| **ÇED:** | Çevresel Etki Değerlendirmesi |
| **IATA:** | Uluslararası Hava Taşımacılığı Birliği |
| **KOBİ:** | Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler |
| **OECD:** | Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü |
| **ÖÇK:** | Özel Çevre Koruma |
| **ÖUKP:** | Ön Ulusal Kalkınma Planı |
| **STK:** | Sivil Toplum Kuruluşu |
| **TaTuTa:** | Tarım Turizm Takas |
| **TBMM:** | Türkiye Büyük Millet Meclisi |
| **TDK:** | Türk Dil Kurumu |
| **TTYD:** | Turizm Yatırımcıları Derneği |
| **TUGEV:** | Turizmi Geliştirme Vakfı |
| **TUİK:** | Türkiye İstatistik Kurumu |
| **TÜRSAB:** | Türkiye Seyahat Acentaları Birliği |
| **TÜROB:** | Türkiye Otelciler Birliği |
| **UNWTO:** | Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü |

# GİRİŞ

Milyonlarca insan her yıl, sürekli yaşadığı yerlerden ayrılarak geçici olarak dünyanın başka yerlerine seyahat etmekte ve ziyaret ettikleri yerlerde turistik mal ve hizmetlerden faydalanmaktadır. Bu turizm hareketliliği büyük bir ekonomik sonuç doğurmakta, turizm sayesinde turist alan bölgeler ekonomik olarak büyümekte veya ekonomik sorunlarını çözmektedir. Turizmin bu derece büyük ekonomik sonuçlarının olması ülkeleri turizme daha çok ağırlık vermesine yol açmakta, küresel düzeyde rekabeti artırmaktadır. Bu rekabet daha fazla turist çekme güdüsüyle hareket eden sektörü kitlesel turizm hareketlerine doğru evirmiştir. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) her yıl yayımladığı "World Tourism Barometer" raporuna göre dünya turizmi 2017 yılında %7, 2018 yılında % 6 oranında büyüme kaydetmiştir. 2019 yılında bu artış oranında bir düşüş yaşanmış ve % 4 oranında (54 milyon turist artışı) büyüme kaydederek 1,5 milyar turist sayısına ulaşmıştır.

2020 yılı turizm sektörü açısından durgunluk yaşanan hatta geriye gidişlerin yaşandığı bir yıl olmaktadır. Dünya turizmi 2020 için de kötü bir senaryo ile karşı karşıya olduğu sanılmaktadır. Korona virüsü (Covid-19) salgını sebebiyle vakaların görüldüğü ülkelere giriş ve çıkışların karşılıklı olarak yasaklanması, hastalığın yayılma korkusu insanları çok büyük olasılıkla turizm hareketlerine katılmasını engellemiştir; bunun uzun bir süre bu kötü senaryo dâhilinde devam edeceği düşünülmektedir. Yeni Normal (New Normal) kuralları işletilerek otellerin yeniden açılması planlanmakta ise de pandeminin etkisiyle uzun bir süre insanların otellerde olası bulaşlarla karşılaşarak bu hastalığa yakalanma riski insanları uzun bir süre turizm hareketlerine katılmasını engelleyeceği düşünülmektedir. Turist sayısında bu düşüşün yaşanma sebepleri arasında şunlar da sayılabilir; dünyaca ünlü ve dünyanın bilinen ilk turistik organizasyonu gerçekleştiren seyahat acentesi Thomas Cook'un ve Avrupa merkezli ucuz (low-cost) havayolu firmalarının iflaslarının önemli bir faktör olduğu düşünülmektedir. Bunun yanı sıra Berexit'in müzakere sürecinin çok uzamasının sebep olduğu belirsizlik, jeopolitik ve ticari savaşların yarattığı

gerginliklerin sebep olduğu dünya ekonomisindeki yavaşlama trendi de önemli bir pay sahibi olduğu düşünülmektedir.

Türkiye açısından rakamlara bakıldığında 2019 yılı verilerinin önceki yıllara göre özellikle gelen ziyaretçi sayısı açısından çok iyi bir artış yakaladığı söylenebilir. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü verilerine göre Türkiye'yi 2016 yılında yaklaşık 31 milyon, 2017 yılında yaklaşık 39 milyon, 2018 yılında ise 46 milyon kişi ziyaret etmiştir. Bu sayı 2019 yılında neredeyse 52 milyon kişiye ulaşmıştır.

Türkiye 1980'li yıllardan itibaren alternatif turizm faaliyetlerine önem vermeye başlamıştır ve 2023 Turizm Stratejisi Master Planı içinde de yerini alarak bir devlet politikası halini almıştır. Eko-turizm faaliyetleri bu alternatif turizm anlayışının içinde önemli bir yer tutmaktadır. Ülkelerin kalkınması elbette bölgesel ölçekte kalkınmasıyla mümkün olabilmektedir. Eko-turizm bölgesel kalkınma hamlesini sağlayabilecek maliyeti en düşük turizm yatırımıdır. Zaten var olan değerleri pazarlayarak, bölgelerdeki sosyal ve kültürel dokuya dokunmadan, çevresel sorunlara yol açmadan, doğanın dengesine müdahale etmeden, fauna ve florasına zarar vermeden turizm faaliyetlerini yürütmenin yegane yolu eko-turizmden geçmektedir. Eko-turizm sayesinde bölgedeki gelir adaletsizlikleri ve istihdam yaratma gibi sorunlar daha kolay çözülebilmektedir. Yerel halkın ürettiği tarımsal ve hayvansal ürünlerin ekstra bir nakliye maliyeti olmadan yerinde tüketim ile değerlendirilmesi yerel halkın eko-turizm sayesinde kazancının artması, eko-turizme ve eko-turizme konu olan değerlere sahip çıkmasına neden olacaktır.

Konaklama son derece emek yoğun ve önemli bir istihdam kaynağıdır. Yerel nüfusun istihdamı üzerinde büyük etkisi vardır dolayısıyla Silifke'nin bölgesel işsizlik soruna çözüm üretme sürecinde önemli bir rol üstlenebilecek bir sektördür. Konaklama sektörünün önemli bir bileşeni olan otel işletmeciliği, birlikte alındığında küresel kaynaklar üzerinde önemli bir etki yaratan çok sayıda faaliyetle birlikte anılır (Kirk, 1995:4-5). Çevre açısından bakıldığında, otellerin ortalama enerji ve su tüketiminin yanı sıra büyük miktarlarda atık üretmesi nedeniyle diğer ticari binalar arasında göze çarpmaktadır (Bohdanowicz, Zientara, ve Novotna, 2011:798-800). Su

kaynaklarının kirlenmesinden elbette sadece oteller sorumlu değildir ama bu olumsuzluğa büyük katkı verdiği açıktır (Kasim, 2006:15-17; Nhapi ve Gijzen, 2005:133-134). Dahası, otellerdeki konukların fiziksel konforu büyük ölçüde enerji arzındaki talebi artıran ısıtma, havalandırma ve klima sistemlerine bağlıdır. Böylece yeni yenilenebilir enerjilere yatırım yapmak ve atık azaltımı, otelin karbon ayak izinde bir değişiklik yaratacak ve konaklama tesislerinin (özellikle oteller) çevre üzerindeki olumsuz etkilerini azaltabilecektir (Kasim, 2006:4-5).

Otellerin karşılaştığı senaryolara ve müşteri ihtiyaçlarındaki değişikliklere, değer ve kaliteden daha yüksek beklentilere ve gittikçe artan bir şekilde rekabet ortamına uyum yeteneği - yani hayatta kalmak ve tehditlerle başa çıkmak için yeterli örgütsel kaynaklar sağlama ve fırsatlardan yararlanma yeteneği - hayati öneme sahiptir. Çevreci bir yönetim anlayışı, turizm işletmelerinin rekabetin böylesine arttığı bir pazarda ayakta kalabilmesi için vazgeçilmez bir uygulamadır (Blanco, Rey-Maquieira, ve Lozano, 2009:113-114). Bu uygulamalar sadece açık bir talep isteyen belirli müşteri türlerini cezbetmekle kalmaz, bu müşteri türlerinin doğal çevreye olan bağlılığını artırır. Aynı zamanda bu uygulamalar otellere maliyet düşürme imkânı tanır ve imajını geliştiren bir rekabet avantajı sağlar (Blanco vd., 2009:113-114; del Mar Alonso-Almeida, 2012:345-346; Llach, Perramon, Alonso-Almeida, ve Bagur-Femenias, 2013:98-99)

Konukların restoran, fitnes merkezi ve kaplıca gibi bazı ihtiyaçlarını karşılamak üzere 7 gün 24 saat 365 gün faal kalabilmek otelcilik sektörünün doğasında olan zorluklardır. Esasen sorun da tam olarak bu noktada çıkmaktadır; hem otelde kalan misafirlerin rahatını sağlamak hem de "Sürdürülebilir" kalmak? Hatta belki de çevreye duyarlı otelleri tercih edecek olan misafirler daha fazla ödeme yapmak zorunda kalacaktır. Çevreye duyarlı oteller potansiyel müşterilerini fazla ödemeye ikna edip edemeyeceği önemli bir konudur (Wolfe ve Shanklin, 2001:210-211)?

Otel endüstrisinde en büyük üç sorun enerji, su tüketimi ve atık üretimi olarak karşımıza çıkmaktadır. Buna bağlı olarak sürdürülebilir stratejiler hep enerji

verimliliği, suyun israfının önlenmesi, geri dönüşüm ve "Yeşil" tasarım üzerine yoğunlaşmıştır.

Turizmin çevresel etkilerinin bir sonucu olarak 40 yılı aşkın bir süredir çevresel sorunlar üzerine araştırmalar, toplumdaki artarak devam eden çevresel kaygılara bağlı olarak yoğunlaşmıştır (Chang ve Cheng, 2011). 1970'lerdeki enerji krizi bu araştırmalarda patlama yaşanmasının başlangıcı olmuştur ama zamanla 1980'lerin ilk yıllarında kriz, toplum ve politik aktörler için anlamını yitirdikçe çevresel konulara ilgi de azalmıştır (Cleveland, Kalamas, ve Laroche, 2005:199-200).

Türkiye turist sayısı arttığı halde turistin ortalama harcama miktarının değişmediği görülmektedir. Kişi başına harcama miktarının artması için turistin nitelikli turizm faaliyetlerine katılması gerektiği düşünülmektedir. Bu araştırma hem bölgede yaşayan yerel nüfusun hayat kalitesini düşüren hem de ziyaretçinin memnuniyetsiz ayrılmasına yol açan, elde edilen gelirde kayda değer bir olumlu değişiklik yaratmayan turizm türlerinden uzaklaşarak çevreye ve yerel halka karşı duyarlı, gelir bakımından daha nitelikli bir turizm modeli önermektedir. Bu modele göre turist yoğunluğunu kentin ücra kısımlarına yayarak noktasal yoğunluğa neden olmayan ve o kısımlardaki insanların da para kazanmasını sağlanacağı düşünülmektedir.

Bu tezin amacı bölgesel turizm gelişiminde eko-turizmin etkisini ortaya koymaktır; bu çerçevede eko-kalkınma modeli geliştirilmiştir. "Eko-kalkınma" terimindeki "Eko" ön eki ekonomik anlamında değil "Ekolojik" anlamda kısaltılmış bir ön ektir ve bölgesel kalkınmayı gerçekleştirirken ekolojik süreçleri öncelemeyi hedefler. Bölgesel kalkınma ülkelerin bölgesel ekonomik dengesizlikleri gidermekte öncelik verdiği önemli bir konudur ve bölgesel kalkınma doğaya, faunaya, floraya ve tarımsal alanlara zarar vermeden gerçekleşirse istenilen bir kalkınma şekli olacaktır. Bu amaçla ülkedeki bölgelerin tamamını ilgilendiren bu tez, tamamlandığında onlara da önderlik edebilecek nitelikte olacağı düşünülmektedir.

Bu tez araştırması ile Silifke'de turizm sektörünün sebep olduğu çevresel sorunlara çözüm olabilecek bir model geliştirilmeye çalışılmıştır; bu amaca yönelik araştırma ve bu araştırmanın sonuçları ilgili çevrelere ışık tutacak şekilde öneriler geliştirilmiştir. Bu bağlamda birinci bölümde genel olarak turizm ve alternatif turizm konusu işlenmiş, ikinci bölümde ise araştırmanın konusu yerel ölçekte olduğu için bölgesel kalkınma konusu ele alınmıştır. Üçüncü bölümde araştırmaya konu olan Silifke İlçesi hakkında coğrafi, demografik, turizm arz ve talebi potansiyeli ve Silifke'de yapılabilecek eko-turizm türleri hakkında bilgiler verilmiştir. Dördüncü bölümde araştırmanın amacı, kapsamı, modeli ve yöntemi ile ilgili kapsamlı bir bilgi verilmiştir. Araştırma sonucu ortaya çıkan bulgular yine bu bölümde verilmiştir. Son bölümde ise tartışma, sonuç ve öneriler kısmına yer verilmiştir.

Silifke tarım ve tarıma dayalı bölgesel ekonomisi ile ön plana çıkmış bir yerleşim yeridir. Turizm açısından bakıldığında ise Silifke'de çevreye yük getiren, bir takım çevresel olumsuz etkileri olan deniz-kum-güneş turizmine dayalı bir turizm çeşidi yapılmakta olup mevsimsel yoğunluğun fazlasıyla yaşandığı görülmektedir. Mevsimsel yoğunluk hem turizmin yaşandığı noktalarda orada yaşayanların yaşam kalitesini düşürmekte hem de gelen turistlerin memnuniyetsiz ayrılmalarına sebep olmaktadır. Sadece turizm yoğunluğu yaşanan noktalardaki esnaflar para kazanmakta kentin diğer yörelerindeki esnaflar bundan pay alamamaktadır. Silifke'nin farklı noktalarında da turistik çekim unsurları bulunduğu halde belirli noktalardaki yoğunluk dağıtılamamıştır. Bunun tek çözümünün eko-turizm faaliyetlerinin de geliştirilmesi ön plana çıkarılarak bu ziyaretçilerin bir şekilde başka noktaları ziyaret etmeleri, alternatif turizm faaliyetlerine katılmalarını sağlamaktan geçmektedir. Yoğunluğun yaşandığı noktalardaki konaklama tesisleri ve turistik tesislerin acilen ekolojik süreçleri dikkate alçak şekilde yapılanmaları gerekmektedir. Çünkü konaklama (oteller ve diğer konaklama tesisleri) turizm sektörünün en önemli ayaklarından biridir (Ottenbacher, Harrington, ve Parsa, 2009:264-265).

Bu çalışma sonuçları itibariyle en başta yerel yöneticilerin turizm ile ilgili yerel düzeyde uygulayacağı politikalarına yön verebileceği düşünülmektedir. Turizm işletmelerinin ve işletmecilerinin turizm faaliyetlerine katılımını daha yeşil bir bakış

açısıyla sürdürmelerini sağlayacaktır. Eko-turizmin en önemli ayaklarından biri olan yerel halkın turizme olan bakış açısı değişecek, onların ürettiklerini daha iyi fiyata ve daha kolay pazarlamasıyla doğaya sahip çıkmasına ve tarihi-kültürel değerlere sımsıkı sarılmasına neden olacaktır. Bölgedeki turizm ile eğitim veren orta dereceli ve ön lisans seviyesindeki eğitim kurumları eğitim müfredatlarını bu yeni anlayışa göre şekillendireceği düşünülmektedir. Örneğin aşçılık programında eğitim, yerel yemeklerin ağırlıkta olması, turist rehberliği programının da yerel değerlerin ön plana çıkması gibi. Yerel esnaf Silifke'nin hangi kısmında olursa olsun turizm gelirlerinden hakça bir pay alma olasılığı artacaktır. Çünkü turizm belirli bir noktada yoğunlaşmayacak, Silifke'nin her noktasına yayılarak trafik ve gürültü kirliliğine yol açan bu yoğunluk dağıtılacaktır.

# BİRİNCİ BÖLÜM

# TURİZM VE ALTERNATİF TURİZM TÜRLERİ

Bu bölümde turizm ve turist kavramlarından bahsedilmiş ve bu kavramların tanımları yapılmıştır. Dünya'da ve Türkiye'de turizmin gelişimi hakkında bilgi verildikten sonra alternatif turizm kavramı açıklanmış ve alternatif turizm türleri hakkında bilgi verilmiştir.

## 1.1.Turizm kavramı

Turizm ile ilgili temel kavramlar üzerinde durulurken dikkat edilmesi gereken konuların başında turizm tanımını doğru yapmak gelmektedir. Turizm kelimesi ile aynı kökten türemiş olan "Touring" kelimesi; eğlence ve eğitim amaçlı faaliyetler içeren seyahatleri kapsamaktadır (Mill, 1992:2-3). Başka bir kaynakta kelimenin İbranice 'de "Öğrenme, araştırma" anlamına gelen "Torah" sözcüğümden geldiği iddia edilmektedir (Bahar ve Kozak, 2012:28). Kelimenin kökeni 17. yüzyıla kadar uzanır. Etimolojik olarak Latincedir ve dönme anlamına gelen "Tornus" kökünden türetilmiştir. İngiliz dilinde harekete geçilen noktaya dönmek koşuluyla kısa ya da uzun süreli olarak o yerden ayrılmayı ifade eden "Tour" kelimesi de "Tornus" kelimesinden türemiştir (Akat, 2016:3). Turizm ve turist kavramları güncel anlamıyla kullanımı 19. yüzyılın birinci yarısından itibaren kullanılmaya başlanmıştır (Usta, 2016:15).

Günümüzde her yıl milyonlarca insan, sürekli yaşadıkları yerlerden geçici sürelerle ayrılarak başka ülkelere ya da bölgelere gitmekte ve buralarda gezip görme, dinlenme, eğlenme ve öğrenme gibi, psikolojik, sosyal ve kültürel gereksinimlerini karşılamaktadırlar. Ekonomik ve sosyal anlamda geniş etkiler doğuran ve turizm olarak isimlendirilen bu olay, günümüz uygarlığının temel bir özelliğini oluşturmaktadır (Barutçugil, 1989:15). Turizmin öznesi insandır ve özünde "Psikolojik tatmin motivasyonu" yatmaktadır (Burkart ve Medlik, 1975:46). Turizm olayının gelişmesi, genişlemesi, ulusal ve uluslararası önem kazanması kendi bünyesi içinde bir takım özelliklerin de ortaya çıkmasına neden olmuştur. Turizmin özellikleri kendi bünyeleri içinde ele alınmasında ve açıklanmasında yarar vardır.

Turizm bir hizmet sektörüdür dolayısıyla turizmde üretilen mal ve hizmetler üretildikleri yerde tüketime sunulurlar diğer bir deyişle turizm sektöründe müşteri, mal ve hizmeti üretildiği yerde tüketir. Turizm sektörünün ürettiği mal ve hizmetlerin tüketilebilmesi boş zamanın yaratılması ile mümkündür. Turizm sektörü içinde görev yapan seyahat acenteleri ile tur operatörleri arz ve talebi dengelemede önemli rol oynarlar. Turizmde talebin artışına cevap verecek arzın sunuluşu uzun bir süreyi gerektirir. Turizm olayına katılacak kişilerin karar vermeleri birçok dürtülerin etkisi ile oluşacağından, karar süresi uzun bir zamanı gerektirir. Turizm hareketleri, yılın belirli aylarında yoğunluk kazanmakta ve turist kabul eden ülkelerde söz konusu aylarda hareketlilik artmaktadır. Ülkelerde turistik özellik arz eden yerler, arazi üzerinde dengesiz bir dağılıma neden olduğundan, turistik yoğunlaşmada turistik özellik arz eden bu alanlarda görülmektedir (Emekli, 2006:52-53).

Gerçekten de turizm çoğu ülkede birincil gelir yaratıcı endüstrilerden bir tanesidir. Yalnızca seyahat değil aynı zamanda konaklama, lokanta, rekreasyon işletmeleri ve başkaca pek çok perakende işletmeleri için gelir yaratıcı etkisi vardır. Kendi içinde ve ilgili diğer endüstrilerde istihdam sağlamada en iyi sektörlerden biri olarak ekonomik büyüme ve sürdürülebilir gelişmeyi sağlayıcı etkisi çok büyüktür (Rusu, Isac, ve Cureteanu, 2014:1-2).

### 1.2. Turizmin Tanımı

Turizm kavramı, üzerinde en çok tanım yapılan kavramlardan bir tanesidir. Ancak içerik bakımından çok kapsamlı çok geniş bir tanım yapılamamıştır. Tanımlar kişiden kişiye farklı olabildiği gibi kurumdan kuruma veya kaynaktan kaynağa da farklılık gösterebilmektedir. Örneğin, bu tanımlardan bir tanesi ve ilki 1905 yılında ekonomist E. Guyer Freuler tarafından yapılmıştır; "Ticaret, endüstri ve küçük sanatların gelişmesi ve ulaştırmanın mükemmelleşmesi üzerine, özellikle halkların ve toplumsal sınıfların daha çok kaynaşmasının sonucu olarak artan dinlenme, hava değişikliği ihtiyacı ve çevre güzelliğine karşı duyulan yakın zamanların bir olayıdır" şeklinde tanımlamıştır (Kozak, Kozak, ve Kozak, 2017:1-2).

Caspar, sosyo-ekonomik bir bakış açısıyla turizmi "Turist, turistik işletmeler, turizm örgütlerinin oluşturduğu alt sistemler ve bu alt sistemlerin ekonomik, sosyal, politik, hukuki, teknolojik ve ekolojik çevre ile ilişkilerine dayanan küresel bir sistem" olarak tanımlar (Olalı ve Timur, 1986:5-6)

*Turizm, devamlı kalışa dönüşmemek ve gelir sağlayıcı herhangi bir uğraşıda bulunmamak koşuluyla, bireyin yolculuk ve konaklamasından doğan ilişkiler bütünü olarak ifade edilmektedir (Eralp, 1974:3). Turizm, sürekli yaşanan yer dışında tüketici olarak, tatil, dinlenme, eğlenme gibi ihtiyaçların giderilmesi amacı ile yapılan seyahat ve geçici konaklama hareketleridir (Boyer, 1992:3).*

Turizmin yine ekonomik yönü üzerinden tanımını yapan Avusturyalı ekonomist Hermann Von Schullar 1910 yılında şöyle bir tanım yapmıştır: "Başka bir ülke, bir kent veya bölgeden yabancıların gelmeleri ve geçici bir süre kalmalarıyla ortaya çıkan hareketin ekonomik yönünü ilgilendiren faaliyetlerin tümüdür"(Kozak vd., 2017:2).

W. Hunziker'in 1941 yılında yaptığı tanıma göre turizm; "Para kazanma amacına dayanmayan ve devamlı kalış biçimine dönüşmemek kaydıyla, yabancıların bir yerde konaklamalarından ve bir yere seyahatlerinden doğan olay ve ilgilerin tümüdür" (Bahar ve Kozak, 2012:29; Ürger, 1992:10).

Tanımlardan da anlaşılacağı üzere turizmin bazı karakteristik özellikleri vardır. Seyahat turizmin olmazsa olmaz bir özelliği olmasına rağmen seyahat tek başına turizm demek değildir. Turizmin gerçekleşmesi için yer değiştirme şartı vardır ama bir ulaşım aracı kullanma zorunluluğu yoktur: yaya olarak da insanlar turizm faaliyetine katılabilirler. Seyahatlerin hangilerinin turizm hareketliliğine dâhil edileceğini mesafelerin uzunluğundan veya kısalığından çok "Seyahatin amacının ne olduğu" belirlemektedir. Uzun seyahatler turizm hareketliliği yaratmazken kısa seyahatler turizm hareketliliği sağlayabilmektedir (Kozak vd., 2017:3). Turizmin içinde şu kavramların olduğu görülmektedir (Akat, 2016:4):

- Turizm kişilerin kendi oturdukları yerin dışına ve sürekli yaşama amacı taşımayan seyahatlerdir.

- Seyahatler kesinlikle herhangi bir mecburiyete maruz kalmadan kişinin kendi istek ve hür iradesiyle gerçekleşmelidir.
- Turistik amaçla yapılan seyahatler herhangi bir ticari veya politik amaç taşımamaktadır. Eğlence, sportif gayeler, kültür, eğitim, sağlık, din, bulunduğu çevreden uzaklaşma, yeni yerler keşfetme ve görme amacıyla yapılan seyahatler turizm olarak ifade edilir.
- İşte turizm yukarıda anılan amaçlarla seyahat eden bireylerin başlangıcından sonuna kadar tüm gereksinimlerini karşılayan organizasyonları içermektedir.

Bütün yapılan tanımlardan yola çıkarak turizmin tanımı şu şekilde yapılabilir: Kişinin tatil, eğlence, sağlık, macera, spor, doğal güzellikleri görme, stresten kurtulma vb. sebeplerle sürekli ikamet ettiği yerden ayrılarak, geçici olarak başka bir yere seyahat etmesi ve bu seyahat esnasında turizm tesislerinden faydalanarak en az bir gece konaklama yapması, sürekli yaşadığı yerde kazandığı paraları ziyaret ettiği bölgede harcayarak, seyahatini yine başladığı yerde sonlandırması sürecidir.

### 1.3. Turist tanımı

Özellikle bazı ülkeler ve ekonomiler için turizmin öneminin gittikçe artması, ekonomideki payının ağırlık kazanması, rasyonel bir planlama ve pazarlama çalışması yapılabilmesi için turist kavramının açık ve net bir biçimde tanımlanmasını zorunlu kılmaktadır (Zeithaml ve Bitner, 1996:5). Turist, turizm yön veren ve turizm hareketlerinin belirleyicisi konumunda olduğundan dolayı çok önemli bir kişidir (Yağcı, 2003:12). Turist kelimesinin tanımı 12. Yüzyıla kadar gitmektedir. Ogilvy turisti "Sürekli oturduğu yerden en çok bir yıl süre ile ayrılan ve geçici olarak gittiği yerlerde kazanmadığı parayı harcayan kimse" olarak tanımlar (Kozak vd., 2017). Burada "Kazanmadığı para" önceden kazandığı para şeklinde anlaşılmalıdır. Turistin tanımını yaparken uluslararası turizm ve iç turizm olarak bölümleme yapmakta fayda vardır. Uluslararası (Dış) turizme göre; sürekli yaşadığı ve çevre dışında, başka bir ülkeye en az bir gece en fazla bir yılı geçmeyecek şekilde seyahat eden bireye turist denir. İç turizm açısından ise turist sürekli yaşadığı yerden ayrılarak ülkenin değişik yerlerine en az bir gece en fazla bir yılı geçmeyecek şekilde seyahat eden bireye turist denmektedir (Middleton, 1997:5).

1996 tarihinde değişikliğe uğrayan "22747 sayılı Seyahat Acenteleri Yönetmeliği'ne göre ise turist tanımı şu şekildedir (Kozak vd., 2017:8):

> *"Para kazanma amacı olmaksızın, dinlenmek ve eğlenmek için ya da kültürel, bilimsel, sportif, idari, diplomatik, dinsel, sıhhi ve benzeri nedenlerle, oturduğu yerler dışına geçici olarak çıkan ve tüketici olarak belirli bire seyahat edip kalan ve yenide ikamet ettiği yere dönen kimse."*

Bunun yanı sıra turist tanımındaki özellikleri "Süre" hariç tüm özellikleri taşıyan literatüre günübirlikçi giren seyahat eden bireyler vardır. Günübirlikçiler; seyahat edilen yerden aynı gün ayrılan ziyaretçilerdir. Günübirlikçiler büyük çoğunlukla evinden ayrılan ve aynı gün eve dönen insanlardır. Fakat geceleme yaptığı yerden farklı bir yeri ziyaret edip, aynı gün dönen turistler de günübirlikçi olabilir (Middleton, 1997:5).

Turizmin ve turistin tanımına dayanarak, şu özellikleri sıralanabilir;

- Turistler seyahat ve geçici konaklamalarını ülke dışında yapıyorsa yabancı turist kendi ülkelerinde yapıyorsa yerli turist olarak adlandırılırlar.
- Yabancı Turist: Sürekli ikamet ettiği ülkenin dışına çıkarak başka bir ülkeye, iş, aile ziyareti, merak, din, kültür, eğitim ve öğretim, spor, dinlenme, toplantı, eğlence vb. nedenlerle seyahat eden ve gittiği ülkede en az bir geceleme yapan kişidir.
- Yabancı ziyaretçi: Bir ülkeye başka bir ülkeden gelen 24 saati aşan ya da 24 saatten az geceleme yapan kişidir.
- Günübirlikçi (excursionist): Gittiği ülkede 24 saatten az kalan ve herhangi bir konaklama tesisinde geceleme yapamadan seyahat eden kişi.
- Turist olmayan yabancılar: Bir ülkeye birbirinden farklı sebepler ile gelen veya gelmek zorunda olan (mülteci, diplomatik görevliler, göçebe vb.) kişilerdir. Bu kişiler turist veya günübirlikçi kabul edilmezler (Ürger, 1992:12-14).

Yapılan tanımlardan yola çıkarak turistin tanımı şu şekilde yapılabilir: Sürekli yaşadığı yerden ayrılarak en az bir gece konaklama yapmak üzere geçici olarak

başka bir yere seyahat eden, seyahat ettiği yerlerde turizm tesislerinde önceden kazandığı parayla mal ve hizmet satın alan, sürecin bitmesinin ardından yine seyahate başladığı diğer bir deyişle sürekli yaşadığı yere dönen kişidir.

### 1.4. Dünya'da Turizm Gelişimi

Turizmin tarihsel gelişimi, Sümerlerin yazıyı ve tekerleği bulmasına kadar uzanır. Bu konuda araştırma yapan bilim adamları, Sümerlerin ilk ticareti başlattığı, Fenikelilerin ilk gezgin olduğu söylemektedir. Tarihi akış içinde sebebi genellikle ticaret, dinsel amaçlar ve sağlık amacı taşıyan seyahatlerdir (Kozak vd., 2017:49).

Turizme katılım, romantizm, ulaşım ve Thomas Cook turları gibi faktörlerle teşvik edilmiştir. 1841 yılında yapmış olduğu ilk tur ile Thomas Cook ilk tur operatörü unvanını almış ve gerçekleşen bu turdan sonra turizmde hızlı bir gelişme yaşanmış ve turizme katılan insan sayısında hızlı bir artış olmuştur (Ahipaşaoğlu ve Arıkan, 2005).

19. yüzyılın ortalarına kadar demiryolları seyahatlerin gerçekleşmesinde büyük bir rol oynamıştır Demiryollarının yanı sıra at arabalarının ve buharlı gemilerinin de seyahatlerde önemli bir ulaşım aracı olduğuna şahit olunmaktadır. Bu seyahatler genellikle iş nedeni ile ve ülke içinde gerçekleşmiştir ve ülke nüfusunun küçük bir bölümüne denk gelmektedir (Çallı, 2015:13-14).

Akraba ziyareti ya da hafta sonu ziyaretleri gibi profesyonel bir organizasyon gerektirmeyen geziler, zamanla tur operatörlerinin ortaya çıkmasıyla düzenli turlara evrilmiştir. Tüm dünyaya hizmet veren Thomas Cook ve oğlundan başka, Carlson Wagonlit Travel 1872'de Wagon-Lits adıyla seyahat turları düzenlemeye başlamıştır (Çallı, 2015:15). Kendisiyle seyahat edenlere ayrıcalıklı olma hissi yaşatan yatak ve yemek servisi de veren Orient Express, seyahatin altın çağı olarak bilinen aynı çağda faaliyete geçmiştir. Soyluların çocuklarının eğitimlerinin bir parçası olan Büyük Tur (Grand Tour) büyük kabul görmüştür (Norma, 2013). Büyük Tur zengin ve soylu İngiliz ailelerinin çocuklarının bilgi ve görgülerini artırmak, eğitimlerini tamamlamak için düzenlenen ve moda haline gelen bir organizasyondur (Çoruh, 1969:3).

Ortaçağ döneminde Türk kavimlerinde de turizm hareketlerinin yaygınlık kazandığı görülmektedir. Seyahat edenlere hizmet vermek üzere kervansaraylar Anadolu Selçuklu Devleti tarafından inşa edilmiş çağının modern turizm tesisleri örnekleridir. Deve ile seyahat esas alınarak her 40 km'de bir inşa edilmişlerdir ve yeme-içme gereksinimlerinin yanında konaklama hizmetleri de sağlamışlardır. Osmanlılar aynı kervansarayları kullanmış ek olarak seyahat edenlerin kullanması için egemenliği altına ülkelerde dâhil yollar ve köprüler inşa etmişlerdir (Kozak vd., 2017:51).

Otellerin gelişimi yukarıda bahsi geçen ulaşım hizmetlerinin gelişimine paralel olarak gerçekleşmiştir. 19. Yüzyılın ortalarına doğru hanlardan sonra konukevleri, pansiyonlar ve oteller konaklama piyasasında öne çıkan tesisler olmuşlardır. 20. yüzyılda motorlu kara ve hava araçlarının ortaya çıkmasıyla seyahat süreli kısalmış, gidilen mesafeler artmıştır. Havayolu ile yapılan seyahat mesafeleri deniz yolu ve demiryolunu geride bırakmıştır(Çallı, 2015:16) .

### 1.5. Endüstri Devrimi Sonrasında Turizm

Endüstri Devrimine kadar dini, ticari ve sağlık motiflerinin ağırlıklı olduğu turizm pek çok alanda olduğu gibi turizm alanında da köklü değişimler yaşamış ve günümüzdeki çağdaş formunu yakalamıştır (Kozak vd., 2017:51-52). 20. Yüzyılın ikinci yarısında kitle turizmine evrilen, sınırsız ve kontrolsüz bir biçimde büyüyüp yön değiştiren turizm hareketlerinin nedenleri kısaca şu başlıklar altında toplanmaktadır (İçöz, 2011:3);

- Dünya genelinde, özellikle Avrupa ülkelerindeki nüfusu artışı.
- Sanayileşmiş ülkelerdeki refah seviyesindeki artış.
- Ulaştırma sektöründe yeni buluşlarla hız ve konforun artması, fiyatların tam tersi düşmesi.
- Yoğun tanıtım çalışmaları.
- Geleneksel konaklamayı karşılayan otellerden başka çok farklı gelir düzeylerine hitap eden farklı tamamlayıcı konaklama tesislerinin türemesi(tatil köyleri, kamplar, pansiyon vs.).

- Doğa ile bütünleşme isteğinin artması.
- Teknoloji ve uygarlığın insanlık üzerindeki baskıdan dolayı tatil ihtiyacını artması.
- Seyahat acentaları ve büroların daha organize çalışmaları.
- Deniz, kum ve güneşin bir talep unsuru haline gelmesi.
- Seyahat etmek isteyen insanlara sunulan kredili veya taksitli seyahat olanakları sağlanması.

Turizmde kırılma noktalarından biri sayılacak olay 1936 yılında Belçika ve Fransa'da işçilerin ücretli tatil haklarının yürürlüğe gitmesidir. Bu olaydan sonra işçi sınıfının yoğun bir biçimde turistik hareketlere katılması sonucu kitle turizm hareketleri bir ivme kazanmış, bununla beraber kitle turizminde bir büyümeye sebep olmuş ve dünya turizm hareketlerinde bir yön değişikliği yaşanmıştır (Çoruh, 1969:5).

### 1.6. Türkiye'de Turizm Gelişimi

Cumhuriyet öncesi ilk turizm etkinlikleri ilgili verilebilecek örnekler arasında İkinci Mahmut döneminde Kırlangıç (Swift) adlı buhar gemisi alımıyla başlayan buharlı gemiler sayılabilir. 1829 yılında Tersane-i Amire tarafından satın alınan Sagir (küçük) ve Kebir(büyük) buharlı gemiler deniz taşımacılığında bir gelişim sağlamıştır. Aynı yıllarda Aynalıkavak Tersanesi'nde Eser-i Hayır gemisinin inşasına başlandı. Aynı tersanede, Mesir-i Bahr ve Tair-i Bahri adında daha gemi inşa edilmiştir. Bu gemiler Bandırma ve Tekirdağ arası seferlere başlamıştır. Aynı yıllarda tersanelerde gemi üretimi de başlanmış, üretilen bu gemileri işletmek için Türkiye Denizcilik İşletmeleri Müdürlüğünün kurulmasının da başlangıcı olmuştur. Bu gemilerin ardından 1838 yılında Fransa seferi yapmak üzere Peyki Şevket vapuru inşa edilmiştir (TÜRSAB, 2017).

Ardından 1863 yılında ilk turizm tanıtımı sayılabilecek etkinlik olan Sergi-i Umumi-i Osmani düzenlenmiştir. 29 Ekim 1890 tarihinde turistlerin haklarını koruyacak nitelikte ve seyahat edecek insanlara rehberlik hizmeti verecek insanlara

yönelik 190 sayılı "Seyyahine Tercümanlık Edenler Hakkında Tatbik edilecek 190 Sayılı Nizamname" yürürlüğe girmiştir (Kozak vd., 2017:145-146).

Orient Express ve firmasının İstanbul'a bir sefer düzenlemesi sektöre ayrı bir canlılık katmıştır. Bu firmanın 1919 yılında İstanbul'a sefer düzenlemesi Cumhuriyet öncesi yabancı şirketlerin Türkiye'ye yatırım yapmasına vesile olması açısından önemli bir adım olmuştur (TÜRSAB, 2017).

Cumhuriyet Dönemi'nde Türkiye'de turizm alanında hareketlilik artmıştır. Planlı dönem öncesi olarak anılan dönemde (1923-1962), turizm alanında faaliyet gösteren ilk örgüt niteliğinde olan "Seyyahin Cemiyeti" Raşit Saffet Atabinen ve bir grup aydın tarafından kurulmuştur. Bu cemiyet ismini daha sonra "Türkiye Turing Kulübü" ve ardından da "Türkiye Turing ve Otomobil Kulübü " olarak değiştirmiştir. Kurumun çalışmaları sonucu Türkiye'nin ilk turizm tanıtım amaçlı afişleri, ilk karayolu haritaları bastırılmış, ilk tercüman rehberlik sınavları yapılmış ve ilk turizm ile ilgili incelemeler yapılmıştır (Yıldız, 2011:57-58). Faaliyete geçmesiyle Dünya turizmine de canlılık getiren ve yukarıda da bahsi geçen Wagons Lits 1924 yılında Türkiye'de yataklı vagon sözleşmesi yaptı ve ilk yataklı vagon seferini aynı yılın 23 Temmuz'unda gerçekleştirdi. Bundan hemen sonra 26 Temmuz 1924 yılında haftada üç kez olmak üzere Haydarpaşa-Ankara seferleri başladı. Bu seferler, yoğun rağbet görmesi nedeniyle 20 Ekim 1924 tarihinde günübirlik seferlere dönüştürüldü. İlk yemekli sefer 7 Aralık 1925 tarihinde Haydarpaşa-Sincanköy hattında gerçekleşmiş ve bu uygulama 1926 yılında Ankara hattına kadar uzatılmıştır (TÜRSAB, 2017)

Türkiye'nin, çerçevesi yasalarla çizilmiş bir turizm ile tanışması ilk kez 1934 yılında olmuştur. Belirtilen yılda "İktisat Vekâleti Teşkilat ve Vazifeleri Hakkındaki 2450 Sayılı Kanun ile turizm faaliyetlerinden "Türk Ofis" adlı kurumun sorumlu tutulduğu bu kanunla belirlenmiştir. Turizm politikası kapsamında ilk ciddi adım 22 Mayıs 1953 tarih ve 6086 sayılı Turizm Endüstrisi Teşvik Kanunu'nun yayınlanmasıyla atılmıştır.

Ekonomide planlı kalkınma modelinin benimsenmesiyle, 1963 yılından beri turizm, bütün kalkınma plan ve yıllık programlarında yer alan ve önemi sürekli

vurgulanan bir sektör olmuştur (Yağcı, 2003:17). 27 Mayıs 1960 ihtilali ile devrilen iktidarın turizm alanındaki faaliyet ve tasarrufları üzerine yoğun bir soruşturma kovuşturma hareketi başlatılmıştır. Bu çerçevede turizm sektörüne yönelik yatırımların büyük çoğunluğu durdurulmuş, yapımına başlanan projeler iptal edilmiş ve krediler kesilmiştir. Bütün bunların bir sonucu olarak Türkiye'de yeni gelişmeye başlamış olan turizm sektörü bütünüyle bir durgunluk içine girmiştir. 1962 yılında ise, turizme yönelik yatırımları durduran uygulamalar gevşetilmiş ve bu yatırımların bir kısmı bitirilebilmiştir (Ünlüönen ve Kılıçlar, 2004:133).

1960 yılından sonra ülkede "Planlı Kalkınma" dönemi o yıllarda ülkeyi yönetenler tarafından başlatılmış ve 1961 yılında Devlet Planlama Teşkilatı kurulmuştur. Yine bu dönemde bölgeler itibariyle kaynak envanterleri çıkarılmış, fiziksel planlama çalınmaları yapılmış, teknik altyapı yatırımları gerçekleştirilmiş ve öncü örnek tesisler olarak yat limanı, konaklama vd. devlet eliyle gerçekleştirilmiştir(Acuner, 2006:29). DPT kurulduktan hemen sonra 1962 yılında ilk yıllık program devreye sokulmuştur. 1961 yılında Ankara Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi kurulmasıyla turizm örgün eğitim kuramlarında da yer almaya başlamış oldu. Bu liseyi daha sonra 1967 yılında İstanbul, 1975 yılında Kuşadası'nda açılan liseler takip etmiştir. 1979'da açılan diğer liseler ile birlikte toplam sayı yediye ulaşmıştır. 1963 yılında Turizm ve Tanıtma Bakanlığı kurulmuş ve halen Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı faaliyet gösteren yurt içi ve yurt dışı örgütleri tanıtım faaliyetleri o yıllarda başlamıştır (Kozak vd., 2017:152-154).

1963–80 döneminde turizm politikasının temel hedefi turizm yoluyla ödemeler dengesine katkıda bulunmak, döviz gelirlerini arttırmak, yeni istihdam olanakları oluşturmak ve Türk Vatandaşlarına tatil yapma olanakları sağlamak olarak özetlenebilir. Turizm Bakanlığının kurulması da bu dönemde atılan en önemli adımlardan biridir (Yıldız, 2011:58). Yine aynı dönemde turizm sektörü adına ortaya çıkan diğer önemli gelişmeler ise şunlardır; 1955 yılında turizm yatırımlarını kolaylaştırmak, kurmak ve işletmek amacıyla kurulan Turizm Bankası kurulmuştur (TBMM, 1960/Kanun No:10501). Bu banka daha sonra 1960 yılında kurulan Türkiye Cumhuriyeti Turizm Bankasına devredilmiştir. 1972 yılında Türkiye

Seyahat Acenteleri Birliği (TÜRSAB) kurulmuş ve seyahat acentelerini bir çatı altında toplamıştır. 1982 yılında yürürlüğe giren 2634 sayılı "Turizmi Teşvik Kanunu" ise Türkiye turizmi için tam bir dönüm noktası olmuştur. Bu yasa, yatırımların öncelikli olarak turizmin gelişmesini sağlayacak alanlara yönlendirilmesini ve kıt kaynakların etkin bir şekilde kullanımını hedeflemiştir. 1983 yılı devletin özelleştirme faaliyetlerine hız verdiği bir dönemdir. Bu dönemde TÜRSAB, Türkiye Otelciler Birliği (TÜROB), Turizmi Geliştirme Vakfı (TUGEV), Turizm Yatırımcıları Derneği (TTYD) gibi birlik ve dernekler aracılığıyla turizm özel sektör temsilcileri etkili konumlar edinmişlerdir. 1989-1998 yılları arası Türkiye turizminin atılım yaptığı yıllar olmuştur. Bu yıllarda Türkiye'nin uluslararası turizm gelirlerinden aldığı pay binde 3'ten %1,8'e, yabancı turist sayısı 2,8 milyondan 9,7 milyona, turizm geliri ise, 2 milyar dolardan 7,2 milyar dolara yükselmiştir(Yağcı, 2003:204). 1999 yılında yaşanan siyasi ve ekonomik krizlerden dolayı turist sayısı 7.464 bine düşmüştür. Turizm gelirleri ise 5.193 milyona düşmüştür. Turizm gelirlerimizin ihracatımıza oranı 1983 yılında %7,2 iken bu oran 1999 yılında %20 seviyesine gerilemiştir (Bulut, 2000:4).

1996 yılı öncesi yıllarda turizm politikalar Türkiye turizminde yatak kapasitesini artırmaya yönelik olmasına karşın, Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planında (1996-2000) özü itibariyle bu yıllarda artık turizmin diğer sorunlarıyla ilgilenilmeye başlanmıştır. Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (2001-2005) turizmin istihdam sorunlarına eğilmiş, turizm çeşitlendirmesi yaparak mevsimlik yoğunlaşmaların azaltılması yoluyla dört mevsim turizm hareketlerinin devamını sağlamaya yönelik olmuştur. 2007 ve 2013 yıllarını kapsayan Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı genel itibariyle turizmin bölgesel dengesizlikleri gidermesi yönünden ele alınmış, doğal, tarihsel ve sosyal çevreyi korumacı bir yaklaşım sergilemekte olduğu görülmektedir. Onuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı(2014-2018) Türkiye turizminin markalaşarak daha üst gelir gruplarına hitap edecek şekilde ürün geliştirme ve çeşitlendirme üzerinde durmuştur. Bu sayede ziyaretçi başına ziyaretçi başına 932 dolarlık ortalama bir harcama hedeflenmiştir(Kozak vd., 2017:159-160-161).

Eşsiz kültürel, tarihi ve doğal zenginlikleriyle iç ve dış turizmin odağındaki ülkelerden biri olan Türkiye'nin uluslararası rekabet ortamında imaj ve marka değerini yükseltmek için gerekli stratejileri belirlemek ve turizm sektörünün mevcut durumunun değerlendirilmesi ve geleceğe yönelik ulusal bir turizm politikası oluşturmak amacıyla Türkiye'de üç Turizm Şûrası düzenlenmiştir. Şûralar kamu kurum ve kuruluşları, turizm meslek örgütleri, sivil toplum kuruluşları, turizm sektörü ve akademik camianın katılımı ile ilki 20-22 Ekim 1998 tarihinde gerçekleştirilmiştir. I. Turizm Şûrası "Ulusal ekonominin önemli bir dalı durumuna gelen Türk turizminin yapısının yurtta ve dünyada değişen ve gelişen olaylar ışığında daha ileriye götürülmesi için gerekli önlemleri saptamak ve turizm politikası ile ilgili görüşleri belirlemek" amacıyla toplanmıştır. Şûranın sonuç bildirisinde, 21. yüzyılda Türkiye'nin turizm hedeflerini gerçekleştirmede büyük yararlar sağlayacak ve gelecekteki çalışmalara ışık tutacak önemli görüş ve öneriler yer almıştır (https://turizmsurasi.ktb.gov.tr/, 2020).

2. Turizm Şûrası ise 12-14 Nisan 2002 tarihlerinde yine Ankara'da turizm sektörüne ivme kazandırmak ve yeni bir atılım dönemi başlatmak amacıyla "Geleceğimiz Türkiye" sloganıyla toplanmıştır. Turizm sektöründe 2000'li yılların ilk yıllarında izlenmesi gereken politikalar ve atılması gereken adımlar konusunda gerçekçi ve uygulanabilir konuların belirlenmesi, tartışılması ve karara bağlanması bakımından önemli kararlar alınmıştır (https://turizmsurasi.ktb.gov.tr/, 2020).

3. Turizm Şûrası önceki iki Şûranın birikimi ve Türkiye turizmi açısından tarihî adımlara öncülük etmesi beklentisiyle 01-03 Kasım 2017 tarihleri arasında düzenlenmiştir. 3. Turizm Şûrasında "Çevreye duyarlılık" vurgusu yapılmıştır. Alternatif turizm türlerine ağırlık verilerek turizmi 12 aya yaymanın önemi belirtilmiştir. Turizmde ürün çeşitliliği ve sürdürülebilirlik, gastronomi turizmi, yerel yönetimler ve turizm, turizm politikaları, turizmde örgütlenme ve destinasyon yönetimi gibi konularda tebliğler sunulmuş ve kararlar alınmıştır (https://turizmsurasi.ktb.gov.tr/, 2020) .

## 1.7. Eko-turizm

Özellikle kitle turizminin çevreye olan yıkıcılığının tersine çevreye dost olarak düşünülen turizm olarak algılanır. Sürdürülebilir turizmin en önemli faktörlerinden birisidir ve çoğu ülke yeşil alanlarını koruma yolunda hedeflerini çizmektedir (Haberal, 2015:38). Yeşil turizm, doğal bir alanda, çevreye duyarlı bir şekilde gerçekleştirilen ve konusu doğa olan bir turizm çeşididir (Güneş, 2011:48). Eko turizm ilk kez Hector Ceballos Lascurain tarafından kullanıldığında, doğadan zevk alma ve doğanın kıymetini bilme olarak adlandırılmıştır. Lascurain'e göre eko turizm bozulmamış ve kirletilmemiş, güzel manzarası olan ve yabani bitki türleri ve hayvanların yaşadığı yerlere seyahat anlamına gelmektedir (Kılıç ve Kurnaz, 2010:44).

Eko-turizm; doğayı ve kültürel kaynakları anlayarak korumayı destekleyen, düşük ziyaretçi etkisi olan ve yerel halka sosyoekonomik fayda sağlayan, bozulmamış doğal alanlara çevresel açıdan sorumlu eğlence, seyahat ve ziyaret şeklidir. Diğer bir deyişle, doğal çevre ile turizm aktivitelerini bağdaştıran, çevrenin negatif etkilenmemesi için sorumluluk güdüsü ile hareket etme esasına dayalı turizm faaliyetidir (Arslan, 2005:31) .

Bazı ülkelerde yeşil turizm kavramı özellikle yeşil veya kırsal alanlardaki turizmi ifade etmesine rağmen yeşil turizm kitle turizmi içerisinde veya turizm faaliyetlerini yürütür iken çevreye daha duyarlı bir turizm şeklini ifade etmektedir. Bu anlamda yumuşak turizm veya soft turizm gibi değişik kavramlarla eş anlamda kullanıldığı olmaktadır (Uygur ve Akdu, 2009:146). 1980'li yılların başından itibaren ortaya çıkmış olan soft turizm doğada köklü değişiklikler yapmadan en az teknik alt yapı ile doğayı koruyarak dünyayı doğal ortamında keşfederek tatil yapma anlamına gelmektedir. Soft turizm faaliyetlerini gerçekleştirmek için pahalı ve lüks otellere ihtiyaç duyulmamaktadır hatta bu tür otellere de izin verilmemesi gerektiğini savunulur. Kitle turizmi soft turizm karşıtı olduğu için "Sert turizm" kapsamında değerlendirilir (Tekin, 1991:4). Bu turizmin kendine özel bazı ilkeleri vardır ve bu ilkeler önceden planlanmış müdahaleleri kabul etmez. İşlemler yavaş ilerlemeli, gelişim kontrollü olmalıdır. Karlılık oranı yüksek, sürdürülebilir, kendini kontrol

edebilen, değişime dirençli bir turizm modeli olarak tanımlanabilir (Küçükaslan, 2007:93-94). Özetle soft turizm ekonomik yönden verimli, toplumsal açıdan sorumlu ve çevre üzerinde yapılacak uygulamalar yönünden de bilinçli bir turizm biçimidir (Tekin, 1991:4).

Daha yeşil bir yaşam tarzı kurmaya çalışan, çevre kaygısı taşıyan tüketicilerin sayısı son 20 yıldır artmaktadır ve çevre dostu uygulamaları takip eden otelleri arayan tüketiciler olacağı muhakkaktır (Han, Hsu, ve Sheu, 2010:325). Otel endüstrisi, fonksiyonlarının, özelliklerinin ve hizmetlerinin niteliğinden dolayı önemli miktarda enerji, su ve dayanıklı olmayan ürünler tüketmektedir (Paulina Bohdanowicz, 2006:665; Manaktola ve Jauhari, 2007:365). Oteller çok miktarda tüketici malları ve atık kaynakları olduğu için tüketici davranışlarının çevre üzerinde ciddi etkilere sahip olacağı kesindir (Paulina Bohdanowicz, 2006:666). Bir otelin bir haftada yaptığı alışverişin, yüz ailenin genellikle bir yılda yaptığı alışverişin ortalamasından daha fazla ürün satın alması ile eşdeğerdir olduğu belirtilmiştir (GreenSeal, 2012). Turizm sektöründeki işletmelerin masrafları azaltması ve karlılığı maksimum düzeye çıkarması için enerji tasarrufu, katı atıkların uygun şekilde elden çıkarılması gibi çevresel öneme sahip stratejileri benimsemesi bir zorunluluk halini almıştır (Manaktola ve Jauhari, 2007:365). Konaklama (oteller ve diğer konaklama tesisleri) turizm sektörünün en önemli ayaklarından biridir (Ottenbacher, Harrington, ve Parsa, 2009:263). Konaklama sektörünün önemli bir bileşeni olan otel işletmeciliği, birlikte alındığında küresel kaynaklar üzerinde önemli bir etki yaratan çok sayıda faaliyetle birlikte anılır (Kirk, 1995:3). Çevre açısından bakıldığında, otellerin ortalama enerji ve su tüketiminin yanı sıra büyük miktarlarda atık üretimi diğer ticari işletmelerden çok daha fazla olmasıyla dikkat çeker (Paulina Bohdanowicz vd., 2011:798). Su kaynaklarının kirlenmesinden elbette sadece oteller sorumlu değildir ama bu olumsuzluğa büyük katkı verdiği açıktır (Kasim, 2006:15; Nhapi ve Gijzen, 2005:133). Dahası, otellerdeki konukların fiziksel konforu büyük ölçüde enerji arzındaki talebi artıran ısıtma, havalandırma ve klima sistemlerine bağlıdır. Böylece yeni yenilenebilir enerjilere yatırım yapmak ve atık azaltımı, otelin karbon ayak izinde bir değişiklik yaratacak ve konaklama tesislerinin (özellikle oteller) çevre üzerindeki olumsuz etkilerini azaltabilecektir (Kasim, 2006:15-16).

Otellerin karşılaştığı senaryolara ve müşteri ihtiyaçlarındaki değişikliklere, değer ve kaliteden daha yüksek beklentilere ve gittikçe artan bir şekilde rekabet ortamına uyum yeteneği çok önemlidir; diğer bir ifadeyle hayatta kalmak ve tehditlerle başa çıkmak için yeterli örgütsel kaynaklar sağlama ve fırsatlardan yararlanma yeteneği hayati öneme sahiptir. Çevreci bir yönetim anlayışı, turizm işletmelerinin rekabetin böylesine arttığı bir pazarda ayakta kalabilmesi için vazgeçilmez bir uygulamadır (E. Blanco, Rey-Maquieira, ve Lozano, 2009b:119). Bu uygulamalar sadece açık bir talep isteyen belirli müşteri türlerini cezbetmekle kalmaz, doğal çevreye olan bağlılığının yanı sıra otellere maliyet düşürme imkânı tanır (Alonso-Almeida, 2012:348; J Llach, Perramon, Alonso-Almeida, ve Bagur-Femenias, 2013b:97) ve imajını geliştiren bir rekabet avantajı kaynağı sağlar (Jang, Kimb, ve Bonn, 2011:804).

Konukların restoran, fitnes merkezi ve kaplıca gibi bazı ihtiyaçlarını karşılamak üzere 7 gün 24 saat 365 gün faal kalabilmek otelcilik sektörünün doğasında olan zorluklardır. Esasen sorun hem otelde kalan misafirlerin rahatını sağlamak hem de "Sürdürülebilir" kalmak noktasında çıkmaktadır. Hatta belki de çevreye duyarlı otelleri tercih edecek olan misafirler daha fazla ödeme yapmak zorunda kalabilmektedir. Burada çevreye duyarlı oteller, potansiyel müşterilerini fazla ödemeye ikna edilebilmeleri önem kazanmaktadır (Wolfe ve Shanklin, 2001:209-210).

Otel endüstrisinde en büyük üç sorun enerji, su tüketimi ve atık üretimi olarak bilinmektedir. Buna bağlı olarak sürdürülebilir stratejiler hep enerji verimliliği, suyun israfının önlenmesi, geri dönüşüm ve "Yeşil" tasarım üzerine yoğunlaşmıştır. Yeşil oteller sürdürülebilir turizmin işletmecilik açısından en önemli ayağı olarak düşünülmektedir. Zira yeşil olmayan otellerin en büyük maliyet kalemlerini atıkların bertaraf edilmesi, enerji tüketimi ve su tüketimi oluşturmaktadır (GreenSeal, 2017).

Otel işletmeleri, kendilerinden lokanta, fitnes merkezi ve spa gibi lüks hizmetler bekleyen müşterileri olan yılın 365 günü haftanın yedi günü 24 saat hizmet veren işletmelerdir. Esas sorun; bir otel hem "Yeşil" kalarak hem de bu lüks servisleri sağlamaya nasıl devam edebileceğidir (Benson, 2013:1).

Uluslararası düzeyde çevre bilincini işletmelere kazandırmak için amacıyla bir takım örgütlenmelere gidilmiş, bu yönde 1993 yılında Yeşil Oteller Birliği kurulmuştur. Birliğin amacı şu şekilde ifade edilmiştir(https://www.gstcouncil.org, 2018):

*"Keyifli ziyaretler yapılan destinasyonlardaki konaklama tesislerinin su ve enerji tasarrufu sağlanması, atık miktarının azaltılması ve destinasyonların sürdürülebilirlik adına korunmasıyla ilgili olarak bir araya getirilmesi ve politikalar belirlenmesi".*

Yeşil otel uygulamaları sadece otellerin sorumluluğunda ve otel işletmesinin tek başına yapabileceği bir uygulama değildir. Tüketicilerin de bu uygulama hakkında bilinçlendirmesi çok önemli görülmektedir. Bu nedenle Yeşil Oteller Birliği, tüketiciler ilgili olarak da bir takım tavsiye kararlar almıştır. Bu tavsiyeler esas itibariyle, turizmin, tüketiciler için bir boş zaman çılgınlığından çıkıp, bilinçli bir etkinlik haline gelmesi açısından son derece önemlidir. Bu öneriler tüketicilerin tüketici odaklılıktan çevreye duyarlı bilinçli yeşil turiste doğru evirilmenin adımları olarak ifade edilir. Bu önerilerden bazıları aşağıda verilmektedir (S. Emre Dilek ve Atay, 2010:160-161):

• Seyahate çıkmadan önce yapılması gerekenler:

- Su vanalarını kapatınız.

- Eve gelen gazete, dergi gibi süreli yayınların alımını ya durdurunuz ya da bu yayınları okul veya kütüphane gibi yerlere yönlendiriniz.

- Tüm elektrikli ve elektronik aletlerin bağlantılarını kesiniz. Bu cihazlar kapalı olsa bile bağlantılarını kesmediğiniz müddetçe elektrik tüketimine devam eder.

• Seyahat esnasında:

- Atık azaltacağından dolayı elektronik bilet alın.

- Daha az hava kirliliğine sebep olacağından dolayı gittiğiniz yerde araba kiralamayın bunun yerine toplu taşıma araçları kullanın.

- Araba kullanıyorsanız duraksamalarınızda arabanızın motorunu kapatın.

- Kullandığınız veya bindiğiniz araçtan dışarıya bir şey atmayın, atılmasına izin vermeyin.

• Konaklama esnasında:

- Her gün çarşaf ve havlunun değiştirilmesini sağlayın.

- Kişisel eşyaların-mesela havlunun- hangisinin kim tarafından kullanıldığını belirleyin, hiç kimsenin başka birinin kişisel eşyasını kullanmasını sağlayın.

- Su ile kişisel temizlikte daha az su kullanın fazladan su israfını önleyin.

- Odadan her ayrıldığınızda klima, TV vs. elektrikli veya elektronik eşyaların kapalı olduğundan emin olun.

- Konakladığınız otelin geri dönüşüm uygulamalarına destek verin.

- Eğer hiç kullanılmamış veya açılmamış sabun şampuan vs. odada bırakın eve götürmeyin.

- Yeşil programlar uygulayan konaklama tesislerini destekleyin. Bu kurumların müşterisi olmayı tercih ederek onları teşvik etmiş olursunuz.

• Restoranda:

- Mümkün olduğunca ambalajlı fast food ürünlerinden kaçının veya ambalaj atıklarını azaltın.

- Sadece bir tane kullanacağınız malzeme alın.

- Arta kalan yiyeceklerin çöpe gitmesine izin vermeyin gerekirse paket yaptırarak sonra tüketmek üzere eve götürün.

• Eko-turizme katkı için:

- Ekosistem içinde bir canlının öldürülmesiyle elde edilen hayvan derisi, fildişi, kaplumbağa kabuğu gibi eşyalar almayın.

- Tanıtıcı broşürlerden ve haritalardan sadece bir tane alın.

- Doğal yerlerin koruma programlarını destekleyin.

- Yerlere asla çöp atmayın hatta mümkün olduğu kadar, özellikle milli parklar gibi turistlerin yoğun ziyaret ettiği yerlerde her gün çöp toplayın.

- Tarihi yerlerde ve otellerden sadece bir fotoğraf alın.

• Günlük hayatta:

- Diş macunu, sıvı sabun gibi maddeleri daima büyük boy alın, bu aynı zamanda daha ekonomik olacaktır.

- Kullandığınız günlük sarf malzemelerini veya diğer ürünleri doğayı korumak adına geri dönüşümlü ürün seçenekleri varsa, onları tercih edin.

Yeşil Oteller Birliği'nin bu tavsiyeleri, son tüketici sayılan turistin mevcut tüketim alışkanlıklarını değiştirmesi açısından bir yol haritası niteliğindedir (Sebahattin Emre Dilek, 2016:88-89).

Yeşil Oteller faaliyetleri sonucunda çevre üzerinde olumsuz etkililerinin farkına varan ve bu olumsuz etkilerini azaltmak adına tedbirler alan otellerdir. Sadece otel işletmecileri değil insanlar da genel anlamda çevreye karşı duyarlı hale gelmiştir. Otel işletmelerinin daha sürdürülebilir olması için önemli rol oynayan hem otel işletmecileri hem de misafirler çevreyle ilgili kaygılarını her platformda dile getirmeye başlamışlardır.

### 1.7.1. Eko-turizmin Temel İlkeleri

Çevreye ve o bölgenin yerel halkına karşı sorumlu bir şekilde turizm faaliyetlerini ilke edinen eko-turizmin altı temel ilkesi bulunmaktadır (Çetinsöz, 2017:60-61):

- Yararlanma ilkesi

-Turistlerin kırsaldan daha çok yararlanması, kırsalın özelliklerini, güzelliklerini, kültürünü, tarihini ve yaban hayatın içindeki canlıları dikkate alarak turizme katılmalarına olanak sağlayacak şekilde tanıtımların yapılması yararlanma ilkesini oluşturmaktadır.

- Gelişim İlkesi

-Kırsalın korunması ve ayağa kaldırılması amaçlarına uygun bir turizm gelişimi sağlanmalıdır.

- Tasarım ilkesi

-Turizme açılacak yeni bölgelerin, yeni turizm gelişimlerinin planlanması, yerlerinin saptanması ve yönetilmesi peyzaja uygun olmalıdır.

- Koruma ilkesi

-Kırsal turizme katılan eko-turistler bu turizmin en değerli varlığı olan kırın korunması ve zenginleştirilmesi için katkıda bulunma, ayağa kaldırma ve koruma politikalarına ve programlarına politik ve pratik destek vermelidir.

- Kırsal ekonomi ilkesi

-Turizme yapılan yatırım kırsal ekonomiyi desteklemeli ancak taşıma kapasitesini aşan yoğunluktan kaçınmalı, turizm faaliyetleri mekan ve zaman olarak yoğunluğu azaltacak şekilde yayılmalıdır. Ziyaretçi yoğunluğu yaşandığı dönemlerdeki yoğunluğu, yoğunluğun az yaşandığı zamanlara kaydırılması gerekir.

- Pazarlama ilkesi

-Turizm endüstrisinin tanıtım, ilgilendirme, pazarlama teşebbüslerinde insanların kırsala yönelik anlayış, ilgilerini artırarak, takdir etme ve yararlanma duygusuna ulaşmaları sağlanmalıdır.

## 1.8. Alternatif Turizm

Turizm, ülke ekonomileri ve toplumsal kalkınma için gün geçtikçe daha önemli hale gelmiş ve dünya ekonomisi için vazgeçilmez bir sektör haline gelmiştir. Bölgeler arası gelişmişlik düzeylerini dengede tutmak, kaynakları etkin kullanarak gelir elde etmek makro açıdan ülke ekonomisi, mikro açıdan ise bölge ekonomisine sağladığı katkı göz önüne alınarak alternatif turizm arayışları hız kazanmıştır (Uğuz, 2011:333). Dünya genelinde tatil, dinlence ve eğlence denildiğinde hep ilk akla gelen deniz kıyıları olagelmiştir. İnsanların deniz kıyılarını tercih etmelerinin ve popüler hale gelmesinin nedeni tur operatörlerinin bu turizm türü hakkında yaptıkları yaygın tanıtımlardır. Çok düşük maliyetle satın aldıkları turizm hizmetlerini çok ucuza satarak kitleleri bu turizm türüne yöneltmişlerdir. Bunu yaparken çoğu zaman ekonomik nedenleri ön planda tutarak kıyı şeridinin doğal yapısını, kıyı bölgelerinin sosyal dokusunu da geri dönülmez bir biçimde bozmuşlardır (Bahçe, 2013:10-11).

Alternatif turizm kavramı kitle turizminden farklı bir ürün sunumunu ifade eder. Bu ürün yavaş yavaş gelişen bir turizm hareketliliğini, optimum karlılığın göz önünde bulundurulmasını, uzun vadeli programlarla turistik gelişmenin sağlanmasını, değişime karşı direnci, çevre değerlerine saygıyı ve çevreyle bütünleşmeyi ifade etmektedir. Bu temel hususlar etrafında, alternatif turizm kavramından anlaşılan yerine göre değişiklikler göstermektedir (https://mtgoktepe.wordpress.com, 2009).

"Alternatif" kelimesinin sözlük anlamı; isim olarak "Seçenek", sıfat olarak "Farklı" ve "Karşı" anlamlarına gelmektedir(TDK). Bir başka terminolojik tanımda ise "Seçilebilecek bir başka yol, seçenek ve şık" anlamına gelmektedir (https://www.turkcebilgi.com, 2018).

Turizmin çeşitleri çoğu zaman birbirleri olan yakın ilişkisi ve kendi aralarında keskin çizgilerle ayrılamamaları, bunun yanı sıra turizm sektörünün her ülke kendi bağlamında kendine has özgün bir gelişim sergilediğinden ve farklı amaçlarla

gerçekleştiğinden (Ünlüönen, Tayfun, ve Kılıçlar, 2009:21) dolayı birçok yazarın birbirinden farklı sınıflandırmalar yaptığı görülmektedir. Sınıflandırma ülkenin büyüklüğü, bulunduğu coğrafi koşullara göre değişiklik arz edebilmektedir. ABD'de turizm sektörünün gelişim eğilimi turizmle ilgili kavramların daha alt kategorilere ayrılmasını gerekli kılmıştır, bu da en belirgin sınıflandırma farklılıklarının ortaya çıkmasına neden olmuştur. Türkiye ve yakın ülkeler kendi coğrafi ve demografik özellikleri özellikleri dikkate alınarak farklı bir çeşitlendirmeye tabi tutulması gerekir (Kozak vd., 2017:21). Turizm esas itibariyle zihinsel anlayışı ortaya koyan motivasyon olduğundan dolayı dışsal görüntüsü sürekli değişiklik gösterir ve farklı şekilleri ortaya çıkar. Değişim ve gelişim olgusu hızını kesmeden devam ettirdiği için turizmi durağan bir şekilde türlere ayırmak pek mümkün görünmemektedir. Motivasyon(güdüleme) sürekli farklılık gösterdiğinden gelecekte yeni turizm türlerinin ortaya çıkması pek muhtemel görünmektedir (Koşan, 2014:50). İşte bu sebepten dolayı anlamlı ve eğitsel deneyimlerin yaşanabileceği gezilere olan taleplerde artış yaşanmıştır. Buna bağlı olarak tur operatörleri ve seyahat acentaları yumuşak (soft) turizm, yeşil turizm, kırsal turizm, macera turizmi gibi turizm hareketlerine katılan turistlerin eğilimine göre değişiklik gösteren turistik ürün çeşitlendirme yoluna gitmiştir (Yıldız ve Kalağan, 2008:42).

Türkiye'de alternatif turizm türleri olarak sunulan turizm türlerinden bazıları şunlardır: sağlık ve termal turizm, yat turizmi, hüzün (dark) turizmi inanç turizmi, yayla turizmi, golf turizmi, kültür turizmi, av turizmi, deniz termal ve sağlıklı yaşam merkezleri turizmi, kongre turizmi, dağ ve kayak turizmi, karavan turizmi, ipek yolu ve han-kervansaray turizmi, futbol turizmi, göl-şelale turizmi, macera turizmi, akarsu sporları turizmi, mağara turizmi, trekking, kuş gözlem turizmi, bitki inceleme turizmi, yamaç paraşütü, triatlon, paraşütle atlama ve dalıştır. Bu alternatif turizm türlerinden hepsine değinilmeyecek, bazıları araştırmaya konu edilecektir.

Alternatif turizm kavramının vurguladığı bazı motivasyon noktalar vardır. Adı geçen önemli noktalar aşağıda maddeler halinde verilmiştir (Göktepe, 2009):

• Yeniye, özele olan ilgi bağlı araştırma isteği,

• Küçük gruplar halinde başka insanlarla bir arada olma isteği,

• Doğa yürüyüşleri ve sportif etkinliklerle biyotik bir deneyim sağlama arzusu,

• Açık havada yaşama sevinci

Turistik ürün çeşitlendirmesiyle ortaya çıkan kavramlar aynı anlama gelmeseler de ortaya çıkan terimlerin ortak noktası olarak karşımıza çıkarlar. Genellikle bu benzerlik kitle turizmine alternatif olmaları ve turizmin varlık nedeni olan insan ve çevreye olan duyarlılık nedeniyle hareket etmelerinden kaynaklanmaktadır. Alternatif turizm kavramı, yeşil turizm, soft turizm, eko-turizm gibi kavramlarla zaman zaman aynı anlamlarda kullanılmakla beraber küçük farklarla birbirinden ayrılmaktadırlar (Bayram, 2016:31).

Turizmin ülke ve bölge ekonomisi için tartışılmaz öneminin yanı sıra, ülke ve bölgenin doğal kaynaklarının kirlenmesi ve aşırı kullanımından kaynaklanan olumsuzluklar ortaya çıkmaktadır. Yerel demografik yapı ve sosyo-kültürel ögelerin korunmasının ve gözetilmesinin çok önemli olduğu unutulmamalıdır. Turizm eylemlerinden dolayı gelebilecek her türlü olumsuzluğu bertaraf edebilecek bir turizm yaklaşımı olan alternatif turizm, bölgesel turizm gelişimi için önem arz etmektedir. Turizm gelirlerinin turizmin bir paydaşı olan yerel halk ile adil bir paylaşım sağlanarak, onların turiste ve turizme bakış açısını olumlu hale getirmek mümkün olabilmektedir.

### 1.8.1. Alternatif Turizm Türleri

Alternatif turizm ürünleri ortaya koyulmasında bir iç içe geçmişlik görülmektedir bu ise; bir birinden farklı kategorilerin oluşmasına sebep olmaktadır. Bunun en önemli nedeni daha önce de ifade edildiği gibi turizm türlerinin kesin bir noktada ayrıştırılamaması ve birbiriyle benzer yakın ilgisi olması olarak ifade edilebilir(Karadağ, 2016:141). Alternatif turizm türleri bir liste halinde verilecek olursa, şu şekilde sıralanabilir (Kozak vd., 2017:20; Öztürk ve Yazıcıoğlu, 2002:2):

- Kırsal Turizm,

- Macera Turizmi,
- Kış Turizmi,
- Sağlık Turizmi,
- Yat ve Kruvaziyer Turizmi,
- Gastronomi Turizmi,
- Kongre Turizmi,
- Agro (Tarım) Turizm,
- Av Turizmi
- İnanç Turizmi
- Akarsu ve Yayla Turizmi,
- Spor ve Golf Turizmi,
- Mağara Turizmi,
- Kültür Turizmi

#### 1.8.1.1. Kırsal Turizm

Şehirlerde nüfus yoğunluğu artmıştır ve hızla artmaya devam etmektedir. Bu kalabalıktan ve karmaşadan kaçmak isteyen insanlar zaten kalabalıktan kurtulmak amacı taşıdığından kitle turizmi faaliyetlerine katılmaktansa farklı faaliyetlere katılarak gürültüden ve kalabalıktan kaçmak istemektedirler. Bu nedenlerle insanlar doğaya yönelik rekreasyon faaliyetlerinin yürütüldüğü mekanlar arar hale gelmişlerdir (Ahipaşaoğlu ve Çeltek, 2006:2). Kent insanları geçmişte kırsal alanlara genellikle rekreasyon amaçlı günübirlik veya akraba, eş-dost ziyaretleri için giderken bugün kırsal yaşam biçimi stres ve baskıdan kurtulmak için kendilerini özgür hissettirecek olanaklar haline gelmiştir. Bu nedenle kırsal bölgelere yapılan seyahatlerin süresi uzamış, bu ise kırsal turizmin gelişmesi için iyi bir imkân sağlamıştır ve böylece kırsal turizm ortaya çıkmıştır(Soykan, 2003:2-3) .

Turistik ürün çeşitlendirme konusunda en çok kullanılan turizm türlerinden biri olan kırsal turizm, bölgesel kalkınmaya verdiği katkılarla dikkat çekmektedir. Sadece gelişmekte olan ülkeler değil aynı zamanda gelişmiş ülkeler de kırsal ekonomilerde kalkınmayı sağlamak için sahip olunan kırsal turizm arz kaynaklarını yüksek

kapasite ile kullanmak için tedbirler almaktadır. Bunun en önemli sebebi kırsal turizm ile elde edilecek gelirler kırsal yörelerde tarım dışında da bir ekonomik kalkınma sağlayabileceğinin anlaşılmış olmasıdır (Çeken, Karadağ, ve Dalgın, 2007:2).

Kırsal turizm, yabancı yazında çok farklı kavramlarla ifade edildiği görülmektedir. Çiftlik turizmi, köy turizmi, yayla turizmi, tarım (agro) turizmi bu kavramlardan bazılarıdır. Bu kavramların çeşitliliği kırsal turizm kapsamında yapılan faaliyetlerin gerçekleştirildiği alana ve faaliyetlerin bizzat kendine göre değişiklik gösterir (Uçar, Çeken, ve Ökten, 2017:37-38).

Kırsal turizm ile ilgili öne çıkan tanımlardan bir kaçı aşağıda verilmiştir;

Kırsal turizm *"İnsanların devamlı ikamet ettikleri yerler dışındaki kırsal yörelere ziyaretleri, buradaki çiftliklerin ürettiği mal ve hizmetleri, yörenin doğal dokusuna uygun mekânlarda talep ederek ve yöredeki para artırma arzularını minimize ederek geçici konaklamalarından doğan olaylar ve ilişkiler bütünüdür"* olarak tanımlanabilir (Akça, Esengün, ve Sayılı, 2004:62).

Soykan (2006)'a göre kırsal turizm: "*Kişilerin doğal ortamlarından dinlenmek ve değişik kültürlerle bir arada olmak amacıyla bir kırsal yerleşim yerine gidip, orada konaklamaları ve o yöreye özgü etkinlikleri izlemeleri ya da katılmalarıyla gerçekleşen bir turizm türüdür*".

Bir başka tanımda ise, kırsal yerleşimlerde yaşayan insanlarla iç içe gerçekleştirilen, soyut ve somut birçok kırsal çekiciliğin turistik ürünü oluşturduğu, sürdürülebilirlik ilkelerine uygun olarak gerçekleştirilen bir alternatif turizm şekli olarak ifade edilir (Çeken, Dalgın, ve Çakır, 2012:12).

Kırsal turizm ülke ekonomilerine katkısı sadece kazanç kaynağı ve döviz girdisi şeklinde değil aynı zamanda bölgeler arası ekonomik dengesizliği giderme özelliğinden de kaynaklanmaktadır. Kırsal alanlarında yeni iş ve meslek alanlarının açılması sayesinde bu bölgelerde işsizliğin azaltılması, tarım, ulaştırma ve turizm

faaliyetlerinde canlılık kazandırılması gibi çok önemli roller üstlenmektedir (Yaylı, 2016:206).

Kırsal turizm talebini artıran ya da olumlu etkileyen bazı etmenler vardır. Bu etmenler şöyle sıralanabilir (Morgül, 2006:64; Uçar vd., 2017:9):

- Kentsel yaşamın giderek daha stresli, baskıcı ve sınırlayıcı bir hale gelmesi,
- Tatil beklentilerinin günümüz şartlarında değişime uğraması,
- Deniz kıyılarının kapasitesinden fazla kullanımı dolayısıyla oluşan kirlilik ve aşırı betonlaşma buraların kentlerden farkının kalmamasına neden olması,
- Kentlerin nüfus yoğunluğunun aşırı artmasıyla kırsala olan eğilimin artması,
- Kırsal turizme eğilimi fazla olan orta ve üçüncü yaş grubu insanların sayısının artması,
- Kentlerde yaşayan köy kökenli insanların düzenli olarak kırsal bölgelere yaptığı ziyaretler,
- Kırsal turizme katılımın diğer turizm türlerine katılımına göre daha ekonomik olması,
- İnsanların yoğun iş yaşamının bunaltıcı ortamından uzaklaşma, sıcak ve samimi ilişkiler kurama isteği.

Kırsal turizmin olası olumsuz sonuçları olabilmektedir. Bu olumsuzluklardan bazıları şunlardır (Albayrak, 2013:137-138; Kozak vd., 2017:133-134):

- Tarımsal alanların azalması,
- Yöredeki insanların turizm faaliyetlerine ağırlık vererek tarımsal üretimin azalması,
- Aşırı kullanıma ve yoğunlaşmaya bağlı doğal yapının bozulması,
- Aşırı yoğunlaşmanın sebep olabileceği alt yapı sorunları,
- Aşırı yoğunlaşmaya bağlı olarak yöresel özgün yapının bozulması,
- Yerel halkın elde ettiği gelirleri farklı alanlarda harcamaya yönelmesi,

- Yerel halkın, “Tatil psikolojisi” nin bir sonucu olarak sürekli yaşadığı yerde yapmadığı eylem ve davranış kalıpları dışında hareket edebilen turistlere özenmesi ve onları taklit etmesi,
- Yöresel kültürel değerlerin ticarileşmesi.

Kırsal turizm arzı bazı faktörlerden etkilenmektedir. Faktörler şunlardır (Morgül, 2006:66; Uçar vd., 2017:10):

- İçilebilir ve kullanıma uygun yeterli, kaliteli ve temiz su kaynaklarının varlığı,
- Ulaşım ve alt yapı hizmetleri çeşitliliği,
- Konaklama imkânları,
- Gelenekselliğin ön planda olduğu otantik kırsal yapılar,
- Doğallığı korunmuş tabii güzellikler ve oluşumlar,
- İyi korunmuş tarihi ve kültürel değerler,
- Çeşitli spor aktiviteleri olanakları,
- Kırsal-geleneksel el sanatlarının turiste sunumu,
- Turistin sağlık ve güvenlik garantisi,
- Hizmet ve ücret standardı,
- Yakın çevreye gezi olanakları,
- Kırsal turizme yerel halkın katılımı ve turiste olan olumlu bakış açısı,
- Doğru zamanda, doğru pazar segmentasyonu yapılarak gerçekleştirilen tanıtım.

Kırsal turizm, uygulandığı yörelerde yerel halka çok çeşitli gelir kaynakları yaratma olanağı sağlamaktadır. Sağlanan olanaklar şu şekilde sıralanabilir (Özkan, 2007:115):

- Tarım ürünlerine olan ihtiyaç artacağından tarım ürünleri ek piyasa oluşacaktır.
- Turistik mal ve hizmetler ile kamu hizmetlerinin artması hem kişisel hem de kamu gelirlerinin artmasına sebep olur.
- Kırsal yörelerde el ve ev sanatları gelişir,

- Esnafların, sanatkârların sayısı ve iş yükü artar; ek gelirlerinde de bir artış yaşanır.
- Turistik tesislerin artması yöredeki işsizlik oranlarını düşürür diğer bir deyişle istihdam artar.
- İnşaat sektöründe dolayısıyla inşaat sektörüyle entegre yan sektörlerde ve gelirlerinde artış olur.

Türkiye kırsal turizm açısından çok önemli avantajlara sahiptir. Coğrafi konumu ve sahip olduğu yer şekillerinin farklılığı, aynı anda tüm mevsimlerin yaşanması, mikro klima alanlarının sahip olması gibi özellikler, yılın 12 ayı kırsal turizm faaliyetlerinin Türkiye'de yapılabilmesine olanak vermektedir. Tarım sektöründeki çeşitlilik, turizm sektörüne kolayca bütünleşme sağlamaktadır. Tarım faaliyetlerinin turizm sektörüne entegre edilmesi doğal ve kültürel mirasın korunmasına fayda sağlamakta, çiftlik tarımı istihdam oranlarını artırmaktadır (Yaylı, 2016:224-225). Kırsal turizmin kırsal kalkınmaya etkisi azımsanmayacak derece gerçekleşmektedir. Bu etkiler aşağıdaki gibi sıralanabilir (Şen, 2010:123):

- Yerel ekonomide çeşitlilik yaratarak, tarıma dayalı faaliyetlerle yeterli iş olanakları bulamayan yerel halka doğrudan veya dolaylı istihdam olanakları sağlar.
- Turistlerden elde edilen gelirler destinasyona ve yerel halka doğrudan bir ekonomik katkı sağlar.
- Doğal alanların korunmasında iyi bir araç işlevi görür. (Bunun için destinasyon yöneticilerinin koruma alanları ve parkları kendini finanse edecek bir sistem oluşturmaları şarttır).
- Yöresel el ve ev sanatlarına olan talebi artıracağından hem yerel halka ekonomik katkı sağlar hem de yöresel öğeleri ve kültürel değerlerin izini taşıyan bu sanatların korunması için bir araç olacaktır.
- Turistik tesisler(konaklama, restoranlar, hediyelik eşya dükkânları, seyahat acentaları) yöredeki ekonomik faaliyetlerin gelişmesine katkı sağlar.

Yukarıda sayılan katkılar dışında kırsal turizmin bir faydası da kırdan kente göçü önleme noktasında önemli bir işlevi vardır. Kırsal yörelerimizde özellikle genç nüfusun iş olanakları olmamasından dolayı kentlere göç etmesi bilinen bir gerçektir. Turizm, turistik çekim unsurlarına sahip yörelerin ekonomik olarak canlanmasına ve buralarda istihdam olanaklarının artırılmasına, kırsalda yaşayanların yaşam koşullarının iyileştirilmesine ve adil gelir dağılımının sağlanmasına olanak verir (Yaylı, 2016:210-211).

Türkiye'de turizm bölgelerine yakın kırsal alanlarda ve geçiş güzergâhları yakınında bulunan köylerde kırsal turizm etkin olarak gerçekleştirilmektedir. Özellikle o bölgeye ait yöresel el sanatlarından oluşan hediyelik eşya ve tarımsal ürünler, yöresel yiyecek içecekler sunan lokantalar hizmet vermektedir. İlk kırsal turizm örnekleri 1980'li yıllarda Karadeniz Bölgesi'nde çeşitli köy ve yaylalara yapılan turlardır. Bu turlarda seyahat acenteleri katılımcılara bir haftan üç haftaya kadar değişebilen sürelerde köy evlerinde ailelerin bireyleri olarak kalmalarını sağlamıştır (Albayrak, 2013:140-141).

#### 1.8.1.2. Macera Turizmi

Doğa turizmi, eko-turizm, macera turizmi, macera seyahati, ticari turlar, açık hava rekreasyonu ve açık hava eğitimi gibi kavramların (Buckley, 2006:5) ayrım noktalarının çok net olmadığını daha önce de değinilmiştir. Bu ayrımın çok net olmamasından dolayı; bazı yazınlarda eko-turizm, macera turizminin bir dalı olarak nitelendirilirken, bazı yazınlarda macera turizmi; eko-turizmin bir dalı olarak nitelendirilmiştir. Son yıllarda, macera turizmi sektörünün hızlı gelişimi bu belirsizliği biraz daha azaltmaktadır(Çetinkaya, 2014). Macera turizmi pazar raporu'na göre 2013 yılında macera turizmi amacıyla seyahat eden turistlerin yaptıkları harcamaların kişi başına yıllık 46.800 ($) Amerikan Doları'ndan fazladır. Bu harcamaya kişilerin yapacakları etkinlikler için satın aldıkları kıyafet, ekipman ve ulaşım maliyetleri de eklendiğinde yapılan toplam harcama miktarı 263 Milyar ($) Amerikan Doları geçtiği görülmektedir (UNWTO, 2014).

Macera terimi en genel anlamıyla rutin yaşamdan uzaklaşma anlamına gelmektedir (Garda, 2011:203). Çıkış noktası olarak bilinmeyeni araştırılıp keşfedilmesi, yeni topraklar ve zengin olmak amacıyla uzak bölgelere gidilmesi ve sonuçta bilimsel bir ilerleme sağlamak amacıyla araştırma yapılması ile bile ilişkilendirilebilir (Weber, 2001:363). Macera turizmi, bireylerin kendi fiziksel ve duygusal sınırlarını veya potansiyellerini keşfetmek için belli bir çevrede yapmış oldukları rekreasyonel aşırı uç faaliyetler olarak da tanımlanabilir (Haddock ve Wisheart, 1993:8). Bir başka tanıma göre macera ve heyecanla karışık açık havada yapılan ticari faaliyetlerdir (Bentley, Page, ve Laird, 2001:32). Bireylerin sıradan bir turizm faaliyeti yerine, kendi fiziksel ve heyecan kapasitelerini zorlayacak, açık ve kapalı ortamlarda yapılabilen, radikal sportif eylemlere dayalı turizm faaliyetleridir (Cater, 2006:317). Macera turizmi katılımcının riski bilerek ve isteyerek kendi hür iradesiyle risk almasını, bu riski alan bireyle ticari faaliyet olarak bu faaliyetleri yürütülen kişi veya kişilerle etkileşim içinde olmasını ve tüm bu faaliyetleri gündelik yaşam alanından uzak doğal geniş bir açık alanda gerçekleştirilmesi özelliklerini taşır (Weiler ve Hall, 1992:143). Risk, sonuçların katılımcılarca etkilenmesi, tehlike donanımlarının kullanılması bu turizmin tanımlarından çıkarsama yoluyla elde edilen önemli kelimelerdir (Ewert ve Hollenhorst, 1995:21).

Monoton ve stresli bir hayattan ilk defa yaşayacakları farklılıkları da yaşattığı için macera turizmine küresel ölçekte talep artmaktadır. Macera turizminin temel kavramları genel itibariyle risk ve spesifik beceriler etrafında toplanmış olup bunlara bilgi ve görgü artırma veya arama da eklenebilir. Buna bağlı olarak da elbette macera turisti adrenalin açısından heyecan ve yüksek risklerden haz alan ve bu tarz etkinliklerden zevk aldığı için bu tarz seyahatlere katılan bireylerdir. Bununla birlikte daha az risk ve tehlike barındıran faaliyetlere de yoğun bir katılım olmaktadır (Öztürk ve Yazıcıoğlu, 2002:188). Örneğin bir eko-turizm faaliyeti olan kuş gözlemciliği algılanan hiçbir risk içermemekle beraber spesifik beceri, bilgi ve görgü aramayı içermektedir. Dağcılık, doğa yürüyüşü, safari gibi bazı macera turizmi rekreasyonları kuş gözlemciliğinin aksine daha çok risk içermektedir. Macera turizmi faaliyetleri Tablo 2'de yapıldığı yere göre gruplandırılarak verilmiştir (Gülcan, 2004:5-6).

**Tablo 1. Macera Turizmi Faaliyetleri**

| KARA İLE İLGİLİ | SU İLE İLGİLİ | HAVA İLE İLGİLİ |
|---|---|---|
| Kros kayak | Yer altı raftingi | Balon seyahati |
| Yamaç aşağı paraşüt | Mağaracılık | Yelken kanat(hang-gliding) |
| Helikopterli kayak | Gemiyle seyahat | Planörcülük |
| Kapsamlı doğa yürüyüşü | Tüplü ve tüpsüz dalış | Helikopterli esnek atlayış |
| Kayakla yürüyüş | Jet motosiklet | Paraşütçülük |
| Araçlı safari | Jet botu | Yamaç paraşütü |
| Makaralı ip inişi | Tekne paraşütü | Helikopter gezisi |
| Esnek ip atlayışı | Yüzey raftingi | |
| Dağ bisikletçiliği | Nehir ve deniz kanoculuğu | |
| Rehberli buzul yürüyüşü | Kanoculuk | |
| Atla Gezinti | Nehir sörfü/ kızağı | |
| Kara avcılığı | Su kayağı | |
| Dağcılık | Rüzgâr sörfü | |
| Sabit ipli iniş | Balık tutma | |
| Kaya tırmanışı | | |

Kaynak:Bentley vd. (2001:33).

Tablo 1'de adı geçen macera turizmi faaliyetleri elbette kişilerin deneyimlerine, denemek istemelerine bağlı olarak tercih edilirler. Deneyimsiz macera turistlerin gezilerinde başarma hem de kaybetme şansının bulunduğu unutulmamalıdır (Weber, 2001:361).

### 1.8.1.3. Dağ ve Kış Turizmi

Dağ turizmi, insanların temiz ve bol oksijenli havasından yararlanmak üzere dağlara yönelik seyahatlerinden doğan turizm türü olarak adlandırılır; macera ve heyecan arayan turistlere çok değişik seçenekler sunar. Seçenekler arasında doğa yürüyüşleri, bisiklet turları, kaya tırmanışı, yamaç paraşütü, asılma planörü, buzul kayağı, balonla yapılan yüksek dağ kayağı, kızak, snowboard ve kayak faaliyetleri yer almaktadır (Kozak vd., 2017:23) . Kentlerin kalabalığından, yoğun iş hayatından, gittikçe karmaşıklaşan çalışma koşullarından, kirlenmiş ve gürültülü kent yaşamından uzaklaşmak isteyen insanlar, doğa ile iç içe farklı deneyimler yaşamak

ve dinlenmek için, dağ ve kış turizmine yönelmiş ve bu yönelme bu turizm türünün ortaya çıkmasına neden olmuştur (Sürücü, 2016:143).

İnsanların, kış turizmi ifadesini duyduğu zaman zihninde oluşan ilk imaj olan kayak olmaktadır. Odağında kayak olması sebebiyle, kış turizminin gelişmesindeki çok önemli etkenlerden biridir, buna bağlı olarak uygun karlı ve eğimli alanlarda bu turizm türü gelişme gösterebilmiştir. Bu nedenledir ki belirli bir yüksekliği olan, kayak yapmaya uygun sıra dağlar başka faktörlerle birlikte kış turizminin gelişebildiği turizm merkezleridir (Albayrak, 2013:195; Altaş, Çavuş, ve Zaman, 2015). Kış turizmin gelişimi ve rekabeti için kar kalitesi ve karın yerde kalma süresi gibi bazı doğal unsurlar çok önemlidir. Bunun yanı sıra turistleri kayak yapmak için uygun bir yüksekliğe çıkaracak olan telesiyej ve teleferik gibi imkânlar kayak turizmin olmazsa olmaz unsurlarındandır. Kış turizminin doğası gereği diğer turizm türlerinden ulaşım kış turizmi için çok daha önemlidir çünkü konaklama tesisleri her zaman yüksek yerlere inşa edilirler. Bu yüzden ulaşım kesintisiz ulaşım imkânı sağlamak kış turizmi için hayati öneme sahiptir (Türkdoğdu, 2010). Bir kış turizmi destinasyonu kış turistlerinin kış turizmi ile ilgili ihtiyaçlarının karşılanabildiği ekonomik, sosyal örgütlerin dâhil olduğu coğrafi bölge olarak tanımlanır; bu destinasyon turistik bir ürün olarak diğer ürünlerle ve pazarlarla rekabet edebildiği ölçüde hayatta kalabilir (Sürücü, 2016:143-146) .

Kış turizmi, özellikle dağların karla kaplı olduğu zamanlarda gerçekleştirilen spor ağırlık bir turizm türü olarak ifade edilmektedir (İlkin ve Dinçer, 1991:72).

Başka bir tanımda, kış turizmi, kayak turizminin merkezinde olduğu ve buna uygun karlı ve eğimli alanlara yapılan seyahatler, konaklama ve diğer hizmetlerden oluşan faaliyet ilişkiler bütünü olarak tanımlar (Çimen ve Gonca, 2003:118).

Kış turizmi; genellikle orta ve yüksek dağlık bölgelerde, kayak sporunu yapmaya elverişli kar şartlarının ve eğimli alanların bulunduğu destinasyonlara yapılan seyahatlerin yanında, konaklama, yeme-içme, dinlenme, eğlence ve gezme görme gibi turizm faaliyetlerinden yararlanmayı içeren faaliyet ve ilişkiler bütünüdür (İlban ve Kaşlı, 2011:321).

Dünya'da turizmin personel istihdamına katkısını 12 aya yaymak için turizm çeşitliliğinin artırılması, turizm mevsimini uzatmak için ülkeler ve destinasyon yöneticileri kış turizminden etkili yararlanma yoluna gitmişlerdir (Mursalov, 2009:32). Yaz aylarına yoğunlaşmış olan turizm faaliyetlerini yılın diğer aylarına yaymada en önemli turizm türü dağ ve kış turizmi Avrupa'daki örneklerine bakıldığında Alp dağlarındaki kış sporları merkezlerinin genellikle köylerde yer aldığı görülmektedir (Katkat ve Mızrak, 2006:33). Fransa ekonomik durgunluk yaşayan bölgelerde yeni yönetim şekilleri tesis ederek dağınık turizm gelişimine tedbir almış, bu uygulamadan dağlık bölgelerden etkili ve verimli turizm gelirleri elde etmiştir. Örneğin, bu yatırımların ve tedbirlerin bir sonucu olarak, 1992 yılında dağlık bir yerleşim birimi olan Albertville (Fransa) 1992 Kış Olimpiyatlarına ev sahipliği yaparak büyük bir gelir elde etmiştir (İbrahimov, 2001). Amerika Birleşik Devletleri, Kanada ve Avrupa ve bazı Balkan ülkeleri, Kış turizmi gelişimi konusunda büyük aşamalar kaydetmişlerdir. 2003 yılı sonu itibariyle dünya üzerinde yarısından çoğunu Avrupalı dağcı ve kayakçıların oluşturduğu 70 milyon insan dağ ve kış sporlarıyla ilgilenmektedir (Ülker, 2006:18). Dünya geneline bakıldığında turizmin bu türünden önemli gelir elde eden, dağ-kış turizmi oldukça gelişmiş ve gelişmeye devam eden ülkelerin, bu turizm türüne elverişli önemli dağların bulunduğunu ülkeler olduğu görülmektedir (Sürücü, 2016:146).

Türkiye'de, turizm denilince ilk deniz, kum ve güneş algısı akla gelmektedir. Bu algının değişmesi ve turizmini 12 aya yaymak için bir çalışma başlatmıştır; kış turizmini odak haline getirilen turizm türlerinden biri olmuştur (Kaya ve Ünüvar, 2016). Türkiye'nin dağ-kış turizm potansiyeline bakıldığında, son yıllarda pek çok kış turizm merkezlerinin açılması ile dünya ile rekabet açısından önemli adımlar atıldığı görülmektedir. Türkiye kış turizmi açısından Fransa, İsviçre ve Avusturya gibi çok güçlü rakiplerle mücadele vermektedir (TÜRSAB, 2014). Türkiye'nin önemli kayak merkezleri arasında Uludağ, Kartalkaya, Palandöken, Ilgaz, Erciyes ve Sarıkamış gösterilmektedir. Palandöken'in hem ulusal hem de yabancı turistler tarafından başarılı bir grafik çizmesi açılmış ve açılacak kış sporları merkezlerinin Palandöken gibi başarılı olabileceğinin bir göstergesi olmuştur (Yücel, 2005:3). 1974 yılında Aralık-Ocak-Şubat aylarında 2,7 milyon kişi kış turizminden faydalanırken

2014 yılında bu rakam 5 milyon civarında gerçekleşmiştir (TÜRSAB, 2014). Türkiye Turizm Stratejisinde belirlenen Kış Turizmi Koridoru (Erzincan, Erzurum, Ağrı, Kars ve Ardahan) boyunca kış sporlarının ve bu illerde yer alan turizm merkezlerinin geliştirilmesi yönelik çalışmalar öncelikli olarak devam etmektedir. 2011 Üniversiteler Arası Kış Oyunları (Universiade), Palandöken Kış Sporları Turizm Merkezinin bulunduğu Erzurum'da 27 Ocak-6 Şubat 2011 tarihleri arasında gerçekleştirilmiş ve bu destinasyonun tanıtımı yapılarak bölge halkı ve ülke için çok önemli ekonomik katkı sağlamıştır (Kaya ve Ünüvar, 2016). Yalnızçam Kış Turizm Merkezi (Ardahan) son günlerde adını sıkça duyurmaya başlayan ve gelişme gösteren kış turizmi destinasyonu olmuştur. Avrupa Birliği'nin de 4.8 Milyon Avro'luk katkısı yapılan tesis 3 Şubat 2018 tarihinde devlet töreniyle açılmıştır (EU, 2018).

#### 1.8.1.4. Sağlık Turizmi

Günümüzde sanayileşme, plansız kentleşme, hızlı nüfus artışı ve çevre kirliliği gibi gelişen koşullar insan sağlığını bozduğu bilinmektedir. İnsanların gerek hastaneler gerekse doğal ortamlardan destek almak için sürekli yaşadıkları yerlerden ayrıldıkları görülmektedir. İşte bu noktada insanlar sağlıklarını korumak veya bozulan sağlıklarına yeniden kavuşmak için tıbbi tedavi veya doğal ortamdan faydalanma adına harekete geçmesiyle sağlık turizmi ortaya çıkmaktadır (Gülmez ve Çonkar, 2003:289).

Sağlık turizmi, temel olarak sağlığın korunması, bozulan sağlığa yeniden kavuşmak amacıyla bireylerin sürekli yaşadığı yerlerden belirli bir süreliğine ayrılması, seyahatin başladığı yere dönene kadar gidilen yerde tedavi uygulaması, konaklama, yiyecek içecek ve eğlence gibi hizmet gereksinimlerinin karşılanması olarak ifade edilmektedir (Scheyvens, 1999:245).

Bölgelerin sahip olduğu bir takım doğal kaynaklar bazı hastalıklara çare olacak türdendir, işte sağlık turizminin ana temasını bu kaynaklara yapılan tedavi maksatlı ziyaretler oluşturmaktadır (Karadağ, 2016:147). Sağlık turizmi şifa niteliğinde olan su ve havanın yapısından yararlanmak isteyen bireylerin oluşturduğu bir turizm

türüdür (Ünlüönen vd., 2009:21). Türkiye coğrafi olarak en önemli jeotermal kuşakta bulunmaktadır. Doğal termal su kaynakları bakımından Avrupa'da birinci dünyada ise yedinci sırada yer almaktadır. Maden Teknik ve Arama(MTA) verilerine göre Türkiye'de sıcaklıkları 20°C ile 110°Carası değişen saniyelik debileri ise 2 ile 500 litre arası değişen 1500 doğal termal su kaynağı bulunmaktadır (http://dosyamerkez.saglik.gov.tr/, 2018:5).

Sağlık turizmi, dünyada ve Türkiye'de son yıllarda hızla yükselen bir trend olup çok önemli bir alternatif turizm çeşididir. Sağlığına kavuşmak için ülke içinden veya başka ülkeden ikamet ettiği yerden geçici bir süreliğine başka yer veya bir ülkeye herhangi bir tedavi amacıyla gidilmesidir. Bu amaçla seyahat eden kişiye de sağlık turisti denir (www.saglikturizmi.org.tr/, 2017). Turizmin amacı sadece eğlenmek, dinlenmek, yeni yerler görmek değildir. Turizmin bir amacı da şifalı su kaynaklarından ve iklim tedavisinden yararlanmaktır. Örneğin; açık havanın şifa verici etkisinden faydalanmak anlamına gelen klimatizm dağ istasyonları ve deniz kenarlarında uygulanan bir tedavi yönteminin adıdır. Bu yönteme "Temiz hava tedavisi" de denilmektedir. Yine başka bir sağlık turizmi şekli olan termalizm turistlerin kaplıca, ılıca içmeler gibi şifalı doğal suların bulunduğu su kaynaklarına gitmek buradaki konaklama ve yiyecek-içecek tesislerden faydalanması anlamına gelmektedir. Adı pek az duyulan tedavi yöntemlerinden biri de bazı yörelerin belli başlı ürünü olan meyve ve sebzeleri kullanılarak yapılan kür(tedavi) yöntemi ya da bu ürünlerin tüketiminden hoşlanan insanlara sunulmasıdır (Ünlüönen vd., 2009:21). Pek bilinmeyen yöntemlerden birisi de Balneoterapidir; termomineral sular, peloidler ve gazlar gibi doğal tedavi unsurlarının banyo, içme ve inhalasyon (soluma) yöntemleri ile kür tarzında tedavi amaçlı kullanılmasıdır (http://yigm.kulturturizm.gov.tr, 2018).

Sağlık Turizminde kullanılan bazı faaliyet veya tedavi türleri aşağıdaki şekilde açıklanabilir:

- **Termalizm**: Minarel bakımından, belli bir sıcaklık veya soğukluk oranlarına sahip olan kaynak suların hem vücuda uygulanması, hem de içerek kullanıldığı bununla birlikte ziyaretçilerin konaklama, yiyecek

içecek ve eğlence gibi hizmetlerinin karşılandığı turizm türü olarak ifade edilir(Özgüç, 1998:15). Başka bir tanımda ise; bilimsel ve tıbbi açıdan tedavi edici özelliklere sahip madeni su kaynaklarının hiçbir katkı ve değişikliğe uğramadan, eğitimli ve deneyimli personel denetiminde ve özel tesislerde yapılan kürlerle, çeşitli hastalıkların tedavi amacıyla kullanılmasına yönelik faaliyetlerin tümüdür şeklinde ifade edilir. Doktor kontrolünde olmak üzere bu tedaviyle koordineli bir biçimde fizik tedavi, egzersiz ve diyet destek tedavileri de uygulanabilmektedir (Selvi, 2008:18).

- **Klimatizm**: İklim tedavisi anlamına gelen klimatizm, bütün ağır metaller ve kirden arınmış olan açık ve temiz havanın hastalık giderici özelliklerinden faydalanmak için organize edilen turlar veya seyahatler, orada yapılan faaliyetler olarak ifade edildiği görülmektedir (Özer ve Sonğur, 2012:72).

- **Üvalizm**: Yöresel yiyeceklerin tedavi edici özelliklerinden faydalanmak, belirli yörelerde yetişen meyve ve sebzelerin çeşitli hastalıkları tedavi edici özelliklerinden faydalanmak o yörelere yapılan seyahatler olarak ifade edilir (Özsari ve Karatana, 2013:139).

- **Akupunktur**: İnsan vücudunu onaran noktaların bulunarak harekete geçilmesi şeklinde uygulanan bu tedavi metodu günümüzde kullanılan yaygın tedavi yöntemlerinden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. İlaç ile tedaviyi ortadan kaldıran bu yöntemde ilgili noktalar bulunarak vücuttaki enerji dolanımı normale döndürülür ve hastalık ortadan kaldırılmaktadır (Albayrak, 2013:106).

- **Talassoterapi**: Tıbbi gözetim ve denetim altında deniz suyu ile beraber denizin çevresine özgü deniz iklimi, deniz çamurları, yosunlar, kum ve denizden elde edilen farklı maddelerin bileşiği değişik yöntemlerle kullanıldığı bir tedavi şeklidir. Bu tedavi şeklini SPA'dan ayıran özellik deniz suyu ile yapılan talaso bakımları metabolizmayı hızlandırır böylece

> mineraller vücuda nüfuz eder. Bu sayede vücuttan toksin atılır ve yağ yakımı kolaylaşır. Yağ yakımın kolaylaşması vücudun endorfin(mutluluk hormonu) salgılamasını destekler. Üç tarafı denizlerle çevrili Türkiye, kıyılarında deniz suyu sıcaklıkları ve değişik mineraller ve kimyasal içeriklerine sahip deniz suyu ile bu alanda çok büyük avantaja sahiptir (Kozak vd., 2017:30).

Sağlık turizminden fayda sağlamak isteyen turistlerin uzun süreler boyunca konaklama yapmak zorunda olması, bu turizm türünün bu sektörde hizmeti sunan işletmelere ve ülke ekonomisine ciddi katkı sağlaması anlamına gelmektedir (Akat, 1997:23-24).

Son zamanlarda Sağlık turizmi kapsamında sayılabilecek Medikal(Tıp) Turizm de küresel seviyede hem gelişen bir sektör olarak hem de bir araştırma konusu olarak popülarite kazanmıştır(Adams, Snyder, Crooks, ve Johnston, 2013:1-2). Sağlık turizmi ve Tıp turizmi aynı zannedilmekte bu konuda bir kavram kargaşası yaşanmaktadır. Bunun sebebi her medikal turistin, Sağlık turisti sayılıp her Sağlık turistinin medikal turist sayılmamasından kaynaklanmaktadır (https://www.bmgf.gv.at, 2015). Türkiye'de uluslararası Sağlık Turizmi Yetki Belgesi almaya hak kazanmış olan sağlık tesislerinin toplam sayısı 679 adettir (https://dosyamerkez.saglik.gov.tr/, 2019). Sadece sağlık ve tıbbi nedenlerle gelenlerden elde edilen sağlık turizmi geliri, 2019'un 9 aylık döneminde 1 milyar dolar seviyesini aşmış bulunmaktadır(https://www.turizmgunlugu.com, 2020). Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerine göre 2019'un ilk yarısında Türkiye'ye sağlık ve tıbbi amaçlarla gelen yabancıların sayısı 2018'in aynı dönemine göre yüzde 32 artarak 364 bin kişiye ulaşmıştır. Ucuz ve kaliteli sağlık hizmetleri, geleneksel turizm olanakları, tıbbi yeterlilik, kısa bekleme süresi gibi sebeplerle Türkiye'yi tedavi amaçla tercih etmişlerdir. Bu tercih sebebi sayılan özellikler ülkemizi bu konuda rakiplerine göre avantajlı duruma getiren en önemli etkenler arasında yer almaktadır(Tontuş, 2017:4). Yabancılar en çok göz hastalıkları tedavisi için Türkiye'ye gelmektedir. Saç ekimi ve botoks gibi estetik kaygılarla Türkiye'yi ziyaret eden turist sayısı da azımsanmayacak ölçüdedir ve ikinci sırayı almaktadır.

Bunların dışında tüm dallarda Türkiye'deki sağlık kuruluşları yabancı hasta kabul etmektedir (Hiçyılmaz, 2016).

Türkiye'de ilk olarak 1990 yılında başlayan üçüncü yaş turizmi uygulamaları (Kozak vd., 2017:26) kapsamında özellikle yaşlı sayısı hızla artan Avrupa'ya yakınlığı Türkiye için büyük bir potansiyel ve avantaj oluşturmaktadır. Öte yandan iklim bakımından Türkiye' yaşlı ve emekliler için son derece uygun bir coğrafyada bulunmaktadır. Yaşlı insanların sağlık turizmi kapsamında eklem ve romatizmal rahatsızlıkları, astım ve bronşit gibi hastalıkları tedavi edici özelliklere sahip kaplıcalar ve diğer sağlık turizmi ürünleri mevcuttur. Bu tür turizme yönelik tedbirler artırılır ve bu avantajlar doğru bir şekilde kullanılırsa Türk turizmi daha da ileri gidecektir (Yıldırım, 1997:79-80).

#### 1.8.1.5. İnanç Turizmi

Turizm insanların istekleri doğrultusunda oluşmaya başlamış hatta günümüzde bununla da kalmayıp çok farklı şekillerde çeşitlendirilmiştir. Turizm sektöründe ülkeler, turizm potansiyelini arttırmak ve uluslararası turizm hareketliliğini sağlayabilmek için de alternatif turizm çeşitlerine yönelmektedirler, daha çok tüketiciye ulaşmak ve turizm talebini arttırmak için bu alternatif turizm çeşitlerini tanıtma faaliyetlerinden faydalanmaktadır. İnanç turizmi bu alternatif turizm türlerinin turizm gelirleri açısından fazla getirisi olanların başında gelmektedir. İnanç turizmi hızla gelişmekte olup bu turizm türüne katılan turist sayısı yaklaşık 300 milyon ulaşmaktadır (Erçolak, Tanrısever, ve Pamukçu, 2019:535) .

Dini inançların seyahat olgusu dolayısıyla turizm faaliyetleri üzerindeki etkisi olduğu çok yaygın bir bilgi olarak karşımıza çıkmaktadır. İnsanlık tarihine bakılacak olursa, insanlar var günden olduğundan beri hep manevi duygularını tatmin edecek yollar aramıştır bu nedenle sürekli dinlere yönelmiş ve yaşamına dinlerin öğretilerine göre yön vermeye çalışmışlardır. İnsanlar kabul ettikleri o dinin emir ve yasaklarına hep uymaya çalışmışlar, bunu başaramadıklarında, bağışlanmak için kurban kesmişler veya dilek ve adaklarda bulunmuşlardır. Örneğin bir Hristiyan kiliseye giderek bir Müslüman namaz kılarak veya kutsal yerleri ziyaret ederek affedilmek

için dua etmişlerdir. Hangi dine ait olursa olsun insanlar kendi dinleri için kutsal sayılan merkezlere giderek, burada kendilerine göre ibadetlerini gerçekleştirerek, özel gün ve olayları kutlayarak manevi duygularını tatmin etme yoluna gitmişlerdir. İnsanlar bunu yaparken yalnız başına değil aynı dine mensup kişilerle beraber yapmaktan daha büyük bir haz aldıkları bilinen bir gerçektir (Albayrak, 2013:230). İnanç turizmi olgusu, insanların dini eserler, dini ritüeller, hac ibadetleri, ayinler ve törenler, kutsal günler, dini bayramlar, festivaller gibi diğer dini olaylara katılma isteği noktasından hareketle ortaya çıkan ve özellikle dini açıdan önemli merkezleri ziyaretleriyle gelişen bir turizm faaliyetidir (Kahraman ve Türkay, 2014:55-56).

Bir alternatif turizm türü olan inanç turizmi insanların inançları ve bu inançtan kaynaklanan manevi tatmin duygusunu gerçekleştirmek için kutsal yerleri ziyaret etmeye başlamasıyla başlamış, bu ziyaret esnasında ziyaretçilerin konaklama yiyecek içecek gibi gereksinimlerinin giderilmesi ile turistik ve ekonomik bir hareketin doğmasına sebep olmuştur. Günümüzde kutsal öneme sahip yöreler veya bölgelerin yüksek turist sayılarına ulaştığı bir gerçektir (Albayrak, 2013:230; Sargın, 2006:3).

Sargın (2006:3) inanç turizmini, "Kutsal yerlerin bu dinlere mensup turistler tarafından ziyaret edilmesi ve bu yerlerin turizm olgusu içinde değerlendirmesi faaliyetlerinin bütünüdür" şeklinde tanımlamaktadır.

Usta (2016:13) ise inanç turizmini "Dinler tarafından kutsal sayılan yerleri ziyaret etmek, dinsel toplantı ve törenlere katılmak veya bunları izlemek, hac gibi dinsel törenleri yerine getirmek, kutsal ve ünlü mabetleri görmek amacıyla yapılan ve önemli boyutlara ulaşan seyahatlerin ve konaklamaların oluşturduğu turizm hareketi" olarak tanımlar.

Tanımlardan anlaşılacağı üzere inanç turizmi genellikle bireylerin manevi tatmin duygusunu gidermek için kutsal yerlere seyahatlere gerçekleştirmesi yoluyla yapılmaktadır. Fakat Albayrak (2013:231) inanç turizminin diğer turizm türleriyle iç içe geçmiş olduğunu ifade eder. Örneğin kültür turizmi için İstanbul'u ziyaret eden bir turistin kültürel mekânları ziyaret ederken dini mekânları da ziyaret etmesi inanç turizmi kapsamında değerlendirilir. Bunun tam tersinin de olması mümkün

görünmektedir. İnanç turizmi kapsamında bir mekânı ziyaret eden bireyin kültürel mekânları da ziyaret etmesi buna örnek gösterilebilir. Başlangıçta sadece insanların inançlarını göstermek için kutsal yerleri ziyaret etme çabası olarak başlayan bu ziyaretler dinlerin ortaya çıkışıyla dini öğretilerin gerekleri bireylerin kişisel tercihlerin önüne geçmiştir. Bunun sonucu olarak kutsal yerlere olan seyahatlerin sayısal olarak artmasına neden olmuş, kutsal yerler binlerle ifade edilen ziyaretçilere ev sahipliği yapmaya başlayarak kitlesel bir hal almıştır (Tarcan ve Atılgan, 1999:62).

İnanç turizminin yapılış şekilleri farklılık gösterebilmektedir. Yaygın olarak üç şekilde yapılmaktadır (Şaman, 2009:10);

- Hac ziyareti olarak kutsal yerlere düzenlenen turlar,
- Dinen önemli sayılan tarihlerde gerçekleşen dini olayların yıl dönümlerinde gerçekleşen büyük ölçekli dini olaylar,
- Turistik seyahat esnasında güzergâh üzerindeki önemli dini yerleri ve yapıları ziyaret etmek.

İnanç turizmi, gerçekleştiği bölgeye sadece ekonomik hareketlilik kazandırmaz aynı zamanda kültür alışverişi açısından önemli kazanımlar sağlar. Bu bölgeye sadece kendi mensupları değil farklı dinlerin mensupları da ziyaret etmekte, bu ziyaret esansında farklı dinlere mensup kişiler arasında önemli kültürel etkileşim meydana gelmektedir (Albayrak, 2013:232-233).

İnanç turizmi faaliyetlerine katılan bireylerin bazı hedefleri vardır. Bu hedeflerden bazıları şunlardır (Yılmaz, 2000:58):

**Dini gereklerden biri olarak hac görevini yerine getirmek:** Müslüman ve Yahudiler için zorunluluk olan diğer dinler için de manevi bir arınma ve kurtuluş anlamına gelen bir ibadet şeklidir. Hacı olmak için bölgeye seyahat eden bireyler hacı olmakta aynı zamanda bölgedeki diğer dini yerleri de yapılan günübirlik turlarla ziyaret edebilmektedir (Yılmaz, 2000:58).

**Bir adağı yerine getirme, şükranlarını sunma, günahlardan arınma ve dileklerini bildirme:** İnsanlar, dünyevi yollarla çözülemeyen sorunlarını çözmek için ilahi bir yardım arayışına girerler. Kutsal mekânlarda yalvarış yakarış, adak sunma, günahlarını itiraf ederek af dileme ve gelecekte daha kutsal bir yaşam süreceğine söz verme gibi kararlarını bu tür kutsal yerlerde açıklamaktadırlar.

**Toplumsal ve manevi açıdan üstün bir konuma ulaşma isteği:** Toplumda dini mekânlara yapılan ziyaret kişilere kazandırdığı saygınlığın ve erdem olarak kabul edilen dindarlığın bir göstergesidir.

**Belirli dini olayları kutlama ve anma:** Her dinin veya dini öğretinin peygamberi veya kurucusunun doğumları ve ölümleri veya onlar tarafından yapılan yolculuklar dini doktrinde veya efsanelerde kayıtlıdır. İşte bu tür olaylar bayram ve festivallerde o kişilerin hatıralarını anmak için temsili olarak tekrar canlandırılmaktadır.

**Aynı dinden olanların ilişki ve bağlantı kurma istekleri:** Din misyonerleri toplantı yaparak, din mensupları hac yolculukları yaparak aynı dine mensup kişilerle bir arada bulunmak istemektedirler. Kutsal mekânlara yapılan ziyaretler bu isteklerin karşılanması ve böyle bir ortam yaratma vesilesi olmaktadır.

**Konferanslar ve dini toplantılar düzenleme:** Faaliyetler yürütme düşüncesi her grubun temel amacı olmaktadır. Etkin faaliyet yürütme bir dini grubun sayısal olarak artması amacıyla yapıldığı gibi mensuplarının manevi hedeflerine ulaşması amacı taşımaktadır. O din taraftarlarının eksiklerini görüp giderebilecekleri düzenli eğitimler düzenlemektedirler(Yılmaz, 2000:60).

**Hakikati yayma:** Her din mensubunca kendi dini insanları mutluluğa götüren tek yol olarak görülmektedir. Dolayısıyla başka insanları bu yola davet etmek, dini yaymak ve öğretmek için misyonerlik faaliyetleri yürütülmektedir.

### 1.8.1.6. Kültür Turizmi

Kültür turizmini anlatmak için öncelikle kültür kelimesinin anlamına bakmak gerekir. Kültür, bir toplumun sahip olduğu maddi ve manevi değerler ile tarih, ahlak,

bilim, spor, ekonomi, felsefe, eğitim, hukuk, sağlık sanayi, teknik, turizm, benzeri konularda varlığının, ortaya koyduğu ürün ve etkinliklerin bütünüdür (Hussein ve Saç, 2008:10).

Başka bir tanımda kültür, bir toplumdaki insanların, bireysel ve toplu yaşamlarını anlamada, düzenlemede ve yapılandırmada kullandıkları inançlar ve adetler sistemi olarak ifade edilir (Can, 2017:279).

Kültür turizmi kavramı ilk olarak 1969 yılında Kanada'nın Ontoria kentinde düzenlenen bir kongrede "Kültürel motivasyonlar ile seyahat etmek" olarak dar bir anlamda tanımlanmış olup, daha sonra literatürde farklı yazarlar tarafından kültür turizminin farklı tanımları yapılmıştır (Albayrak, 2013:51).

Kültür turizmi, ziyaretçilerin gittikleri yerlerdeki tarihi ve bir ulusa ait değerleri görmesi ve tanımasıdır (Öztürk ve Yazıcıoğlu, 2002:6-7).

Başka bir tanımda ise kültür turizmi, yörelerin tarihi ve kültürel zenginliklerini tanımak, bölgede kaybolan gelenek ve yaşam tarzlarını öğrenerek, kültürel yapıları anlayarak onları koruma amacıyla yapılan seyahatler olarak tanımlanır (Karadağ, 2016:160).

Eko turizmin bir alt kümesi olan kültür turizmi, doğal çevreyi, kültürle bağlantılı çevreleri ve bu kültürde yaşayanların ihtiyaçlarını tanımak ve korumak isteyen küçük ölçekli grupların katıldığı turistik faaliyetlerdir (Ryan, 2002:953).

Kültür turizmini diğer turizm türlerinden ayıran bazı özellikler vardır. Bunlardan bazıları şunlardır (Albayrak, 2013:54-56):

- Kültür turizmi zamana bağlı yapılan bir turizm türü değildir. Turistlerin istediği zaman katılabilecekleri bir turizm türüdür. Turizmin mevsimselliğine çözüm olabilecek bir turizm türüdür; yılın 12 ayına yayılabilir.
- Kültür turizmim talep yaratan ve artıran bir turizm türüdür. Çünkü kültürel değerler ve eserler sadece yerinde görülebileceğinden farklı

kültürleri, kültürel değer ve serleri görmek isteyenler, merak edenler ancak bu eserlerin ve değerlerin bulunduğu yerleri ziyaret ederek bu arzularını yerine getirebilirler.

- Her ülkenin kültürü başka toplumların kültüründen izler taşır. Kültür turizmi farklı kültürler arasındaki ortak kültürel değerlerin ortaya çıkmasına sebep olmaktadır.
- Kültür turizmi farklı kültürler arasında etkileşime sağlar böylece toplumların bir birini anlama yeteneğini güçlendirmektedir.
- Kültür turizmi önemli bir tanıtım ve reklam aracıdır.
- Kültür turizmi sayesinde pazar bölümlendirme ve ürün farklılaştırma konusunda önemli rol oynar.
- Kültür turizmi bölgenin kültürel eserlerinin korunmasına, insanların kültürel kaynaklar hakkında bilinçlenmesine yardımcı olmaktadır.
- Kültür turizmi faaliyetleri sayesinde yerel halk daha fazla istihdam edilmekte, ekonomik gelir elde etmektedir.
- Kültür turizmi uzun vadede sürdürülebilir turizme katkı sağlayan bir turizm türüdür.
- Kültür turizmi turist deneyimlerini ve turist kalitesini artırmaktadır.
- Kültür turizm, kültürel kaynakların özgün olmasından dolayı, bölgeler ve ülkeler arasında rekabet üstünlüğü sağlama konusunda önemli bir kaynaktır.

Kültür turizmi faaliyetlerine katılan kültür turistlerinin farklı motivasyonlara sahip olmasından dolayı kültür turizmini farklı bölümlere ayırarak mümkündür.

#### 1.8.1.7. Hüzün Turizmi

Hüzün (Dark) turizm, kara turizm, kara nokta turizmi gibi isimlerle de anılan hüzün turizmi, tarihin ve mirasın, turizmin ve trajedilerin çok katmanlı bir karışımıdır. İnsanlık, hac ziyaretinden bu yana hayatın sonuyla ilgilenmektedir ve ölüm konusu insanları hep büyülemiştir. Orta Çağın, sonu rakibin ölümüyle biten gladyatör dövüşleri ve halka açık idam cezası infazları azımsanmayacak insan

kalabalıkları tarafından hep ilgiyle izlenmiştir. Çağdaş toplumda birey, yaşamın sonundan koparılmış ve hatta tartışmak tabu olarak düşünülmüştür. Ölüm ve acı ile bağlantısından dolayı hakkında konuşmak bile o kadar duygusal zorluk taşırken, neden insanlar dark turizm destinasyonlarına seyahat ederler? Doğrudan veya dolaylı olarak ölümle ilgili birçok turistik alan vardır. Savaş anıtları, savaş müzeleri, savaş alanları ve cezaevi kampları ziyaretçileri cezbetmektedir. Doğal bir felaketin ardından yalnızca mağdurların yakın akrabaları değil yabancılar da o felaketin yaşandığı o bölgeye gitmek istemektedirler (Niemelä, 2010:1).

Hüzün turizmi kavramını ilk olarak 1996 yılında J. John Lennon ve Malcolm Foley tarafından International Journal of Heritage Studies adlı dergide kullanılmıştır. Daha sonra en çok alıntı yapılan aynı isim altında bu iki yazar tarafından 2000 yılında kitaplaştırılmıştır. Çalışmaları en başta turist çekimi ve ölüme duyulan ilgiye yoğunlaşmamıştır. Bir turist çekim unsuru olması ve konunun ticarileşmesi daha sonraki dönemlere denk gelmektedir. Hüzün turizmi gerçek ve ticari hale getirilmiş ölüm ve yıkım unsurlarının tüketime sunulması olarak tanımlanabilir (Sharpley, 2005:217-218).

Hüzün turizm ölümün toplumla ve halk söylemiyle daha güçlü bir şekilde bütünleşmesini sağlar. Şöyle ki; ölüm yokluk ile hayatlarımız arasında, yaşam bağlamında daha net bir resim ortaya koyar. İkincisi, hüzün turizm ile ilgilenerek, insanlar yaklaşmakta olan veya kaçınılmaz olan ölüm korkusu hissini azaltabilirler. Araştırmacılar bunun bir güvenlik hissi yaratmaya yardımcı olabileceğini belirtmişlerdir (Stone ve Sharpley, 2008). Ayrıca bazı hüzün turizmi faaliyetlerinin, turizmin ölüm korkularını genellikle kültürel açıdan kabul edilebilir bir şekilde göründüğü şekilde ortadan kaldırmasına yardımcı olduğu ileri sürerler (Biran & Buda, 2017). Buna ek olarak, ölümle ilişkili yerleri dolaşma eylemi, insanlara ölme ve ölümle ilgili düşünsel bir mekân sağlayabilir. Sharpley veStone (2009 ) dark turistler genellikle bilgi edinme arzusuyla motive olduklarını ve dünyanın tam olarak aydınlatılmayan bir yönünü anlamaya çalıştıklarını ileri sürer.

Dark turizm 1990'lı yıllardan itibaren önem kazanmaya başlamıştır. Temelinde ölüm, şiddet, işkence, zulüm, acı gibi temaların yer aldığı bu turizm türü, son yıllarda

birçok araştırmaya da konu olmuştur. Turizm denilince ilk akla gelen "Gezmek, eğlenmek" fikri haricinde turizmi geliştiren farklı ögelerin de var olduğu bir gerçektir. İnsanlar toplumsal hafızada yer almış nesilden nesile aktarılmış savaş, terör, atalarının kaybettiği savaşlara dair merak ettikleri geçmiş acıların yaşandığı bölgeleri öğrenme merakı, oralarda bulunan mezarlıkları, anıtları ve müzeleri ziyaret ederek onların çektiği acıları anlama isteği bir takım turizm faaliyetleri doğmasına neden olur (Kozak vd., 2017). Temelini insanların acı çektiği mekânların ziyaretinin oluşturduğu bu turizm türü dünyada uzun yıllardır yapılırken Türkiye, kara turizm kapsamında sadece savaş turizmi (Çanakkale) ve hapishane (Ulucanlar ve Sinop) turizmi gerçekleştirebilmektedir (Yıldız, Yıldız, ve Aytemiz, 2015:391). Bu mekânlara ilaveten Yassıada, Kerbela(Irak), Auschwitz Nazi Kampı(Polonya), Barbarlık Müzesi, şuanda Güney-Kuzey Kore sınırında silahsızlandırılmış bir bölge DMZ bölgesi örnekler arasındadır(Kozak vd., 2017:45-46).

Dark turizm, sembolik veya gerçek ölümlerin gerçekleştiği alanlara yapılan seyahatlerdir. Dark turizm kategorik olarak beş ana başlık altında toplanmaktadır(Seaton, 1999:131):

- **Kamusal alanda meydana gelen ölüm anını veya yakın bir zamana şahit olmak için yapılan seyahatler:** Günümüz batı dünyasında yasak olmasına rağmen geçmişte gladyatör döğüşleri, 1868 yılına kadar İngiltere'de yasal olan idamları halkın huzurunda gerçekleşen ölümleri seyretmek bu türün kapsamı içindedir.
- **Kitlesel veya bireysel ölümlerin gerçekleştiği alanlara yapılan seyahatler:** Vahşet alanına seyahat şeklinde de anılan bu grup seyahat dark turizmi içinde en yaygın olanıdır. M.Ö. 79 yılında Pompei volkanının püskürmesiyle oluşan felaket, Dallas'ta Kennedy'nin suikast alanına yapılan seyahat, Graceland'da Elvis Presley'in öldüğü yere seyahat, Waterloo gibi savaş alanlarına yapılan seyahatler bu grubun kapsamı içindedir.
- **Özellikli bazı kişilere ait bazı kalıntıların, özel yazıların, silahların, kanlı giysilerin sergilendiği yerlere seyahatler:** Küba'da Batista rejimine karşı

mücadele veren devrim kahramanlarının kanlı giysilerinin sergilendiği Küba Devrim Müzesi buna örnek olarak verilebilir.

- **Ölülerin gömüldüğü alanları/yerlere yapılan seyahatler:** Ölüm olayı ile direk bir bağlantısı olmadığı halde özel ölümleri sembolize eden anıtlar veya kalıntıların bulunduğu yerleri ziyaretlerden oluşur. Madame Tussauds(Londra, Anıtkabir(Ankara) örnek olarak verilebilir.
- **Ölüm benzetim anları:** Hz İsa'nın Easter'de çarmıha gerildiği yere seyahat edilmesi buna örnek olarak verilebilir (Seaton, 1999:131).

Sonuç olarak bir bölgede yaşanmış ve insanlarda unutulmaz acılar bırakmış olayların Dark Turizme konu olması, insanların bu büyük çaplı olayların yaşandığı yerleri farklı algılarla ve motivasyonlarla ziyaret etmesi için olayları yaşatan ve yaşayanların net olarak bilinmesi, olaylara ilişkin maddi kalıntıların olması gerekmektedir (Albayrak, 2013:70).

#### 1.8.1.8. Etkinlik Turizmi

Turizmde talep yaratmak, turistik işletmelerin talep yaratarak karlılık oranlarını yükseltmek ve rekabet gücünü artırmak için kullandıkları en önemli araçlardan biri de etkinlik turizmidir. Toplumlar festival vb. etkinliklerin sosyal ve kültürel kutlama etkinlikleri olarak görse de festivallerin yöre üzerinde dikkate değer bir ekonomik etkiye sahip turist çeken bir unsur olarak görülmekte oldukları söylenebilir. Çünkü bölgede gerçekleştirilen bir etkinlik o bölgenin bilinirliğini, çekiciliğini artıran bir olgudur. Etkinliklerin amacına ulaşabilmesi, belirlenen hedeflere ulaşabilmesi kuşkusuz uzman festival yöneticilerinin iyi bir etkinlik yönetimine bağlı olmaktadır (Albayrak, 2013:71; Çontu, 2006:23). Etkinlik turizmi, eğer belirlenen hedeflere ulaşmada strateji tasarımı doğru yapılırsa karları maksimize etmektedir. Etkinlikten maksimum gelir elde etmeyi sağlamak "Etkinlik kaldıracı" olarak bilinmektedir. Destinasyonlar önceden belirlenen hedefler doğrultusunda kaldıraç etkinlikler düzenlerler ve rekabetçi avantajlarını korumayı veya geliştirmeye çalışarak, destinasyon amaçlarına ulaşmaya çalışırlar (Kelly ve Fairley, 2018:335).

Etkinlik turizmi, bölgelerde bulunan doğal, fiziksel turizm kaynaklarını canlandırıcı, imaj oluşturucu ve bir turizm çekiciliği olarak etkinliklerin sistematik olarak planlanması, geliştirilmesi ve pazarlanması olarak tanımlanmaktadır (Getz ve Wicks, 1996:16).

Etkinlik turizmi kapsam olarak sadece eğlenceye değil aynı zamanda bilimsel, kültürel ve sanat gibi pek çok alanda uygulanabilmektedir. Bunlar; bağ ve şarap festivalleri, olimpik oyunlar, dünya çapında fuarlar, parklar ve benzeri yerlerdeki yapılan etkinlikler, toplantı ve partiler gibi etkinlikler bu kapsamdadır. Kaldıraç etkisi gösteren etkinlikler olarak bilinen büyük ölçekli ekinlikler kitleler halinde insanları o bölgeye çekeceği için büyük çapta organizasyonlar, alt yapıda iyileştirme gibi faaliyetleri gerektir. Bunun yanında küçük çaplı festivaller gibi etkinliklerin de kendine göre avantajları bulunmaktadır; böyle küçük organizasyonları bölge kendi imkânlarıyla gerçekleştirebilir veya çok küçük çaplı kamu yatırımı gerektirir. Taşıma kapasitesini aşmayacak sayıda turist gelir ve alt yapıda iyileştirme gerektirmez (Misener, 2015:132).

Turistik ürün çeşitlendirmede önemli kaynaklara sahip olan etkinlik turizminin bir bölge veya destinasyon için hedef ve belirlenen amaçlarından bazıları şunlardır (Albayrak, 2013:71-72):

- **Destinasyonlar için imaj yaratma hedefi:** Bu hedefin amacı yüksek profilde etkinlik ve çekicilik yaratarak diğer turizm çekim unsurlarının da bilinirliğini artırmak, bölgenin özgün kültürel değerlerini korumak ve şehrin modernliğini göstermek.
- **Yabancı ziyaretçileri bölgeye çekme hedefi:** Bu hedef ile talep yaratarak bölgenin ziyaretçi sayısında artış sağlamak.
- **Yabancı gelir sağlama hedefi:** Bu hedef ile yabancı tüketicileri, yatırımcıları ve sponsorları bölgeye çekerek, bölgenin döviz gelirlerinde artış sağlama.
- **Turizm sezonunu uzatmak ve düşük sezonları güçlendirme hedefi:** Bölgeyi ziyaret eden turistleri sadece belirli bir zaman diliminde değil yılın on iki ayında da ziyaret etmelerini ve uzun süreli konaklamaları özendirerek bölgenin gelirlerinde artış sağlamak.

- **Tekrar ziyaretleri teşvik etme hedefi:** Farklı etkinlikleri destekleyerek, diğer turizm çekim unsurlarını bilinir hale getirerek, yerli halkı ile ziyaretçilerin ilişkilerini güçlendirerek, etkinliklerin kalitesini ve ziyaretçi memnuniyetini artırarak yeniden ziyaret oranını yükseltmek.

Etkinliler sahip olduğu özelliklere göre araştırmacılar tarafından gruplandırılmışlardır. Masterman (2004:16) etkinlikleri şu şekilde sınıflandırmıştır:

- **Olağan Etkinlikler:** Bu gruba giren etkinlikler, belirli bir bölgede tekrarlanması mümkün, sıradan aktivitelerdir.
- **Özel Etkinlikler:** Özel etkinlikleri belirli bir bölgede gerçekleştirilen normal aktivite programı dışında yer alan, nadiren veya bir kez gerçekleştirilebilen tematik etkinlilerin tamamlanmasında kullanılmaktadır. Özel etkinlikler bölgelerde bulunan özel ürünlerin tutundurulmasında ve pazarlanmasında önemli bir araç olarak kullanılır. Özel etkinlikler yöresel ölçekte yapılanına *minör etkinlikler* denilir. Minör etkinlilerin katılımcı sayısı sınırlıdır ve çok özel konularla ilgili düzenlenir. Özel etkinlikler büyük çapta gerçekleştiriliyor ve katılımcı sayısı bakımında çok fazla sayıda ise majör etkinlikler olarak anılır. Majör etkinlikler uluslararası ölçekte de gerçekleştirilebilir. Majör etkinlikler Hallmark ve Mega etkinlikler olarak kendi içinde ikiye ayrılmaktadır.
- **Hallmark Etkinlikler:** Sınırlı bir süre içinde gerçekleştirilen, düzenli olarak yapılan, farklı temalara odaklanan ve büyük katılımlı, ulusal ve uluslararası ölçek olabilen etkinliklerdir.
- **Mega Etkinlikler:** Destinasyonda önemli alt yapı yatırımları ve harcamaları gerektiren, yüksek medya ilgisi ve turist harcama oranlarının yüksek gerçekleştiği, genellikle uluslararası ölçekte gerçekleştirilen etkinliklerdir. Olimpiyatlar buna en güzel örnek olarak gösterilebilir.

Sonuç olarak, etkinlik kapsamına giren ve önemli bir turist çekim unsuru olan festivaller vb. faaliyetler, o bölgede turizmden elde edilen gelirleri, bölgedeki istihdamı, bölgenin imajı ve bölgeye yönelik yapılan olumlu ağızdan ağıza reklam davranışı üzerinde olumlu etkileri bulunmaktadır (Giritlioğlu, Olcay, ve Özekici,

2015:307). Toplumsal gelişme açısından etkinlikler; yörenin toplumsal gelişmesinin potansiyel güce sahip araçları olarak görülmektedir. Bu anlamda toplumsal gelişme, geniş açıdan yerel demokrasinin geliştirilmesini (örneğin bu olaylara gönüllülerin katılmasının sağlanması), kendi öz gücüne inanma esasına dayanan davranış tarzlarının ve hareketlerin yaratılması, toplumun sosyal altyapısının oluşturulması veya geliştirilmesi amaçlarına yönelik bir süreç olarak görülmektedir (Kızılırmak, 2006:183).

### 1.8.1.9. Kültürel Miras Turizmi

Turizmin çıkış noktası aslında tatil turizmi ile değil bilinmeyeni bilme, görülmeyeni görme ve öğrenme dürtüsüyle gerçekleşen kültürel gezilerle başlamaktadır. Kültür turizm, geniş anlamda turistlerin ziyaret ettikleri yerlerdeki tarihi ve bir ulusa ait değerleri görmesi ve tadına varması olayıdır (Öztürk ve Yazıcıoğlu, 2002:188). Yapılan çalışmalar, son yıllarda iç ve dış turizmde farklı kültürleri tecrübe etme ve öğrenme amacı ile yapılan seyahatler artmakta olduğunu göstermektedir. Kültürel turizm tarihi yerlerin ve arkeolojik alanların ziyaret edilmesini, yerel toplumların festivallerine katılmayı, geleneksel dans ve törenlerin izlenmesini, yörelere özgü geleneksel ürünlerin alışverişini kapsamaktadır (Okuyucu ve Somuncu, 2012:38). Aynı şekilde yapılan çalışmalar turizmin bu şeklinin yerel halka, onların kültürlerine ve yanı sıra ziyaretçi toplumlara faydalar sağlayabildiğini göstermektedir. Kültürel turizm aynı zamanda küçük toplumların kültürlerinin karakterlerini negatif etkileyebilecek potansiyele sahiptir. Bir yerin kültürünü yaşamaları için turistlere sağlanan fırsatlar ev sahibi toplum için pozitif ve negatif sonuçlara yol açabilir. Turizm yönetiminde çıkar temelli yaklaşımlar ev sahibi toplum için hem fayda sağlayabilir hem de zarara yol açabilir (Besculides, Lee, ve McCormick, 2002:303-304).

Kültür miras turizmi kaynakları ve potansiyeli açısından Türkiye son derece zengin değerlere sahiptir. Kitle turizminden sonra ikinci sırayı kültür turizmi almaktadır. Anadolu çok farklı medeniyetlere ev sahipliği yapmıştır. Hitiler, Urartular, Galatlar, Likyalılar, Lidyalılar, İyonlar, Helenler gibi pek çok medeniyetlerin buluşma ve kaynaşma noktası Anadolu olmuştur. XI. Yüzyıldan

itibaren bu medeniyetler zenginliğine, Anadolu Türk kültür ve sanatı da dâhil olarak, bu zenginlik daha da artmış ve bu tarihten itibaren Türk-İslam kültürü egemen kültür olarak ortaya çıkmıştır (Albayrak, 2011:17).

Eğitim düzeyinin artması insanların etnik kökenlerine olan ilginin artması ve kültürel miras turizminin gözle görülür bir şekilde büyümesine neden olmaktadır. Geçmiş ile ilgili daha çok bilgi edinme ve başka yaşam tarzları hakkında bilgi sahibi olma isteği eğitim düzeyi artışıyla doğru orantılı olduğu görülmektedir. Bu nedenle bu turizm türüne katılan turist kalitesi yüksek olmaktadır (Ünal, Özel İlgi Turizmi Çeşitleri, 2016:100).

#### 1.8.1.10. Kongre Turizmi

Her geçen gün bilim gelişmekte, teknoloji ve sanatta yeni gelişmeler ortaya çıkmaktadır. Günümüzde insanlar bu gelişmelere olan ilgisi, bilgi ve tecrübelerini birileriyle paylaşma, bir birine aktarma isteği ve ihtiyacı, özellikle ulaşım olanaklarının artmasıyla bir turizm türü olan kongre turizmini ortaya çıkarmıştır. Her geçen gün insanların bu turizm türüne olan ilgisi de artmaktadır. Kongre turizminde diğer turizm türlerinde olduğu gibi insanlar sürekli yaşadığı yerlerden, bir süreliğine, yine sürekli yaşadığı yere dönmek üzere ayrılırlar ve kongrenin gerçekleşeceği yer veya bölgeye giderek çok farklı turizm işletmelerinin ürünlerinden faydalanırlar (Albayrak, 2013:85).

Kongre kelimesi etimolojik(kökenbilim) olarak Latince “Congressus”dan gelmektedir. Kelime “Toplanma, buluşma” anlamına gelir. Aynı amaçla günümüzde eş değer anlamlı olarak konferans, sempozyum, seminer, meeting gibi kelimeler de kullanılmaktadır. ABD’nde parlamentonun bir bölümüne “Kongre” denilmesi dolayısıyla, uluslararası literatürde kongreler için “Convention” ifadesi kullanılmaktadır (Erdoğan, 2006:31). Kongre turizmi temelde toplantı aktivitelerinden oluşan ve katılan bireylerin bilgisini paylaşması amacıyla gerçekleştirilen bir turizm türü olmaktadır. Başka bir ifadeyle kongre turizmi katılımcıların ortak konu üzerinde bilgi alışverişi yapması ve o konu üzerinde tartışması ve müzakerelerin yapılması amacıyla genellikle yoğun turizm sezonları

dışında düzenlenen toplantılardan ve bu süreçte konaklama, yiyecek-içecek vb. işletmelerin ürünlerinden faydalanarak gerçekleştiren bir turizm türüdür (Karadağ, 2016:145).

Kongre turizmi, yoğun sezonun bittiği dönemlerde yapılmasından dolayı turizmi yılın diğer aylarına yaymada çok büyük önem arz etmektedir. Kongre katılımcıları genellikle sanatçı ve bilim adamı gibi kalitesi yüksek seçkin bir turist grubundan oluşmaktadır. Katılımcılar diğer turist gruplarına göre üç kat daha fazla harcama yapmakta, bölgenin imajı ve tanıtımına çok büyük katkı sallamaktadırlar. Bu açıdan bakıldığında kongre turizmi veya kongre paketi lüks bir pazarlanması gibidir (Mustafazade, 2015:4).

Kongreler genellikle zaman sınırlılıkları olan toplantılardır ve bu süre çoğunlukla 4-5 gün olmaktadır. Bu süreden daha kısa veya daha uzun sürebilen kongrelerde olabilmektedir. Kongreler ulusal veya uluslararası olabilmektedir. Ulusal kongreler uluslararası olanlara göre daha kısa sürer, organizasyon maliyetleri daha düşüktür. Her iki düzeydeki kongrelerin masrafları genellikle katılımcıların bağlı olduğu kurumları tarafından ödenmektedir. Konaklama orta sınıf tesislerde olabildiği gibi özellikle uluslararası kongreler lüks otellerde gerçekleşmektedir (Mustafazade, 2015:21).

Kongre turizmin özellikleri şu şekilde sıralanabilir (Albayrak, 2013:89-90):

- Kongreler genellikle ilkbahar ve sonbahar aylarında yoğunlaşmakla birlikte, yılın 12 ayı yapılabildiği görülebilmektedir.
- Kongre'nin düzenleneceği yerin veya bölgenin doğal ve tarihi çekicilik yönü, konaklama imkânlarının zenginliği ve ulaşım imkânları bu turizm türü için çok önemlidir.
- Kongre turizmi bileşik ürün özelliği taşımaktadır. Turistler kongre merkezi, konaklama, ulaştırma ve yiyecek içecek işletimleri gibi işletmelerden faydalanmaktadırlar.
- Kongre turistleri diğer turizm türlerine katılan turistlerden daha fazla harcama yapmaktadırlar. Bunda katılımcıların bazı giderlerin tamamını ya da bir

kısmının kurumlarınca karşılanmasının büyük bir rolü olduğu düşünülmektedir.

- Uluslararası ölçekte düzenlenen kongreler ülkeye döviz girdisi sağlamaktadır.
- Kongrenin düzenlemesinde gerekli ulaşım sektörü ve gerekli malzemeleri üreten sektörlerde istihdam artırıcı etkisi olmaktadır.
- Kongre turizmi, belirli bir program dâhilinde belirli bir konuyu tartışmak ve bilgi alışverişi gerçekleştirmek, uzmanlaşmak, yeni bilgiler edinmek amacıyla gerçekleştirilen bir turizm türüdür dolayısıyla bilimin ve sanatın gelişmesine etki eden bir rolü vardır.
- Kongre turizmi çok yönlü bir turizm türüdür. Katılımcılar, öncelikle bilgi alışverişi ve yeni bilgiler öğrenmek motivasyonuyla hareket etse de bölge içinde gerçekleştirilen turlar ve davetlerle eğlenceyi bir arada yaşamaları mümkündür.
- Kongre turizmi için bölgeye gelen katılımcılar yerel halk ile temas kurarak bölgelerarası ve uluslararası boyutta kültürel etkileşim içine girmektedir. Kongreler kültürel ve politik hoşgörü artışına katkı sağlamaktadır.
- Kongre turizmi sosyal refahı artırmakta, süründürülebilir bir kalkınma ve katma değer yaratma açısından önemli bir girişim olmaktadır.
- Kongre turizmi gerçekleştiği bölgenin ulusal ve uluslararası ölçekte imaj yaratma ve tanıtımına ciddi katkılar sağlamaktadır.
- Kongre turizmi eğer halka açık şekilde düzenlenirse dinleyici konumundaki yerel halkın bilgi, görgü ve eğitim seviyelerini etkiyebilmektedir. Eğer kongre sadece belirli işletmelerin bünyesinde gerçekleşirse bu etki ortadan kalkabilmektedir.

Turizm gelirlerinin artırılması için farklı turizm ürünlerinin kullanılması gerektiği yadsınamaz bir durum olarak ortaya çıkmaktadır. Sezonluk olmaması her mevsim yapılabilmesi kongre turizmini Türkiye'de ürün çeşitlendirme kapsamında oldukça yararlı olacağı öngörülmektedir (Karadağ, 2016:146).

### 1.8.1.11. Gastronomi Turizmi

Gastronomi kelimesi Yunanca gaster (mide) ve nomas (kanun, yasa) sözcüklerinin birleşmesiyle oluşmuş ama zamanla kavramlaşarak insanın refahı ve gıdası ile ilgili her konu ile alakalı bir bilgi birikimi anlamına kullanılmaya başlanmıştır. İşlevsel olarak gastronomi, yiyecek olarak kullanılabilecek her malzemeyi, arayan, uygun fiyattan satın alan ve hazırlayan kişilere rehberlik eder (Ünal, Gastronomi Turizmi, 2016:233).

Gastronomi kavramı "Yiyecek ve içecek kültürünün bilime ve sanata dönüşmesi" olarak nitelendirilebilmektedir. Endüstri devrimi sonrası, boş zaman kavramının ortaya çıkması, insanların sosyal yaşamlarındaki değişme, bireylerin beslenme ihtiyaçlarının karşılanmasına yönelik faaliyetlerde bulunan işletmelerin sayısının artmasına ve gerek ulusal gerekse uluslararası alanda gittikçe gelişme göstermesine sebep olmuştur. Bu bağlamda, kişilerin yiyecek-içecek işletmelerinin ürettiği mal ve hizmete olan talebi, ülke ekonomilerine ve hizmet endüstrisinin büyümesine katkı sağlamıştır. Dünya turizm gelirini artırmak isteyen ülkeler: turizmin çeşitlendirilmesi ve sürekliliğinin sağlanması için ülkelerin turistik ürün bileşenlerinde çekicilik unsurunu yeterli bulmayarak, kültürel öğeleri, özellikle de gastronomi kültürünü ön plana çıkarmak istemektedirler. Gastronomi olgusu, turistlerin destinasyon seçiminde de etkili olabilen, turizmle bütünleşerek gerek iç, gerekse dış turizmde önemini artırarak, ülke ekonomisine de artı gelir olarak katkıda bulunmaktadır (Bucak ve Aracı, 2013:207).

Gastronomi turizmi, her hangi bir bölgeye ait yöresel özelliği olan bir yemeğin veya ürünün üreticisini, üretim sürecini yerinde görmek, incelemek ve yine belirli bir bölgeye ait yiyecek veya içecek festivali ile o yörenin adını duyurmuş restoranları ile özel alanlarını ziyaret etmek amacıyla yapılan seyahatlerdir (Birdir ve Akgöl, 2015:58).

Gastronomi yemek zorunda olan insanoğlu ilgili akılcı bir bilimdir ve yemeği turizmin anahtar kelimesi olarak görür. Gastronominin kültürel mirası, kimlik

duygusunu, saygınlığı, statüyü ve otantikliği taşıyabilme yeteneği vardır (Chaney ve Ryan, 2012:310).

Yemek yeme hayatın devam etmesi için yapılması gereken fiziksel ihtiyaçlardan bir tanesidir ve artık insanların dışarda buluşarak hoş zaman geçirecekleri bir etkinlik haline dönüşmüştür; bu turizm endüstrisi içinde yiyecek-içecek endüstrisinin gelişmesini sağlamıştır. Yiyecek-içecek sağlayan bir tesiste kalsın kalmasın turistler konakladıkları tesisten çıkarak dışarda yemek yemeyi tercih etmektedirler. Çünkü tesisin bulunduğu coğrafyadaki insanların gelenek ve görenek ve kültürleri hakkında bilgi sahibi olmak istemektedirler. Yerel yemekler bu amacı gerçekleştirmenin en güzel yolu olmaktadır (Sormaz, Akmese, Gunes, ve Aras, 2016:726). Turistler yaygın alışkanlıkların dışında şarap turizmi, gıda ve zeytin turizmi gibi farklı duyulara ve duygulara hitap eden yeni turistik ürünlere rağbet göstermeye başlamışlardır. Tam bir duyusal deneyim olan yiyecek-içecek turizmi, o yiyecek ürünü üreten, tüketime sunan insanların günlük yaşam stillerini yansıtır çünkü yemek kültürü, köklerinde çok daha derin bir kültür ve gelenekleri barındır (Pérez Gálvez, Granda, López-Guzmán, ve Coronel, 2017:604). Yapılan çeşitli araştırmalar gastronominin turizm deneyiminin ayrılmaz bir parçası olduğu göstermektedir ve bazı durumlarda ise seyahat etmenin temel motivasyonu olabileceği vurgulamaktadır (McKercher, Okumus, ve Okumus, 2008:138).

Yerel değerlerin ön plana çıkarılması eğilimi, turizm pazarında yaşanan en önemli değişimlerden bir tanesidir. Günümüz turist yapısı, bölge kültürüne uyum sağlamayı seven, kültürün tüm öğelerini görmek ve yaşamak isteyen bir eğilime sahiptir. Bu nedenle destinasyonlar farklılıklarını ortaya koyarak yerel değerleri ön plana çıkartmakta diğer destinasyonlarla rekabet gücünü bu şekilde artırma çabası içerisindedir (Yüncü, 2009:27). Yöresel yiyecekler destinasyonun çekiciliğini, başarısını artırdığı için bölgesel farklılığı ortaya koyabilmenin en iyi yolu olarak gözükmektedir. Yiyeceklerinin iklim, konaklama ve doğadan sonra dördüncü çekicilik unsuru olarak ifade edilmektedir (McKercher vd., 2008:138).

Türk Mutfağı, dünyanın en zengin mutfakları arasında yer almaktadır, doğru bir konumlandırma ve yaratılacak çekici bir imaj çalışması ile markalaşma çabası

içindeki destinasyonlara büyük katkılar sağlayacaktır. Türk Mutfağının tarihi çok eskilere dayanmaktadır; Orta Asya'dan günümüze kadar çeşitli etnik kökenli milletlerin bir arada yaşayarak oluşturduğu şekliyle günümüze kadar gelmiş ve dünya mutfakları arasındaki seçkin yerini almıştır. Bu yüzden gastronomi turizmi, iç ve dış turizm faaliyetlerini hızlandırmada Türkiye'de de birçok destinasyon açısından önem taşımaktadır (Göker, 2011:1).

Genel olarak tahıl, çeşitli sebze ve bir miktar etle sulu olarak hazırlanan yemek türleri, çorbalar, zeytinyağlılar ve hamur işleri ve kendiliğinden yetişen otlarla hazırlanan yemeklerden oluşan Türk Mutfağı; pekmez, yoğurt, bulgur vb. gibi kendine özgü sağlıklı yiyecek türlerini de ortaya çıkarmıştır. Yöreden yöreye farklılaşan lezzetleri barındıran yeme-içme biçimleri, özel gün, kutlama ve törenlerde ayrı bir anlam hatta kutsallık taşır. Türk Mutfağı, çeşit zenginliği ve damak tadına uygunluk yönünden olduğu kadar birçok yemek ve yiyecek türü ile sağlıklı ve dengeli beslenmeye ve vejetaryen mutfağına kaynaklık edebilecek örnekleri barındırmaktadır (http://aregem.kulturturizm.gov.tr/). Ancak özellikle gençlerin fast food alışkanlıkları, yabancı kültürlerin yemek kültürlerine ilgi göstermeleri ve yabancı markaların her yerde fast food zincirleri oluşturmaları yedi bölgesinde farklı yöresel lezzetlerin bulunduğu Türk yemek kültürünün hem kendi içinde hem de yabancılar tarafından bilinirliğini sağlamakta bazı aksaklıklara yol açmaktadır. Yöresel yemeklerin ve içeceklerin tanıtımı yapılmalı bazı yöresel ve bölgesel yemeklerin markalaşması sağlanmalıdır (Ünal, Gastronomi Turizmi, 2016:245). Türkiye'de her coğrafi bölge farklı lezzetleri içerisinde barındırmasına rağmen, gastro seyahatlerin paket turlarda hak ettiği yeri alamaması, Türkiye'nin ulusal ve uluslararası boyutta yemek konusunda etkinliğinin azalmasına yol açmıştır (Dilsiz, 2010:21).

Ülkelerin artık mutfaklarıyla tanındığı günümüzde, Dünya mutfak kültürüne sunabileceği birçok özgün yemek bulunan Türk mutfak kültürü yöreselliği ön plana çıkararak mutfak ağırlıklı etkinlikler, fuar organizasyonları, yemek yarışmaları düzenleyerek tanıtım faaliyetleri yapmalıdır (Belpınar, 2014:23).

### 1.8.1.12. Kuş Gözlemciliği (Ornito Turizm)

Kuş gözlemciliği doğayı kuşların dünyasından tanımaya olanak veren bir gözlem sporudur. Kuşların bir yeri geçici yaşam alanı seçmesi o yerin sağlıklı bir çevre olduğunun göstergesi niteliğindedir. Kuş gözlemciliği herhangi bir mevsime bağlı kalmaksızın 365 gün 24 saat yapılabilen bir faaliyettir. Kuş gözlemciliği eko-turizm kapsamında değerlendirilen, çıplak gözle veya görüntüyü büyütmeye yarayan bir cihaz yardımıyla kuşları gözlemlemek olarak tanımlanır ( https://www.aba.org, 2018). Kuş gözlemciliği, vahşi yaşamı korumak ve kollamakla direk ve güçlü bir ilişkisi olduğu gibi iyi bir rekreasyon faaliyetlerinden bir tanesidir; kuş gözlemcileri yaptıkları işe çok düşkün insanlar oldukları için bu faaliyetlerini yürütebilmek için çok seyahat eden ve azımsanmayacak miktarda para harcayan turistlerdir (Sezgin, Kaya, ve Ünüvar, 2017:139).

Kuş gözlemciliğinin sadece gelir getirici özelliği yoktur bunun yanı sıra eğitim ve doğayı koruma için uygulanabilir bir araçtır (McKay, 2007:177). Kuş gözlemciliği turizmi, yerel halkın ekonomik ve sağlıklı çevre gelişimine, biyolojik çeşitliliğin değeri konusunda bilinçlendirilmesine; doğal alanların korunması için bölgesel ve ulusal teşvikin yaratılmasına büyük katkılar sağlamaktadır. Kuş gözlemciliği faaliyetlerini yürütürken doğaya verilen rahatsızlık azaltılmalı ve kuş gözlemciliğinin, yerel ekonomiye katkısının artırılması için, daha fazla girişimlerde bulunulmalıdır. Temiz hava ve doğal güzellikler kuş gözlemcilerinin değer verdiği niteliklerdir. Ayrıca destinasyonun ulaşım kolaylığı, konaklama ve yeme-içme tesislerinin varlığı, rehberlik, güvenlik ve sağlık hizmetlerinin sunulması da dikkat ettikleri diğer hususlardır(Garda, 2010:26).

### 1.8.1.13. Çiftlik Turizmi

1990'lı yıllardan itibaren eko-turizm, kırsal turizm, toplum temelli turizm, doğa turizmi vb. alternatif turizm türlerinin gelişmesini sağlayan argüman kitle turizminin yıkıcı olumsuz etkileri; turistin doğal çevrenin korunmasına yönelik olarak gösterdiği hassasiyet ve turistlerin değişen seyahat motivasyon ve beklentileri turizm pazarını da değiştirmiş ve çeşitlendirmesi olmuştur. Eko-turizm, kırsal ve kültürel turizmin

ögelerini içermektedir. Hassas doğal ve kültürel alanlarda geliştirilebilecek yıkıcılıktan uzak ve doğal çevrenin korunmasına en uygun turizm türü olarak ifade edilmektedir. Kitlesel turizm hareketinin çevre ve toplum üzerindeki olumsuz etkileri olması ve kontrolsüz gelişmesi, eko-turizmi sürdürülebilir gelişmenin sağlanmasında önemli bir araç ve alternatif haline getirmiştir (Kuter ve Ünal, 2009:146).

Endüstrileşmenin hızlı yükselişinden dolayı özellikle gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde ekonomik, siyasi, toplumsal ve teknolojik gelişmelerin bir sonucu olarak kırsal bölgelerdeki yaşayan insan toplulukları arasında önemli yapısal değişiklikler yaşanmıştır. Kırsal alanların bu değişime uyumlu hale getirilmesi ve kalkınması değişik modeller geliştirilmiştir. Bu kapsamda çiftlik turizmi önem kazanmış ve ön plana çıkmıştır. Çiftlik turizmi tarımsal ürün çeşitlendirmesinde ve yerel kalkınmanın tamamlayıcı bir aracı olmuştur (Gössling ve Mattsson, 2002:17).

Çiftlik turizmi, kırsal turizm çerçevesinde doğaya karşı duyarlı güçlü bir çevre unsuru ile birlikte ele alınan bir turizm şeklidir. Çiftlik turizmi ile ilgili birçok tanım yapılabilmektedir ama genel olarak turistlere çiftlik sahibi ile birlikte çiftlik işlerini ve diğer tarımsal faaliyetlerini yapabilme olanağı sunan ve çiftliklerde gerçekleştirilen turistik faaliyetler temeline dayanmaktadır (Ersöz ve Bozkurt, 2015:3).

Dünya'da çiftlik turizm ile ilgili yapılan faaliyetlere bakıldığında Almanya, Avusturya, Fransa, İspanya ve İtalya'nın bu konuda çok mesafeler kat ettiği görülmektedir. Adı geçen ülkelerde çiftlik turizmi hem kalite hem de özgünlük bakımından ileri seviyededir. 2012 yılında yapılan bir araştırmada, İtalya'nın Südtirol bölgesindeki tarım işletmelerinin %10'luk bir kısmının çiftlik turizmi yaptığı belirtilmiştir. Bölgedeki gecelemelerin %5'i bu çiftliklerde gerçekleşmiştir. Avusturya çiftlik turizminden yıllık 1-1.2 milyar avro gelir elde etmiştir. Fransa'da ise 18.000 tarım işletmesi aynı zamanda çiftlik turizmi de yapmaktadır (Ergüven, 2013).

Türkiye'deki çiftliklere bakıldığında çoğu çiftliklerin aileler tarafından işletildiği görülmektedir. Çiftçilik faaliyetlerinin genellikle çocuklu ailelerin

yürüttüğü çiftlik işletmelerinde, bisiklet turizmine yönelik çiftlikler, organik tarım yapılan çiftlikler, binicilik çiftlikleri, engelsiz tatil çiftlikleri, şarap çiftlikleri, yayla çiftlikleri ve sağlık çiftlikleri bulunmaktadır (Ergüven, 2013:1).

Türkiye'de 1990 yılından beri faaliyet gösteren Buğday Hareketi adlı kuruluş 2002 yılında Buğday Ekolojik Yaşamı Destekleme Derneği adı altında kurumsal bir yapıya dönüşerek, TaTuTa(Tarım, Turizm, Takas) projesini hayata geçirmiştir. TaTuTa projesi ile Türkiye genelinde 34 noktada 72 çiftlikte uygulanmıştır. Proje ekolojik tarım yapan çiftçileri turizm faaliyetleriyle daha aktif hale getirerek maddi ve manevi anlamda desteklemeyi amaçlamaktadır (Kılıç ve Kurnaz, 2010:43-45). Bu programın diğer bir amacı da bireylerin kendi yaşamlarını sürdürürken diğer yaşamlarla uyum ve bütünlük içinde saygılı ve bu bilince ulaşmış bireyler yetiştirmek olarak açıklanmıştır. Dernek bu amaca ulaşmak için iyi örnekler oluşturma, var olana destek olma ve bilginin dolaşımını sağlama" misyonunu üstlenmektedir. "Ekolojik çiftliklerde Tarım Turizmi ve Gönüllü Bilgi, Tecrübe Takası" projesi kısa adıyla TaTuTa bu misyon doğrultusunda tasarlanmış ve yürütülen bir projedir (www.tatuta.org, 2019). Proje kapsamında turistler gönüllü veya konuk olarak ekolojik çiftliklere ziyaretler tasarlamakta ve hayata geçirmektedir. Gönüllüler veya konuklar ziyaret ettiği çiftliklerde eşsiz bir deneyim yaşayarak çevre ve doğa bilinci oluşturulmaktadır (www.bugday.org, 2019).

Eğitim ve gelir seviyesi yükselen turistler, kent yaşamının yoğunluğu ve gürültüsünden, iş hayatının verdiği stres ve geriliminden uzaklaşmak için doğaya ve kırsal hayata yönelmektedirler. Sosyal ve demografik yapılardaki köklü değişimler turistleri farklı arayışlar içine itmektedir. Agro-turizm olarak da bilinen çiftlik turizmi turistlerin farklılık arayışlarına cevap verebilecek özellikleri taşımaktadır.

# İKİNCİ BÖLÜM

# BÖLGESEL KALKINMA

Bu bölümde kalkınma ve bölgesel kalkınma açıklanmıştır. Bölge ve bölge türleri ekonomik gelişmişlik düzeylerine göre, ekonomik yapılarına göre ele alınmıştır. Bölgeler arası dengesizlik sebepleriyle birlikte açıklanmış, turizmin bu dengesizliği giderici etkileri incelenmiştir. Bölgesel turizm gelişimi "Türkiye Turizm Stratejisi 2023" içinde ele alınış biçiminden bahsedilmiştir.

## 2.1. Bölgesel Kalkınma

Kalkınma toplumun ve bireyin ekonomik, sağlık, barınma, eğitim, beslenme gibi fiziksel kalitesinin artması gibi göstergelerin yukarı yönde değişmesi anlamına gelir Kalkınma, üretim ve kişi başına ulusal gelirin artırılmasıyla birlikte, ekonomik ve sosyokültürel yapısının da değiştirilmesi anlamına gelmektedir. Bir başka ifade ile kalkınma, bir ülkenin yapısal niteliklerinin olumlu yönde değişimidir (Tolunay ve Akyol, 2006:118) . Ekonomik büyüme ve kalkınma, tüm ülkelerin en belirgin temel amacıdır; amaca ulaşmadaki temel ilke ise, ülkenin mevcut kaynak ve imkânlarını en rasyonel, en verimli şekilde kullanmaktır. Ülkelerin büyüme ve kalkınma süreçleri bölgelerarası kalkınmışlık farklılığı kavramı, az gelişmiş bölgeler, gelişmiş bölgeler gibi kavramları beraberinde getirmiştir. Bölgeler arası farklılıkların ve dengesizliklerin sosyal refah açısından yaklaştırılması; farklılıkların giderilmesi politikasını da doğal olarak beraberinde getirmiştir. Gelişmeler "Bölge" ve "Kalkınma" kavramlarının bir bütün olarak ele alınmasına yol açmış, planlama ve bölgesel kalkınma çabalarında alternatif politika arayışlarını gündeme getirmiştir (Arslan,2005:276). Bölgesel kalkınma politikalarının temel amacı, bölgelerarası gelişmişlik farklarını azaltmak ve genellikle büyük kentlere doğru aşırı bir şekilde göç veren kırsal alanlardaki asgari yaşam standartlarını geliştirmektir. Böylece bölgesel kalkınmayla, bölgelerin gerek ülke içinde gerekse de ülke dışında rekabet edilebilirliklerini artırmak suretiyle ulusal refahın ülke geneline dengeli bir şekilde yayılması amaçlanmaktır (Sevinç, 2011:36). Bölgelerarası dengesizlikler dünyanın hemen her ülkesinde görülmektedir. Ülkeler de, bölgelerarası dengesizliklerini

gidermek, dengeli kalkınmayı sağlayabilmek ve yatırımların geri kalmış bölgelere yönlendirilmesini sağlamak amacıyla çok çeşitli teşvik mekanizmalarına başvurmaktadır. Ancak, günümüzde kalkınmayı sağlamada başvurulan yöntemlere hâkim olan temel felsefede değişimler yaşanmıştır. Günümüzde kalkınma, merkezin tam anlamıyla güdümünde "Siyasi erkin tanımladığı şekilde, bürokratlardan halka, yukarıdan aşağıya" doğru gerçekleşen süreçler olmaktan çıkmıştır. Yerel ve bölgesel potansiyelin ortaya çıkarılmasını ve bu potansiyele göre bir bölgesel kalkınma stratejisi geliştirilmesini hedefleyen "Halktan başlayan, aşağıdan yukarıya" doğru bir biçim almıştır (Özer, 2008:396)

"Bölge" sözcüğü ile ifade edilen mekân biriminin boyu ve içeriği sözcüğün kullanıldığı bağlama göre değişebilir hatta aynı bağlamda farklı anlamlarda kullanılabilir. Örneğin; bölge sözcüğü kimi zaman bir kentin birkaç mahallesini içine alan bir alan için, bazen de bir ülkenin birkaç ilini içine alan bir alan için, kimi zaman da dünyanın birkaç ülkesinin dâhil olduğu alan için kullanılabilmektedir (Doğan ve Yıldız, 2007:148-149). Bölge kavramı açık ve net bir kavram değildir. Bu yüzden bölge yerine mekân kullanılma eğilimi oluşmuştur. Fakat genel olarak bölge kavramı, belirli kıstas bakımından homojen olan, şehirden büyük ülkeden küçük alanlar için kullanılmaktadır. Burada homojenliğin vurgulanmasının sebebi bölgelerin, yeryüzünde belli özelliklere sahip alanların bir araya gelmesi ile ortaya çıktığını ifade etmek içindir. Ancak bazı kıstaslar bakımından homojen olarak görünen bölgeler farklı kıstaslara göre bakıldığında farklılıklar gösterebilmektedir. Burada önemli olan hangi kıstaslara göre bölgeye bakıldığıdır. Ekonomik açıdan değerlendirildiğinde geleneksel kalkınma iktisatçılarının kullandığı bölge kavramı ise, genel olarak bir ülkenin alt mekânsal birimlerini yansıtmaktadır. Bölgeler ekonomik analize tabi tutulurken ikili bir ayrıma sokulurlar. Bunlardan birincisi, bölgelerin ekonomik yapılarına göre yapılan ayrım, ikincisi ise, ekonomik gelişmişlik seviyelerine göre yapılan ayrımdır.(Doğan ve Yıldız, 2007:149; Karaçay ve Erden, 2004:79).

Bölgesel kalkınma olgusu, sanayileşme süreci ile birlikte önem kazanmış ve ekonomi literatürüne girmesi II. Dünya Savaşından sonra gerçekleşmiştir. "Yerleşme

Ekonomisi" ya da "Alan Ekonomisi" olarak da tanımlanan bölgesel kalkınma ve "Dengesiz gelişme" konularında Perroux, Myrdal, Hiresshman, Samir Amin ve Rostov gibi araştırmacılar çalışmalar yürütmüşler. Friedman ve arkadaşları ise bilinen "Merkez- çevre" kuramını geliştirmişlerdir. 1970'li yıllardan sonra giderek hızlanan küreselleşme süreci ise bölgelerin iç dinamiklerini ve sosyal aktörlerin katılımını ön plana çıkaran, uluslararası etkileşimleri de dikkate alan yeni bölgesel kalkınma anlayışlarının oluşmasına sebep olmuştur. Yerleşmeler ve sadece fiziksel sınırlar içerisinde düşünülen alan kavramı, zamanla "Ekolojik çevre" ve "Sosyoekonomik benzerlik gösteren çevre" veya "Gelişme havzası" olarak tanımlanmaya başlanmıştır. Bölgesel kalkınma anlayışında yaşanan bu değişimler, yönetim anlayışında da zaman içerisinde önemli değişiklikler yaratmış ve bölgesel kalkınma süreci, demokratik katılımlı bir yapıya dönüştürülmüştür. Kalkınma ajansları bölgesel kalkınma süreçlerine dinamizm getiren bir olgunun ilginç örnekleridir (Kargı, 2009:20).

Bölgeler ekonomik gelişmişlik düzeylerine ve ekonomik yapılarına göre iki kategoride incelenebilir.

### 2.1.1. Bölgesel Kalkınma Modelleri

Bölgesel kalkınma modellerinin temel motifi her zaman bölgeler arasında denge sorunu olmuştur; dengesizliğin oluşumunu, bölgesel farklılaşmaları ve kutuplaşmaları analiz etmek olmuştur. Ekonomik gelişme süreçlerinde, kutuplaşmalar genellikle bölgesel kalkınma sektörleri ve bölge boyutlarında gerçekleştiği bilinmektedir. Pazar büyüklüğü, alt yapı durumu, hammaddeye yakınlık, yan sanayi, insan gücü ve okul-hastane gibi sosyal üst yapıların bulunduğu yerlerde bir veya birkaç sanayi kuruluşu bir araya gelerek kutup olarak ortaya çıkmaktadır (Saraç, 2006:41). Aşağıda bölgesel kalkınma modellerine kısaca değinilmiştir.

#### 2.1.1.1. Kalkınma Kutupları ve Sektörel Kutuplaşmalar Modeli

Fransız iktisat bilimci Francois Perroux tarafından ortaya atılan bu modele göre iktisadi kalkınmanın ülkenin her yerinde aynı zamanda senkronize bir biçimde

gerçekleşmeyeceğini, bazı bölgelerin öncelik kazanacağını, bir başka deyişle belirli kalkınma kutuplarının oluşacağını ileri sürmektedir (İlkin, 1983:120). Türkiye'de İstanbul'un diğer bölgelere göre çok daha ileri düzeyde gelişmesi buna örnek verilebilir. Bu durumda kalkınma kutbu olgusunu şöyle açıklamak mümkündür: Kalkınma, ekonomik mekânın tümünde birden ortaya çıkmamaktadır. Çoğu zaman bir bölge ya da mekânda sosyal etmenler, insan kaynaklarının varlığı ve hammaddeye yakınlık gibi etkenler sonucu ekonomik faaliyetler diğer yörelere oranla daha yoğun olmaktadır. İşte bu ekonomik faaliyetlerin belli bölgelerde daha fazla yoğunlaşması sonucu ortaya çıkan yoğun ekonomik ünitelere bütünü kalkınma kutuplarını ortaya çıkarmıştır. Kalkınma kutupları bölgeler arası dengesizlik yaratırlar (İlkin, 1983:19-20).

Kalkınma kutuplarında *sürükleyici sektörler* bir de *sürüklenen(bağlı) sektörler* vardır (Dinler, 2005:411-413). Örneğin bir bölgede salça fabrikası açılması sürükleyici bir sektördür. Ona hammadde sağlayan tarım sektörü ise bağlı sektör olmaktadır. Turizm önemli bir sürükleyici sektördür ve onun sürüklediği sektör sayısı bir hayli fazladır; inşaat, mobilya, ulaşım, sağlık hizmetleri vs. turizm sektörünün sürüklediği sektörlerden bazılarıdır.

### 2.1.1.2. Myrdal Modeli

İsveçli ekonomist Gunnar Myrdal tarafından ortaya atılan bu modele göre ülke boyutunda ekonomik gelişmenin sağlanabilmesi için, çeşitli bölgelerde "büyüme noktaları"nın yaratılması gereklidir. Myrdal yaklaşımında büyüme noktalarına sahip bölgeler, gelişme bölgelerini oluşturur; diğer bölgeler ise az gelişmiş ve gerileyen yoksul bölgeleri oluşturmaktadır. Gelişme bölgesinin çevreye yaydığı olumlu yayılma etkisi ve olumsuz geri itme etkisi veya polarizasyon etkileri söz konusudur. İlk etki, büyüme kutbundan gittikçe yayılır ve çevresinin gelişmesini sağlamaktadır. Bu olumlu etki, mal ve faktör hareketlerinden kaynaklanan bir etkidir. Polarizasyon etkisinde ise, büyüme kutbunda diğer bölgelerin gelişmesini engelleyen ya da diğer bölgelerin gelişmesini zorlaştıran etkilerden oluşan durum ifade edilmektedir (Saraç, 2006:47). Az gelişmiş bölgelerdeki insanların çok gelişmiş bölgelere giderek insan kaynaklarını çeşitlendirmesi ve yatırımcıların ise çok

gelişmiş bölgelere yatırıma devam edip az gelişmiş bölgelere yatırım yapmaktan imtina etmesi bu duruma örnek gösterilebilir.

#### 2.1.1.3. J. Friedman'ın Yaklaşımı: Merkez Çevre Modeli

Avusturya asıllı Amerikalı şehir planlamacısı ve ekonomist John Friedman ortaya koyduğu bu modele göre bölgesel gelişme merkez ve çevre olarak farklılaşmaktadır. Ekonomik gelişmeler bir merkezde yoğunlaşır ve çevre bu gelişmiş merkeze bağımlı hale gelir. Bu yüzden merkez-çevre ilişkisi koloniyel bir yapı halini alır ve bu yüzden yetişmiş iş gücü, sermaye ve doğal kaynaklar bu merkeze doğru akış içindedir (Saraç, 2006:48).

#### 2.1.1.4. Boudeville Yaklaşımı

Fransız iktisatçı Jacques Raoul Boudeville tarafından geliştirilen bu yaklaşıma göre firma ve endüstrilerin yerel ilişkileri, bölgesel düzeyde kümülatif yığılma ve farklılaşmaya yol açmaktadır. Boudeville, Perroux'nun görüşlerini coğrafik mekâna aktarmış ve bölgesel sektörel büyüme kutuplarını geliştirmiştir. Böylece, belli sektörlerdeki ekonomik büyüme, aynı zamanda belli coğrafik bölgelerde gerçekleşmektedir. Boudeville'e göre endüstriler arası girdi-çıktı ilişkisinin yaşandığı matematiksel mekânın, coğrafi mekâna uygulanması sonucunda ekonomik mekâna ulaşılmaktadır. Ekonomik mekân ise hem bölgeler hem de sektörler arası ilişkileri içermektedir dolayısıyla ekonomik süreç hem sektörel hem bölgesel boyutlarda oluşmaktadır (Saraç, 2006:49).

Boudeville, ekonomik mekânı üçe ayırmaktadır. Bunlar:

- Benzer öğelerden oluşan homojen, merkezcil ve merkezkaç kuvvetlere sahip mekân,
- Farklı gelişme odakları gösteren heterojen veya kutuplaşmış mekân,
- Gelişme politikasının bir aracı olan plan mekânlar (Saraç, 2006:49).

### 2.1.2. Ekonomik Gelişmişlik Düzeylerine Göre Bölge Türleri

Bölgeleri ekonomik gelişmişlik düzeyine göre sınıflandırma dinamik bir süreçtir çünkü sınıflandırmada kullanılan ayırıcı nitelikler sürekli değişim ve gelişim gösteren niteliklerdir, asla durağan bir yapıda değillerdir. Fakat ekonomik yapılarına göre bir ayırım yapılacaksa bu statik bir incelemeyle yapılmaktadır. Gelişmişlik düzeyine göre bölge türleri dört gruba ayrılmaktadır. Bunlar; gelişmiş bölge, az gelişmiş bölge, gelişme potansiyeli olan bölge, gelişme potansiyeli az olan bölgelerdir (Doğan ve Yıldız, 2007:150).

#### 2.1.2.1. Gelişmiş Bölge

Sanayileşme ve şehirleşme derecesi fazla olan, zengin ve verimli topraklara sahip olan bu bölgelerdeki kişi başına gelir genellikle ülke ortalamasının üstündedir. Gelişmiş bölgenin gelişmişliği ile sadece ekonomik bakımdan gelişmişlik kastedilmemektedir; aynı zamanda sosyal ve kültürel göstergelere göre de gelişmiş özellikleri göz önüne alınmaktadır. Bu tür bölgelerde eğitim ve sağlık hizmetleri ülke ortalamasının üstündedir, okur-yazarlık oranı yüksektir, vasıflı işgücü potansiyeli yüksektir, yüksek gelire bağlı olarak tasarruf ve yatırım fazla ve süreklidir, sosyal ve kültürel ihtiyaçlar en üst seviyede karşılanmaktadır ve bölge yüksek istihdam olanakları sebebiyle sürekli göç almaktadır (Ildırar, 2004:19).

Gelişmiş bölgelerin belirgin özellikleri aşağıdaki gibi sıralanabilir(Gündüz, 2006:14) ;

- Üretim faktörlerinin verimliliği yüksektir,
- Faktör dağılımında aşırı dengesizlik yoktur veya azdır,
- Altyapı yatırımları yeterlidir,
- Doğal çevre gelişmeye elverişlidir,
- Bölgede gelir dağılımı düzenli ve dışarıdan göç almaktadır,
- Gelişmiş bölgelerin kalkınma hızları yalnız geri kalmış bölgelerin değil aynı zamanda ülke kalkınma hızından da yüksektir,
- Bölgede tasarruflara bağlı olarak yatırımlar da yüksektir.

### 2.1.2.2. Az gelişmiş Bölge

Daha ziyade tarıma dayalı ekonomik yapıya sahip, kişi başına düşen geliri düşük, sanayileşme ve şehirleşme oranı az ve gelir dağılımının adaletsiz olduğu bölgelerdir. "Az gelişme" dediğimizde çok boyutlu olayın bölge ölçeğinde gözleneni, "Bölgesel az gelişme" adını taşımakta, böylece, "Az gelişmiş ülkelerin" yanı sıra bir de "Az gelişmiş bölgeler" ortaya çıkmaktadır. Bu bölgeler çeşitli sosyal ve ekonomik kıstaslar göz önüne alındığında diğer bölgelere ve ülkenin bütününe göre, ekonomik avantajları olmayan bölgelerdir. Gelir seviyesinin düşük olmasından dolayı tasarruf eğilimi azdır ve yatırım için sermaye yetersizdir. Altyapı yatırımlarında önemli eksikliklerin varoluşu, bölge dışına göç vermesi, nüfus artış hızının yüksekliği ve haberleşme ve ulaşım ağı yetersizliği azgelişmiş bölgenin temel özelliklerindendir (Gündüz, 1994:9) . Tütengil (1971:1)'e göre söz konusu olguyu doğuran başlıca nedenler şöylece özetlenebilir: az gelişmiş bölgeler bir ülkenin bütününe kıyasla yalnızca yeteri kadar gelişmemiş bölgeler olmayıp, sosyal yapı farkları bakımından da ülkeden bazı özellikleri ile ayrılan bölgeler görünüşündedir. Coğrafyadan gelen fizikî soyutlanma veya elverişsizlik koşulları, etnik ayrılıklar, demografik özellikler, ülkenin bütünü ile birlikte gelişmeyi engelleyen veya sınırlayan bir ilişkiler düzeninin varlığı bölgesel az gelişmeyi doğuran en önemli sebepler arasında yer alır. Az gelişmiş bölge tipleri incelendiğinde, konunun evrensel bir yanının bulunduğu, gelişmişliğin her derecesinde ortaya çıkabileceği görülmektedir.

Az gelişmiş bölgelerin bazı temel özellikleri vardır. Bu özellikler özetle aşağıda belirtilmiştir (Kulaksız, 2008:15);

- Faktörlerin verimliliği zayıftır,
- Faktör dağılımı bozuktur,
- Altyapı yatırımları yetersizdir,
- Doğal çevre gelişmeyi olanaklı kılmamaktadır,
- Bölgede gelir dağılımı düzensizliğinden dolayı, dışarıya göç vermektedir,
- Bilim insanı sayısı azdır,
- Basit ve gelişmemiş teknoloji kullanılır,

- Nüfus artış oranı ise yüksek, beslenme, eğitim ve sağlık hizmetleri düzeyleri düşüktür,
- Tarıma dayalı bir ekonomik yapı mevcuttur,
- Halkın çoğunluğunun tarım sektöründe çalışmasına rağmen sektörel katma değer artış hızı oldukça küçüktür ve kimi zaman negatif bir durum gösterir.

#### 2.1.2.3. Potansiyel Gelişme Bölgesi

Bünyesinde gelişme potansiyeli bulundurmalarına rağmen bu potansiyelin uzun süre harekete geçirilememesi sonucu az gelişmişlik yapısından kurtulamamaktadır. Yeraltı ve yerüstü kaynakların bilinmemesi veya bilinmesine rağmen yeterince değerlendirilememesi, bölgeye özel ve kamu yatırımlarının çekilememesi, mevcut işgücü potansiyelinden yararlanılamaması sonucu az gelişmişliğini sürdürmesine rağmen gelişmesini de devam ettirmektedir. Gelir seviyesi itibariyle ülke ortalamasının altında ve bu bakımdan az gelişmiştir. Yine de bu tür bölgelerin gelişme hızı bakımından ülke ortalamasının üstünde olduğu için gelişmekte olan biraz gelişmiş bir bölgedir (Doğan ve Yıldız, 2007:151).

#### 2.1.2.4. Potansiyel bakımdan az gelişmiş bölge

Geleneksel endüstriyel faaliyetlerin çöküşü, sınaî faaliyetleri sürdürecek fiziki altyapının yetersiz kalması ve hammadde kaynaklarının tükenmesinden dolayı, bölgelerin bünyelerinde bulundurdukları gelişme potansiyellerini kaybetmiş olurlar ve gelişme potansiyelini kaybederek az gelişmiş bölge haline gelirler. Bu bölgelerin kişi başına düşen ortalama gelir seviyeleri ülke ortalamasının üstünde olsa da gelişme hızları ülke ortalamasının altında olduğu için gittikçe refah düzeyi düşecek ve az gelişmiş bölgeler arasına katılabileceklerdir (Doğan ve Yıldız, 2007:151).

### 2.1.3. Ekonomik Yapılarına Göre Bölge Türleri

Bölgelerin belirli zaman ve mekândaki durumları göz önüne alınarak ekonomik yapılarına göre analiz edilerek farklı gölge türleri belirlenir. Ekonomik yapılarına göre bölge türleri üç tanedir. Bunlara kısaca değinmekte fayda vardır:

### 2.1.3.1. Homojen Bölge

Bir ülkede bölgelerarası gelişmişlik farkının azaltılması veya giderilmesi politikasında başvurulacak bir bölgesel ayrım modelidir. Aynı gelişmişlik seviyesinde olan komşu kentler gelişmişlik düzeyi bakımından homojen bölge oluştururlar. Bir ülkedeki çeşitli bölgelerin gelişmişlik seviyesi yönünden birbirinden ayrılmasından başka bir şey olmayan homojen bölgenin daha iyi kavranabilmesi için öncelikle homojen bölge kavramını ortaya koymak ve bölgeyi analiz etmek gerekmektedir (Kulaksız, 2008:5). Ülkelerdeki farklı farklı bölgeler olmasına rağmen bu bölgeler bazı ortak veya benzer özellikler taşımaktadır. İşte homojen bölge, bir veya birçok kritere göre aynı seviyede olan ve birbirini takip eden kesimlerin oluşturduğu bütündür. Diğer bir ifadeyle bu bölgeler, karakteristik olarak birbirine en yakın birimlerin oluşturduğu sürekli bir mekândır. Burada kıstas ekonomik aktivitelerin yerine getiriliş şekli, coğrafi durum ve konum, gelirlerdeki seviyesi, üretilen mal ve hizmetlerin cinsi veya demografik olarak ekonomik ve sosyal özellikleri olabilir (Doğan ve Yıldız, 2007:149). Homojen bölge, birbirine komşu homojen alanları ifade eder. Bu mevcut durumun saptanması için bize yardımcı olur (Erkan, 1999:120-121; http://www.ekodialog.com) .

### 2.1.3.2. Polarize Bölge

Bir yerleşim merkezi, kendisinden daha küçük birkaç yerleşme merkezini etki altına alıyorsa, bu merkeze cazibe merkezi denir. Cazibe merkezleri arasında hiyerarşik bir yapı vardır. Cazibe bölgesinin oluşturduğu alan ile oluşturduğu bölgeye polarize bölge denir. Bu durum fonksiyonel ilişkiler yönünden yardımcı olmaktadır (Erkan, 1999:120-121; http://www.ekodialog.com).

Bölgeler arasındaki mevcut gelişmişlik farklarının saptanması ile elde edilen homojen bölge ayrımı, statik bir değerlendirilmeye tabi tutulurken bölgesel politikalar belirlenirken dinamik bir yaklaşım sergilenmektedir. Çünkü homojen bölge ayrımı, bölgesel gelişme politikaları için gerekli olan, bir bölgenin diğer bölgelerle olan ilişkilerinin yoğunluğunu dikkate almaz. Polarize bölge yaklaşımı

sosyo-ekonomik gelişmişlik farkının boyutlarının ne olduğunun ortaya konulmasını sağlar (Kulaksız, 2008:7).

Polarize bölge bir merkez ve onun etki kapsamına giren hinterlandından oluşmaktadır. Bir ülkedeki bütün yerleşme merkezleri birbirleriyle etkileşim halindedir. Polarize bölge bu etkileşim içindeki bölgelerin içinde diğer bölgelerle en fazla ilişki içinde bulunan bölgedir. Çünkü küçük merkezler, ekonomik olarak kendilerinden daha büyük bir merkeze bağlıdırlar. Bu durumda küçük merkezleri kendine bağlayan merkez, cazibe merkezi haline gelmiş ve büyüme kutbu olmuştur. Bu tür büyüme kutuplarının yönetilebilir coğrafi bölgelere yerleştirilmesi, "Polarize Bölge" kavramının ortaya çıkmasına neden olmuştur; bir merkezle ekonomik ve sosyal olarak başka bir merkez tarafından etki altına alınan yerleri ifade etmektedir. Homojen bölge statik bir inceleme ile ortaya çıkmasına karşın polarize bölge dinamik bir süreç içinde belirlenebilmektedir (Erkal, 1990) .

### 2.1.3.3. Plan bölge

Verilen bir sosyo-ekonomik hedefe belirli bir süre içinde ulaşmak için işleyen bir araç ve uygun coğrafi şartların seçiminde kullanılan bir çözümleme bölgesidir. Homojen ve polarize bölgelerde ekonomik yapı, ekonomik faaliyetlerin şekli, sosyal ve ekonomik özellikler ve bölge ile çevre arasındaki ekonomik ilişkiler dikkate alınarak bir ayrım yapılırken plan bölgede, kalkınma planlarının hazırlanmasına yardımcı olmak ve uygulanmasını kolaylaştırmak ve bölgenin kalkınmaya katılmasını sağlamak amacıyla analizler yapılmaktadır. Örnek vermek gerekirse; doktor ve yatak sayısının nüfusa oranlanması, okul, sinema ve tiyatro gibi sosyal ihtiyaçların karşılandığı alanların tespitleri bu planlama dâhilinde yapılmaktadır. Bu tür bölgelerde satın alma gücünün düşüklüğü yanında diğer bölgelerle de ekonomik ve sosyal ilişkileri dengesizdir(Erkal, 1990:17) .

Yerel ya da bölge dışında bulunan bir otorite tarafından, belli bir ekonomik amaca erişmeye yarayan bir çerçeve dâhilinde bölgesel kalkınma politikası uygulandığı alandır. İster ulusal kalkınma planları içinde veya bağımsız bölgesel planlama içinde, özel bir bölgeye yönelik kalkınmada, ulaşılmak istenen amaçlar

birinci derecede önem taşır. Plan bölgelerinin sınırları coğrafik, sosyal ya da politik motiflere göre belirlenebilir. Ancak bu sınırların yönetsel sınırlarla tutarlı olması, teknik hizmetlerin planlama içine katılmasını kolaylaştıracaktır (Mutluer, 2004:23).

Plan bölge uygulamasına başvurulmasını gerektirecek bölgesel sorunlar arasında şunlar sayılabilir (Kulaksız, 2008:10).

- Geri kalmış bölgenin sorunlarının hafifletilmesi,
- İşsizliğin çözülmesi,
- Tarımsal göçün önlenmesi,
- Hızlı sanayileşen yörelerin sorunlarının çözümü,
- Zengin yer altı ve yerüstü kaynaklarının harekete geçirilmesi,
- Metropol bölgelerdeki nüfus yoğunluğunun azaltılması,
- Ekonomik canlılığı kaybolmaya başlayan yörelerin yeniden hareketlendirilmesi,
- Sürdürülebilir kalkınmanın sağlanması, vb.

## 2.2. Bölgesel Kalkınma Teorileri

Bu kısımda bölgesel kalkınma teorilerine kısaca değinilecek, bu teorilerden "Yeni Bölgeselcilik Yaklaşımı Teorisi" üzerinde bu araştırmanın içeriğine ve amacına uygun düştüğü için daha fazla durulacaktır.

- **Merkezi Yerler Teorisi:** Alman coğrafyacı Walter Christaller tarafından geliştirilen teoriye göre kentler hizmetin üretildiği ve dağıtıldığı yerler olmalıdır. Yerleşme merkezlerini büyüklüklerine göre ve yerine getirdikleri fonksiyonları dikkate alarak yedi farklı kademeye ayırmaktadır. Bu kademeler 1.kademeden 7.kademeye doğru sırasıyla pazar kasabası, büyük kasaba, ilçe, büyük ilçe, il, büyük taşra merkezi, bölge merkezi şeklindedir (Taşcı, Akpınar, ve Özsan, 2011:20).
- **Sektörler Teorisi:** Bu teoriye göre ülkelerin ve bölgelerin gelişmesi bölgenin kendine özgü potansiyellerinin tespit edilip desteklenmesiyle mümkün olabilecektir (Deviren ve Yıldız, 2014:9).

- **Yeni Sanayi Odakları Teorisi:** Bu teoriye göre ulusal ve bölgesel kalkınmanın ancak belirli mekânlarda sanayi odakları, aynı mekanda yerleşik ilişkilere sahip endüstrilerin ve kurumların yoğunluğu demektir. Aralarında girdi ve çıktı bağlantıları bulunan, ortak tedarik ve pazar amaçları taşıyan ve yerel uzmanlaşmanın görüldüğü yerler, sanayi odaklarının temelini teşkil etmektedir. Sanayi Odakları Teorisi'nde bölgesel kalkınmanın temel faktörünü yerel özellikler ve sosyal sermaye oluşturmaktadır (Deviren ve Yıldız, 2014:9).
- **İhracat Merkezleri Teorisi:** Bu teoriye göre kalkınma ancak bölgesel üretimin bölge dışına yapılacak olan dış satımların çarpan etkisiyle mümkün olmaktadır (Gündüz, 2006:21) .
- **Kalkınma Kutupları Teorisi:** Bu teoriye göre kalkınma tüm bölgelerde aynı anda başlamaz; belli sektör ve bölgelerde potansiyeline önce başlar ve diğer sektör ve bölgeleri etkiler. Bu sektör ve bölgelerin devlet müdahalesiyle oluşturulmasını öngörür (Deviren ve Yıldız, 2014:10-11).
- **Birikimli Nedensellik Teorisi:** Gunnar Myrdal'ın geliştirdiği bu yaklaşıma göre gelişmiş bölgelerin geri kalmış bölgelere doğru bir yayılma etkisi görülür. Geri kalmış bölgeden gelişmiş bölgeye işgücü ve sermaye akışı olduğu durumlarda püskürtme etkisi oluşur (Beyhan, 2007:27).
- **Keynesyen Bölgesel Kalkınma Teorisi:** Özetle bölgesel kalkınmanın sağlanmasında, o bölgeye bölge dışından yatırımların gelmesi için vergi istisnaları, yatırım kolaylıkları, arazi tahsisleri, hibe destekleri ve teşvikler ile merkezi hükümetlerin inisiyatifinde yapılan kalkınma hamlelerini içermektedir. Tabi bu desteklerin tamamı merkezi hükümetin elindeki bütçe gücü ile doğrudan ilişkilidir (Deviren ve Yıldız, 2014:13-14).
- **Neo-klasik Bölgesel Kalkınma Teorisi:** Bu teoriye göre devlet kalkınmadaki aktif görevlerinden çekilmeli ve piyasayı kendi iç dinamikleriyle baş başa bırakmalıdır. Bürokrasi ve devlet özel sektörün gelişimini ve küresel piyasalara entegrasyonunu zora sokmaktadır (Dolun ve Atik, 2006:10-11).
- **Merkez-Çevre Teorisi:** Bu teoriye bölgeyi Merkez-Çevre ayrımını esas alarak kategorize eder ve merkezin tüm sermaye, bilgi birikimi, yüksek kültürel standartları bünyesinden barındırdığını, çevreyi etkisi altına aldığını bu yüzden

gelişimin merkezden çevreye doğru olması gerektiğini ileri sürer (Deviren ve Yıldız, 2014:16).

- **İçsel Bölgesel Kalkınma Teorisi:** Bu teoriye göre bölgelerin kendi öz kaynaklarına dayanarak bölgesel refah yaratıcı mekanizmaları ortaya çıkarmak, bölgelerin kendi kalkınma süreçlerine egemen olmalarını ve bu sürecin özneleri durumuna gelmelerini sağlamak olmalıdır (Çakmak ve Erden, 2004:82).
- **Yeni Ekonomik Coğrafya Yaklaşımı:** Bu teoriye göre bölgenin artan getiriler ile eksik rekabet modellerini kullanarak ekonominin mekânsal özelliklerini dikkate almak gerekmektedir (Fujita, 2010:24).
- **Yeni Bölgeselcilik Yaklaşımı:** Bu teoriye göre kalkınma için yerel kaynakların ve potansiyellerin harekete geçirilmesi üzerine bir çözüm önerilmektedir. Bu teori kalkınmayı tamamen devlet güdümünde olmasını ya da devlet güdümünden tamamen bağımsız bir kalkınma modeli önermez; bunun yerine bölgesel ve yerel girişimleri dikkate alan karma bir kalkınma anlayışına dayanmaktadır. Bu bağlamda devlet küresel ekonomik talepleri dikkate alarak yükümlülük altına girer, düzenleyici ve bir noktaya kadar da destekleyici bir rol üstlenir (Kargı, 2009:22; Kaya, 2007:63). Bu teoriye göre, kendi kendini yönlendiren bölgesel ekonomik büyüme ve kalkınmanın, genelden dayatılan ve potansiyel bir risk taşıyan politikalardan daha başarılı sonuçlar vereceği düşüncesiyle, kararlar ve güç mümkün olduğunca bölgeye ait olmalı, dışarıdan veya üstten dayatılmamalıdır. Bu teoriye göre yerel düzeyde katılımcılık ve uzlaşı kültürü vazgeçilmez öğelerdendir. Diğer bir ifadeyle bu teori, ekonomik politikaların uygulanabilmesi için bölgelerin merkezden aktarılan yetki ve kaynak ile donatılmış kurumsal bir kapasiteye ihtiyacı olduğunu savunmasının yanında kurumsal yapının organizasyonunu, katılımcılık anlayışını ve yerel kaynakların harekete geçirilmesini savunur (Deviren ve Yıldız, 2014:18; Kargı, 2009:23).

## 2.3. Bölgelerarası Dengesizlik

Bölgelerarası dengesizlik, az gelişmiş ülkelerde kendini daha fazla göstermekle birlikte bu sorun, gelişmiş ve gelişmekte olan bütün ülkelerin karşı karşıya oldukları önemli bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Sosyo-ekonomik gelişmişlik düzeyi farklılıkları sadece ülkeler arası var olan bir gerçeklik değil, ülkelerin kendi içinde de bölgeler arası göreli olarak gelişmiş ve az gelişmiş farklılıkları bulunmaktadır. Dolayısıyla bu dengesizlik sadece küresel bir sorun değil ülke içindeki bu gelişmişlik farkları pek çok sosyal ve ekonomik sorunlara neden olmaktadır. Bu nedenle ülkeler bölgeler arasındaki farklılıkları azaltmaya yönelik yeni yaklaşımlar ve tedbirler alarak ülke genelinde sosyo-ekonomik bütünleşmeyi sağlamaya çalışmaktadırlar (Akiş, 2011:238). Bölgelerarası gelişme farklılıklarını ortaya çıkaran ve büyük dengesizlikler yaşanmasına nedeni ise ekonomik ve sosyal faaliyetlerin doğal bir merkez etrafında yoğunlaşmasıdır. Hemen her ülkede olabilen bu süreçte, bölgelerin ekonomik etkinlikleri, nüfus dağılımı, kentlerin, çevrenin ve doğal dokunun bütünlüğü bozulmuştur. Yine bu süreç, kalkınmanın ekonomik ve sosyal maliyetlerini yükseltmiş ve bütün bunlar daha ileri gelişmeyi olanaklı kılmayan tıkanmalara yol açmıştır (Arslan, 2005:276).

Bölgesel dengesizliğin odak noktası üretim, tüketim ve bölüşümde yaşanan dengesizliklerdir. Her çeşit eşitsizlik olarak nitelendirilen bölgesel dengesizlik, günümüzde az veya çok her ülkede mutlaka olmaktadır. Dar anlamda ekonomik ve sosyal dengesizlik ve eşitsizliklerden bahsedilebilir. Ekonomik anlamda fırsat eşitsizliği, farklı bölgelerdeki kişilerin iş ve ücret konularında aynı şartlara tabi olmaması şeklinde tanımlanabilir. Sosyal anlamda fırsat eşitsizliği ise farklı bölgelerdeki bireylerin sağlık, eğitim gibi hizmetlerden veya kültürel aktivitelerden aynı düzeyde yararlanamamayı ifade etmektedir (Dinler, 2005:75). Bu farklılıklar kimi zaman bölgelerarası gelir eşitsizlikleri ya da bölgelerarası üretim, tüketim ve bölüşümdeki farklılık olarak da ifade edilir (Gündüz, 2006:15).

Bölgesel dengesizlik az gelişmiş ülkelerde daha belirgin olarak ortaya çıksa da sadece az gelişmiş ülkelerde görülmemekte, gelişmiş ülkelerde de görülebilmektedir. Geri kalmışlığın başlıca nedenleri arasında olumsuz coğrafi koşullar, doğal

kaynaklardan yoksunluk, toplumsal yapı ve devlet politikaları bulunmaktadır. Gelişmemiş sanayi istihdamı kısıtlamakta, kısıtlı istihdam olanakları da bölgeden iş imkânı daha bol bölgelere göçü artırmaktadır. Bu durum göç alan bölgelerde mal ve hizmet üretimini daha da artırmakta buna bağlı olarak alım gücü artan insanların mal ve hizmetlere olan talebi de artırmaktadır. Firmaların dışsal ekonomiden faydalanmak amacıyla ve üretim faktörlerin bol olmasından dolayı yatırım için bu bölgeleri tercih etmesi bu bölgelerin daha da zenginleşmesine, az gelişmiş bölgelerin daha da fakirleşmesine neden olmakta ve bölgeler arası dengesizliği artırmaktadır. Bu oluşan bölgeler arası dengesizlik devletleri sorunun çözümü için arayışlara itmekte, sosyal adalet kuramları çerçevesinde kalkınma ve gelişme politikası uygulamaya zorlamaktadır (Küçükoğlu, 2005:29).

Ülkeler arasında görülen gelişmişlik farkına benzer bir şekilde, her ülkenin değişik bölgeleri arasında da görülebilen bölgesel dengesizliğin oluşumu, iktisadi kalkınmanın hiçbir zaman dünyadaki bütün ülkelerde aynı anda başlayamayacağı gibi, herhangi bir ülkenin bütün bölgelerinde de aynı anda başlayamamasından kaynaklanmaktadır. İktisadi kalkınmanın belli bir ülke veya bölgede başlayabilmesi için, bu ülke veya bölgenin zengin yer altı kaynaklarına sahip olması, yeni bir buluş, ülke veya bölgenin bulunduğu coğrafi konum vb. sebeplerin biri veya birkaçının bir arada bulunması gerekir (Aydın, 2008:306-307).

Bölgelerarası dengesizliklere yol açan unsurlar arasında nitelikli iş gücünün, girişimci nüfusun ve sermayenin bölgelerarası dağılımının dengesizliği, hızlı nüfus hareketleri, nüfus artış hızının yüksek olması, iş gücüne katılımın düşük olması sayılabilir. Yine kamu yatırımlarının dağılımı, iç pazarın büyüklüğü, bazı bölgelerde alt yapı yatırımlarında görülen eksiklikler, ulaştırma ve haberleşme alanındaki farklılıklar, bölgesel planlama konusundaki kurumsal yetersizlikler dengesizliğe yol açan unsurlardır. Özellikle geri kalmış bölgelerde işgücü verimliliğindeki farklılıklar, iç ticaret hadlerinin özellikle 1977 yılından günümüze kadar tarım sektörünün aleyhine işlemesi, yaşam kalitesinin ve standartların bölgelere göre aşırı farklılıklar göstermesi gibi sosyo-ekonomik faktörler ya da tarihi ve coğrafi faktörler de bölgeler arası dengesizliğin kaynakları arasında yer alırlar (Kaya, 2007:33-37).

Bölgelerarası dengesizlikleri gidermek bir ülkenin öncelikleri arasında yer almakta, sorunun çözümü için desteklemeleri içeren çeşitli politikalar geliştirilmekte ve izlenmektedir. Türkiye'de bu amaçla DPT tarafından 2003 yılı sonu itibariyle ilk Ön Ulusal Kalkınma Planı(ÖUKP) hazırlanmıştır. Türkiye-AB uyum yasaları çerçevesinde Türkiye'ye yapılacak olan mali yardımlar dikkate alınarak yazılan raporda; Ön Ulusal Kalkınma Planının temel amaçlarından biri; bölgesel politika ve yapısal araçlar koordine edilerek, bölgesel farklılıkları azaltmayı amaçlayan bir "Ulusal ekonomik ve sosyal uyum politikası geliştirilmiştir. Uygulama öncesi yapılması gereken SWOT Analizi (Strengths, Weakness, Opportunities, Threats; Güçlü ve zayıf yönler ile fırsat ve tehditlerin analizi) çalışmasında özetlenmiştir. Bölgelerde; yerel yöneticiler, sivil toplum kuruluşları ve üniversiteler ile yapılan görüşmeler ve çalışmalar sonucu elde edilen verilerin analizinde, bölgesel farklılıkların giderilmesi için aşılması gereken temel sorunlar şu şekilde özetlenmiştir (Toprak, 2008:55-56):

- Hızlı göç,
- Yüksek işsizlik oranı,
- Gelir düşüklüğü,
- Yetersiz sermaye,
- Yetersiz kalifiye eleman,
- KOBİ desteklerinin yetersizliği,
- İnsan kaynaklarının geliştirilmesine yönelik yatırımların eksikliği,
- Girişimcilik ve işletmecilik kültürü eksikliği,
- Karayolu ve demiryolu ulaşım altyapısının yetersizliği,
- Kırsal yerleşimin dağınıklığı ve kırsal altyapının yetersiz olması,
- Arazi kullanımının ve tarımsal işletme yönetiminin etkin olmaması,
- Bölgelerin doğal ve kültürel değerlerinin tanıtılmasındaki yetersizlikler,
- Kentleşme düzeyinin düşük olması,
- Çevre bilincinin eksikliği ve çevre sorunları ile mücadele eksikliği,
- Kırsal alanlarda genç nüfusun azalması,
- Küçük ve çok parçalı tarımsal işletme yapısı,

- Makro-ekonomik istikrarın bozulma riski,
- Cazibe merkezlerinin bölge dışında yoğunlaşma riski,
- Topografik yapının genel olarak dağlık olması ve iklim şartlarındaki olumsuzluklar,
- Türkiye'nin komşularının ve yakın ülkelerin içinde bulunduğu siyasi belirsizlik ve istikrarsızlık ortamı.

SWOT analizi ile ülke genelinde bölgeler arası dengesizlikleri gidermek için bölgesel iç dinamik ve potansiyelleri harekete geçirebilecek olumlu dışsal faktörler de aynı raporda şu şekilde özetlenmiştir (Toprak, 2008:56-57):

- Tarıma ve hayvancılığa elverişli alanların, iklimin ve ürün çeşitliliğinin bulunması,
- Bölgelerde tarıma dayalı sanayi birikiminin olması,
- Sanayilerin altyapı ihtiyaçlarını karşılayacak ve sanayi kümelerinin oluşmasına temel oluşturacak nitelikte küçük sanayi siteleri ve organize sanayi bölgelerinin varlığı,
- AB adaylığının ve artan ilişkilerin toplumda oluşturduğu motivasyon ve yenilikçi vizyon,
- Türkiye'nin coğrafi açıdan kavşak konumda ve çok sayıda ülke ile sınır komşusu olması,
- Temel eğitim ve araştırma altyapısının hazır bulunması (örneğin üniversiteler),
- Türkiye'de yerel yönetimlerin ve katılımcı yönetim anlayışının giderek önem kazanması,
- Bölgeler arasında çeşitlilik gösteren zengin tarih, kültür ve turizm varlıkları.

### 2.3.1. Türkiye'de Bölgesel Dengesizlik

Küresel düzeydeki farklılıklara nazaran daha az olsa da Türkiye'de bölgelerarası önemli kalkınmışlık farklılıkları mevcuttur. Batı bölgelerinin coğrafi konumu, nitelikli veya niteliksiz iş gücü kaynaklarının çokluğu gibi avantajları dolasıyla tüm sanayi yatırımları buralara yapılmıştır ve yapılmaya devam etmektedir.

Bunun dışında kalan bölgelerimizin payına genellikle de tarım ve hayvancılık düşmüş ama bu sektör de uygulanan bilinçsiz ve yanlış politikalarla insanların yegâne geçim kaynağı sekteye uğramıştır. Yaşam standardının iyi olma durumu teknolojik gelişmelerle direk ilgili bir olgudur ve teknolojik ilerlemenin kaynağı zihinsel emek ile mümkün olmaktadır. Zihinsel emeği elde etmenin yolu ise eğitim ile mümkün olmaktadır. Dolayısıyla yaşam standardının iyileşmesi temel olarak eğitim seviyesinin yükseltilmesiyle ancak mümkün olmaktadır (Toprak, 2008:57).

Bölgelerarası dengesizliklerin genel olarak sebepleri arasında coğrafi koşullar, tarihi olaylar, ekonomik, sosyal ve kültürel olaylar olarak karşımıza çıkabilmektedir. Bu başlık altında Türkiye için bölgesel gelişmişlik farklarının ortaya çıkış nedenlerine; coğrafi, tarihi, sosyo-ekonomik ve kültürel açıdan kısaca değinilmiştir.

### 2.3.2. Coğrafi Nedenler

İklim, yer altı ve yer üstü zenginlikler, doğal koşullar, ulaşım ve haberleşme imkânları gibi çeşitli unsurlar coğrafi nedenleri oluşturmaktadır. Türkiye, her birinde de farklı coğrafi özelliklerin olduğu yedi coğrafi bölgeye ayrılmıştır. Coğrafya taşıdığı faklı özelliklerden tarım sektörünü oldukça etkilemektedir. İnsan gereksinimlerinin karşılanması genelde tarıma bağlıdır; bu durum ise tüm iktisadi yaşamı etkilemektedir. (Gündüz, 2006:100-101).

Doğal kaynaklar yönüyle de ılıman bölgelerin tropikal bölgelere oranla daha zengin olmasının sebebi budur. Ilıman bölgelerde doğal kaynakların çeşitli olmasına bağlı olarak ürün çeşitliliğinin daha fazla olması, gelişme için daha elverişli, bir durum yaratmaktadır. Ayrıca iklimin insanların çalışma gücü ve isteğine de doğrudan etki ettiği bilinmektedir. Aşırı, sıcak iklim, insanları gevşekliğe itmekte, verimliliklerini düşürmektedir. Çalışmak için en uygun olanı ise ılıman iklimdir. Bazı yazarlara göre ılımlı ve her mevsimi yaşayan iklim bölgelerinde insanlar daha enerjik ve başarılı olurlarken; sıcak, rutubetli ve yılın her ayında bu özelliklerin devam ettiği iklimde yaşayan insanlar daha az enerjik olmaktadırlar. Bir kısım yazarlar ise bu görüşe karşı çıkmakta ve insanların çalışma, dinlenme ve gelir yönünden dünyanın her ülkesinde benzer davranışlar içerisinde olduğunu öne

sürmektedirler. Ancak insan davranışları teorik düzeyde farklı olmasa bile; aşın sıcağın ve uzun yağmur dönemlerinin insanların çalışmasını ve verimliliğini önemli ölçüde etkileyeceğini düşünmek yerinde olacaktır (Yılmaz, 2001:4-5). Bu nedenle iktisadi hayat doğal çevreden bağımsız devam etmesi düşünülemez. Hiçbir ülkenin ekonomisi doğal çevre dikkate alınmadan tam olarak anlaşılmamaktadır. Sadece ülke kalkınmasında değil aynı zamanda bölgesel kalkınmada da ekonominin itici gücü vazifesi görmekte olan tarım sektörü, coğrafya ve iklimle direk ilgili bir sektördür (Gündüz, 2006:100-101).

Adam Smith iklim, yeraltı zenginlikleri, doğal koşullar, taşıma ve haberleşme gibi coğrafi etmenler olumlu ya da olumsuz yönlerde gelişmeyi etkilemekte olduğunu ileri sürmüştür. Coğrafi koşullar bazen kalkınmayı yavaşlatıcı, hatta bazen de engelleyici bir rol oynamaktadırlar. Gelişmiş ülkelerin dünya üzerindeki konumlarına bakıldığında, gelişmiş ülke olarak sadece Avustralya'nın güney yarımkürede bunların dışındaki gelişmiş ülkelerin tamamının kuzey yarımkürede olduğuna, geri kalmış ya da gelişmekte olan ülkelerin ise çoğunun tropikal bölgelerde yer aldıklarına şahit olunmaktadır. Sahip oldukları iklim koşullan yönüyle karşılaştırıldıklarında, sanayileşmiş ülkelerin dört mevsimi de yaşayan bir iklim kuşağında bulundukları, geri kalmış ülkelerin ise ya çok sıcak ya çok soğuk iklim kuşağında bulundukları görülecektir (Yılmaz, 2001:4).

Türkiye'nin coğrafi bölgeler itibariyle gelişmişlik düzeyleri incelendiğinde bölgeler arasında önemli farklılıklar olduğuna şahit olunur. En bariz örneği Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgelerinin Marmara ve Ege Bölgelerine nazaran çok büyük bir farkla en düşük gelişmişlik düzeyine sahip oldukları görülür. Aslında bu iki bölgeyi diğer bölgeler ile de kıyaslandığında en düşük gelişmişlik düzeyine sahip bölgeler olduğu görülebilmektedir. Bölgelerarası kalkınma farklılıkları sadece Türkiye'ye özgü bir sorun da değildir.

AB'ye üye devletlerin bölgeleri arasında da ekonomik ve sosyal kalkınma düzeyleri açısından farklar mevcuttur. AB bu farklılıkları azaltmak adına bir takım politikalar geliştirmeye çalışmaktadır. AB Bölgesel Politikası, AB'nin her yerinde eşit fırsatlar sağlamak için bu dengesizlikleri azaltmayı hedeflemektedir. AB,

bölgesel dengesizliklerin azaltılması ve istihdamın teşvik edilmesi için turizmin katkısını kabul etmiştir. Bu durumu, Avrupa politikalarında yapılan yapısal reformlar ve Birlik girişimleri çerçevesinde alınan önlemler ile teyit etmektedir (Toprak, 2008:3).

Doğu Anadolu Bölgesinin Türkiye'nin diğer bölgelerine oranla yükseklik, bitki örtüsü ve yüzey şekillerinin dezavantajlı olduğu görülecektir. Ortalama yüksekliği 1800 ile 2000 metre dolaylarında olan Doğu Anadolu Bölgesi ülkemizin en yüksek ve dağlık bölgesidir. Bu bölgenin sadece bazı platoları değil, bazı ovaları bile ülkemizin öteki bölgelerindeki dağlardan daha yüksek olması dikkate alındığında coğrafi etkenlerin bölgelerarası dağılımı Doğu Anadolu bölgesinin bu dezavantajlı durumu daha da net anlaşılacaktır. Ülkemiz ortalamasının üzerinde bir yükseklik gösteren Doğu Anadolu Bölgesi, bu yüksekliğin doğal bir sonucu olarak çok sert bir iklime sahiptir. Sibirya yüksek basınç merkezinin etkisi altında kalan bölgede kışlar çok uzun sürerken don olan gün sayısı 113 ile 118, karta örtülü gün sayısı ise 62 ile 153 gün arasında değişmektedir. Bu bölgede yazlar daha kısa geçmekte ve oldukça sıcak olmaktadır. Yazla kış arasındaki sıcaklık farkları genellikle 25 $^{0}$C fazla olmaktadır. Yüksekliğin fazla olması, iklimin çok sert olmasına ve bölgenin bitki örtüsü bakımından fakir kalmasına neden olmuştur. Bölgede ormanlar oldukça az ve arazi ekime elverişli değildir. Bölgenin büyük kısmı otlaklarla kaplı olması bölge halkına hayvancılık faaliyetleri dışında bir imkân tanımaktadır (Yılmaz, 2001:5).

### 2.3.3. Tarihsel Nedenler

Günümüzdeki bölgesel dengesizliklerin tarihte kurulan devletler ve onların kendi içlerinde benimsediği politikalar veya başka ülkeler ile arasında yaptığı antlaşmalar tarafından şekillendirildiği söylemek mümkündür. Zira 19. yüzyılda Avrupa'da görülen gelişmeler ve yapılan çeşitli anlaşmalar Osmanlı topraklarını Avrupalıların endüstriyel ürünleri için bir pazar haline getirmiştir. Yabancı mallar Osmanlı şehirlerinde hiçbir kısıtlamaya tabi olmadan satılmıştır bunun sonucunda zaten düşük seviyede var olan ekonomik faaliyetleri kısa süre içerisinde adeta söndürmüştür. Osmanlı toplumunda 19. yüzyıl sonunda ortaya çıkan bölgelerarası gelişmişlik farkı, batıya açılma sonucu, İmparatorluğun mevcut el sanatlarına dayalı

ekonomik faaliyetlerinin gerilemesi ve yıkılmasıyla başlamış ve İmparatorluğun kentleri arasındaki hiyerarşinin de bozulmasına neden olarak hızla devam etmiştir. Başta liman kentleri olmak üzere Batı Anadolu'daki kentler, Batı Avrupa kentleriyle daha sıkı ilişki içine girerek ön plana çıkmışlar, ekonomik faaliyetlerini devam ettirebilmiş ve endüstrileşmiştir. Sonuç olarak, Osmanlı İmparatorluğu zamanında ortaya çıkan bölgesel dengesizlik, dış dinamiğin doğurduğu ülkelerarası emperyalist ilişkilerin sonucu ortaya çıkan bir dengesizlik olarak görülmektedir (Dinler, 2005:170-171).

Aslında Osmanlı İmparatorluğu'nun son yıllarına kadar Anadolu'da bölgeler arasında önemli bir dengesizlik görülmemektedir. XVI. Yüzyıla kadar toprakları devamlı genişleme karakterine uyan bir yerleşme düzeni benimsenmiş ve başarıyla uygulanmıştır. Bu yerleşme düzeninde; yerleşme merkezleri arasında başkent, bölgesel merkezler, pazar şehirleri ve köyler şeklinde bir hiyerarşi oluşmuştur. İmparatorluğun ekonomik gücü, izlediği yayılma politikası nedeniyle, oldukça muntazam aralıklarla dağılmış bölgesel yerleşme merkezlerine dayanmıştır. Ancak, Osmanlı'da birçok bölgede tarımsal verimliliği artırabilecek Tımar sistemi uygulanırken, bu sistem Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgesinde uygulanamamıştır; onun yerine bugün bile devam eden ağalık sistemine neden olan yurtluk veya ocaklık sistemi uygulanmıştır (Kulaksız, 2008:24-25).

### 2.3.4. Sosyo-Ekonomik Nedenler

Bölgelerarası dengesizliklere yol açan sosyo-ekonomik nedenler arasında şunlar sayılabilir: nitelikli işgücünün, girişimci nüfusun ve sermayenin bölgelerarası dengesiz dağılımı, hızlı nüfus hareketleri, nüfus artışının yüksekliği, işgücüne düşük katılım oranları, kamu yatırımlarının dağılımı, iç pazarın büyüklüğü, bazı bölgelerde altyapı yatırımlarının tamamlanamamış olması, ulaştırma ve haberleşme imkânlarındaki farklılıklar (Dinler, 2005:170-171).

1977 yılından beri, iç ticaret hadlerinin tarımın aleyhine gelişmesi, bir tarım ülkesi olarak anılan ülkemizde, tarım sektöründe aşırı istihdam fazlalığı ve istihdam verimliliğinin düşük olması bölgeler arasındaki farklılıkları artırmaktadır. İç ticaret

hadlerinin 1980 ve 1990'lardak gerilemesi özellikle Güneydoğu ve Kuzeydoğu bölgelerinde fark edilir etkileri olmuştur, bu bölgelerden iç ticaret hadlerinin yüksek seyrettiği batı bölgelerine göçlerde artışla sonuçlanmıştır (Kulaksız, 2008:25-26).

### 2.3.5. Kültürel Nedenler

Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgeleri Osmanlı döneminden beri devam eden ağalık, şeyhlik ve aşiret yapısı sosyal dokuyu da şekillendirmiştir. Bu olgu üretim ve insan ilişkilerinde ağırlıklı olarak kendini göstermiştir. Ülkemizin birçok yerinde bu kurumlar kalkmasına rağmen bu bölgelerde hala varlığını devam ettirmesi iktisadi ve sosyal sorunların ele alınış biçimini etkilemektedir. Toplumsal gelişmenin temel şartlarından biri eğitim düzeyin yükseltilmesi, kalifiye işgücünün artırılması ve yeteneklerin geliştirilmesidir. Bunların gerçekleştirilmesi üniversiteler, enstitüler, meslek kursları kütüphaneler müzeler ve tiyatrolar gibi eğitim ve kültürel kuruluşların çoğaltılmasıyla mümkün olmaktadır (Gündüz, 2006:104).

## 2.4. Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Etkisi

Bölgesel kalkınma ekonomik ve toplumsal potansiyelin uyarılması aracılığıyla bir bölgenin refah seviyesindeki artışı dolayısıyla ekonomik, sosyal ve siyasal yapısındaki değişiklikleri ifade etmektedir (Çeken, 2008:294). Ekonomik refahın bölgeler arasında dengesizlikleri giderecek şekilde dağıtılması günümüz toplumlarında sosyal devlet anlayışının bir gereğidir. Bunu gerçekleştirmek için devletler bölgesel olarak farklılıkların giderilmesi sadece ulusal değil aynı zamanda bölgesel ölçekte yapılan planlarla sağlanmaya çalışılmaktadır. İşte tam da bu açıdan bölgelerarası gelişmişlik farklılıklarının giderilmesinde turizm devreye girmekte ve bu farklılıkları gidermede önemli bir politika aracı olarak kullanılmaktadır. Avrupa Birliği ve OECD turizmi bölgesel eşitsizliğin azaltılmasını kolaylaştıran bir sosyal faktör görür ve bir kalkınma stratejisi olarak tanımlar ve turizm ile bölgesel kalkınma ilişkisini destekler (Doğan ve Yıldız, 2007:155).

Turizm, ülkeler açısından değerlendirildiğinde ziyaretçilerin doğal, kültürel, tarihi ve benzeri zenginlikleri görmek, incelemek ve öğrenmek için yapılan harcamalarından oluşan ekonomik bir faaliyetler bütününü ifade etmektedir.

Ziyaretçilerin bu amaçlarını gerçekleştirmek için bazı talepleri olmaktadır. İşte bu çeşitli taleplerini karşılamak için turizm bölgelerinde sunulan arz kaynaklarının da çeşitlenmesi bölgelerin ekonomik yönden gelişmesini sağlayarak yerel kalkınmaya anlamlı katkılar sağlamaktadır. Ancak bu katkı niteliğindeki etkiler bölgenin ekonomik büyüklüğüne ve çarpan etkisine bağlı olarak değişebilmektedir (Giritlioğlu ve Bulut, 2015:28). Dünyada gelişmiş ülkelerin milli gelirlerinde turizm sektörünün sağladığı doğrudan ve dolaylı katkılar, ekonomik aktivitede oldukça önemli bir etkiye sahiptir ve hizmet sektörünün payı %70-80'ler civarında iken turizm gelirlerinin payı ise yaklaşık %30 civarındadır. Turizm bu özelliğiyle yatırım yetersizliğine rağmen uygun koşullar sağlanırsa sadece gelişmekte olan ülke ekonomilerine değil gelişmekte olan bölgelerin ekonomilerine önemli katkılar sağlayabilecek ekonomik bir faaliyet olarak karşımıza çıkmaktadır. Çünkü sermayesi doğa ve iklim yarattığı özellikleri, tarih ve coğrafyanın yarattığı değerleri ancak turizm bir "Ekonomik mal veya değer" haline dönüştürebilir ve bölgesel kalkınmaya katkı sağlayabilir (Gülbahar, 2009:27-28). Bir başka ifade ile turizm sektörünün, bölgesel kalkınma ve kaynakların etkin kullanımı konusunda büyük bir yeri ve önemi vardır. Özellikle bölgelerarası dengesizliğin giderilmesinde turizm sektörü, tarım ve sanayide yeterli kaynak ve gelişme imkânına sahip olmayan ama zengin bir turistik arz verilerine sahip bölgelerin, planlı ve etkin bir turizm politikaları uygulamaları sonucunda turistik yönden dengeli bir şekilde kalkınmaları turizm ile sağlanabilir. Özellikle yatırım kaynaklarının sınırlı olduğu ülkelerde, yöneticilerin yatırımlarda seçici davranmasını gerektirmekte, bu ise yatırımların belli bölgelerde yoğunlaşmasıyla sonuçlanmaktadır. Sanayi yatırımları şansı olmayan bölgelerin böylelikle turistik arz imkânlarının değerlendirilmesi bölgesel gelişmişlik ve kalkınmışlık farklarını azaltıcı etkisi bilenmektedir (Çeken, 2008:297-298). İspanya, Portekiz ve Yunanistan gibi ekonomileri tam gelişmemiş, tarımın ekonomide hala bir şekilde belirleyici rolünün devam ettiği ülkelerde turizmin ekonomiye ve bölgeler arası ekonomik dengesizliklere olan katkısı daha fazla olmaktadır ve etkisi çok daha fazla hissedilmektedir (Gülbahar, 2009:28).

Turizmin canlandığı veya canlanma eğilimi olduğu bölgelerde alt yapı üst yapı yatırımları artmaktadır. Yol-su-elektrik, havaalanı, yat limanı gibi ilgili fiziki

yatırımların turizme bağlı olarak kamu veya özel girişimler olarak gerçekleşmektedir. Bunun yanı sıra turizme destek niteliğindeki yerel ulaşım, yiyecek-içecek işletmeleri, tarım ve inşaat sektörü gibi yan sektörleri gelişmektedir. Yerli ve yabancı sermayenin bölgeye olan ilgisi artması sonucu yatırımların artması ve yeni istihdam sahalarının açılmaktadır (Bahar ve Kozak, 2012:130).

Turizmin bölgede yaşayan insanların refah düzeyini artırıcı özelliği vardır. Bölgede direk turizmden kazanç sağlayanların yanında tarımsal ürünlerin üreticileri dolaylı olarak ürettiği malları perakende fiyatına ihraç etmiş gibi satarak kazançlarını katlamaktadırlar (İçöz ve Kozak, 2002:215). Turizmin emek-yoğun bir sektör olması bölgede yaşayan insanlar için bir istihdam kapısı olmaktadır. Yerel halk turizmden kazandığı parayı yine bölge içinde harcayarak piyasada parasal dolaşım sağlar ve böylece ekonomik canlılık sağlanmaktır. Turizmin istihdam yaratıcısı etkisi direk otel ve konaklama tesislerinde olduğu gibi turizme hizmet ve destek veren ulaştırma, inşaat vb. sektörlerde de kendini göstermektedir. Turist kabul eden bölgede çalışan insanların turistik tesislerde kazandığı parayı veya elde ettiği geliri yeniden harcaması ek istihdam etkisi yaratır. Başta tarım olmak üzere diğer sanayi sektörlerinde de üretim miktarındaki ve kalitesindeki artış turizm sayesinde olmaktadır (Bahar ve Kozak, 2012:138-142).

Olaya sanayi sektörü açısından bakıldığında, turizmin sanayi sektörünü üç şekilde etkilediği görülmektedir(Gülbahar, 2009:30):

- Turizmin yoğun olduğu bölgelerde gıda ve alkollü veya alkolsüz içki üretimi yapan fabrikalarda artış yaşanmaktadır,
- Özellikle deri mamulleri ve seramik gibi ara malı üreten işletmelerde artış olabilmektedir,
- Turizmin yatırım malı üreten sanayiler üzerindeki etkileri ise ulaşım araçları ve inşaat malzemeleri üreten sanayiler üzerinde olumlu etkisi bulunmaktadır.

Turizm içinde ulunduğu hizmet sektörünün diğer kollarına da çok olumlu etkileri bulunmaktadır. Örneğin bankacılık, hukuk, sağlık ve sigortacılık gibi

hizmetler turizmin artışına bağlı olarak artış yaşayan hizmet sektörü kollarıdır. Bunun yanı sıra kamu hizmetleri de tatil yörelerinde artış yaşar. Sanat ve ticaret turizm harcamaları sayesinde en üst kapasiteye ulaşır. Tüm bunlar kaliteli personel istihdam ile yapılacağından bölgede insan kaynaklarının kalitesinde artış yaşanmaktadır (Bahar ve Kozak, 2012:164).

Böylesine önemli bir konu olan bölgesel turizm gelişebilmesi bazı şartların tamamlanmasına bağlıdır ve sonucun istenilen düzeyde kalkınma sağlayabilmesi aşağıdaki faktörlerin dikkate alınması gerekmektedir (Çeken, 2008:298-299):

- Bölgenin kültürel değerlerinin (arkeolojik eserler, anıtlar, folklor ve festivaller) analizi yapılmalı,
- Bölgenin altyapı (iklim durumu, doğal örtüler ve turizme elverişli arazi durumu) ön analizi yapılmalı,
- Bölgede bulunan mevcut turizm tesislerinin (otel, motel pansiyon) durumu ve yenilerini ilave edebilme durumu,
- Bölgede bulunan, turizmle doğrudan ve dolaylı olarak ilgili özel mallar ve hizmetleri üreten ve pazarlayan kuruluşlar,
- Bölgede kamu yatırımlarının miktarı ve durumu,
- Bölgeye yönelik uluslararası turizm talebinin analizi,
- Bölgede bulunan yerel halkın turizm algısı,
- Bölgede bulunan tesislerden yörede oturanlara iş imkânı sağlama durumu,
- Turizm sektörünün bölgedeki diğer sektörlerle olan ilişkisi,
- Bölgedeki sivil toplum örgütlerinin varlığı.

Bu faktörler dikkate alınarak yapılan bir planlama sonrası turistik çekim unsurlarından dolayı bölgeye turizm yatırımlarını bu bölgeye çekeceğinden diğer bölgelere göre bu bölgeye daha fazla ve hızlı alt yapı yatırımları yapılacaktır. Bu yatırımlar yerli veya çok uluslu yabancı yatırımlarda olabilmektedir. Yabancı yatırımların bu bölgeye gelmesi sadece döviz getirmeyecek aynı zamanda sahip oldukları ileri teknik bilgi, modern sevk ve idare yöntemlerini bölgeye getirerek istihdam yaratacaklardır. Dış aktif turizm ülke ekonomisine döviz girdisi sağlarken,

iç turizmin gelişmesi ülke sınırları içinde gelirin yeniden dağılımını sağlayarak bölgeler arası ekonomik farklılıkların azalmasına katkı sağlamış olur. Bölge ekonomisinin gelişmesi bireylerin gelirlerinde artışa neden olacağında bölgeden başka bölgelere göçün önüne geçecektir. Artan gelirler ticareti canlandıracak bölgenin kapalı bir ekonomi olmasından kurtaracaktır (Gülbahar, 2009:30).

Turizm, ülkelerin azgelişmiş bölgeleri için ekonomik gelişme açısından diğer sektörlere göre önemli fırsatlar yaratabilmekte, bölgede geçimini tarım, hayvancılık ve balıkçılık yapan insanları turizm ile alakalı işlere yönlendirerek gelirlerini artırabilme şansı yaratmaktadır. Turizmin yaygınlaştığı bölgelerde geleneksel sanatları, hediyelik eşya gibi faaliyetler gelir getirici bir özelliğe dönüşebilmektedir (Bahar ve Kozak, 2012:161).

### 2.5. "Türkiye Turizm Stratejisi 2023" içinde Bölgesel Turizm Gelişimi

Türkiye Cumhuriyetinin 100. Kuruluş yıldönümüne denk gelen 2023 yılında Türkiye belirlenen bölgelerde alt yapı ve konaklama ihtiyaçlarını tamamlayarak turist başına 1.350 dolar harcama ile yıllık 63 milyon turist ağırlayarak 86 milyar dolar turizm geliri elde etmeyi planlamaktadır. Bu hedefe ulaşırken bölgesel turizm gelişimi açısından bazı vizyona yönelik ilkeler de benimsenmiştir (www.kultur.gov.tr, 2018):

- Bölgeler arası gelişim farklılıklarının azaltılması ve bunu sürdürülebilir hale getirme,
- Ucuzlatarak değil markalaşarak kazanan bölgelerin oluşturulması,
- Turizm ürünün çeşitlendirilerek sadece deniz-kum-güneş turizminin hakim olduğu bölgeler değil diğer bölgelerin de faydalanacağı bir biçimde bütün bir yıla yayılması,
- Sürdürülebilir turizmin tanıtılarak eko-turizm, kırsal turizm ve agro-turizm konularında kamu, özel ve sivil toplum örgütlerinin bilinçlendirilmesi,
- Bölgeye özel farklı turizm türlerinin belirlenmesi ve bunların uyum ve bütünleşmesi sağlanarak farklı sektörel kullanımlarla bir arada sunulabilen

alternatif turizm odaklı(sağlık, termal kış turizmi, doğa turizmi vb.) turizm bölge ve kentlerinin oluşturulması,

- Turizmin geri kalmış bölgeler ve grupların sosyo-ekonomik durumlarının iyileştirilmesi için bir araç olarak kullanılması,
- Bölgesel altyapı ve ulaşım hizmetlerinin özel sektörün etkinliğinin özendirilerek kamu yükünün hafifletilmesi,
- Yöresel mimari değerlerin korunarak turizm hizmetine sunulduğu sıra dışı konaklama ünitelerinin oluşturulması.

Turizm bölgesel eşitsizliklerin giderilmesi ve yoksullukla mücadele ve istihdamın geliştirilmesi konusunda güçlü bir planlama ve uygulama aracı kullanılacaktır. İç ve dış turizmde alternatif turizme dayalı ürünler araştırılarak bölgesel ve yerel bazda kapasite artırımına yönelik çalışmalar yapılacak ve bu değerlerin tanıtım ve pazarlaması yapılacaktır. Yerel düzeyde turizm potansiyeline sahip alanlarda sorun odaklılık yerine, bütüncül planlama anlayışı hakim kılınarak, yerel düzeyde onama yetkisine sahip kurum ve kuruluşlar ihdas edilecek ve bunlara teknik personel desteği yapılacaktır. Aynı şekilde yerel ölçekte konseyler işlevsel hale getirilerek sistemli bir yapı haline dönüştürülecek mülkiyet, altyapı ve çevre gibi konuları için çözüm önerileri elde edilmesi sağlanacaktır. Ayrıca Ulusal Turizm Konseyine bağlı olarak İl Turizm Konseyleri oluşturulacak. Bu konseyler (www.kultur.gov.tr, 2018);

- Yerel talep, beklenti ve ihtiyaçları araştıracak,
- Yerel bazda turizm potansiyelini en üst seviyede kullanabilmesine yönelik çalışmalar yaparak politika belirlenmesinde etkili olacak,
- Yerel küçük ve orta büyüklükteki işletmeler arasında koordinasyon ve teknik destek sağlayacak,
- Diğer yerel turizm örgütleriyle işbirliği içerisinde çalışarak bir bütün olarak "Türkiye Markası" yaratılması çalışmalarına destek verecektir.

Türkiye'nin turizm gelişiminde bir yol haritası niteliğinde olan bu kitapta yerel turizmi de içine alan Turizm Gelişim Bölgeleri ve Turizm Gelişim Koridorları

oluşturulması planlanmaktadır. Bölge veya güzergâh üzerinde yerel bazda turizmin gelişimi sağlanması için yerel değerlerin ön plana çıkarılması öngörülmüştür.

# ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

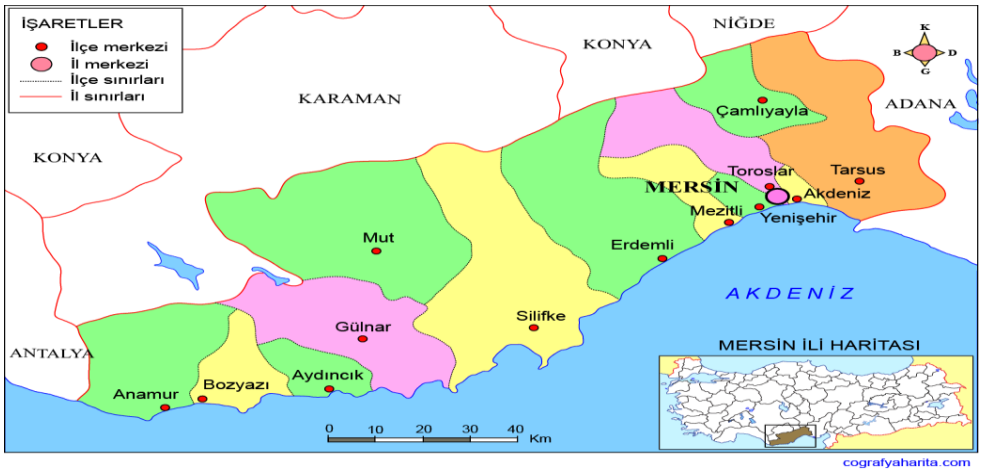
# SİLİFKE VE TURİZM

Bu bölüm Silifke'nin tarihi, iklimi ve coğrafi şartları ile ilgilidir. Silifke'nin tarihinin, ikliminin ve coğrafyasının Silifke'ye turizm açısından sağladığı avantajlar ve potansiyeller bu bölüm içinde yer almaktadır, hangi eko-turizm faaliyetleri Silifke'de yapılabilir örnekleriyle açıklanmıştır.

## 3.1. Silifke'nin Coğrafi Konumu

Silifke antik Seleucia ad Calycadnum kentinin üzerine kurulmuştur. Tam ortasından geçen Göksu Irmağının her iki yakasına yerleşim sağlanmıştır. Toros Dağları'nın eteğinde, ülkenin Doğusu ve Batısını birbirine bağlayan Devlet Karayolu ağının kavşak noktasındadır. İl merkezine uzaklığı 85 km, Kuzeyinde Karaman il sınırına komşu olan Silifke, Kuzey-Batısındaki Mut ilçesine 73 km, Batısında bulunan Gülnar ilçesine 70 km ve Doğusunda bulunan Erdemli ilçesine yaklaşım 48 km uzaklıktadır. İlçe'nin güneyi Akdeniz'e komşudur. (www.mersinkulturturizm.gov.tr, 2018).

**Harita 1. Silifke'ye Komşu Olan Diğer Mersin İline Bağlı İlçelere Göre konumu**




**Kaynak: http://cografyaharita.com**

Harita 1' de Silifke İlçesinin Mersin'e bağlı diğer ilçelere göre konumu görülmektedir.

Tarsus'ta inşaatı halen sürmekte olan Türkiye'nin ilk bölgesel havalimanı Çukurova Havalimanına uzaklığı yaklaşık 100 km olacaktır. Ayrıca bitirildiğinde çok önemli bir ulaşım güzergâhı olacak olan Antalya ve Mersin'i İç Anadolu Bölgesine bağlayan Akdeniz Sahil Yolu Silifke ilçesinden geçmektedir (Çetinsöz, 2017:62).

İlçenin %89'u dağlık, %11'i ise ovalıktır. İl yüzölçümünün %18'ini kapsayan ilçenin yüzölçümü 2943 $km^2$'dir (www.silifke.bel.tr, 2019).

### 3.2.Silifke'nin İklimi

Silifke'nin kıyı kesimlerde tipik Akdeniz iklimi hüküm sürmektedir. Kıyıdan iç kısımlara doğru yükselti artmakta ve iklim değişmektedir. Kıyı kesimler yazlar sıcak ve kurak, kışlar ise ılık ve yağışlıdır. İç kesimlerde yazlar serin, kışlar soğuk ve kar yağışlıdır. Ortalama iklim değerleri bakımından yılda 120- ile 150 açık geçen gün sayısı ile yaklaşık 2800 ile 3000 saat arası güneşlenme imkânına sahiptir. Yılda ortalama 30 ile 60 gün arasında değişen günler parçalı bulutlu veya kapalıdır (www.silifke.bel.tr, 2019).

### 3.3.Silifke'nin Demografik Yapısı

Silifke'nin 2019 yılı verilerine göre nüfusu 120.873. Bu nüfusun 61.064'si erkeklerden, 59.809'u kadınlardan oluşmaktadır (www.nufusu.com, 2018). Yüzde olarak erkekler %50.5'e kadınlar ise %49.5'e karşılık gelmektedir. İlçe'nin yıllık nüfus artışı %1.4'tür. Nüfusun %23.228'i 0-19 yaş, %22.308'ü 20-39 yaş, % 36.392'si 40-59 yaş, geri kalan %18.072'lik kısım ise 60 ve üzeri yaş arasındadır. Okur-yazarlık oranı bir hayli yüksektir (%99.8). Nüfusun %61'i lise ve üniversite mezunudur. Nüfusun %52'si evlidir. Erkekler için evlenme yaşı 25-29 arasında iken bu yaş kadınlar için 20-24'tür. 2019 verilerine göre hane halkı büyüklüğü 3.05 kişiden oluşmaktadır (TUİK, 2019).

### 3.4.Silifke'nin Turizm Arz Potansiyeli

Silifke'de 677 odada 11.467 yatak kapasitesiyle toplam 15 turizm işletme belgeli ve 5 tanesi yatırım belgeli otel olmak üzere farklı statüde(otel, motel, apart

otel, pansiyon vs.) 157 konaklama tesisi bulunmaktadır. 5 adet yatırım belgeli tesisin 701 odada toplam 1.704 yatak kapasitesi mevcuttur. Silifke'de, Belediye Belgeli 3.832 odada 10.167 yatak ve belge bilgisi olmayan tesisler ile birlikte 5.210 odada, toplam 19.034 yatak kapasitesi mevcuttur (http://www.mersinkulturturizm.gov.tr/, 2019). Ayrıca Boğsak ve Akçakıl Kamp alanlarında 55 çadır ve 55 karavan kapasiteli kamp alanları aktif halde hizmet vermektedir (Çetinsöz, 2017:63).

Silifke karasularında deniz turizmi araçları turizm işletme belgesi alarak günübirlik gezi faaliyeti düzenleyen 13 gezi teknesi bulunmaktadır. 2015 yılında ilçemizde 5'i turizm amaçlı su üstü sportif etkinlik, 2'si turizm amaçlı sualtı sportif faaliyet olmak üzere toplamda 7 işletmeye Mersin Valiliğince turizm amaçlı sportif etkinlik düzenleme izin belgesi verilmiştir (www.silifke.gov.tr, 2018).

Silifke'de bir tanesi Boğsak'da bir tanesi de Narlıkuyu Mahallesinde olmak üzere faal iki tane dalış merkezi ve okulu bulunmaktadır.

Silifke İlçesi maalesef kaliteli yiyecek-içecek işletmesi bakımından fakir kalmıştır. 2018 itibariyle ilçede turizm işletme belgeli toplam kapasitesi 245 kişi olan sadece iki adet yiyecek-içecek işletmesi mevcuttur (www.sitso.org.tr/, 2018).

Silifke'de 3 tane müze mevcuttur. Bunlar: Silifke Müzesi, Silifke Atatürk Evi ve Etnografya Müzesi, Silifke Narlıkuyu Mozaik Müzesidir. Bu 3 müzeyi 2018'de 7.190 kişi ziyaret etmiştir (https://mersin.ktb.gov.tr, 2020).

Silifke'de aktif olarak faaliyetlerini devam ettiren A Grubu Seyahat Acentası belgesine sahip 3 adet seyahat acentesi vardır. Bunlardan bir tanesi Uluslararası Hava Taşımacılığı Birliği (IATA) üyesidir. Bunlar havayolları biletleme ve rezervasyon yürüttükleri faaliyetlerin en başında gelir. Bunun yanında genellikle ulusal ölçekte çok az da olsa uluslararası turlar düzenlemektedir. Eko-turizm faaliyetleri kapsamında doğa yürüyüşleri, trekking, dağ bisikletçiliği, tüplü dalış, mavi yolculuk ve rafting gibi organizasyonlar da düzenlemektedirler (www.tursab.org.tr, 2020).

### 3.5. Silifke'nin Turizm Talep Potansiyeli

Silifke mevsimsel turist yoğunluğu yaşayan destinasyonların başında gelmektedir. Mayıs ayından başlayarak Eylül ve Ekim aylarına kadar sürebilen bir talep bolluğu yaşamaktadır. Özellikle Temmuz ve Ağustos aylarında talep patlaması yaşanmaktadır. Okulların açılmasıyla düşüşe geçen talep kışın dip noktasını görmektedir. Kışın çoğu turistik tesis kapısına kilit vurmakta ve yeni sezon açılana kadar hiçbir işletme faaliyeti yürütmemektedir. Bu durum milyonlarca liralık yatırımların atıl kalmasına, hem işletmeciler, hem bölgesel ekonomi ve ülke ekonomisi açısından gelirlerin azalmasına sebep olmaktadır. Bu sorunun çözümü, bölgenin turizmini özellikle yaz mevsime dayalı sezonluk turizm aktivitelerini diğer mevsimlere de yayabilmekten geçmektedir. İklim ve coğrafya olarak diğer eko-turizm faaliyetlerinin yapılabilmesine uygun olan bölgede turizmin 12 aya yayılması acil tedbirler alınması gerekmektedir.

Tablo 2 ve Tablo 3 Silifke'de konaklama tesislerinde konaklama istatistiklerini göstermektedir. Yılın 12 ayının ortalaması alınarak belirlenen doluluk oranlarının büyük bir çoğunluğunun yaz aylarına ait olduğu bilinen bir gerçektir.

**Tablo 2.Silifke'deki İşletme (Bakanlık) Belgeli Konaklama Tesislerinde Konaklama İstatistikleri**

| | KONAKLAYAN KİŞİ SAYISI | | | GECELEME SAYISI | | | DOLULUK ORANI(%) | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| YIL | Yabancı | Yerli | Toplam | Yabancı | Yerli | Toplam | Yabancı | Yerli | Toplam |
| 2008 | 6 233 | 41 328 | 47 561 | 13 921 | 73 815 | 87 736 | 4,60 | 24,41 | 29,01 |
| 2009 | 9 974 | 32 683 | 42 657 | 22 551 | 66 277 | 88 828 | 7,73 | 22,72 | 30,45 |
| 2010 | 6 349 | 27 770 | 34 119 | 12 904 | 56 499 | 69 403 | 5,04 | 22,05 | 27,08 |
| 2011 | 5 065 | 20 398 | 25 463 | 13 249 | 43 128 | 56 377 | 4,71 | 15,32 | 20,02 |
| 2012 | 5 318 | 25 622 | 30 940 | 18 514 | 64 322 | 82 836 | 5,92 | 20,58 | 26,50 |
| 2013 | 6 150 | 48 364 | 54 514 | 11 354 | 85 977 | 97 331 | 3,15 | 23,83 | 26,97 |
| 2014 | 5 893 | 47 125 | 53 018 | 10 637 | 80 226 | 90 863 | 3,14 | 23,66 | 26,80 |
| 2015 | 7 851 | 49 301 | 57 152 | 15 278 | 89 276 | 104554 | 4,44 | 25,95 | 30,39 |
| 2016 | 1 474 | 36 010 | 37 484 | 3 213 | 76 540 | 79 753 | 0,93 | 22,21 | 23,14 |
| 2017 | 2 064 | 43 874 | 45 938 | 4 716 | 82 243 | 86 959 | 1,13 | 19,72 | 20,85 |
| 2018 | 3 967 | 60 197 | 64 164 | 10 461 | 124 962 | 135 423 | 2,16 | 25,81 | 27,97 |

Kaynak: https://yigm.ktb.gov.tr/TR-201120/konaklama-istatistikleri.html

**Tablo 3. Silifke'deki Belediye Belgeli Konaklama Tesislerinde Konaklama İstatistikleri**

| | KONAKLAYAN KİŞİ SAYISI | | | GECELEME SAYISI | | | DOLULUK ORANI(%) | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| YIL | Yabancı | Yerli | Toplam | Yabancı | Yerli | Toplam | Yabancı | Yerli | Toplam |
| 2008 | 2 995 | 61 106 | 64 101 | 4 950 | 70 469 | 75 419 | 0,52 | 7,43 | 7,95 |
| 2009 | 7 648 | 80 437 | 88 085 | 12 829 | 135 041 | 147 870 | 1,39 | 14,65 | 16,04 |
| 2010 | 11 937 | 122 356 | 134 293 | 24 622 | 202 902 | 227 524 | 2,33 | 19,23 | 21,56 |
| 2011 | 19 683 | 59 836 | 79 519 | 37 728 | 91 623 | 129 351 | 3,62 | 8,80 | 12,42 |
| 2012 | 4 459 | 65 601 | 70 060 | 10 746 | 95 327 | 106 073 | 1,05 | 9,30 | 10,35 |
| 2013 | 1 223 | 53 743 | 54 966 | 2 202 | 111 541 | 113 743 | 0,31 | 15,64 | 15,95 |
| 2014 | 9 133 | 65 298 | 74 431 | 16 634 | 81 867 | 98 501 | 2,42 | 11,89 | 14,31 |
| 2015 | 3,237 | 201 651 | 204 888 | 5 865 | 247 579 | 253 444 | 0,84 | 35,36 | 36,20 |
| 2016 | 12 507 | 132 541 | 145 048 | 14 468 | 189 213 | 203 681 | 2,02 | 26,47 | 28,49 |
| 2017 | 5 119 | 148 042 | 153 161 | 9 247 | 343 387 | 352 634 | 0,61 | 22,69 | 23,30 |
| 2018 | 5 035 | 146 213 | 151 248 | 8 836 | 333 637 | 342 473 | 0,60 | 22,73 | 23,33 |

Kaynak: https://yigm.ktb.gov.tr/TR-201120/konaklama-istatistikleri.html

Tablo 2 Silifke'deki İşletme (Bakanlık) Belgeli Konaklama Tesislerinde Konaklama İstatistiklerini göstermektedir.

Tablo 3'den de anlaşılacağı üzerine Belediye Belgeli konaklama tesislerinde yıllık doluluk oranı en yüksek yüzdeliği 2015 yılında yakalamıştır. 2008 yılında küresel boyuttaki ekonomik krizin Türkiye'ye üzerinde etkilerinden dolayı en düşük doluluk oranının yaşanmasına neden olmuştur.

Müze ve ören yerlerinin ziyaretçi sayıları genellikle konaklama tesislerinin de yoğun doluluk oranı yaşadığı yaz aylarında daha fazladır. Hâlbuki müze ziyaretleri yılın 12 ayında yapılabilen bir aktivitedir. Daha fazla tanıtım yapılarak bu sayıların artırılması için gerekli faaliyetler yapılmalıdır.

**Tablo 4. Silifke ilçesinde bulunan Örenyerleri ve Müzeler Ziyaretçi İstatistikleri**

| YIL | MÜZE/ÖREN YERİ ADI | ZİYARETÇİ SAYISI | Toplam |
|---|---|---|---|
| **2016** | Silifke Müzesi | 4.417 | 260.933 |
| | Silifke Cennet Cehennem Örenyeri | 124.919 | |
| | Silifke Atatürk Evi ve Etnografya Müzesi | 4.310 | |
| | Silifke Narlıkuyu Mozaik Müzesi | 8.369 | |
| | Silifke Ayatekla Örenyeri | 3.599 | |
| | Silifke Uzuncaburç Örenyeri | 11.858 | |
| | Silifke Astım Mağarası | 103.461 | |

**(Tablo 4'ün devamı)**

| | | | |
|---|---|---|---|
| 2017 | Silifke Müzesi | 6.619 | 253.083 |
| | Silifke Cennet Cehennem Örenyeri | 91.574 | |
| | Silifke Atatürk Evi ve Etnografya Müzesi | 1.546 | |
| | Silifke Narlıkuyu Mozaik Müzesi | 7.600 | |
| | Silifke Ayatekla Örenyeri | 5.234 | |
| | Silifke Uzuncaburç Örenyeri | 14.959 | |
| | Silifke Astım Mağarası | 125. 551 | |
| 2018 | Silifke Müzesi | 1.560 | 282.552 |
| | Silifke Cennet Cehennem Örenyeri | 104.406 | |
| | Silifke Atatürk Evi ve Etnografya Müzesi | 3.384 | |
| | Silifke Narlıkuyu Mozaik Müzesi | 2.246 | |
| | Silifke Ayatekla Örenyeri | 4.667 | |
| | Silifke Uzuncaburç Örenyeri | 14.622 | |
| | Silifke Astım Mağarası | 151.667 | |

Kaynak:https://mersin.ktb.gov.tr (2020)

Tablo 4, 2016 ile 2018 arası yıllarda Silifke'deki müze ve ören yerlerini ziyaret eden ziyaretçilerin sayısını göstermektedir. 12 ayın toplam verilerini gösteren tabloda rakamların genellikle yaz aylarında gerçekleştiği tahmin edilmektedir.

### 3.6.Silifke'nin Eko-Turizm Potansiyeli

Silifke, denizden Toroslara uzanan, değişik yer şekilleriyle, nehir, göl, orman, vadi ve dağ manzaralarına sahip, bozulmamış bir doğası ve su ürünleri potansiyeli olan Özel Çevre Koruma Bölgesi olarak ilan edilen Göksu Deltası ile eşsiz bir eko-turizm potansiyeline sahiptir ve zengin bitki örtüsü ile biyoçeşitliliğe sahip bir yöredir. Geleneksel Yörük-Türkmen misafirperverliğini halen korumakta olan yöre halkı, geleneksel el-sanatları ve dokumacılığını devam ettirmektedir ve zengin bir mutfak kültürüne sahiptir. Eko-turizm aktiviteleri için gayet uygun bir zemine sahip Silifke'de, dağ yürüyüşü, su altı dalış, tarım turizmi, kuş gözlemciliği, rafting, yamaç paraşütü, botanik gözlemciliği, safari, yelkencilik ve gastronomi turizmi gibi etkinliklerin yürütülme olanakları vardır (Gök, 2016:164).

Önümüzdeki yıllar içerisinde bitirilmesi öngörülen Uluslararası Çukurova Havalimanı, Taşucu'ndan geçmesi planlanan Antalya-Mersin otoban tamamlanmasıyla, batıda Gazipaşa Havalimanı arasında ulaşım ağlarından en üst düzeyde faydalar elde etme olasılığı olan Silifke, Göksu Deltası ve kumsalları,

Uzuncaburç ve Olba antik kenti, Aya Tekla Kilisesi, Kızkalesi ve Jüpiter Tapınağı ve yaylarıyla alternatif turizm ve dolayısıyla eko-turizm merkezi olmaya aday destinasyonlardan birisidir. Alternatif turizm türlerine olan ilginin arttığı şu günlerde Silifke önemli turizm değerlerini ve çekiciliklerini turizmin sürdürülebilirlik ilkelerinden ödün vermeyerek kazanımlarını artıracak ve sürekli kılacaktır (Birdir, 2016:131-132).

Turizm açısından çok önemli olan bilinirlik, Silifke ilçesi için Türkiye'de çok yüksek düzeydedir. 919 ilçe içerisinde çok yüksek bilinirliğe sahiptir. İlçe bu bilinirliğini verimli Silifke Ovasında üretilen tarımsal ürünlerin çeşitliliğinden, sahip olduğu farklı kültürel değerlerden ve doğal güzelliklerden kaynaklandığı düşünülmektedir. İlçe özellikle sahip olduğu folklorik değerleriyle, yerel halk danslarıyla yazılı ve görsel basında yer almasının bilinirliğine büyük katkı sağladığı düşünülmektedir (Saygın, 2018:43-44).

### 3.6.1. Silifke'de İnanç Turizmi

Silifke'de inanç turizmi açısından çok önemli 2 adet tarihi eser ve değer mevcuttur ve bunlar günümüze kadar koruna gelmiştir. Bunlardan bir tanesi ilçe merkezindeki Aya Tekla Yer altı Kilisesi, diğeri ise Canbazlı Kilisesidir.

#### 3.6.1.1. Aya Tekla (Hagia Thekla) Yeraltı Kilisesi

Bu eser Bisans döneminden kalma Aya Tekla yeraltı kilisesidir. Aya Tekla'nın Silifke'de bulunması eko-turizm açısından çok önemli olduğu düşünülmektedir. M.S.55'te Silifke'ye gelen Aya Tekla, Aziz Paulus'un havarilerinden olup ilk tanışma bir evde verilen vaaz esnasında olmuştur. Aziz Paulus'un vaazından etkilenen Tekla nişanlısından ayrılmış, Tekla'nın nişanlısı ve annesi bu durumdan Aziz Paulus'u sorumlu tutarak valiye şikâyet etmiş ve Aziz Paulus zindana atılmıştır. Tekla, zindan bekçisini ikna zindana girerek zindanda Aziz Paulus'un öğütlerini dinlemeye devam etmiştir. Olay ortaya çıkması, Aziz Paulus'un kırbaçlanmasına ve kentten sürgün edilmesiyle ve Tekla'nın yakılma girişimiyle sonuçlanmıştır. Soyularak ateşe atılan Tekla, mucize eseri yağan şiddetli yağmur sayesinde kurtulmuştur (Öztürk, 2012:44). Konya'dan kaçan Tekla, Paulus ile

birlikte Yalvaç'a dönmüş ama orada da zulüm görünce serüveni onu Demre'ye oradan Silifke'ye kadar getirmiştir. Silifke'de dinsel faaliyetlerini devam ettirmiş ve yöredeki insanları Hristiyanlığa davet etmiştir. Müzmin hastaları mucizeler göstererek iyileştirince çevredeki hekimler sığındığı mağarayı basmış o da geride taşa dönüşmüş örtüsünü bırakarak kaybolmuştur. Tekla'nın bu sır olup kayboluşu Hristiyan dünyasında onu azize makamına eriştirmiş, onun etkisiyle ve telkiniyle Hristiyan olanlar onun mağarasında gizli gizli ibadet etmeye devam etmişlerdir. IV. yüzyıldan itibaren bu kilise haline gelen mekân Anadolu ve Akdeniz dünyasından Hristiyan hacılar çekmeye başlamıştır (Demir, Baltacı ve İlgün, 2018:181-182).

#### 3.6.1.2. Canbazlı Kilisesi

Bu kilise Geç Hellenistik, Roma ve Bizans Dönemleri'ne ait kalıntılar barındıran bir eserdir. Roma Dönemi mezar anıtları ve Erken Bizans Dönemi'ne ait kilise bölgedeki örtü seviyesine kadar en iyi durumda kalabilmiş tek kilisedir. Üç nefe sahip olan kilisenin neflerini ayıran sütunlardan kuzey tarafındakiler yıkılmış olmasına rağmen hala yapının içinde durmaktadır. Bazı sütun başlıkları devşirmedir diğer bir deyişle başka bir yerden oraya getirilmiştir. Taş işçiliği oldukça iyidir ve duvarları da halen ayaktadır. Avlusunda da bir sarnıç vardır. Ören yeri içerisinde anıt mezarlar ve çok sayıda kaya mezarları (kabartmalı ve yazıtlı) bulunmaktadır. Birbirine paralel ilerleyen sur duvarları iki parça halindedir ve halen görülebilmektedir (www.kulturportali.gov.tr, 2019).

### 3.6.2. Tarihi ve Kültürel Değerler

Silifke özellikle Antik Roma ve Bizans dönemlerinden kalma eserler bakımından çok zengin bir bölgedir. Kültür turizmi açısından çok kıymetli olan eserlerden bazıları aşağıda verilmiştir.

#### 3.6.2.1. Adamkayalar

Adamkayalar olarak bilinen ve günümüze kadar korunabilmiş tarihi niş ve kabartmalar da Silifke ilçesi sınırları içerisinde bulunmaktadır. Sanat tarihçilerinin incelemesi sonucunda Adamkayalar kabartmaları M.Ö. 2.yüzyıla ait bir eser olduğu

anlaşılmıştır. Onbir ayrı çerçeve içerisinde yer alan Adamkayalar kabartmalarında dört ölü ziyafeti sahnesine resmedilmiştir. Bu sahnelerde ölüler, eşleri ve oğulları ile beraber gösterilmişlerdir. Adamkayalar kabartmalarında ölülerin oğulları ve ayrıca iki erkek kabartması, asker olarak işlenmiştir. Bu kabartmalardan ölü ziyafetlerinin yer aldığı yamacın orta kesimine yakın yerde, alttaki platform seviyesinin hemen üstünde bir sunak taşı ile solunda bir adam, sağında bir kadın figürü ve bu figürün sağında, oturarak ayin yapmak amacıyla kaya içerisine oyulmuş beş basamaktan oluşan bir kompozisyon yer almaktadır. Başka bir kabartmada, bir adamın sol eliyle bir keçiyi boynuzlarından tutarak getirdiği diğer elinde bir üzüm salkımı taşıdığı görülmektedir. Adamkayalar'daki veda sahnesinde de ayakta duran ve ölmüş olan kişiyi temsil eden erkek, oturur vaziyette gösterilmiş karısıyla el sıkışmaktadır. İşlevi henüz tam olarak bilinemeyen paltolu bir adamla, elinde bir eşya taşıyan başka bir adama ait figürün oluşturduğu iki kabartmanın oluşturduğu kompozisyonlar da vardır. Kabartmalara inmeden hemen sağda taraftaki tepenin zirvesinde yer alan ve pek te tanınmayan ören yeri içerisinde bir kule kalıntısı vardır. Kulenin iç kısmında, köşeli planlı veya düzgün bir şekle sahip olmayan, içleri tek veya çapraz kemerli olan mekânlar yer almaktadır. İçinde çok sayıda lahitin varlığı dikkat çeken kulede poligonal duvar örgü sistemi çok mükemmel bir şekilde kullanılmıştır (www.kulturportali.gov.tr, 2019).

### 3.6.2.2. Frederik Barbarossa Anıtı

10 Haziran 1190 yılında III. Haçlı Seferi için Filistin giderken Eksiler köyü civarında Göksu Nehrinde boğularak ölen Roma Germen İmparatoru Frederik Barbarossa adına yapılmış anıttır. 1971 yılında Alman Büyükelçiliği tarafından yaptırılmıştır. Silifke-Konya karayolunun 9. Kilometresinde yolun hemen sağındadır (Çetinsöz, 2017:65; https://silifke.bel.tr, 2020).

### 3.6.2.3.Silifke Kalesi

**Silifke Kalesi'nin arkeologların** tespitlerine göre Helenistik veya Erken Roma Dönemi'ne ait olduğu anlaşılmaktadır. Geçirdiği tadilat ve yenilemeler sonucu bugün bir Orta Çağ kalesi görünümündedir. Kale 185 m yüksekliğinde hâkim bir tepe

üzerinde yapılmıştır. Etrafı kuru hendekle çevrili ve oval biçimdedir. Kalenin içinde su sarnıçları, depolar, kemerli galeriler ve diğer yapı kalıntıları bulunmaktadır.

Kale'de halen görülebilen 10 adet burç mevcuttur. Ünlü gezgin Evliya Çelebi Seyahatname'sine göre ise, XVII. yy.'da Silifke Kalesi'nin 23 burcu olduğunu yazar ancak, bu burçların bir kısmı ve kalenin içi tamamen yıkık durumda olduğundan tam tespitini yapmak mümkün değildir. Bunun yanında kalenin içinde ise bir cami ve 60 ev bulunmakta olduğunu da yazmıştır (Çetinsöz, 2017:65; www.kulturportali.gov.tr, 2019).

### 3.6.2.4. Diokaesareia Antik Kenti

Uzuncaburç, Hellenistik Dönem'de merkezi Uzuncaburç'un 4 kilometre doğusundaki Olba Territoriumu'nun ibadet merkezi konumundaydı. Roma Dönemi'nde, İmparator Vespesianus zamanında, 72 yılında Olba'dan ayrılarak Diokaesareia (Tanrı-İmparator Kenti) adıyla özerk bir yapıya kavuşmuş ve kendi adına para basan kent durumuna gelmiştir. Bizans Dönemi'nin ardından Türkler burayı ele geçirdikten sonra şehrin sembolü olan yüksek burcun (Hellenistik Kule'nin) ismini bu yerleşim birimine vererek "Uzuncaburç" demişlerdir. Antik kentin sahası içinde bulunan önemli kalıntılar ve mekân isimlerinin bazıları aşağıda verilmiştir (www.kulturportali.gov.tr, 2019):

- **Sütunlu Cadde**

Zeus Tapınağı'nın yanında kent kapısından gelen diğer bir Sütunlu Cadde ile Tiyatronun önünden geçen sütunlu cadde kesişmekte ve Tyche Tapınağı'nda son bulmaktadır. M.S. 1'inci yüzyıldan kalma Sütunlu Cadde'deki sütunların hepsi yıkılmıştır. Mimari parçalarının çoğu da maalesef yok olmuştur.

- **Tören Kapısı**

Her biri 1 metre çapında ve 7 metre yüksekliğinde Korinth başlıklı sütunlarıyla heybetli bir yapı olan Tören Kapısı M.S. 1'inci yüzyıldan kalmadır. Beş sütunu ayakta kalan tören kapısının diğer beş sütunu halen ayaktadır. Soli-Pompeiopolis

ören yerindeki sütun gövdelerindeki gibi sütun gövdelerinden çıkan konsolların varlığı dikkat çekmektedir. Bu konsollar bu sütunların üzerinde heykeller bulunduğunun kanıtlarıdır.

- **Zeus (Olbios)Tapınağı**

Tören kapısından sonra antik çeşmeyi geçerken Sütunlu Cadde'nin sol tarafındaki bir avlu içerisinde Zeus Tapınağı vardır. Bu tapınak I. Seleukos Nikator tarafından yaptırılmış olduğu düşünülmektedir. Anadolu'da dört bir yanı tek sıra 36 sütunla çevrili, en eski tapınaklarından biri olarak, sanat tarihinde önemli bir yere sahiptir. Romalılar tarafından da kullanılan tapınak, Hıristiyanlık Dönemi'nde, 5'inci yüzyılda yapılan değişikliklerle kiliseye çevrilmiştir. Sütun araları örülmüş ve buralara kapılar konulmuş, doğusundaki sütunlar kaldırılarak yerlerine apsis eklenmiştir.

- **Tyche Tapınağı**

Sütunlu Cadde'nin sonunda bulunan bu tapınak M.S. 1'inci yüzyılın ikinci yarısında yapılmıştır. Bugün 6 metre yüksekliğindeki yekpare altı sütunun beşi ayaktadır ve üzerlerinde bir yazıt bulunmaktadır. Bu yazıta göre tapınağı kentin soylularından Oppius ile karısı Kyria yaptırmış ve kente armağan edilmiştir.

- **Zafer Kapısı**

Zafer kapısı, bir büyük her iki yanında iki küçük kemerli girişi olan büyük kapıya verilen isimdir. Güney-kuzey istikametindeki ikinci sütunlu yol üzerinde ve Zeus Tapınağı'nın kuzeyinde bulunmaktadır. Üzerindeki yazıta göre, depremden zarar gören kapının Roma İmparatorları Arcadius (M.S. 395-408) ile Honorius (M.S. 395-423)'un birlikte yönetimleri sırasında onarım gördüğü anlaşılmaktadır.

- **Tiyatro**

Burada bulunan bir yazıttan Roma İmparatorları Marcus Aurelius (M.S. 161-180) ile Lucius Verus'un (M.S. 161-169) birlikte yönetimleri sırasında, diğer bir deyişle M.S. 2'inci yüzyılın ikinci yarısında yapılmış olduğu anlaşılmaktadır.

- **Hellenistik Anıt Mezar**

Beldenin güneyindeki tepe üzerinde yer alan anıt mezarın dor biçimindeki mimarisi yörede tektir. Piramit çatılı, 15 metre yüksekliğindeki mezar anıtı 5.5x5.5 metre ölçülerinde kare planlıdır. Seleukoslar'ın veya Olba Krallığı'nın yöneticilerinden birine ait olduğu tahmin edilmektedir.

- **Hellenistik Kule**

Bu yerleşim yerinin Uzuncaburç olarak adlandırılmasının nedeni olan kule bu kuledir. Şehri çevreleyen surların kuzeydoğu kenarında bulunan 16x13x23 metre ebatlarında beş katlı kuleye verilen isimdir. Her katı kendi içinde bölümlere ayrılmış olan kule, yöneticilerin yaşadığı bir mekân olduğu kadar tehlike anında bölge halkının sığındığı ve şehir hazinesinin korunduğu güvenli bir yer olarak da kullanılmaktaydı. Kapı üzerindeki yazıttan M.Ö. 3'üncü yüzyılın ikinci yarısında Tarkyares tarafından yaptırılmış olduğu anlaşılmaktadır. Geçirdiği yangın sonucu hasar görmüş ve Vali Petronius Faustinus'un emriyle M.S. 3'üncü yüzyılın sonlarında onarım görmüştür.

- **Nekropol Alanı**

İçinde kaya mezarlarının da olduğu kentin kuzeyindeki bir vadinin her iki yamacına yayılmış olan nekropol(antik mezarlık) sahasına verilen addır, Hellenistik, Roma, Bizans dönemlerinde kullanılmıştır.

### 3.6.2.5. Olba Antik Kenti

Olba, Hellenistik Dönem'de Olba Krallığı'nın merkezi ve önemli bir ticaret şehridir. Olba özellikle Hıristiyanlık açısından aynı zamanda önemli bir dinsel merkez olmuştur; bu durum yazılı kaynaklar dışında dinsel mimari kalıntılarda da kendini göstermektedir. Olba akropolisinin batısında bulunan büyük kilise kalıntısı, akropolis üzerinde yer alan bir çok küçük kilise kalıntıları ve su kemerinin bulunduğu akropolisin doğusundaki vadide geniş bir alana yayılan manastır kalıntıları Olba'nın dinsel bir merkez olduğunu kanıtlar nitelikte kalıntılardır. Bu

dinsel merkez olma özelliğini Erken Hıristiyanlık döneminde de sürdürdüğünü piskoposluk merkezi olarak Olba'nın seçilmesinden anlaşılmaktadır. Bu dönemde Olba ve hemen yakınındaki Diokaesareia ayrı ayrı piskoposluk merkezleri olmuşlardır. Olba piskoposluğu da, Isauria'nın başpiskoposluk merkezi olan Seleukeia'nın alt birimi olarak diğer Isauria ve Kilikia piskoposlukları Diocaesereia, Kelenderis, Claudiopolis ile öteki piskoposluklar gibi 10. yüzyılın başından 7. yüzyıla kadar Antiokheia patrikhanesine bağlı olmuştur. Olba'da bulunan, Septimus Severus zamanında yaptırılmış olan çeşme binasının yanı sıra diğer bir önemli eser ise Nekropol'ün bulunduğu vadi üzerinde kurulmuş, 150 m. uzunluğunda, 25 m. yüksekliğindeki iki katlı su kemeridir. Bu su kemerinin korunması ve çevrenin gözetlenmesi için kuleler inşa edilmiş olması yapının önemini göstermektedir. M.S. 199 yılında Septimus Severus dönemine tarihlenen su kemerinin üzerindeki yazıtta "Olbalılar'ın Kenti" yazmaktadır. Antik çeşme ile aynı dönemde yapılmış olan bu kemerler, M.S.566 yılında Bizans İmparatoru II. Iustin yönetimi sırasında onarım görmüştür. Çeşmenin yanında bulunan tiyatro binasından bazı oturma basamakları ile sahnenin bir bölümü günümüze kadar ayakta kalabilmiştir. Nekropol alanında ise farklı mezar tipleri göze çarpar. Olba'nın Helenistik, Roma ve Erken Bizans dönemlerinde iskân gördüğü bir tepenin üzerinde kurulmuş bulunan çok farklı yapıda ev kalıntılarından anlaşılmaktadır (www.kulturportali.gov.tr, 2019).

### 3.6.2.6. Silifke Taş Köprü (Roma Köprüsü)

Silifke İlçe merkezinde bulunan bu antik köprü, M.S. 77-78 yıllarında Kilikya Valisi L. Octavius Memor tarafından, Roma İmparatoru Vespasianus ve oğulları Titus ile Domitianus adına yaptırılmıştır. Birçok kez tamirat ve tadilat görmüştür. Bunlardan en büyüğü olan onarım 1875 yılında Silifke Mutasarrıfı Mehmet Ali Paşa tarafından yaptırılmıştır. Aslında 7 gözlü olan köprünün sadece 5 kemerli gözü görünmektedir. Köprüyü modernleştirme ve kentin trafik ihtiyacını karşılamak adına 1972 yılında köprü üzerinde genişletme çalışmaları yapılmıştır. Göksu Irmağındaki Taş Köprü 19. yy. ' ın sonlarına kadar orijinal şeklini koruyan köprü günümüzde temelleri haricinde tamamen modern bir görünüm almıştır (www.kulturportali.gov.tr, 2019). Bu köprünün araç trafiğine kapatılarak yayalaştırılması için alternatif Atatürk

Köprüsü inşa edilmiş olsa da bu henüz hayata geçirilememiştir (www.haberturk.com, 2019)

### 3.6.2.7. Tekfur Ambarı Sarnıcı

Silifke Kalesi'nin üzerinde yer aldığı tepenin eteğinde, mevcut ana kayanın oyulması ile yapılmış Bizans Dönemi'ne ait bir su sarnıcıdır. 45 m uzunluğunda, 23 m genişliğinde ve 12 m derinliğindedir. İçine doğu kısmındaki köşesinde var olan helezonik bir merdivenle inilir. Sarnıcın duvarları düzgün kesme taşlarla desteklenmiştir. Bu hem su sızmasını önlemek için hem de sarnıca anıtsal bir özellik katmak için yapılmıştır. Halk arasında "Tekir Ambarı" olarak bilinir (https://www.kulturportali.gov.tr, 2020). Mimari özelliği ile Anadolu'da az bulunan örneklerden olan sarnıcın uzun kenarında sekiz, kısa kenarında beş yuvarlak kemerli niş oluşturulmuştur (https://silifke.bel.tr, 2020).

### 3.6.2.8. Alâeddin Camii

Silifke'de halk arasında Camii Kebir ve Alâeddin Camii adlarıyla bilinir. Kentin tam merkezinde bulunduğu için halk tarafından Merkez Camii olarak da adlandırılır. Eser, Göksu nehri üzerindeki tarihi Taşköprü'nün batı tarafında, Bucaklı Mahallesine giden yolun başında yer almaktadır. Selçuk sultanlarından Alâeddin Keykubat devrinde yapıldığından Alâeddin Camii adını almıştır (https://mersin.ktb.gov.tr, 2020; Özbek, 1995:197-198).

Doğu ve batı duvarlarında hiçbir açıklık olmayan caminin harim bölümü, 17.59x17.58x17.49 xl7.54 m. ölçülerinde yaklaşık kare bir mekândır. Cami avlusu sonradan dolduğundan harim zemini 160 cm. kadar daha aşağıda kalmıştır (Özbek, 1995:197-198).

Doğu cephesinden dükkânlar, batı cephesinden çevre duvarı, kuzey cepheden müftülük binasıyla kuşatılan camii bir avlu içine alınmıştır. Avlusuna doğu duvarına açılmış bir kapıdan girilmektedir. Herhangi bir kitabesi bulunmadığından yapılış tarihi kesin olarak bilinmemektedir. Plân olarak kuzey-güney doğrultuda dikdörtgen bir şema göstermektedir. İbadet mekânı ikişerden iki sıra sütun ile üç sahna

ayrılmıştır. Bütün sahnalar sivri tonozla örtülüdür. Mihrap önü bir kubbeyle vurgulanmıştır. Kuzey cephede, doğu ve batı duvardan hafif çıkıntı yapan son cemaat yeri bulunmaktadır. Girişi içerden olan minare, kuzeydoğu köşede ana duvardan yükselmektedir. Caminin güney ve doğu cephesi çok sade olarak düzenlenmiştir (Özbek, 1995:197-199).

### 3.6.2.9. Jüpiter Tapınağı

M.S. 2.yy. yapılan bu tapınak kent merkezinde yer almaktadır. Dikdörtgen bir yapıya sahip olan yapının uzun kenarları 14'er, kısa kenarları 8'er adet olmak üzere toplam 34 sütunlu olarak inşa edilmiştir. Her biri 10 m yüksekliğinde bu sütunlardan sadece bir tanesi ayakta kalabilmiştir. Tapınak 5. yy' da planında önemli değişiklikler yapılarak kiliseye dönüştürülmüştür. I.S. 5. yy'da yaşamış tarihçi Zosimos "Tapınak, ovadaki ürünlerine musallat olan çekirgelerden kurtulmak için Güneş ve Sanat Tanrısı Apollon'dan yardım isteyen ahali tarafından, çekirgeler Apollon'un gönderdiği kuş sürüsünce yok edilince O'na bir şükran ifadesi olarak yaptırılmıştır" diyorsa da Zeus adına yaptırıldığı da söylenmektedir. Tapınakta ayakta kalan sütunun tepesi her yıl leyleklere yuva olmaktadır. Silifkeliler bir leyleğin oraya yuva yapmasını Bahar mevsimin müjdecisi olarak görmekte ve sempati ile bakmaktadırlar (https://mersin.ktb.gov.tr, 2020; Kurtuba, 2019:19).

### 3.6.2.10. Reşadiye Camii

Padişah Sultan Mehmet Reşat zamanında, Nüzhet Paşa tarafından 1912 yılında yaptırılan caminin doğu ve batısında bulunan sundurmaları, başlık ve tabanlıkları Korint tarzında sütunlarla desteklenmiştir. Mermer ve kireçtaşından yontulmuş bu sütunlar Silifke yöresindeki eski kalıntılardan devşirilmiştir. Camii ahşap direkler üzerine oturtulmuştur. Caminin doğu tarafındaki çatıyı Jüpiter Tapınağı'ndan getirilen korint sütunlar taşımaktadır (https://mersin.ktb.gov.tr, 2020; Kurtuba, 2019:21).

### 3.6.2.11. Karakabaklı Antik Kenti

Atayurt'un kuzeyinde ve 7 km mesafededir. Geniş bir alana yayılmış büyük bir şehir kalıntısı vardır. Antik kentin içinden geçen taş döşeme yol üzerindeki erken Bizans dönemine ait şehir giriş kapısı ile yolun iki yakasındaki evler ve kiliselere ait kalıntılar görülebilir. Döşeme taş ile yapılmış yolun kenarlarındaki aquadük(su yolu) kent planlamasının geldiği noktayı göstermesi açısından önemlidir (Kurtuba, 2019:47).

### 3.6.2.12. Işıkkale Antik Kenti

Karakabaklı'dan 1 km sonra aynı yol üzerinde, erken Bizans dönemine ait iyi durumda bir bazilika, lahit, sarnıç ve gelişigüzel planlı tek katlı evlere ait kalıntılar vardır. Işıkkale Antik Kenti içinde yer alan Işıkkale Kilisesi'nin hemen girişinde yerinden kaldırılamamış bir kaya oyularak lahit olarak işlenmiştir (Kurtuba, 2019:49).

### 3.6.2.13. Olba Antik Kenti ve Su Kemeri

Uzuncaburç'tan yaklaşık 4 km sonra Olba (Ura) Antik kentinin adı yaklaşık 3500 yıl önce Suriye kıyılarındaki Ugarit kentindeki yapılan kazılarda ortaya çıkarılan tabletlerde geçer. Olba Antik kentinin günümüze ulaşan en belirgin eseri 160 m uzunluğunda ve 26 m yüksekliğindeki dört kemerli aquadük(suyolu)dür. Bu suyolu Aksıfat Çayı'ndan kente su taşımak için yapılmıştır. Suyolunun bulunduğu tepenin diğer tarafında Septimus Severus (İ.S. 193-211) tarafından anıtsal bir çeşme yaptırılmıştır. Son kazılarda burada ayrıca bir de bir tane anfi tiyatro gün yüzüne çıkarılmıştır (Kurtuba, 2019:56-57).

### 3.6.3.Su sporları

Silifke sahip olduğu Göksu Irmağı ve mükemmel koylarıyla birçok su sporlarının yapılmasına imkân vermektedir. Burada biz sadece rafting ve dalış sporlarına değineceğiz.

### 3.6.3.1. Rafting

Göksu Irmağı, bütün akarsu sporları için elverişli geniş bir nehir yatağına sahiptir. Zorluk derecesinde 1-2 kategorisinde bir parkura sahip olan nehir genellikle yavaş akışlı bir nehir olması nedeniyle rafting sporuna yeni başlayanların tecrübe kazanmaları için son derece uygundur. Kuzeydeki Derinçay ile güneydeki Değirmendere köyleri arası etap Göksu Nehri'nin akarsu sporları için en elverişli etap olduğu düşünülmektedir ve bu sporu yapan sporcular tarafından tavsiye edilmektedir. Parkurun uzunluğu yaklaşık 90 kilometredir ve başlangıç yeri olan Derinçay mevkiine Karaman-Silifke arasındaki karayolunun, Mut ilçesinin 3 km. kuzeyindeki yol ayrımından batı istikametine giden karayolu ile ulaşmak mümkündür. Çevresinde fazla uzun olmayan kanyonların da bulunduğu Kışlakoy ile Kargıcak mahalleri civarındaki köprüler arasındaki 14 kilometrelik olan etap bu parkurun en ilginç peyzajına sahip olma özelliğini taşımaktadır. Bu bölüm geçildikten sonra, parkurun Değirmendere mahallesi civarında bitirilmesi mümkündür (www.turkeyrafting.com, 2020).

Parkurda her yıl binlerce yabancı turist günübirlik turların yanı sıra 3 günlük kamp yapılarak yapılan turlar ile Göksu nehri parkurunu Silifke'ye kadar tamamlamaktadır.

En çok kullanılan parkur Mut ilçesinin, Hocalı mahallesinden başlayıp Silifke ilçesi, Kargıcak köyünde son eren yaklaşık 12 km'lik bu parkurdur. Bu parkur üzerinde hali hazırda rafting organizasyonları düzenleyen yerel bir acente bulunmaktadır. Göksu Nehri'nin yıllık ortalama debi 90-95 $m^3/s$ arasında olup en yüksek debi 261 $m^3/s$ ile Mart ayıdır (https://mersin.ktb.gov.tr, 2020). Bu etapta, Göksu Nehri'nin debisinin yüksek olduğu özellikle Mart-Nisan-Mayıs aylarında katılımcıların adrenalin yaşayabilecekleri çok heyecan verici su geçişlerinin bulunduğu bilinmektedir (www.hurriyet.com.tr, 2018).

### 3.6.3.2. Dalış Sporu (Scuba Diving)

Kıyılarda bulunan Boğsak ve Narlıkuyu gibi dalışa uygun mevkiler dalış eğitimi almak isteyenler için çok uygun şartlar sağlamaktadır. Adı geçen yerlerde

aktif halde dalış eğitimi Türkiye Sualtı Federasyonu'nun onayladığı dalıcı kursları veren iki adet dalış merkezi ve okulu bulunmaktadır.

### 3.6.4. Olta Balıkçılığı

Ayrıca Silifke sahili olta balıkçılığı için çok iyi imkânlar sunmaktadır. Amatör balıkçılar Silifke kent merkezinde ve Taşucu Mahallesinde olta balıkçılığı ile her türlü araç ve gereçleri edinerek bu spora katılabilmektedir. Ayrıca Taşucu Limanında demirli yatlar ve balıkçı tekneleri amatör balık tutma turları düzenlemektedir. Genellikle Dana Adası açıkları, Boğsak açıkları ve Kum Burnu açıkları tercih edilmektedir. Yatlarla yapılan turlarda müşterilere yiyecek-içecek servisi tur boyunca sunulmaktadır.

### 3.6.5. Doğa Yürüyüşü (Trekking)

Silifke'de doğa yürüyüşü gruplarının doğa yürüyüşü yapabileceği çok farklı rotalar bulunmaktadır. Her hafta düzenli doğa yürüyüş düzenleyen bir doğa derneği genellikle yerel katılımcılara az da olsa kent dışından gelen katılımcılara profesyonel rehberler eşliğinde farklı parkurlarda doğa yürüyüşü etkinlikleri düzenlemektedir. Doğa yürüyüşçülerinin kullandıkları rotalardan bazıları şunlardır:

- **Prensesin Ayak İzleri Roma Yolu:** Orta zorluk derecesine sahip olan bu rota toplam 40 km'lik uzunluğa sahiptir. Antik kent kalıntıları arasında gerçekleştirilen bir parkurdur. 1.gün Uzuncaburç Mahallesinden başlar Olba Antik Kent kalıntılarının bulunduğu Uğuralanı'ndan geçilerek 16 km'lik bir yürüyüş ile Canbazlı mahallesine gelinir. Burada Canbazlı Kilisesinde kamp kurulur geceleme yapılır. 2. gün, Canbazlı mahallesinden başlanır 12 km yürünerek Hüseyinler mahallesinde rota sonlanır. Olba Kraliçesi Aba'nın yaşantısı ve hükümdarlığının geçtiği alanlarda isteğe göre çadırlı konaklamalar yapılarak parkur 3-4 güne kadar uzatılabilir (www.kulturportali.gov.tr, 2020).

  Bu parkuru Sertavul Geçidi'nden başlatan gruplar da mevcuttur. Bu gruplar 1. Gün Sertavul-Yerköprü Şelalesi arasını, 2'nci gün Yerköprü

Şelalesi'nden başlayarak Hocalı köyü'ne gelerek buradan 12 km'lik etabı rafting yaparak Kargıcak Mahallesine gelirler. Bu etabı çamur banyosu gibi eğlenceli aktiviteler de katarlar. 3'ncü gün Uzuncaburç'tan sonra bilindik etapları tamamlayarak 4'ncü Kızkalesin'de tüm etabı bitirmiş olurlar (https://patikatour.com, 2020).

- **Aksıfat Kanyonu:** Orta zorluk derecesine sahip bir rotadır. Sarıaydın mahallesinden başlayan rota Aksıfat kanyonu boyun ilerleyerek kaynak suyunun gözünde biter. Toplam 32 km'lik bir rotadır (https://tr.wikiloc.com, 2019).
- **Adamkayalar:** Kısa bir rota(1.28 km) olmasına rağmen zorluk derecesi bakımında zor kategorisinde bir rotadır. Şeytan Deresi Kanyonu'ndan başlayarak zorlu bir inişten sonra antik bir kalıntı olan Adamkayalar Kabartmalarında son bulur (https://tr.wikiloc.com, 2019).
- **Kocapınar-Uzuncaburç:** Toplam 20 km'lik bir parkur olan bu parkurun 1. etabı orta zorluk kategorisindedir. 1 gün 10 km'lik bir yürüyüşten sonra Bozağaç'a gelinir ve burada çadırlı kamp kurularak geceleme yapılır. 2. gün yine Bozağaç'tan hareketle 10 km daha yürünür ve Uzuncaburç'a ulaşılarak parkur bitirilir (https://tr.wikiloc.com, 2019).
- **Örenköy-Akçagöl:** Orta zorluk kategorisinde bir parkurdur. Toplam 8 km'dir (https://tr.wikiloc.com, 2019).

### 3.6.6. Motosiklet Turizmi

Motosiklet kullanımı kişiye psikolojik ve zihni çapta önemli faydaları vardır. İnsanların açık havada seyahat etmesi stres seviyesinin azalmasına, çevreyi daha iyi gözlemleme ve algılama yeteneklerini artırmaktadır. Bunlarla birlikte benzeri birçok fayda göz önüne alındığında, insanların motosiklet kullanmaları sırasında da ruhsal ve zihinsel açıdan dinlenebileceklerini göstermektedir (Özlü, Dilekçi, ve Balaban, 2019:656).

TUİK(2017) verilerine göre sadece Akdeniz Bölgesinde kayıtlı 3.102.800 adet motosiklet bulunmaktadır. Bu verilerden yola çıkacak olursak Akdeniz Bölgesi

motosiklet varlığı açısından oldukça zengin olup bu araştırmada hedeflenen projeye, uygun bir alt yapı oluşturmaktadır. Ayrıca bu bölge motosiklet sporu açısından yılın 10 ayı uygun iklim koşulları sağlamaktadır. D 400 karayolunun, yapı ve düzenleme çalışmalarının tamamlanması durumunda, Antalya ve Mersin illeri arasındaki bağlantı çok daha hızlı bir şekilde sağlanacak ve motosiklet yolculuğuna oldukça uygun bir hale gelecektir. Bu durum motosiklet kullanımına da dolaylı bir yoldan katkı sağlayacaktır (Özlü vd., 2019:657).

Bu verilerden de anlaşılacağı üzere Akdeniz Bölgesi sahil şeridi yeni yapılan yolları ile motosiklet severler için önemli bir rotadır ve Silifke bu rotanın tam ortasında yer almaktadır.

### 3.6.7. Mağara Turizmi

Silifke sınırları içinde tanınmışlık düzeyi yüksek iki mağara vardır. Bunlar Cennet Cehennem Obruğu ve Aynalıgöl (Gilindire) Mağaralarıdır.

#### 3.6.7.1. Cennet Cehennem Obruğu

Bir doğa harikası olan Cennet Cehennem Obruğu, bir yeraltı deresinin yol açtığı kimyasal erozyonla tavanın çökmesi sonucu meydana gelmiş büyük bir çukurdur. Ağız kısmı elips biçimindedir; çapları 250 m ve 110 m olup derinliği 70 metredir. Çökük tabanının güney ucunda 200 m uzunluğunda ve en derin noktası 135 m olan büyük bir mağara girişi bulunmaktadır. Bu mağaranın ağzında küçük bir kilise yer alır. Kilisenin giriş kapısı üzerindeki 4 satırlık kitabede, kilisenin V.yy'da Paulus adında dindar bir kişi tarafından Meryem Ana'ya ithafen yaptırılmış olduğu yazılmaktadır. Cennet obruğunun içine her biri oldukça geniş 452 basamaklı taş bir merdivenle inilir. Kiliseye 300. basamakta varılır. Kiliseden sonraki mağaranın bitim noktasında mitolojik bir yeraltı deresinin sesi duyulur (https://yigm.ktb.gov.tr, 2019).

#### 3.6.7.2. Aynalıgöl (Gilindire) Mağarası

Aydıncık ilçesi sınırlarındaki mağara, 1999 yılında hayvanlarını otlatan bir çobanın çevrede gezen kirpiyi takip etmesiyle ortaya çıkarıldı. Kirpinin girdiği mağaranın büyüklüğü ve görselliği karşısında şaşkına düşen çobanın durumu Orman

ve Su İşleri Bakanlığı'na bildirmesiyle, mağara tabiat parkı ilan edildi ve koruma altına alındı. Uzmanlarca yapılan uzun incelemelerin sonunda mağaranın, dördüncü zaman (kuvaterner) başındaki son iklim değişikliğiyle buzul sonrası döneme geçişte oluştuğu anlaşılmıştır. Araştırmalarda son kısmının sular altında kaldığı belirlendi, mağaradaki sarkıt ve dikitlerin, su altında kalmasından dolayı atmosferik değişimlerden etkilenmeden günümüze kadar ulaştığı tespit edildi (www.ntv.com.tr, 2018).

Denizden 45 metre yüksek yamaçta olan, 555 metre yatay uzunluğa, 46 metre derinliğe sahip mağaradaki dev boyutlara ulaşan ve her biri görsel şölen sunan damla taşlar, ana galeriyi çok sayıda salon ve odaya ayırıyor. Mağaraya 560 basamak inerek giren ziyaretçiler, çok sayıda ilginç figürlü sarkıt, dikit ve sütunun yanı sıra mağara incisi, bayrak traverten ve duş başlığı gibi oluşumları inceleyebiliyor. Yaklaşık 46 metre derinliğinde su bulunan Gilindire, bu özelliği nedeniyle "Aynalı Göl" olarak da anılırken, gölün su kotunun eksi 47 metre seviyesinde bulunması mağaranın deniz seviyesinin altında da devam ettiğini gösteriyor. Buzul dönemine ilişkin bütün hidrolojik ve atmosferik verileri içerisinde saklı tuttuğu tespit edilen mağara, bu özelliğiyle Doğu Avrupa, Orta Doğu ve Balkanları kapsayacak şekilde Doğu Akdeniz'de bulunan tek kayıt noktası olarak kabul ediliyor (www.ntv.com.tr, 2018).

Mağara Büyükeceli'den sonra yaklaşık 30 km uzaklıktadır. Mağarayı gezmek isteyen ziyaretçiler, Aydıncık ilçe merkezine 4 kilometre kala Mersin-Antalya karayolundan deniz tarafına saparak bölgeye ulaşabiliyor. Falezin tam ortasından geçen merdivenler ile mağaranın girişine varılabilir. Mağara içindeki geçitlerden geçerek yaklaşık 555 m yürüyerek muhteşem galerilere ulaşılır (Kurtuba, 2019:100-101; www.ntv.com.tr, 2018).

### 3.6.8. Kuş Gözlemciliği

Kuş gözlemciliği doğayı kuşların dünyasından tanımaya olanak veren bir gözlem sporudur. Kuşların bir yeri geçici yaşam alanı seçmesi o yerin sağlıklı bir çevre olduğunun göstergesi niteliğindedir. Kuş gözlemciliği herhangi bir mevsime bağlı kalmaksızın 365 gün 24 saat yapılabilen bir faaliyettir. Kuş gözlemciliği eko-

turizm kapsamında değerlendirilen, çıplak gözle veya görüntüyü büyütmeye yarayan bir cihaz yardımıyla kuşları gözlemlemek olarak tanımlanır ( https://www.aba.org, 2018). Kuş gözlemciliği, vahşi yaşamı korumak ve kollamakla direk ve güçlü bir ilişkisi olduğu gibi iyi bir rekreasyon faaliyetlerinden bir tanesidir ve kuş gözlemcileri yaptıkları işe çok düşkün insanlar oldukları için bu faaliyetlerini yürütebilmek için çok seyahat eden ve azımsanmayacak miktarda para harcayan turistlerdir (Sezgin vd., 2017:139).

Toplam alanı 15.000 hektar, Orta Toroslar eteğinde yer alan Silifke'nin güney ucunda, Göksu Irmağının oluşturduğu kıyı ovası üzerinde bulunan Göksu Deltası, bu turizm türünün uygulanabileceği ender yerlerden bir tanesidir. Türkiye'de yaşayan 450 kuş türünün 334'ü Göksu Deltasında yaşamaktadır (Kaya, 2015:1).

Özel Çevre Koruma Bölgesi, Ramsar Alanı, Doğal sit alanı gibi **koruma statülerine sahip korumaya bağımlı bir alandır. Yapılaşma ve kaçak avcılık gibi tehditler ile karşı karşıyadır (Arık, 2020:1)**

Türkiye'nin diğer bölgelerinde nadir görülen göçmen, kışlayan ve kuluçkaya yatan birçok kuş türü burada daha sık görüldüğünden, delta **kuş gözlemciliği (Avi-tourism)** ve **kuşbilimciler** (Ornitolog) için çekim merkezi konumunda yer almaktadır. Kuş türlerinin bazıları deltayı sadece göç yolu olarak kullanırken, bazılarıysa deltada ürüyor veya kışı burada geçirmektedir.

Dünya çapında nesli tehlikede olan **Küçük Karabatak, Tepeli Pelikan, Yaz Ördeği, Dikkuyruk, Akkuyruklu Kartal, Şah Kartalı, Küçük Kerkenez ve Ada Martısı** Göksu Deltasının ağırladığı kuş türlerinden bazılarıdır.

**Saz Horozu,** Y**alı Çapkını, Kızıl Bacak, Kızıl Şahin, Balıkçıl, Sakar Meke, Yeşilbaş Ördek** gibi kuş türleri Göksu deltasında sürekli görülebilmekte iken **Flamingolar** ise kışın burayı kullanmaktadır. Göçün en yoğun olarak yaşandığı Nisan ve Eylül ayları, kuş gözlemciliği açısından en uygun zaman olarak düşünülmektedir (Arık, 2020:1-2).

### 3.6.9. Çiftlik Turizmi (Agro Tourism)

Silifke Ovası toplam 2693 km2 olan toplam alanın %11'ini oluşturur bu da yaklaşık 296 $m^2$'lik verimli bir tarım alanı anlamına gelmektedir. 268 km uzunluğundaki Göksu Nehri'nin taşıdığı alüvyonlar bu ovayı çok verimli bir tarım arazi haline getirmiştir (https://silifke.bel.tr, 2020).

Yılda 3 hasadın yapılabildiği Silifke Ovasında toplam 46.382 dekarlık alanda yapılan çilek üreticiliği ile ön plana çıkmaktadır. Silifke özellikle çilek üretimiyle adından sıkça söz ettirmektedir. Çin ve Amerika Birleşik Devletleri'nin ardından Türkiye çilek üretiminde üçüncü sıradadır. Silifke çilek üretiminde Türkiye'de ise %35'lik üretimi tek başına yaparak ilk sırada yer almaktadır. Türkiye çilek ihracatının % 65'i Silifke'de üretilen çilek ile yapılmaktadır. 2019 yılında Silifke Ovası'nda yıllık 80 bin ton çilek hasadı yapılmış olup bunun 20 bin tonu ihraç edilmiş, geri kalanı iç tüketimde kullanılmıştır (www.mersinhaber.com, 2019). Silifke Çileği 01.10.2019 tarihi itibariyle Coğrafi İşaret Tescil Belgesi alarak "Silifke Çileği" adı altında tescillenmiştir (www.mersin.tarimorman.gov.tr, 2019).

Silifke Ovası'nda 22 bin 545 dönüm alanda yaklaşık 80 bin ton %97'si limon, geri kalanı portakal ve mandalina olmak üzere narenciye üretilmektedir. Türkiye'de yılın ilk eriği turfanda olarak Silifke'de hasat edilir, yaklaşık yıllık rekolte 8 bin tondur (Çelik, 2018:223-224)

Silifke tarım ve hayvancılık alanında ve ürünlerinde üst sıralarda yer almaktadır. Ev ekmeği yapımı, tereyağı yapımı, yoğurt yapımı, zeytinyağı yapımı, peynir ve çökelek yapımı vb. faaliyetlerin köy ortamında ziyaretçilerin rahatlıkla katılabileceği üretim faaliyetleridir. Bunun dışında hasat zamanı gezginlerin bağbozumu, çilek vb. ürünlerin toplama, hasat etme aktivitelerine de katılabileceği ortamlar mevcuttur. Bunun için TaTuTa (Tarım Turizm Takas) ve Buğday Projeleri incelenebilir, bu projeye dâhil olunabilir, deneyimlerinden faydalanılabilir veya bölgeye has özgün proje yapılabilir.

### 3.6.10. Gastronomi Turizmi

Silifke damak tadı ve sağlığa faydalı olduğu düşünülen besin maddeleri bakımından zengin bir mutfak kültürüne ve coğrafya sahiptir. Kulak çorbası, Topalak, Keşkek(Dövme), Yahni, Sıkma, Batırık ve Oklava Çekmesi(Tatlı) gibi yöreye has yemekleri mevcuttur (https://silifke.bel.tr, 2020).

Andız pekmezi iki yılda bir olgunlaşan Andız ağacının kozalaklarından elde edilir. Kozalaklar parçalanarak suda birkaç gün bekletilir. Suda bekleyince ortaya çıkan ekstrakın kaynatılır ve yoğunlaştırılmış ekstrak pekmeze dönüştürülür. 6 kg kozalaktan 1 kg andız pekmezi elde edilir. Özellikle üst solunum yolu hastalıklarının tedavisinde kullanılır. Bir kaşık andız pekmezi yetişkin bir kişinin günlük potasyum, kalsiyum ve magnezyum ihtiyacını karşılayacak niteliktedir (Urbaş, 2018:262).

Harnup(Keçiboynuzu) sağlığa çok faydalı bir bitkidir. Harnup meyvelerinden harnup pekmezi, harnup unu ve harnup şurubu elde edilir. Sindirim düzenleyici, karaciğer rahatsızlıkları, diş ve diş eti rahatsızlıkları, kolesterol düşürücü, kas gelişimi gibi birçok sağlık açısından faydalı olduğu tıbbi durumlar mevcuttur (Urbaş, 2018:263).

Kenger Nisan ve Mayıs aylarında çiçek açan bir bitkidir. Gövdesi kesilen bitkiden çıkan sütten kenger sakızı elde edilir. Tadı acı olan bu sakızın kalp ve damar hastalıklarına iyi geldiği söylenmektedir. Kengerin olgunlaşan başlarındaki meyveler kavrularak kenger kahvesi elde edilir. İçimi çok lezzetli olan bu kahve yörede çok sevilen bir sıcak içecektir (Urbaş, 2018:264).

Melengiç aslında Antep Fıstığının doğadaki vahşi hali olan bitkidir. Yöre halkı Sakızlık ağacı da der. Aşılanırsa Antep Fıstığı elde edilebilir. Meyvesi kavrulursa çok lezzetli bir çerez olarak tüketilebilir. Bazı işlemlerden geçirilerek kahvesi de elde edilir (Urbaş, 2018:265).

Kaya Koruğu denize yakın bölgelerde yetişen salatası ve turşusu yapılabilen bir bitkidir. Yeşil yaprakları direk tüketenler de vardır. Yeşil yaprakları hafif tuzlu ve baharatlı bir tadı vardır (Urbaş, 2018:264).

Gevil (Kapari) halk arasında gebele, gebere, kabbar, kedi tırnağı, karga kavunu menginik, keper, kepere ve kebre oto olarak bilinir. Hem turşusu ile sofralara lezzet katar hem de idrar söktürücü, kabızlık giderici özelliği, zengin mineral ve vitamin kaynağıdır (Urbaş, 2018:263).

### 3.6.11. Bölge Türlerine Göre Silifke'nin Sınıflandırılması

Bu araştırmanın bölgesel kalkınma konusunun işlendiği ikinci bölümünde bölgeler, ekonomik gelişmişlik düzeylerine ve ekonomik yapılarına göre iki kategoride incelendiği anlatılmıştı.

Silifke, her ne kadar ekonomik gelişmişlik düzeyine göre gelişmiş bir bölge olduğu söylenemese de az gelişmiş bir bölge de değildir. Silifke bu iki ekonomik gelişmişlik düzeyinin tam ortasında kalan potansiyel bölge seviyesinde bir görünüme sahiptir. Ekonomik gelişmişlik seviyesine sektörel temelli bakılırsa Silifke örneğin tarım sektörü bakımından gayet iyi durumda olduğu bu bölümdeki agro-turizm başlığı altında ele alınmıştı. Çilek, narenciye ve turfanda sebze-meyve üretimi verimli Silifke ovasında üretilen ve rekolte bakımından Türkiye'de ya ilk sırada ya da hatırı sayılır bir yerdedir. Keza hayvancılık ve hayvansal üretim bakımından da gayet iyi bir noktadır.

Silifke, ekonomik gelişmişlik düzeyi bakımından potansiyel gelişim bölgesi tanımına uygun oluşunu esasen turizm sektörü sayesinde almaktadır. Silifke'de turizm sektörü, gelişim için şartların çok uygun olmasına rağmen gelişememiş bir sektördür. Doğası, uygun iklim ve coğrafi yapısı, tarihi ve kültürel varlıkları, tarımsal alanları ile Silifke eko-turizm açısından benzersiz bir potansiyele sahiptir. Ne yazık ki bu potansiyele sahip olmasına rağmen eko-turizm gelişimi bakımından istenilen seviyede değildir ve bu sebepten dolayı Silifke'nin potansiyel gelişim bölgesi kategorisine uygun olduğu düşünülmektedir.

Ekonomik yapısına göre ise Silifke bir plan bölge sınıflaması içinde olduğu söylenebilir. Merkezi hükümet tarafından kararlaştırılan nükleer santral, tersane, mermer ocağı işletmesi ve çimento fabrikası gibi bazı yatırımların merkezi olarak planlanması ve uygulamaya konulması bunun bir göstergesi olduğu düşünülmektedir.

Mersin İli sınırları içindeki 8 adet Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi ilan edilmiştir; bunlardan 4 tanesinin Silifke sınırları içinde planlanması da aynı şekilde Silifke'nin ekonomik yapısı bakımından bir plan bölge olduğunun kanıtlar niteliktedir.

# DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

# YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın konusu, amacı, kapsamı ve modeli ilgili kapsamlı bir bilgi verilmiştir. Araştırmada kullanılan araştırma yöntemleri ile ilgili açıklayıcı bilgiler de bu bölümde yer almaktadır. Araştırma kapsamında araştırmanın hem nitel hem de nicel araştırma grupları hakkında bilgiler bu bölümde verilmiştir. Araştırmanın sonuçlarına etki edebilecek değişkenler, kullanılan analiz yöntemleri ve bu yöntemler ile ilgili bilgileri bu bölümün değindiği konular arasındadır.

## 4.1.Araştırmanın Konusu, Amacı ve Önemi

Hızlı endüstrileşme, şehirleşme ve kitle turizmin artması 1980'li yılların başından beri kırsal yaşamı ve bölgeleri birçok yönden değiştirmiştir, değiştirmeye devam etmektedir. Bu değişimler istenen veya istenmeyen etkileri ortaya çıkarabilmektedir. Bu etkileşimden en fazla etkilenen o destinasyon çevresinde yaşayan insanlar ve diğer canlılar ve çevre olarak özetlenebilir. Turizmin gelişmesi getireceği faydalar düşünüldüğünde her zaman arzu edilen bir süreçtir ama "Nasıl bir turizm?" sorusu zamanında sorulmadığında ve buna göre planlamalar ve hazırlıklar yapılmadığında sonuç itibariyle istenmeyen sonuçlar doğurabilmektedir. Böyle bir sonuç ile karşılaşan destinasyonların bu sonuçlardan dönüşü de her zaman mümkün olmamaktadır.

Turizm gelişirken elbette istenen ve istenmeyen etkileri ortaya çıkmıştır, bu etkileri yine burada yaşayan insanlardan öğrenmenin bir yoludur. Sürdürülebilirlik güncelliğini hiç yitirmeyen içinde yaşanılan coğrafya ve toplumun değerlerinin kalıcı hale getirilmesini amaçlayan bir yaklaşımdır. Kitle turizminin yol açtığı aşırı ve özensiz kaynak kullanımına yol açması bu yaklaşımı daha da önemli hale getirmektedir. Sürdürülebilir turizm şekli olan eko-turizm sayesinde, ekolojik süreçler devam ettirilip doğal miras ve biyolojik çeşitlilik korunarak gelecek nesiller için de çevresel kaynakların optimal kullanımı sağlanabilir. Ev sahibi toplulukların sosyokültürel değerleri ve varlıklarına saygı gösterilerek kültürel mirasın

korunmasına ve kültürlerarası anlayışın gelişmesine katkıda bulunulabilir. Ev sahibi topluluklarda kalıcı istihdam ve gelir olanakları sağlanmasıyla adil paylaşılmış bir sosyo-ekonomik getiri sağlanabilir, yerel düzeyde kalıcı ve ölçeklenebilir kalkınma modelleri oluşturulabilir. Eşitlikçi katılım modelleriyle kadınların, kırsal ve yoksul toplulukların fayda sağlayabileceği bir gelir yaratılabilir. Turistlerin yerel yaşam alanını, yaban hayatını, yerel kültürel değerleri ve gelenekleri keşfetmesini; yerel kültüre saygı duymasını sağlayabilir. Yerel halk içinse kültürel, doğal ve tarihi unsurlar ve sosyo-ekonomik değerler hakkında farkındalık yaratıp sosyal sermayenin gelişmesiyle bu kaynakların korunmasını teşvik edebilir.

Bazı bölgeler herhangi bir sektör açısından yüksek potansiyeli olduğu halde maalesef gereken performansı gösteremez ve o sektör açısından istenilen seviyede gelişme gösteremez. Bunun birçok sebepleri olabilir. Merkezi hükümetin politikaları o bölgede başka bir sektörün geliştirilmesi yönünde olabilir veya siyasi kaygılarla başka bölgelere o bölgeden daha fazla önem verebilir. Bunun yanında yerel idarelerin bu konuda fazla talepkâr ve ısrarcı olmamaları da bu sebeplerin arasında sayılabilir. Mülakatlar esnasında bazı katılımcıların dediği gibi "Hükümetlerin iş yoğunluğu çok fazla olabilir, siz önüne projeyle gelmezseniz, o bölgenin ne tür bir potansiyeli olduğunu bilemeyebilir". Bunun yine sebepleri arasında halkın veya başkaca kesimlerin o sektöre karşı olumsuz tutumu da olabilir. Bu sektör direk yerel halkı ilgilendiren bir sektör olan turizm ise halkın turizme ve turiste bakış açısı çok önem kazanmaktadır.

Yukarıda sıralanan bu faktörler düşünüldüğünde hem ülke hem de bölgesel turizm gelişimleri ön plana çıkmaktadır. Ülkelerin kalkınma açısından güçlü ve sağlıklı bir turizm sektörüne sahip olmaları gerekmektedir. Araştırmada turizm ve bölgesel kalkınma ilişkisi incelenirken diğer tarafta da özellikle son yıllarda önemi daha çok anlaşılan eko-turizm de araştırmaya konu olmuştur. Bölgesel turizm, eko-turizm, kalkınma ve destinasyon ilişkileri araştırma çerçevesinde incelenmiştir.

Bu araştırmanın amacı bölgesel turizm gelişiminde eko-turizmin katkısını ortaya koymak, bölgesel kalkınma için bir model oluşturmaktır. Genelde turizm özelde ise eko-turizm potansiyeli çok fazla olduğu halde bir türlü istenilen gelişimi

gösteremeyen bölgelerin turizminin nasıl geliştirebileceğini araştırmaktır. Eko-turizmi potansiyeli olan bölgelerde, çevreyi, yerel halkı, biyolojik çeşitliliği, kırsal yaşamı, folkloru, yerel kültürü olumsuz etkilemeyecek ekolojik bir kalkınma modeli kısaca "Eko-kalkınma Modeli" ortaya koymaktadır.

Eko-kalkınma modeli çevresel duyarlılığı hat safhada olan, kentin veya yörenin taşıma kapasitesini dikkate alan, turizmin en büyük paydaşı olan yerel halk ve esnafın da kazanabileceği, turizmin yıkıcı etkilerinden arındırılmış bir kalkınma modelidir. Kentin tek bir noktasına yoğunlaşmaktan öte turizmi yöredeki kırsal kesimlere de yayarak altından kalkılamayacak yoğunluklulardan kenti kurtarmak anlamına gelebilecek bir model olan eko-kalkınma modeli yörenin orijinalliğine dokunmadan, onu bozmadan, onu geri dönülmez olumsuz yapılaşmalardan koruyarak geliştirmek, kalkındırmak amacıyla ortaya konmuş yeni bir modeldir. Şimdiye kadar bu model ile turizm gelişimini tamamlamış bir çok destinasyon ne kadar da turist sayısından memnun olsalar da orada yaşayanların yaşam kalitesini düşürecek veya ziyaretçilerin memnuniyetsizliğine yol açabilecek boyutlara gelebilmektedir. Mesela 50.000 nüfuslu ve 4 bin yatak kapasitesi olan Safranbolu'ya 2019 yılında kent nüfusunun 28 katı diğer bir deyişle 1 milyon 300 bin turist ağırlamıştır (www.aydinlik.com.tr, 2019). Yine Türkiye'nin seçkin turizm destinasyonlarından olan Belek'in nüfusu 8.000'dir; bu küçük ilçenin ziyaretçi sayısı yıllık 2 milyondur. Normalde bu kadar küçük bir yerleşim yerinin bu kadar büyük bir turist sayısını taşıma kapasitesini aşmadan ve kaliteden ödün vermeden kaldırması mümkün değildir. Belek turizmini kongre ve spor turizmi sayesinde 12 aya yayabilen ender destinasyonlarımızdan biridir. Yine de Belek'te de maalesef turist yoğunluğundan kaynaklı sorunlar olabilmektedir. Bu konuda Belek Turizm Yatırımcıları Birliği (BETUYAB), 2019 yılı yaz sezonu için en önemli hazırlıklar arasında yetersiz altyapı çalışmalarının iyileştirmesi gösterilebileceğini belirtmiştir (www.sabah.com.tr, 2019).

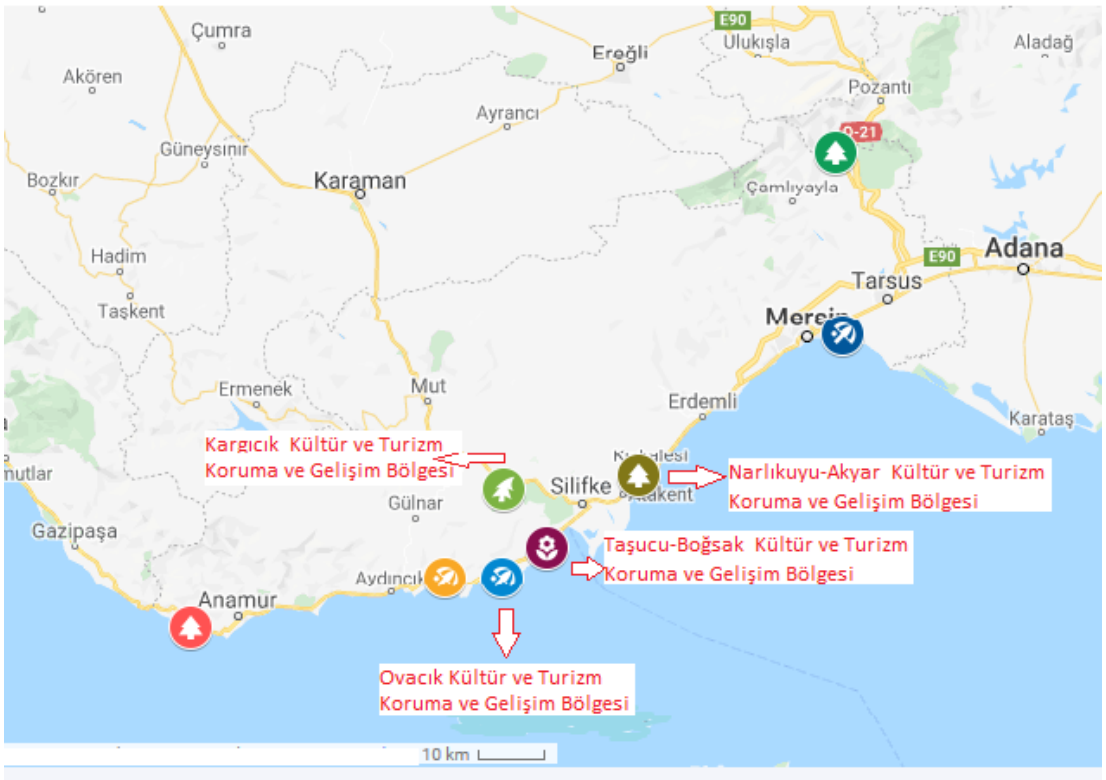
Yılın 12 ayı, tarihi, doğa, kültür ve kırsal turizm aktivitelerinin gerçekleştirilebileceği Silifke'nin turizmde hak ettiği yere gelmesi, bunu gerçekleştirirken ise doğaya, kente, yerel halk ve kültüre olumsuz dokunuşlar

olmadan gerçekleşmesi için, literatürde daha önce kullanılmamış bir model olan "Eko-kalkınma Modelini" ortaya koyarak gerçekleştirmek için gerekli çalışmaları yapmaktır.

### 4.2. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları

Bu araştırmanın kapsamı eko-turizmin bölgesel kalkınmaya etkisine bağlı olarak Mersin iline bağlı Silifke ilçesi ile sınırlandırılmıştır. Silifke'nin konu olarak seçilmesinin en büyük nedeni sahip olduğu turist çekim unsurlarının çokluğu ve turizmin her türünün yapılabileceği bir bölge olması ama buna rağmen turizmin istenilen düzeyde gelişmemiş olması bu bölgenin bir araştırmaya konu edilmesi gerekliliği ortaya çıkarmıştır. Tüm Mersin İlinde Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından 8 tane Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi ilan edilmiştir. Silifke bu 8 bölgenin 4 tanesinin tek başına sahibidir. Bknz. Harita 2.

**Harita 2. Mersin Silifke Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgeleri**




Kaynak: (http://www.investinmersin.org, 2020)

Harita 2'de gösterilen Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgeleri hayata geçirildiğinde Silifke turizminin hareketleneceği ve belli bir ivme kazanacağı düşünülmektedir.

Bu bölgeler şunlardır(https://mersin.ktb.gov.tr/2019):

- Ovacık Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi

108,6 hektar büyüklüğündeki bölge Silifke ilçesinin 40 km batısında Yeşilovacık Mahallesindedir. Yaklaşık 450 kişiyi istihdam edecek 1.833 yatak kapasiteli turizm tesisleri yapılması planlanmaktadır. 1/5000 nazım imar planı ve 1/1000 uygulama imar plan çalışmaları tamamlanmış olup halen turizm yatırımcılarına tahsisi için Kültür ve Turizm Bakanlığınca çalışmalar devam etmektedir (https://mersin.ktb.gov.tr/2019)

- Kargıcık Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi

Silifke ilçesinin 39 km güney batısında yer alan bölge 96,91 hektar büyüklüğündedir. Tahminen 500 kişiyi istihdam etmesi planlanmakta olup 2.031 yatak kapasiteli turizm tesisleri yapılması planlanmaktadır. 1/5000 nazım imar planı ve 1/1000 uygulama imar plan çalışmaları tamamlanmış olup halen turizm yatırımcılarına tahsisi için Kültür ve Turizm Bakanlığınca çalışmalar devam etmektedir (https://mersin.ktb.gov.tr/2019).

- Taşucu-Boğsak Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi

Silifke İlçesi Taşucu bölgesinin batısından başlayarak kıyı kesimi boyunca devam etmekte olan bölge İl merkezine 90 km uzaklıkta bulunmaktadır. Boğsak yerleşim bölgesini de içine alarak Tahta Koyu'na kadar uzanmaktadır. 1.159 hektar büyüklüğündeki bölgede yaklaşık 5.000 kişiyi istihdam etmesi hedeflenmektedir. 17.000 yatak kapasiteli turizm tesisleri yapılması planlanmaktadır. 1/5000 nazım imar planı ve 1/1000 uygulama imar plan çalışmaları tamamlanmış olup Kültür ve Turizm Bakanlığınca onay aşamasındadır(https://mersin.ktb.gov.tr/2019).

- Narlıkuyu-Akyar Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi

Silifke İlçesinin 20 km doğusunda kalan bölge Kızkalesi'ne 5 km uzaklıkta yer almaktadır. Narlıkuyu yerleşimi, Cennet ve Cehennem Obruklarını, Astım Mağarasını bu bölgenin içinde kalmaktadır. Kültür ve Turizm Bakanlığınca 1.024 hektar büyüklüğündeki bölgenin 1/25000 Çevre Düzeni Planlama çalışmaları tamamlanmıştır. 1/5000 nazım imar planı ve 1/1000 uygulama imar planlarının yapımı ihale aşamasındadır(https://mersin.ktb.gov.tr/2019).

Silifke son günlerde turistik değeri daha çok anlaşılmaya başlanan bakir ve gelişmeye çok müsait bir destinasyon adayıdır. Turizme açılmak üzere olan bu kentin paydaşları olan yerel halk, kentin yöneticileri, daire amirleri, sivil toplum örgütleri ve turizm işletmecilerinin görüşlerini alarak kentin turizm planlamasına katkıda bulunmak çevreye, doğaya ve yerel halka azami fayda ve asgari zarar vermek adına bu araştırmanın önemli olduğu düşünülmektedir.

Tez araştırmasının kapsamı Silifke ilçesi sınırlarını kapsamaktadır. Araştırmaya katılanlar genellikle yaptığı iş bakımından turizm ve turizm ile ilgili bir görüşü olabilecek nitelikte insanlardır. Nitel araştırma kısmında mülakat yöntemiyle görüşleri alınan kişiler genellikle eğitim seviyesi yüksek, bu ilçede görev yapan üst düzey yetkililer, daire amirleri, akademisyenler, sivil toplum örgütü liderleri, araştırmacı-yazarlar, üst düzey turizm işletmeleri yöneticileri ve işletme sahiplerini kapsamaktadır. Nicel araştırma kısmında anket yoluyla fikirlerini öğrenmeye çalıştığımız Silifke'de yaşayan, konaklama tesisleri, yiyecek-içecek işletmeleri, seyahat işletmeleri, hediyelik eşya satan işletmeleri, eğlence hizmetleri işletmelerinin sahipleri, yöneticileri ve çalışanlarını kapsamaktadır. Turizm ile dolaylı da olsa ilgili olabilecek diğer küçük esnaf, beyaz eşya mağazası, giyim mağazası vs. işyerleri sahipleri veya çalışanları kapsam dışı bırakılmışlardır.

Her araştırma gibi bu tez araştırması da bir takım sınırlılıklara sahiptir. Sınırlılıklar, araştırmacıların araştırma sürecinde farklı sebeplerden kaynaklanan durumlardan dolayı araştırmanın en uygun görülen koşullardan sapmasına neden olan süreçler şeklinde tanımlanır. Araştırmacı kendi kontrolü ve etki alanı dışında kalan durumlar ve fayda-maliyet açısından bakılarak ortaya konulan koşullardan

dolayı bazı sapmalara maruz kalabilir. Bu yüzden araştırma sonuçlarının var olan sınırlılıklar göz önüne alınarak değerlendirilmesi gerekmektedir (Karasar, 2014:72).

Araştırmanın birinci sınırlılığı, nitel veya nicel araştırma kısımlarında bazı kurum ve kuruluşların yetkilileri araştırmaya dâhil edilmiştir, dâhil edilmeyen turizm ile ilgisi olmadığı düşünülen işletmelerin yöneticileri ve çalışanları araştırmaya verebileceği katkıları olabilme olasılığı vardır.

İkinci sınırlılık ise özellikle nicel araştırma kısmında veri toplama süreci için örnekleme yöntemi olarak olasılık dışı örnekleme yöntemlerinin kullanılmasıdır. Olasılıklı olmayan örnekleme yöntemleri, araştırma sonuçlarının genellenebilirliği açısından olumsuz bir durum oluşturmasına rağmen olası katılımcının ankete katılmak istememesi, tüm çalışanlara veya yöneticilere ulaşamamak gibi sebeplerden dolayı olasılık dışı örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemine başvurmayı zorunlu kılmıştır (Gürbüz ve Şahin, 2015:129-130).

Üçüncü sınırlılık ise nicel araştırmanın yapıldığı tarih sezonun yüksek olduğu bir zaman aralığındadır. Bu durum turizm işletmeleri için iş yoğunluğunun fazla olduğu anlamına gelmektedir. İş yoğunluğu fazla olan insanların anket sorularına cevap verirlerken özensiz cevap verme olasılığı bir hayli fazladır. Nitel araştırma kısmında sezonun yüksek olduğu zamana denk gelen mülakatlarda da bu durumun sonucu etkileyecek cevapların verilme olasılığı mevcuttur.

Dördüncü ve son sınırlılık ise bu araştırmanın sadece Silifke bağlamında yapılmış olması; başka ilçe veya bölgelerde sonucun aynı çıkamayabileceği gerçeğidir. Her bölge veya yerleşim birimi kendine özgü bazı kültürel dinamikleri, iklimsel ve coğrafi farklılıkları, farklı tarihi ve kültürel zenginlik öğelerini kendi içinde barındırabilir, bu gerçekler araştırma sürecini etkileyebilir.

### 4.3. Eko-Kalkınma Modeli ve Felsefesi

Dünya Turizm Örgütü 2019 yılında en çok ziyaretçi alan ülkeler sıralamasında Türkiye'nin 52.5 milyon ziyaretçi ile 6.sıraya yükseldiğini açıklamıştır. Türkiye, turizm pastasındaki payını artırmak için tanıtımlarla bölgelerin markalaşmasına ve

parlatılmasına önem vermiş; her bölgenin kendi yağıyla kavrulan, kendine yeten hatta ülke gelişimine de katkı veren bölgelerin oluşması ve böylelikle turizm pazarında kolaylıkla pazarlanmasını amaçlamaktadır. Küresel salgın nedeni ile insanların doğaya ve bireysel turizm türlerine olan ilgisinin arttığını bilinen bir gerçektir. İnsanlar çok katlı otellerden daha çok butik otelleri, kitle turizminden bireyselliği öne çıkaran karavanlı seyahat planları ve yat turizmi vb. turizm faaliyetlerini tercih etmeye başlamıştır. Bu gerçeklik bölgesel kalkınmada çoğu bireysel ve sağlıklı doğal ortamlarda yapılabilen alternatif turizm türlerinin geliştirmesinin önemini daha çok ortaya koymaktadır.

Dünya'da halen güncelliğini yitirmemiş hatta küresel salgın ile önemi daha da artan bir "Yavaş" konsepti vardır. 1986 yılında Roma'da yavaş gıda ile başlayan ve daha sonra yavaş sağlık, yavaş seyahat, yavaş şehir gibi alanlara da yayılan bu yavaş konsepti eko-turizmin bir yansıması olarak karşımıza çıkmaktadır. Yerli ve yabancı turizm literatüründe hem sürdürülebilirlik açısından hem de doğal kaynakların israfına karşın desteklenen yavaş konsepti bölgesel kalkınmayı ve eko-kalkınma modelinin gerekliliğini destekleyen bir konsept olarak karşımıza çıkmaktadır. Eko-turizm, alternatif turizm içinde kendi başına bağımsız bir turizm çeşidi değildir. Başka sektörlerle de olduğu gibi diğer turizm türleriyle de yakın ilişki içinde olan bir turizm anlayışıdır. Eko-turizm tarım ve sanayi ile beslenme ve hammadde tedarikine dayalı karşılıklı yakın bir ilişki içinde, hatta bir iç içe geçmişliği söz konusu olan turizmin ana damarlarından bir tanesidir. Dolayısıyla eko-turizm denilince sadece doğada kendi kendine hiçbir mal ve hizmet tüketmeden yapılan bir turizm faaliyetler zinciri anlaşılmamalı, yerel dinamikleri ortaya çıkaran, sektör içinde ve sektörler arası ekonomik hareketlilik sağlayan, turizmin kalbi sayılabilecek bir turizm yaklaşımı olarak görülmelidir.

Bölgesel kalkınma ülkelerin kalkınması için adeta vazgeçilmez bir unsur olmuştur. Özellikle "Küresel düşün, yerel hareket et" düşüncesinin hâkim olduğu bir anlayış ile sınırlar kalkmış, ülkelerden çok bölgelerin önem kazandığı, kalkınmada sektörel aktörlerin ön plana çıktığı kalkınma modelleri konuşulur hale gelmiştir. Bu düşünceyle ülkeler bölgesel kalkınma hamlelerine ağırlık vermiştir. Turizm birçok

sektörle dinamik ilişkileri sayesinde bölgesel kalkınmayı hızlı ve etkili bir biçimde sağlayabilecek bir sektör olarak görülmektedir. Türkiye bu gerçeklerin farkında bir ülke olarak 2023 Turizm Stratejisi Master Planı dâhilinde bu konuda bir eylem planı ortaya koymuş ve alternatif turizm türlerini de devreye alarak sürdürülebilir bir bölgesel kalkınmayı turizm üzerinden yürütmeyi planlamıştır. Aynı zamanda 3.Turizm Şurasında da bu konu ağırlıklı olarak masaya yatırılmış ve bir takım eylem planları gündeme gelmiştir. Alternatif turizm türlerinin bölgelerdeki yapılabilirliğini dikkate alarak 7 adet turizm koridoru oluşturmuş ve bu koridorlarda yerel özellikleri içinde barındıran turizm hareketleri başlamıştır. Bu koridorlar sayesinde yerel kültüre ve doğal değerlere sahip kentlerimizin markalaştırılması, toplumu da dâhil ederek, yerel halkın istihdamının artırılarak yerel üretimi destekleyen rekabetçi ve sürdürülebilir destinasyonların yaratılması hedeflenmektedir.

Kalkınmanın gerçekleşmesi için bir veya birkaç dinamik sektörle başlamak ve diğer sektörlere ve alanlara yaymak gerekmektedir. Turizm, bölgesel kalkınma için çoğu zaman aranılan dinamik sektör olagelmiştir. Turizm gerçekten de bölgesel anlamda birçok alanda ekonomik hareketlilik sağlamaktadır. Turizm; ulaşım, ticaret, inşaat, konaklama, sağlık, bankacılık, yiyecek-içecek, tarım, kişisel bakım hizmetleri, gibi sektörleri doğrudan ve/veya dolaylı etkileyerek yayılma etkisi gösterdiği bilinen bir gerçektir.

Eko-kalkınma modeli kısaca esasen bölgesel turizm kalkınmasının ekolojik süreçleri dikkate alınarak sürdürülebilir süreç ile yerine getirilmesi olarak tarif edilebilir. Kalkınma her ülkenin veya bölgenin ulaşmak istediği refah seviyesi yüksekliğini ifade etmektedir. Yine kalkınma fert başına gelirin artması, nitelik ve nicelik olarak sosyal-ekonomik yaşamda iyileşmeleri anlamına gelmektedir. Ekoloji doğadaki tüm canlıların çevresiyle ilişiklerini inceleyen bilimdir ve bu ilişikler ekolojik süreçleri oluşturur. Eko sistemin üyesi olan tüm canlıların ve doğanın kendine has bir dengesinin olduğunu bilmek, insanoğlu olarak bizlerin kendi ihtiyaçlarımız doğrultusunda bu dengeyi bozacak müdahaleler yapmasının bu dengeyi bozacağı bilinciyle ekonomik faaliyetlerimizi sürdürmemiz gerekir.

Eko-kalkınma modeli sorumlu turizmin adeta somutlaşmış bir halidir. Eko-kalkınma modelinin amacı tam da "Sorumlu Turizmin" gerçekleştirmek istediği bir gelişimdir. Sorumlu turizm tatili insanlar için bir hak olarak görür ve insanların bu tatil hakkını kullanırken iklim değişikliği, doğal kaynakların hızla yok olmaması, sosyo-ekonomik eşitsizliklerin giderilmesi, işletmeleri ve bireyleri çevreyi olumsuz etkileyen unsurları dikkate almayı, ziyaret ettiği bölgeyi kendi eviymiş gibi hissetmeyi salık verir. Eko-kalkınma modeli işte tam da sorumlu turizmin tavsiyelerini dikkate alarak bölgesel turizm gelişimini ve bölgesel kalkınmayı hedef almaktadır.

Eko-kalkınma modeline konu olacak araştırma kapsamı Silifke yöresidir. Bu anlamda Silifke ile ilgili daha önce bahsedilmeyen tarım ve bölgesel gelişime katkıda bulunacak sektörlerden kısaca bahsetmek gerekmektedir.

Silifke ovası alüvyonlu toprak türüne sahip bir ova olması dolayısıyla yılda 3 kez ürün alınabilen verimliliğe sahiptir. Domates, salatalık, çilek, çeltik, yerfıstığı, kabak, yeşil fasulye, yer kirazı gibi birçok sebze yetiştiriciliğinin yanı sıra ve meyve yetiştiriciliği yapılmaktadır. Silifke'de yetiştirilen meyveler arasında portakal, mandalina ve limon (narenciye), zeytin, nar, kayısı, şeftali, erik, üzüm, elma ve armut vardır.

**Tablo 5. Silifke İlçesi Tarım Alanlarının Dağılımı (Hektar)**

| Yıllar | Tahıllar ve Diğer Bitkisel Ürünler | Nadas Alanı | Sebze | Meyve | Süs Bitkileri | Toplam Alan |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 2016 | 29.183 | 9.908 | 3.096 | 10.407 | 0 | 52.593 |
| 2017 | 23.232 | 11.025 | 4.398 | 12.022 | 0 | 50.678 |
| 2018 | 23.232 | 11.025 | 4.398 | 12.022 | 0 | 50.678 |

Kaynak://www.sitso.org.tr/ (2018)

Silifke ovası böylesine verimli topraklara sahip iken kitle turizmini geliştirmeye çalışmak "Fırsat maliyeti" açısından akılcı olmayacaktır. Tablo 5'de Silifke'deki tarım alanlarının dağılımlarından görüldüğü gibi nadasa için ayrılan tarım alanları dâhil 50.000 hektarın üzerinde bir tarım alanı mevcuttur. Silifke'de toplam tarım alanlarındaki azalma ürün ve rekolte azalmasına yol açmayacak şekilde

planlamalar yapılması gereklidir. Çünkü bu tarım alanlarında 2018 yılı itibariyle Silifke İlçesinde 1.127.608.099 kg yaş sebze ve meyve üretimi yapılmış olup ilçe ekonomisine girdisi 545.443.058 dolar olmuştur (http://www.sitso.org.tr/, 2018). Silifke'nin turizmini geliştirmek için bu verimli topraklardan vazgeçilmeden bölgesel turizm gelişimini sağlaması ancak eko-kalkınma modeliyle olabileceği düşünülmektedir.

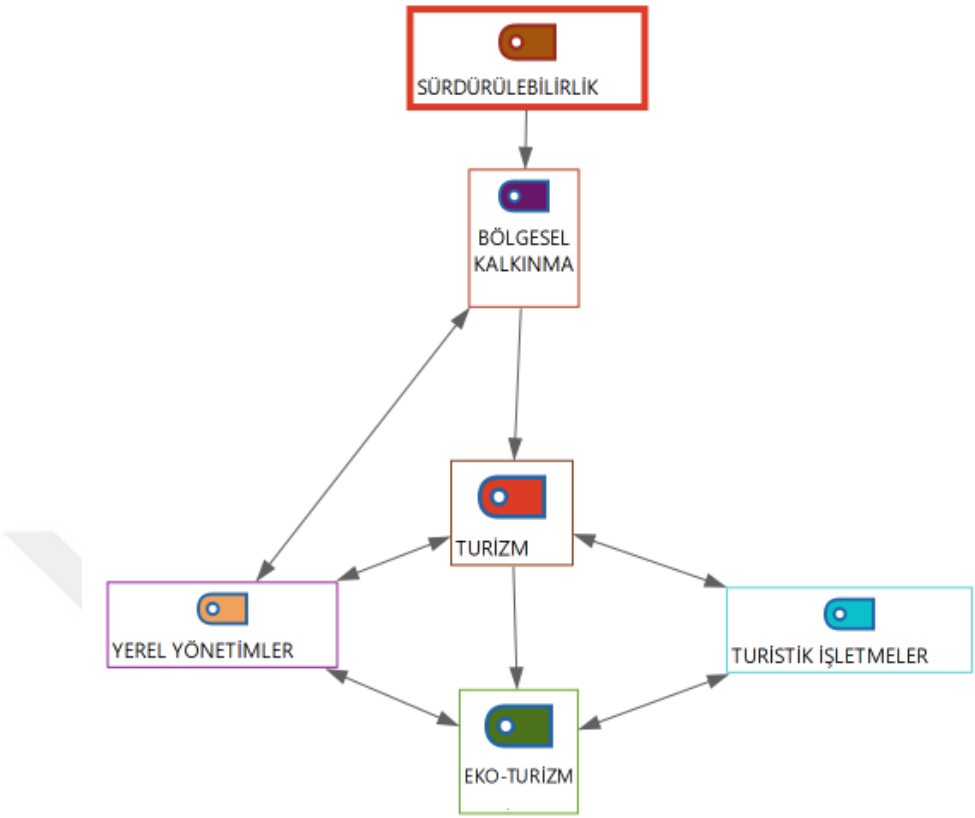
Silifke Organize Sanayi Bölgesi'ndeki yatırıma yönelen firmaların sektörel dağılımına bakıldığında tarıma ve toprağa dayalı bir sanayi ağırlığı görülmektedir.

**Tablo 6. Silifke Organize Sanayi Bölgesi'ndeki Yatırıma Yönelen Firmaların Sektörel Dağılımı**

| SEKTÖRLER | 2017 | 2018 |
|---|---|---|
| Taş ve Toprağa Dayalı Sanayi | 21 | 22 |
| Gıda, İçki ve Tütün Sanayi | 11 | 13 |
| Kimya-Petrol, Kömür, Kauçuk ve Plastik Sanayi | 10 | 10 |
| Ağaç, Mantar Ürünleri ve Mobilya Sanayi | 4 | 4 |
| Metal Eşya, Makine ve Teçhizat Sanayi | 7 | 5 |
| Kâğıt-Kâğıt Ürünleri ve Basım Sanayi | 1 | 1 |
| **Toplam** | 54 | 55 |

Kaynak:www.sitso.org.tr/ (2018)

Tablo 6'da sektörel bazda yatırım yapan firmaların sayıları gösterilmektedir. Bu sayılara bakıldığında toplam 55 firma içinden, tarıma ve toprağa dayalı firma sayılarının toplam 33 firma olduğunu görülmektedir. Bu ise tarımsal sektörünün Silifke için ne kadar önemli olduğunu ve "Fırsat maliyeti" açısından hiçbir sektöre kurban edilmemesi gerektiğini göstermektedir. Eko-turizm çevreye, tarımsal alanlara dolayısıyla tarıma dayalı sanayiye hiçbir olumsuz etkisi olmadan uygulanabilecek bir turizm türü olarak bölgesel turizm gelişiminde önem kazanmaktadır.




**Şekil 1. Eko-kalkınma Modelinin Simgesel Gösterimi**

Şekil 1'de eko-kalkınma modelinin temel ögelerini ve birbirleri ile olan ilişkileri görülmektedir. Sürdürülebilir bir bölgesel kalkınma için turizm sektörünün ekolojik süreçleri dikkate alarak eko-turizm uygulamalarının hayata geçmesi gerekmektedir. Yerel yönetimlerin orkestrasyonu bu modelin uygulanmasında hayati önem taşımaktadır. Turistik tesisler her türlü turizm faaliyetlerinin asli unsurlarındandır. Turistik tesisler inşa edildiği lokasyonlar, inşa ediliş tarzı ve hizmete girdikten sonraki faaliyetleri bakımından eko-kalkınma modeline uygun yeşil oteller yaklaşımıyla faaliyetlerini yürütürler, çevreye yük olmazlar veya bu yükü en az düzeye indirirler, enerji ve su kullanım verimlilikleri en üst düzeydedir. Atık su yönetimi ile atık suları en azından gri suya dönüştürerek sulama suyu olarak kullanırlar. Yiyecek-içecek işletmeleri gıda israfını önlerler, koordinasyonu yerel yönetimler tarafından yapılacak bir organizasyon ile tüketilebilecek düzeyde olan yiyecekler ihtiyaç sahiplerine, yurtlara ulaştırılır. Yenilemeyecek durumda olan yiyecek atıkları da hayvan barınaklarındaki hayvanlar için yiyeceğe dönüştürülür.

Eko-kalkınma modelinin en önemli özelliklerinden birisi de *a*lternatif maliyet veya fırsat maliyeti bakımından çok bedeller ödemek zorunda kalınmadan bölgesel turizmin geliştirilmesidir. Bu modeli kullanarak gerçekleştirilecek bir bölgesel turizm gelişiminde devlet bölgeye çok fazla harcama yapmak zorunda kalmayacaktır. Yatırımcı çok büyük finansal yükün altına girmek zorunda değildir. Tarımsal alanları yok ederek karşılığında çok büyük oteller inşa etmeye gerek kalınmayacaktır. Yerel halk, belirli bir noktadaki turist yoğunluğundan dolayı gürültü kirliliği, trafik yoğunluğu gibi sorunlarla uğraşarak yaşam kalitesinden ödün vermek zorunda kalmayacaktır. Tam tersine doğaya, tarım alanlarına, tarihi ve kültürel değerlere dokunmadan veya asgari düzeyde dokunuşlarla bu modeli kullanarak bölgesel turizm gelişiminin sağlanabilir olduğu düşünülmekledir.

Eko-kalkınma modelin turizm çalışanlarıyla doğrudan ve turizm ile ilişkisi olan diğer sektör çalışanlarıyla dolaylı olarak olumlu istihdam ilişkisi ve etkisi mevcuttur. Eko-turizm kendisi genel olarak turizmden bağımsız değildir sadece anlayış ve yaklaşım anlamında yoğunlaştırılmış bir alandır. Dolayısıyla diğer turizm türlerine ve turizm dışı diğer sektörlere de azımsanmayacak bir istihdam artırıcı etkisi olmaktadır. Bu yönüyle bakıldığında eko-turizm bölgelerarası kalkınma ve gelişmişlik düzeylerindeki eşitsizliği giderme açısından önemli roller üstlenmektedir. Eko-turizm bir öze dönüş, doğala olana yöneliş anlayışına sahip olduğu için sosyal dokuyu koruma noktasında çok önemli bir özellik taşımaktadır. Eko-turizm, sosyal dokuyu oluşturan gelenekleri, görenekleri ve inanç değerlerini kültürel miras olarak görür ve bir sonraki nesillere aktarmayı amaçlar. Dolayısıyla sosyal dokuya zarar vermek bir yana dursun zaten kendine has özellikleri markalaşmanın ana unsurlarından olduğu için onu korur. Eko-kalkınma modeli kaynaklara zarar vermeden, kaynakları yerinde ve verimli kullanarak, bir kalkınmayı önceler. Bu model tedarik zincirlerini tetikleyerek tarımsal ve sanayi üretiminde de canlılık sağlayacaktır; o bölgenin turizmi ve geleceği ile yeni bir vizyon oluşturmasında da etkili olacaktır.

Bölgesel turizm kalkınmasında, başta turizm sektörü aktörleri olmak üzere bütün paydaşlara görevler düşmektedir. Eko-kalkınma modeli katılımcı bir yaklaşıma

sahip olduğu için bu aktörlerin ortak çıkarların korunması adına bir araya gelmeleri çok önem arz etmektedir. Eko-kalkınma modeli, toplumu ve diğer tüm paydaşları eğiterek bir çevre bilinci ve farkındalık oluşturmaktadır; bu konuda gerçekçi bir yaklaşım ile tam bir toplumsal mutabakat sağlamaktadır.

Eko-kalkınma modeli iyi bir şekilde hayata geçirilirse öncelikle bölgesel olmak üzere ulusal turizm ölçeğinde rekabetçi bir üstünlük sağlayacaktır. Eko-kalkınma modelini esas alan rekabetçi marka eko-kentler (ekolojik turizm kentleri) kurulabilecektir, daha sonra bu modeli esas alan kentler kendi arasında bir birlik veya kurumsal kardeşlik anlaşmaları ile eko-kentler zinciri oluşturulabilir. Bu birliktelik daha iyiye ulaşma anlamında kendi aralarında rekabeti de engellemeyecektir.

Küresel salgının başlamasıyla önemi daha da artan eko-turizmi esas alan eko-kalkınma, yukarıda sıralanan birçok sebebi de dikkate alarak, var olanı koruyarak veya kıymetini bilerek bölgesel turizm gelişiminin sağlanmasını amaçlayan yeni bir tez ortaya koymaktadır.

Eko-kalkınma modelinin başarmak istediklerinin yanında bir de kaygıları vardır. Kaygıları, ekonomik faaliyetler ile ekolojik dengeyi bozma olasılığıdır; bu riski sıfıra veya en aza indirerek hareket etmek için çabalar. Başarmak istedikleri ise bireyleri iktisadi ve sosyal yaşam döngüsü içinde yaşam standartlarını nicel ve nitel bakımdan en üst seviyeye çıkarmaktır. Eko-kalkınma modeli bireylerin ve bölgenin ekonomik refahını artırma çabasının içine ekolojik risk ve kaygıları içine katarak çevresel sorunlara yol açmadan, bireyin ve toplumun içinde yaşadığı doğaya zarar vermeden, bireylerin ve toplumun beslendiği kültürel öğeleri dejenere etmeden büyümeyi ve kalkınmayı hedefleyen felsefe ve prensiplere sahip bir modeldir. Bu prensipleri ve kaygıları dikkate almadan ulaşılan bir bölgesel kalkınmışlık uzun vadede bölgenin ve dolayısıyla o bölgede yaşayan bireyleri stres, sağlık sorunları, özbenliğini yitirmişlik, asgari insani duygulardan uzaklaşma, çevre kirliliği, özellikle sel gibi doğal afetler, bölgesel enflasyon gibi sorunlarla mücadele etmek zorunda kalabilir. Eko-kalkınma, bölgesel kalkınmayı sürdürülebilir hale getirme çabalarının tümüdür. Yerel halkın ve o bölgenin sürdürülebilir faydaya ulaşmasını ifade eder.

Sonuç olarak eko-kalkınma modelinin paradigmaları şu şekilde ortaya konulabilir:

- Eko-kalkınma modeli eko-turizm ile ilgilidir.
- Model bölgesel kalkınmayı hedefler.
- Modelde turizm, sürdürülebilirlik ilke ve kurallarına aykırı bir durum yoktur.
- Eko-kalkınmada yerel yönetimlerin başkanlık ettiği bir konsey tarafından yürütülmesi önerilir.
- Eko-kalkınma için nüfus, yaş, eğitim vb. kriterleri getirilebilir.
- Eko-kalkınma modelinin uygulanması için toplumun tüm katmaları eko-turizm ile ilgili bir eğitim ve sertifikasyon sürecinden geçirilmesi gerekmektedir.
- Eko-kalkınma motivasyon temelli olup, gönüllülük esasına dayanan imece usulü ile geliştirilerek kaliteli yaşam ile devam ettirilen bir süreçtir.

### 4.4. Araştırmanın Yöntemi

Araştırma karma bir yöntem ile yapılmıştır. Literatürde araştırmacılar çeşitli karma yöntem tanımları yapmışlardır (Steinmetz-Wood, Pluye, ve Ross, 2019:1-2; Tashakkori, Teddlie, ve Johnson, 2015:619-620). Steinmetz-Wood vd. (2019:1-2) tüm bu bakış açılarının birleştirerek ortak bir tanım ortaya koymuştur. Bu tanıma göre karma yöntem araştırması; anlama ve doğrulamanın genişliği ve derinliği amacıyla nitel ve nicel araştırma yaklaşımlarının bileşenlerini birleştirdikleri bir araştırma türü olarak tanınmıştır. Plano Clark (2019:1-2) karma yöntem araştırmalarını en az bir nicel ve bir niteli içeren araştırmalar olarak görmüştür. Araştırma yönteminin karma desenin seçilmesinin nedeni araştırılacak olan konunun çok boyutlu olmasına dayanmaktadır.

Bu araştırma nitel bir araştırma olmakla birlikte nicel araştırma yöntemlerinden de faydalanılmıştır. Araştırmada çok daha geçerli ve doğru sonuçlara ulaşmak için hem nitel araştırma desenlerinden biri olan görüşme metodu hem de nicel araştırma

yöntemlerinden biri olan anket çalışmasıyla desteklenmiş ve araştırma karma yöntem deseni ile kurgulanmıştır. Araştırmada hem nitel hem de nicel araştırma yöntem ve teknikleri kullanılmıştır. Karma yöntem araştırılan sorunsalı kapsamlı ve çok boyutlu incelemek amacıyla nitel ve nicel yöntemleri beraber kullanarak gerçekleştirilen araştırmalar olarak tanımlanmaktadır (Şimşek ve Yıldırım, 2013:349). Ayrıca karma yöntem deseni nitel ve nicel yöntemlerle veri toplama, analiz etme ve bütünleştirme imkânı veren ve karma olmayan desenlerin sınırlılıklarını aşmaya imkân veren araştırmalar olarak tanımlanmaktadır (Berthod, Grothe-Hammer, ve Sydow, 2016:300-306; Yu, 2008:801-802).

### 4.4.1. Nitel Araştırma

Nitel araştırma, sosyal ya da beşeri problemleri ortaya çıkaran farklı geleneksel araştırmalara dayalı olarak kavrayış oluşturmaya yönelik bir araştırma sürecidir. Nitel araştırmada çok karmaşık, bütünsel bir resim ortaya konulur ve kelimeler analiz edilir, katılımcıların detaylı görüşlerini raporlanır. Araştırmacı tüm bu araştırmaları doğal ortamında gerçekleştirir ve kendi bağlamından koparmaz (Canlı, 2016:89). Nitel araştırmalarda doğal ortam duyarlılığına sahip çıkılır; araştırmanın odağındaki olgu ya da olayın gerçekleştiği ortam oldukça önemlidir. Araştırmacı söz konusu olay ya da olguyu, kendi bağlamından koparmadan ya da içinde bulunduğu doğal ortamında ele alır; hangi şartlarda; neden ve nasıl ortaya çıktığını açıklamaya çalışır. Nitel araştırmanın diğer özelliklerinden bir tanesi de araştırmacının adı geçen doğal ortama girmesi ve kendisinin de burada bir katılımcı olarak zaman geçirmesidir. Araştırmacının doğal ortamda bulunma sürecinde deneklerle doğal süreci ve akışı bozmamak, öznelleştirmemek şartı ile etkileşime girmesi, deneklerin bakış açılarını, olay ve olgulara yükledikleri anlamları anlayabilmesini sağlamaktadır. Nitel araştırmalarda, araştırma deseninde esneklik vardır. Araştırmacı araştırmasına uygun gördüğü görüşme, gözlem, günlük tutma, doküman inceleme gibi desenlerden birini kullanarak araştırma yapabilmektedir (Gürbüz ve Şahin, 2015:375).

Araştırma kapsamında önde gelen kamu görevlileri, önemli turizm işadamları ve yöneticileri, sivil toplum kuruluş temsilcileri gibi turizm sektörünün aktörleri ile

birebir gerçekçi, doğal ortamında görüşmeler yaparak tam, yerinde bilgi toplamak amacıyla nitel araştırma tercih edilmiştir.

#### 4.4.1.1. Çalışma Grubu

Araştırmanın nitel kısmı için çalışma grubu 13 kişiden oluşmaktadır. Çalışma grubu kentin sorunlarını birinci elden bildiği ve farklı açılardan gördüğü düşünülen kent yöneticileri, farklı sivil toplum örgüt yöneticileri, daire amirleri, turizm akademisyenleri, turizm araştırmacısı yazar ve sektör temsilcilerinden oluşmaktadır.

#### 4.4.1.2. Verilerin Toplanması

Nitel araştırmalarda desen esnekliğinden daha önce bahsedilmişti. Bu desen esnekliği dikkate alınarak araştırmamızın bu kısmında nitel araştırma yöntemlerinden yarı yapılandırılmış görüşme metodu uygulanmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme yönteminde katılımcı ve görüşmeci ana unsurlardır. Esnek ve etkileşimli yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi tekrar edilmesi mümkün olmayan sosyal bir süreçtir. Yarı yapılandırılmış araştırmalarda kullanılan veriler, araştırmacı ve araştırılan arasında gelişen sosyal etkileşim sonucu meydana çıkar ve somut değillerdir yine de bu etkileşim, araştırmanın sonuçlarını etkiler ve yazım aşamasında dahi etkili olur. Bu araştırmada kullanılan yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi deseni nitel araştırma yöntemlerine girmektedir. Nitel araştırma yöntemleri, gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel araştırma yöntemleri kullanıldığı ve algılar, olaylar doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül olarak konduğu bir araştırma yöntemidir (Aslan, 2008:75-76). Nitel yöntemlerden yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi kullanarak yapılan bu araştırmada, katılımcılara hem sorulara bağlı yorum yapması hem de serbest yorum yapma imkânı sağlanmıştır.

Katılımcılar ile görüşmeler 12 Mart 2019'da başlamış 15 Aralık 2019 tarihinde sona ermiştir. Sürenin uzamasında bazı katılımcıların iş yoğunlukları dolayısıyla geç randevu verme veya randevuyu iptal etmesi etkili olmuştur. Araştırmacı görüşülecek kişilerden randevu alarak görüşmüş, görüşmeler 25-30 dakika arasında sürmüştür. Görüşmelerde katılımcılara ses kaydı yapılacağı bilgisi mülakatın başlangıcında sözlü ve yazılı olarak verilmiş ve kendilerinden ses kaydı yapılmasıyla alakalı izin

alınmıştır. 13 kişi ile görüşme yapılmış olup bu kişilere ayrıca kayıtların sadece bu araştırmada kullanılacağı bunun dışında hiçbir yerde kullanılmayacağı sözlü ve yazılı olarak beyan edilmiştir. Katılımcılar isimlerinin dahi alenen kullanılmasında bir sakınca görmediklerini beyan etmelerine rağmen araştırmada katılımcıların isimleri yazmak yerine 'K1', 'K2', 'K3' vb. gibi kodlar ile sembolize edilerek kullanılması tercih edilmiştir. Kayıtlar dinlenerek özenle Microsoft Office Word programı aracılığıyla yazıya dönüştürülmüştür. Tüm yazıya dönüştürülmüş röportajlar özenle tek tek okunarak temalar belirlenmiş, temaların alt kodları ortaya çıkarılmıştır. Araştırmada lisanlı MAXQDA programı Plus 20.0.4 versiyonu kullanılmıştır. Yazılı hale getirilen kayıtlar nitel araştırma programına yüklenmiştir. Bu program aracılığıyla katılımcıların kullandığı her ifade gerek tümce düzeyinde gerekse kelime düzeyinde analiz edilmiştir. MAXQDA sadece nitel araştırmalarda değil aynı zamanda nicel ve karışık metotlar kullanılarak yapılan araştırılmalarda da kullanılan profesyonel bir bilgi analiz aracı olmasına rağmen bu araştırmada MAXQDA programının sadece nitel analiz yeteneğinden faydalanılmıştır.

#### 4.4.1.3. Verilerin Analizi

Yapılan görüşmelerin analizi için içerik analiz yöntemi kullanılmıştır. İçerik analizi araştırmacının yüz yüze veya e-mail yoluyla toplamış olduğu verilerin elle veya bir program aracılığıyla incelenmesidir. İçerik analizi görüşülen kişilerden toplanan verilerinden tekrarlanan kodları temalaştıran bir araştırma yöntemidir (Giannantonio, 2008:1-2; Krippendorff, 2004:414)

Verilerin geçerliliğinin sağlanması için Turizm alanında araştırma yapan 5 akademisyenden sorular hakkında uzman görüşü alınarak sorulara son şekli verilmiştir. Röportaj esnasında verilen cevaplara göre, belirlenen soru çerçevesi dâhilinde kendiliğinden yeni sorular sorulabilmiştir.

Verilerin analizinden önce ilk aşamada veriler düzenlenmiş, metinler MAXQDA programına yüklendikten sonra da daha iyi temalaştırmanın yapılması için program üzerinde notlar oluşturulmuştur. Kodlama ve temalaştırmaya başlamadan önce metinler ayrıntılı biçimde okunmuştur. Özellikle program üzerinde

analiz yapılırken birbirine yakın görüş bildiren katılımcıların görüşleri arasında bağlantı kurulmuştur. Bu bağlantılar en ince ayrıntısına kadar incelenerek kodlama ve temalaştırma yapılmıştır.

Kodlama ve temalaştırma yapıldıktan sonra MAXQDA programının bir özelliği olan akıllı yayıncı kitapçığı çıkartılmış yapılan kodlamalar tekrar incelenmiş kodlama sürecine rehberlik eden araştırmaların kodlamaları ile karşılaştırılmıştır.

Araştırmanın hem güvenilebilirlik hem de onaylanabilirliği araştırma sürecinin denetlenmesiyle ilişkilidir. Araştırmanın geçerlilik için verilerin toplanma aşamasında azami özen gösterilmiştir (Creswell, 2018:246). İçerik analizinde araştırmaların güvenirliliği ise araştırmanın kodlama işlenin benzerlik göstermesine bağlıdır (Krippendorff, 2004:215).

Bu kodlamaların güvenirlik hesaplamaları MAXQDA'nın bir özelliği olan Kodlayıcılar Arası Uzlaşma ile hesaplanmıştır. MAXQDA'da Güvenilirlik hesaplaması Creswell (2018:245-247) ileri sürdüğü gibi görüş birliği ve görüş ayrılığı hesabına dayanmaktadır.

*Görüş birliği sağlanan tema / Görüş birliği + Görüş ayrılığı sağlanan tema X 100* formülünün kullanılması yoluyla hesaplanmıştır (Tavşancıl ve Aslan, 2001:90) İki uzmana kodla yaptırılmış 38 koddan 36'sı onaylanmıştır. Kodlamaların uygunluğuna bakıldığında konusunda 36/38x100=94,73 oranında görüş birliğine varılmıştır.

Daha sonra veri kod ve kategorilerin uygun biçimde raporlanması için araştırma amacına uygun görsel ve ilişki haritaları seçilmiştir.

### 4.4.2 Nicel Araştırma

Nitel araştırma ile konusunda uzman çok az sayıda kişi ile görüşülmüştür. Araştırmayı tabana yaymak, en büyük turizm paydaşı olan ve en büyük kütleyi oluşturan Silifke'de yaşayan ve turizmin değişik kollarında faaliyet gösteren işletmeciler, yöneticiler ve çalışanların görüşlerini almak ve nitel araştırmanın sonuçlarını daha da pekiştirmek için nicel araştırmaya da yer verilmiştir.

#### 4.4.2.1. Evren ve Örneklem Seçimi

Canlı ya da cansız elemanların bütününü ele alarak araştırmacının sonuçlarını genellemek istediği evreni oluşturmaktadır. Örneklem ise, o evrenden belli kurallar içinde seçilen ve seçildiği evreni sembolize etme yeterliliği kabul gören, üzerinde çalışılacak olan alt gruptur (Karasar, 2014:109-110). Karasar (2014:110)'a göre iki tür evren bulunmaktadır; birincisi tanımlanması kolay fakat ulaşılması zor ve hatta çoğunlukla olanaksız olan *genel evrendir*. İkincisi ise genel evrene göre daha somut, araştırmacının olanakları ve sınırlılıkları çerçevesinde daha ulaşılabilir olan ve evren temsil etme olasılığına sahip daha küçük bir evren olan *araştırma evrenidir* (Karasar, 2014:110; Olcay, Yıldırım, ve Sürme, 2015:327). Araştırma evreninden belli kurallara göre seçilen ve seçildiği evreni temsil yeterliliği kabul görmüş, üzerinde araştırma yapılacak olan alt grup *örneklem* terimiyle ifade edilir (Karasar, 2014:110). Örneğin, Türkiye'deki eko-turizm potansiyeli olan ama bu potansiyeli bir türlü kalkınmanın lokomotifi olarak kullanamayarak halen istenilen seviyede kalkınamamış bölgelerdeki yaşayan bütün halk ve turizm işletmecilerinden oluşan bir evrende, araştırmacının bu bölgelerde yaşayan ve faaliyet gösteren insanlara ve işletmecilere ulaşması neredeyse imkânsızdır. Bu tür bölgelerle benzerlik gösteren Mersin'in Silifke İlçesinde yaşayan ve faaliyet gösteren tesislerin yönetici ve çalışanlarından oluşan bir araştırma evrenine yeterliliği kabul gören bir kısmına ulaşması olasılıklar dâhilindedir. Araştırma evreninin yeterliliği kabul gören ve temsil kabiliyeti olan kısmı araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır.

Tez araştırması kapsamında Türkiye'de eko-turizm potansiyeli olan bütün bölgelerin veya yerleşim birimlerinde faaliyet gösteren turizm tesislerinin çalışan, yönetici ve işletmecilerinin oluşturduğu genel evreni oluşturmaktadır. Silifke'de turizm sektöründe faaliyet yürüten turizm işletmelerindeki çalışanlar, yöneticiler ve işletmeciler ise araştırma veya çalışma evrenini oluştururlar. Bu araştırma evrenine yönelik kabul görecek seviyede bir örnekleme anket çalışması uygulanmıştır. Silifke Ticaret ve Sanayi Odası verileri, Silifke kaymakamının sözlü verilerine göre Silifke'deki turizm işletmelerinde işletmeci, yönetici ve çalışan sayısının 5.000 civarında olduğu öngörülmüştür veya kabul edilmiştir. Evreni temsil edecek asgari

örneklem hacmi hesaplanırken, çalışma evreninin 10.000'den küçük olması nedeniyle sınırlı evren örneklem hacmi, nitel oran formülünden yararlanılmıştır (Ural ve Kılıç, 2011:247). Buradan hareketle 0,95 güven düzeyi, 0,05 anlam düzeyi ve 0,05 hata payı oranlarından hareketle hesaplanan örneklem hacmi büyüklüğü, 315 olarak hesaplanmıştır (Ural ve Kılıç, 2011:247; Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004:50). Bu araştırma kapsamında 432 adet geçerli anket ile çalışma evrenini güvenli ve anlamlı temsil yeteneğine sahip örneklem sayısına ulaşılmıştır. Araştırmanın kapsamı Silifke'de bulunan turizm işletmeleridir. Turizm işletmeleri seçilirken sadece türü dikkate alınmıştır, yıldız sayısı veya sınıfı dikkate alınmamıştır. Araştırmanın kapsamına giren Silifke'deki işletmeler şunlardır: konaklama işletmeleri, yiyecek-içecek işletmeleri, eğlence işletmeleri, hediyelik eşya işletmeleri ve seyahat acentesi işletmeleridir. Anket uygulamasına 26 Haziran 2019 tarihinde başlanmış ve 17 Temmuz 2019 tarihinde tamamlanmıştır. İşletmeler sadece Silifke ilçe merkezine mücavir alanları içindeki işletmelerde yapılmıştır. Araştırma kapsamında 98 konaklama tesisi, 68 yiyecek-içecek tesisi, 5 eğlence tesisi, 33 hediyelik eşya dükkânı ve 6 seyahat işletmesine ziyaretler düzenlenmiş ve bu işletmelerin işletmecilerine, yöneticilerine, çalışanlarına anket uygulanmıştır.

#### 4.4.2.2. Veri Toplama Yöntemi

Verilerin toplanması sırasında asla e-posta yoluyla veya telefon görüşmesiyle anket uygulaması yapılmamıştır bunun yerine daha yorucu ve pahalı bir yöntem olan "Elden bırakılan anket" yöntemi seçilmiştir. Önce anket uygulanacak mahalle veya caddeler belirlenmiş, hangi gün hangi mahalle veya caddedeki işletmecilere anket uygulanacağı planlanmıştır. Anketler işletmede bulunan aday katılımcılara anketler kişi başına birer adet elden teslim edilmiş, genellikle 3 saat içinde geri toplanacağı izah edilmiş ve belirlenen saatlerde aynı yolla elden teslim alınmıştır.

Araştırma kapsamında demografik sorular hariç 60 sorudan oluşan bir anket formu hazırlanmıştır. Anket formu 1 tanesi demografik sorular bölümü olmak üzere toplam 6 bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde "Silifke'nin kalkınmasında eko-turizmin muhtemel etkilerini belirlemeye yönelik sorular", ikinci bölümde "Silifke'de turizmin gelişmemesini başlıca nedenlerini belirlemeye yönelik sorular",

üçüncü bölümde "Silifke'de turistik talebin analizine yönelik sorular", dördüncü bölümde "Silifke'de Eko-Turizmin Gelişmesi Açısından Avantaj ve Dezavantajları belirlemeye yönelik sorular", beşinci bölümde ise "Silifke'de potansiyel Alternatif Turizm Türlerinin Tanınma Durumunu belirlemeye yönelik sorular" ve son bölümde ise demografik sorular bulunmaktadır. Anketin ilk üç bölümü tutumu ölçmeye yönelik 5'li (1:Hiç katılmıyorum 2:Katılmıyorum, 3:Ne katılıyorum ne katılmıyorum, 4:Katılıyorum, 5:Tamamen katılıyorum) Likert ölçeğine göre hazırlanmıştır. Araştırmada kullanılan ölçek "Bölgesel Kalkınma, Turizmin İlişkisi ve Göller Bölgesi Kalkınmasında Alternatif Turizm Potansiyelinin Kullanılabilirliğine Yönelik Bir Araştırma" başlıklı araştırmalarında kullanılan ölçek incelenerek araştırmamıza uygun olduğu düşünülmüş ve araştırmamızda küçük uyarlamalar yapılarak kullanılmıştır (Doğan ve Yıldız, 2007:165-174).

Toplam 441 anket yapılmış olup bunlardan 9 anket formu, katılımcının kontrol sorusuna verdiği cevaplardan özensiz ve tutarsız cevaplandığı tespit edilmiş ve elenmiştir. Geri kalan 432 anket titizlikle SPSS 23 nicel veri analizi programına girişleri yapılmıştır. Anket yoluyla elde edilen veriler bilgisayar ortamına aktarılmıştır. Verilerin incelenmesinde frekans dağılımı, güvenilirlik ve geçerlilik analizleri kullanılmıştır.

## 4.5. Bulgular

### 4.5.1. Nitel Araştırmaya Dayalı Bulgular

Verilerin analiz edilmesi sonucunda elde edilen bulgular MAXqda kendi sistematiği içinde bu kısımda verilmiştir. Veriler kodlar arasında ilişkilerin haritalanması, kod matrisleri ve hiyerarşik kod modelleri şeklinde somut analizlere dönüştürülmüştür.

#### 4.5.1.1. Kişisel Değişkenlere Ait Bulgular

Bu kısımda araştırma kapsamında mülakat yapılan 13 katılımcıya ait cinsiyet, mesleki bilgileri, tecrübeleri, eğitim seviyeleri ve yaş aralıklarına ait veriler paylaşılmaktadır.

**Tablo 7. Katılımcılara Ait Kişisel Değişkenlerin Betimsel Analizi**

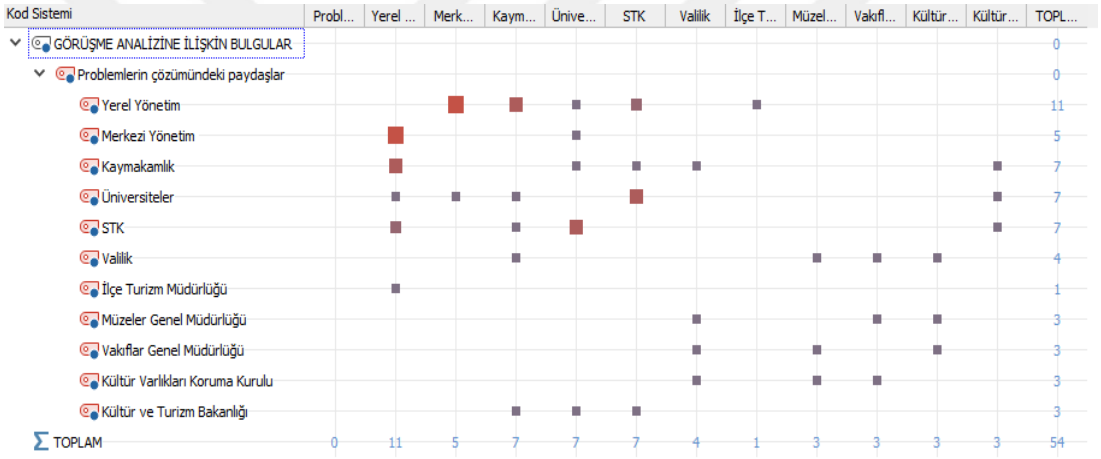
| **Katılımcıların Cinsiyeti** | **Bölümler** | **Yüzde** |
|---|---|---|
| Erkek | 13 | 100,0 |
| **Katılımcıların Meslekleri/Görevleri** | **Bölümler** | **Yüzde** |
| Kaymakam | 1 | 7.69 |
| Belediye Başkanı | 1 | 7.69 |
| Ticaret Odası Başkanı | 1 | 7.69 |
| Silifke Kent Konseyi Başkanı | 1 | 7.69 |
| Poyraz Doğa Gezginleri Derneği Başkanı/Rehber / Organizatör/Blog yazarı | 1 | 7.69 |
| İlçe Tarım Müdürü | 1 | 7.69 |
| Silifke Turizmi Geliştirme Tanıtma ve Yaşatma Derneği Başkanı/Yat İşletmecisi | 1 | 7.69 |
| Turizm Akademisyeni | 3 | 23.1 |
| Turizm Araştırmacısı/Yazar | 1 | 7.69 |
| Otel İşletmecisi | 1 | 7.69 |
| Otel Genel Müdürü | 1 | 7.69 |
| **Katılımcıların Mesleki Tecrübeleri** | | |
| 10 yıl | 2 | 15,38 |
| 14 yıl | 1 | 7,69 |
| 18 yıl | 1 | 7,69 |
| 21 yıl | 1 | 7,69 |
| 29 yıl | 4 | 30,76 |
| 31 yıl | 1 | 7,69 |
| 40 yıl | 1 | 7,69 |
| 44 yıl | 1 | 7,69 |
| 55 yıl | 1 | 7,69 |
| **Katılımcıların Eğitimleri** | | |
| Ön lisans | 1 | 7,7 |
| Lisans | 9 | 69,2 |
| Yüksek lisans | 1 | 7,7 |
| Doktora | 2 | 15,4 |
| **Katılımcıların Yaş aralıkları** | | |
| 40 yaş ve altı | 4 | 30,8 |
| 41 yaş ve üzeri | 9 | 69,2 |
| **Toplam** | **13** | **100** |

Tablo 7'de araştırmaya katılan katılımcıların kişisel değişkenlerine ilişkin betimsel analizi incelendiğinde katılımcıların hepsinin erkek olduğu (13 kişi) tespit edilmiştir. Katılımcıların sektördeki tecrübe yılları incelendiğinde 29 yıl tecrübeye sahip 5, 10 yıl tecrübeye sahip 2 ve 14, 18, 21, 31, 40, 55 yıl tecrübeye sahip birer katılımcı olduğu tespit edilmiştir. Görüşmeye katılın katılımcıların eğitim durumları incelendiğinde lisan mezunu 9 kişi, doktora mezunu 2 kişi ve ön lisans ve yüksek

lisans mezunu 1 kişinin olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların yaş durumları incelendiğinde 40 yaş ve altı yaşa sahip 4 kişi, 41 yaş ve üzeri yaşa sahip 10 kişinin olduğu tespit edilmiştir.

#### 4.5.1.2. Turizmin Sorunlarının Çözümünde Aktif Yer Alması Gereken Paydaşlar

Paydaşlar bir destinasyonun asli öğeleridir, sorunun ve çözümün birer parçasıdırlar. Paydaşlar arası ilişkilerin nasıl olması ve bu ilişkilerde kimlerin diğer paydaşlara göre daha çok ön planda olması gerektiğine dair analiz sonuçları aşağıda verilmiştir.




**Şekil 2. "Turizmin Sorunlarının Çözümü İçin Hangi Paydaş Gruplar Aktif Yer Almalıdır?" Sorusuna İlişkin MAXqda Kod İlişkileri Tarayıcısı Haritası.**

Şekil 2'de görüldüğü gibi "Turizmin sorunlarının çözümü için hangi paydaş gruplar aktif yer almalıdır?" sorusunu katılımcılar cevaplamıştır. Bulgular incelendiğinde görüşme yapılan katılımcıların turizm sorunlarının çözümü için hangi paydaş grupların aktif yer alması ile ilgili görüşleri incelendiğinde ilişki yoğunluğunun en fazla "Merkezi yönetim ile Yerel Yönetim" "Yerel Yönetim ile Kaymakamlık" "STK'lar ile Üniversite" arasında olduğu ortaya çıkarılmıştır. Farklı bir ifade ile katılımcılar turizm sorunlarının çözümü için bu kurumların aktif rol alması gerekliliğini daha yoğun ifade etmişlerdir.

### 4.5.1.3. Katılımcıların "Merkezi Yönetim ile Yerel Yönetim" ilişkisini ortaya koyan ifadeleri

*"…Burada aslında ortak bir masa oluşturulup, yörelerde gelecek çözümü açısından önümüzdeki 50 yılın planlanması gerekiyor. Önümüzdeki 100 yılın planlanması gerekiyor. Farklı kurumlardan kişilerin bir araya gelerek raporlar hazırlaması gerekiyor, bunda sürekliliğin de olması gerekiyor. Yönlendirmenin yerelden merkeze doğru olması gerekiyor. Belediyelerin ve devletin aktif rol alması gerekiyor…(K8)"*

*"…Oysaki Belek'te planlı bir turizm yapılmış, Bodrum'da planlı bir turizm yapılmış. Burada belki biz onu kaçırdık, niye? İkinci konutlarla sahillerimizin birçoğunu öldürdük. En büyük sorunlardan bir tanesi Silifke'de ikinci konutlardır. Turizmi anlamadığımız değerini bilmediğimiz için denize sıfır arsalarımızı planlamadan, bundan vatandaş veya Silifkeli sorumlu değil, devletin, belediyenin çok büyük sorumlulukları var burada…( K9)"*

*"…Genelden başlarsak; bu bölgenin biraz daha hareketlenebilmesi için hükümetlerin yapabileceği yönlendirici bazı projeler destekler, kredi imkânları ülkenin sahip olduğu o kredi akışının bir kısmını bu bölgedeki yatırımcılar için kullanılabilir. Bunlar devletin liderliğinde yapılacak şeyler. Yereldeki yöneticilerin yani belediyelerin, diğer kurumların üstleneceği görevler var...(K11)"*

Özetle katılımcılar bölgesel turizm gelişimi için merkezi idarenin önemini vurgulamış ama bu gelişim için yönlendirmenin yerel yönetimler tarafından yapılabileceğini ifade etmişlerdir. Yerel yönetimler kendi sorumluluğu altındaki kentin sorunlarını, dinamiklerini ve sektörle bazda gelişim potansiyellerini en iyi bilen kurum olduğu düşünüldüğünde bu sonucun çıkması normal karşılanmalıdır.

### 4.5.1.4. Katılımcılar "Yerel Yönetim ile Kaymakamlık" ilişkisini

*"…Kale'nin içinde bir yaşam alanı oluşturulacak, doğallığını yapısını bozmadan en az on-on beş tane işyeri restoranlar, kafeler oluşturulacak, bununla ilgili olarak Belediyemize, Kaymakamlığımıza ve bizlere görev düşüyor…(K3)"*

*"Turizmin gelişmesi biraz destinasyon yönetimiyle ilgilidir. Bütün paydaşların bir araya gelip ortak şekilde çalışmaları lazım. Altyapı sorunumuz oldukça yüksek bunda yerel yönetimler, belediyeler, kaymakamlıklar, bunların hepsi bir araya gelerek altyapı, ulaşım ve kanalizasyon işlerini çözmesi gerekiyor…(K5)"*

Katılımcılar özetle kaymakamlık makamı ve belediyenin yakın bir işbirliği ve koordinasyon içinde hareket etmesi gerektiğini ifade etmişlerdir. Kaymakamlıklar merkezi idarenin yereldeki temsilcisi konumundadır. Yerel yönetimler kentini en iyi bilen bir kurum olarak kaymakamlık makamını kentin dinamikleri ve potansiyelleri hakkında bilgilendirmeli ve yapılması gereken projeler ve yapılanma için merkezi hükümetin desteğini kaymakamlık marifetiyle almalıdır.

#### 4.5.1.5. Katılımcılar "STK'lar ile Üniversite" ilişkisini

*"…Eğer iyi planlama yapılmazsa turizm ile yan yana gelmesi zor işler yapılır. Nükleer santral, çimento fabrikası, balık çiftlikleri vs. O yüzden yerel yönetimlerin, üniversitelerin, STK'ların elbirliği yapması lazım…(K2)"*

*"Yönetim yapılanmasında halka en yakın olanlar yerel yönetimlerdir. Ayrıca yerel yöneticilerin o yörede yaşayan insanlar olması dolayısıyla halkın talep ve ihtiyaçlarını bilmeleri ve ona göre hareket etmeleri beklenir. Ufku geniş, becerikli yerel yönetimlerin turizm konusunda ne büyük başarılara imza attıklarını yurdumuzun değişik yörelerindeki güzel örneklerden biliyoruz. Yerel yönetim stratejik planlarını yaparken kentimizdeki bütün sosyal dilimlerle, odalar ve Sivil Toplum Kuruluşlarıyla toplantılar düzenleyerek beyin fırtınası yapmalı ve ortak akıl oluşturmalıdır. Yatırımcının önünün açılması ve gerekli kolaylık gösterilmesi de yerel yönetimin yapabileceği işlerin başında gelmektedir…(K6)"*

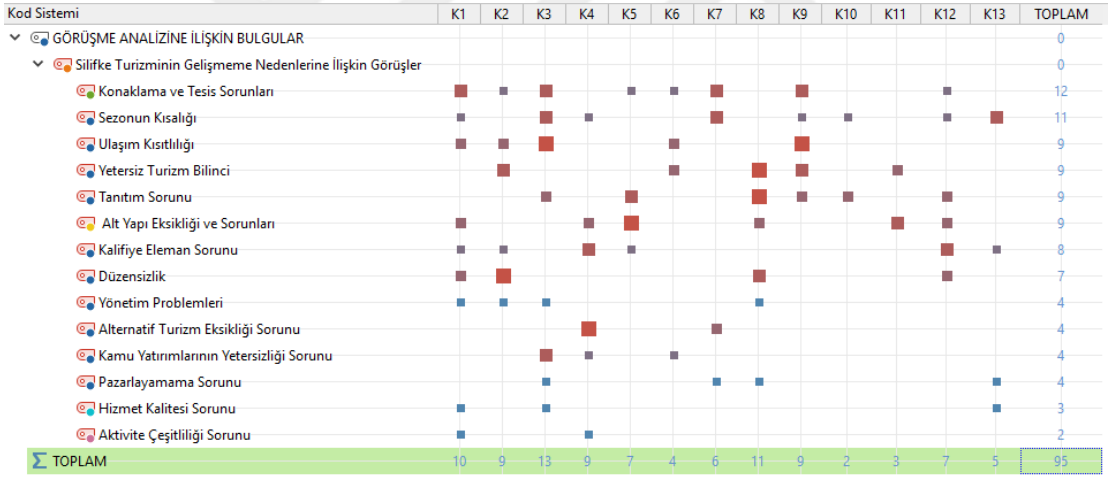
*"Bence bunun sorumluluğunu STK'lar alabilir. Çünkü şuanda görünürde bu işi yürütebilecek lider olabilecek biraz da gönüllülük esası var çünkü ön planda. Olmayan bir şey için bir girişimde bulunmak gerekiyor. Ama bu tek başına yetmez çünkü o STK'nın önderliği tek başına bir şey kazandırmayacağı için yerel yönetimlerin belediyelerin ticaret odasının kaymakamlığın ve bağlı bakanlıkların da desteği olması gerekiyor. Çünkü dediğim gibi önce bir girişimci bulmanız gerekiyor.*

*Köylüyü bilinçlendirecek, tabi bu işlerde STK'ların üniversitelerin etkisi olacak, o inşaları ikna etmekle ilgili, yeni girişimciler bulmak gerekiyor…(K11)"* .

Katılımcılar burada üniversiteler ve STK'lar ile yakın ilişki içinde olması gerektiğini ve bu işbirliğinin yine yerel yönetimler koordinasyonunda olmasının önemini dile getirmişlerdir. Üniversiteler araştırma ve geliştirme mutfaklarıdır; STK'lar ise gönüllülük esasına göre faaliyet gösteren toplum yararına çalışan kurumlardır. Bu ikisinin işbirliği ile destinasyonu yöneten kurumlara elbette yol gösterici olacaktır.

### 4.5.1.6. Silifke'de Turizm Güncel Sorunları

Bu kısımda şartların elverişli olmasına rağmen Silifke'de turizmin neden gelişemediğine dair analiz sonuçları verilmiştir.




**Şekil 3. Araştırmaya Katılan Katılımcıların Silifke Turizminin Gelişmeme Nedenlerine İlişkin Görüşleri Kod Matris Tarayıcısı Haritası.**

Şekil 3 incelendiğinde araştırmaya katılan katılımcıların Silifke turizminin gelişmeme nedenlerine ilişkin görüşleri on dört tema altında toplanmıştır. Silifke turizminin gelişmeme nedenlerine ilişkin ifade ettikleri kodlar "Konaklama ve Tesis Sorunları" "Ulaşım Kısıtlılığı" "Sezonun Kısalığı" "Yetersiz Turizm Bilinci" "Tanıtım Sorunu" "Alt Yapı Eksikliği ve Sorunları" "Düzensizlik" "Kalifiye Eleman Sorunu" "Yönetim Problemleri" "Alternatif Turizm Eksikliği Sorunu" "Kamu

Yatırımlarının Yetersizliği Sorunu" "Pazarlayamama Sorunu" "Hizmet Kalitesi Sorunu" "Aktivite Çeşitliliği Sorunu" olarak temalandırılmıştır.

Katılımcılar Silifke turizminin gelişmeme nedenlerine ilişkin görüşlerini şu cümlelerle ifade etmişlerdir.

#### 4.5.1.6.1. Konaklama ve Tesis Sorunları

*"…Bütün bunlara rağmen neden Silifke'ye yabancı turist gelmiyor. Çünkü bunun altyapısı yok, konaklama sıkıntısı var şuan Silifke'de, yatak sıkıntısı var. Konaklama hizmeti sunan işletmeler dışında, lokanta, kahvaltı salonları ve kafeteryalar, bu tarzda hizmet sunan işletmeler de yeterli değil yani sayısal olarak kastetmiyorum, kalite olarak yetersizlikten bahsediyorum. Antalya ile Silifke'yi mukayese ettiğim de Silifke'nin alması gereken çok mesafe var. Hem yatak kapasitesini geliştirmeli buraya daha cazip kalacak yerler yapılmalı günümüzün şartlarına uygun, bununla birlikte bu sektörde çalışanların eğitimi tamamlanmış olmalı(K1)"*

*"…Tatile gidecek olsanız Silifke sizi cezbeder mi? Beni etmez. Evet, ben bir gün geleyim kıl çadırı göreyim, nostalji yapayım da, ikinci gün o kıl çadırdaki kıllar batmaya başlar. Ben gelip modern bir otelde kalmak isterim, oradan denize girmek isterim oradan doğayı gezmek isterim, turlara katılmak isterim. Bu organizasyon da yok Silifke'de…(K1)"*

*"…En önemli eksik olarak gelenler dedi ki eğer bir yerde tek bir otel varsa biz oraya turist pazarlamayız çünkü ilerleyen süreçte biz orayı doldurduğumuzda ya fiyatları yükseltmek bir çaba harcarlar ya da biz fiyatı kontrol altına aldığımızda servis kalitesi düşürüyorlar. O zamanlar iki otel vardı ve sadece iki otelin olduğu yerde kitle turizmi olmaz dediler…(K2)"*

*"Bölge turizmimiz yıllardır aslında Türkiye turizminden payını tam anlamıyla alamamış bir bölgeyiz. Gerekli tesisimizin olmayışı, ulaşım koşullarının düzgün olmaması nedeniyle nitelikli tesislerimiz yok…(K3)"*

*"..Nitelikli tesisimiz olmadığından dolayı nitelikli turistimiz de yok. Küçük oteller ve ev pansiyonculuğu daha çok bizim bu bölgede revaçta…(K3)"*

*"Silifke'de genellikle konaklama işletmeleri küçük işletmelerden oluşur; otel, motel ya da pansiyon tarzı. Birkaç tane yıldızlı otel olmasına rağmen onların da kapasiteleri oldukça düşük…(K5)"*

*"Turizm çok yönlü bir olgudur. Bu bakımdan sahada çok aktör ve sektör bulunmaktadır. Girift bir yapıyı bir kaç sebeple açıklamak bizi doğru sonuca götürmez. Ulaşım, konaklama, hizmet ve fiziki şartlarda sorunlarımız olduğunu biliyoruz…(K6)"*

*"Bizim burada sezon okullar kapanıyor 15 Haziran'dan sonra üniversite sınavları bitiyor, ondan sonra insanlar buraya deniz için gelmeye başlıyor, veya bayramda 10 günlük bir tatil olduğu zaman insanlar buraya deniz için geliyor ya da hafta sonu yakın bölgelerdeki insanlar sadece günü birlik sabah gelip akşam yatıp sabah denize girip sonra da geri gitmeyi düşünüyorlar. Biz burada gelen insanları 1 hafta 10 gün şeklinde konaklatabilecek ne tesise sahip değiliz, bu tesisler yeterli gelmiyor. Çünkü pansiyonculuk yaygın, pansiyonculukta insanların bakış açısı; sezonun yoğun olduğu dönemde çok yüksek rakamlar, geçmiş yıllarda biz yaşadık bunları, Antalya'daki 5 yıldızlı bir otelin fiyatının çok üstünde oda satan insanlarımız var. Bu şekilde yapılan satışlarda gelen insanlarda çok bir memnuniyetsizliğe neden oluyor, bir sonraki sene gelmeyi düşünmüyorlar. Bu da bizim turizmle ilgili bölgemizin geleceğini karartıyor(K7)"*

*"..Çünkü 45 günde alacağım parayla 11 ay geçineceğim. Şimdi Antalya'dan bahsediyoruz. Antalya'da turizm yıl 12 ay devam ediyor. Her türlü alternatif turizm var ama neye bağlı? Bana göre bu birincisi, işe insanların oturmuş adam gibi bakış açısından; ikincisi ise çok iyi tesislerin olmasından kaynaklanıyor. Bizim bölgemizde tesis anlamında hiçbir şey yok. Yazın insanı cezbedecek uygun şartlarda denize girmesini dinlenebilmesini eğlenmesini sağlayabilecek tesisimiz yok. Sayın deseniz 3 tane çıkaramayız (K7)"*

*"Yabancı turist kanayan yaramız gerçekten. Eylül ayında tatile gittim. Kendim sezon sonunda tatile gidebiliyorum. Nereye gittim? Alanya'dan başlayarak hiçbir plan yapmadan geze geze Alanya, Kemer, Antalya Kekova, Kaş, Kalkan, Marmaris, Göcek. Buraların hepsine gittim. Her yer turist kaynıyor. Ben yerli görmedim zaten. Yerliyi de pek istemiyorlar. Marmaris'e gittim örneğin. Bir halk plajında denize girmek istedim. Tamamı yabancı. Caddeye bakıyorum sanki bir Almanya şehri gibi. Caddelerde yabancı, orada yaşayan da çok varmış, yerleşenler varmış. Yani Antalya tamamını çekiyor. Bizde tabi ki tesisleşme gibi bir sürü sorun var…(K9)."*

*".....Bir anımı anlatayım: Kızkalesi'nde çalışıyorum. TUİ-dünyanın en büyük tur operatörü- uçağı var, televizyonu var, medyası var, otelleri var, dünyanın değişik yerlerinde 1 milyonu aşkın şubesi var, çok büyük bir tur operatörü. Nordic kısmı geldi bize, Kızkalesi'ne. 266 nitelikli yatak bulunmadı ve bulunamadığı için de gelmedi. Nitelikli yatak ne demek? Nordic dediğimiz Finlandiyalı bir firma ki paralı turist bunlar, milli gelirlerinin 50'nin 80 bin doların olduğu ülkeler bunlar. Biz o kısmı çekebilirdik. Ama konaklatacak otel bulamadık. Yok, 266 yataklı bir otel yok. Konaklama tesisi sorunu var, ulaşım sorunu var, tesis sorunu var… (K9)."*

*"Bu soru formundaki sorunların çoğu aslında benzer cevaplarda toplanıyor. Tabi ki bölgede tesis sıkıntısı var. Yatak sayısı, alt yapı ve üst yapı eksiklikleri zaten gözle görülür durumda… (K12)."*

Katılımcılar özetle Silifke'de nicel ve nitel bakımdan konaklama tesisi sorunu olduğunu beyan etmişlerdir. Yeterli tesisin olmayışı turizm yoğun olduğu yaz aylarında fırsatçılığın yaygınlaşmasına ve fahiş fiyat uygulamasına sebep olduğunu belirtmişlerdir. Yeterli konaklama tesisin olmayışının yabancı tur operatörlerinin de bu bölgeye olumsuz bakmalarının nedeni olarak görmüşlerdir. Yetersiz konaklama tesisin gerçeğinden dolayı tur operatörleri tur planlarına Silifke'yi dâhil etmemektedirler. Bu tez araştırmasının konusu esas itibariyle kitle turizminin yaygınlaşması olmamakla birlikte yetersiz konaklama tesisin olmayışı bölgenin uluslararası turistler tarafından bilinmemesine ve eko-turizm potansiyellerinin farkına varılmamasına yol açmakta olduğu düşünülmektedir.

#### 4.5.1.6.2. Sezonun Kısalığı

*"…Tesisler yeterli değil, mevcut tesisler kendini üç aya göre planlamış. Üç aylık yoğun dönemde evet doluyor, o dönemde fiyatlar pik yapıyor, üç ay çalışıp on iki ay geçinmek zorunda kalıyor. Aslında sezon kısa değil ama turizm işletmecilerinin pazarlama tekniği bu. Yani buradaki turizm işletmecileri kışı yok sayıyor. Yazın denize gelenler için hazırlıklarını yapıyor, bu da burada üç ay sürüyor, bu üç ay süresinde fiyatlar çok yüksek çünkü yatak sıkıntısı var. Arz-talebe göre piyasa fiyat şekilleniyor. Talep fazla arz az yatak fiyatları artıyor. Üç ay böyle devam ediyor. Dokuz ay oteller boş…(K1)."*

*"Genelde yazın üç ay inanılmaz bir yoğunluk fakat kışın tamamıyla kapanıyorlar ve boş bir şekilde bekliyorlar. Bu da oraların işletmesi için ne kadar yeterlidir? Bizim Silifke'nin en büyük sorunu kışın turizmin olmaması (K3)."*

*"…Antalya'da yüzlerce 5 yıldızlı otelle kışın da kongre turizmi futbol turizmi devam ediyor. Maalesef bizim bölgeler Haziranla başlayıp Eylül'ün bir gibi biten hızlı bir sezon geçiriyor… (K3)."*

*"Sezon bizim burada kısa geçiyor, zor olan bu. Kendimizi bir kış boyunca hazırlıyoruz, yaza güvenle bakmak istiyoruz…(K4)."*

*"…Yabancı turist Kızkalesi'ne geliyor o da sadece Eylül Ekimde geliyor. Antalya bunları aşmış. Belli yaşın üstündeki turistler o bölgede hayatını geçiriyor bizde ise en fazla 10 gün 15 gün geçirse seviniyoruz. Bu kadar kısa bir süre için turistlerin gelmesi o işletmenin kendini çevirmesi için, buradaki insanlara iş potansiyeli sunabilmesi çok zor. Sezon 45 gün bile sürmüyor. Antalya'da sezon kapanmıyor düzgün çalışan oteller kışın bile %80doluluk oranıyla çalışıyor…(K7)."*

*"…Çünkü 45 günde alacağım parayla 11 ay geçineceğim. Şimdi Antalya'dan bahsediyoruz. Antalya'da turizm yıl 12 ay devam ediyor. Her türlü alternatif turizm var ama neye bağlı? Bana göre bu birincisi, işe insanların oturmuş adam gibi bakış açısından; ikincisi ise çok iyi tesislerin olmasından kaynaklanıyor. Bizim bölgemizde tesis anlamında hiçbir şey yok. Yazın insanı cezbedecek uygun şartlarda denize*

*girmesini dinlenebilmesini eğlenmesini sağlayabilecek tesisimiz yok. Sayın deseniz 3 tane çıkaramayız (K7)."*

*"Aslında bu bölgede sezonun uzun olması lazım. 323 gün güneş gören bir yer. Aslında çok uzun olması lazım. Bunun sorumluluğu aslında işletmelerde. Örneğin benim otelim kışa hazır bir otel değil. Neden? Çünkü alternatifi çok, 3 saat sonra Antalya'da kapalı havuzu, kapalı mekânlarıyla yaz sezondaki aynı şartları sunan bir sürü otel seçeneği var misafirin. Yani iyileştirmek lazım. Tesisleri iyileştirmek lazım. Onun için de yatırım lazım. Ben sezonun kısalığını tamamen tesisleşmeyle alakalı. Kongre oteli yok. Örneğin biz de bir toplantı salonu var. Biz yapılı bir binayı aldığımız için düzenleme şansımız olmadı. Toplantı salonu dışarda. Düşünün yağmur yağdığında ulaşımı zor. Yani kongre turizmi ilgili bir otelimiz yok. Sağlık turizmi ilgili bir otelimiz yok…(K9)."*

*"Silifke de Turizm Genellikle Bölgesel yerli turizm ile sınırlı olup genelde yazları deniz kum güneş seklindedir. İç Anadolu ve Doğu Anadolu'ya en yakın temiz deniz olduğundan dolayı 15 Haziran 15 Eylül arasında 3 aylık bir yoğunluk yaşar daha doğrusu okulların tatil olmasıyla beraber bölgesel bir talep altındadır. Onunda dışında ulusal veya uluslararası bir hareketlilik yoktur. Diğer sezonlarda ara sıra Antalya-Adana istikameti veya Konya-Mersin istikametinde geçiş noktası olduğu için az da olsa kültür turlarının geçiş noktasındadır, hâlbuki bu türden kültür turlarının yoğun yaşanması gereken bir yerdir burası (K10)."*

*"Silifke, deniz-kum-güneş turizmi, kültür turizmi, inanç turizmi, yat turizmi, eko-turizm, doğa turizmi, yayla turizmi gibi alternatif turizm potansiyeli yüksek bir ilçe olmasına rağmen sadece deniz kum güneş turizmine yönelik ürün sunabilmekte ve bu doğrultuda talep görmektedir. Hali hazırdaki turizm olanakları yerli ziyaretçilere hitap etmekten öteye gidemeyecek bir izlenim vermektedir. Bu durum mevcut turizm işletmelerinin gelişimini engellemektedir. Yoğun turizm sezonunun iki aydan öteye gidememesi kentin sadece turizmini değil aynı zamanda ticari ve sosyal hayatını da olumsuz yönde etkilemektedir. Kıyı bölgelerde yaz sezonlarında hizmet veren çok sayıda otel, kafe, restoran vb. işletmesi, yılın geri kalanında pasif konumda kalmaktadır (K12)."*

Silifke'de tipik deniz-kum-güneş turizmi de dediğimiz kıyı turizmi hüküm sürmektedir. Mayıs ayında başlayan sezon turist yoğunluğunun en çok yaşandığı Temmuz ve Ağustos aylarında zirve yapmaktadır. Sezon okulların açılmasıyla düşüşe geçmektedir; Eylül ve Ekim aylarında halen denize girilebildiği için hafta sonunu değerlendirmek isteyen yakın illerden gelen yerli turistler ve emekli yazlıkçılar destinasyonda turistik hizmet almaya devam etmektedirler. Sezonun kısa olmasının çok farklı olumsuz etkileri olmaktadır. Sezonun kısalığı dolayısıyla yaşanan yoğunluk, yerel halk ve ziyaretçiler için trafik sorunu, alt yapı yetersizlikleri, gürültü kirliliği, yerel ve geçici enflasyon, mal ve hizmetlerde yüksek fiyat uygulaması yaşam kalitesinde düşüşlere ve zorluklara neden olmaktadır. İşletmeciler açsısından ise sezonun kısa olması sezon dışı kazançlarını bu kısa süren sezon içinde çok kazanma isteğine dönüşmekte ve ziyaretçilerden fahiş fiyatlar talep edilmesine yol açmaktadır. Sezonun kısalığı milyonlarca liralık yatırımın yaklaşık 8 ay boyunca atıl kalmasına neden olmaktadır. Sezon bittiği için kapanan işletmelerdeki çalışanlar ya işsiz kalmakta ya da başka bölgelere gitmek zorunda kalmaktadır. Bölgesel işsizliğe neden olan sezonun kısalığı kalifiye iş gücünün bu bölgede çalışma isteğini azaltmaktadır. Bu durum işletmelerin kalifiye olmayan işgücü istihdam etmek zorunda kalmasına neden olarak hizmet kalitesinin de düşmesine neden olmaktadır. Silifke'de kışın iklimin ılıman olması nedeniyle sezonu uzatmak için kış aylarında yapılabilecek dağ yürüyüşü, kanoculuk ve rafting gibi eko-turizm faaliyetleri mevcuttur. Ayrıca tarihi ve kültürel değerler kış boyunca da ziyaret edilebilmektedir.

#### 4.5.1.6.3. Ulaşım Kısıtlılığı

*"Ulaşım bu etkenlerden biri ama doğrudan değil. Kaş'ta böyle ulaşım var mı? Kaş'ın Antalya havalimanına uzaklığı 2.5 saat falandır. Silifke- Adana'ya 1,5-2 saat arasındadır. Antalya-Kaş arasındaki karayolunun kalitesi Silifke-Adana arasındaki karayolumun kalitesi kadar yoktur, standart olarak. Havaalanı olsa burası daha cazip olur ama doğrudan bir etken değil. Silifke'deki turizm gelişim bölgeleri yatırımcılar tarafından değerlendirildiğinde Adana-Silifke arası yolun çok yakın olduğunu göreceğiz, çok uzak olmadığını fark edeceğiz…(K1)."*

*"Biz belediye başkanı olduğumuz dönemlerde kentin sektör temsilcileriyle bir araya geldik, neler yapılabilir üzerinde bir çalışma yapalım dedik. Avrupa'daki tur operatörlerini buraya davet edelim ve burada 1 hafta misafir edelim, bölgeyi gezdirelim, bizim sahip olduğumuz her şeyi gösterelim, onlar da bize eksik olan neyimiz olduğunu söylesin, dedik. Gelen operatörlerini Klikya Otel'de misafir ettik, Göksu Nehrinin kenarında otantik yemekler düzenledik, halk oyunları gösterisi yaptık, bölgedeki gezilmesi gereken her yeri gezdirdik gittiğimiz her yerde oranın yerel yöneticisi bizi misafir etti ağırladı. İnsanlar görmesi gereken her şeyi gördü sonra Klikya otelde değerlendirme toplantısı yaptık. Neler eksik sorusu üzerinde duruldu. Bu eksiklerin bir tanesi Silifke'nin hava limanına uzak olmasıydı…(K2)."*

*"Bölge turizmimiz yıllardır aslında Türkiye turizminden payını tam anlamıyla alamamış bir bölgeyiz. Gerekli tesisimizin olmayışı, ulaşım koşullarının düzgün olmaması nedeniyle nitelikli tesislerimiz yok…(K3)."*

*"Biz ısrarla bütün platformlarda etkinliklerde dile getiriyoruz; bizim ulaşım sorunumuz hat safhada. Nedir? Çeşmeli, Taşucu arası otobanı bitmeden bizim bölge turizmimizin gelişeceğine inanmıyorum. Havaalanına uzak olmamızdan ve turizm teşvik bölgelerinin oluşmamasından dolayı sıkıntılar yaşıyoruz. Ben Silifke turizminin çok büyük sıçrayışlar yapacağına inanmıyorum…(K3)."*

*"…Bunlar yapıldıktan sonra tabi bölgemiz turist almaya başlayacak. Fakat yine söylüyorum en büyük sorunumuz ulaşım. Bizim acilen şu otobanımızın Silifke'ye, Taşucu'na bağlanması lazım. Kırgızistan'da İş Formu düzenledik, Kırgızistan Turizm bakanı bu formumuza katıldı, orada Kırgız tur operatörleri de vardı. Dediler ki biz İstanbul'a ineceğiz, İstanbul'dan yeniden Adana'ya bineceğiz, Adana'dan sonra da üç saat Silifke'ye gideceğiz, bu durumda biz hiç kimseyi getiremeyiz. Direk uçuşlar olması gerekiyor. Antalya'nın en büyük avantajı direk charter uçuşlarının olması. Bizim de Yenice Havaalanın 'deki Çukurova Havaalanı bittiğinde direk uçuşlar başlarsa, bir saat iki saat önemli değil, birde otobanımız bağlandığında bu süre bir saatlik bir yolculuğa dönüşecek. Böylece bütün turcular ve turistleri buraya alma şansımız olur…(K3).*

*"Turizm çok yönlü bir olgudur. Bu bakımdan sahada çok aktör ve sektör bulunmaktadır. Girift bir yapıyı bir kaç sebeple açıklamak bizi doğru sonuca götürmez. Ulaşım, konaklama, hizmet ve fiziki şartlarda sorunlarımız olduğunu biliyoruz…(K6)."*

*"…Ulaşım sorunumuz çok var tabi yani çok var. Örneğin Akdeniz Sahil Yolu bir an evvel bitmeli, Mersin-Antalya arası. Sonra Konya-Mersin arasın Mut Silifke arası oraların bitmesi lazım. Sonra Çeşmeli otobanının biran evvel bitmesi lazım. Silifke'den Mersine giderken 4 saate gidiyorsunuz, düşünüz Antep'ten çıktı tatilci Mersin'den Silifke'ye gelecek bizim otellere gelecek. Bunun 2-3 saati Mersin-Silifke arası geçerse bu olmaz. Kızkalesi'nde enerjileri bitiyor. Önemli olanlardan bir tanesi de havaalanı, Adana Havaalanı artık sürdürülebilir bir havaalanı değildir. Çukurova Bölgesel Havaalanının biran evvel bitmesi lazım; sürekli bir aksama var. Şundan aksıyor; yatırımcı geliyor, başlıyor, değişiyor…(K9)."*

*"…Mersin'de havaalanı yok bir kere. Charter uçakların inebileceği bir havaalanı yok. Biz bunun hesabını yaptık; biz oteli bedava versek, hiç para almasak ulaşım zorluğundan dolayı Antalya'dan yine pahalı oluyoruz…(K9)."*

*"…Bir anımı anlatayım: Kızkalesi'nde çalışıyorum. TUİ-dünyanın en büyük tur operatörü- uçağı var, televizyonu var, medyası var, otelleri var, dünyanın değişik yerlerinde 1 milyonu aşkın şubesi var, çok büyük bir tur operatörü. Nordic kısmı geldi bize, Kızkalesi'ne. 266 nitelikli yatak bulunmadı ve bulunamadığı için de gelmedi. Nitelikli yatak ne demek? Nordic dediğimiz Finlandiyalı bir firma ki paralı turist bunlar, milli gelirlerinin 50'nin 80 bin doların olduğu ülkeler bunlar. Biz o kısmı çekebilirdik. Ama konaklatacak otel bulamadık. Yok, 266 yataklı bir otel yok. Konaklama tesisi sorunu var, ulaşım sorunu var, tesis sorunu var…(K9)."*

Ulaşım kolaylığı sadece turizm sektörü için değil tüm sektörlerin gelişmesi için olmazsa olmaz bir olgudur. Turistik ürünün yerinde tüketilen bir özelliğe sahip bir ürün olmasından dolayı destinasyonun muhakkak ulaşım ile ilgili bir sorunun olmaması gerekir diğer bir ifadeyle ulaşımı ne kadar kolay olursa bir destinasyonun tercih edilebilirliği o kadar yüksek olmaktadır. Özellikle yabancı turist çekmek

isteyen destinasyonlar muhakkak havayolu ulaşımına açık olmalıdır. Turistlerin turistik hizmetlerin üretildiği yere ulaşmasının en kolay yolu havayolu taşımacılığıdır dolayısıyla katılımcılar Çukurova Bölge Havaalanının ve o havaalanından Silifke'ye kadar uzanan otoyol projesinin bir an önce hayata geçirilmesi gerektiğini ifade etmişlerdir. Destinasyona ulaşmış ziyaretçilerin farklı çekim unsurlarının bulunduğu noktalara ulaşım kolaylığı da önemli bir konudur. Mesela Adamkayalar çok önemli çekim unsurudur ama daha yakın zamana kadar ulaşım imkânları olmadığı için ziyaretçi sayısı çok az olmuştur.

#### 4.5.1.6.4. Yetersiz Turizm Bilinci

***"…****Bir tanesi turizme yönelik insanların kafa yapısının oluşmamasıydı …(K1)."*

*"…İkinci bir sorun günübirlikçe dediğimiz insanlar yazın geliyorlar kontrolsüz bir biçimde turizm yapıyorlar. Bu kişiler her türlü yiyecek içecek ihtiyacını kendisi getiriyor bir ağacın altına veya direğin dibine seriyor örtüsünü, yatıyor kalkıyor, tuvalet ihtiyacını da gidip uygunsuz yerlerde yapıyor, bu da son derece kötü görüntüler çıkmasına sebep oluyor. Pisliğin de orada bırakıyor, belediye yetişemiyor. 10 nüfuslu bir belde yazın 90.000 kişiye çıkıyor. Belediye hizmetleri bu nüfusa göre planlanmadığı için çöp toplama, arıtma, otopark, zabıta, güvenlik ve ulaşım hizmetleri yetmiyor…(K2)."*

*"En başında turizm olgusuna bakışımız yanlıştır. Silifke turizm potansiyeli konusunda dünyadaki pek çok ülkeden daha zengindir. Dikkat edin dünyadaki pek çok şehirden değil pek çok ülkeden diye altını çiziyorum. Potansiyel bu kadar yüksek ve zengin iken geriye, halkımızın ve yetkililerin ufku kalıyor ki, sorun buradadır. Yetkililerimizin olaya el atması ve halkımızın turizm alanında asgari bilgi birikimine ve tecrübeye sahip olmaması en büyük eksik olarak göze çarpmaktadır… (K6)."*

*"…Yöre insanı olarak biz burada ne olması gerektiğini tam bilmiyoruz. Neden bilmiyoruz çünkü yöre insanı olarak biz elimizde olan değerlerin aslında ne olduğunu bilmiyoruz. Burada bir kumsal var ama bu kumsalın dünyanın 12'nci büyük kumsalı olduğunu kim biliyor? Hiç kimse bilmiyor. Yani biz bizde olan,*

*cebimizde olan, bahçemizde olan, taşın toprağın biz ne olduğunu kendimiz de bilmediğimiz için bunu zaten birlerine aktaramıyoruz. Sorun biraz oradan kaynaklanıyor… (K8).”*

*“…Rumlar ve Türkler birlikte yaşadığı dönemlerde tümüyle taş evlerden oluştuğunu düşündüğümüzde, nasıl bir ilgi çekeceğini biliyor musunuz? Ama şimdi her yer beton. Buradan bir şey beklemek çok doğru olmaz. Restore edilenler var. Kendi içinde eleştirilebilir, iyi oldu kötü oldu. Yöremizde tarihi kalıntı kent kalıntısı veya kırsal yerleşim kalıntısı Helenistik ve Roma dönemleri ağırlıklı olmak üzere çok olmasından dolayı şöyle bir sıkıntı var. Sit sorunu. Ülkemizde sit konusuyla alakalı bir sorun var. Bir yerde bir taş bulunuyor, iki dönüm yerden vatandaş çıkartılıyor. O zaman ne oluyor? Oradan çıkartılan vatandaşı gören diğer 20 kişi 30 kişi 50 kişi 100 kişi kendi tarlasında bir taş gördüğü zaman, değerli bir şey gördüğü zaman, onu bir gecede ortadan kaldırıyor; bunların hepsi yanlış…(K8).”*

*“…Karakabaklı gerçekten de derli toplu kendi dönemi içinde altyapısı yapılmış muazzam bir yerleşim birimi. 2 km yukarısında Işıklı kalesiyle, kilisesiyle değerli bir yer. Ancak bunları kendi yöremizin insanı bile bilmiyor…(K8).”*

*“Silifke’de turizm şuanda iyi değil, yani öyle, iyi değil, öncelikle Silifke’deki turizmi Silifkelilerin anlaması lazım, Silifkelilerin istemesi lazım, Silifkelilerin koruması lazım öyle bir baktığımız zaman Silifke’de turizm için gerekli olan her şeyi Allah’ın bahşettiğine Silifkelilerin inanması lazım. Öyle baktığımızda maalesef öyle değil, yani önce biz kendi değerlerimizi, Silifkeli olarak bilmemiz lazım ama bilmiyoruz örneğin kaç Silifkeli Uzuncaburç’u tam olarak biliyor, kaç Silifkeli Aya Tekla’nın değerini anlıyor veya kaç defa gitti, içini gördü? Kaç Silifkeli örneğin Fredric Barbarossa anıtını gördü ve orada ne olduğunu anladı Onun için maalesef önce kendi değerlerimizi bilmezsek, korumazsak, anlamazsak turizm de gelmez eğer ki biz Silifkeli olarak bilebilsek bunları kendi kıymetimizi değerimizi bilsek Silifke’de turizm yatırımları daha çok olacağını düşünüyorum…(K9).”*

*“Silifke bazında düşünüldüğü zaman herkesin ve her kesimin bir sorumluluk alanı var. Ne dedim, önce biz bunu halk olarak istemeliyiz. Silifkeli turizme bir sektör*

*olarak bakmıyor. Meslek olarak da görmüyor. Ne getirebileceğini de bilmiyor. Oysaki turizm biz örneğin biz bir proje yapmıştık; Susanoğlu- Taşucu arasında, Kuş Cennetini 2 km daralttığımızda ikinci bir Belek çıkıyor ortaya. 140 bin yatak ortaya çıkıyor. 140 bin yatak demek; 140 bin insanın günde bir ekmek yediğini düşünelim, 140 bin ekmek kaç tane fırın demek? Domates, salatalık kısacası ürettiğimiz bütün ürünler, portakal, mandalina hepsinin değerlenmesi demek. Onun için bunu anlatmamız lazım. Yerel halka anlatmamız lazım. Biz kendi kıymetimizi bilmemiz lazım…(K9)."*

*"…Tabi bir de eğitim işin içinde çok önemli. Yani bir eko turizm yapmak istediğinizde ya da genel olarak bir turizm işletmesi açmak istediğiniz de sektörel anlamda insanları eğitmeniz gerekiyor. Yani buraya bir anda turist çekmeniz bir anlam ifade etmiyor. İnsanları önce eğiteceksin turizm kavramını turist kavramını öğreteceksiniz daha sonra bu altyapı sağlandıktan sonra başarılı bir turizm girişimi gerçekleşebilir. Halkımız turizme hazır değil. Hem eko turizme hem de genel turizme hazır değiller…(K11)."*

Katılımcılar yetersiz turizm bilinci denildiğinde işletmecilerin sadece çalışanların ve yerel halkın turiste karşı rahatsız edici olumsuz tutum ve davranışları değil tarihi ve kültürel, doğal ve beşeri turizm kaynaklarına zarar verme veya yok etme gibi olumsuz sonuçları olabilen davranışları dile getirmişlerdir.

#### 4.5.1.6.5. Tanıtım Sorunu

*"…Gelen turistler genellikle Antep, Urfa gibi yerlerden geliyor. Bu turistlerin bize hiçbir katma değeri olmuyor. Bizim bölgemiz kadar her metrekaresinde tarih kokan başka bir yer yok ama biz satamıyoruz (K3)."*

*"…Yalnız Silifke alternatif turizm faaliyetler, doğal güzellikler bakımından zengin bir bölge olmasına rağmen reklamını ve tanıtımını yeterince yapılamadığı için şuanda gerektiği yerde değil…(K5)."*

*"…Göksu Nehrinde rafting yapılabilir, sahilde Taşucu'nda olta balıkçılığı, günübirlik yat turları, daha yukarılara çıktığınız zaman Toroslarda doğa ile içe içe*

*yapılabilecek bir çok alternatif turizm türü var. Yayla turizminden tutun yamaç paraşütü, sörf, hiking, trekking yapılabilecek bir çok aktiviteler mevcut. Artı bol miktarda tarihi eserler, çekicilikler var, Toros Dağlarının olduğu yerde Uzuncaburç harabelerinin olduğu yerler mesela isim yapmış dünyaca tanınan yerler ama yeterince onların da tanıtımı yapılamamış bugüne kadar. Aşağı indiğimiz zaman Göksu vadisi ve Deltasında çok önemli bir Merkez var Ramsey anlaşmasına dâhil edilmiş olan Kuş Cenneti var. Söylediğim gibi alternatif turizm açısından oldukça güçlü bir bölge ama tanıtım ve reklam eksikliği; aynı zamanda turizm işletmelerinde eksikliklerden dolayı insanlar bu bölgeye gelmeyi tercih etmiyor ya da bu bölgenin turizmi yeterince gelişmiyor (K5)."*

*"…Tabi ki bu kumsal Göksu Irmağı ile bölünüyor ancak bu yapay bir oluşum olmadığı için kumsalı bir bütün olarak değerlendirdiğimiz zaman elimizde 39 km'lik yalnız Türkiye çapında değil dünya çapında bir değer var. Ve bunu hiç kimse bilmiyor. Kumsalın kum kalitesi de çok iyi, denizin sığ olması güvenilir yüzme açısından o da çok önemli. Bunun yanında bir sorun değil ama soru işareti olabilecek konu; bu kumsalın hemen gerisinde Kuş Cenneti uluslararası Ramsar Sözleşmesi kapsamında bir koruma alanı. Şimdi burada Silifke'nin elinde bulunan en büyük değer şuanda Göksu Kumsalı, bütün dünyaya pazarlayabileceği…(K8)."*

*"…Tarihi kalıntılarıyla yani bu marka, marka deyince insanların aklına Silifke'nin yoğurdu geliyor ama kesinlikle buna indirgenemez yani yoğurt indirgenmiş hali. Yani Türkiye'deki insanlar Silifke'yi sadece Silifke'nin yoğurduyla tanıyorlarsa bu bir eksikliktir bence …(K8)."*

*"Silifke'nin ulaşım sorunu yok. Neden yok? Silifke'ye en yakın havaalanı* Adana, *aslında Gazi Paşa da hemen hemen aynı yakın, aynı mesafede. Düne kadar Antalya'dan gelecek olan turist akımı için yol bir engeldi. Yolun uzun saatler almasından dolayı ancak Adana'ya inecek turistin buraya gelmesinde herhangi bir sorun yok. Burada 'Adana'ya neden turist inmiyor, Adana'ya inen turist buraya neden gelmiyor'un yanıtı yol değil; buranın doğru planlanmaması ve doğru tanıtılmaması…(K8)."*

*"…Daha önce müşterimiz olan kişilere otelin ismini söylüyorum, artık burada çalıştığımı söylüyorum, tavsiye ediyorum dediğimde "Nerde diyor, yeri neresi diyor? "Anlatmaya çalışıyorum, Yeşilovacık diyorum, Yeşilova mı diyor, Yeşilovacık neresi bilmiyor…(K9)."*

*"Silifke de Turizm Genellikle Bölgesel yerli turizm ile sınırlı olup genelde yazları deniz kum güneş seklindedir. İç Anadolu ve Doğu Anadolu'ya en yakın temiz deniz olduğundan dolayı 15 Haziran 15 Eylül arasında 3 aylık bir yoğunluk yaşar daha doğrusu okulların tatil olmasıyla beraber bölgesel bir talep altındadır. Onunda dışında ulusal veya uluslararası bir hareketlilik yoktur. Diğer sezonlarda ara sıra Antalya-Adana istikameti veya Konya-Mersin istikametinde geçiş noktası olduğu için az da olsa kültür turlarının geçiş noktasındadır, hâlbuki bu türden kültür turlarının yoğun yaşanması gereken bir yerdir burası…(K10)."*

*"Silifke'nin kesinlikle bu tarz bir ulaşım sorunu bulunmamaktadır. Adana havaalanını kullanacak bir ziyaretçi, tamamı çift yol olan kara yolunu kullanarak rahatlıkla kente ulaşabilir. Ulaşım, turistin ziyaret niyetini etkiler mi? Bu tartışılır fakat insanın aklına Machu Pichu örneği gelmektedir. Ulaşımı günler süren, yorucu ve maliyetli olmasına rağmen insanlar akın akın bu destinasyonu ziyaret etmektedir. Demek ki problem olan yol değil tanıtım problemidir…(K12)."*

Katılımcılar, Silifke ve çevresinin zengin tarihi, kültürel, doğal ve beşeri çekim unsurları ile dolu olduğunu ama bunlar tanıtım yoluyla bilinirlik düzeylerini istenilen seviyeye getirilemediğini ifade etmişlerdir. Tanıtım, satış ve pazarlamanın en önemli ilkelerinden bir tanesidir ve destinasyonun başka pazarlarla rekabetinde rekabet avantajı kazanması ve pazarda tutunması için ihmal edilmeyecek faaliyetler bütünüdür. Yerel yönetimler öncülüğünde ve koordinasyonunda bir Silifke'yi tanıtmak için bir tanıtım platformu oluşturulması gerektiği düşünülmektedir.

#### 4.5.1.6.6. Alt Yapı Eksikliği ve Sorunları

***"…****Az önce söyledim çoğu ülkede bile olmayan kültürel ve tarihi varlıklara sahip zenginliklere sahip bir yer. Ama bu bugün bu kültür varlıklarını gezmeye kalktığınızda gezme imkânınız yok. Gidecek yol yok belki çevre düzenlemesi yok araç*

*park edecek yer yok. Gittiğinizde elinizi yıkayacak bir lavabo yok tuvalet ihtiyacı hissettiğinizde o ihtiyaçlarınızı giderebileceğiniz yerler yok. Yoruldunuz bir kahve içerek dinlenmek istiyorsunuz bu hizmetleri alabileceğiniz mekânlar yok…(K1)."*

*"Zaten bizim istediğimiz ta en başta söylemiştim, demiştim ki altyapı eksikliği yaşıyoruz. Vatandaş geliyor eğlenmek istiyor, dinlenmek istiyor. Altyapımız yok diyorum. Altyapı demek buradaki su elektrik kanalizasyon demek değil. Tabi bu eksiklikler kamu kuruluşlar tarafından gideriliyor. Bunlardan bir sıkıntımız yok. Ha ne olur? Mesela haftada bir saat iki saat elektriğim kesilse jeneratörüm devreye girer, ben bu eksikliğimi gideririm. O bir eksiklik değil. Atık suyla falan ir sıkıntımız yok. Bizim şuanda altyapı sıkıntımız nedir biliyor musun; turizm altyapısının olmaması. Demin bir önceki konumda da bahsetmiştik, eğlenmek istiyorsun alt yapın yok, dinlenmek istiyorsun alt yapın yok. Dağılmışız. Kendimizi toparlayamıyoruz. Olay bu…(K4)."*

*"Turizmin gelişmesi biraz destinasyon yönetimiyle ilgilidir. Bütün paydaşların bir araya gelip ortak şekilde çalışmaları lazım. Altyapı sorunumuz oldukça yüksek bunda yerel yönetimler, belediyeler, kaymakamlıklar, bunların hepsi bir araya gelerek altyapı, ulaşım ve kanalizasyon işlerini çözmesi gerekiyor…(K5)"*

*"Altyapı hizmetleri, yaz sezonu geldiği zaman her on günde bir elektrikler kesiliyor, üç saat bazen beş saat bazen on saat gelmiyor. Yazın trafik de oldukça çok oluyor, çöplerin toplanması sorun oluyor. Sahillere şezlong, şemsiye atılması açısından büyük problemler var...(K5)."*

*"…Kanalizasyon ayrı bir sorun, Atakent bölgesinde mevcut ama yeterli değil. Taşucu'na baktığımız zaman burada zaten yok. Bunlar da giderilmeden bölgede turizmin gelişmesi mümkün değil onun için özellikle devletin ve kamunun bölgeye birazcık el atması gerekiyor …(K5)"*

*"…Yalnız dediğim gibi bizim burada nitelikli personel konularına girişmeden bizim burada bir altyapı oluşturmamız gerekiyor…(K8)."*

*"Silifke'de turizm aslında birçok cazibe noktası varken gelişmemiş durumda. Bunun birçok sebebi var. Özellikle altyapı eksikliğinden tutun da yerel yönetimlerin ya da genel politikaların Silifke üzerindeki etkisizliği ama dediğim gibi birçok çekiciliği var…(K11)"*

*"…Mesela bir turizm firması bile tesis kuracağında altyapı istiyor, altyapı sorunları turizmin gelişmemesi için büyük bir handikap…(K11)"*

*"Bu soru formundaki sorunların çoğu aslında benzer cevaplarda toplanıyor. Tabi ki bölgede tesis sıkıntısı var. Yatak sayısı, alt yapı ve üst yapı eksiklikleri zaten gözle görülür durumda…(K12)"*

Katılımcılar, Silifke'nin klasik bir deniz-kum-güneş turizmine sahip olduğu dolayısıyla yüksek sezon olan Mayıs ve Eylül ayları arasında çok yüksek bir yoğunluk yaşadığını dolayısıyla bu yoğunluğu Silifke'nin kaldıramadığını ifade etmişlerdir. Katılımcılar Silifke'nin alt-yapısının yüksek sezonda taşıma kapasitesinin çok üzerinde bir yüke maruz kaldığını ifade etmişlerdir.

**4.5.1.6.7. Yapısal Sorunlar ve Koordinasyon Eksikliği**

***"****Buradaki olmazsa olmazımız turizmi geliştirirken Silifke'nin Turizm potansiyelini artırırken Silifke'ye dokunmamak. Silifke'ye dokunurken Silifke'nin dengesini bozmamak. Kaçmış dengeyi yörüngesinden çıkmış Silifke'yi yörüngesine oturtmak. Bizim bütün bu devlet olarak dokunuşlarımız. Silifke'yi ihya etmeye yöneliktir. Silifke'nin yeniden oluşturmaya yöneliktir. Bozulmuş kaçmış dengeyi yeniden kurgulamaya yöneliktir. Şimdi sahillere baktığımızda oraya çatma buraya çatma; böyle bir sahil olmaz. Sabah erken kalkan kumsalın içine kadar çadır kurabiliyorsa bu denge değildir. Burada bir denge kaçmış demektir, bu dengeyi oluşturmak gerekir…(K1)"*

*"…İnsanların turizmden faydalanmamız gerek düşüncesini yerleştirmemiz gerekli ama bu konuda zayıfız. Her türlü turizm imkânı olmasına rağmen bir turizm bölgesi gibi değiliz. Sahillerimiz son derece düzensiz, sahillerimizin turizm için kullanabilecek alanları insanların senede sadece birkaç ay kaldığı yazlık ikinci konut*

*olarak tabir ettiğimiz konutlarla kapatmışız, işgal etmişiz. Keşke imkân olsa da yol ile sahil arasında kalmış bütün binaları yıkabilsek…(K2)"*

*"…İkinci bir sorun günübirlikçe dediğimiz insanlar yazın geliyorlar kontrolsüz bir biçimde turizm yapıyorlar. Bu kişiler her türlü yiyecek içecek ihtiyacını kendisi getiriyor bir ağacın altına veya direğin dibine seriyor örtüsünü, yatıyor kalkıyor, tuvalet ihtiyacını da gidip uygunsuz yerlerde yapıyor, bu da son derece kötü görüntüler çıkmasına sebep oluyor. Pisliğin de orada bırakıyor, belediye yetişemiyor. 10 nüfuslu bir belde yazın 90 bin kişiye çıkıyor. Belediye hizmetleri bu nüfusa göre planlanmadığı için çöp toplama, arıtma, otopark, zabıta, güvenlik ve ulaşım hizmetleri yetmiyor…(K2)"*

*"…Bir de alkol ruhsatı almayan yerler de alkol alınmaz mantığıyla yola çıkıyoruz. Yazın sıcakta kapalı yerlerde turist alkol almaz açık havayı tercih eder. Adam deniz kenarında sahilde oturup iki kadeh içmek ister. Hayır yasak dersek o turist bir daha oraya niye gelsin. Bütün bunlar yan yana geldiğinde bölgemizi turizme kapatmış oluyoruz. Biz kendi kendimize yeteriz mantığıyla turizm yapılıyor, ikinci konutlar, gazino tarzı yapılar yapılıyor. Büyükşehir Belediyesi Susanoğlu'na sahile bir tuvalet yapmış, akşam mesaisi biten görevli tuvaleti kapatıp gidiyor. Oradaki turist 17:30 tuvalet ihtiyacını gidermek için ne yapması lazım? Denizi mi kirletmesi lazım? Turizm bir planlama ve proje işidir. Ben buraya otel yaptım ben buraya lokanta yaptım demekle olmaz. Bölgeyi bir bütün halinde iyi planlamak lazım. Adam örneğin Kızılgeçit'e gittiği zaman lokantaya gidebilmeli, tuvalet ihtiyacını karşılayabilmeli. Potansiyel bir hayli fazla ama değerlendiremiyoruz…(K2)"*

*"…Birkaç ay önce Kaymakamlıkta bir toplantı yapıldı. Bu toplantıya bakan Lutfi Elvan da katıldı. Cennet Cehennemde biliyorsunuz bir restorasyon çalışması var, önceki yapı yıkıldı, orada bir düzenleme yapıldı, üçgen formu olan penceresi olan bir şeyler yapılıyormuş. Asansör de yapılıyor -bu eleştiri dışı kalabilir- ama Lütfi Elvan dedi ki siz bu kadar parayla tuttunuz oradaki yapıyı yıktınız yerine yine betondan yine bir anlamı olmayan bir yapı yaptınız. Bu ne demek oluyor? Demek ki kademelerde basamaklarda bir iletişim sorunu var. Bu iletişim sorunu da şu; tabi ki*

*yukardaki bakanların çok işi var sadece oraya kadar gelip her şeyi her zaman inceleyemez ama alttaki insanların da vizyonu eksik…(K8)"*

*"…Şimdi burada yapılacak işlerde modelleme kesinlikle gerekiyor. Ne yapılacak bunun modellemesi yapılması gerekiyor. Hatta yapılacak işleri proje yarışmalarıyla yapılması gerekiyor. Halka açık oylamalar yapılması gerekiyor. Bunların anlatılması gerekiyor. Şimdi oraya yapılacak olan bu çalışma eğer yanlış bir iş ise orasının 50 yıl o şekilde kalması demek. Bu ne demek? Oranın verimliliğinin 50 yıl altta kalması demek. Yani ülkemiz kaybediyor, yöremiz kaybediyor bu anlamda düşündüğümüz zaman. Yani az önce anlattım Taşucu'nun çıkışında Milai Antik kentin oradaki koyun dolguyla doldurulması üstünden yol geçirilmesi. Bu nedir? Günü kurtardık ama önümüzdeki 100 yılı kaybettik oranın değeri zaten var, oranın değerinin anlaşılması 50 yıl sonra bizden 2 kuşak sonrası yeryüzüne gelmesini beklemeye gerek yok…(K8)"*

*"…Mersin ilinin kronik problemlerinden birisi olan ikincil konutlar, Silifke'nin de mustarip olduğu bir konudur. Eşi benzeri olmayan kıyı şeritleri, yılda sadece 20-30 gün kullanılan yazlık evlerle doldurulmuştur. Şahsi düşünceme göre bu ev sahipleri, bölgeye ve bölge insanına maddi bir katkı sunmamaktadırlar. Bu beton yığınlarının yerine çevre ve insan dostu, önceliği yerel fayda sağlamak olan çok daha etkili ve verimli tesisler inşa edilebilirdi…(K12)".*

Katılımcılar tipik sahil turizminin hüküm sürdüğü Silifke'de sahillerin çarpık ve düzensiz yapılaşmadan dolayı gerek altyapı sorunları gerekse görüntü kirliliği sorunları yaşadığını belirtmişlerdir. Derme-çatma yapılarda hizmet üretmeye çalışan restoran ve kafeteryaların hoş olmayan görüntülere, kargaşaya ve yönetim sorunlarına neden olduğunu da belirtmişlerdir. Sahillerde en büyük sorunlardan birisi de ikinci konutlar dediğimiz yazlıkçı konutlardır. Bu konutlar maalesef sahillerin güzelliklerini örtecek şekilde işgal sahilleri işgal etmişlerdir. Plajlardaki yerel belediye ve büyükşehir belediyeleri arasındaki yetki kargaşası da duş alma yerleri ve tuvaletlerin bakım ve temizliği ile ilgili sorunlara neden olmaktadır. Yine şemsiye ve şezlong hizmetlerinin kim tarafından ihale edileceği tartışmalı konular sahillerde

karşımıza çıkan yapılanma, yapılaşma ve organizasyon sorunları arasında anılmaktadır.

#### 4.5.1.6.8. Kalifiye Eleman Sorunu

***"…****Bütün bunlara rağmen neden Silifke'ye yabancı turist gelmiyor. Çünkü bunun altyapısı yok, konaklama sıkıntısı var şuan Silifke'de, yatak sıkıntısı var. Konaklama hizmeti sunan işletmeler dışında, lokanta, kahvaltı salonları ve kafeteryalar, bu tarzda hizmet sunan işletmeler de yeterli değil yani sayısal olarak kastetmiyorum, kalite olarak yetersizlikten bahsediyorum. Antalya ile Silifke'yi mukayese ettiğim de Silifke'nin alması gereken çok mesafe var. Hem yatak kapasitesini geliştirmeli buraya daha cazip kalacak yerler yapılmalı günümüzün şartlarına uygun, bununla birlikte bu sektörde çalışanların eğitimi tamamlanmış olmalı …(K1)"*

*"Gelecekten turizm ile alakalı hiç umutlu değilim. Turizmi turizm bilenler yapmıyor; turizmi parası olanlar yapıyor. Para kazanmak için yapıyor bu doğal ama para kazanmak için turistin gelmesi lazım, turist gelmesi için iyi hizmet lazım, iyi hizmet yapmak için kaliteli eleman lazım, kaliteli eleman için de kaliteli elemana iyi para ödemek lazım. İyi ödeme alamayan kaliteli eleman Alanya'ya, Antalya'ya, Bodrum'a, Marmaris'e gidiyor. Neden? Orada daha fazla para kazanmak için. Geriye kalifiye olmayan elemanlar kalıyor, onlarla bu işler yürütülmeye çalışılıyor…(K2)"*

*"Burada karşılaştığımız en büyük sorun personel sıkıntısı. Bunu hiç kimse dile getirmez. Alıyoruz o kalifiye personel de haklı. Çünkü neden haklı? Biz adamları 3 ay çalıştırabiliyoruz veya dört ay çalıştırabiliyoruz. Dört ay sonra adam çıkmak mecburiyetinde kalıyor. Bu sefer ne yapıyor bu kişi? Diyor ki; ben burada üç ay çalışana kadar giderim Antalya'da Alanya'da veyahut da turizmin faal olduğu bir yerde altı ay çalışır gelirim diyor. Daha benim için iyi olur diyor. Bu sefer ne oluyor? Biz elimizdeki kalifiye elemanı dahi buradan yolluyoruz…(K4)"*

*"Sonuç olarak en büyük sorun insan kaynakları bu aynı zamanda en sık karşılaştığımız sorun, sadece bizim değil bütün tesislerin karşılaştığı sorun bu. Kalifiye eleman yokluğu bizi rahatsız ediyor…(K4)"*

*"…Kendilerine göre otelin bütün işini zaten mal sahipleri yapıyor. O yüzden kalifiye elamana ihtiyaç duyulmuyor. Patronların sürekli müdahil olması nitelikli iş gücü istihdamına engel oluyor. Personele verilen imkânlar; lojmanların durumları çok kötü, personel yemekleri çok kötü, çalışma saatleri uzun yani kanunen günlük 8 saat ama birçok işletmede yüksek seviyede işsizlikten dolayı ses çıkarmıyorlar boyunları büküyorlar. İşletmeciler de bunu çok güzel değerlendiriyor. Bu yüzden de 1 sene 2 sene burada çalışan insanlar, birazcık işi öğrendikleri zaman Alanya Antalya bölgesindeki arkadaşlarının da etkisiyle oraya bakıyorlar, oradaki lojmanlara bakıyorlar, şartlara bakıyorlar, çalışma koşullarına bakıyorlar ve hepsi o taraflara doğru kayıyorlar…(K59)"*

*"…Sezon turistik işletmelerde istihdam edilen insanlar, yaptıkları işleri çoğunlukla geçici iş olarak görmekte ve meslekte ilerleme sağlayamamaktadırlar. İşletmelerin gelişememesi, yeni yatırımların mevcut potansiyelden dolayı aksaması ve kalifiye elaman sorunu, gerek kısa vadede gerekse de uzun vadede bölgenin turizm konusunda adeta portresini çizmektedir…(K12)"*

*"Bu noktada bakış açısı çok önemlidir. Gelen insan profiline göre mevcut istihdam edilen insanların turizmde hizmet verecek yeterlilikte olduğunu düşünen azımsanmayacak kadar çoktur. Şahsen ben turizm arzı konusunda belirlenecek standartların, ziyaretçi profilini şekillendireceği kanısındayım. Verilen hizmetin standartları, istihdam edilen insanları ve müşterileri de doğal olarak etkileyecektir. Bölgede kesinlikle kalifiye eleman sıkıntısı vardır. Yıl boyunca hizmet veren turizm işletmesi sayısı oldukça düşüktür. Bu durum çalışanların, yaptıkları işlerde kendilerini geliştirmelerini engellemektedir. Sadece yılda 3 ay çalıştığınız bir işte kendinizi geliştirmek neredeyse imkansızdır. Dolayısıyla kalifiye eleman sıkıntısı, çalışanın kendinden kaynaklanacağı gibi işletmenin yıl içindeki aktif süresinden ve sezonun yapısından da kaynaklanmaktadır. Kalifiye eleman eksikliği kısa vadede müşteri memnuniyetini ve tekrar ziyaret niyetini olumsuz yönde etkilemektedir. Uzun*

*vadede ise işletmenin performansını ve hatta destinasyonun kaderine tesir etmektedir…(K12)"*

*"…Dediğim gibi yazlıkçı konutlar yatay mimari ile yapıldığı için kişi başına çok fazla miktarda arazi işgali söz konusudur. Kaliteli tesis ve kaliteli turistin bu bölgeyi ziyaret etmeyişi ve sezonun kısalığı nitelikli iş gücünün gelişememesini ve dolaysıyla hizmet kalitesinin de düşüklüğüne sebep olmaktadır…(K13)".*

Silifke'de aslında turizm sektörü için kalifiye işgücü yetiştiren bir meslek yüksekokulu ve bir turizm lisesi mevcuttur ama katılımcıların da değindiği gibi turizm işletmeleri, turizmi bilen işletmeciler tarafından değil parası olan aile işletmeleri şeklinde yapıldığı için kalifiye işgücü istihdamı yerine ucuz işgücü istihdamı şeklinde yürütülmeye çalışılmaktadır. Bu ise hizmet kalitesini dolayısıyla müşteri memnuniyeti asgari seviyelere çekmektedir. Bu sebeplerden dolayı yörenin yetiştirdiği kalifiye işgücü maalesef sezonun daha uzun olduğu ve kazançların daha fazla olabileceği destinasyonlara kaymaktadır. Kalifiye eleman eksikliği sonucu ortaya çıkan hizmet kalitesinin düşüklüğü destinasyondan ve işletmeden memnuniyetsiz ayrılışlara ve yeniden ziyaretlerin azalmasına sebebiyet vermektedir.

#### 4.5.1.6.9. Yönetim Problemleri

*"Şimdi bakın Türkiye'de en temel sorunlardan biri sahillerin yönetimidir, kumsalın yönetimidir, kıyının idaresidir. Kim ne kadar kullanacak? Vatandaş denize gidecek şezlong ihtiyacı var. Bunu kim sunacak? Sunaların sınırı ne olacak? Benim Silifke'de gördüğüm en büyük sıkıntı bu. İşletmeleri de zaman zaman etkiliyor. Sahillerin yeterince temizlenmemesi. Kim temizleyecek bu sahilleri? Çöp vergisini kim alıyorsa onlar temizleyecek tabi doğal olarak. Çöp vergilerini kim alıyor? Belediyeler alıyor. Belediyeler de bu sahilleri eğer oralarda işletme kurabilmişse oraları işletebiliyorsa temizliyor. Yoksa görev olarak görmüyor kendine. Kim para kazanırsa diyor o temizlesin diyor…(K1)"*

*"…Bir de alkol ruhsatı almayan yerler de alkol alınmaz mantığıyla yola çıkıyoruz. Yazın sıcakta kapalı yerlerde turist alkol almaz açık havayı tercih eder. Adam deniz kenarında sahilde oturup iki kadeh içmek ister. Hayır, yasak dersek o*

*turist bir daha oraya niye gelsin. Bütün bunlar yan yana geldiğinde bölgemizi turizme kapatmış oluyoruz. Biz kendi kendimize yeteriz mantığıyla turizm yapılıyor, ikinci konutlar, gazino tarzı yapılar yapılıyor. Büyükşehir Belediyesi Susanoğlu'na sahile bir tuvalet yapmış, akşam mesaisi biten görevli tuvaleti kapatıp gidiyor. Oradaki turist 17:30 tuvalet ihtiyacını gidermek için ne yapması lazım? Denizi mi kirletmesi lazım? Turizm bir planlama ve proje işidir. Ben buraya otel yaptım ben buraya lokanta yaptım demekle olmaz. Bölgeyi bir bütün halinde iyi planlamak lazım. Adam örneğin Kızılgeçit'e gittiği zaman lokantaya gidebilmeli, tuvalet ihtiyacını karşılayabilmeli. Potansiyel bir hayli fazla ama değerlendiremiyoruz…(K2)"*

*"…Bu da tabi geçmiş dönemden beri kıyılarımızın yağmalanması, yerel belediyelerin çarpık yapılaşmaya izin vermesinden dolayı şuanda maalesef nitelikli yıldızlı otellerimiz olmadığından dolayı turizmde çok da iyi bir yerde değiliz (K3)"*

*"…Tüm değerler var, atıyorum, 3-5 ili bir araya getirseniz Silifke etmeyecek iller var, ülkemizin belirli yerlerini küçümsemek gibi olmasın ama bu Allah'ın bahşettiği değerler sonuçta. Silifke bunların kat be katına sahipken bunlar ı tanıtıp organize edecek burada yönetim birimleri yok…(K8)"*

Katılımcılar daha önce de bir yetki kargaşasından bahsetmişlerdi. Silifke'de sezon yoğunluğundan kaynaklan yönetimsel zorluluklara bir de yetki kargaşası eklenince sahillerdeki durum daha da zorlaşmaktadır. 'Çöp vergisini toplayan kimse çöpleri de o toplasın, şemsiye ve şezlongları kim ihale ediyorsa tuvalet ve duş yerlerinin bakımı ve temizliğini o üstlensin' tartışmaları halen devam eden yönetimsel sorunlardır. Bu tartışmalar kolaylık tesisleri dediğimiz tuvalet ve duş yerleri gibi insanların asli ihtiyaçlarını karşılayacak tesisleri bile olumsuz etkileyecek haldedir.

#### 4.5.1.6.10. Eko-turizm Eksikliği Sorunu

**"…***Fakat bizim buradaki altyapı sorunları, altyapı derken su, kanalizasyon, elektrik falan anlamında değil. Bunun ötesinde sorunumuz var; dinlenme yerlerinin,*

*halka açık yerler, eğlence dinlence yerlerinin, değişik spor aktivitelerin burada yeterince olmaması ister istemez turizmi de etkiliyor…(K4)"*

*"…Mesela yurt dışından misafirlerimiz geliyor, gelen müşterilerimizin çoğu spor aktivitesi istiyor tenis kortu istiyor, tenis kortu şurada var; 20 30 kilometre gidemeyeceğini, zamanının kısa olması nedeniyle de bunu kabul etmiyor, çok uzak diyor. Zaman kısa olması, istediğimiz şeyi bize gerisin geri döndürmüyor vermiyor. İstediğimizi alamıyoruz alamayınca da bu sıkıntıların içine giriyoruz…(K4)"*

*"Zaten bizim istediğimiz ta en başta söylemiştim, demiştim ki altyapı eksikliği yaşıyoruz. Vatandaş geliyor eğlenmek istiyor, dinlenmek istiyor. Altyapımız yok diyorum. Altyapı demek buradaki su elektrik kanalizasyon demek değil. Tabi bu eksiklikler kamu kuruluşlar tarafından gideriliyor. Bunlardan bir sıkıntımız yok. Ha ne olur? Mesela haftada bir saat iki saat elektriğim kesilse jeneratörüm devreye girer, ben bu eksikliğimi gideririm. O bir eksiklik değil. Atık suyla falan ir sıkıntımız yok. Bizim şuanda altyapı sıkıntımız nedir biliyor musun; turizm altyapısının olmaması. Demin bir önceki konumda da bahsetmiştik, eğlenmek istiyorsun alt yapın yok, dinlenmek istiyorsun alt yapın yok. Dağılmışız. Kendimizi toparlayamıyoruz. Olay bu… (K4)"*

*"Bölge turizminin geleceğine dair şunu söylemek istiyorum; bir kere bu bölgeye insanları çekebilmek ve bu bölgeyi insanları konaklamasını sağlayabilecek, cezbedebilecek denizin haricinde alternatifler bulmamız gerektiğini düşünüyorum…(K7)"*

Katılımcılar eko-turizmin önemine vurgu yapmış ve eko-kalkınma modeliyle hayata geçirilecek bir eko-turizm hareketliliği kentin belli noktalarına yoğunlaşmış turizm faaliyetlerini farklı noktalara taşıyarak kenti yönetilebilir hale getirilebileceğini belirtmişlerdir. Eko-turizm sayesinde gelen turistlerin harcamaları yerel esnafın ve üreticin de faydalanabileceği şekilde yapılanacaktır. Eko-turizm doğanın ve tarihin bu destinasyona bahşettiği güzellikleri pazarlayarak kentin en uzak noktalarındaki insanların refah seviyesinin yükselmesine sebep olacaktır. Eko-

turizm geliştiğinde yerel halkın doğaya, çevreye ve tarihi eserlere yaklaşımı daha olumlu bir hale bürünecek ve koruyucu bir tavır sergileyeceği düşünülmektedir.

#### 4.5.1.6.11. Kamu Yatırımlarının Yetersizliği Sorunu

***"…****Yalnız üç bölgede, işte bu Narlıkuyu, Kargıcık ve Boğsak bölgelerinde ilan edilen turizm teşvik bölgeleri –fakat daha sonuca ermedi-buraların biraz daha Silifke turizmini artıracağını tahmin ediyoruz...(K3)"*

*"Ulaşıma ek olarak özellikle teşvik, Antalya gibi bize teşvik bölgeleri verildi ama yeterli değil. Nitelikli otellerin yapılabilmesi ve turist çekilebilmesi için devletin bize daha çok vermesi gerekir. Bir 100 kişilik bir tur bizim bu bölgeden yatak istese maalesef verebileceğimiz yatak sayısı yetersiz …(K3)"*

*"Tekir Ambarını görüyorlardı, tarihi Roma döneminden kalmış, Bizans döneminden kalmış kültür mozaiği oluşturan bu bölgeyi geziyorlardı. Antakya'ya gidiyorlardı sağa sola gidiyorlardı. Çok güzel bir potansiyel yakalamıştık. Fakat daha sonra Turizm teşvik yasası çıktı. Bunu hiç unutmayın. Bu çıkan turizm teşvik yasası ne oldu biliyor musunuz? Belli yerlere verildi. Antalya, Alanya, Bodrum, Marmaris, Anadolu'da Kapadokya gibi yerlere verildi. Karadeniz ve Doğu Akdeniz bölgesi maalesef bundan hiçbir şey alamadı. Buradaki şirketler, vatandaşlar, işletmeler herkes kaderi ile baş başa bırakıldı. Şimdi bu sefer ne oldu? Turist hep uzaklaştı. Turizm nerdeyse, nerede yatırım varsa oraya gitti; oraya kaydı. Bugün Bodrum'da küçücük bir afet dahi olsa Bodrum'un yarası 24 saatte sarılıyor. Bizim burada deprem olsa yer yerinden oynasa, kimse gelip baktığı dahi yok. Niye bakmıyor? Çünkü orası halkın gözbebeği, turizmin çok olduğu çok faal olduğu bir yer. Demek ki eğer ki Turizm Teşvik yasasından biz de faydalanmış olsaydık, geçiş dönemde, biz şimdi bunları konuşmuyor olacaktık…(K4)"*

*"Bölge turizmin gerçekleşmesinde merkezi yönetimin gücü ve önemi büyüktür. Stratejik hedef ve planları istikrarlı bir biçimde uygulaması gerekmektedir. Ancak bu konuda merkezi idarenin kafası karışık olmalı ki, Çimento fabrikası, nükleer santral, balık çiftlikleri vb. yatırımlara müsaade etmiştir…(K6)"*

Kamu yatırımları yetersizliği özellikle ulaşım yönünden katılımcıların çok sık getirdikleri bir sorundur. Özellikle hava ulaşımı ve havalananında inen bir yolcunun konaklayacağı otele en kısa sürede gelebilmesi için yapılması gereken kamu yatırımının otoyollar oluğunu beyan etmişlerdir. Bir de Silifke'de ilan edilen Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgelerinin bir an önce hayata geçirilmesi gerektiği katılımcılar tarafından ifade edilmiştir.

#### 4.5.1.6.12. Pazarlayama Sorunu

***"…****Gelen turistler genellikle Antep, Urfa gibi yerlerden geliyor. Bu turistlerin bize hiçbir katma değeri olmuyor. Bizim bölgemiz kadar her metrekaresinde tarih kokan başka bir yer yok ama biz satamıyoruz…(K3)"*

*"…Birçok ülkenin içinde barındıramadığı güzellikler var, Uzuncaburç'umuz var, Kale'miz var, Cennet-Cehennemimiz var, obruklarımız var, birçok farklı tarihi eserimiz var fakat bunu turizme ne derecede vurgulayıp ne derecede turizm içerisinde kullanıyoruz derseniz bana göre, burada doğmuş-büyümüş bir insan olarak şunu söyleyebilirim ki maalesef biz bunları kullanamıyoruz. Elimizdeki markayı pazarlayamıyoruz. Yüksek bir potansiyelimiz var ama bunu kullanmıyoruz …(K7)"*

*"Merkezi hükümetin de yerel idarenin ve diğer tüm paydaşların bunda sorumluluğu var. Şimdi nasıl var? Türkiye'de şöyle bir kavram var; Türkiye'de her il her ilçe kendini öne çıkartmak için olan ya da olmayan değerleriyle işte biz şuyuz buyuz diye öne çıkıyor. Gerçekten de tartıya koyduğumuz zaman o tartının ağırlığı etmeyecek ilçeler ve iller var. Fakat Silifke o tartıyı doldurup taşırır. Silifke'de de maalesef o değeri oraya buraya gidip insanların gözüne sokacak insan yok. Silifke'de satış ve pazarlama eksikliği var…(K8)"*

*"…Silifke turizm ile ilgili geleceğine yön verememiş çoğu alternatif turizm çeşitlerine sahip olmasına rağmen faydalanılmıyor. Örneğin kültür turizmi, inanç turizmi, yat turizmi, eko-turizm, doğa turizmi, yayla turizmi, av turizmi, kuş gözlemciliği, sağlık turizmi gibi alternatif turizm potansiyeli yüksek bir ilçe olmasına*

*rağmen sadece deniz kum güneş turizmine ağırlık vermiş, onu da adam akıllı yapamayan bir bölgedir …(K13)"*

*"…Var olan turizmimiz deniz-kum-güneş şeklinde yapılmaya çalışılmaktadır, bu darlığa sıkışmış durumdadır. Deniz-kum-güneş turizmimiz de bölgemize yakın illerden gelen yerli turistlere hitap etmektedir. Bu yerli turist ise turizm işletmelerinin gelişimini zorlayacak yoğunlukta ve nitelikte değildir. Bu durum mevcut turizm işletmelerinin gelişimini engellemektedir. Okulların tatile girmesiyle başlayan sezon okulların açılmasıyla sona ermektedir. Sezon çok kısa ve yoğun geçmektedir …(K13)"*

*"Yoğun turizm sezonunun iki aydan öteye gidememesi kentin sadece turizmini değil aynı zamanda ticari ve sosyal hayatını da olumsuz yönde etkilemektedir. Sezon bittiğinde kıyıdaki işletmeler; oteller, kafeler, restoranlar gibi işletmelerin çoğu, yılın geri kalanında ya kapatmakta ya da yarı kapasite ile çalışmaktadır. Kendi işletme giderlerini karşılayamadığı için de tüm çalışanlarını işten çıkarmaktadır…(K13)"*

Silifke tipik bir kıyı turizmine sıkışmış durumdadır ve bu turizm türü Silifke'de sezonun yoğun olduğu yaz aylarında sorunlara yol açmaktadır. Eko-turizmin hayata geçirilmesi ve tanıtımın yapılmasıyla sadece yakın illerden olası tüketiciler değil uluslararası pazarlardan da hizmet satın almak müşterilere ulaşabilmesi gerekmektedir. Uluslararası ziyaretçiler sadece kentin ekonomisine değil ülke ekonomine de döviz girdisi sağlarlar. Ulusal ve uluslararası tanıtım ve reklamlarla Silifke'nin eşsiz tarihi, kültürel değerleri ve doğal güzellikleri tanıtılmalı ve pazarlanmalıdır.

#### 4.5.1.6.13. Hizmet Kalitesi Sorunu

***"…****Bütün bunlara rağmen neden Silifke'ye yabancı turist gelmiyor. Çünkü bunun altyapısı yok, konaklama sıkıntısı var şuan Silifke'de, yatak sıkıntısı var. Konaklama hizmeti sunan işletmeler dışında, lokanta, kahvaltı salonları ve kafeteryalar, bu tarzda hizmet sunan işletmeler de yeterli değil yani sayısal olarak kastetmiyorum, kalite olarak yetersizlikten bahsediyorum. Antalya ile Silifke'yi mukayese ettiğim de Silifke'nin alması gereken çok mesafe var. Hem yatak*

*kapasitesini geliştirmeli buraya daha cazip kalacak yerler yapılmalı günümüzün şartlarına uygun, bununla birlikte bu sektörde çalışanların eğitimi tamamlanmış olmalı …(K1)"*

*"…Bu da tabi geçmiş dönemden beri kıyılarımızın yağmalanması, yerel belediyelerin çarpık yapılaşmaya izin vermesinden dolayı şuanda maalesef nitelikli yıldızlı otellerimiz olmadığından dolayı turizmde çok da iyi bir yerde değiliz …(K3)"*

*"…Dediğim gibi yazlıkçı konutlar yatay mimari ile yapıldığı için kişi başına çok fazla miktarda arazi işgali söz konusudur. Kaliteli tesis ve kaliteli turistin bu bölgeyi ziyaret etmeyişi ve sezonun kısalığı nitelikli iş gücünün gelişememesini ve dolaysıyla hizmet kalitesinin de düşüklüğüne sebep olmaktadır …(K13)"*

Kaliteli hizmet kalifiye işgücü eliyle üretilmektedir. İşletmeciler iç müşteri sayılan çalışanlarına gereken değeri vermeli, kalifiye işgücünün emeğinin karşılığı olan ücreti ödemeli ve onları başka bölgelere göç etmek zorunda bırakmamalıdırlar. İşgücü devir oranı en yüksek sektörlerden biri olan turizmde bu oranı düşürmeye çalışmak gerekmektedir, bunu sağlamanın yolu işinden ve işyerinden memnun çalışanlardan geçmektedir. İşletmecilerin bu anlayışla kaliteli hizmet üretmek üzere kalifiye işgücü istihdamına önem vermeleri gerektiği düşünülmektedir.

#### 4.5.1.6.14. Aktivite Çeşitliliği Sorunu

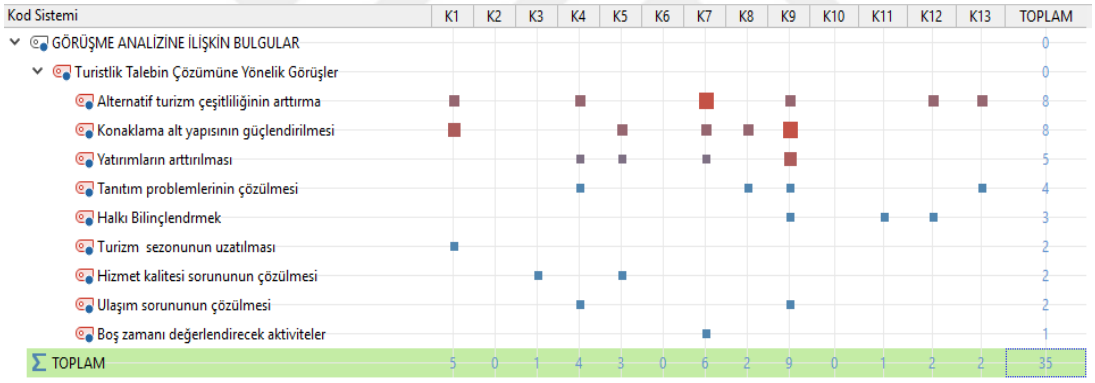
***"…****Tatile gidecek olsanız Silifke sizi cezbeder mi? Beni etmez. Evet, ben bir gün geleyim kıl çadırı göreyim, nostalji yapayım da, ikinci gün o kıl çadırdaki kıllar batmaya başlar. Ben gelip modern bir otelde kalmak isterim, oradan denize girmek isterim oradan doğayı gezmek isterim, turlara katılmak isterim. Bu organizasyon da yok Silifke'de…(K1)"*

*"…Fakat bizim buradaki altyapı sorunları, altyapı derken su, kanalizasyon, elektrik falan anlamında değil. Bunun ötesinde sorunumuz var; dinlenme yerlerinin, halka açık yerler, eğlence dinlence yerlerinin, değişik spor aktivitelerin burada yeterince olmaması ister istemez turizmi de etkiliyor…(K4)."*

Silifke'de eko-turizm kapsamında yapılabilecek aktiviteler oldukça fazladır ama tanıtımı yapılmadığı için bu aktiviteleri yaptırmak üzere girişimciler ortaya çıkmamakta veya var olan işletmeler ise müşteri sirkülasyonu çok düşük olduğundan zarar ederek bir müddet sonra işletmelerini kapatmak zorunda kalmaktadır. Konaklama tesislerine geldikten sonra denize girmek ve güneşlenmekten başka hiçbir aktiviteye katılmadan yine aynı konaklama tesisinden uğurlanan ziyaretçiler için hem onlara değişik deneyimler yaşatacak hem de belirli noktalardaki yoğunluğu farklı noktalara yayacak eko-turizm faaliyetlerine katılımı sağlanmalıdır.

### 4.5.1.7. Turistik Talep Sorunu

Bu kısımda katılımcıların turistik talep eksikliği ve artırılmasına yönelik görüşleri analiz edilmiştir. Turistik talebin artırılmasında hangi sorunlar etkili olmaktadır ve neler yapılmalıdır sorularının cevapları analiz edilmiştir.




**Şekil 4. Araştırmaya Katılan Katılımcıların Turistik Talebin Çözümüne Yönelik Görüşleri Kod Matris Tarayıcısı Haritası**

Şekil 4 incelendiğinde araştırmaya katılan katılımcıların turistlik talebin çözümüne yönelik görüşleri on tema altında toplanmıştır. Katılımcıların turistlik talebin çözümüne ilişkin ifade ettikleri kodlar "Alternatif turizm çeşitliliğini arttırma" "Konaklama alt yapısının güçlendirilmesi" "Yatırımların arttırılması" "Halkı bilinçlendirmek" "Tanıtım problemlerinin çözülmesi" "Turizm sezonunun uzatılması" "Hizmet kalitesi sorunun çözülmesi" "Ulaşım sorununun çözülmesi" "Alt yapı ve üstü yapı sorunun çözülmesi" "Boş zaman değerlendirecek aktiviteler" olarak temalandırılmıştır.

Katılımcılar turistlik talebin çözümüne yönelik görüşlerini şu cümlelerle ifade etmişlerdir.

#### 4.5.1.7.1. Eko-turizm Faaliyetlerini Arttırma

***"…****Ören yerlerini gezdirebilmemiz lazım, Otelde deniz için gelmiş, denize girmiş, kumda güneşlenmiş bu misafirlerin aynı zamanda Silifke'nin sahip olduğu kültürel ve tarihi zenginlikleri de görmesi; burada kalış sürelerinin uzatılması anlamına geliyor. Buraya dört gün için geliyorsa kalış süresini artırmamız lazım. Bunun yolu da deniz aktivitelerinin dışında Silifke'nin tarihi, kültürel ve doğal güzelliklerinin de pazarlanabilir hale getirilmesi lazım, turistler ve misafirler için…(K1)"*

*"…Demek ki bizim burada yapmamız gereken turizm faaliyetlerimizi aşamalı dahi olsa kısa vadede turizmi en azından dört aya beş aya, altı aya yaydığımız zaman, bunu da nasıl yayarız? Sizin de değdiniz gibi eko-turizmle yayarız, konferans turizmiyle yayarız, kültür turizmiyle yayarız. Bakın buraya hiç kültür turları geliyor mu? Gelmiyor. Eskiden hiç olmazsa kültür turları gelirdi. Neden kültürümüzü öğrenmek için. Biz bundan yavaş yavaş uzaklaşıyoruz. Niye uzaklaşıyoruz? Yerel yönetimlerin turizmcilerim müşterek çalışmadıkları için. Ben diyorum ki çağıralım şurada ne kadar acente var, acenteden tutun tur operatörlerine kadar. 20 tane kültür turları düzenleyen. Yurt içi yurt dışı önemli değil, kültür turları düzenleyen acenteleri tur operatörlerini çağıralım, bizim burada dört günlük bir kültür gezisi yapalım, dört günlük onu konaklattıralım. Burada devletin yani kamu kuruluşlarının beş kuruş masrafı olmaz. Niye olmaz? Örneğin ben konaklatırım, ikinci bir tesis yemeğini verir, üçüncü dördüncü tesis bunun gezisini üstlenir, adamlar da burada istediği kültür turunu tamamlamış olur, güle güle çeker gider, bir anı bırakır ondan sonra yavaş yavaş burada kültür turlarını başlatır…(K4)"*

*"…Gündüz denize giriliyor, çıkıyoruz yatıyoruz kalkıyoruz yine deniz giriyoruz. Bundan ibaret, burada pansiyonda kalan insanların hiçbirinin Uzuncaburç'u ve cennet-Cehennemi gördüklerini sanmıyorum. Bunun gibi daha nice*

*tesislerimiz var. Elimizde bir cennet var biz bu cenneti hiç değerlendirdiğimizi düşünmüyorum…(K7)"*

***"…****Yani sadece ben gelip denize gireyim gideyim tarzı değil de ben buraya geldiğimde şu aktiviteyi yapayım, buraya gideyim bunu da göreyim ya da burada da bu varmış diyebilen bakış açısına sahip olması lazım…(K7)"*

*"…Yayla turizmi var. Türkiye'de görmediğim il yok. Kavak köyüne gidiyorsunuz Kavak'ta taş binalar ve evlerin, yazın ve kışın görüntüsü bir görebilseniz; kışın karla yazın o yeşilliklerin içerisinde manzarayı bir görebilseniz. Kaç kişi görmüştür ki? Silifkeliler görmüş değil ki dışardan insanlara bunları gösterelim. Bizim Kızılgeçit'imiz var, oradan akan Aksıfat suyunun içerisindeki hazineyi gösterebilsek. Yani o kadar değerlerimiz var ki bu değerlerimizin hiçbirinin kullanıldığını ben kendi adıma düşünmüyorum…(K7)"*

*"…Şu anda turizmcilerin, tatilcilerin yönlendiği bir şey var sadece deniz turizmi istemiyorlar, deniz her yerde var. Denizin en güzeli Türkiye'de var, en güzeli Mersinde var. Bunu bilmemiz lazım. Eğer biz bunları geliştirebilirsek, anlatabilirsek projelendirebilirsek Mersin'deki turizm farklı olur. Her çeşit turizm bu bölgede yapılabilir. Kültür turizmi yapılabilir, doğa turizmi yapılabilir, deniz turizmi zaten fazlasıyla yapılabilir yani her türlü turizm bu bölgede yapılabilir …(K9)"*

*"…Bir turizm platformu kurulabilir. Her alandan insanlar burada bir araya getirilip fikir paylaşımı yapılabilir. Turizm envanteri çıkarılmalı ve alternatif turizm çeşitleri belirlenmelidir…(K12)"*

*"…Kaldı ki bizim Silifke'ye uygun olduğunu düşündüğümüz eko turizme katılacak potansiyel ziyaretçiler için lüks ve konfor çok önemli değildir. O tür ziyaretçiler zorluklara ve güçlüklere alışık insanlardır. Eğer pazarlamasını ve tanıtımını yapacağımız alternatif turizm faaliyetleri adam akıllı tanıtılırsa hiç bir mesafe buna engel ve zorluk çıkaramayacaktır…(K13)"*

Katılımcılar özetle eko-turizmin yatırım maliyeti açısından çok düşük maliyetle uygulanabilirliğini, müşteriyi konaklama tesislerinden çıkartıp Silifke'nin tarihi,

kültürel ve doğal güzelliklerini deneyimleme şansı vermek gerektiğini ifade etmişlerdir. Eko-turistlerin lüks ve konfor peşinde koşmayan turistlerdir. Dolayısıyla eko-turizm faaliyetlerinin yapıldığı nokta veya alanlarda çok yüksek maliyetler gerektiren tesisler yapılmasına gerek yoktur. Onların aradığı genellikle macera, zorluk, yöreye özgülük, doğallık; kısacası başka bir yerde yaşamayacakları deneyimlerdir. Eko-turizm lokal yoğunluğu azaltmanın ve sezonu uzatmanın da en güzel yollarından bir tanesi olarak karşımıza çıkmaktadır.

#### 4.5.1.7.2. Konaklama Alt Yapısının Güçlendirilmesi

***"…****Eğer burada daha kaliteli oteller olsa daha fazla yatak olsa yazın fiyatlar bu kadar pahalı olmayacak biri ikinci burada bir hizmet sektörü oluşacak o zaman A oteli bir tur düzenleyecek. Uzuncaburç'a Adam Kayalar'a, Cennet-Cehennem'e buraya yılda üç yüz bin insan geliyorsa bunun yüz bini Cennet-Cehennem'e uğruyor. Konaklama tesisleri yeterli ve kaliteli olursa sezon uzar…(K1)"*

*"…Çektiğimiz bu fotoğrafın olumlu olması için biz ne yaptık veya yapıyoruz? Burada turizm sezonu çok kısa. Bunu uzatmamız lazım. Burada yatak kapasitesi sınırlı az, bunu artırmamız lazım ve kaliteyi artırmamız lazım. Hem nitelik hem nicelik bakımından artışlar sağlamamız lazım…(K1)"*

*"Şuanda en büyük eksiklik konaklama tesislerinin olmaması. Genellikle 15 oda 20 odalı tesisler var. 1 otobüs veya 2 otobüs geldiği zaman bunu ağırlayacak bir otel bulmak çok zor. Turizmde mantık biraz tersten işler. Siz önce yapacaksınız sonra diyeceksiniz ki elimdeki mevcutlarım bu, biz sizi bekliyoruz. Yani turistler gelsin de biz oteli yapalım diye bir mantık yok. Gelsin, gelsin de gedikleri ne zaman nerede konaklayacaklar, nerede yemek yiyecekler, nerede eğlenecekler? Birinin bu riskleri alması gerekiyor…(K5)"*

*"…Bunun için yeteri kadar tesisimiz olmalı. İnsanları mutlu mesut edecek tesisimiz yok hep pansiyon türü, gelen adam tenceresi tabağıyla geliyor, orada kalıp orada yiyip-içiyor, bu adam Uzuncaburç'a gitmez, sabah çoluğu çocuğu denize girer akşam çıkar gider. Bu arada sıkışmışlık var…(K7)"*

*"...Silifke'deki yerel yöneticiler bunu devletin gerekli kanallarına ulaştırır, bu 39 km'nin 12 km'lik kesimini Göksu Irmağının döküldüğü ağızdan doğuya doru olan Susanoğlu'na doğru olan 12 km'lik boşluğu Silifke'nin 5nci Turizm Gelişim Bölgesi olarak duyurulması ve buraların 5 yıldızlı otel ve tatil köyü yapımı için programa alınması için girişimlerde acilen bulunulması lazım…(K8)"*

*"Aslında bu bölgede sezonun uzun olması lazım. 323 gün güneş gören bir yer. Aslında çok uzun olması lazım. Bunun sorumluluğu aslında işletmelerde. Örneğin benim otelim kışa hazır bir otel değil. Neden? Çünkü alternatifi çok, 3 saat sonra Antalya'da kapalı havuzu, kapalı mekânlarıyla yaz sezondaki aynı şartları sunan bir sürü otel seçeneği var misafirin. Yani iyileştirmek lazım. Tesisleri iyileştirmek lazım. Onun için de yatırım lazım. Ben sezonun kısalığını tamamen tesisleşmeyle alakalı. Kongre oteli yok. Örneğin biz de bir toplantı salonu var. Biz yapılı bir binayı aldığımız için düzenleme şansımız olmadı. Toplantı salonu dışarda. Düşünün yağmur yağdığında ulaşımı zor. Yani kongre turizmi ilgili bir otelimiz yok. Sağlık turizmi ilgili bir otelimiz yok…(K9)"*

*"...Nasıl Antalya o ara sezonu spor turizmiyle geçiriyorsa, 1000 takım geliyor Antalya'ya. 1000'nin üzerinde takım geliyor. Antalya'ya. Bayern Münih'leri geliyor, Barcelonaları geliyor. Buraya da ikinci ligden gelsin. Burası Doğu Anadolu'ya, Güneydoğu Anadolu'ya, İç Anadolu'ya çok yakın bir bölge. Spor Turizmine, Kongre Turizmine, sağlık turizmine önem verirsek sezonu uzatabiliriz. Bu konuda başlı başına sorun tesis eksikliği. Sonra da tanıtım …(K9)"*

*"...Bir anımı anlatayım: Kızkalesi'nde çalışıyorum. TUİ-dünyanın en büyük tur operatörü- uçağı var, televizyonu var, medyası var, otelleri var, dünyanın değişik yerlerinde 1 milyonu aşkın şubesi var, çok büyük bir tur operatörü. Nordic kısmı geldi bize, Kızkalesi'ne. 266 nitelikli yatak bulunmadı ve bulunamadığı için de gelmedi. Nitelikli yatak ne demek? Nordic dediğimiz Finlandiyalı bir firma ki paralı turist bunlar, milli gelirlerinin 50'nin 80 bin doların olduğu ülkeler bunlar. Biz o kısmı çekebilirdik. Ama konaklatacak otel bulamadık. Yok, 266 yataklı bir otel yok. Konaklama tesisi sorunu var, ulaşım sorunu var, tesis sorunu var. Bunları*

*tamamladığımızda yabancı turist gelir, niye gelmesin ya? Bu doğaya, bu denize bu tarihe bu kültüre gelir…(K9)"*

Katılımcılar özetle konaklama tesislerinin yetersizliğinin turizmin her türlüsünün gelişmesine engel teşkil ettiğini ifade etmişlerdir. Eko-turizme katılması düşünülen potansiyel turisti de yine bu konaklama tesislerinde konaklayan müşterilerden artı faaliyetlere katılmasını sağlama şeklinde elde edebiliriz. Eğer bir bölgede nitelik ve nicelik yönünden yeterince konaklama tesisi yoksa bu sezon içinde fahiş fiyat uygulamalarına neden olmakta, turist bırakın fazladan para harcayarak eko-turizm faaliyetlerini katılmayı zorunlu masraflarını bile kısma yoluna gitmektedir. Bölgede yüksek sezonda bir apart otel veya pansiyonda konaklama ücretlerinin, konaklama tesisi arz oranı yüksek gelişmiş destinasyonlardaki 4-5 yıldızlı lüks otel fiyatlarıyla yarıştığı duyulan ve bilinen gerçektir.

#### 4.5.1.7.3. Yatırımların Arttırılması

***"…****Herkesin bildiği bir şey var: biliyorsunuz Mersin'in dışında, bizim Çukurova'nın dışında yani Mersin'in batı kesiminde turizmde patlama var. Bizim burada biz bu ivmeyi yeni yeni yakalamaya çalışıyoruz. Allah nasip ederse geleceğe güvenle bakıyoruz. Çok daha iyi olacak. Bugüne kadar devletin yatırım yapmadığı yerlerde, yatırımı vatandaşlar geleceği ümitle baktıkları için yatırımı kendileri yapıyorlar…(K4)"*

*"…Buraya devletin acilen yeni teşvikler açması gerekir. Tek eksiğimiz bu. Bölgemizde devlet tarafından teşvikler açılmadığı için yatırımcıların hepsi diğer bölgelere kayıyorlar. Biraz önce anlatmıştım altyapı ile ilgili, tesis eksikliği üstyapı otellerin eksikliği ama onların haricinde asıl sorun bu bölgede insanların yatırım yapmaması yani Alanya ve Antalya bölgesi bütün teşvikleri alıyor. Bu bölgemizde yeterince teşvik olmadığı için iş adamları gelmiyorlar…(K5)"*

*"…Hepimiz Dalyanı biliriz. Eko-turizme çok uygun ama ilkokulu burada okudum liseyi burada okudum çocukluğum burada geçti, ne değişti? Hiçbir şey. Dalyan aynı Dalyan. Ne bir yürüyüş yolu var, ne bir gezi yolu var, Ne de insanlar geldiğinde cezbedecek bir hali var. Ben kendi adıma üzülüyorum. En son bir*

*toplantıda da bahsettim; Dalyan'a, tarım bakanlığı tarafından kiraya veriliyor, kiralayan şahıslar orada balıkçılık yapıyor. Mavi Yengecimiz var, onula ilgili çalışmalar var. Adana'dan Karaman'dan gelin geliyor, orada dış çekimler yapılıyor. Dedim ki bunun bir sınırı yok mu? 15-20 gelin aynı anda aynı mekânda oluyor, bu bile düzenli değil, insanlar kafasına göre burada doğayı mirasyedi olarak kullanıp gidiyorlar. Bunların bir düzene tertibe girmesinden yanayım. Çünkü burası geleceğe bırakacağımız en değerli yerlerden, ama hiç bir hareket yok hiçbir şey yapılmıyor …(K7)."*

*"…Şu anda turizmcilerin, tatilcilerin yönlendiği bir şey var sadece deniz turizmi istemiyorlar, deniz her yerde var. Denizin en güzeli Türkiye'de var, en güzeli Mersinde var. Bunu bilmemiz lazım. Eğer biz bunları geliştirebilirsek, anlatabilirsek projelendirebilirsek Mersin'deki turizm farklı olur. Her çeşit turizm bu bölgede yapılabilir. Kültür turizmi yapılabilir, doğa turizmi yapılabilir, deniz turizmi zaten fazlasıyla yapılabilir yani her türlü turizm bu bölgede yapılabilir …(K9)"*

*"…Devletin yapacağı işler var, belediyenin yapacağı işler var imar gibi konularda kolaylaştırmak lazım, turizm yatırımını kolaylaştırmak lazım diye düşünüyorum …(K9)"*

Katılımcılar yakın coğrafyadaki Alanya ve Antalya destinasyonlarını örnek göstererek buralara verilen devlet yatırım teşviklerinin Silifke'ye de verilmesini veya teşviklerde kolaylık sağlanmasını istemişlerdir. Silifke'de ilan edilen 4 Turizm ve Kültür ve Koruma ve Gelişim bölgelerinin bir an önce hayata geçirilmesinin gerektiğini belirtmişlerdir. Özellikle ulaşımın kolay hale gelmesi için Çukurova Bölge Havaalanın ve oradan Silifke'ye kadar uzanan otoyol projesinin de bir an önce başlanarak tamamlanması gerektiğini de eklemişlerdir.

#### 4.5.1.7.4. Halkı Bilinçlendirmek

***"…****Bu konuda halkı bilinçlendirmek lazım. Gidip köylüyle konuşmak lazım. Şimdi köylü bilmiyor ki bilmemesi de doğal, onu anlatmamız lazım. Halkı domatesin kaç liraya çıkacağını değerleneceğini gidip halde satacağına dibinde gelecek, gerçi yine halde satacak ama düşünün burada 200 bin yatak olduğunu. Antalya'da şuanda*

*1.700.000 yatak var. Mersinde de nitelikli yatak dediğimiz muhtemelen 100 bin civarında yatak var. En fazla 100 bin civarıdır. Şimdi düşünün bir tarafta 1.700.000 bin yatak var bir tarafta sadece 100 bin yatak var. Arada ki farka bir bakın. Burası yarın 300 bin yatağa çıktığında 300 bin insanı düşünün, onların harcamasını düşünün domatesin, salatalığın ürettiğimiz her şeyin ne kadar değerleneceğini düşünün, bunu anlatmak lazım…(K9)"*

*"…Yani raftingi yapacağımız Göksu Irmağının kıyısında yaşayan arkadaşlar, yaşayan insanlar böyle bir şeyden para kazanabileceğini bilmiyor. Onları ilk önce eğitmek lazım. İnsanlar yerel halk turizmden korkuyor. Neden korkuyor? Çünkü yeterli bilgi birikimi yok. Örneğin yaşadığım bir olayı anlatayım. Biz haftada bir gün yani yılda bir iki hafta fire veriyoruz ama doğa yürüyüşü düzenliyoruz. Köylerden geçiyoruz. Özellikle ben köylülere soruyorum; biliyorum ki o köyde güzel elma yetişiyor. "Elmanız yok mu?" diyorum, istiyorum ki satsın çünkü katılımcılar da organik yiyeceklere aç insanlar. Ona satması için soruyorum, tabi bölge insanımız zengin gönüllü olduğu için ikram etmek istiyor. Satmayı ayıp karşılıyor. Bunu önce biraz oturtmamız lazım. İşte soruyorum "Amca yumurtan var mı? " hemen hediye etmek istiyor. Bizi misafir gibi görüyor. Önce bu ikilemi çözmek gerekiyor. Biz aslında turistiz orada eko turizme katılan turistiz ama o bizi misafir olarak algılıyor. Bunu çözmek gerekiyor. Gittiğim yerlerde yöre halkından bir şeyler satın almaya çalışıyorum. Yani grubuma bir şeyler aldırmaya çalışıyorum ki biraz amaca ulaşsın diye. Çünkü onların şehirde ulaşamayacağı yiyecekler, özellikle bizim yöre halkının emek harcayarak üzerinden para kazandığı nar ekşisi, sumaktır; bu insanların bunları şehirde bulması güç. Bunları o köylerden almaya çalışıyorum, aldırmaya çalışıyorum ki köylü de bir şeyler anlasın, para kazanabileceğini anlayabilsin diye. Ama biz almak isterken onlar ikram etmek istiyorlar. Bunu onlara bir öğretmemiz lazım …(K11)"*

*"…Turizm bir bilinç bir yaşam tarzıdır. Her kademede bilinçli ve istekli olmayı gerektirir. Merkezi hükümetin bile yaptım oldu demesiyle turizm kültürü bir anda oturamayacaktır. Silifke'de yaşayan her birey kendinde bu sorumluluğu görebilmelidir. Eğer göremiyorsa o birey Silifke'yi bir turizm kenti olarak*

*görmemektedir. Bunun çeşitli sebepleri olabilir. Ancak günümüzde en önemli sorun, ekonomidir. Bireyin, turizmin gerçek ve sürekli bir gelir kapısı olduğuna inanması gerekmektedir. Bu noktada turizm politikalarının öncelikle "Yerel fayda" düşüncesi altında şekillenmesi gerekliliği karşımıza çıkmaktadır...(K12)"*

Katılımcılar halkın turizme konusunda bilinçlendirilmesi gerektiğini belirtmişler, gerek turiste karşı tavır ve davranışlarda gerekse turist çeken turizm kaynaklarını koruma ve kollama hususunda bilgilendirilmesi ve bilinçlendirilmesinin önemini ifade etmişlerdir.

**4.5.1.7.5.Tanıtım Problemlerinin Çözülmesi**

***"…****Demek ki bizim burada yapmamız gereken turizm faaliyetlerimizi aşamalı dahi olsa kısa vadede turizmi en azından dört aya beş aya, altı aya yaydığımız zaman, bunu da nasıl yayarız? Sizin de değdiniz gibi eko-turizmle yayarız, konferans turizmiyle yayarız, kültür turizmiyle yayarız. Bakın buraya hiç kültür turları geliyor mu? Gelmiyor. Eskiden hiç olmazsa kültür turları gelirdi. Neden kültürümüzü öğrenmek için. Biz bundan yavaş yavaş uzaklaşıyoruz. Niye uzaklaşıyoruz? Yerel yönetimlerin turizmcilerim müşterek çalışmadıkları için. Ben diyorum ki çağıralım şurada ne kadar acente var, acenteden tutun tur operatörlerine kadar. 20 tane kültür turları düzenleyen. Yurt içi yurt dışı önemli değil, kültür turları düzenleyen acenteleri tur operatörlerini çağıralım, bizim burada dört günlük bir kültür gezisi yapalım, dört günlük onu konaklattıralım. Burada devletin yani kamu kuruluşlarının beş kuruş masrafı olmaz. Niye olmaz? Örneğin ben konaklatırım, ikinci bir tesis yemeğini verir, üçüncü dördüncü tesis bunun gezisini üstlenir, adamlar da burada istediği kültür turunu tamamlamış olur, güle güle çeker gider, bir anı bırakır ondan sonra yavaş yavaş burada kültür turlarını başlatır…(K4)"*

*"Silifke'de 3 gezi grubumuz var. Erdemli 'de iki gezi grubumuz var. Çevre ilçelerimizde bunlar çoğalıyor. Mut'ta da var. Şimdi Silifke'de gezi gruplarımızın iki tanesi her hafta sonu belirli parkurlarda yürüyüş yapıyor. Bu parkurların %90'ı Silifke ilçesi içerisinde gerçekleşiyor. Silifke ilçesindeki tüm köyler, köyler arasındaki yollar 10 km, 20 km ya da dağ yolları, kanyonlar yani Silifke, kanyon, köy, tarımsal*

*ürünler, göl, ırmak, deniz, ada vs. olabilecek ne varsa, bir ülkenin bile tek başına sahip olamayacağı tüm değerlere Silifke tek başına sahip. Bu değerleri eko turizme dahil edebiliriz. Bundan Silifke'deki gezi grupları kendi ölçekleri yararlanıyor. Bu konuda bir eksiklik yok fakat buraya dışardan gezi gruplarının gelmesi çekici hale getirilmesi gerekiyor. Tabi bu da tanıtımla olacak. Bunla ilgile de bir çalışma yapılması gerekiyor. Tanıtım çalışmaları. Bu tanıtım çalışmalarının en önemli ayağı tabi ki youtube, instagram ve facebook gibi işte sanal ortam kanalları bu kanalları kullanarak tanıtım çalışmalarının yapılması gerekiyor…(K8)"*

*"…Nasıl Antalya o ara sezonu spor turizmiyle geçiriyorsa, 1000 takım geliyor Antalya'ya. 1000'nin üzerinde takım geliyor. Antalya'ya. Bayern Münichleri geliyor, Barcelonaları geliyor. Buraya da ikinci ligden gelsin. Burası Doğu Anadolu'ya, Güneydoğu Anadolu'ya, İç Anadolu'ya çok yakın bir bölge. Spor Turizmine, Kongre Turizmine, sağlık turizmine önem verirsek sezonu uzatabiliriz. Bu konuda başlı başına sorun tesis eksikliği. Sonra da tanıtım …(K9)"*

*"…Kaldı ki bizim Silifke'ye uygun olduğunu düşündüğümüz eko turizme katılacak potansiyel ziyaretçiler için lüks ve konfor çok önemli değildir. O tür ziyaretçiler zorluklara ve güçlüklere alışık insanlardır. Eğer pazarlamasını ve tanıtımını yapacağımız alternatif turizm faaliyetleri adam akıllı tanıtılırsa hiç bir mesafe buna engel ve zorluk çıkaramayacaktır…(K13)"*

Katılımcılar ulusal ve uluslararası tanıtım kampanyaları, sosyal medya aracılığıyla topyekûn bir tanıtım kampanyası yapılması ve Silifke'nin ve içinde barındırdığı eko-turizm olanaklarının bilinirliğini artırmak gerektiğini ifade etmişlerdir.

#### 4.5.1.7.6. Turizm Sezonunun Uzatılması

***"…****Çektiğimiz bu fotoğrafın olumlu olması için biz ne yaptık veya yapıyoruz? Burada turizm sezonu çok kısa. Bunu uzatmamız lazım. Burada yatak kapasitesi sınırlı az, bunu artırmamız lazım ve kaliteyi artırmamız lazım. Hem nitelik hem nicelik bakımından artışlar sağlamamız lazım…(K1)"*

*"…Ören yerlerini gezdirebilmemiz lazım, Otelde deniz için gelmiş, denize girmiş, kumda güneşlenmiş bu misafirlerin aynı zamanda Silifke'nin sahip olduğu kültürel ve tarihi zenginlikleri de görmesi; burada kalış sürelerinin uzatılması anlamına geliyor. Buraya dört gün için geliyorsa kalış süresini artırmamız lazım. Bunun yolu da deniz aktivitelerinin dışında Silifke'nin tarihi, kültürel ve doğal güzelliklerinin de pazarlanabilir hale getirilmesi lazım, turistler ve misafirler için…(K1)"*

Silifke'de tipik deniz-kum-güneş turizmi de dediğimiz kıyı turizmi hüküm sürmekte olduğu daha önce de ifade edilmişti. Katılımcılar Mayıs ayında başlayan sezon turist yoğunluğunun en çok yaşandığı Temmuz ve Ağustos aylarında zirve yapan sezonun uzatılması gerektiğini bunun da en güzel yolunun eko-turizm faaliyetlerini geliştirmek ve artırmak olduğunu ifade etmişlerdir. Silifke'de kışın iklimin ılıman geçmesi nedeniyle sezonu uzatmak için kış aylarında yapılabilecek dağ yürüyüşü, kanoculuk ve rafting gibi eko-turizm faaliyetleri yapılabileceğini ayrıca tarihi ve kültürel değerler kış boyunca da ziyaret edilebildiğini ifade etmişlerdir.

#### 4.5.1.7.7. Hizmet Kalitesi Sorunun Çözülmesi

***"****Silifke Kalesi'nin restorasyonu var, bir yıla kadar inşallah tamamlanacak. Kale gibi, Güneyin Efesi dediğimiz Uzuncaburç gibi yerlerin restorasyonunun bir an önce bitirilerek turları oraya çekmeyi hızlandırmamız lazım. Altın gibi sahillerimiz var, burada daha güzel hizmet verebilmemiz gerekiyor; şezlonguyla, konaklama ihtiyacının giderilmesi gibi oralara daha çok temiz hizmet vermek gerekiyor …(K3)"*

*"…Artı işletmeciler kurumsal değiller ya da hiçbirisi kurumsal değil hepsi aile işletmesi yani normal bir market işletir gibi, bakkal işletirmiş gibi işimizin başında olalım mantığıyla, çalışanların üzerinde sürekli baskı kuruyorlar. Kendilerinin turizm bilinçleri ya da bilgileri yeterli olmadığı halde biz bu işi yaparız zihniyetiyle yani cebinde parası olan herkes bir yer alıyor hiçbir denetleme yok soran yok; işte sen bu iş yapacaksın ama turizm bilgin var mı, yeterli elemanın var mı diye soran yok. Elektrikçilik yapan adam elektrikçi dükkânındaki elemanları*

*getiriyor, bağ bahçesi olan tarlada çalışan insanları ile geliyorlar yani tamamen amatörce işletmeciliğin olduğu bir yer… (K5)"*

Katılımcılar kaliteli hizmet kalifiye işgücü eliyle üretilebileceğini, işletmeciler iç müşteri sayılan çalışanlarına gereken değeri vermesi gerektiğini, kalifiye işgücünün emeğinin karşılığı olan ücreti ödemesi ve onları başka bölgelere göç etmek zorunda bırakmamaları gerektiğini ifade etmişlerdir. İşgücü devir oranı en yüksek sektörlerden biri olan turizmde bu oranı düşürmeye çalışmak gerekmektedir, bunu sağlamanın yolu işinden ve işyerinden memnun çalışanlardan geçmektedir. İşletmecilerin bu anlayışla kaliteli hizmet üretmek üzere kalifiye işgücü istihdamına önem vermeleri gerektiği düşünülmektedir.

#### 4.5.1.7.8. Ulaşım Sorununun Çözülmesi

***"…****Turizmin kalkınması deminki söylediğim şeylerin de bir parçası. Örneğin Çukurova Havaalanının yapılması; bu Mersin'deki Yenice'deki Havaalanı. Yeni Antalya-Mersin Express yolun tamamlanması bu tür şeyler turizmi anormal derecede etkinlik yapar…(K4)"*

***"…****Bir anımı anlatayım: Kızkalesi'nde çalışıyorum. TUİ-dünyanın en büyük tur operatörü- uçağı var, televizyonu var, medyası var, otelleri var, dünyanın değişik yerlerinde 1 milyonu aşkın şubesi var, çok büyük bir tur operatörü. Nordic kısmı geldi bize, Kızkalesi'ne. 266 nitelikli yatak bulunmadı ve bulunamadığı için de gelmedi. Nitelikli yatak ne demek? Nordic dediğimiz Finlandiyalı bir firma ki paralı turist bunlar, milli gelirlerinin 50'nin 80 bin doların olduğu ülkeler bunlar. Biz o kısmı çekebilirdik. Ama konaklatacak otel bulamadık. Yok, 266 yataklı bir otel yok. Konaklama tesisi sorunu var, ulaşım sorunu var, tesis sorunu var. Bunları tamamladığımızda yabancı turist gelir, niye gelmesin ya? Bu doğaya, bu denize bu tarihe bu kültüre gelir…(K9)"*

Katılımcılar turizmin gelişebilmesi için sağlanması gereken şartlardan birinin de ulaşım kolaylığı olduğunu belirtmişler çünkü ulaşım sadece turizm sektörü için değil diğer tüm sektörlerin gelişmesi için olmazsa olmaz bir olgudur. Turistik ürünün yerinde tüketilen bir özelliğe sahip bir ürün olmasından dolayı destinasyonun

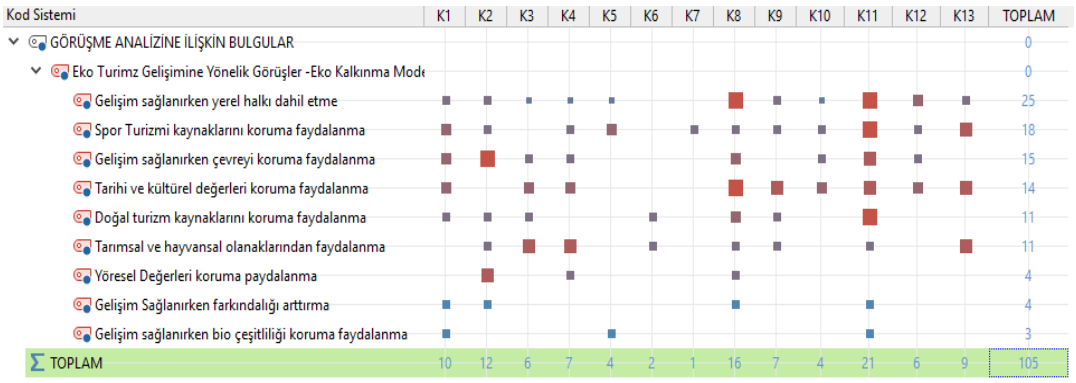
muhakkak ulaşım ile ilgili bir sorununun olmaması gerekir diğer bir ifadeyle ulaşımı ne kadar kolay olursa bir destinasyonun tercih edilebilirliği o kadar yüksek olmaktadır. Özellikle yabancı turist çekmek isteyen destinasyonlar muhakkak havayolu ulaşımına açık olmalıdır. Turistlerin turistik hizmetlerin üretildiği yere ulaşmasının en kolay yolu havayolu taşımacılığıdır dolayısıyla katılımcılar Çukurova Bölge Havaalanının ve o havaalanından Silifke'ye kadar uzanan otoyol projesinin bir an önce hayata geçirilmesi gerektiğini ifade etmişlerdir. Destinasyona ulaşmış ziyaretçilerin farklı çekim unsurlarının bulunduğu noktalara ulaşım kolaylığı da önemli bir konudur. Mesela Adamkayalar çok önemli çekim unsurudur ama daha yakın zamana kadar ulaşım imkanları olmadığı için ziyaretçi sayısı çok az olmuştur.

#### 4.5.1.7.9. Boş Zaman Değerlendirecek Aktiviteler

*"…Yoksa sadece deniz desek onu da beceremiyoruz. İnanılmaz güzel sahillerimiz var, insanlar burayı bedava kullandıklarından dolayı, rahat güneşlenilen, gecesinde eğlenilen ya da aktivite anlamında insanlara doyum sağlayabilecek insanlara hiç bir şey sunulmuyor…(K7)"*

### 4.5.1.8. Eko-turizmin Geliştirilmesi

Silifke'nin mevsimsel yoğunluğunun diğer mevsimlere yayılması, noktasal yoğunluklarının diğer noktalara yayılarak kentin daha kolay yönetilebilir ve daha yaşanabilir hale getirilmesi için eko-turizmin muhakkak bu kentte ve çevresinde geliştirilmesi gerekmektedir. Katılımcıların bu konu hakkındaki görüşleri belirlenmiş ve bu görüşlerin Kod Matris Tarayıcısı Haritası çıkarılmıştır. Bknz. Şekil 5.



**Şekil 5. Araştırmaya Katılan Katılımcıların Eko-turizmin Gelişmesine Yönelik Görüşlerine Yönelik Kod Matris Tarayıcısı Haritası**

Şekil 5 incelendiğinde araştırmaya katılan katılımcıların eko turizm gelişmesine yönelik görüşleri- eko kalkınma modeline ilişkin ifade ettikleri kodlar "Gelişim sağlanırken yerel halkı dâhil etme" "Spor Turizmi kaynaklarını koruma faydalanma" "Gelişim sağlanırken çevreyi koruma faydalanma" "Tarihi ve kültürel değerleri koruma faydalanma" "Doğal turizm kaynaklarını koruma faydalanma" "Tarımsal ve hayvansal olanaklardan faydalanma" "Yerel değerleri koruma faydalanma" "Gelişim sağlanırken farkındalığı arttırma" "Gelişim sağlanırken biyoçeşitliliği koruma faydalanma" olarak temalandırılmıştır.

Katılımcılar eko-turizm gelişmesine yönelik dolayısıyla eko-kalkınma modeline temel oluşturacak görüşleri aşağıda verilmektedir.

**4.5.1.8.1. Gelişim Sağlanırken Yerel Halkı Dâhil Etme**

***"…****Bu merkez misafirin günübirlik için mi geldiğini, konaklama yapıp yapmayacağını örenmeli, hangi faaliyetlere katılmak istediğini öğrenmeli. Ata mı binecek, bisiklete mi binecek faytonla mı gezecek Bütün bunların alternatiflerini yöre halkıyla orada oluşturacak Kalmayı da arzu ediyorsa, kabul etmeye uygun aileye yönlendirilmeli ve bu aile ile de sabah kahvaltısını birlikte yapabilirsiniz, başka bir ev iki aile kabul edebilir. Bu evlerde akşam beraber bazlama ve sıkma atabilirler. Bu imkânların sağlanmasına yönelik hayallerimiz var…(K1)"*

*"…Yöre halkı da ürettiği yağından, ayranına kadar, yaptığı bazlamadan sıktığı sıkmaya kadar buraya gelen misafirlere sunabilir ve karşılığında da bir gelir elde edebilir. Bütün bunlar benim Silifke için hayallerimdi…(K1)"*

*"…O zamanlar Uzuncaburç'un durumu çok kötüydü, gelen turistin gideceği tuvaletleri dahi yoktu. Dünya bankası dedi ki size düşük faizle ve uzun vadeli kredi verelim, Uzuncaburç'ta yaşayan insanlar evlerinin bir odasını turistlerin kalabileceği hale getirelim ve gelen turist orada hem doğayla hem de tarihle hem yerli halkın yaşam tarzıyla yaşayabileceği şekle sokalım…(K2)"*

*"...Biz o toplantıda eko-turizm projemizi anlattık ve destek talep ettik ve fondan yardım alacak projeler sıralamasına da girdik. Yine o dönemler yürüyüş yolları belirlendi, yürüyüş yollarında kadınları eli işi ve dokumaları ve diğer yaptığı çalışmaların pazarlanacağı stantlar kurulması, insanlarımızın yöresel yiyecekler sunacağı butik lokantalar yapılması gibi faaliyetler belirlendi...(K2)"*

*"...Maalesef bugün Antalya Kongre turizmi yapıyor. Bugün yurtdışı odaklı firmaların genel merkezleri Antalya'da, bütün kongreler orada yapılıyor. Bütün demonstrasyonlar, örnekler orada yapılıyor. Bizim bölgede bunlar yapılsa tarım sektörü çiftçilerimiz de faydalanır herkesim faydalanır...(K3)"*

*"...Ekolojik turizmin eski kültürümüzle bağları var, buradan bir köye gittiğin zaman bir sıkma börek yediğin zaman, sen esas eko-turizmin yerine geldin. Orada eko-turizm yapılmıyor ama eko-turizmin içinde yaşayan insanların yanına geldin. Ha bireysel olarak vatandaşlar bunu genişletebilir. Genişlettiği zaman ne olur; bir köyün içinde yaşayan belirli kitleleri bunun içine alır. Onlarla beraber çalışır. Onlarla üretir- tüketir. Onlar da orada kazanır. Yani eko-turizm kapsamlı bir şey ve eko-turizm uygulamaları bölgemizde yapılsa tabi faydaları çok olur...(K4)"*

*"Eko turizm tamamen doğa ile ekoloji ilgili olduğu düşünülen varsayılan bir anlayış. Şuanda bölgemizde eko-turizm yapılabilir kaynakları da oldukça yüksek bunların değerlendirilmesi lazım; az önce saydığım gibi eksikler giderilirse tabi. Bir de eko-turizm sayesinde bölge insanı turizm içerisinde yer alır bölge insanın turizmin içine dâhil olması demek mevcut kaynakların uzun süreli, sürdürülebilir şekilde korunması ve gözetilmesi demek. Yerel halk eğer bir yerde eko-turizm içerine dâhil değilse oradaki koruma ve sürdürülebilirlik gerçekleşemez. Örneğin Göksu Nehrinde ilk defa rafting yapılmaya başlandığı zaman oradaki halk önce bir isyan etti. İnsanlar gelecekler elma bahçelerimize girecekler elma çalacaklar diye. Ama sonrasında raftingin başlangıç noktalarında, konaklanan yerlerde veya otobüsle gelinen yerlerde nar ekşisi, pekmez, harnup pekmezi, keçi boynuzu kekik adaçayı gibi şeylere satmaya başlayınca artık onlar da sormaya başladılar rafting hangi günlerde olacak hangi günlerde başlayacak diye. Artık raftingcilere sahip çıkmaya başlıyorlar; sahip çıkıyorlar...(K5)"*

*"Eko turizmi Silifke'nin eko turizm birikimine yerleştirsek, birikimler potansiyel anlamda hepsi hazır. Nedir hazır olan? Bir kere Silifke Türkiye'nin en güneyinde kalan ilçelerden biri olduğu için burada Türkiye'nin çoğu yerinden yetişmeyen ya da yetişen fakat ilk önce burada yetişen birçok ürüne sahip. Bu anlamda Silifke'de deniz kıyısından başlayarak yaklaşık 200-250 rakıma kadar çıkan yükselti aralığında Silifke'nin birçok köyü var ve bu köylerde bu yükselti aralığına uygun çok çeşitli bitkiler yetişiyor. Bunlardan örneğin Antep fıstığı nuru köyü ve senir köylerinde yetişiyor. Örneğin üzüm Uzuncaburç'ta yetişiyor fakat en güzel üzüm pekmezi Çatak köyünde yapılıyor, bunun yanında Kavak Köyünde de yapılıyor. Şimdi bu köylerimizde belirli oranda yoğunlaşmış ürünler var. Yılın belirli dönemlerinde bunların hasadı başlıyor zeytini, zeytinyağı işte çileğiydi, limonuydu, işte Keben 'de nar, nar ekşisi. Şimdi biz ne yapabiliriz? Tarımsal anlamda eko turizm düşündüğümüz zaman biz en azından 6-7 köyümüzü bu tarımsal sürecin, yetiştirilen ürünlerin toplanma ve bu ürünlerden ikinci ürünler elde etme; işte nardan nar ekşisi yapımı gibi, ya da üzümden üzüm pekmezi yapılması gibi. Bu tür süreçlerin tanıtımını yapıp, bu süreçlere yurt içi ve yurt dışından gelecek gezginlerin 3 günlük 5 günlük katılımını sağlanması gerekir. Bu katılımla o köylerinde konaklama, köylerde işlere katılım, yardım ve onların da buradan dönerken burada elde edilen ürünlerden doğal olarak yapılmış bu ürünlerden evlerine alıp götürmeleri şeklinde eko turizme hazır 6-7 tane köyümüz var…(K8)"*

*"Bunun yanında işte Göksu'muz, kıyılarımızda Karetta Karettamız var-çok yoğun değil şu sıra ancak belki onu da değerlendirilebiliriz, koruyabiliriz. Ondan sonra Dana Adasına Akdeniz foku yaşıyor Az önce ben dana adasının Mikonos ve Santurini gibi turizme açılması gerektiğini söylüyordum ya, şuan Adanın bir ucunda da fok gözlem kamerası var. Burada bu işleri yaparken eko turizmin zaten amacı da o; doğayı, doğada yaşayanları rahat bırakmak, rahatsız etmemek, kirletmemek aynı zamanda yerli halkı kalkındırmak…(K8)"*

*"…Önce buranın hem yerel hem ulusal düzeyde ne olduğunun farkına varılması lazım. Şuanda bunun kimse farkında değil. Yerel halk eko turizm uygulandığında gelirlerinin katbekat artacağının farkında olması lazım, şuan da bu*

*farkındalık yok. Bu nedenle eko turizme yerel halkı dâhil ederek başlayabiliriz. .Ülkemizin her yerinde olduğu gibi kırsalda bir alışveriş düzeni var bir akım var. Nedir o? Ürünleri alıp fazlasını yol kenarında gelen geçene satmak. Tabi eko turizmde bu nasıl olacak? Yoldan gelen geçene sadece satış yapmayacak onları köyün içine alacak, kırsal yerleşimin içine alacak. Orada onu konaklatacak işte o çalışmaların içine katacak, üretimimin belli aşamalarını ona gösterecek sonra o kişin hem o konaklamasına hem orada kalmasına yemesine içmesine hem de ürün satmasından yarar sağlayacak. Tabi ki bu konuda bir bilinç beklemek kırsal kesimde yaşayan insanımızdan beklemek yanlış olur. Merkezde Silifke ölçeğinde yaşayan kişilerden de beklemek yanlış olur. Çünkü böyle bir şey henüz başlamadı burada tam olarak. Yerel halkı buna sürece dâhil edecek projeler gereklidir…(K8)"*

*"…Eko turizmdeki amaç nedir? Turizmden yerel insanların yarar sağlaması ama biz tarihi eserlerden yerel insanlara yarar sağlamazsak onlar oraya sahip çıkar mı? Korur mu? Korumaz. Eko turizm için gelecek kişi bu tarihi eserleri de görecek, bunu da bu işin içine katmak durumundayız. Karakabaklı'yı, Karaböcülü'yü, Işık Kale'yi, Olba'yı Uzuncaburç'u daha bir sürü yeri. Şimdi biz yerel insanları buranın bekçisi yapsak; 3 vardiya biçiminde kameraları da koysak, buraları aynı zamanda ışıklandırsak ne olur? Silifke'de görülecek 30 tane antik kent kalıntısı var ya da hepsi kent olmasa bile yerleşim kalıntısı var. Bu müthiş bir ilgi çekici bir şey. Hepsinin ağaç çitlerle çevrilip girişine bekçisi konulması giriş-çıkışın sağlanması, korunması ve yerel insanların buradan aylık maaş alarak bundan yarar sağlaması ve Silifke'deki tüm tarihi eserlerin koruyacaktır, ister istemez koruyacaktır…(K8)"*

*"Önce yerleri tespit etmek lazım, planlamak lazım. Uzuncaburç eko-turizmin yapılabileceği yer olarak düşünüldü. Tabi oradan başlaması isabetlidir. Sadece Uzuncaburç olarak bakmamalıyız. Köylerde örneğin, birkaç ev misafir gelecek o evlerde kalacak. Köylüyle beraber orada çalışacak tarlada domates görecek ineklerin nasıl sağıldığını görecek, onu sütünden nasıl faydalanılıyor görecek. İnşaların doğaya dönme isteği var, özlemi var. Eğer bunu yaratırsanız, iyi de pazarlarsanız. Mutlaka ve mutlaka alıcısı çıkar…(K9)"*

*"Çiftçilerimiz turizm geliştiğinde sebze ve meyvelerinin daha iyi para edeceğini bilmiyor. En büyük sorunlardan birisi bu. Biz turizmi nasıl anlatırız? Kaba tabirle Hans'ın cebinden alıp Ayşelere Fatmalara Ahmetlere Mehmetlere dağıtmak demektir. Bacasız fabrika diyoruz ya. Turizmi yapmak için çevreyi kirletmiyor, madene gerek duymuyor, çok basit bir şekilde, yapabilirsiniz…(K9)"*

*"Yayla turizmi, dağ turizmi, mağara turizmi, tarım ve çiftlik turizmi, trekking\doğa yürüyüşü, kuş gözlemciliği, yaban hayatı, botanik turizmi, bisiklet turizmi, sualtı dalış turizmi, av turizmi, macera turizmi, akarsu turizmi ve bunların yapılabilmesi için bölge halkını bilinçlendirerek onları turizmde dâhil etmek ve yöre halkının ürettiği her ürünü turizm ürünü olarak görmesi ve satması gerekir… (K10)"*

*"…Aslında eko turizmde de seçenek var. Eko turizmde seçeneklerimiz çok gerecekten. Doğa yürüyüşleri, rafting, su sporları uçuş sporları dediğimiz bizim yamaç paraşütü planör uçuşları vs. yapacağımız zengin bir coğrafyamız var ve sahip olduğumuz her şeyden faydalanmalıyız ama insanları buna teşvik edecek yönlendirici bir kurum yok yerel halkıda bu süreçlere dahil etmeliyiz…(K11)"*

*"Biz zaman zaman bağ bozumu, üzüm toplama, zeytin toplama gibi üretim etkinliklerine katıldık. Benim kafamda bununla ilgili değişik projeler de yok değil. Örneğin bir yörüğün çadırında tereyağı yapmasını ve o üretim sürecini grubuma göstermek istiyorum. Bu işi ticari ve seri hale getirmeyi de amaçlıyorum. Bu da bir eko turizme giriyor aslında. Çünkü şehirde hazır alıp yediği şeyi, bir ürünün üretme sürecine tanık olacak belki yardım edecek, birlikte üretecek. Böyle eko turizmin parçası olan, şehirde yaşayan insanlarla köyde yaşayan insanların üretime beraber katılmalarını sağlayacak bazı girişimlerimiz oluyor…(K11)"*

*"Yerel halkı bu sistemin içerisine dâhil etmek gerekir. Dâhil edilmezse aksine belki de zarar verebilecektir ama eko turizmi canlandırıp ne olduğunu onlara anlatıp yerel halk oradaki antik kentin kendisine maddi kazanç sağlayacak bir değer olduğunu fark ettiğinde zaten oraya sahip çıkacaktır. Devlet bile biz burayı söküyoruz dese karşı çıkacaktır. Bun yerel halka bu şekilde anlatmak gerekir; buraya*

*turist çekecek cazibe noktasıdır burası, size para kazandıracak burası diye anlatmak gerekiyor. Şuan onlara bir mali girdisi olmadığı için önemsiz görüyorlar ama bir proje hazırlanıp yerel halk bu projeye dahi edilirse, o orayı koruyacaktır ve korur. Yoksa sonuçta oradaki halkı da çıkarıp atamazsın. Belli yerler sit alanı ilan ediliyor istimlak ediliyor ama yerel halka siz buradan gidin kardeşim denilemeyeceğine göre en doğru olan onları da bir projenin içine katıp para kazandırarak buraya sahip çıkmaları gerektiğini anlatmak gerekiyor ...(K11)"*

*"...Antalya dediğimiz zaman Likya Yolu geliyor aklıma. Likya Yolu ilk canlanmaya başladığında yabancı turistlerin uğrak noktalarından bir oldu ve şuanda Türkiye'de doğa yürüyüşü ya da trekking denildiğinde ilk akla Likya Yolu geliyor. Şimdi biz burada ilk etapta eko turizm anlamında mevcut yürüyüş yollarımızı tanıtabilirsek zaten o kitle buraya çadırlarıyla geliyor. Çadır konaklaması, Likya'daki insanlar otelde falan kalmıyor, çadırda kalıyorlar. Orada eko turizm o kadar iyi anlatıldı ki halka, şimdi köylüler orada herkes bahçesine birer tuvalet duş ve düzenleyip kamp yerleri yaptı, rota üzerindeki köylerde bu tarz konaklanacak kamp yapılacak yerler var. Yer veriyor köylüler, siz çadırınız kuruyorsunuz o gün 12 km yürümüşsünüz, çadırınızı kuruyorsunuz, duş alabileceğiniz bir yer var, lavabonuz var ve köylü size o gün sıkma yaptıysa sabah size sıkma ikram ediyor. Böyle bir sistem oturtmuşlar. Biz de ilk etapta, burada önce doğa yürüyüş yollarımızı canlandırabilirsek köylüye de bu doğa yürüyüş yolları üzerindeki köylülere de bu işin bilincini verebilirsek, zaten kendiliğinden o ilk konaklama sorunu çözülecektir. Ve siz o gelen yabancı turistlerin orada doğa yürüyüş yollarında antik kentlerinizi gezdiğinde yapacağı reklam zaten sizin reklamınız olacak ilk etapta doğa yürüyüş yollarını canlandırıp oraya insanların turistlerin çadırla konaklamasını sağladığınızda başarıya ulaşmanızdaki ilk etaptaki basmağı çözmüş olacaksınız. Köylü, yerel halk da bu işten para kazanınca bu işin içine katmış olacaksınız...(K11)"*

*"Trafik sorunu, temizlik sorunu yani kirletiyorlar ve biz burada yaşayan yerel halk olarak buna müdahale edemiyoruz temizleyemiyoruz. Onların yarattığı bir kirlilik var. Çevreye verdiği bir kirlilik var. Turizm doğaya en az zararla yürütülmeli.*

*İşletmeci ve turist veya yerel halk bunun farkında olmalı. Bunun dışında, biz turizmimizi onlara göre şekillendirdiğimiz için şuanda apart otel sistemde çalışıyoruz yeni açılan otellerimiz bile apart otel sistemine dönüyor. İçerisine mutfağını koyuyor gelen kitleye göre bir yapılaşma izliyoruz. Ve bu kitle sadece konaklama ücreti bırakıp gidiyor yani yerel esnafa bir şey bırakmıyor. Onlara cazibe oluşturmak gerekiyor. Susanoğlu'nun da kalan birisini Silifke'nin merkezine getirmeniz gerekiyor. Gelmiyorsa bir anlam ifade etmiyor. Bunu canlandırmak için de örnek vereceğim merkezde bir taş köprümüz var, bir Apollon Tapınağımız var, Kalemizin restorasyonu bitiyor, bittiğinde o da bir cazibe noktası olacaktır. Bu kitleyi şehre indirmemiz gerekiyor. Yeşiovacık'a da gelen Kızkalesi'ne de gelen turisti Silifke'nin merkezine getirmemiz gerekiyor. Bunun içinde elimizde mevcut olan antik kentleri kullanarak onları şehir merkezine getirip en azından esnaftan da bir şeyler lamasını sağlamamız gerekiyor. Gelen turisti mobilize etmek gerekiyor, harcamalarını yaymasını sağlamamız gerekiyor. Eko turizmin en büyük paydaşı olan yerel halkın da kazanması gerekiyor …(K11)"*

*"Eko-turizm çevreyi koruyan ve yerel halkın refahını gözeten, doğal alanlara karşı duyarlı bir seyahattir. Turizm pazarında, doğaya dayalı turizm olarak tarif edilen eko-turizm, sürdürülebilir kalkınma aracı olarak görülmektedir. Bu tanımdan yola çıkarak Silifke'yi değerlendirecek olursak, henüz turizm anlamında temel sorunlarını çözümleyememiş ve daha yolun başında diyebileceğimiz bir kent karşımıza çıkmaktadır. Kentteki turizm uygulamalarının hiç birinde doğanın korunduğu, doğal alanlara karşı duyarlı hareket edildiğini göremezsiniz. Bazı örneklerle somutlaştırılacak olursa orman ve mesire alanları gibi yerler ziyaretçiler tarafından hor kullanılmakta ve kirletilmektedir. Kuş Cenneti ve Dalyan, sorumlular tarafından iyi korunamamakta ve çoğunlukla yerel halk tarafından günlük gelir elde etmek için adeta yağmalanmaktadır. Cennet Cehennem civarında plansız ve denetimsiz olarak kümeleşen, köy kahvaltısı ürünüyle ön plana çıkan kafeteryaların birçoğu tarihi eserler üzerine inşa edilmiştir. Bölge doğallığını yitirmiş ve tahrip edilmiştir. Ziyaretçilere sunulan yiyecekler çevre köylerdeki insanlardan değil, büyük toptancılardan temin edilmektedir. Yani ne çevreye saygı ve duyarlılıktan söz edilebilir ne de yerelde yaşayan insanlara faydadan bahsedilebilir. Kısa vade bir*

*kenara dursun, uzun vadede de Silifke'de eko-turizm den bahsedilemeyeceğine inanmaktayım. Bu sebeple eko turizm öncelikli olarak çevreyi korumalı daha sonra o bölgenin insanını süreçlere dâhil etmelidir …(K12)"*

*"…Turizm bir bilinç bir yaşam tarzıdır. Her kademede bilinçli ve istekli olmayı gerektirir. Merkezi hükümetin bile yaptım oldu demesiyle turizm kültürü bir anda oturamayacaktır. Silifke'de yaşayan her birey kendinde bu sorumluluğu görebilmelidir. Eğer göremiyorsa o birey Silifke'yi bir turizm kenti olarak görmemektedir. Bunun çeşitli sebepleri olabilir. Ancak günümüzde en önemli sorun, ekonomidir. Bireyin, turizmin gerçek ve sürekli bir gelir kapısı olduğuna inanması gerekmektedir. Bu noktada turizm politikalarının öncelikle "Yerel fayda" düşüncesi altında şekillenmesi gerekliliği karşımıza çıkmaktadır…(K12)"*

*"…Susanoğlu'nda 10 gün tatil yapan bir ailenin, her gün denize girip güneşlenmek yerine, ayarlanacak turistik otobüsler vasıtasıyla Sarıaydın veya Mara köylerine getirilip köylü tarafından üretilen el emeği doğal ürünleri almalarını sağlamak buna bir örnek olabilir…(K12."*

*"…Eko turizmin en önemli paydaşlarından biri olan yerli halkın bu işte fayda elde etmesi ve kalkınması bu şekilde hallolmuş olacaktır. Dolaysıyla bu konuda kahve toplantıları yaparak da yerel halkın bilgilendirilmesi ve bilinçlendirilmesi kampanya halinde yapılmalıdır …(K13)"*

*"…Hâlihazırda var olan turizm işletmelerinde çalışanlar genellikle bu bölgenin insanları ve bu işletmeler çalışanlarına tatmin edici ücretler vermelidir ki turizmin gerçek bir meslek olduğunu, turizm sayesinde geçim olabileceğine ilk önce çalışanlar ve onların aracılığıyla aileleri inansın bu konuda işletmecilere görev düşmekte ve maalesef bunu layıkıyla gerçekleştirdikleri söylenemez. Zaten eko turizmin amaçlarından birisi de yerel halka kazanç kapısı olmak olduğuna göre bu işe ilk olarak sektördeki işletmeler çalışanlarına gereken tatmin edici bir ödeme yapmalılar. Öyle değil mi ama?... (K13)"*

Katılımcılar eko-turizmin gelişim aşamalarının her aşamasına yerel halkın dâhil edilmesi gerektiğini vurgulamışlardır. Yerel halkın dâhil edilmediği

planlamaların veya projelerin başarı sağlama olasılığı düşüktür. Yerel halkın benimsediği, sahiplendiği uygulamalar başarılı olması beklenir. Yerel halk, yerel halkı oluşturan her birey bir seçmendir ve oy sahibi olan her bireyin bir yaptırım gücü olmaktadır. Yerel halk, sivil toplum örgütleriyle beraber kentte eko-turizm gelişmesine katkı verecek her adıma destek; eko-turizme engel olacak her adıma engel olabilecek bir sivil baskı araçlarıdır. Yerel halkın turizmden zarar değil fayda sağlaması gerekmektedir. Dolayısıyla onun yaşam kalitesini düşürecek hiçbir uygulamaya izin verilmemelidir. Yerel halkın faydalanacağı uygulamalara da zaten halk destek verecek, var gücüyle uygulamanın hayata geçmesi için çabalayacaktır. Gerek turiste gerekse doğal, kültürel ve tarihi turizm kaynaklarını koruma, kollama ve bakımını üstlenecektir.

#### 4.5.1.8.2. Spor Turizmi Kaynaklarını Koruma ve Faydalanma

*"...Bu imkânların sağlanmasına yönelik hayallerimiz var. Bununla ilgili bir proje ürettik. Pazartesi günü de bakan yardımcısı ve eski Kalkınma Bakanımız Sayın Valimizle birlikte ilçemizde olacak. Bu projemizi sunacağız Vali beye sunduk, çok heyecanlandı Valimiz; bunu mutlaka Kültür Bakanlığı ile paylaşalım dedi. Olba antik kenti ile projeyi birleştirmek, Olba'dan Şeytan deresine, oradan da Adam Kayalara inmek veya Canbazlı'ya geçmek, yürüyüş ile buralara gelmek. Yürüyüş yolları rotaları belirlemek; isteyen yürüyecek, isteyen araç rotaları olacak. Buna yönelik bir proje çalışıyoruz...(K1)"*

*"...Göksu Nehrinde bir rafting geliştirilebilir, zaman zaman yapılıyor biliyorsunuz. Bu profesyonel bir noktaya taşınabilir...(K1)"*

*"...Biz o toplantıda eko-turizm projemizi anlattık ve destek talep ettik ve fondan yardım alacak projeler sıralamasına da girdik. Yine o dönemler yürüyüş yolları belirlendi, yürüyüş yollarında kadınları eli işi ve dokumaları ve diğer yaptığı çalışmaların pazarlanacağı stantlar kurulması, insanlarımızın yöresel yiyecekler sunacağı butik lokantalar yapılması gibi faaliyetler belirlendi...(K2)"*

*"...Ekolojik turizmi eğer tabana yayacak olursak, ekolojik turizmin içinde aklına gelmeyecek türler aktiviteler var; safari dahi var. Yürüyüşler raftingler, bunların hepsi ekolojik turizmin bir parçası…(K4)"*

*"...Aynı şekilde şuanda yürüyüş gruplarımız mevcut, Türkiye'nin her yerinden davet ediyorlar belirli yürüyüş güzergâhları tespit edildi ama daha yeni bir uygulama, önümüzdeki yıllarda bu artarak devam edecek. Bu yürüyüş güzergâhları üzerinde insanlar doğala ürünleri köylülerden alıyorlar, işte köy kahvelerine insanlar toplanıyorlar ya da köy meydanlarına onların gelecekleri günlerde buralarda satış yapıyorlar ...(K5)"*

*"...Karaman Konya gibi yerlerden Adana gibi yakın yerlerden olta balıkçılığı için gelen insanlar var Şehir içerisinde Silifke Kalesi Kıbrıs şehitliği gibi kültürel değerler var yine aynı zamanda dağlık bölgelerde vadinin etrafında hiking, trekking, yamaç paraşütü... o kadar çok ki alternatif olarak sayılamayacak kadar çok. Artı Cennet-Cehennem denilen bir bölge var karstik yapı orada bir mağara var yeraltında: Astım Mağarası. Kuş Gözlemciliği, mağara turizmi deniz turizmi spor turizmi gibi bir eko-turizm bizim bölgemizde gerçekleştirilebilir. Bu değerler korunabilir ve faydalanıla bilinir ...(K5)"*

*"...Dalyan'dan bahsettik öncelikle orayı faaliyete geçirelim ondan sonra Uzuncaburç'tan yürüyüş yolları var, antik yürüyüş yolları, buraları doğa yürüyüşü yapan insanlara açabilsek buradaki ortamı insanlara anlatabilsek belki bu da çok büyük hareket getirir…(K7)"*

*"Silifke'de 3 gezi grubumuz var. Erdemli 'de iki gezi grubumuz var. Çevre ilçelerimizde bunlar çoğalıyor. Mut'ta da var. Şimdi Silifke'de gezi gruplarımızın iki tanesi her hafta sonu belirli parkurlarda yürüyüş yapıyor. Bu parkurların %90'ı Silifke ilçesi içerisinde gerçekleşiyor. Silifke ilçesindeki tüm köyler, köyler arasındaki yollar 10 km, 20 km ya da dağ yolları, kanyonlar yani Silifke, kanyon, köy, tarımsal ürünler, göl, ırmak, deniz, ada vs. olabilecek ne varsa, bir ülkenin bile tek başına sahip olamayacağı tüm değerlere Silifke tek başına sahip. Bu değerleri eko turizme dahil edebiliriz. Bundan Silifke'deki gezi grupları kendi ölçekleri yararlanıyor. Bu*

*konuda bir eksiklik yok fakat buraya dışardan gezi gruplarının gelmesi çekici hale getirilmesi gerekiyor…(K8)"*

*"…Tarihimizi çok iyi koruyamadık, oralara ziyareti, artırmamız lazım. Günü burada geçirmez gider Uzuncaburç'u gezerek, Aya Tekla'yı gezerek, Cennet Cehennemi gezerek vaktini orada geçirir. Örneğin, Silifke'de spor kampı yapılabilecek bir otel yok, antrenman sahası yok. Spor turizminin çok gelişebileceği alan burası ama antrenman sahası yok. Burada spor kompleksi olan bir otel olsa Almanya'dan, Hollanda'dan takım bulurum buraya…(K9)"*

*"Yayla turizmi, dağ turizmi, mağara turizmi, tarım ve çiftlik turizmi, trekking/doğa yürüyüşü, kuş gözlemciliği, yaban hayatı, botanik turizmi, bisiklet turizmi, sualtı dalış turizmi, av turizmi, macera turizmi, akarsu turizmi ve bunların yapılabilmesi için bölge halkını bilinçlendirerek onları turizmde dâhil etmek ve yöre halkının ürettiği her ürünü turizm ürünü olarak görmesi ve satması gerekir …(K10)"*

*"…Mesela Silifke'nin ortasından geçen Göksu Nehri var, Göksu Nehri üzerindeki güzel rafting parkurları var. Rafting parkurları turizm için bir cazibe noktasıdır. Onun dışında bir Göksu Deltası var. Buradaki kuş cenneti uluslararası kuş gözlem bilimcilerinin özellikle yoğun ilgi gösterdikleri bir yerdir. Bunun dışında Yaylacılık yani Toros dağları ile Akdeniz'in yan yana olması bir yayla turizmi ve bunun birçok seçeneği barındıracak cazibe noktaları var. Kum deniz, belki de Türkiye'deki çok iyi kumsallardan ir tanesi burada. Bunun dışında dağların yakın olması ve gerçekten çok yüksek ve düşük olmaması sebebiyle ortalama 1000 rakımında olduğu için doğa yürüyüşü, trekking, hiking gibi sporların da yapılabileceği bir coğrafyadayız. Tüm bu olanaklardan eko turizm çerçevesinde faydalanmalıyız. ve bu değerleri korumalıyız… (K11)"*

*"…Aslında eko turizmde de seçenek var. Eko turizmde seçeneklerimiz çok gerecekten. Doğa yürüyüşleri, rafting, su sporları uçuş sporları dediğimiz bizim yamaç paraşütü planör uçuşları vs. yapacağımız zengin bir coğrafyamız var ve sahip*

*olduğumuz her şeyden faydalanmalıyız ama insanları buna teşvik edecek yönlendirici bir kurum yok yerel halkıda bu süreçlere dahil etmeliyiz…(K11)."*

*"Aslında rafting yapılıyor ama yeterince tanınmıyor. Bir firma şuanda rafting hizmeti veriyor, eğer siz 10 kişi bir araya gelebilmişseniz hemen size bir program yapıyor, sizi götürüp rafting yaptırıyorlar. Güzelde bir parkur, bu yaz ben 2 grup götürdüm. Hocalıda başlıyor Kargıcak'da sona eriyor. Yaklaşık 12 km'lik bir parkur. Güzel su geçişleri var, yani adrenalin de yaşıyorsunuz. Özelikle Mayıs Haziran aylarında çok coşkulu oluyor. Su o vakitler coşkun akması size daha fazla adrenalin yaşatıyor, çünkü rafting biraz adrenalin sporu. Eko turizm için kullanılacak mükemmel bir etkinlik olduğunu düşünüyorum. Emin olun her turist bu heyecanı yaşarsa bu bölgeye gelecek herkese tavsiye edecektir… (K11)"*

*"Silifke ve spor turizminin bir arada kullanıldığı ilk anda akla Göksu nehrinde rafting, Susanoğlu'nda triatlon, Sarıaydın ve Mara yollarında ralli gibi bazı örnekler gelmektedir. Ancak bugüne kadar ne ulusal ne de uluslararası ses getiren bir etkinliğe rastlanılmamıştır. Kentteki spor faaliyetleri doğasever derneklerin hafta sonu yürüyüşleri ve yerli halkın amatör hobilerinden ibarettir. Doğanın bize verdiği değerler sürdürülebilir turizm çerçevesinde spor ile birleştirilmelidir …(K12)"*

*"…Yine bu yaylalarımızın geçiş güzergâhlarında dağ yürüyüşü parkurları mevcuttur. Bildiğim kadarıyla hali hazırda birkaç tane halen faal yürüyüş grupları var. Bunlar düzenli olarak bu yürüyüş faaliyetlerine devam ediyorlar. Keza bu yürüyüş yolları üzerinde değişik mola noktaları yapılabilir bu mola noktalarında köylüler doğal ürünlerinden yeme-içme hizmeti olarak bu yürüyüş gruplarına sunabilir. Satın almak isteyenlere bu ürünlerini yine burada satışlarını yapabilirler. Daha uzun yürüyüşler için kamp çadırlarıyla kamp yapacak insanlar için kamp yerleri de ayarlanmalıdır. Bu eko turistler çok lükse düşkün insanlar değildirler, onlar asgari ihtiyaçlarını karşılayacak bir tuvalet ve duş alabileceği bir yerler yapsanız yeterli olacaktır. Yine bu kamp alanlarında köylüler kendileri için hazırladıkları gündelik yiyeceklerden yeme-içme hizmeti satabilirler…(K13)"*

*"...Silifke'de halen bir firma Göksu Irmağı üzerinde rafting su sporu hizmeti vermektedir. Bu firma sayısı artırılmalı ve ulusal basında yer alçak haberlere konu edilerek tanıtım yapılmalıdır. Rafting parkurları gerçekten de katılımcılardan dinlediğim kadarıyla çok heyecan verici parkurlarmış, ben kendim katılmadım, katılanların beyanları bu yönde. Yine su sporları içinde sayılan dalış sporları için de çok uygun dalış yerlerimiz vardır. Şuanda iki dalış okulu bunun eğitim hizmetlerini vermektedir, bu sayı yeterli midir, bence değildir. Bu konuda böyle imkânlardan yeterince faydalanılmalı...(K13)"*

*"...Uzuncaburç-Kızkalesi arasında bulunan tarihi Roma yolu trekking için çok uygundur. Yelken sporu müsabakalar yapılmasa da kıyılarımızda amatörce yapılmakta, rüzgâr sörfü yapan insan sayısı hızla arttığına şahit oluyoruz. Sarıaydın ve Mara (Kırobası) yollarında ralli ve off-road yapan amatör sporcular var. Tabi bunlar profesyonel değiller küçük hobi grupları şeklinde yapılıyor ama olsun en azından yapılabildiği anlamına geliyor. Tanıtımı yapılırsa buraya bu amaçla da gelen insan sayısı artacaktır. Eko turizm bünyesine bunlar katılabilir...(K13)"*

Katılımcılar özellikle Silifke'nin doğal spor alanları olarak Göksu Irmağını ve dağ yürüyüş (trekking) rotalarından bahsetmişlerdir. Göksu Irmağı kanoculuk ve rafting açsından heyecanlı geçişlerin bol olduğu parkurları olan bir ırmaktır ve ırmak sporlarının gelişmesi için girişimcilere gereken teşvikler verilmelidir. Bunun yanında off-road ve ralli için de uygun alanlar bulunmaktadır. Deniz sporları da Silifke için önemli spor aktiviteleri içermektedir. Özellikle yelken, sörf, plaj voleybolu, olta balıkçılığı ve tüplü dalış gibi sportif aktivitelere olanak sunan kıyılar mevcuttur. Silifke ve çevresi futbol kulüplerinin yaz kampları yapabileceği iklim ve coğrafya uygundur. Bunun hayata geçmesi için özellikle havayolu taşımacılığının bir sıçrama kaydedeceği Çukurova Bölge Havaalanının bir an önce bitirilmesi gerekmektedir. Tabi diğer bir şart ise bu kulüplerin antrenman yapabileceği tesislerin de yapılması gerekmektedir.

#### 4.5.1.8.3. Gelişim Sağlanırken Çevreyi Koruma ve Faydalanma

*"Yani turizm doğal dengeyi bozmadan sürdürülmelidir. Bu turizm gelişim bölgeleri doğal dengenin korunmasına ve eko-turizmin gelişmesine öncülük yapmalıdır…(K1)"*

*"…Bunlara müsaade etmemek lazım. Mesela Uzuncaburç'ta bu hayal ettiklerimizi yaparken Uzuncaburç'un dengesini kaçırmamak lazım. Efendim orada tama turistik eşya satış standımız olsun, olsun da bu oraya uygun olsun. Stand olsun bu, böyle market bir şey olmasın. Orada. Eğer bu dengeleri kaçırmaz bu hassasiyetleri göz ardı etmezsek o zaman bu ören yerlerimizde tarihi ve kültürel yerlerimizde gezilirken inşalarımızın da ihtiyaçlarını karşılayacak mekanların da olduğu hale getirilirse daha fazla insan tarafında gezilir Şimdi Uzuncaburç ile ilgili en büyük eleştiri nedir? Oraya bir grup çıksa gidecek tuvalet yok deniliyor mesela. Bütün bu imkânları sağlarken de oralara bir yapı koyacaksak da oranın doğal dengesini bozmamak durumundayız. Buna zaten koruma kurulları dikkat ediyor ama koyuyoruz sonra işletmeciler geldiğinde işletmeciler oraya bir çadır buraya bir sundurma falan derken bir bakıyorsunuz oralar elden çıkmış. Dengesi kaçmış. Bunlara müsaade etmemek lazım tabi…(K1)"*

*"…Çalıştay sonrası şöyle bir karara varıldı; kitle turizminden uzak duracağız. Özellikle Göksu Deltası dediğimiz kuş cennetinde doğayı tahrip etmeyen bungalov tarzı ulaşılabilir, yaşanabilir, insanların ihtiyaçlarını karşılayabileceği sosyal yerleri olan evler yapacağız ki biz oraya eko-turizme yönelik turist getirelim…(K2)"*

*"…Eko-turizme dair o güne kadar hiçbir çalışma yoktu, bilgileri dahi yoktu, eko-turizmi önce onlara anlatmamız gerekti. Barcelona'da bu eko-turizm projesini anlattığımda Barcelona Belediye başkanı "Sonuna kadar projeyi savunun, biz Kitle turizmine yöneldik Barcelona'yı mahvetti, hava kirliliğine sebep oldu. Bizde hem tarihimizi korumak hem de doğamızı korumak hem de bölgemizde bir kalkınma ve gelişim modeli olsun, yanlış yatırımlar yapılmadan turizmi öne çıkarsın diye bu modeli savunduk ve ortaya çıkardık…(K2)"*

*"Sürdürülebilirlik her sektör için önemli turizm için de çok önemli. Bir tesis yapıldığı zaman o bölgeyi çevresel yönden de etkiler sosyal yönden de etkiler. Bununla ilgili çok iyi etütler yapılması lazım. ÇED raporlarının ve Proje Tanıtım Dosyalarının çok iyi yapılması lazım; tesisin arıtması, katı atıkların zamanında doğru depolanması, tesisin personelinin kaldığı yatakhane vs yerlerinin doğru planlanması. Zaten her tesis bütün bu planlamaları yaptığı zaman ortaya temiz bir şehir çıkacaktır. Her tesis çevresel olumsuzları bertaraf edecek planlamalar yaparsa temiz bir çevre olacaktır…(K2)"*

*"…Her sektör çevre içinde faaliyet gösterir, çevreyi dikkate almadan bir faaliyet olamaz. ÇED veya Proje tanıtım dosyasında o projenin çevresel etkisini oraya yazmak zorundasın, muhtemel zararlar ve zararları ortadan kaldıracak tedbirler nelerdir hepsi o dosyalarda yazılması lazım. Her projenin çevreyle barışık olması lazım …(K2)"*

*"Aslında bu bölge eko-turizme çok uygun. Bugün bir Uzuncaburç eko-turizme daha elverişli bir bölge. Başta söylediğim gibi biz turizmde çok dışta kaldık. Çok unutulduk, ıskalandık, bölge olarak ıskalandık. Biz insanlara diyoruz ki eko-turizm kapsamında bungalov evler yapın, insanları oraya çekin, doğal evler yapın insanları oralara çekin aa turist yok ki, insanlar nasıl yapsın, nasıl girişimde bulunsun?...(K3)"*

*"…Dün bir tek turizm yaşıyorduk; kum-deniz-güneş turizmi. Şimdi en az yirmi beş turizm aktivitesi ortaya çıktı. Bunlar saymakla bitmez. En basitinden girelim; gurme turizmi, arkasından bakıyorsun bağbozumu, zeytin bozumu. Ne yapıyor adam bağbozumuna gidiyor, üzüm topluyor, şarap imalathanesine gidiyor. Zeytin topluyor, zeytinyağının fabrikadan çıkışını görüyor, tadına bakıyor, şişelerini alıp götürüyor. Mesela çilek; başka aklınıza ne gelirse Avrupa'dan gelen bir kişiyi, bahçeye götürdüğün zaman, kendi ülkesinde olmayan bir şeye götürdüğün zaman, hayranlıkla seyrediyor. Demek ki çevre bizim için çok iyi. Biz burada bölge olarak Silifke'de bölge olarak dünyanın en güzel bölgesinde yaşıyoruz; Nehrin var, Göksu Deltan var, kuş cennetin var, yaylaların var, Aklına gelmeyen her şeyin var. Onun için çevre iyi olsun, temiz tutalım çevre bize biz çevreye bağlı kalalım …(K4)"*

*"...Yani bu sorunların önüne geçilebilir. Burada kitlelerin oluşturacağı kirlilik ya da bu kirliliğe yol açacak düzensiz turizm yapılaşması baştan önlenebilir. Örneğin Antalya'yı düşündüğümüz zaman, Alanya kent içindedir, yapı itibariyle kent içinde bir sürü işletmelerden oluşur orada, çok önceleri yapılmış bir kent planı üzerinde orada bir yapılaşma oluşmuş onu yıkmak değiştirmek imkânsız çünkü orda arsa değeri çok yükseldi onu artık devletin ödeyip bir şeyleri kaydırması olanaksız duruma geldi. Ancak Kemer'e baktığımız zaman, Kemer daha doğayla içi içe fakat daha büyük oteller doğayı bozmadan ağaçların, dağların arasında çok güzel bir turizm yapılaşması görüyoruz. Biz buna benzer Kemer'deki yapılaşmaya benzer daha böyle bir orman deniz kıyısı, kum konseptini içine otelleri alarak bir yapılaşma yaparsak burada doğanın kirlenmesi yapılaşma kirliliği tabi ki olmayacaktır ...(K8)"*

*"...Bunda ileri aşamaya geçildiği zaman eko turizminde bunu yabancılığını çekmeyeceklerdir ancak şöyle bir şey de var ülkemizde; örneğin güzel bir doğal alan olduğu zaman işte burayı turizme kazandırmak adı altında orayı bir çevre düzenlemesi yapıyorlar. Fakat bu çevre düzenlemesi orayı bir yandan katlediyor. Nedir? Çevre düzenlemesi örneğin bir şelale var şelalenin çevresi çevre düzenlemesi yapalım diyorlar. Fakat oranın doğasını bozuyor bu çevre düzenlemesi şimdi böyle de bir sorun var. Gerçekten de yapılan işler doğru mu? Amaç iyi olabilir ama binlerce yılda oluşmuş doğaya, doğanın biçimlendiresine biz daha iyi olsun diye kendi aklımızca bir şekil vermeye çalışıyoruz ve oraya ne yazık ki çırılçıplak saçma sapan bir duruma getirebiliyoruz. Bu tür şeylerin önünü almak gerekiyor ...(K8)"*

*"...Öncelikle hangi konuda ön planda olacağına karar verilmeli. Dolayısıyla planlama yani buranın coğrafi ve doğal, tarihi ve kültürel varlıklarına uygun bir turizm şekline uygun olmalı... (K10)"*

*"...Mesela Silifke'nin ortasından geçen Göksu Nehri var, Göksu Nehri üzerindeki güzel rafting parkurları var. Rafting parkurları turizm için bir cazibe noktasıdır. Onun dışında bir Göksu Deltası var. Buradaki kuş cenneti uluslararası kuş gözlem bilimcilerinin özellikle yoğun ilgi gösterdikleri bir yerdir. Bunun dışında Yaylacılık yani Toros dağları ile Akdeniz'in yan yana olması bir yayla turizmi ve bunun birçok seçeneği barındıracak cazibe noktaları var. Kum deniz, belki de*

*Türkiye'deki çok iyi kumsallardan ir tanesi burada. Bunun dışında dağların yakın olması ve gerçekten çok yüksek ve düşük olmaması sebebiyle ortalama 1000 rakımında olduğu için doğa yürüyüşü, trekking, hiking gibi sporların da yapılabileceği bir coğrafyadayız. Tüm bu olanaklardan eko turizm çerçevesinde faydalanmalıyız ve bu değerleri korumalıyız…(K11)"*

*"…Çünkü deniz için getireceğiniz insanlara tesis yapmanız gerekiyor ve burada bizim tesisimiz yok. Yabancı bir turisti konaklatacak bir tesisimiz yok hoş tesis olmasını da istemezdim çünkü ben eko turizm taraftarıyım. Çünkü kitle turizmini düşünün, burada biranda 30 tane 5 yıldızlı otel işte 10bin yataklı bir tesisin yapılmasını istemem çünkü eko turizmin canlanmasını istiyorum çünkü oradaki ışığı görüyorum. Eko turizmde doğaya çevreye özen gösteriliyor, gösterilmesi gerekiyor çünkü eko turizmin özelliklerinden birisi bu, çevreye saygı. Ben de eko turizmin canlanmasını istiyorum. Elimizde bu kadar malzeme var, imkân var bu ışığı açığa çıkarmamız gerekiyor. Eko turizmde bir ışık görüyorum…(K11)"*

*"Trafik sorunu, temizlik sorunu yani kirletiyorlar ve biz burada yaşayan yerel halk olarak buna müdahale edemiyoruz temizleyemiyoruz. Onların yarattığı bir kirlilik var. Çevreye verdiği bir kirlilik var. Turizm doğaya en az zararla yürütülmeli. İşletmeci ve turist veya yerel halk bunun farkında olmalı…(K11)"*

*"Eko-turizm çevreyi koruyan ve yerel halkın refahını gözeten, doğal alanlara karşı duyarlı bir seyahattir. Turizm pazarında, doğaya dayalı turizm olarak tarif edilen eko-turizm, sürdürülebilir kalkınma aracı olarak görülmektedir. Bu tanımdan yola çıkarak Silifke'yi değerlendirecek olursak, henüz turizm anlamında temel sorunlarını çözümleyememiş ve daha yolun başında diyebileceğimiz bir kent karşımıza çıkmaktadır. Kentteki turizm uygulamalarının hiç birinde doğanın korunduğu, doğal alanlara karşı duyarlı hareket edildiğini göremezsiniz. Bazı örneklerle somutlaştırılacak olursa orman ve mesire alanları gibi yerler ziyaretçiler tarafından hor kullanılmakta ve kirletilmektedir. Kuş Cenneti ve Dalyan, sorumlular tarafından iyi korunamamakta ve çoğunlukla yerel halk tarafından günlük gelir elde etmek için adeta yağmalanmaktadır. Cennet Cehennem civarında plansız ve denetimsiz olarak kümeleşen, köy kahvaltısı ürünüyle ön plana çıkan kafeteryaların*

*birçoğu tarihi eserler üzerine inşa edilmiştir. Bölge doğallığını yitirmiş ve tahrip edilmiştir. Ziyaretçilere sunulan yiyecekler çevre köylerdeki insanlardan değil, büyük toptancılardan temin edilmektedir. Yani ne çevreye saygı ve duyarlılıktan söz edilebilir ne de yerelde yaşayan insanlara faydadan bahsedilebilir. Kısa vade bir kenara dursun, uzun vadede de Silifke'de eko-turizm den bahsedilemeyeceğine inanmaktayım. Bu sebeple eko turizm öncelikli olarak çevreyi korumalı daha sonra o bölgenin insanını süreçlere dâhil etmelidir… (K12)"*

Katılımcılar Silifke'de bölgesel turizm gelişimini sağlarken Silifke'ye dokunmamak gerektiğinde hem fikirdirler. Turizmin gelişimin sağlanması için Silifke'ye bedel ödetmemek gerekmektedir. "Fırsat maliyeti" en düşük turizm şekli olan eko-turizm, eko-kalkınma modelinin özünü oluşturmaktadır. Eko-turizm "Var olanı" bozmadan bir değer olarak bilmek ve onu koruyarak gelişim sağlamanın yolu olarak görülmektedir. Katılımcılar bölgesel turizmi geliştirmek için tarihi ve kültürel dokuya dokunmamak, tarımsal alanları turistik tesislere dönüştürmemek, doğal dokuya uygun yapılaşma sağlamanın zorunluluk olduğunu ifade etmişlerdir.

#### 4.5.1.8.4. Tarihi ve Kültürel Değerleri Koruma ve Faydalanma

***"…****İlk önce insanlar gelebilmeli geldiğinde konaklayabilmeli konakladığı yerlere astronomik rakamlar ödemeden uygun fiyatta konaklayabilmeli ve o bölgenin güzelliklerinden yararlanabilmeli Şimdi Silifke'ye baktığımız zaman denizimiz harika, kum harika güneş harika. Şimdi otellere gelen bizim misafirlerimiz geliyor otelde kalıyor denize giriyor güneşleniyor ve gidiyor, bunları Kırobası'na çıkarmak lazım bunları Uzuncaburç'a çıkarmak lazım, Cennet Cehennem'î gezdirmek lazım, bunlara bir Silifke kalesini gezdirmek lazım, Yani Silifke'nin sahi olduğu tarihi kültürel varlıkların da bunlar tarafından görülmesini sağlamak lazım. Bu sayede turizm faaliyetleri daha geniş bir alana yayılacak tarihi mimari kaynaklardan, yayla turizminde daha fazla faydalanılacaktır…(K1)."*

*"…Son iki üç yılda değişikliler var tabi Kale'nin restorasyonu sürüyor, son aldığımız bilgiye göre restorasyon bittikten sonra Kale'nin içinde bir yaşam alanı*

*oluşturulacak, doğallığını yapısını bozmadan en az on-on beş tane işyeri restoranlar, kafeler oluşturulacak ...(K3)"*

*"Ekolojik turizm, eko-turizm başlı başına bir sektör olmaya başladı Türkiye'de, dünyanın her tarafında. Eko-turizme girdiğin zaman kültür turizmi ile birleşmiş oluyor. Sen mevcut kültürün dışında eski kültürünü de yansıtmış oluyorsun…(K4)"*

*"…Biz burayı nasıl turizm, sadece deniz turizmi olarak değil, burada kültür turizmi, eko turizm var ondan sonra inanç turizmi de var. Silifke Hristiyanlık açısından çok önemli bir yerdir. Hristiyanların gelmesi açısından çünkü Silifke'de bir Aya Tekla var. Yukarda bir Alahan Gerçeği var. Kızkalesi'ndeki kiliseler dönemin en büyük kiliseleri. Eko turizm bünyesinde bunlardan faydalanabiliriz…(K8)"*

*"…Doku bozulduğu zaman oranın eko turizm açısından bir değeri kalmıyor. Örneğin Silifke'de yapılaşma geleneği anlamında Kavak köyü ayrı bir değerdir. Kavak köyündeki evler şuanda çatıları çinkolaştırılmış. Şimdi bunun önlenmesi lazım. Orada bir proje yapılıp o evleri tekrar doğal görünümüne kavuşturulması gerekiyor…(K8)"*

*"…Eko turizmdeki amaç nedir? Turizmden yerel insanların yarar sağlaması ama biz tarihi eserlerden yerel insanlara yarar sağlamazsak onlar oraya sahip çıkar mı? Korur mu? Korumaz. Eko turizm için gelecek kişi bu tarihi eserleri de görecek, bunu da bu işin içine katmak durumundayız. Karakabaklı'yı, Karaböcülü'yü, Işık Kale'yi, Olba'yı Uzuncaburç'u daha bir sürü yeri. Şimdi biz yerel insanları buranın bekçisi yapsak; 3 vardiya biçiminde kameraları da koysak, buraları aynı zamanda ışıklandırsak ne olur? Silifke'de görülecek 30 tane antik kent kalıntısı var ya da hepsi kent olmasa bile yerleşim kalıntısı var. Bu müthiş bir ilgi çekici bir şey. Hepsinin ağaç çitlerle çevrilip girişine bekçisi konulması giriş-çıkışın sağlanması, korunması ve yerel insanların buradan aylık maaş alarak bundan yarar sağlaması ve Silifke'deki tüm tarihi eserlerin koruyacaktır, ister istemez koruyacaktır…(K8)"*

*"...Antalya'ya gelen turistlere bir anket yapsanız, Türkiye nasıldı diye sorsanız, Türkiye'yi geçtim Antalya nasıldı diye sorsanız, vereceği cevap; "Otel güzeldi" der. Antalya'yı bilmiyor çünkü. Turist havaalanına indi havaalanından transfer aracı geldi otele götürdü, sonra tatil bitti transfer aracı geldi turisti otelden aldı havaalanına götürdü. Yani hiçbir yer görmüyor. Onun için burası Antalya'ya benzememeli. Çok güzel doğamız var, tarihimiz var, yaylarımız var, çok gezilecek yerlerimiz var, anlatılacak yerler var. Bunları mutlaka değerlendirmemiz lazım...(K9)"*

*"...Tarihimizi çok iyi koruyamadık, oralara ziyareti, artırmamız lazım. Günü burada geçirmez gider Uzuncaburç'u gezerek, Aya Tekla'yı gezerek, Cennet Cehennemi gezerek vaktini orada geçirir. Örneğin, Silifke'de spor kampı yapılabilecek bir otel yok, antrenman sahası yok. Spor turizminin çok gelişebileceği alan burası ama antrenman sahası yok. Burada spor kompleksi olan bir otel olsa Almanya'dan, Hollanda'dan takım bulurum buraya...(K9)"*

*"Öncelikle hangi konuda ön planda olacağına karar verilmeli. Dolayısıyla planlama yani buranın coğrafi ve doğal, tarihi ve kültürel varlıklarına uygun bir turizm şekline uygun olmalı...(K10)"*

*"50 yıl öncesi bile tarihi kentlerden söktükleri taşlarla evlerini yapmışlar ya da bahçe duvarlarını yapmışlar. Köye bakıyorsunuz, örneğin Uzuncaburç, en zengin antik bölgemiz, hiç evine kullanmayan bile bahçe duvarına bir tane büstün görsel olarak güzel bir tarafını alıp bahçesine koymuş. Aslında bir bakıma korumuş oluyorlar, böylelikle en azından götürülmesini engellemişler. Ama biraz da korkudan, cezai yaptırımlar olmasa, bir taraftan define avcıları, bir tarafta o taşları düzgün bulup evlerinde bahçesinde kullananların sayısı artardı ama bir otokontrol olmuş yine de. Özellikle oko turizm açısından tarihi ve kültür mirasının korunması önem teşkil etmektedir...(K11)"*

*"...İçerisine mutfağını koyuyor gelen kitleye göre bir yapılaşma izliyoruz. Ve bu kitle sadece konaklama ücreti bırakıp gidiyor yani yerel esnafa bir şey bırakmıyor. Onlara cazibe oluşturmak gerekiyor. Susanoğlu'nun da kalan birisini*

*Silifke'nin merkezine getirmeniz gerekiyor. Gelmiyorsa bir anlam ifade etmiyor. Bunu canlandırmak için de örnek vereceğim merkezde bir taş köprümüz var, bir Apollon Tapınağımız var, Kalemizin restorasyonu bitiyor, bittiğinde o da bir cazibe noktası olacaktır. Bu kitleyi şehre indirmemiz gerekiyor. Yeşiovacık'a da gelen Kızkalesin'e de gelen turisti Silifke'nin merkezine getirmemiz gerekiyor. Bunun içinde elimizde mevcut olan antik kentleri kullanarak onları şehir merkezine getirip en azından esnaftan da bir şeyler lamasını sağlamamız gerekiyor…(K11)"*

*"Eko-turizm çevreyi koruyan ve yerel halkın refahını gözeten, doğal alanlara karşı duyarlı bir seyahattir. Turizm pazarında, doğaya dayalı turizm olarak tarif edilen eko-turizm, sürdürülebilir kalkınma aracı olarak görülmektedir. Bu tanımdan yola çıkarak Silifke'yi değerlendirecek olursak, henüz turizm anlamında temel sorunlarını çözümleyememiş ve daha yolun başında diyebileceğimiz bir kent karşımıza çıkmaktadır. Kentteki turizm uygulamalarının hiç birinde doğanın korunduğu, doğal alanlara karşı duyarlı hareket edildiğini göremezsiniz. Bazı örneklerle somutlaştırılacak olursa orman ve mesire alanları gibi yerler ziyaretçiler tarafından hor kullanılmakta ve kirletilmektedir. Kuş Cenneti ve Dalyan, sorumlular tarafından iyi korunamamakta ve çoğunlukla yerel halk tarafından günlük gelir elde etmek için adeta yağmalanmaktadır. Cennet Cehennem civarında plansız ve denetimsiz olarak kümeleşen, köy kahvaltısı ürünüyle ön plana çıkan kafeteryaların birçoğu tarihi eserler üzerine inşa edilmiştir. Bölge doğallığını yitirmiş ve tahrip edilmiştir. Ziyaretçilere sunulan yiyecekler çevre köylerdeki insanlardan değil, büyük toptancılardan temin edilmektedir. Yani ne çevreye saygı ve duyarlılıktan söz edilebilir ne de yerelde yaşayan insanlara faydadan bahsedilebilir. Kısa vade bir kenara dursun, uzun vadede de Silifke'de eko-turizm den bahsedilemeyeceğine inanmaktayım. Bu sebeple eko turizm öncelikli olarak çevreyi korumalı daha sonra o bölgenin insanını süreçlere dâhil etmelidir …(K12)"*

*"…Silifke gerçekten eko turizm yapılabilecek cennet köşesi bir yer. Her türlü turizm rahatlıkla yapılabilir ama eko turizm daha iyi yapılabilir. Bir kere öncelikle bir kültürel birikim var, folklorik ögeler çok fazla, halk oyunları ve halk türküleriyle*

*bilinirliği olan bir kent. Özellikle eko turizm bünyesinde kültürel değerlerden faydalına bilinir…(K13)"*

*"…Sadece yakın tarihimize ait eserler değil aynı zamanda antik çağlara ait kalıntılar ve yerleşim yerleri bulunmaktadır. Uzuncaburç'ta Antik kent kalıntıları, Örenköy'de Olba Krallığının merkezi bulunmaktadır. Tekiranbarı da denilen Bizans Su Sarnıcı şehir merkezindedir. Erken Roma döneminden kalma Silifke Kale'mizin restorasyonu bitmek üzeredir. Yine şehir merkezinde Yunan kalıntısı Apollon tapınağı ulaşımı çok kolay yerde yani Silifke merkezindedir. İnanç turizmi açısından Hristiyanlıkça çok önemli bir kalıntı olan Aya Tekla'yı mesela kaç kişi biliyor, dünya çapında bir tanıtımla çok ziyaretçi çekebilecek bir yer olmasına rağmen maalesef istenilen ziyaretçi sayısına ulaşılamamaktadır. Özellikle dile getirdiğim tarihi yapıtlar eko turizm bünyesinde faydalanılması gereken eserlerdir …(K13)"*

Katılımcılar, tarihi ve kültürel değerler eko-turizmin çekim unsurlarıdır ve korunması için yerel yönetimler, kaymakamlık, STK'lar ve halk elinden geleni yapması gerektiğini ifade etmişlerdir.

#### 4.5.1.8.5. Doğal Turizm Kaynaklarını Koruma Faydalanma

*"Diyelim otelde konaklayan turist Cennet Cehennemi gezebilir, Narlıkuyu'da yöresel bir kahvaltı yapabilir. Şuanda Narlıkuyu'daki kahvaltılar yöresel midir? Tartışılır. Bir kere vatandaşı da hazırlamak lazım bu konuda. Gerçekten Narlıkuyu'da kahvaltıları gözden geçirip yöresel kahvaltı haline getir. O zaman turist bir günü de burada geçirecektir. Her şey dâhil deyip turisti otele kapatırsan o zaman eko-turizm gerçekleşmez. Evet her şey dahil olsun yine, ama kahvaltının biri de bir gün Narlıkuyu'da olsun. Bunun ne zararı var Bu yapılabilir Uzuncaburç'a çıkıldığında, arzu eden bir gece Uzuncaburç'da kalabilsin, kalabilmeli Burada kam alanları oluşturulmalı…(K1)"*

*"1995 yılında ÖÇK bölgesi ilan edilen Göksu Deltası tamamen inşaata kapalı bir bölgedir. O dönemde ilan edilen ÖÇK bölgelerinin çoğunda insanlar bundan faydalandı. Bizim ÖÇK bölgemiz yasaklarla korunuyor. Şimdi bu yasaklar yerine*

*doğayı tahrip etmeyen, doğayla barışık küçük bungalov tipi evler yapılıp gelen turistler orada kalsa…(K2)"*

*"Aslında bu bölge eko-turizme çok uygun. Bugün bir Uzuncaburç eko-turizme daha elverişli bir bölge. Başta söylediğim gibi biz turizmde çok dışta kaldık. Çok unutulduk, ıskalandık, bölge olarak ıskalandık. Biz insanlara diyoruz ki eko-turizm kapsamında bungalov evler yapın, insanları oraya çekin, doğal evler yapın insanları oralara çekin aa turist yok ki, insanlar nasıl yapsın, nasıl girişimde bulunsun?...K3)"*

*"…Sağlıklı bir kentin doğal zenginliklerin sürdürülebilirliğini güvence altına alarak, somut olmayan kültürel değerlerimizin ortaya çıkarılması, yaşatılması ve geleceğe taşınmasıyla mümkün olacağını biliyor ve ona göre çalışıyoruz…(K6)"*

*"…Bunun yanında işte Göksu'muz, kıyılarımızda Karetta Karettamız var-çok yoğun değil şu sıra ancak belki onu da değerlendirilebiliriz. koruyabiliriz. Ondan sonra Dana Adasına Akdeniz foku yaşıyor Az önce ben dana adasının Mikonos ve Santurini gibi turizme açılması gerektiğini söylüyordum ya, şuan Adanın bir ucunda da fok gözlem kamerası var. Burada bu işleri yaparken eko turizmin zaten amacı da o; doğayı, doğada yaşayanları rahat bırakmak, rahatsız etmemek, kirletmemek aynı zamanda yerli halkı kalkındırmak …(K8)"*

*"…Örneğin eko turizm kapsamına alınması geren birisi de Kavak köyü fakat Kavak köyü eko turizme alındığı zaman bu taş evlerin arasının ağaç bungalov evlerle doldurulmaması gerekiyor. Oraya yapılaşma izni verileceği zaman kesinlikle buradaki mimariye uygun taş evi olacak. Şimdi bizdeki eksiklik bu. Yani bir yeri ilan ediyoruz, hadi gelin hadi buraya şunu yapalım, kentten kırsala geri dönecek kişiler de yalnızca para kazanmak amacında oldukları için orayı yok ediyorlar. Bun önleminin alınması gerekiyor…(K8)"*

*"…Mersin Turizm Gelişim Alanları çok katlı binalardan oluşmuyor, doğayı da bozmuyor. Doğayı bozmadan biz burada sağlık turizmi yapabiliriz, hele hele Uzuncaburç, orda inanılmaz bir eko-turizm potansiyeli var…(K9)"*

*"...Mesela Silifke'nin ortasından geçen Göksu Nehri var, Göksu Nehri üzerindeki güzel rafting parkurları var. Rafting parkurları turizm için bir cazibe noktasıdır. Onun dışında bir Göksu Deltası var. Buradaki kuş cenneti uluslararası kuş gözlem bilimcilerinin özellikle yoğun ilgi gösterdikleri bir yerdir. Bunun dışında Yaylacılık yani Toros dağları ile Akdeniz'in yan yana olması bir yayla turizmi ve bunun birçok seçeneği barındıracak cazibe noktaları var. Kum deniz, belki de Türkiye'deki çok iyi kumsallardan ir tanesi burada. Bunun dışında dağların yakın olması ve gerçekten çok yüksek ve düşük olmaması sebebiyle ortalama 1000 rakımında olduğu için doğa yürüyüşü, trekking, hiking gibi sporların da yapılabileceği bir coğrafyadayız. Tüm bu olanaklardan eko turizm çerçevesinde faydalanmalıyız. ve bu değerleri korumalıyız ...(K11)"*

*"...O bölgeyi merak edenler, o bölgede yürümek isteyenler, kuş gözlemi yapmak isteyenler için. Böylece katılımcılarımıza bölgeyi tanıtmaya çalışıyoruz. Ama uluslararası anlamda kuş gözlemciliği için gelen turistler var. Burada yerelde Taşucu'nda konaklıyorlar, genellikle pansiyonlarda, gelen 1 hafta kalıyorlar, kendi ekipmanları var, fotoğraf makineleri, dürbün vs. genelde sabah saatlerinde güneş doğarken ve gün batımında zaten kuş gözlemi yapılabiliyor. O saatlerde buradan araç kiralıyorlar ya da araçlarıyla gelenler kendi araçlarıyla Kuş Cenneti'ne gidiyorlar. Orada il çevre örgütünün yaptığı kuş gözlem noktaları kulübeleri var orada fotoğraflama, gözlemleme gibi faaliyetlerde bulunuyorlar. Ama yetersiz olduğunu düşünüyorum, onlara gözlem esnasında kullanabilecekleri yapıların, lavabosu olan bir oturma salonu olan yerlerin yapılması gerekiyor. Bu faaliyeti de eko turizmin önemli bir unsurudur...(K11)"*

*"Konuşmanın başında söylediğim gibi aslında çok büyük bir ışık Silifke eko turizm açısından. Birçok cazibe noktası var. Gelecekte buranın kalkınması için eko turizm çok önemli. Ve bunun için de çalışmalar yapıp bu mevcut ışığı açığa çıkarmamız gerekiyor. Cazibe noktamız çok fazla. Elimizde sahip olduğumuz dediğim gibi Göksu Nehri, Göksu Deltası gibi büyük cazibe noktaları var. Bunlardan faydalanmalıyız...(K11)"*

*"…Çünkü eko turizm için gelen kitle belli bir kitle onlar çok fazla lüksü aramayan biraz daha doğanın içerisinde kafa dinlemek isteyen doğa sporlarıyla uğraşmak isteyen kitle. Ama şuanda normalde otel tatili yapan kimse o kadar sıkılmış durumda ki eko turizme çok ilgi var. Bunu değerlendirmemiz gerekiyor. Özellikle doğa bu konuda değerlendirilmelidir …(K11)"*

Katılımcılar doğanın Silifke'ye eko-turizm için uygun alanlar ve oluşumlar hususunda çok cömert davrandığını ifade etmişlerdir. Irmağı, obrukları, mağaraları, kıyıları ve altın sarısı kumsalları, yaylaları ve dağ yürüyüş rotaları, kanyonları ile Silifke'nin tam bir eko-turizm cenneti olduğunu ifade eden katılımcılar bu değerlerin korunması ve tanıtımı için çalışmalar yapılması gerektiğini vurgulamışlardır.

#### 4.5.1.8.6. Tarımsal ve Hayvansal Olanaklardan Faydalanma

***"****1995 yılında ÖÇK bölgesi ilan edilen Göksu Deltası tamamen inşaata kapalı bir bölgedir. O dönemde ilan edilen ÖÇK bölgelerinin çoğunda insanlar bundan faydalandı. Bizim ÖÇK bölgemiz yasaklarla korunuyor. Şimdi bu yasaklar yerine doğayı tahrip etmeyen, doğayla barışık küçük bungalov tipi evler yapılıp gelen turistler orada kalsa yakın çevredeki narenciye bahçelerine, çilek tarlalarına karbondioksit salınımı yapmayan, hava kirliliği yaratmayan oradaki kuşları rahatsız etmeyecek olan bisikletle, at arabalarıyla, akülü veya elektrikli araçlarla ulaşım sağlayarak çiftçilerle beraber çalışarak portakal veya çilek toplayabilseler daha iyi olacaktır…(K2)"*

*"…Maalesef bizim bölgemizde biz bunu bu şekilde pazarlayamıyoruz. Onun büyük etkisi var. Tatbiki biz bugün tarım ürünlerini niçin üretiyoruz; katma değer ve satış için üretiyoruz ve biz kaliteli üretim bile yapamıyoruz. Neden? Bu bölgede onlarca 5 yıldızlı otel olsa, nitelikli restoranlar olsa sunum alanları olsa biz daha kaliteli üretiriz dolayısıyla turizm tarıma da yansır…(K3)"*

*"…Bu sadece yabancı turiste de has bir şey değil, artık hobi bahçeleri var; 10'ar 5'şer metrekare yerler veriyor bazı büyük şehirler. Ya da tarım alanlarında doğal ortamında üreticilik yapıyor. İnsanlara sepetini veriyor kendi haşatını kendine yaptırıyor…(K3)"*

*"...Örneğin biz bir yerde eko-turizm üzerine aşağı yukarı 40-50 dönümlük bir yer aldık, orada ekolojik ürünler yetiştirmeye başladık, tavuğumuzu yetiştiriyoruz, balımızı üretiyoruz. Bunu üreten kişiler, artı bunu pazarlayan kişiler artı bunu tüketen kişiler derken ister istemez burada bir komün oluşturuyoruz bir birlik oluşturuyoruz. Başladık, hayvancılık yapmaya başladı üreten kişiler pazarlayan kişiler derken bir birlik oluşturuyoruz...(K4)"*

*"...Şöyle ki eğer öyle bir uygulama yapılırsa, bu uygulama gerçekten orada faal olarak çalışıyorsa, mesela biz buradan alırız, bak müşterilerimizi alırız oralara götürürüz. Gezi amaçlı götürürüz. Ekolojik amaçlı götürürüz. Bakın biz burada bunu üretiyoruz şunu üretiyoruz; tereyağımızı balımızı vs. Bir de ören yerlerini gezdiririz. Tarihimizi doğamızı kültürümüzü anlatırız. Sonuç olarak o gelen insanlar var ya, mutluluktan sabahı edemez. Bu kadar güzel şeyleri paylaşman lazım, eko turizmin içine neler kattık; burada raftingi kattık, safariyi kattık, daha neler neler!... (K4)"*

*"...Bu anlayış uygulamada doğa ile iç içe yapılacak bir turizm çeşidi olarak kendini göstermeye başladı. Bu anlamda bizim bölgemiz bakir olması sebebiyle eko turizm anlamında çok şanslıdır ve zengin imkânlara sahiptir. Deniz, kum, güneş, yayla, orman ve tarımın her türlüsüne sahibiz. Turist rehberlerinden dinlediğimiz hatıralarda eko turizmin giderek en ön sıraya geçeceği anlaşılmaktadır. Şöyle ki; Pansiyon yada otelde kalan turist denizin ve güneşin tadını çıkarıp, tarihi ve doğal güzellikleri görüp yemeğini yiyeceğinde yanı başındaki bahçeden domatesini, patlıcanını, salatalığını, maydanozunu vs toplaması ne büyük bir zevktir. Yemeğini yedikten sonra çileğini tarladan elleriyle toplaması, portakal ağacına uzanarak koparıp yemesi onlara derin bir haz vermektedir...(K6)"*

*"Eko turizmi Silifke'nin eko turizm birikimine yerleştirsek, birikimler potansiyel anlamda hepsi hazır. Nedir hazır olan? Bir kere Silifke Türkiye'nin en güneyinde kalan ilçelerden biri olduğu için burada Türkiye'nin çoğu yerinden yetişmeyen ya da yetişen fakat ilk önce burada yetişen birçok ürüne sahip. Bu anlamda Silifke'de deniz kıyısından başlayarak yaklaşık 200-250 rakıma kadar çıkan yükselti aralığında Silifke'nin birçok köyü var ve bu köylerde bu yükselti aralığına uygun çok çeşitli bitkiler yetişiyor. Bunlardan örneğin Antep fıstığı nuru köyü ve*

*senir köylerinde yetişiyor. Örneğin üzüm Uzuncaburç'ta yetişiyor fakat en güzel üzüm pekmezi Çatak köyünde yapılıyor, bunun yanında Kavak Köyünde de yapılıyor. Şimdi bu köylerimizde belirli oranda yoğunlaşmış ürünler var. Yılın belirli dönemlerinde bunların hasadı başlıyor zeytini, zeytinyağı işte çileğiydi, limonuydu, işte Keben 'de nar, nar ekşisi. Şimdi biz ne yapabiliriz? Tarımsal anlamda eko turizm düşündüğümüz zaman biz en azından 6-7 köyümüzü bu tarımsal sürecin, yetiştirilen ürünlerin toplanma ve bu ürünlerden ikinci ürünler elde etme; işte nardan nar ekşisi yapımı gibi, ya da üzümden üzüm pekmezi yapılması gibi. Bu tür süreçlerin tanıtımını yapıp, bu süreçlere yurt içi ve yurt dışından gelecek gezginlerin 3 günlük 5 günlük katılımını sağlanması gerekir…(K8)"*

*"Önce yerleri tespit etmek lazım, planlamak lazım. Uzuncaburç eko-turizmin yapılabileceği yer olarak düşünüldü. Tabi oradan başlaması isabetlidir. Sadece Uzuncaburç olarak bakmamalıyız. Köylerde örneğin, birkaç ev misafir gelecek o evlerde kalacak. Köylüyle beraber orada çalışacak tarlada domates görecek ineklerin nasıl sağıldığını görecek, onu sütünden nasıl faydalanılıyor görecek. İnşaların doğaya dönme isteği var, özlemi var. Eğer bunu yaratırsanız, iyi de pazarlarsanız. Mutlaka ve mutlaka alıcısı çıkar …(K9)"*

*"Biz zaman zaman bağ bozumu, üzüm toplama, zeytin toplama gibi üretim etkinliklerine katıldık. Benim kafamda bununla ilgili değişik projeler de yok değil. Örneğin bir yörüğün çadırında tereyağı yapmasını ve o üretim sürecini grubuma göstermek istiyorum. Bu işi ticari ve seri hale getirmeyi de amaçlıyorum. Bu da bir eko turizme giriyor aslında. Çünkü şehirde hazır alıp yediği şeyi, bir ürünün üretme sürecine tanık olacak belki yardım edecek, birlikte üretecek. Böyle eko turizmin parçası olan, şehirde yaşayan insanlarla köyde yaşayan insanların üretime beraber katılmalarını sağlayacak bazı girişimlerimiz oluyor …(K11)"*

*"…Bu tarihi eserler dışında yaylalarımız hala doğal sebze, meyve ve hayvansal üretimin devam ettiği yerlerdir. Neden turizme dahil edilmesin bu güzellikler. Uzuncaburç'taki tarihi eserlerin üzerinde yer alan kenger bitkisi motifi ve bu bitkiden elde edilen kenger kahvesinin varlığından birçok kişinin haberi bulunmamaktadır. Yine Uzuncaburç'ta bağ bozumu ve pekmez yapımından,*

*Silifke'nin birçok köyünde yapılabilecek av turizminden, kuş cennetinde kuş gözlemciliğinden, artık yaylalarda bile çilek yetiştiriciliğinden, bölge insanının el işlerinden…(K13)"*

*"…Agro turizm kapsamında buralara doğal hayatı özleyen insanları getirmemiz ve geldiklerinde onların konaklayabileceği düzenlemeler, mesela köy evleri oluşturmamız lazım. Onları her gün sofralarında yedikleri yumurta, tereyağı ve diğer tarımsal ve hayvansal gıdaların üretim süreçlerine dâhil etmemiz gerekir. Üretim sürecine dâhil oldukları ürünleri onlara satmamız ve esas yaşadıkları yerlere götürme imkânı tanımamız gerekir. Onlara kaldıkları süre boyunca tam bir köy hayatı yaşatarak benzersiz bir deneyim yaşatarak memnun ve mutlu ayrılmalarını sağlamamız lazım çünkü en iyi ve ucuz tanıtım memnun ve mutlu ayrılan ziyaretçilerdir. Çünkü memleketlerinde eş, dost ve yakınlarına bu yaşadıkları deneyimleri anlatmaları yeni ve farklı kişilerin ziyaret tercihleri üzerinde çok etkili olacaktır…(K13)"*

Katılımcılar Silifke'nin esasen bir tarım kenti olduğunu sanayisinin de buna dayalı olarak geliştiğini belirtmişlerdir. Bölgesel turizm gelişirken bu tarım alanlarına dokunmadan bu alanları agro turizme açmak gerektiği ifade edilmiştir. Silifke'de yılın 12 ayı üretilebilen bir tarımsal ürün portföyü mevcuttur. Dolayısıyla yılın 12 ayı agro turizm faaliyetlerinin yapılabilme olanağı da mevcuttur. Katılımcılar ziyaretçileri bağ bozumu şenliklerine, meyve ve sebze hasat etme aktivitelerine, süt sağma ve süt ürünlerini üretim faaliyetlerine dâhil ederek onlara eşsiz deneyimler sunulması gerektiğini söylemişlerdir.

#### 4.5.1.8.7. Yerel Değerleri Koruma ve Faydalanma

***"…****Biz o toplantıda eko-turizm projemizi anlattık ve destek talep ettik ve fondan yardım alacak projeler sıralamasına da girdik. Yine o dönemler yürüyüş yolları belirlendi, yürüyüş yollarında kadınları eli işi ve dokumaları ve diğer yaptığı çalışmaların pazarlanacağı stantlar kurulması, insanlarımızın yöresel yiyecekler sunacağı butik lokantalar yapılması gibi faaliyetler belirlendi…(K2)"*

*"...Bu bizim belirlediğimiz güzergâhta Mersin Üniversitesi ve bazı sivil toplum örgütleri "Prensesin Ayak İzleri" diye her yıl yürüyüş düzenledi. Biz o yine o yıllarda turistlerin evlerde kalarak inak sağıp sütünü içmesi, bahçede çalışıp portakal toplaması, domatesi koparıp kahvaltıda yemesi, yemeğini kendisi yapması gibi bir sürü faaliyet planları vardı. Bunlar eko turizme dahil edilebilir…(K2)"*

*"...Ekolojik turizmin eski kültürümüzle bağları var, buradan bir köye gittiğin zaman bir sıkma börek yediğin zaman, sen esas eko-turizmin yerine geldin. Orada eko-turizm yapılmıyor ama eko-turizmin içinde yaşayan insanların yanına geldin. Ha bireysel olarak vatandaşlar bunu genişletebilir. Genişlettiği zaman ne olur; bir köyün içinde yaşayan belirli kitleleri bunun içine alır…(K4."*

*"...Doku bozulduğu zaman oranın eko turizm açısından bir değeri kalmıyor. Örneğin Silifke'de yapılaşma geleneği anlamında Kavak köyü ayrı bir değerdir. Kavak köyündeki evler şuanda çatıları çinkolaştırılmış. Şimdi bunun önlenmesi lazım. Orada bir proje yapılıp o evleri tekrar doğal görünümüne kavuşturulması gerekiyor…(K8)"*

Katılımcılar Silifke'nin çok köklü bir kültürel değerler manzumesine sahip olduğunu, bu değerlerin korunarak eko-turizmin bir parçası ve çekim unsuru haline getirilmesi gerektiğini ifade etmişlerdir. Gastronomi şölenleriyle Silifke'nin yerel mutfağı, dokumacılık ve el sanatları gibi kültürel değerlerinin ziyaretçilere eşsiz deneyimler sunabileceği ifade edilmiştir.

#### 4.5.1.8.8. Gelişim Sağlanırken Farkındalığı Arttırma

***"…****Uzuncaburçlulara pansiyonculuk yapma fırsatı tanınmalı. Orada Kültür ve Turizm Bakanlığının kamulaştırdığı 12 ev var. Onları restore etmek için çalışmaları sürdürüyoruz. Orada Bakanlık pansiyonculuk adına bir öncülük yapacak. Oradaki vatandaşı da eğiterek bilgilendirerek oradaki bir karşılama merkezi oluşturup gelen misafiri karşılaması sağlanmalı…(K1)"*

*"...Yapılan tesisin Sosyal etkileri de var; bölgenin insanın o işten para kazanması lazım, bölge insanı kendi para kazandığı yeri korumak adına doğru işler*

*yapmaya başlar, çevreyi kirletmez kendi işini doğru yapar, çevreden gelebilecek zararlara karşı tedbirli olur. Bu tesisin faaliyetlerine karşı hoş görü geliştirir, yüksek sesli müziğe karşı çıkmaz çünkü o tesis sayesinde çoluğunun çocuğunun rızkını temin etmektedir…(K2)"*

*"…Şimdi köylerimizde ileriki aşamada eko turizm geliştiği zaman tabi ki köylerimiz de bundan yarar sağlamak kazanç elde etmek için bazı yollara başvuracaklar. Nedir? İşte bungalov ev yapalım, İncekum'da Boğsak'ta birden bire yoğunlaşmaya başladı fakat bu bungalov evleri dip dibe gecekondu gibi yapmak mı gerekiyor? Yoksa aralarına 1-2 ağaç, bahçe olarak serpiştirmek mi gerekiyor? Şimdi bu aşırı para kazanma hırsı kırsaldaki topluma da eğer bulaşırsa orda bu eko turizm sürdürülebilirliğini yitirir…(K8)"*

*"Trafik sorunu, temizlik sorunu yani kirletiyorlar ve biz burada yaşayan yerel halk olarak buna müdahale edemiyoruz temizleyemiyoruz. Onların yarattığı bir kirlilik var. Çevreye verdiği bir kirlilik var. Turizm doğaya en az zararla yürütülmeli. İşletmeci ve turist veya yerel halk bunun farkında olmalı …(K11)"*

Farkındalık yaşadığı deneyimlerin bilincinde olma ve onu kabul etme olarak tanımlandığına göre Silifke'nin yöneticileri ve yerel halkı Silifke gibi eşsiz değerlere sahip olduğunun farkına varmalı ve kıymetini bilmelidir. Korumak ve kıymetini bilmek sırf korumak amaçlı atıl vaziyette bırakmak değildir böyle anlaşılmamalıdır. Bu değerler halkın ve kentin yararına kullanıma açılmalıdır, zarar verecek boyuta gelen aşırı kullanımlardan sakınmalıdırlar.

#### 4.5.1.8.9. Gelişim Sağlanırken Biyoçeşitliliği Koruma ve Faydalanma

**"…***Tabii tüm bunlar yapılırken turizm faaliyetleri sürdürülürken doğal dengeyi bozmadan biyoçeşitliliğe zarar vermeden tüm sahip olduğumuz kaynakları sürdürerek bu faaliyetleri sürdürmek lazım …(K1)"*

*"Bölgemizi dağlık kesim ve sahil kesimi olarak ikiye ayırabiliriz. Sahil kesiminde en önemli yerlerden bir tanesi Göksu Vadisi ve altındaki vadinin aşağısındaki Göksu Deltası. Deltada şuanda Kuş Gözlemciliği yapılabiliyor. Oraya*

*dönem dönem çok küçük gruplar da olmuş olsa yabacı insanlar gelip kuş gözlemciliği aynı zamanda bitki gözlemciliği yapıyorlar. Endemik bitki sayısı bölgemizde oldukça yüksek. Eko-turizm için olarak görülebilir…(K5)"*

*"…O bölgeyi merak edenler, o bölgede yürümek isteyenler, kuş gözlemi yapmak isteyenler için. Böylece katılımcılarımıza bölgeyi tanıtmaya çalışıyoruz. Ama uluslararası anlamda kuş gözlemciliği için gelen turistler var. Burada yerelde Taşucu'nda konaklıyorlar, genellikle pansiyonlarda, gelen 1 hafta kalıyorlar, kendi ekipmanları var, fotoğraf makineleri, dürbün vs. genelde sabah saatlerinde güneş doğarken ve gün batımında zaten kuş gözlemi yapılabiliyor. O saatlerde buradan araç kiralıyorlar ya da araçlarıyla gelenler kendi araçlarıyla Kuş Cenneti'ne gidiyorlar. Orada il çevre örgütünün yaptığı kuş gözlem noktaları kulübeleri var orada fotoğraflama, gözlemleme gibi faaliyetlerde bulunuyorlar. Ama yetersiz olduğunu düşünüyorum, onlara gözlem esnasında kullanabilecekleri yapıların, lavabosu olan bir oturma salonu olan yerlerin yapılması gerekiyor. Bu faaliyeti de eko turizmin önemli bir unsurudur…(K11)"*

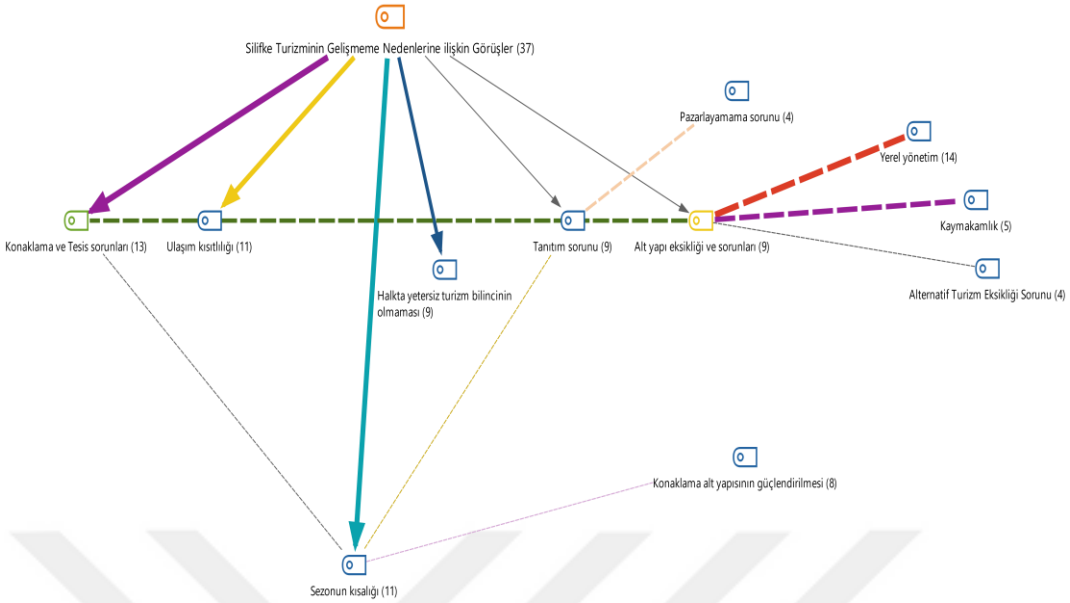
Katılımcılar bölgesel turizm gelişimi sağlanırken çevre ve doğanın ekosistemi içindeki canlı varlıklarını yok edebilecek aşırı ve özensiz kullanımlara dikkat çekmişler ve endemik bitki ve hayvan türlerinin yok edebilecek her türlü oluşum ve yapılaşmalara karşı tedbirler alınması gerektiğini ifade etmişlerdir. Silifke fauna ve florası zengin bir bölge olduğu ve asla bozulmasına müsaade edilememesi gerektiği dile getirilmiştir.

### 4.5.1.9. Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli

Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli bir kodun ve bu kodun alt kodlarının kod frekanslarıyla birlikte hiyerarşik yapısını görselleştirmekte kullanılan bir analiz modelidir (www.maxqda.com, 2020).

#### 4.5.1.9.1. Silifke'de Eko-turizmin Gelişim Sorunları

Şekil 6'da Silifke'de eko-turizm neden gelişememiş ve halen neden gelişemiyor sorularına ait katılımcıların görüşleri MAXmaps Haritası Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli ile gösterilmiştir.




**Şekil 6. Silifke'de Eko- turizmin Gelişememe Nedenlerine Dair Katılımcı Görüşlerine Ait Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli**

Şekil 6'da görüldüğü gibi katılımcılar Silifke'de turizmin neden gelişmediğine dair toplam 37 adet görüş bildirmişlerdir. Bu görüşler genellikle turizmin Silifke'de gelişmesine engel olan sorunları dile getirme şeklinde olmuştur. Bu sorunların başında konaklama tesisleri ve diğer turistik tesislerin eksikliği(13 kere) ön plana çıkmıştır. Bu sorunu ulaşım sorunu(11 kere) ve sezonun kısa oluşu(11 kere) eşit sorunlar olarak takip etmiştir. Bunları halkta yetersiz turizm bilinci(9 kere) takip etmiştir. Konaklama tesisi, konaklama altyapısı, şehrin alt yapı eksikliği(9 kere) tanıtım eksikliği(9 kere), pazarlama sorunları(4 kere), alternatif turizm aktiviteleri eksikliği(4 kere) ile sezonun kısalığı arasında katılımcılar bir bağın olduğuna inanmaktadırlar yani bu sorunlar halledilirse sezonun uzayacağına inanmaktadırlar. Sorunların çözümünü yönelik görüşlerde yerel belediyenin sorumluluklarının(14 kere) kaymakamlığa(5 kere) göre daha fazla olduğu kanaati ortaya çıkmaktadır.

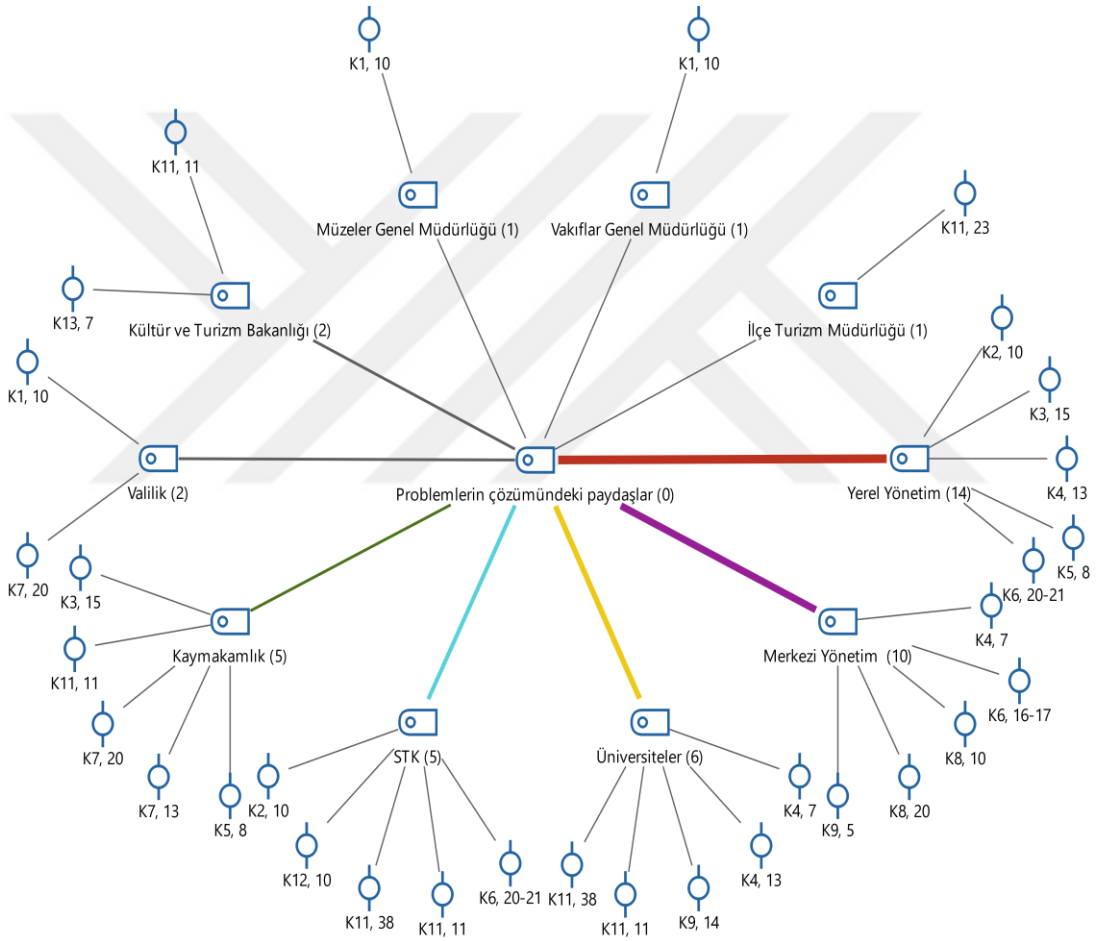
### 4.5.1.10. Kod-Alt Kod Bölümler Modeli

Bu modelin fonksiyonu seçilen bir kodun, bu koda ait alt kodların ve bu kodlarla kodlanmış bölümlerin bir haritasını ortaya çıkarır ve analiz eder. Bu model,

bir katılımcının odaklandığı konuları veya kodları değil bir kodun tüm katılımcılarda ne ölçüde odaklanıldığını analiz eden bir modeldir (www.maxqda.com, 2020).

#### 4.5.1.10.1. Silifke'de Eko-turizm Gelişmesinde Rol Alması Gereken Paydaşlar

Şekil 7'de Silifke'nin eko-turizm gelişimi probleminin çözümünde rol alması gereken paydaşlara ait kategoriler değerleriyle birlikte MAXmaps Haritası Kod-Alt Kod Bölümler Modeli ile gösterilmiştir.



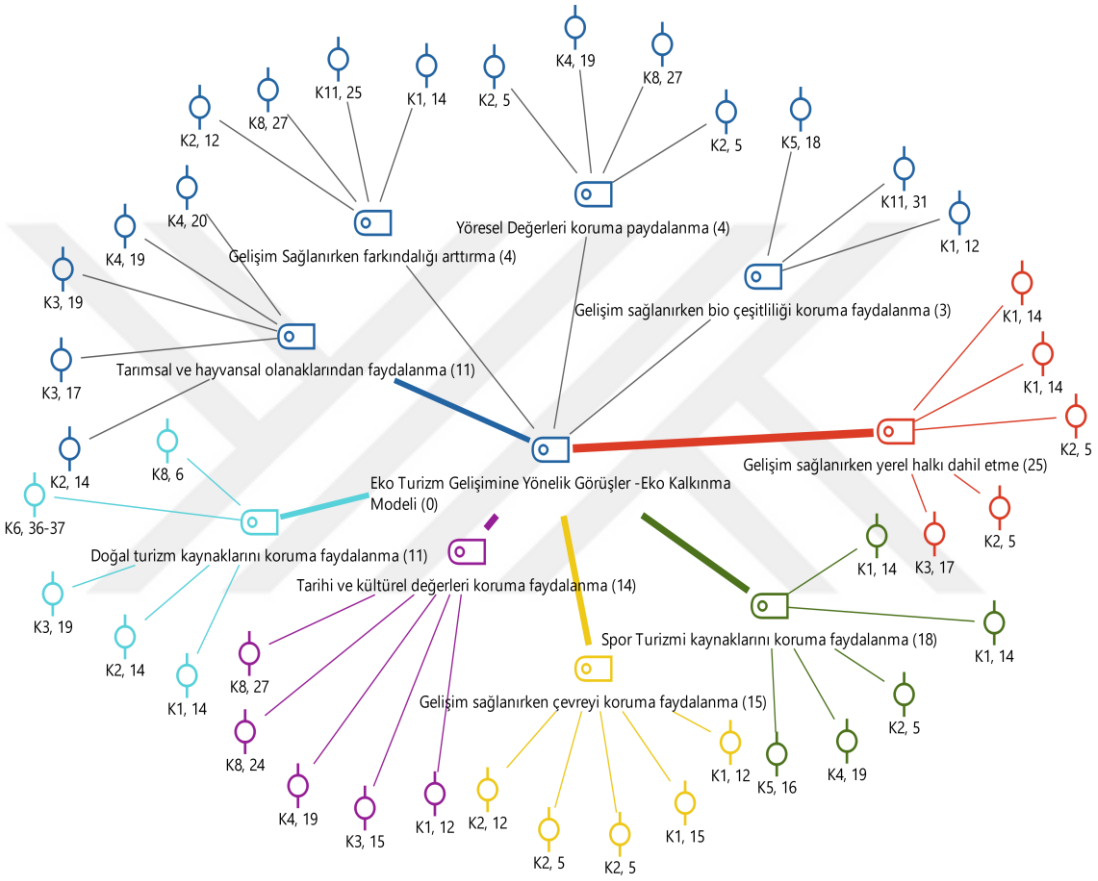

**Şekil 7. Silifke'nin Eko-turizm Gelişimi Probleminin Çözümünde Rol Alması Gereken Paydaşlara Ait Kod-Alt Kod Bölümler Modeli**

Şekil 7'de Silifke'de eko-turizmin gelişimine yönelik sorumluluk alması gereken paydaşlar hakkında tüm katılımcılara görüşlerinden elde edilen sonuçlar analiz edilmiştir. Bu soru için ortaya konulan görüşlere ait analiz sonuçları Şekil 3'de gösterilen "Silifke turizminin gelişmeme nedenlerine dair katılımcı görüşleri"

ile ilgili Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modelinde ortaya çıkan analiz sonuçlarını doğrular niteliktedir. Katılımcılar Silifke'de eko-turizmin gelişime yönelik en fazla sorumluluk sahibi veya sorumluluk alması gereken paydaş olarak yerel yönetimleri yani yerel belediyeyi işaret etmişlerdir (14 kez). Bu cevabın verilmesi yerel yöneticilerin genellikle o bölgenin insanı olması, ilk, orta ve lise eğitimini o bölgede okuması kısaca o bölgede yetiştiği için o bölgeyi en iyi tanıyan kişi ve kadrolardan oluşmasından kaynaklandığı düşünülmektedir. Yerel yönetimler bölgedeki potansiyeli çok iyi bildikleri için bölgeye uygun projeler geliştirmesi, bölgenin yapısal yönlendirmelerini yapması, gücü yetmediği yerde merkezi idareden yardım talep etmesi beklenir. Bir katılımcı "Bölgedeki sorunları ve yapılmak isteneni yerelden merkeze götürecek olan yerel yönetimlerdir(K8)" diyerek bunu dile girmiştir. Nitekim merkezi hükümetin sorumluluklarını katılımcılar 10 kez dile getirerek bunu ortaya koymuşlardır. Merkezi hükümetler elbette yerelin sorunlarını ve o bölgede yapılmak istenileni tam olarak bilmeyebilirler. Yerel yönetimler merkezi hükümetleri projelerle, sunumlarla ve bilgilendirmelerle harekete geçirmelidirler görüşüşü sıkça dile getirmiştir (K9, K8, K6, K4). Üniversiteler sorunların çözümü noktasında katılımcılar tarafından 6 kez dile getirilmiş bir paydaştır. Üniversiteler ve yerel yönetimler ortak projeler, kalifiye eleman yetiştirme ve halkı bilinçlendirme noktasında sorumluluk alması gerektiği fikri ortaya çıkmıştır. STK'lar sorunların çözümü noktasında adeta bir gönüllüler ordusu gibi görev yapan kuruluşlar olduğu için katılımcılar onların çoğu zaman inisiyatif almaları gereken bir paydaş grubu olduğunu düşünmektedirler. STK'lar ile alakalı katılımcılar 5 kez görüş bildirmişler, üniversitelerle, yerel yöneticilerle işbirliği ile çalışılması gereken bir paydaş olarak görülmüşlerdir. Kaymakamlıklar merkezi hükümetin yereldeki temsilcileridir ve yerel mülki amir konumundadır. Kaymakamlıklar özellikle tarihi ve kültürel değerlerin korunması, restorasyonu, ulaşım, gibi konularda ödenekleri, hizmetlerin tamamlanması ve hızlandırılma konusunda sorumluklar alması gerektiği dile getirilmiştir(5 kez). Valilikler ve Bakanlığın sorumlulukları da görüşmeciler tarafında 2 kez dile getirilmiştir ama ağırlık yerel yöneticilerde olduğu belirtilmiştir. Müzeler Genel Müdürlüğü ve Vakıflar Genel Müdürlüğü sadece 1'er kez dile getirmiştir.

### 4.5.1.10.2. Silifke'de Eko-turizmin Gelişimine Yönelik Kategoriler

Şekil 8'de Silifke'de eko-turizm gelişimine yönelik kategoriler değerleriyle birlikte MAXmaps Haritası Kod-Alt Kod Bölümler Modeli ile gösterilmiştir.



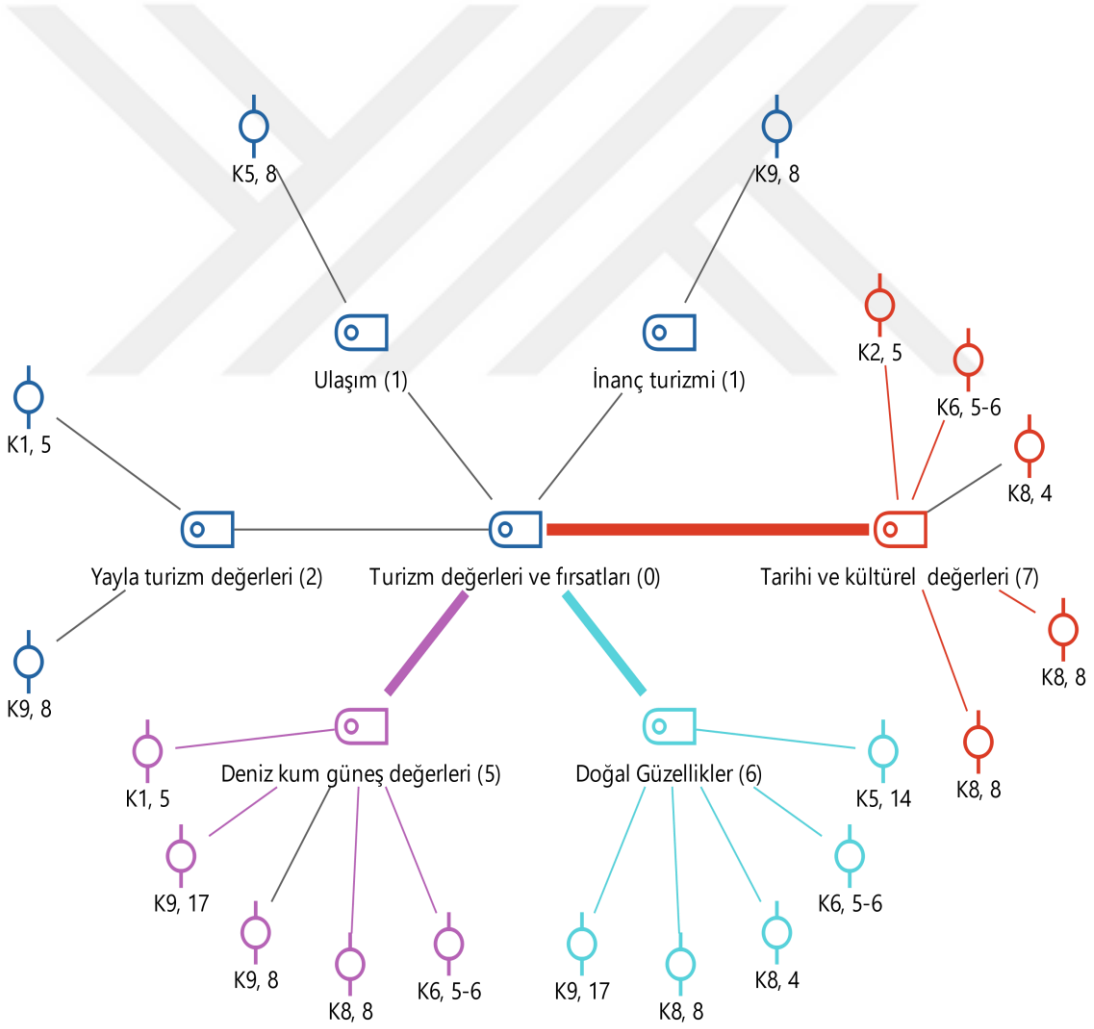

**Şekil 8. Silifke'de Eko-turizm Gelişimine Ait Kod-Alt Kod Bölümler Modeli**

Şekil 8 'de de görüldüğü gibi katılımcıların eko turizm hakkındaki görüşleri eko turizmin doğasına uygun bir şekilde ortaya çıkmıştır. Katılımcılar en fazla "Yerel halkın turizme dâhil edilmesi" noktasında görüş bildirmişlerdir(25 kere). Silifke doğa sporları bakımından zengin bir potansiyele sahiptir. Katılımcılar bu spor aktivitelerini yapılabilecek alanların korunması ile ilgili 18 kez görüş bilindirmişlerdir. Turizmin gelişmesini ancak doğanın ve çevrenin bozulmaması söyleyen katılımcıların sayısı 15'tir. Yine aynı şekilde tarihi ve kültürel kaynakların korunarak turizmin gelişmesi gerektiğini söyleyen katılımcılar(14 kere), tarımsal ve

hayvansal olanaklardan faydalanılması gerektiğini belirtmişlerdir (11 kere). Doğal turizm kaynakları da korunması gereken turizm potansiyeli öğeleri olarak karşımıza çıkmaktadır (11 kere). Biyoçeşitliliğin korunması, farkındalığın artırılması ve yöresel değerlerin korunması ile ilgili toplam 11 kez görüş bildirilmiştir.

#### 4.5.1.10.3. Silifke'de Eko-turizm Değerleri ve Fırsatları

Şekil 9'da Silifke'de eko-turizm değerleri ve fırsatlarına yönelik kategoriler değerleriyle birlikte MAXmaps Haritası Kod-Alt Kod Bölümler Modeli ile gösterilmiştir.




**Şekil 9. Silifke'de Turizm Değerleri ve Fırsatlarına Ait MAXmaps Haritası Kod-Alt Kod Bölümler Modeli**

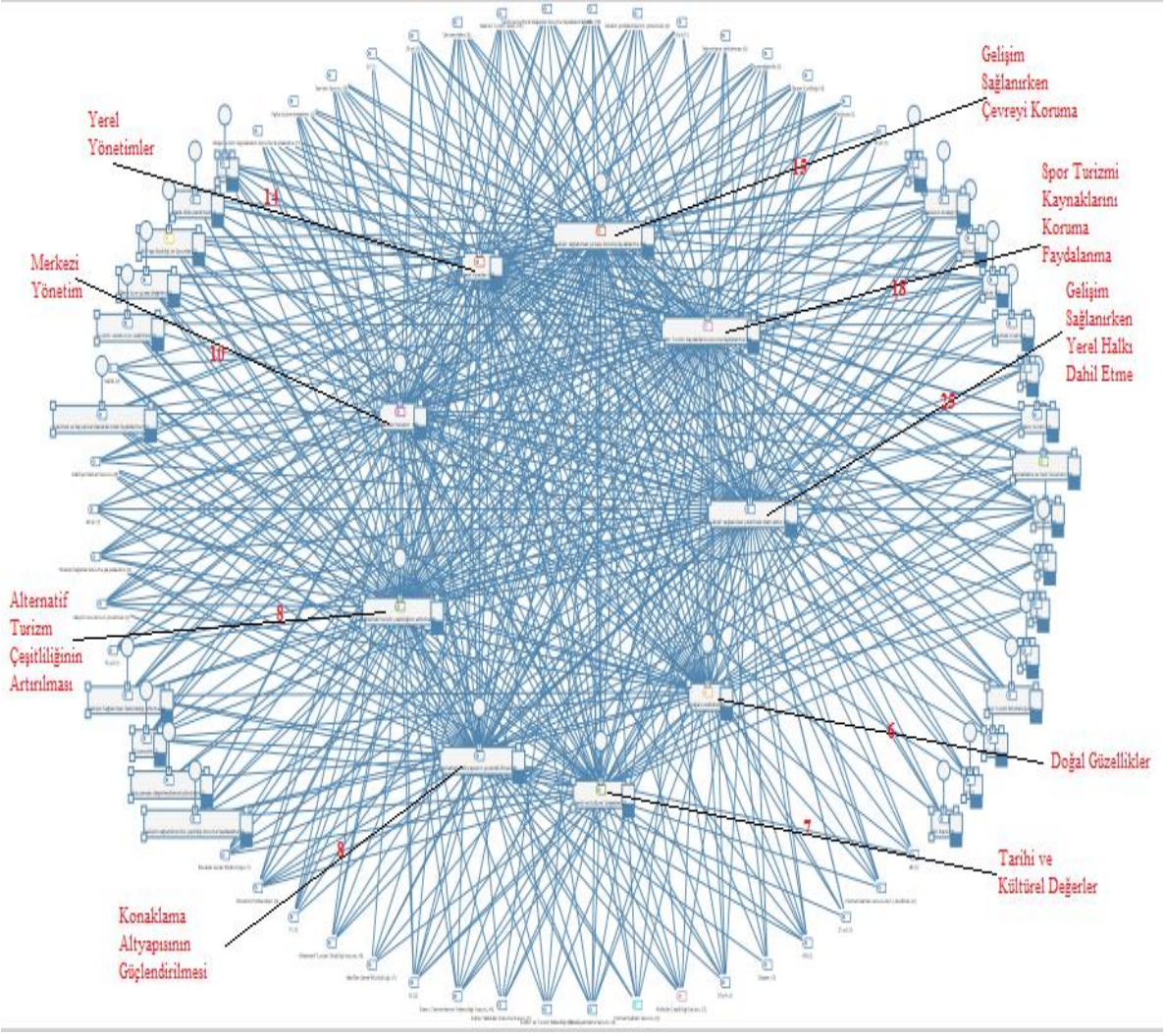
Şekil 9'da de görüldüğü gibi katılımcılara "Turizm değerleri ve fırsatları" hakkında görüşleri sorulmuş ve verilen cevaplara Kod-Alt Kod Bölümler Modeli uygulanmıştır. Bu modele göre katılımcılar ağırlıklı olarak Silifke'nin tarihi ve kültürel değerlerini ön plana çıkardıkları görülmüştür( 7 kez). Silifke'nin doğal güzellikleri katılımcılar için en önemli ikinci turizm değeri olarak ortaya çıkmıştır (6 kez). Her ne kadar da araştırmanın konusu eko-turizme dayalı turizmin gelişimi olsa da Deniz-Kum-Güneş katılımcıların vazgeçemediği turizm değeri olmaya devam etmektedir. Klasik Deniz-Kum-Güneş turizmi için gelen turistlerin eko-turizme yönlendirilebileceği fikri ağır basmıştır (5 kez). Yayla turizmi (2 kez) ve inanç turizmi(1 kez) dile getirilmiş ve katılımcılar bu turizm türlerinin potansiyeline fazla ilgi göstermemişlerdir.

#### 4.5.1.11. Kod Birlikte Oluşma Modeli

Kod Birlikte Oluşma Modeli kodların önemli çakışmalarını görselleştirmek için kullanılan bir ağ yapısıdır. Kod Birlikte Oluşum Modeli analizinde Kod Çakışması, Kod Yakınlığı ve Kod Oluşumları bir arada görselleştirilir. Kod Çakışması gösterilirken bir segmente ne kadar sıklıkla en az iki kod atandığı değerlendirilir. Kodların çakışması yeterlidir; tam olarak aynı alanı kapsaması gerekmez. Kod Yakınlığı ise aynı belgede veya aynı ortam dosyasında belirli bir mesafede iki kodun ne sıklıkta atandığı değerlendirilir. Maksimum uzaklık veya yakınlık belirlenir. Kod Oluşumunda ise kaç tanede belgenin iki kodu içerdiği değerlendirilir. İki kodun konumu önemsizdir; her ikisi de herhangi belgede en az bir kez atanmış olması yeterlidir (www.maxqda.com, 2020).

##### 4.5.1.11.1. Eko-kalkınma Modeline Göre Sorumlu Kurum ve Kuruluşlar ve Sorumlulukları

Şekil 10'da Eko-Kalkınma Modelinde araştırmanın merkezinde olması gereken sorumlu kurum ve kuruluşlar ile konular Kod Birlikte Oluşma Modeli ile gösterilmiştir.




**Şekil 10. Eko-Kalkınma Modeli Temel Öğelerinin Kod Birlikte Oluşma Modeli Analizi**

Şekil 10'da gösterildiği gibi Eko-kalkınma Modeli esas alınarak turizm gelişimi sağlanması için modelin merkezine konumlanması gereken kurum ve kuruluşlar ile halledilmesi veya üzerine düşülmesi gereken sorunlar ve konular ortaya çıkmıştır. Yerel Yönetimler(14 kere) başta olmak üzere Merkezi İdare(10 kere) eko-kalkınma modelini gerçekleştirerek bölgesel turizm gelişiminde en fazla sorumluluk alması gereken kurum ve kuruluşlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Bölgesel turizm gelişiminde üzerine düşülerek halledilmesi gereken konular ise şunlardır: Gelişim sağlanırken yerel halkı dâhil etme(25 kere), spor turizmi kaynaklarını koruma ve kullanma(18 kere), gelişim sağlanırken çevreyi koruma ve kollama(15 kere), alternatif turizm çeşitliliğinin artırılması(8 kere), konaklama

altyapısının güçlendirilmesi(8 kere), tarihi ve kültürel değerleri(7 kere) ve doğal güzelliklerin korunması(6 kere).

### 4.5.2. Nicel Araştırmaya Dayalı Bulgular

Bu kısımda güvenilirlik analizi ve frekans analizleri yapılmıştır. Sonuçlar yüzdelik oranlarla ortaya konulmuştur.

#### 4.5.2.1. Güvenilirlik Analizi

Güvenilirlik, bir ölçeğin ölçmek istediği konuyu rastlantısal hatalardan bertaraf edilerek tutarlı bir şekilde ölçülme derecesidir (Peter, 1979:6). Benzeşen şartlarda benzer sonuçlar veren bir ölçek güvenilir sayılmaktadır (Perreault ve Leigh, 1989:136). Bu cümleye dayanarak şu cümleyi kurmak mümkündür: ölçek ne kadar güvenilir ise, bu ölçekten elde edilecek veriler de o derece güvenilir olacaktır (Altunışık, Coşkun, Bayraktaroğlu, ve Yıldırım, 2012:124). Araştırma kapsamında elde edilen verilerin güvenilirliğinin analizinde madde kovaryansına dayalı yöntemlerden birisi olan Cronbach Alpha yöntemi kullanılmalıdır (Erkuş, 2013:156-157). Cronbach Alfa, 0 ile 1 arasında değerler alabilmektedir ve kabul edilebilir bir Cronbach Alfa değerinin en az 0.70 ve üzerinde olması beklenir (Altunışık vd., 2012:126). Verilerin güvenilirliği Likert ölçeğine dayalı ilk üç bölümdeki 39 soruya Cronbach's Alpha veri güvenilirlik analizi uygulanarak test edilmiştir; buna göre α(alpha)= %90,9 olarak bulunmuştur. Bu sonuca göre ölçek mükemmel derecede güvenilirdir, sağlıklı bir analiz sonucu çıkacağı anlamına gelmektedir. Bknz. Tablo 8.

**Tablo 8. Güvenilirlik Testi (Reliability Statistics)**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|---|---|
| ,909 | 39 |

#### 4.5.2.2. Frekans Analizi

Frekans analizi betimsel analiz (descriptive analysis) başlığı altında yer alır. Kayıtlar, sayımlar, deneysel araştırmalar ve anket araştırmalarından elde edilen ilk

ham veriler ilk aşamada ve bu verilerden sonuç çıkarmak veya bazı karakteristik ölçüler hesaplamak tanımlayıcı istatistiğin konusudur. Tanımlayıcı istatistiğin amacı; populasyon hakkında bilgi vermeyen veya çok sınırlı bilgi veren verileri uygun metotlar kullanarak değerlendirmek, özetlemek, kolay anlaşılır hâle getirmek ve yorumlayarak sonuç çıkarabilmektir (Karasar, 2014:110).

Deneklere uygulanan anketin birinci bölümünde yer alan *Silifke'nin kalkınmasında eko-turizmin muhtemel etkilerini belirlemeye yönelik sorular* ve bu sorulara verilen yanıtların frekans dağılımları aşağıdaki gibidir. Bknz. Tablo 9.

**Tablo 9. Silifke'nin Kalkınmasında Eko-turizmin Muhtemel Etkilerini Belirlemeye Yönelik Sorulara Verilen Cevapların Frekans Dağılımı**

| **Silifke'nin kalkınmasında eko-turizmin muhtemel etkilerini belirlemeye yönelik sorular** | *Hiç katılmıyorum* **%** | *Katılmıyorum %* | **Kümülatif olumlu yaklaşım %** | *Ne katılıyorum ne katılmıyorum %* | *Katılıyorum %* | *Tamamen katılıyorum %* |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1.Silifke'de eko-turizmin gelişmesi bölgesel kalkınmayı olumlu yönde etkiler. | 1,4 | 1,4 | ***97,2*** | 6,9 | 24,3 | 66 |
| 2.Silifke'de eko-turizmin gelişmesi bölgeye yabancı sermaye girişini sağlar. | 0,5 | 4,9 | ***94,6*** | 6,9 | 24,3 | 63,4 |
| 3.Silifke'de eko-turizmin gelişmesi bölgeye yönelik yatırım artışı sağlar | 0,2 | 3,5 | ***96,3*** | 8,6 | 23,4 | 64,4 |
| 4.Silifke'de eko-turizmin gelişmesi kişi başına düşen geliri arttırır. | 3,5 | 4,6 | ***91,9*** | 14,1 | 21,3 | 56,5 |
| 5.Silifke'de eko-turizmin gelişmesi bölgede yeni istihdam olanaklarının yaratır. | 1,6 | 1,4 | ***97*** | 11,4 | 28 | 57,6 |
| 6.Silifke'de eko-turizmin gelişmesi bölgenin alt ve üst yapı olanaklarını geliştir. | 3 | 4,6 | ***92,4*** | 16 | 27,6 | 48,8 |
| 7.Silifke'de eko-turizmin gelişmesi bölgedeki tarım ve sanayi sektörlerin de gelişmesine katkıda sağlar | 1,6 | 7,2 | ***91,4*** | 15,5 | 29,9 | 45,8 |
| 8.Silifke'de eko-turizmin gelişmesi bölgenin diğer bölgelerle arasındaki gelişmişlik farkının azalmasını sağlar. | 3,7 | 4,9 | ***91,4*** | 12 | 28 | 51,4 |

**(Tablo 9'un devamı)**

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 9.Silifke'de eko-turizmin gelişmesi bölgede kültürler arası etkileşimi sağlar. | 6 | 5,3 | ***88,6*** | 13,4 | 25,7 | 49,5 |
| 10.Silifke'de eko-turizmin gelişmesi turizm işletmelerinin kalitesinin artırır. | 3 | 1,9 | ***95,1*** | 10,4 | 29,4 | 55,3 |
| 11.Silifke'de eko-turizmin gelişmesi halkın arkeolojik, tarihi ve mimari varlıkların korunmasına yönelik bilincini arttırır. | 2,8 | 5,1 | ***92,1*** | 13,2 | 31 | 47,9 |
| 12. Silifke'de eko-turizmin gelişmesi doğal alanların korunması açısından bölge halkının duyarlılığını arttırır. | 5,8 | 4,4 | ***89,8*** | 10,9 | 29,6 | 49,3 |
| **Olumlu sonuçların kümülatif yüzdelerin ortalaması** | | | ***93,2*** | | | |
| 13.Silifke'de eko-turizmin gelişmesi trafik sorununu artırır. | 23,4 | 13,2 | ***63,4*** | 23,4 | 18 | 22 |
| 14. Silifke'de eko-turizmin gelişmesi bölgede çevresel sorunlara yol açar. | 34,6 | 16 | ***49,4*** | 21,8 | 13,9 | 13,7 |
| 15.Silifke'de eko-turizmin gelişmesi tarım alanlarının yok edilmesine yol açar. | 31,9 | 19,2 | ***48,9*** | 18,8 | 11,8 | 18,3 |
| **Olumsuz etki sorularına verilen olumlu sonuçların kümülatif yüzdelerin ortalaması** | | | ***53,4*** | | | |

Tablo 9'da eko-turizmin Silifke'nin kalkınmasında bazı değişkenlerin etkileri üzerine tanımlayıcı bir frekans analizi yapılmıştır. Bu analiz sorularında üç adet olumsuz etki sorusu(13,14 ve 15'nci sorular) sorulmuştur bu sorular aynı zamanda anketin özenli ve dikkatli cevaplanıp cevaplanmadığını tespit etmek amacıyla da sorulmuştur. *Tamamen katılıyorum, katılıyorum* ve *ne katılıyorum ne katılmıyorum* seçeneklerine verilen cevapların yüzdelik oranları kümülatif olarak hesaplanmış ve soldan üçüncü sütunda italik olarak verilmiştir. Analiz sonucunu incelediğimizde eko-turizmin gelişmesinin bölgeye yapacağı katkıların olumlu olacağını düşünen katılımcıların kümülatif yüzdelerinin ortalaması %84,05 olarak hesaplanmıştır.

Olumsuz etki sorularına verilen cevapların olumlu sonuçlarının kümülatif yüzdelerinin ortalaması %53.4 olarak tespit edilmiştir. Bu sonuçlardan katılımcıların eko-turizme bakış açılarının çok olumlu olduğu ve eko-turistleri ağırlama isteklerinin çok yüksek olduğu anlaşılmaktadır.

**Tablo 10. Silifke'de Turizmin Gelişmemesinin Sebeplerini Araştırmaya Yönelik Sorulara Verilen Cevapların Frekans Dağılımları**

| **Silifke'de turizmin gelişmemesinin başlıca nedeni sizce nedir?** | *Hiç katılmıyorum %* | *Katılmıyorum %* | **Kümülatif %** | *Ne katılıyorum ne katılmıyorum %* | *Katılıyorum %* | *Tamamen katılıyorum %* |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 16.Yeterince beş yıldızlı otel olmaması | 7,2 | 8,8 | **84** | 13,7 | 22,0 | 48,4 |
| 17.Yiyecek ve içecek işletmelerinin yetersiz olması | 9,3 | 8,6 | **82,2** | 23,6 | 21,3 | 37,3 |
| 18.Eğlence olanakların sınırlı olması | 4,6 | 5,8 | **94,6** | 13,7 | 25,7 | 50,2 |
| 19.Bölgede seyahat acentesi ve tur operatörlerinin yetersiz olması | 5,8 | 7,6 | **86,6** | 14,6 | 25,7 | 46,3 |
| 20.Bölgeye yönelik yetişmiş turist rehberlerinin az olması | 6,0 | 4,6 | **89,4** | 13,7 | 28,7 | 47,0 |
| 21.Tanıtımının yeterince yapılmaması | 3,5 | 3,2 | **93,3** | 8,3 | 24,8 | 60,2 |
| 22.Kamu yatırımlarının yetersizliği | 4,6 | 3,2 | **92,2** | 8,6 | 30,1 | 53,5 |
| 23. Nitelikli oda ve yatak sayısının azlığı | 3,5 | 5,6 | **90,9** | 20,1 | 24,5 | 46,3 |
| 24. Kalifiye eleman eksikliği | 4,4 | 7,2 | **88,4** | 15,7 | 29,6 | 43,1 |
| 25. Yerel yönetimlerin konuya yeterince ilgi göstermemesi | 3,2 | 4,4 | **92,4** | 13,7 | 24,8 | 53,9 |
| 26. Tüm paydaşlar arasında işbirliği ve iletişim eksikliği | 4,6 | 6,3 | **89,1** | 13,7 | 28,9 | 46,5 |
| 27. Sezonun kısalığı ve uzatılamaması | 15,5 | 7,9 | **76,6** | 17,4 | 23,1 | 36,1 |
| 28. Sahillerin ikinci konutlarla işgal edilmesi | 7,9 | 4,2 | **88** | 14,8 | 26,4 | 46,8 |
| 29.Ulaşım zorluğu | 15,7 | 12,0 | **72,3** | 14,8 | 24,3 | 33,1 |
| 30.Bölge halkının olumsuz tutumu | 22,5 | 13,6 | **63,9** | 16,0 | 18,3 | 29,6 |
| 31.Alt ve üst yapı yetersizlikleri | 5,6 | 3,9 | **90,4** | 15,0 | 30,3 | 45,1 |
| **Kümülatif yüzdelerin ortalaması** | | | **85,9** | | | |

Tablo 10'da "Silifke'de turizmin gelişmemesinin başlıca nedeni nedir?" sorusuna "Tamamen katılıyorum", "Katılıyorum" ve "Ne katılıyorum ne de katılmıyorum" seçeneklerini işaretleyen katılımcıların verdikleri cevapların

kümülatif ortalaması %85,6'dır. Katılımcılar turizmin gelişmemesinin başlıca nedeni olarak eğlence olanaklarının sınırlı olmasını göstermişlerdir (%94,6).

İkinci en büyük sebep olarak da katılımcılar yeterince tanıtım yapılmadığına (%93,3) inanmaktadırlar. Aslında Silifke gerek folkloru gerekse diğer kültür varlıklarıyla bilinirliği olan bir kent ama bu bilinirliği turizmin gelişmesi için kullanamaması da katılımcıların beyanı ışığında bir tanıtım sorunu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Katılımcılar turizmin gelişmemesine üçüncü en büyük sebep olarak da yerel yönetimlerin bu konuya yeterince ilgi göstermediğine inanmaktadırlar (%92,4). Yerel yönetimler turizmin gelişmesinde öncü bir rol üstlenmeli, tanıtım, altyapı iyileştirme, yaşanabilir çevre oluşturmada(çevre düzenlemeleri ve peyzaj çalışmalarıyla), insan eliyle yapılmış çekim unsurlarının yapımında önemli roller üstlenmesi gerekmektedir.

Katılımcılar turizmin gelişmemesine dördüncü en büyük sebep olarak da kamu yatırımlarının yetersizliğini göstermişlerdir Bunun anlamı şudur; katılımcılar merkezi idarenin yani hükümetin bu bölgeye getirmesi gereken bazı temel yatırımları getirmediğine inanmaktadırlar (%92,2). Katılımcılar özellikle ulaşımda verilen bazı sözlerin yerine getirildiğinde özellikle Çukurova Bölgesel Havaalanı ve turistin Silifke'ye hızlı ve daha konforlu bir şekilde ulaşımını sağlayacak Akdeniz Sahil Yolu tamamlandığında bu bölgeye daha fazla yabancı ve yerli turistin geleceğine inandıklarını ayrıca sözlü olarak da beyan etmişlerdir. Aslında yerel idare ve merkezinin idarenin Silifke'de turizmin gelişmemesindeki sorumluluklarını katılımcılar neredeyse eşit görmüşlerdir. Yerel idareyi, belediye ve kaymakamlık olarak düşündüğümüzde zaten her iki kurumunda mali açıdan merkezi idareye bağımlı olmaları bu sonucu doğurmuş olabileceğine inanılmaktadır. Bu sonuç, Çiçek (2014:62)'in yapılan reformlara rağmen yerel idareler büyük ölçekte merkezi idarenin kontrolü ve denetimi altında olduğu, ve yerel idareler faaliyetlerini hala merkezi idarenin gölgesi altında yapmaya mecbur bırakıldığı görüşüyle örtüşmektedir.

Konaklama tesislerinin kalitesi ve sunduğu hizmetlerin yetersizliğine inanan katılımcıların oranı %90,9'dur. Mevcut nitelikli konaklama tesisleri hali hazırda gelen turist sayısını karşılayabilecek sayıdadır. Mersin İl Kültür ve Turizm verilerine göre 2018 yılında 180.903 yerli turist gelmiş ve bunlar toplam 380.323 geceleme yapmışlardır. Yabancı turist ise 2018 yılında sadece 8.765 kişidir ve bunlar 18.667 geceleme yapmışlardır. Silifke'de toplam 157 konaklama tesisi mevcuttur. Bu tesislerdeki 3.832 oda ve 10.167 yatak kapasitesini düşünüldüğünde bu tesislerin bile tam doluluk oranıyla çalışamadıkları rahatlıkla görülebilmektedir. Dolayısıyla herhangi devlet teşviki açıklanmadan yatırımcıların bu bölgeye yeni nitelikli konaklama tesisi yatırımını oldukça riskli gördüğü düşünülmektedir.

Tablo 10'a bakıldığında en düşük frekans yüzdesinin, %63,9 ile "Halkın turizme ve turiste olan olumsuz tutumu" seçeneğinde olduğu görülmektedir. Halkın gerçekten de turist ve turizme ilgisinin çok yüksek olduğu gerek röportajların gerekse anketlerin uygulama aşamasında şahit olunmuştur.

**Tablo 11. Silifke'de Turistik Talebin Analizine Yönelik Sorulara Verilen Cevapların Frekans Dağılımları**

| **Silifke'de Turistik Talebin Analizine Yönelik Sorular** | *Hiç katılmıyorum %* | *Katılmıyorum %* | **Kümülatif %** | *Ne katılıyorum ne katılmıyorum %* | *Katılıyorum %* | *Tamamen katılıyorum %* |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 32. Yeterli tanıtım yapıldığı takdirde Silifke'ye yönelik turistik talep artar. | 2,5 | 3,0 | ***94,5*** | 5,6 | 24,1 | 64,8 |
| 33. Ulaşım imkânları geliştirildiği takdirde Silifke'ye yönelik turistik talep artar. | 3,9 | 5,8 | ***91,3*** | 7,9 | 23,8 | 58,6 |
| 34. Altyapı olanakları geliştirildiği takdirde Silifke'ye yönelik turistik talep artar. | 2,8 | 3,7 | ***93,5*** | 11,6 | 28,0 | 53,9 |
| 35. Turistlere yönelik eğlence olanakları geliştirilirse Silifke'ye yönelik turistik talep artar. | 3,7 | 3,2 | ***93,1*** | 7,6 | 20,4 | 65,1 |
| 36. Turistik tesis arzı olanakları arttırıldığı takdirde Silifke'ye yönelik turistik talep artar. | 2,8 | 2,3 | ***94,9*** | 7,6 | 22,2 | 65,0 |
| 37. Turistik tesislerde hizmet kalitesinin arttırılması ile Silifke'ye yönelik turistik talep artar. | 2,8 | 2,8 | ***94,4*** | 8,8 | 23,6 | 62,0 |

**(Tablo 11'in devamı)**

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 38. Nitelikli personel istihdamının arttırılması ile Silifke'ye yönelik turistik talep artar. | 4,4 | 4,4 | ***91,2*** | 12,3 | 25,9 | 53,0 |
| 39. Bölge halkı eko-turizm turizm konusunda bilinçlendirildiği takdirde Silifke'ye yönelik turistik talep artar. | 2,1 | 3,2 | ***94,7*** | 13,2 | 25,7 | 55,8 |
| **Kümülatif yüzdelerin ortalaması** | | | ***93,45*** | | | |

Katılımcılara turistik talebin artması için yapılması gereken tedbirler hakkında sorular sorulmuştur. Tablo 11'de bu sorulara verilen cevapların frekans dağılımları ve bu dağılımların kümülatif yüzdelik oranları yer almaktadır. Konuyla alakalı 8 soruya verilen cevapların hepsi %90'nın üzerindedir ve ortalaması %93,45 olarak hesaplanmıştır. Soruya konu olan başlıklar sırayla; tanıtım, ulaşım, altyapı, eğlence olanakları, turistik tesis arzının artırılması, hizmet kalitesi, nitelikli personel istihdamı ve halkın eko-turizm hakkında bilinçlendirilmesidir. Katılımcılar sayılan bütün konu başlıklarında çalışmalar, iyileştirmeler, geliştirmeler ve artırımlar istemektedirler çünkü sayılan bu konu başlıklarının tamamında Silifke'nin yetersiz kaldığını düşünmektedirler. Bu yetersizlikler ve eksikliklerin giderilmesinin genelde turizm özelde ise eko-turizmin gelişmesi için ön şart olarak gördükleri anlaşılmaktadır. Silifke'de turizmin gelişmesi sadece bir veya iki başlık adı altında özetlenemeyeceği bu verilerden anlaşılmaktadır, adı geçen bütün başlıklarla ilgili bir çalışma ve iyileştirme yapılması kaçınılmaz görülmektedir.

**Tablo 12. Silifke'de Eko-Turizmin Gelişmesi Açısından Avantaj ve Dezavantajları Gösterir Frekans Analizi Tablosu**

| **Silifke'de Eko-Turizmin Gelişmesi Açısından *Avantaj* ve *Dezavantajlar*** | **Avantajdır** | **Dezavantajdır** |
|---|---|---|
| 40. Antalya'nın bir turizm merkezi olarak gelişmişliği Silifke'de eko-turizmin gelişmesi açısından bir……. | 61,3 | 38,7 |
| 41. Bölgede çarpık kentleşme ve trafik sorunu olmaması Silifke'de eko-turizmin gelişmesi açısından bir **…….. .** | 66,2 | 33,8 |
| 42. Zengin tarihi ve kültürel değerlere sahip olması Silifke'de eko-turizmin gelişmesi açısından bir **…….. .** | 84,0 | 16,0 |
| 43. Bozulmamış doğal bir çevreye sahip olması Silifke'de eko-turizmin gelişmesi açısından bir **…… .** | 81,5 | 18,5 |
| 44. Bölgede turizm yatırımlarının yetersizliği Silifke'de eko-turizmin gelişmesi açısından bir……. . | 25,2 | 74,8 |
| 45. Bölgede turistik tesis sayısının azlığı Silifke'de eko-turizmin gelişmesi açısından bir **…… .** | 25,5 | 74,5 |

**(Tablo 12'nin devamı)**

| | | |
|---|---|---|
| 46. Bölgenin yeterince tanınmaması Silifke'de eko-turizmin gelişmesi açısından bir **…….. .** | 20,1 | 79,9 |
| 47. "Her Şey Dahil" sisteminin bölgeye yönelik turistik talebi olumsuz yönde etkilemesi Silifke'de eko turizmin gelişmesi açısından bir **…….. .** | 34,5 | 65,5 |
| **Kümülatif yüzdelerin ortalaması** | **49,8** | **50,2** |

Tablo 12'de, anket araştırmasının bu kısmında katılımcılara Antalya'ya yakınlık, çarpık kentleşme olmaması, trafik sorunun olmaması, tarihi ve kültürel zenginlik, bozulmamış doğal çevre, turizm yatırımlarının yetersizliği, turistik tesis sayısının az oluşu, yeterince tanınmama, "Her şey dâhil" sistemi konu başlıklarında sorular sorulmuştur. Katılımcılardan bu sorulara sadece "Avantaj" ve "Dezavantaj" seçeneklerinden bir tanesini seçmesi istenmiştir.

Katılımcılar kitle turizmi açısından gelişmiş bir destinasyon olan Antalya ile Silifke'nin birbirine olan yakınlığının avantaj mı yoksa dezavantaj mı olduğu soruna % 61,3 skor ile avantaj demiştir. Bu oranın Antalya'nın deniz-kum-güneş turizmi ile ön plana çıkan kitle turizminden uzaklaşmak isteyen turistlerin eko-turizmde ön plana çıkmak isteyen Silifke'ye bir avantaj oluşturacağı düşüncesinin öne çıktığı düşünülmektedir.

Silifke'nin tarihi ve kültürel zenginliklerinden Silifke'nin Eko-turizm Potansiyeli başlığı altında anlatılmıştı. Katılımcılar en fazla Silifke'nin tarihi ve kültürel zenginliklere sahip olmasının eko-turizm açısından avantaj sağladığını düşünmektedirler o yüzden araştırmanın bu kısmında %84 ile en çok yüzdelik oranı bu soruya verilen cevap almıştır.

Katılımcılar Silifke'de turizm yatırımlarının yetersizliği (%74,8) ve yeterince turistik tesisin olmayışını (%74,5) eko-turizmin gelişmesi açısından neredeyse eşit oranlarda bir dezavantaj olarak görmektedir. Katılımcılar yeterli tesis olmayan bir bölgeye turistin gelmeyeceğine inanmaktadırlar. Silifke halkı kitle turisti veya eko-turist arasında ayrım yapmaktadır. Onlar amacı ne olursa olsun turist sayısının artmasını arzu etmektedirler ve bu yüzden turizm yatırımlarının artmasının turizmi canlandıracağını düşünmektedirler.

Katılımcılara Silifke'nin yeterince tanınmaması eko-turizmin gelişmesi açısından bir avantaj mı yoksa dezavantaj mı sorusu sorulmuştur ve nerdeyse %80'i bu soruya dezavantaj cevabı vermiştir. Katılımcılar pazarlamanın en önemli elemanı olan tanıtımın yeterince yapılmamasının turizmin her türlüsünün gelişmesine engel teşkil ettiğini düşünmektedirler.

Katılımcılara "Her şey dâhil" sisteminin eko-turizm açısından bir avantaj mı yoksa dezavantaj mı olduğu sorulmuştur. Turizm sektöründe de sık sık tartışmalara yol açan bu sistemin eko-turizmin vaz geçilmez paydaşlarından olan yerel halka gelmesi gereken ekonomik faydayı engellediği düşüncesiyle katılımcıların %65,5 oranında her şey dâhil sistemin bir dezavantaj olduğunu ifade ettiklerine inanılmaktadır. Gerçekten de bu sistem ile gelen ziyaretçiler konaklama otellerinden dışarı çıkarak yerel turistik tesislerden ve esnaflardan mal ve hizmet satın almaları asgari seviyede tuttukları bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Yerel halk ile temasa geçmeden, onlardan alış-veriş yapmadan tatil sürecini geçiren ziyaretçi destinasyonun paydaşı olan yerel halkın turizm gelirlerinden hak ettiği payı alamamasına yol açmaktadır.

**Tablo 13. Silifke'de Potansiyel Alternatif Turizm Türlerinin Tanınma Durumunu Gösteren Frekans Dağılımı Analizi**

| **Alternatif Turizm Çeşitleri** | **Evet, haberdarım** | **Hayır, haberdar değilim** |
|---|---|---|
| 48. Doğa Turizmi | 64,4 | 35,6 |
| 49. Tarih Turizmi | 58,6 | 41,4 |
| 50. İnanç Turizmi | 36,6 | 63,4 |
| 51. Doğa Sporları Turizmi | 50,9 | 49,1 |
| 52. Ekolojik Turizm | 33,1 | 66,9 |
| 53. Kültür Turizmi | 60,9 | 39,1 |
| 54. Yayla Turizmi | 60,0 | 40,0 |
| 55. Akarsu Turizmi | 44,2 | 55,8 |
| 56. Çiftlik turizm | 29,2 | 70,8 |
| 57. Tüplü sualtı dalış | 37,7 | 62,3 |
| 58. Gastronomi turizmi | 29,4 | 70,6 |
| 59. Av turizmi | 42,4 | 57,6 |
| 60. Üçüncü yaş turizmi | 18,1 | 81,9 |
| **Ortalamalar** | **43,5** | **56,5** |

Yukarıdaki frekans tablosunda (Tablo 13) eko-turizm kapsamına giren farklı alternatif turizm çeşitlerinin katılımcılar tarafından tanınıp tanınmadığı sorulmuştur. Tabloya yazılan alternatif turizm türleri Silifke'nin coğrafi, iklim, tarihi ve kültürel değerleri dikkate alınarak yazılmış uygulanabilme potansiyeli olan turizm türleridir. Bunların çoğunun yaygın olarak uygulanmaması sebebiyle katılımcıların büyük bir kısmı bu potansiyeli olan ama uygulanmayan eko-turizm türlerinden haberi olmadığı ortaya çıkmıştır. "Evet, haberdarım" seçeneğini işaretleyenlerin oranı %43,5 olarak gerçekleşmiş; "Hayır haberdar değilim" diyenlerin oranı daha yüksek bir oranla %56,5 olmuştur.

Katılımcılara eko-turizmin olası olumlu veya olumsuz etkilerini bulmaya yönelik sorulan soruların sonuçlarının ortalaması ve standart sapması tespit edilmiştir. Bknz. Tablo 14.

**Tablo 14. Katılımcıların Eko-turizmin Olası Etkileri Üzerine Görüşleri**

| Değişkenler | N | Ortalama | Standart Sapma |
|---|---|---|---|
| Bölgesel kalkınmayı olumlu etkiler | 432 | 4,521 | 0,800 |
| Yatırım artışını sağlar | 432 | 4,482 | 0,812 |
| Sermaye girişini sağlar | 432 | 4,454 | 0,858 |
| İstihdamı artırır | 432 | 4,387 | 0,862 |
| İşletme kalitesini artırır | 432 | 4,322 | 0,949 |
| Kişi başına düşen geliri artırır | 432 | 4,227 | 1,075 |
| Bölgelerarası gelişmişlik farkını azaltır | 432 | 4,185 | 1,063 |
| Halkın tarihi ve kültürel eser bilincini artırır | 432 | 4,162 | 1,020 |
| Alt ve üst yapı olanaklarını iyileştirir | 432 | 4,146 | 1,042 |
| Doğal alanların korunması sağlar | 432 | 4,123 | 1,134 |
| Diğer sektörlerin de gelişmesini sağlar | 432 | 4,111 | 1,018 |
| Kültürlerarası iletişimi artırır | 432 | 4,074 | 1,176 |
| Trafik yoğunluğunu artırır | 432 | 3,021 | 1,460 |
| Tarım alanların azalmasına sebep olur | 432 | 2,653 | 1,485 |
| Çevresel sorunları artırır | 432 | 2,558 | 1,429 |

Not:1:Hiç katılmıyorum 2:Katılmıyorum, 3:Ne katılıyorum ne katılmıyorum, 4:Katılıyorum, 5:Tamamen katılıyorum

Tablo 14'ten de anlaşılacağı üzere katılımcılar çok yüksek ortalamayla (4,521) eko-turizm bölgesel kalkınmayı olumlu yönde etkileyeceğini düşünmektedirler. Eko-turizmin yatırımlarını da artıracağı yönünde bir düşünceye sahiptirler (4,482). Yine yüksek bir ortalamayla (4,454) Sermaye girişini artıracağı yönündeki görüşler de ağırlık kazanmıştır. Katılımcıların çoğu eko-turizmin trafik

yoğunluğunu artıracağına (3,021), tarımsal alanların azalacağına veya yok olacağına (2,653) ve çevresel sorunlara yol açacağına (2,558) inanmamaktadırlar.

Katılımcılara Silifke'de turizmin gelişmediğine dair görüşleri soruldu ve çıkan sonuçların ortalaması ve standart sapması belirlendi. Bknz. Tablo 15.

**Tablo 15. Katılımcıların Silifke'de Turizmin Gelişmemesinin Nedenlerine Yönelik Görüşleri**

| Değişkenler | N | Ortalama | Standart Sapma |
|---|---|---|---|
| Tanıtım sorunu | 432 | 4,350 | 1,004 |
| Yetersiz yatırım | 432 | 4,245 | 1,053 |
| Belediyenin turizme yeterince ilgi göstermemesi | 432 | 4,218 | 1,048 |
| Sınırlı eğlence olanakları | 432 | 4,111 | 1,130 |
| İşbirliği ve iletişim eksik | 432 | 4,065 | 1,126 |
| Yetersiz turist rehberi | 432 | 4,060 | 1,154 |
| Alt ve üst yapı sorunları | 432 | 4,056 | 1,122 |
| Nitelikli oda ve yatak sayısı | 432 | 4,046 | 1,095 |
| İkincil konutlar | 432 | 4,000 | 1,222 |
| Kalifiye işgücü | 432 | 3,998 | 1,129 |
| Sey.Ac ve tur operatöleri sayısında yetersizlik | 432 | 3,991 | 1,199 |
| Yıldızlı otel sayısındaki yetersizlik | 432 | 3,956 | 1,273 |
| Yiy.içecek tesisi yetersizliği | 432 | 3,688 | 1,300 |
| Kısa sezon | 432 | 3,565 | 1,436 |
| Ulaşım zorluğu | 432 | 3,470 | 1,450 |
| Halkın olumsuz tutumu | 432 | 3,190 | 1,540 |

Not:1:Hiç katılmıyorum 2:Katılmıyorum, 3:Ne katılıyorum ne katılmıyorum, 4:Katılıyorum, 5:Tamamen katılıyorum

Tablo 15'ten de anlaşılacağı üzere katılımcıların çoğu turizmin gelişmeme nedenleri olarak sırasıyla tanıtım eksikliği (4,350), yetersiz yatırım (4,245) ve yerel yönetimlerin konuya olan ilgisizliği (4,218) görüyor. Ulaşım sorunu (3,470) ve halkın turizme karşı olumsuz tutumu (3,190) ise katılımcıların turizmin gelişmeme nedenleri arasında ortalamanın üstünde çıkmasına rağmen en düşük ortalamaya sahip değişkenler olduğu tespit edilmiştir.

Katılımcılara Silifke'de turistik talebin ne yapılırsa artacağı yönünde görüşleri soruldu, eğilimlerin ortalaması ve standart sapması tespit edilerek tabloaştırıldı. Bknz. Tablo 16.

**Tablo 16.Katılımcılar Silifke'de Turistik Talebin Nasıl Artırılabileceğine Yönelik Görüşleri**

| Değişkenler | N | Ortalama | Standart Sapma |
|---|---|---|---|
| Yeterli tanıtım yapılırsa | 432 | 4,456 | 0,920 |
| Turistik tesis arzı artırılırsa | 432 | 4,444 | 0,935 |
| Eğlence olanakları artırılırsa | 432 | 4,398 | 1,017 |
| Hizmet kalitesi artırılırsa | 432 | 4,394 | 0,957 |
| Halkın eko-turizm bilinci artarsa | 432 | 4,299 | 0,959 |
| Ulaşım iyileşirse | 432 | 4,273 | 1,085 |
| Altyapı iyileşirse | 432 | 4,266 | 0,992 |
| Nitelikli personel istihdam edilirse | 432 | 4,188 | 1,092 |

Not:1:Hiç katılmıyorum 2:Katılmıyorum, 3:Ne katılıyorum ne katılmıyorum, 4:Katılıyorum, 5:Tamamen katılıyorum

Katılımcılar turistik talebin artırılmasını yüksek bir ortalamayla (4,456) yeterli yatırımın yapılması ile ilişkilendirmişlerdir. Turistik tesis arzının artırılmasını da neredeyse aynı oranda (4,444) turistik talebin artışında önemli bir değişken olarak görmüşlerdir. Eğlence olanaklarının artırılması (4,398) da 3'ncü önemli bir değişken olarak karşımıza çıkmaktadır. Ulaşımın iyileştirilmesi (4,273), altyapı iyileştirilmesi (4,266) ve nitelikli personel istihdamı (4,188) da yüksek oranlarda çıkmıştır ama önem sırası bakımından alt sıralarda yer almıştır.

### 4.5.2.3. Katılımcıların Demografik özellikleri

Ankete katılanlardan anketleri geçerli sayılan 432 kişiye ait demografik bilgiler aşağıda tablolarda gösterilmiştir.

**Tablo 17. Katılımcıların Cinsiyet Oranları**

| | Frekans Dağılımı | Yüzdelik Oranı | Geçerli Yüzdelik | Kümülatif Yüzdelik |
|---|---|---|---|---|
| Erkek | 275 | 63,7 | 63,7 | 63,7 |
| Kadın | 157 | 36,3 | 36,3 | 100,0 |
| Toplam | 432 | 100,0 | 100,0 | |

Tablo 17'den de anlaşılacağı üzere katılımcıların 275'i erkek; 157'i kadınlardan oluşmuştur.

Katılımcıların çalıştıkları işletmelerde çalışma pozisyonları ise Tablo 18'da gösterilmiştir:

**Tablo 18.Katılımcıların İşletmelerdeki Statüsü**

| | Frekans Dağılımı | Yüzdelik Oranı | Geçerli Yüzdelik | Kümülatif Yüzdelik |
|---|---|---|---|---|
| İşletmeci | 184 | 42,6 | 42,6 | 42,6 |
| Yönetici | 58 | 13,4 | 13,4 | 56,0 |
| Çalışan | 190 | 44,0 | 44,0 | 100,0 |
| Total | 432 | 100,0 | 100,0 | |

Tablo 18'de görüldüğü gibi işletme sahiplerinin profesyonel yöneticiler istihdam etmemesi onun yerine kendisinin işletmesini yönetmesi dikkat çekici bir veri olarak karşımıza çıkmaktadır.

**Tablo 19. Katılımcıların Eğitim Durumu**

| | Frekans Dağılımı | Yüzdelik Oranı | Geçerli Yüzdelik | Kümülatif Yüzdelik |
|---|---|---|---|---|
| İlköğretim | 68 | 15,7 | 15,7 | 15,7 |
| Lise | 175 | 40,5 | 40,5 | 56,3 |
| Üniversite | 169 | 39,1 | 39,1 | 95,4 |
| Lisansüstü | 20 | 4,6 | 4,6 | 100,0 |
| Total | 432 | 100,0 | 100,0 | |

Tablo 19'da katılımcıların eğitim durumu gösterilmektedir. Katılımcıların çoğunun üniversite ve lisans eğitimi aldığı(189 kişi), çok düşük seviyede ilköğretim seviyesinde eğitim aldığı(68 kişi) görülmektedir. 175 katılımcının ise lise eğitimi aldığı tespit edilmiştir. Bu veriler ışığında sektörde eğitimli kişilerin ağırlıklı olarak işletmeci, yönetici ve çalışan olarak yer aldığını söylemek mümkün görünmektedir.

**Tablo 20. Katılımcıların Memleketi**

| | **Frekans Dağılımı** | **Yüzdelik Oranı** | **Geçerli Yüzdelik** | **Kümülatif Yüzdelik** |
|---|---|---|---|---|
| Silifke | 326 | 75,5 | 75,5 | 75,5 |
| Başka şehir | 106 | 24,5 | 24,5 | 100,0 |
| Total | 432 | 100,0 | 100,0 | |

Tablo 20'de katılımcılara yöneltilen diğer bir demografik soru, katılımcıların nereli olduklarıyla alakalıdır. Soruların cevaplarına frekans analizi yapılmıştır. 326 katılımcı bu soruya Silifkeli olduğu (%75,5) cevabını vermiştir. Bu sonuç Silifke'nin yerli halkının turizm sektörüne ilgi duyduğu anlamına gelebilmektedir. Silifkeli olmayan katılımcı sayısı 106 kişi ile %24,5 oranındadır. Bu oran ise Silifke turizminin henüz Silifkeli olmayan işgücünü çekebilecek seviyede olmadığını gösterir niteliktedir.

**Tablo 21.Katılımcıların Aylık Kazancı**

| | **Frekans Dağılımı** | **Yüzdelik Oranı** | **Geçerli Yüzdelik** | **Kümülatif Yüzdelik** |
|---|---|---|---|---|
| 0-3000 | 240 | 55,6 | 55,6 | 55,6 |
| 3001-6000 | 109 | 25,2 | 25,2 | 80,8 |
| 6001- ve üstü | 83 | 19,2 | 19,2 | 100,0 |
| Toplam | 432 | 100,0 | 100,0 | |

Katılımcılara Tablo 21'de aylık kazançlarıyla ilgili soru sorulmuş ve alınan cevapta 240(%55,6) kişinin verilen şıklardaki en düşük gelir seviyesi olan 0 ila 3000 TL arası seçeneğini işaretlediği görülmüştür. En üst kazanç seviye seçeneğini işaretleyen katılımcı sayısı sadece 83 kişiyle %19,2 oranında kalmıştır. Bu veriler turizm sektörünün Silifke'de istenilen seviyede kazanç sağlamaya elverişli bir seviyeye gelmediğini göstermesi açısından önemli veri olarak karşımıza çıkmaktadır. Turizm faaliyetleri sonucunda istenilen seviyede kazancın olmaması turizm yatırımcılarının bu bölgeye yeni yatırım yapma noktasında çekingen davrandıklarını açıklayabilmektedir.

# TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu bölümde araştırmanın sonuçlarının analizi edilmesi sonucunda elde edilen bulgulara dayalı çıkarsamalara yer verilmiştir. Sonuçlar nitel ve nicel araştırmaya dayalı sonuçlar ayrı ayrı irdelenmiş ve her ikisinin verdiği sonuçların örtüştüğü kısımlara değinilmiştir. Tartışma ve öneriler kısmında geleceğe dair projeksiyonlar yapılmıştır.

## Tartışma

1982 yılında yürürlüğe giren Turizm Teşvik Kanunu bir çok destinasyon için turizmini geliştirme bakımından bir dönüm noktası olurken maalesef Silifke turizmi için bir dönüm noktası olamamıştır. Silifke kadar tarihi, kültürel ve doğal eser ve güzelliklere sahip olan veya daha az olan bölgeler bu teşvik yasasından azami fayda sağlayarak turizmlerini hızla geliştirmiş ve turistik çekim merkezi halini almıştır. Maalesef bu bölgelerin çoğu iyi bir turizm planlaması ve yapılaşması örneği veremeden bu gelişimi sağlamış ve yerel halkın ve ziyaretçilerin memnuniyet eşiklerini aşacak şekilde taşıma kapasitesinin çok üstünde bir turizm patlaması yaşanmıştır. Bu gelişim çoğu zaman çevreyi dikkate almamış ve çevresel sorunlara da kapı aralamıştır.

Silifke turizmini geliştirmeye istekli bir yerel halka sahip olduğu araştırma sonucunda ortaya çıkmıştır. Bugün turizminin istenilen seviyede olmadığı yine bu araştırma sonucu ile teyit edilmiştir. Silifke destinasyonunun paydaşları başka destinasyonların yaptıkları planlama ve yapılaşma hataları yapmadan, onların deneyimlerinden faydalanarak planlı ve doğru bir yapılaşma ile çevreye duyarlı bir turizm anlayışı ortaya koymalıdır. Bu araştırma Silifke'nin klasik deniz-kum-güneş turizmine ek olarak Silifke'nin alternatif turizm çeşitlerini de ön plana çıkarak hem yerel halkın hem de ziyaretçilerin memnuniyetinden ödün vermeden her iki tarafın da arzu edebileceği bir eko-kalkınma modelini ortaya koymak istemektedir. Yerel halk turizm yoluyla gelirlerini artırmak istemektedir ama aynı zamanda yaşam kalitesinden de ödün vermek istememektedir; turizmin yol açabileceği, alt yapı yetersizlikleri, gürültü, yoğun trafik, park sorunu, tarım arazilerinin azalması, yerel

kültürün yozlaşması ve diğer çevresel sorunlarla ile de karşılaşmak istememektedir. Bu araştırma hem evrensel düşünüp hem de yerel yaşamanın, yerel kalmanın yollarını, gelişirken zarar görmemeyi veya zararı en aza indirmeyi amaçlamaktadır.

Türkiye'de 12.02.2020 tarihi itibariyle eko-turizm veya alternatif turizm ile ilgili benzer konu başlıkları altında 9 yüksek lisans ve 2 doktora tezi tamamlanmıştır. Bu tez çalışmalarında eko-turizmin bölgesel katkısı, kadınların eko-turizmdeki yeri, eko-turizmin pazarlanabilirliği, eko-turizmin yapısal analizi, eko-turizmi geliştirme stratejileri gibi konular araştırılmıştır. Bu tez çalışması eko-kalkınma modelini esas alarak yapılan ilk olma özelliği taşımaktadır.

Bu tez araştırması çerçevesinde tartışılması gereken bazı hususlar vardır. Bunlardan ilki: Yerel kalkınmada yerel politikaların oluşturulması ve uygulanması çok önem arz etmektedir. Ortaya konulan eko-kalkınma modeli yerel yöneticiler tarafından benimsenmesi ve uygulanması, klasik kıyı turizmine yönelik yatırımların atıl hale gelmesi anlamına gelmemektedir. Kıyı otelleri işletmecileri bu konuda bazı endişeler taşıyabilir. Hâlbuki böyle bir endişeye mahal yoktur. Çünkü eko-turizm ve eko-turizm yaklaşımına uygun işletme modellerini benimsemiş, örneğin yeşil otel işletmeleri eko-turizm faaliyetlerine, eko-turizm faaliyetleri de otel işletmelerine destek verecektir.

Diğer bir husus ise: Eko-kalkınma modelinde yerel yönetimlerin yerel politikalar belirlemesi ve uygulamasının önemli olduğu araştırmanın giriş bölünde de izah edilmişti. Türkiye'de hala merkezi hükümetlerin yerel idareler üzerinde büyük ölçüde hem ekonomik hem de siyasi olarak nüfuzu vardır. Bu durumda yerel yönetimlerin turizm politikalarıyla merkezi hükûmetin turizm politikaları çelişirse sorun esas itibariyle bu aşamada çıkacağı kesindir. Örneğin merkezi hükümet kıyı turizmini teşvik eder, yerel idare ise eko-turizmi teşvik etmek isterse bu büyük bir sorun teşkil edecektir. Bu durumda çözüm yerel idarenin bölge milletvekilleri aracılığı ile veya direk ilgili bakanlık yetkililerileriyle konuşarak politika belirlemeye etki etmesi şeklinde ilerlemesi gerekir.

Son tartışma konusu ise şu olmalıdır: Eko-kalkınma modeliyle hayata geçirilen eko-turizm faaliyetlerinin yerel halkın refahına, gelirlerinin artmasına geri dönüşünün ne kadar bir süreç içinde olacağıdır. Eko-turizmin çevreye, kentin değişik noktalarındaki lokal yoğunluklar, trafik, gürültü kirliliği vs. gibi sorunların çözümüne katkısı ne zaman olacağıdır. Doğal olarak bunun cevabı eko-kalkınma modelinin paydaşlar tarafından benimsenme, ortaya koyduğu prensiplerine bağlılık oranına ve zaman içinde takibine bağlı olarak ortaya çıkacaktır.

**Sonuç**

1980'li yıllardan itibaren ortaya çıkan eko-turizmin esas çıkış sebebi hızla gelişen turizm sektörünün tehlikeli boyutlara ulaşan bazı yıkıcı özelliklerinin ortaya çıkması olduğu düşünülmektedir. Gerçekten de turizm faaliyetlerinin doğal ve kültürel kaynaklar, yerel kültür ve kültürel miras varlıkları üzerindeki olumsuz etkileri ortaya çıkmıştır. Bu olumsuz etkilerin turizmin kendi geleceğini tehlikeye attığının anlaşılmaya başlanması uzun sürmemiş ve kaynakların daha uzun dönemli kullanımına dayanan, yerel halka ve onun geçmişten getirdiği kültürel miras öğelerine saygılı turizm türlerini gündeme getirmiştir (Kaypak, 2012:12).

Türkiye'de kentleşme hızla artmaktadır. 1970 yılında %38,5 olan kentlerde yaşayanların oranı (Kiziroğlu, 2017:6) 2019 yılına gelindiğinde %92,8 gibi yüksek bir orana ulaşmıştır (www.hurriyet.com.tr, 2020). Bu rakamlar kırsal yaşamın ve tarımsal üretimin ne kadar tehlike içinde olduğunun göstergesi niteliğindedir. Eğer köylerde yaşayan insanlar için kırsal yaşam daha cazip hale getirilemezse orada halen yaşayan ve çok az bir orana sahip olan insanları da orada tutmak da mümkün olmayabilecektir. Sadece köylerde yaşayanları orada tutmak değil köyden kente göç etmiş insanların da köylerine geri dönmelerini sağlayacak veya teşvik edecek yaklaşımlara ihtiyaç vardır. Eko-kalkınma modelinin kırsalın yeniden cazibe kaynağı olmasını sağlayabilecek bir model olduğu düşünülmektedir. Ekonomik değeri düşük gibi görülen ve bu yüzden köylerde ekonomik sıkıntılarla mücadele etmek zorunda kalan insanların aslında eko-kalkınma modeliyle sürdürülebilir bir gelir kaynağına sahip oldukları kendilerine gösterilmelidir.

Silifke'de sürdürülebilir bir gelir kaynağı olarak eko-kalkınma modeli kapsamında eko-turizm uygulamaları doğal kaynakları bozmadan, tarımsal alanların işlevlerini kaybetmesine sebep olmadan, fırsat maliyeti çok düşük olan, ekolojik süreçleri dikkate alan bir bölgesel turizmi gelişimi sağlaması zorunludur.

Bu tez araştırması kapsamında hem nitel hem de nicel araştırma uygulamaları yapılmıştır. Nitel araştırma genellikle konusun uzmanı 13 kişi ile yapılmış olmasına karşın nicel uygulama turizm ile alakalı tabana yayılarak yürütülmüştür. Nicel araştırma kısmında yine sektör ile alakalı kişilere anket uygulanmıştır. Nitel araştırmada kentin ileri gelen yöneticileri, sivil toplum örgütü liderleri, meslek odaları, araştırmanın içeriğine uygun düşen daire amirleri, turizm akademisyenleri, otel işletmecileri ve otel müdürleri ile yürütülmüştür.

Bu araştırmada Silifke'nin turizm gelişimine ekolojik kaygıları göz önünde tutarak eko-kalkınma modeli olarak adlandırdığımız bir turizm kalkınma modelinin sunulması hedeflenmiştir. Nitel araştırma bu tez araştırmasının temel çalışması olarak düşünülmüştür. Nicel araştırma nitel araştırmanın tamamlayıcısı olarak yapılmıştır. Karma araştırma daha büyük bir örneklem kütlesine ulaşma imkânı veren nicel araştırmanın sonucunu nitel araştırmanın sonucu ile mukayese etme şansı vermiştir.

**Nitel Araştırmaya Dayalı Sonuçlar**

Silifke'de turizmin gelişmesi için hangi kurumların en fazla sorumluluk alması gereken paydaş grup olduğu bu araştırma sonucu ile ortaya konulmuştur. En fazla ilişki kodlamasının "Merkezi yönetim ile Yerel Yönetim" "Yerel Yönetim ile Kaymakamlık" "STK'lar ile Üniversite" arasında olduğu ortaya çıkarılmıştır. Farklı bir ifade ile katılımcılar turizm sorunlarının çözümü için bu kurumların aktif rol alması gerekliliğini daha yoğun ifade etmiş olsalar da en fazla sorumluluğun yerel yönetimlerde olduğu anlaşılmıştır. Kod İlişkiler Tarayıcısında 11 kodlama sıklığı yerel yönetimlerin paydaşlar arasında en fazla sorumluluk alması gereken kurumsal yapı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yerel yönetimler tek çözüm mercii olmadığı halde inisiyatif alarak merkezi hükümeti, hükümetin yereldeki temsilcisi olan

kaymakamlığı, üniversiteleri ve STK'ları harekete geçirecek bir kurum olduğu ortaya çıkmıştır. Turizm ile ilgili sorunların çözümü bir orkestrasyon gerektirmektedir ve katılımcılar bu orkestrasyonun başında yerel yönetimlerin olması gerektiğine inanmaktadırlar. Çünkü yerel yönetici seçimle göreve gelen ve arkasında en paydaş olan yerel halkın desteğini almış kişidir. Ayrıca siyasi nüfuzu vardır ve merkezi idarenin desteğini alma potansiyeli de mevcuttur.

Katılımcılar Silifke'de turizmin gelişmesi için gerekli bütün potansiyeller olduğu halde neden gelişemediği sorusunun cevapları konaklama tesisleri ve diğer turistik tesislerin nitelik ve nicelik bakımından yetersizliğinde yoğunlaşmıştır. Sadece kitle turizmi değil eko-turizmin de gelişmesi için özellikle konaklama tesisleri ve diğer turistik tesislerin nicelik ve nitelik yönünden yetersizliğini vurgulamışlardır. Sadece ev pansiyonculuğu ile turizmin gelişemeyeceği, yıldızlı otel sayılarının da artması gerekliliği ortaya çıkmıştır. Turistik tesislerin özelliklerine veya verdiği hizmetlere göre kentin farklı farklı bölgelerinde öbekleşmesi gerektiğini belirtmişlerdir. Örneğin çok gürültülü eğlence merkezleri konaklama tesislerinden uzakta olması gibi. Özellikle nitelikli konaklama tesisi sayısındaki yetersizlik çözülmeden Silifke'de turizmin hiçbir türünün gelişmesinin mümkün olmadığı katılımcıların beyanları üzerine ortaya çıkmıştır. Çünkü turistin tanımında olduğu gibi sürekli yaşadığı mekândan geçici olarak ziyaret ettiği destinasyonda konaklama yapması gerekliliği konaklama tesislerini turizmin adeta vazgeçilmez öğesi haline getirmiştir.

Ulaşım kısıtlılığı kimi katılımcılara göre sorun teşkil etmese de çoğu katılımcı özellikle ulaşımın çok büyük bir sorun teşkil ettiğini beyan etmişlerdir. Özellikle hava ulaşımı sorunu yabancı turist gelmemesinin en büyük nedeni olarak görülmüştür. Silifke'ye en yakın havaalanı olan Adana Şakirpaşa Havaalanına uzaklığı en az 3 saat sürmesi, bu havaalanına inen bir turistin Silifke'de konaklayacağı bir otele konforlu bir ulaşım sağlayamamışı, bu bölgeye uluslararası turistlerin gelmesini engelleyen bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır. Katılımcılar Tarsus-Çukurova Bölgesel Havaalanı ve Çeşmeli-Taşucu Otoyol projeleri tamamlandığı takdirde ulaşımın daha da kolaylaşacağını belirtmişlerdir.

Çünkü turist (özellikle yabancı turist) havayolu ile ziyaret ettiği destinasyondaki konaklama tesisine havaalanına inişinden itibaren azami 1,5 saatte ulaşması beklenir.

Sezonun kısa olması, sadece okullar kapanış ve açılışına endeksli bir sezonun olması çok büyük sorunlar yaşanmasına sebep olmaktadır. Sezon açıldığında kentin taşıma kapasitesinin çok üzerinde bir yoğunluk, talebin aşırı artmasına bağlı ederinin çok üzerinde fahiş konaklama ve yeme-içme bedelleri, otopark sorunu, aşırı trafik yoğunluğu, çevre ve gürültü kirliliği, sahillerde düzensizlik vs. gibi sorunlara sebep olmaktadır. İşletmeciler bu kısa yaz sezonunda çok yoğun diğer aylarda ise işletmelerine kilit vurmaktadırlar. Dolayısıyla bu kısa sezonu bir fırsatçılığa çevirmek istemektedirler. Bu sebeplen dolayı yakın bölgelerden kente gelen yerli turistler tatilleri boyunca tüketeceği gıdaları kendi memleketlerinden getirerek konakladıkları pansiyonlarında bu gıdaları tüketme yoluna gitmektedirler. Bu sorunun çözümü için belediyelerin alternatif turizm çeşitlerini artırması, yoğunluğu kentin değişik bölgelerine yayacak tedbirler alması gerekmektedir. Bu kısa süre içinde gelen turistlerin kalite sorunları katılımcıların sık sık ifade ettikleri bir sorundur. Kaliteli turist gelmesi için eko-turizm kapsamında alternatif turizm çeşitliliğinin artırılması ve diğer mevsimlerinde de turistlerin katılabilecekleri turizm çeşitlerinin tanıtımı ve yaygınlaştırılması gerekliliği ortaya çıkmıştır.

Silifke özellikle eko-turizm açısından potansiyeli çok yüksek bir destinasyon adayıdır. Gerek kurumlarda, gerekse yerel halkta bu potansiyeli harekete geçirecek turizm bilinci henüz gelişmemiş durumdadır. İşletmeciler kısa süren yüksek sezonda gelen yerli turistleri Silifke'den memnun ayrılmaları için hizmet veren işletmeler olarak gereken davranış standartlarını henüz yakalayamamış durumdadır. İşletmeciler kaliteli hizmet sunacak kalifiye personel istihdam etmek yerine maliyet kaygılardan dolayı ucuz kalifiye eleman çalıştırmayı tercih etmektedirler. Hâlbuki işletmeler açısından iç müşteri sayılan turizm çalışanları hem daha kaliteli müşterilerin gelmesini hem de yeniden ziyaretleri artıran bir öğedir.

Halk tarihi ve kültürel eserleri koruma bilincine erişmeleri, hem kendileri hem de bu eserlere zarar vermek isteyen define avcılarına karşı uyanık olmalı ve koruma içgüdüsüyle hareket etmelidirler. Bu koruma duygusunun gelişmesi elbette bu

bölgede bu eserleri ziyaret eden ziyaretçiler üzerinden para kazanabilmesine de bağlıdır. Bu eserlerin onların geçim kapsısı olabileceğini biran önce anlamaları gerekmektedir.

Silifke aslında bilinirliği olan bir kenttir. Bu bilinirlik genellikle Silifke yoğurdu ve çilek üzerinden olmaktadır. Yerli ve yabancı turistlerin buraya gelmesi için bu bilinirliğe bu kentin eko-turizm potansiyellerini de eklemek zor olmayacaktır. Bunun için yerel yönetimlerin koordinasyonunda büyük bir tanıtım kampanyası yapılması gerektiği ortaya çıkmıştır.

Altyapısı olmayan veya yetersiz olan bir kentte hiçbir turizm çeşidinin gelişmesi mümkün değildir. Silifke'de maalesef özellikle altyapı eksikliği yüksek sezon yaşandığı yaz aylarında kendini göstermektedir. Özellikle kanalizasyon, trafik, tarihi ve turistik yörelerde kolaylık tesisleri eksikliği, bazı tarihi eserlerin bulunduğu yerlere ulaşım sıkıntısı, sık sık elektriklerin kesilmesi, otoparkların yetersizliği vb. sorunlar katılımcılar tarafından hızla çözülmesi gereken sorunlar olduğu beyan edilmiştir.

Silifke'de maalesef turizm kenti olması için gerekli planlamalar zamanında yapılmamıştır. Kentin kronik sorunu olarak yazlık evler diye ifade edilen ikincil konutlardır. Ne yazık ki bu konutlar kaliteli turizm tesisi yapılabilecek sahillere plansız bir biçimde serpiştirilmiştir. Sahiller kontrolsüz bir biçimde kaçak çardak tipi turistik tesislerle işgal edilmiştir. Bu türden işletmelerde maalesef destinasyonun olumsuz tanınmasına yol açabilecek kontrolsüz faaliyetler yürütülebilmektedir. Konaklama tesisi yakınlarında gürültü seviyesi yüksek bar, disko gibi eğlence tesisleri konaklama yapan müşterilerini rahatsız edecek şekilde yapılaşmışlardır. Birbirine benzeyen turistik tesislerin kentin değişik yerlerinde öbekleşmesine dayalı bir turizm kenti planlaması yapılması gerekmektedir.

Kaliteli hizmet ancak kaliteli personel tarafından verilebilir. Silifke'de turizm sektörüne kalifiye eleman yetiştiren Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi ve ön lisans eğitimi veren Aşçılık ve Turizm ve Otel İşletmeciliği programları olan Otel lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümünü içinde barındıran bir Meslek Yüksekokulu

mevcuttur ve Silifke'nin ihtiyacı olan kalifiye personel yetiştirmektedir. Buradan mezun olan öğrenciler kendilerine tatmin edici bir ödeme yapılmadığı için bu kentte çalışmak yerine başka destinasyonlarda çalışmayı tercih etmektedirler. Bunun nedeni turizm işletmeciler genellikle profesyonel turizmciler tarafından değil de aile işletmeleri şeklinde yönetilmelerindendir. Bir katılımcının tabiriyle "Turizmi bilenler değil parası olan yapmaktadır". Bu tür işletmeler genellikle maliyet kontrolüne özellikle vurgu yapmaktadırlar ve maliyet kaygıları daha fazla ücret talep eden kalifiye personel yerine alaylı tabir edilen ucuz işgücüne yönelmelerine sebep olmaktadır. Hiçbir ilk yardım dersi, servis dersi, iletişim dersi, problemlerle başa çıkma deneyimi olmayan bu kalifiye olamayan personel istihdamı zamanla destinasyonun çok kötü bir şekilde tanınmasına ve memnuniyetsiz müşterilerin artmasına sebep olmaktadır.

Destinasyon yönetim problemleri olarak ifade edebileceğimiz; sorumluluk sahibi tüm paydaşların bir araya gelerek organize olamamalarından kaynaklanmaktadır. Katılımcılar genellikle yerel belediyelerin bu konuda sorumluluk alarak destinasyonun yönetilmesini dile getirmişlerdir. Turistik çekim merkezlerinde sorumluluk kargaşası yaşanması, bir kumsalda kolaylık tesisleri yapılması, bakımının üstlenilmesi, çöplerin toplanması genellikle sorun olmaktadır. Yeni Büyük Şehir Yasası özellikle bu konuda kargaşanın artmasına neden olmuştur. Sahillerdeki yapılacak olan tesislerin ruhsatlandırılması, sahilleri kim ne kadar kullanacak, şezlong ve şemsiye kiralama işi kim tarafından yapılacak gibi sorular ve sorunlar, hizmetlerin aksamasına, görev ve sorumluluk kargaşasına yol açmaktadır. Bu konuda Büyük Şehir Belediyesi ile bağlı ilçe belediyesi arasında bazı sorunlar ortaya çıkabilmekte, bu sorunlar turistlerin alması gereken hizmetlerinde aksamalara yol açabilmektedir.

Alternatif turizm veya eko-turizm, klasik deniz-kum-güneş turizminin veya kitle turizminin kente yüklediği bazı yüklerin kentin başka bölgelerince paylaşılmasını, turizm faaliyetlerinin ve yoğunluğunun yayılarak sadece bir bölgede yaratmış olduğu kilitlenmeyi açabilecek bir turizm türüdür. Eko-turizm, turizm gelirlerin hakça bölüşülmesini, yerel halkında hakkına düşen payı alabilmesini

sağlar. Eko-turizm, yaşadığımız çevrenin, göllerin, akarsuların tarihi ve kültürel değerlerin gözetilip korunmasını ve değerlerinin anlaşılmasının yegâne yoludur. Silifke eko-turizm açısından zengin bir potansiyele sahip olduğunu daha öncede belirtmiştik. Bu potansiyelin tanıtılarak, yaygınlaştırılarak bir an önce kullanılması için kentin turizm paydaşlarının bir an önce organize olmaları ve gereken planlamaları ve tedbirleri alması gerekmektedir.

Merkezi yönetim Silifke için öncelikle şuna karar vermelidir: Silifke bir turizm kenti mi yoksa bir sanayi kenti mi olacak? Mersin'de ilan edilen 8 adet Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi'nin 4 tanesi Silifke sınırları içerisindedir. Ancak buna rağmen bu bölgelerden Ovacık ve Taşucu-Boğsak Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgelerine yakın alanlarında çimento fabrikasına, bu üretilen çimentonun taşınması için bir adet yük ve kargo limanına izin verilmiş olması düşündürücüdür. Bu bölgelerde atık üretme, çevreyi ve havayı kirletme potansiyeli olan sanayi kuruluşlarının yapımına izin vermemelidir. Bu bölgelerin yakınlarına örneğin balık çiftliklerine müsaade etmemelidir, önceden faaliyete geçmiş olanların ruhsatları iptal edilmeli veya bu bölgelerden uzaklarda faaliyetlerini devam etmeleri için tedbirler alınmalıdır. Bu bölgelerin bir an önce 1/5000 nazım imar planları ve 1/1000 uygulama imar planlarının tamamlanarak turizm yatırımcılarına tahsisi yapılmalıdır. Kamu yatırımı olarak Silifke'ye ulaşımı hızlandıracak ve zaman olarak kısaltacak olan Tarsus-Çukurova Bölgesel Havaalanının ve Çeşmeli-Taşucu otoyolunun bir an önce yapılması gerekmektedir.

Silifke, Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgelerimizdeki illerimizden ve Akdeniz Bölgesinin doğusunda kalan illerimizden ve İç Anadolu Bölgesindeki illerimizden yerli turistlerin ziyaret ettiği ve genellikle deniz-kum-güneş turizminin rağbet gördüğü bir ilçemizdir. Hâlbuki Silifke'nin bu turizm türünden farklı çok çeşitli eko-turizm potansiyeli mevcuttur. Bu potansiyelimiz ve değerlerimizin tanıtımının yapılması ve gelen misafirler için bu potansiyellerin mevcut olduğu yörelerimize turlar düzenlenmesi gerekmektedir. Alternatif turizm türlerine katılımın teşvik edilmesi, sadece deniz-kum-güneş turizmine katılmanın dışında diğer değerlerin de farkında olunması için gereken tedbirlerin alınması gerekmektedir.

Hizmet kalitesinde sorunlar, hizmeti sağlayıcılar olarak işletmeciler ve hizmeti bizzat veren personel ile doğrudan alakalıdır. İşletmecilerin profesyonel turizmci yöneticileri istihdam etmesi ve bu yöneticilerin bizzat istihdam edeceği kalifiye insan kaynakları ile çözüme kavuşacağı düşünülmektedir. Kısa süren sezon içinde kentin, işletmelerin kapasitelerinin çok üzerinde insana hizmet vermeye çalışması da kalite problemlerini beraberinde getirmektedir. Yoğunluğu kentin değişik noktalarına yaymak için sorumluluk sahibi paydaşların gerekli tedbirleri alması gerekmektedir.

Silifke'nin çok farklı spor aktivitelerini yapabilme potansiyelinin olduğu dile getirilmişti. Bunun yanında coğrafi ve iklimsel uygunluk bakımından tenis, rüzgar sörfü, kano, rafting, trekking, yamaç paraşütü, dağ bisikletçiliği gibi spor aktivitelerini yaygınlaştırılmalıyız. Buna ek olarak spor kulüplerinin kamp yapabilmesine olanak sağlayacak konaklama ve spor tesisleri yapılması gerekmektedir.

**Nicel Araştırmaya Dayalı Sonuçlar**

Eko- turizmin Silifke'nin kalkınmasında olumlu ve olumsuz etkilerine yönelik nicel araştırmanın sonuçları literatür kısmında belirtilen Silifke'nin eko-turizm potansiyellerine uygun bir biçimde çıkmıştır.

Nicel araştırmaya dayanan sonuçlar bulgular kısmında anlatılmasına rağmen basit bir skala ile genel olarak değerlendirilebilir:0-20 çok düşük, 21-40 düşük, 41-60 orta, 61-80 yüksek, 81-100 çok yüksek şeklinde aşağıdaki gibidir:

• Silifke'de eko-turizmin gelişmesi bölgesel kalkınmayı çok yüksek oranda olumlu yönde etkiyecektir.

• Silifke'de eko-turizmin gelişmesi bölgeye yabancı sermaye girişini çok yüksek oranda artıracaktır.

• Silifke'de eko-turizmin gelişmesi ile Silifke'de yatırımlar çok yüksek oranda artacaktır.

• Silifke'de eko-turizmin gelişmesi kişi başına düşen bölgesel gelir çok yüksek oranda artacaktır.

• Silifke'de eko-turizmin gelişmesi bölgede yeni istihdam olanaklarını çok yüksek oranda artıracaktır.

• Silifke'de eko-turizmin gelişmesi bölgenin alt ve üst yapı olanaklarını çok yüksek oranda artıracaktır.

• Silifke'de eko-turizmin gelişmesi bölgedeki tarım ve sanayi sektörlerini çok yüksek oranda destekleyecektir.

• Silifke'de eko-turizmin gelişmesi bölgenin diğer bölgelerle arasındaki gelişmişlik farkının çok yüksek oranda azalmasını sağlayacaktır.

• Silifke'de eko-turizmin gelişmesi bölgede kültürler arası etkileşimi yüksek oranda sağlayacaktır.

• Silifke'de eko-turizmin gelişmesi bölgede çevresel sorunlara yol açma olasılığı orta yükseklikte bir oranda olacağı düşünülmektedir.

• Silifke'de eko-turizmin gelişmesi turizm işletmelerinin çok yüksek kalitede hizmet vermesini sağlayacaktır.

• Silifke'de eko-turizmin gelişmesi, halkın arkeolojik, tarihi ve mimari varlıkların korunmasına yönelik bilincini çok yüksek oranda arttıracaktır.

• Silifke'de eko-turizmin gelişmesi doğal alanların korunması açısından bölge halkının duyarlılığını yüksek oranda arttıracaktır.

• Silifke'de eko-turizmin gelişmesi tarım alanları orta seviyede olumsuz etkilenecektir.

• Silifke'de eko-turizmin gelişmesi trafik sorununu yüksek oranda artıracaktır

Eko-turizmin bölgeye farklı faklı alanlarda çok yüksek bir oranla olumlu katkısı olacaktır. Eko-turizmin bazı bölgede olası olumsuz sonuçları olma ihtimali de vardır; bu olasılık oranı orta seviyede kalmıştır.

Silifke'de turizmin gelişmemesinin başlıca sebeplerini araştırmaya dönük sonuçlar şu şekildedir;

• Kaliteli konaklama tesislerinin olmayışı genel olarak turizmin gelişmesini çok yüksek oranda engellemiştir.

• Yiyecek-içecek işletmelerinin yetersizliğinin turizmin gelişmesini engelleme oranı çok yüksektir.

• Eğer yeterince eğlence hizmetlerinin olmayışı Silifke'de genel olarak turizm gelişimini engellemesinin oranı çok yüksektir.

• Bölgede yeterince seyahat acentesi veya tur operatörünün faaliyet göstermemesi çok yüksek oranda turizmin gelişmesini engellemiştir.

• Bölgede yetersiz sayıda turist rehberinin olmayışı turizm gelişimini engelleyen faktörler arasında oransal olarak çok yüksek bir yer tutmaktadır.

• Tanıtım faaliyetlerinin yetersizliğinin turizmi gelişimini engelleme oranı çok yüksektir.

• Turizmin gelişmemesinin nedeni kamu yatırımlarının yetersizliğinden kaynaklanma oranı çok yüksektir.

• Nitelikli oda ve yatak sayısının azlığının turizmin gelişimini engelleme oranı çok yüksektir.

• Kalifiye eleman yetersizliğinin turizmi gelişimini engelleme oranı çok yüksektir.

• Yerel yönetimlerin turizme yeterince ilgi göstermemesinin bölgede turizmin gelişimini engelleme oranı çok yüksektir.

• Turizm paydaşları arasında işbirliği ve iletişim eksikliğinin bölgede turizmin gelişimini engelleme oranı çok yüksektir.

• Sezon çok kısalığı ve uzatılamamasının bölgede turizmin gelişimini engelleme oranı yüksektir.

• Sahillerin ikinci konutlarla işgal edilmesinin bölgede turizmin gelişimini engelleme oranı çok yüksektir.

• Ulaşım zorluğunun bölgede turizmin gelişimini engelleme oranı yüksektir.

• Bölge halkının turizme olumsuz bakmasının bölgede turizmin gelişimini engelleme oranı yüksektir.

• Alt yapı ve üst yapı eksiliklerinin bölgede turizmin gelişimini engelleme oranı çok yüksektir.

Yukarıda sıralandığı gibi Silifke'de turizmin gelişmemesine sebep olan sorunların bölgede turizmin gelişimini engelleme oranları çok yüksek seviyelerdedir.

Turistik talebi artırmaya yönelik sonuçlar şu şekilde ortaya çıkmıştır;

• Yeterince tanıtım yapıldığında Silifke'ye yönelik turistik talebin artma oranı çok yüksektir.

• Ulaşım imkânları artırıldığında turistik talep çok yüksek oranda artacaktır.

• Altyapı olanakları artırıldığında turistik talep çok yüksek oranda artacaktır.

• Eğlence olanakları artırıldığında turistik talep çok yüksek oranda artacaktır.

• Her türlü turistik tesis arzı artırıldığında turistik talep çok yüksek oranda artacaktır.

• Turistik tesislerde hizmet kalitesi artırıldığında turistik talep çok yüksek oranda artacaktır.

• Nitelikli personel istihdamı artırıldığında turistik talep çok yüksek oranda artacaktır.

• Bölge halkının eko-turizm konusunda eğitilmesi ve bilinçlendirilmesi turistik talebi çok yüksek oranda artıracaktır.

Yukarıda sıralanan sonuçların turistik talebi artırmaya etkisi çok yüksektir bir oranda gerçekleşmiştir.

Silifke'de eko-turizmin gelişmesi açısından hangi potansiyelin ve durumun avantaj veya dezavantaj olduğuna dair sonuçlar şu şekilde ortaya çıkmıştır;

• Gelişmiş bir destinasyon olan Antalya'ya yakınlık yüksek oranda bir avantajdır.

• Bölgede çarpık kentleşme ve trafik sorunu olmayışı eko-turizmi gelişmesi açısından yüksek oranda bir avantajdır.

• Zengin tarihi ve kültürel değerlere sahip olunması bölgede eko-turizmin gelişmesi için çok yüksek oran ile avantajdır.

• Eko-turizmin gelişmesi için bozulmamış doğaya sahip olmak bölgeye çok yüksek oranda bir avantaj sağlayacaktır.

• Turizm yatırımların yetersizliği eko-turizmin gelişmesi açısından yüksek bir oranda dezavantajdır.

• Yine turistik tesislerin yetersiz olması eko-turizmin gelişmesine de yüksek bir oranda engel teşkil etmektedir.

• Saklı bir güzellik olmak bilinmemeyi de beraberinde getirir düşüncesiyle, tanınmamak eko-turizmin gelişmesine yüksek bir oranda engel teşkil etmektedir ve dezavantajdır.

• "Her şey dâhil" sistemi eko-turizmin gelişmesi yüksek oranda engellemektedir.

Silifke'deki eko-turizm potansiyeli veya alternatif turizm türlerinin bilinirliklerine yönelik sonuçlar aşağıda sıralanmıştır;

• Silifke'de yüksek bir bilinirlik oranına sahip olan turizm faaliyetleri doğa ile iç içe yapılan alternatif turizm çeşitleridir.

• Kültür turizmi yüksek oranda bilinirliğe sahiptir ve muhakkak tanıtıma konu olması gerekmektedir.

• Yayla turizminin bilinirlik oranı yüksektir.

• Tarih eserlere bağlı yapılabilecek turizm faaliyetlerinin bilinirliği yüksek orandadır.

• Doğa sporları imkânları bilinirliği çok fazla olduğu halde bu faaliyetlerin yürütülme oranları orta seviyededir.

Bilinirliği en az olan alternatif turizm çeşitleri ise şunlar olmuştur;

• Üçüncü yaş turizmi çok düşük oranlarda bilinirliğe sahiptir.

• Çiftlik turizmi potansiyeli uygulama alanları çok fazladır ama bunun bir turizm faaliyetine dönüşebileceğinin bilinirliği çok düşüktür.

• Yerel mutfak kültürü çok zengin olmasına rağmen gastronomi turizminin bilinirliği düşük oranlardadır.

• İnanç turizmi ile ilgili eserler mevcuttur ama bu alternatif turizm çeşidinin ilçede yapıldığına veya yapılabileceğine dair bilinirlik düşük sevide kalmıştır.

• Tüplü dalış turizmi potansiyeli yüksektir ama bu potansiyelin kullanılma ve bilinme oranı orta seviyede kalmıştır.

Silifke'de eko-kalkınma temelli bir bölgesel gelişmenin sağlanması için aşağıdaki sorunların halledilmesi gerektiği anlaşılmıştır;

• Eko-turizmin bölgesel olarak olumlu etkisi tüm paydaşlar tarafından iyi anlaşılmalıdır.

• Turistik değerlerimize olan talebi artırmak için çeşitli faaliyetler yürütülmeli ve tedbirler alınmalıdır.

• Turizm potansiyeli çok yüksek olmasına rağmen Silifke'de eko-turizmin gelişmeme nedenleri iyice araştırılmalı ve gerekenler yapılmalıdır.

• Silifke'de her ne kadar eko-turizm geliştirilmeye çalışılsa da katılımcılar turizmin yol açabileceği sorunlar ilgili kaygılarını giderecek tedbirler alınmalı ve tüm paydaşlar bu konuda bilgilendirilmelidir.

• Silifke'de geliştirilmek istenen eko-turizm bile olsa turistik tesis yetersizliğinin buna engel olduğu düşünülmektedir. Turizm Koruma ve Gelişim Bölgeleri bir an önce hayata geçirilmeli ve yatırımcılara tahsis edilmeli, teşvik paketleri hazırlamalıdır.

• Ulaşım zorluğu çok hat safhada olmasa da ulaşımın en kolay ve hızlı yolu olan hava ulaşımı eko-kalkınmaya dayalı bir turizm gelişimini hızlandıracaktır. Ek olarak karayolu ulaşım imkânları artırılmalıdır.

• Halkın turizme karşı fazlaca bir olumsuz tutumu görülmemektedir ama yine de turizmin olası yol açabileceği sorunlar ilgili tedbirler alınmalı, planlamalar yapılmalı ve yapılanma buna göre oluşturulmadır.

Aşağıda sıralanan maddeler üzerine eko-turizmin olumlu etkileri yüksek oranda gerçekleşmiştir.

• Silifke'de eko-turizmin gelişmesi kişi başına düşen geliri çok yüksek oranda arttıracaktır.

• Silifke'de eko-turizmin gelişmesi bölgenin alt ve üst yapı olanaklarını yüksek oranda geliştirecektir.

• Silifke'de eko-turizmin gelişmesi bölgede yüksek oranda yeni istihdam olanakları yaratacaktır.

• Silifke'de eko-turizmin gelişmesi bölgedeki tarım ve sanayi sektörlerinin de yüksek oranda gelişmesine katkıda sağlayacaktır.

• Silifke'de eko-turizmin gelişmesi doğal alanların korunması açısından bölge halkının duyarlılığını yüksek oranda arttıracaktır.

• Silifke'de eko-turizmin gelişmesi halkın arkeolojik, tarihi ve mimari varlıkların korunmasına yönelik bilincini yüksek oranda arttıracaktır.

• Silifke'de eko-turizmin gelişmesi bölgeye yönelik yatırım artışını orta seviyede yükseltecektir.

• Silifke'de eko-turizmin gelişmesi bölgede kültürler arası etkileşimi orta seviyede sağlayacaktır.

• Silifke'de eko-turizmin gelişmesi bölgenin diğer bölgelerle arasındaki gelişmişlik farkının azalmasını sağlaması orta seviyede kalacaktır.

Talep artırma yöntemlerine dair sonuçlar şu şekilde ortaya çıkmıştır:

• Turistik tesislerde hizmet kalitesinin arttırılması ile Silifke'ye yönelik turistik talep çok yüksek oranda artıracaktır.

• Bölge halkı eko-turizm turizm konusunda bilinçlendirildiği takdirde Silifke'ye yönelik turistik talep yüksek bir oranda artacaktır.

• Silifke'ye yönelik turistik talep artması yüksek oranda turistik tesis arzı olanakları arttırılmasına bağlıdır.

• Yeterli tanıtım yapıldığı takdirde Silifke'ye yönelik turistik talep yüksek bir oranda artacaktır.

Turizmin gelişmemesinin nedenlerine yönelik sonuçlar:

• Turizmin gelişmemesinin nedenleri arasında tüm paydaşlar arasında işbirliği ve iletişim eksikliği çok yüksek bir orandadır ve muhakkak çözülmesi gerekir.

• Turizmin gelişmemesinin nedenleri arasında yerel yönetimlerin konuya yeterince ilgi göstermemesi yüksek bir orana sahiptir, yerel yönetimlerin konuya olan ilgisi artırılmalıdır.

• Kamu yatırımlarının yetersizliği turizmin gelişmesine ilk hızı vermek açısından önemlidir, kamu yatırımlarının ilçeye çekilmesinin önemi yüksek önem arz etmektedir.

Turizmin gelişmesinin yol açabileceği sorunlara ilişkin sonuçlar:

• Silifke'de eko-turizmin gelişmesi trafik sorununu artırma olasılığı her şeye rağmen yüksektir, böyle olmaması için tedbirlerin önceden alınması gerekmektedir.

• Silifke'de eko-turizmin gelişmesi tarım alanlarının yok edilmesine yol açma olasılığı yüksek oranda mevcuttur.

• Silifke'de eko-turizmin gelişmesi eko-turizmin ruhuna aykırı oluşumlara karşı tedbir alınmazsa bölgede çevresel sorunlara yol açma olasılığı yüksektir.

Tesis sorunları sonuçları şu şekildedir:

• Yeterince beş yıldızlı otel olmaması genel anlamda turizmin gelişimine çok yüksek oranda engel teşkil etmektedir.

• Nitelikli oda ve yatak oda sayısının azlığını gidermek yüksek sevide bir gerekliliktir.

• Yiyecek ve içecek işletmelerinin yetersiz olması, yüksek oranda turizmin gelişmesine engeldir.

Turizmin gelişmesine engel teşkil eden diğer unsurlar:

• Özellikle hava ulaşımda yaşanan zorluklar çok yüksek orana sahiptir.

• Bölge halkının olumsuz tutumu sergilemesi yüksek oranda turizmi olumsuz etkileyecektir.

**Öneriler**

Bu araştırmanın ikinci bölümünde "Bölgesel Kalkınma Teorileri" kısmında da anlatıldığı gibi ülkeler, bölgesel kalkınma politikalarıyla güçlenirler; önce bölgesel potansiyel belirlenir ve o potansiyel harekete geçirilir. Bölge odaklı kalkınma politikalarının belirlenmesi sürecindeki en önemli ayaklarından birisi, bölgeyi anlama noktasında yaşanan sıkıntılardır. Bölgeyi anlamakla kastedilen, bir bölgenin ekonomik, tarihi, sosyal ve kültürel dinamiklerini ve potansiyelini anlamaya olanak sağlayan göstergeler yoluyla sorun tespitine yönelik ön analiz gerçekleştirmek ve bunu giderecek yöntemleri analiz ederek değerlendirmektir. Her bir bölgede, asgari düzeyde insani yaşam standartlarının yakalanması-hatta aşılması- ve bölgelerin kendi gelişme evresine uygun şekilde özgün politikalarını uygulamaya koyması, doğru bir yaklaşım olacaktır.

"Yeni Bölgeselcilik Yaklaşımı Teorisi" bu tez araştırmasının amaçlarına uygun bir teori olduğu düşünülmektedir. Bu teoriye göre kalkınma için yerel kaynakların ve potansiyellerin harekete geçirilmesi üzerine bir çözüm önerilmektedir. Bu teori kalkınmayı tamamen devlet güdümünde olmasını ya da devlet güdümünden tamamen bağımsız bir kalkınma modeli önermez; bunun yerine bölgesel ve yerel girişimleri dikkate alan karma bir kalkınma anlayışına dayanmaktadır. Bu bağlamda devlet küresel ekonomik talepleri dikkate alarak yükümlülük altına girer, düzenleyici ve bir noktaya kadar da destekleyici bir rol üstlenir. Bu teoriye göre, kendi kendini yönlendiren bölgesel ekonomik büyüme ve kalkınmanın, genelden dayatılan ve potansiyel bir risk taşıyan politikalardan daha başarılı sonuçlar vereceği düşüncesiyle, kararlar ve güç mümkün olduğunca bölgeye ait olmalı, dışarıdan veya üstten dayatılmamalıdır. Bu teoriye göre, yerel düzeyde katılımcılık ve uzlaşı kültürü vazgeçilmez öğelerdendir. Ekonomik politikaların uygulanabilmesi için bölgelerin merkezden aktarılan yetki ve kaynak ile donatılmış kurumsal bir kapasiteye ihtiyacı olduğunu savunmasının yanında kurumsal yapının organizasyonunu, yerel

yöneticilerin ve yerel halkın katılımcılık anlayışını ile beraber yerel kaynakların harekete geçirilmesini savunur.

Yine ikinci bölümde "Bölgesel Kalkınma Modelleri" başlığı altında bazı bölgesel kalkınma modellerinin bahsi geçmişti. Fransız iktisat bilimci Francois Perroux tarafından ortaya atılan "Kalkınma Kutupları ve Sektörel Kutuplaşmalar" modeli bu tez araştırmasının amaçlarıyla örtüşmektedir. Eko-kalkınma modeli ile amaçlanan bölgesel turizm gelişimi sayesinde turizmin Silifke'de sürükleyici bir sektör olacağı düşünülmektedir. Turizm sayesinde özellikle tarımsal üretimin önemli bir miktarda olmasına rağmen turizmin sürükleyicilik özelliğinden faydalanarak üretimin daha da artırabileceği ve daha fazla katma değerinin olacağı düşünülmektedir. Silifke'de eko-turizm sürükleyici özelliği ile Silifke faaliyet gösteren inşaat firmaları ve mobilyacılık sektörleri de ivme kazanacak, daha fazla istihdam olanakları olacağından işsizlik oranları gerileyecektir.

Hammaddesi doğa, kültürel ve tarihi öğeler olan eko-turizmin Silifke'de çekim unsurları bakımından kaynak sıkıntısı olmadığı açıktır. Araştırmanın değişik kısımlarında birçok kez bahsedildiği gibi Silifke ilçesi iklim özellikleriyle, coğrafi konumuyla, doğasıyla, çok eski dönemlere uzanan tarihsel ve kültürel yapısı ile çok önemli bir yerleşim yeridir ve eko-turizm açısından oldukça yüksek bir potansiyele sahiptir. Eko-turizm açısından böylesine yüksek bir potansiyele sahip bir yerleşim yerinin turizminin de gelişim aşamalarının eko-kalkınma modeliyle beklenmelidir. Sadece turizm gelişsin diye ülkenin farklı destinasyonlarında yapılan çarpık, plansız ve özensiz turizm büyümesinin bu ilçeye yapılabilecek bir ihanet olacağı düşünülmektedir. Silifke'nin turizmi gelişirken Silifke'ye dokunmamak esas alınmalıdır; onun tarihsel ve kültürel dokusundan oluşan büyük resimdeki tarihi eserler, kültürel öğeler ve doğal güzellikleri örtecek, görünmez kılacak ve önemsizleştirecek hiçbir yapılaşmaya izin verilmemesi gerektiği düşünülmektedir.

Silifke'de eko-kalkınma modeli esas alınarak sağlanacak olan bir bölgesel bir turizm gelişiminde yerel yönetimin diğer bir deyişle belediyenin dahli ve inisiyatifi ele alması elzemdir. Bu konuda atılacak her adım yerel yönetimin yerel paydaşları bir araya getirmesi, projeler hazırlaması, yapılacak ve yapılmayacak olanlar için

prensip kararları alması ve bu konuda sürekli merkezi hükümete ve ilgili bakanlıklara baskı unsuru olarak yerel paydaşlarla birlikte sunumlar yapması gerekmektedir.

Yerel Belediye elbette politik kimlik ve farklılık taşıyan bir kurumdur, politik farklılıkları bir yana bırakması ve bölgesel turizm gelişimi için asgari müştereklerde buluşarak diğer siyasi partilerin de ilçe örgütleriyle bir araya gelerek diğer siyasi partilerin de genel merkezlerinin desteğini sağlamalıdır. Yerel belediye eko-kalkınma modelini esas alarak bölgesel gelişimi sağlama yolunda proje hazırlamada konusunda uzman kişi veya kurumlardan profesyonel yardım almalıdır. Üniversitelerin ilgili bölümlerinden eko-turizm konusunda uzman öğretim üyelerinden akademik yardım alarak bölgesel turizm gelişimini bilimsel temellere oturtulmalıdır çünkü turizm açısından atılacak yanlış bir adımın geri döndürülmesi pek mümkün olmamaktadır..

Silifke'ye yapılacak yatırımlar turizmi baltalayacak nitelikte olmamalıdır. Bu yüzden yerel yönetimlerin diğer paydaş gruplar ile beraber, yatırımların karar ve uygulama aşamalarındaki katılımı bu konuda hata yapma olasılığını en aza indireceği düşünülmektedir. Böylece Silifke'de eko-turizme zarar verebilecek bir yatırım fikir aşamasındayken vazgeçilmesi veya eko-turizme uygun yatırımlara evrilmesi için gereken kamuoyu baskısı oluşturulmalıdır.

Yerel yönetimlerin, Silifke'nin eko-turizm potansiyeli, dinamikleri ve sahip olduğu tarihi, kültürel, tarihi değerleri dikkate alınarak yapılan, özü "Eko-kalkınma modeli" olan bu tez araştırmasının Türkiye'deki her bir yerel yönetim için kendi bölgelerinde var olan kendine özgü potansiyeller ve değerler dikkate alınarak uygulanması, gelecek için bir projeksiyon tutması gelecekte yapılacak çalışmalar açısından önemli bir örnek teşkil etmektedir.

## KAYNAKÇA


Acuner, Ş. A. (2006). *Alternatif Turizm Türlerinin Doğu Karadeniz Bölgesi Turizm Potansiyelinin Gelişmesine Etkisi* (Vol. 689). Ankara: Milli Prodüktivite Merkezi Yayınları.

Adams, K., Snyder, J., Crooks, V. A., ve Johnston, R. (2013). Promoting Social Responsibility Amongst Health Care Users: Medical Tourists' Perspectives on an Information Sheet Regarding Ethical Concerns in Medical Tourism. *Philosophy, Ethics, and Humanities in Medicine, 8*(1), 19. doi:10.1186/1747-5341-8-19

Ahipaşaoğlu, S., ve Arıkan, İ. (2005). *Seyahat Endüstrisi İşletmeleri (2.bsk)* (2 Baskı.). Ankara: Gazi Kitabevi.

Ahipaşaoğlu, S., ve Çeltek, E. (2006). *Sürdürülebilir Kırsal Turizm*. Ankara: Gazi Kitapevi.

Akat, Ö. (1997). *Turizm İşletmeciliği*. Bursa: İİBF, Uludağ Üniversitesi.

Akat, Ö. (2016). *Pazarlama Ağırlıklı Turizm İşletmeciliği*. Bursa: Ekin Basım Yayın

Akça, H., Esengün, K., ve Sayılı, M. (2004). Dünya'da ve Türkiye'de Kırsal Turizm. *Standart Dergisi*(Eylül), 61-70.

Akiş, E. (2011 ). Küreselleşme Sürecinde Bölgesel Kalkınma Yaklaşımındaki Gelişmeler ve Bölgesel Kalkınma Ajansları *Sosyoloji Konferansları Dergisi, 44*, 237-256.

Albayrak, A. (2011). *Tüketicilerin Alternatif Turizm Türlerini Satın Alma Davranışlarını Etkileyen Faktörler* (Doktora Tezi), Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü,

Albayrak, A. (2013). *Alternatif Turizm*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Altaş, N. T., Çavuş, A., ve Zaman, N. (2015). Türkiye'nin Kış Turizmi Koridorunda Yeni Bir Kış Turizm Merkezi: Konaklı. *Marmara Coğrafya Dergisi, 31*(Ocak Sayısı), 345-365.

Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., ve Yıldırım, E. (2012). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri* (Vol. 7. bs). İstanbul: Sakarya Kitabevi.

Arık, B. M. (2020). *AKD051-Göksu Deltası-Önemli Doğa Alanları Kitabı*. https://www.dogadernegi.org/goksu-deltasi/ Erişim Tarihi: 08.01.2020

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

Arslan , Yunus (2005). Erdek ve Çevresinin Eko-turizm Açısından Değerlendirilmesi. *Sosyal Bilimler Dergisi, 8* (13 ), 39-53

Arslan, Y. (2005). Erdek ve Çevresinin Eko-turizm Açısından Değerlendirilmesi

*Sosyal Bilimler Dergisi, 8* (13 ), 39-53

Aslan, A. (2008). Turizm Planlamasına Yerel Toplumun Katılımı: Saklı Bahçe Akyaka Üzerine Bir İnceleme. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 19*(1), 71-83.

Aydın, A. (2008). İktisadi Açıdan Bölgesel Dengesizlik: Mardin İli Örneği. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 7*(24), 304-312.

Bahar, O., ve Kozak, N. (2012). *Turizm Ekonomisi*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Bahçe, S. (2013). Alternatif Turizme Giriş. S. Bahçe (Ed.), *Alternatif Turizm*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.

Barutçugil, İ. S. (1989). *Turizm İşletmeciliği*. İstanbul: Beta Yayınları.

Belpınar, A. (2014). *Gastronomi Turizmine Yönelik Turist Görüşlerinin Kültürlerarası Karşılaştırılması (Kapadokya Örneği).* (Yüksek Lisans Tezi), Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,

Bentley, T. A., Page, S. J., ve Laird, S. I. (2001). Accidents in the New Zealand Adventure Tourism Industry. *Safety Science, 38*(1), 31-48.

Berthod, O., Grothe-Hammer, M., ve Sydow, J. (2016). Network Ethnography: A Mixed-Method Approach for the Study of Practices in Interorganizational Settings. *Organizational Research Methods, 20*(2), 299-323. doi:10.1177/1094428116633872

Besculides, A., Lee, M. E., ve McCormick, P. J. (2002). Residents' Perceptions of the Cultural Benefits of Tourism. *Annals of Tourism Research, 29*(2), 303-319. doi:https://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00066-4

Beyhan, B. (2007). Yeni Büyüme Kuramının Politika Çıkarsamaları Üzerine: Yeniliğin Birikimli Özelliği. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, 62*(2), 1-35.

Birdir, K. (2016). Silifke İlçesi Turizm Sektörüne Yönelik Öneriler. M. Saygın (Ed.), *Kent Stratejisi "Silifke"* (1 ed., 131-132). Konya: Eğitim Kitabevi.

Birdir, K., ve Akgöl, Y. (2015). Gastronomi Turizmi ve Türkiye'yi Ziyaret Eden Yabancı Turistlerin Gastronomi Deneyimlerinin Değerlendirilmesi. *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi, 3*(2), 57-68.

Blanco, E., Rey-Maquieira, J., ve Lozano, J. (2009). Economic Incentives for Tourism Firms to Undertake Voluntary Environmental Management. *Tourism Management, 30*(1), 112-122. doi:10.1016/j.tourman.2008.04.007

Bohdanowicz, P., Zientara, P., ve Novotna, E. (2011). International Hotel Chains and Environmental Protection: an Analysis of Hilton's we care! Programme (Europe, 2006–2008). *Journal of Sustainable Tourism, 19*(7), 797-816. doi:10.1080/09669582.2010.549566

Boyer, Z. M. (1992). *Turizme Giriş*. İstanbul: Küre Ajans Yayını.

Bucak, T., ve Aracı, Ü. E. (2013). Türkiye'de Gastronomi Turizmi Üzerine Genel Bir Değerlendirme. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 16*(30), 203-216.

Buckley, R. (2006). *Adventure Tourism*. Oxfordshire/UK: CABI.

Bulut, E. (2000). Türk Turizminin Dünya'daki Yeri ve Dış Ödemeler Bilançosuna Etkisi. *G.Ü.İ.İ.B.F. Dergisi, 3*, 71-86.

Burkart, A. J., ve Medlik, S. (1975). *The Management of Tourism*. London: Heinemann

Can, D. (2017). Silifke İlçesi Halk Kültürü. M. Saygın (Ed.), *Kent Stratejisi "Silifke"* (2 ed.). Konya: Eğitim Yayınevi.

Canlı, V. D. (2016). *Yavaş Şehir Akımı ve Sürdürülebilirlik: Konaklama İşletmeleri Açısından Değerlendirme Muğla-Akyaka Örneği.* (Yüksek Lisans Tezi), Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü

Cater, C. I. (2006). Playing with risk? Participant Perceptions of Risk and Management Implications in Adventure Tourism. *Tourism Management, 27*(2), 317-325.

Chaney, S., ve Ryan, C. (2012). Analyzing the Evolution of Singapore's World Gourmet Summit: An example of gastronomic tourism. *International Journal of Hospitality Management, 31*(2), 309-318. doi:https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2011.04.002

Chang, J. E., ve Cheng, L. (2011). Evolution and Prospect of Environmental Technology. *Science Development, 457*, 103–108.

Cleveland, M., Kalamas, M., ve Laroche, M. (2005). Shades of Green: Linking Environmental Locus of Control and Pro-environmental Behaviors. *Journal of Consumer Marketing, 22*(4), 198–212.

Creswell, J. W. (2018). *Nitel Araştırma Yöntemleri: Geçerlilik Değerlendirme ve Standartları* (Çeviri:M. Bütün, S. B. Demir,ve O. Birgins.). Ankara: Siyasal Yayıncılık.

Çakmak, H. K., ve Erden, L. (2004). Yeni Bölgesel Kalkınma Yaklaşımları ve Kamu Destekleme Politikaları: Türkiye'den Bölgesel Panel Veri Setiyle Ampirik bir Analiz. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 6*(3), 77-96.

Çallı, D. S. (2015). Uluslararası SeyahatlerinTarihi Gelişimi ve Son Seyahat Trendleri Doğrultusunda Türkiye'nin Konumu. *Journal of Tourism And Research, 4*(1), 4-29.

Çeken, H. (2008). Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Etkisi Üzerine Teorik Bİr İnceleme. *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi, 10*(2), 293-306.

Çeken, H., Dalgın, T., ve Çakır, N. (2012). Bir Alternatif Turizm Türü Olarak Kırsal Turizmin Gelişimini Etkileyen Faktörler ve Kırsal Turizmin Etkileri. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi, 2*(2), 11-16.

Çeken, H., Karadağ, L., ve Dalgın, T. (2007). Kırsal Kalkınmada Yeni bir Yaklaşım Kırsal Turizm ve Türkiye'ye Yönelik Teorik bir Çalışma. *Artvin Çoruh Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi, 8* (1), 1-14.

Çelik, Y. (2018). Silifke İlçe Tarımı ve Organik Tarım Yapma Olanakları. M. Saygın (Ed.), *Kent Stratejisi "Silifke"*. Konya: Eğitim Yayınevi.

Çetinkaya, G. (2014). Bir Macera Turizmi Etkinliği Olarak Kaya Tırmanış Sporu ve Antalya-Geyikbayırı'nın Potansiyeli *Doğu Coğrafya Dergisi, 19*(31), 83-100.

Çetinsöz, B. C. (2017). Sürdürülebilir Bir Kırsal Kalkınma Modeli OlarakKırsal Turizm:Silifke Turizm Potansiyeli. M. Saygın (Ed.), *Kent Stratejisi "Silifke"* (2 ed., 62). Konya: Eğitim Kitabevi.

Çiçek, Y. (2014). Geçmişten Günümüze Türkiye'de Yerel Yönetimler. *KSÜ Sosyal Bilimler Dergisi, 11*(1), 53-64.

Çimen, H., ve Gonca, K. (2003). *Kış Turizminin Bölge Ekonomisine Katkısı*. Alternatif Turizm Potansiyeli ve Güncel Sorunları Konferansı, 3-4 Mayıs, Çankırı.

Çontu, M. (2006). *Alternatif Turizm Çeşitleri ve Kizilcahamam Termal Turizmi Örneği.* (Yüksek Lisans Tezi), Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

Çoruh, S. (1969). *Genel Turizm Bilgisi*. Ankara: Güven Matbaası.

del Mar Alonso-Almeida, M. (2012). Water and Waste Management in the Moroccan Tourism Industry: The Case of Three Women Entrepreneurs. *Women's Studies International Forum, 35*(5), 343-353. doi:https://doi.org/10.1016/j.wsif.2012.06.002

Deviren, N. V., ve Yıldız, O. (2014). Bölgesel Kalkinma Teorileri ve Yeni Bölgeselcilik Yaklaşiminin Türkiye'deki Bölgesel Kalkınma Politikalarina Etkileri, *Akademik Bakış*, 1-36.

Dilsiz, B. (2010). *Türkiye'de Gastronomi ve Turizm:İstanbul Örneği.* (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü

Dinler, Z. (2005). *Bölgesel İktisat*. Bursa: Ekin Kitabevi Yayınları.

Doğan, S., ve Yıldız, Z. (2007). Bölgesel Kalkınma, Turizmin İlişkisi ve Göller Bölgesi Kalkınmasında Alternatif Turizm Potansiyelinin Kullanilabilirliğine Yönelik Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2*(6), 147-181.

Dolun, L., ve Atik, A. H. (2006). *Kalkınma Teorileri ve Modern Kalkınma Bankacılığı Uygulamaları* Ankara: Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş. Matbaası

Emekli, G. (2006). Coğrafya, Kültür ve Turizm: Kültürel Turizm. *Ege Coğrafya Dergisi, 15* 51-59.

Eralp, Z. (1974). *Turizmin Toplumsal Değişme Sosyal Ekonomik Etkisi*. Ankara: AÜ Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları.

Erçolak, G., Tanrısever, C., ve Pamukçu, H. (2019 *İnanç Turizmi Kapsamında Aziz Paulus'un Önemi ve Tarsus Turizmine Etkisi, ,* VIII. National IV. International Eastern Mediterranean Tourism Symposium, Rural Tourism,2019, 19-20 April Anamur/ Mersin / Turkey.

Erdoğan, C. (2006). *İzmir İli Kongre Turizmi Arz Potansiyelinin İncelenmesi ve Geliştirilmesine Yönelik Bir Araştırma.* (Yüksek Lisans Tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı Turizm İşletmeciliği Programı

Ergüven, M. H. (2013). *Tamamlayıcı Turizm ve Çiftlik Turizmi*. https://www.turizmgazetesi.com/Article.aspx?Id=71546 Erişim Tarihi:03.01.2019

Erkal, M. E. (1990). *Bölge Açısından Az Gelişmişlik*. Istanbul: Der Yayınları.

Erkan, B. (1999). Türkiye'de Nedenleri ve Boyutlariyla Bölgesel Düalizm. *Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Dergisi*(2), 119-136.

Erkuş, A. (2013). *Davranış Bilimleri İçin Bilimsel Araştırma Süreci*. Ankara: Seçkin Kitapevi.

Ersöz, S., ve Bozkurt, M. (2015). Kırsal Turizm Kapsamında Çiftlik Turizmi ve Rize İlinde Uygulanabilirliği. *Journal of Recreation and Tourism Research, 2*(1), 1-9.

EU (2018). *Winter Tourism in Ardahan to Develop with EU Support*. https://mailchi.mp/avrupa/winter-tourism-in-ardahan-to-develop-with-eu-support?e=1f08d6587d Erişim Tarihi:05.02.2018

Ewert, A., ve Hollenhorst, S. (1995). Adventure Recreation and Its Implication for Wildernes. *International Journal of Wilderness, 3*(2), 21-26.

Fujita, M. (2010). The Evolution of Spatial Economics: From Thünen to the New Economic Geography. *The Japanese Economic Review, 61*(1), 1-32. doi:10.1111/j.1468-5876.2009.00504.x

Garda, B. (2010). *Macera Turizmi Pazarlaması: Antalya Yöresine Gelen Turistlerin Macera Turizmine Yönelik Eğilimleri Üzerine Bir Araştırma* (Doktora Tezi), Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü

Garda, B. (2011). Macera Turizmi Pazarına Genel Bir Bakış. *S.Ü. Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi, 14*(1-2), 201-224.

Getz, D., ve Wicks, B. (1996). Editorial. *International Journal of Festival and Event Tourism, 1*(1), 2-16.

Giannantonio, C. M. (2008). Book Review: Krippendorff, K. (2004). Content Analysis: An Introduction to Its Methodology (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage. *Organizational Research Methods, 13*(2), 392-394. doi:10.1177/1094428108324513

Giritlioğlu, İ., ve Bulut, E. (2015). Yerel Halkın Bakış Açısına Göre Gaziantep Turizmi ve Sürdürülebilirlik. *International Journal of Social and Economic Sciences, 5*(1), 25-31.

Giritlioğlu, İ., Olcay, A., ve Özekici, Y. K. (2015). Bir Turizm Çeşitliliği Olarak festival Etkinliklerinin Sınıflandırılması: Türkiye Üzerine Bir Değerlendirme. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi(OÜSBAD), 13*, 306-323.

Gök, T. (2016). Silifke Yöresinin Ekoturizm Potansiyeline İlişkin Değerlendirme. M. Saygın (Ed.), *Kent Stratejisi "Silifke"* (109-130). Konya: Eğitim Kitabevi.

Göker, G. (2011). *Destinasyon Çekicilik Unsuru Olarak Gastronomi Turizmi (Balıkesir İli Örneği).* (Yüksek Lisans Tezi), Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı

Göktepe, S. (2009). *Alternatif Turizm Kavramı*. https://mtgoktepe.wordpress.com/2009/09/23/alternatif-turizm-kavrami/ Erişim Tarihi:01.02. 2018

Gössling, S., ve Mattsson, S. (2002). *Farm Tourism in Sweden: Structure, Growth and Characteristics* (Vol. 2).

Gülbahar, O. (2009). Turizmin Bölgelerarası Gelişmişlik Farklarını Gidermedeki Rolü (Türkiye Örneği). *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 23*(1), 19-47.

Gülcan, B. (2004). Macera Turizminin Kapsamı ve Macera Turizminde Kaza Riski. *Gazi üniversitesi Ticaret ve Turizm Fakültesi Dergisi*(1), 18-38.

Gülmez, M., ve Çonkar, K. (2003). *Termal Turizm Açısından Sivas'ın Yeri ve Önemi*. Cumhuriyetin 80. yılında Sivas Sempozyumu, s. 289-310.

Gündüz, A. Y. (1994). Bölgesel Dengesizlik ve GAP Projesi. *Malatya*.

Gündüz, A. Y. (2006). *Bölgesel Kalkınma Politikası*. Bursa: Ekin Kitabevi.

Güneş, G. (2011). Konaklama Sektöründe Çevre Dostu Yönetimin Önemi *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 13* (20), 45-51.

Gürbüz, S., ve Şahin, F. (2015). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri, Felsefe-Yöntem-Analiz* (2 Baskı.). Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Haberal, H. (2015). *Turizmde Alternatif: Ekolojik Turizm-Doğa Turizmi-Kırsal Turizm-Yayla Turizmi*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Haddock, C., ve Wisheart, P. (1993). *Managing Risks in Outdoor Activities* New Zealand: New Zealand Mountain Safety Council.

Hiçyılmaz, T. (2016, 13 Şubat). Yabancılar Hangi Tedaviler için Türkiye'ye Geliyor? *Gazetevatan*. http://www.gazetevatan.com/yabancilar-hangi-tedaviler-icin-turkiye-ye-geliyor--914259-bizim-kahve/ Erişim Tarihi:14.01.2018

Hussein, A. T., ve Saç, F. (2008). *Genel Turizm Gelişimi - Geleceği*. Ankara: Siyasal Kitabevi.

İbrahimov, M. (2001). *Ürün Çeşitlendirmesi Açısından Kış Turizmi ve Almatı Çimbulak-Medeu Örneği.* (Yüksek Lisans Tezi ), İzmir Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü

İçöz, O. (2011). *Seyahat Acentaları ve Tur Operatörlüğü Yönetimi (7.bsk)* (7 Baskı.). Ankara: Turhan Kitabevi.

İçöz, O., ve Kozak, M. (2002). *Turizm Ekonomisi,Turizmin Mikro ve Makro Ekonomik Etkileri* (2 Baskı.). Ankara: Turhan Kitabevi.

İlban, M. O., ve Kaşlı, M. (2011). Kış Turizmi. N. HacıoğluveC. Avcıkurt (Eds.), *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi*. Ankara: Nobel Yayıncılık.

Ildırar, M. (2004). *Bölgesel Kalkınma ve Gelişme Stratejileri.* Ankara: Nobel Yayıncılık.

İlkin, A. (1983). *Kalkınma ve Sanayi Ekonomisi* (Yayın No: 498, 4. Basım Baskı.). İstanbul: İ.Ü. İktisat Fakültesi Yayınları.

İlkin, A., ve Dinçer, M. Z. (1991). *Turizm Kesimin Türk Ekonomisindeki Yeri ve Önemi. Ekonomik ve Sosyal Sorunlar - Çözüm Önerileri Dizisi(2).* Ankara: TOBB Yayınları

Kahraman, N., ve Türkay, O. (2014). *Turizm ve Çevre*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Karaçay, H., ve Erden, L. (2004). Yeni Bölgesel Kalkınma Yaklaşımları ve Kamu Destekleme Politikları:Türkiye'den Bölgesel Panel Veri Setiyle Ampirik Bir Analiz. *Gazi Üniversitesi İkitisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 6*(3), 77-96.

Karadağ, L. (2016). Türkiye'de Sürdürülebilir Turizm İçin Uygulanabilecek Alternatif Turizm Türleri. H. Çeken (Ed.), *Sürdürülebilir Turizm* (141-162). Ankara: Detay Yayıncılık.

Karasar, N. (2014). *Bilimsel araştırma yöntemi*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Kargı, N. (2009). Bölgesel Kalkınma Yaklaşımlarındaki Gelişmeler ve AB Perspektifi Altında Türkiye'nin Bölgesel Politika Analizi. *International Journal of Economic and Administrative Studies, 1*(3), 19-40.

Kasim, A. (2006). The Need for Business Environmental and Social Responsibility in Tourism Industry. *International Journal of Hospitality and Tourism Administration, 7*(1), 1-22.

Katkat, D., ve Mızrak, O. (2006). Yaz ve Kış Turizmlerinin Türkiye Ekonomisine Katkılarının Karşılaştırılması. *Atatürk Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi (atabesbd), 8*(4), 32-39.

Kaya, K. (2007). *Bölgesel Kalkınmada Yeni bir Model: Kalkınma Ajansları ve Türkiye'de Uygulanabilirliği* (Yüksek Lisans Tezi), Atılım Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü

Kaya, K. (2015). *Önemli Kuş Gözlem Alanı: Göksu Deltası, Silifke*. https://yoldaolmak.com/onemli-kus-gozlem-alani-goksu-deltasi-silifke.html Erişim Tarihi: 08.01.2020

Kaya, M., ve Ünüvar, O. (2016 *Value Chain Analysis towards Improving Infrastructure of Winter Tourism Centre of Yalnızçam in Ardahan* International Conference on Management and Social Science(MSS 2016), 14-15 August ,Tokyo/Japan.

Kaypak, Ş. (2012). Ekolojik Turizm ve Sürdürülebilir Kırsal Kalkınma. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 14* (22), 11-29.

Kelly, D. M., ve Fairley, S. (2018). What About the Event? How Do Tourism Leveraging Strategies Affect Small-scale Events? *Tourism Management, 64*, 335-345. doi:https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.09.009

Kılıç, B., ve Kurnaz, A. (2010). Alternative Tourism and Ecological Farms on Creating Diversification of Tourism Product: Example of Pastoral Valley. *İşletme Araştırmaları Dergisi, 2*(4), 39-56.

Kirk, D. (1995). Environmental Management in Hotels. *International journal of contemporary hospitality management, 7*(6), 3-8.

Kızılırmak, İ. (2006). Türkiye'de Düzenlenen Yerel Etkinliklerin Turistik Çekicilik Olarak Kullanılmasına Yönelik Bir İnceleme *Sosyal Bilimler Dergisi, 15,* 181-196.

Kiziroğlu, A. M. (2017). Türkiye'nin Nüfus Değişimine Göre İl Bazında Kentleşmesine Bir Bakış (1965-2014). *Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi, 9*(16), 153-183.

Koşan, A. (2014). Turistik Faaliyetlerde Sınıflandırma. S. ÖzdipçinerveG. Ayazlar (Eds.), *Genel Turizm* (1 ed., 47-66). İstanbul: Lisans Yayıncılık.

Kozak, N., Kozak, M. A., ve Kozak, M. (2017). *Genel Turizm*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Krippendorff, K. (2004). *Content Analysis: An Introduction to its Methodology (2nd ed.)* Thousand Oaks,CA: Sage.

Kulaksız, Y. (2008). *Türkiye'de Bölgesel Gelişmişlik Farkları, İstihdam ve Kurum Hizmetlerinin Çeşitlendirilmesi.* (Uzmanlık Tezi), T. C. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı Türkiye İş Kurumu Genel Müdürlüğü, Ankara.

Kurtuba, A. (2019). *Silifke*. Silifke: Silifke Kaymakamlığı.

Kuter, N., ve Ünal, H. E. (2009). Sürdürülebilirlik Kapsamında Ekoturizmin Çevresel, Ekonomik ve Sosyo-Kültürel Etkileri. *Kastamonu Üniversitesi, Orman Fakültesi Dergisi, 9* (2), 146-156.

Küçükoğlu, M. (2005). *Vergisel Teşviklerin Bölgesel Kalkınmadaki Rolü: Güneydoğu Anadolu Bölgesi Üzerine Uygulama.* (Doktora Tezi), Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,

Llach, J., Perramon, J., Alonso-Almeida, M., ve Bagur-Femenias, L. (2013). Joint Impact of Quality and Environmental Practices on Firm Performance in Small Service Businesses: An Empirical Study of Restaurants. *Journal of Cleaner Production, 44,* 96-104. doi:10.1016/j.jclepro.2012.10.046

Masterman, G. (2004). *Startegic Sports Event Management*. Amsterdam: Heidelberg, Elsevier.

McKay, L. (2007). Engaging the Public in Bird Conservation: Moving from Science to Behavior Change. *Waterbirds: The International Journal of Waterbird Biology, 30*, 177-182.

McKercher, B., Okumus, F., ve Okumus, B. (2008). Food Tourism as a Viable Market Segment: It's All How You Cook the Numbers! *Journal of Travel & Tourism Marketing, 25*(2), 137-148. doi:10.1080/10548400802402404

Middleton, V. T. C. (1997). *Marketing in Travel and Tourism (2.bsk)* (2 Baskı.): Butterworth-Heinemann.

Mill, R. C. (1992). *The Tourism System: An Introductory Text (2.bsk)* (2 Baskı.). U.S.A: Prentice Hall.

Misener, L. (2015). Leveraging Parasport Events for Community Participation: Development of a Theoretical Framework. *European Sport Management Quarterly, 15*(1), 132-153. doi:10.1080/16184742.2014.997773

Morgül, Ş. M. (2006). *Trakya Bölgesinde Kırsal Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesine İlişkin Analiz: Kırklareli Örneği* (Yüksek Lisans Tezi), Trakya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kırklareli.

Mursalov, M. (2009). *Bir Turistik Ürün Çeşitlendirmesi Olarak Kış Turizmi ve Kış Turizmi Açısından Azerbaycan'ın Guba ? Haçmaz Turizm Bölgesinin Arz Potansiyeli* (Yüksek Lisans Tezi), İzmir.

Mustafazade, N. (2015). *Kongre Turizmi ve Önemi.* (Yüksek Lisans), Azerbaycan Cumhuriyeti Eğitim Bakanlığı, Azerbaycan Devlet İktisat Üniversitesi, Bakü.

Mutluer, M. (2004). Coğrafyada ve Bölge Planlamada Bölge Kavramının Karşılaştırmalı Olarak İrdelenmesİ. *Ege Coğrafya Dergisi, 13*, 17-28.

Nhapi, I., ve Gijzen, H. J. (2005). A 3 Step Strategic approach to sustainable waste water management. *Water SA, 31*(1), 133-140.

Niemelä, T. (2010). *Motivation Factors in Dark Tourism, Case: House of Terror* (Bachelor's thesis), Lahti University of Applied Sciences, Lahdi/Finland.

Norma, L. (Ed.) (2013) Survey of American Industry&Careers. USA: Salem Press Encyclopedia.

Okuyucu, A., ve Somuncu, M. (2012). Kültürel Mirasın Korunması ve Turizm Amaçlı Kullanılmasında Yerel Halkın Algı ve Tutumlarının Belirlenmesi: Osmaneli Đlçe Merkezi Örneği *Ankara Üniversitesi Çevrebilimleri Dergisi, 4*(1), 37-51.

Olalı, H., ve Timur, A. (1986). *Turizmin Türk Ekonomisindeki Yeri*. İzmir: Ofis Ticaret Matbaacılık.

Olcay, A., Yıldırım, İ., ve Sürme, M. (2015). Turizm Eğitimi AlanÖğrencilerinStaj Eğitimi Hakkında Görüşleri: Gaziantep İli Örneği. *Journal of Higher Education & Science/Yükseköğretim ve Bilim Dergisi, 5*(3), 324-334.

Özbek, Y. (1995). Silifke Alaeddin Camii ve Tarihlendirilmesi Üzerine Notlar *Vakıflar Dergisi*(25), 197-210.

Özer, Ö., ve Sonğur, C. (2012). Türkiye'nin Dünya Sağlık Turizmindeki Yeri ve Ekonomik Boyutu. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 4* (7), 69-81.

Özer, Y. E. (2008). Küresel Rekabet-Bölgesel Kalkınma Ajansları ve Türkiye. *Review of Social, Economic & Business Studies, 9*(10), 389-408.

Özgüç, N. (1998). *Turizm Coğrafyası-Özellikler ve Bölgeler (9.bsk)* (9 Baskı.). İstanbul: Çantay Kitabevi.

Özkan, E. (2007). *Türkiye'de Kırsal Kalkınma Politikaları ve Kırsal Turizm.* (Yüksek Lisans Tezi), Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Ankara.

Özlü, T., Dilekçi, A. B., ve Balaban, H. (2019 *Gazipaşa (Antalya) – Silifke (Mersin) Arası Karayolu Güzergâhının Turizm ve Motosiklet Destinasyonu Açısından Değerlendirilmesi,*, VIII. National IV. International Eastern Mediterranean Tourism Symposium, 19-20 April Rural Tourism, 2019 Anamur/ Mersin / Turkey

Özsari, S. H., ve Karatana, Ö. (2013). Sağlık Turizmi Açısından Türkiye'nin Durumu. *Journal of Kartal Trraining and Research Hospital, 24*(2), 136-144.

Öztürk, Y., ve Yazıcıoğlu, İ. (2002). Gelişmekte Olan Ülkeler İçin Alternatif Turizm Faaliyetleri Üzerine Teorik Bir Çalışma. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*(2), 183-195.

Pérez Gálvez, J. C., Granda, M. J., López-Guzmán, T., ve Coronel, J. R. (2017). Local gastronomy, culture and tourism sustainable cities: The behavior of the

American tourist. *Sustainable Cities and Society, 32*, 604-612. doi:https://doi.org/10.1016/j.scs.2017.04.021

Perreault, W. D., ve Leigh, L. E. (1989). Reliability of nominal data based on qualitative judgments. *Journal of Marketing Research, 26*(2), 135-148.

Peter, J. P. (1979). Reliability: A Review of Psychometric Basics and Recent Marketing Practices. *Journal of Marketing Research, 16*(1), 6-17.

Plano Clark, V. L. (2019). Meaningful Integration within Mixed Methods Studies: Identifying Why, What, When, and How. *Contemporary Educational Psychology, 57*, 106-111. doi:https://doi.org/10.1016/j.cedpsych.2019.01.007

Rusu, S., Isac, F., ve Cureteanu, R. (2014). Hospitality Industry and Tourism. *Lucrări Ştiinţifice Management Agricol, 16*(4), 1-4.

Ryan, C. (2002). TOurism and Cultural Proximity: Examples from New Zealand. *Annals of Tourism Research, 29*(4), 952-971. doi:https://doi.org/10.1016/S0160-7383(02)00006-3

Saraç, A. (2006). *Bölgesel Kalkınma Modelleri ve Güneydoğu Anadolu Projesi (GAP).* (Yüksek Lisans Tezi), Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.

Sargın, S. (2006). Yalvaç'ta İnanç Turizmi. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 16*(2), 1-18.

Saygın, M. (2018). Stratejik Bakış Açısıyla Silifke. M. Saygın (Ed.), *Kent Stratejisi "Silifke"* (2 ed.). Konya: Eğitim Yayınevi.

Scheyvens, R. (1999). Ecotourism and the Empowerment of Local Communities. *Tourism Management, 20* (2), 245-249.

Seaton, A. V. (1999). War and Thanatourism: Waterloo 1815–1914. *Annals of Tourism Research, 26*(1), 130-158. doi:https://doi.org/10.1016/S0160-7383(98)00057-7

Selvi, M. S. (2008). *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi: Sağlık Turizmi*. Ankara: Nobel Basım Dağıtım.

Sevinç, H. (2011). Bölgesel Kalkınma Sorunsalı: Türkiye'de Uygulanan Bölgesel Kalkınma Politikaları *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, 6*(2), 35-54.

Sezgin, M., Kaya, M., ve Ünüvar, O. (2017 *Value Chain Analysis Towards Improving Infrastructure of Ornithological Tourism of Silifke Goksu Delta Bird Sanctuary in Tourism Marketing Perspective,* 2nd International Conference on Global Tourism and Sustainability Lagos-Algarve-Portugal.

Sharpley, R. (2005). Chapter 20 - Travels to the Edge of Darkness: Towards a Typology of "Dark Tourism". C. Ryan, S. J. Page,ve M. Aicken (Eds.), *Taking Tourism to the Limits* (215-226). Oxford: Elsevier.

Sharpley, R., ve Stone, P. R. (2009 ). (Re)presenting the Macabre: Interpretation, Kitschification and Authenticity R. SharpleyveP. R. Stone (Eds.), *The Darker Side of Travel:The Theory and Practice of Dark Tourism* (109-128). Tonawanda: Channel View.

Sormaz, U., Akmese, H., Gunes, E., ve Aras, S. (2016). Gastronomy in Tourism. *Procedia Economics and Finance, 39*, 725-730. doi:https://doi.org/10.1016/S2212-5671(16)30286-6

Soykan, F. (2003). Kırsal Turizm ve Türkiye Turizmi İçin Önemi. *Ege Coğrafya Dergisi, 12* 1–11.

Soykan, F. (2006 *Avrupa'da Kırsal Turizme Bakış Kazanılan Deneyim*, II. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi, 20-22 Nisan, Balıkesir.

Steinmetz-Wood, M., Pluye, P., ve Ross, N. A. (2019). The Planning and Reporting of Mixed Methods Studies on the Built Environment and Health. *Preventive Medicine, 126*, 105752. doi:https://doi.org/10.1016/j.ypmed.2019.105752

Stone, P. R., ve Sharpley, R. (2008). Consuming Dark Tourism: A Thanatological Perspective. *Annals of Tourism Research, 35*(2), 574-595.

Sürücü, Ö. (2016). Dağ-Kış Turizmi. A. Yaylı ve Ö. Sürücü (Ed.), *Özel İlgi Turizmi*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Şaman, E. (2009). *Mersin İli İnanç Turizmi Potansiyeli Değerlendirilmesi, Mersin'de İnanç Turizmine Katılanların Profili Üzerine Bir Araştırma.* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.

Şen, S. D. (2010). *Turizmin Çevresel Etkileri ve Bir Çözüm Olarak Ekoturizm.* (Yüksek Lisans Tezi), Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,

Şimşek, H., ve Yıldırım, A. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Tarcan, E., ve Atılgan, E. (1999). *2000 Yılına DoğruTürkiye'nin İnanç Turizmi Açısından Önemi ve Antalya'da Faaliyet Gösteren Seyehat Acentaları Üzerine Bir Araştırma, İki binli Yıllara Girerken Kapadokya'nın Turizm Değerlerine Bir Bakış*. Kayseri: Erciyes Üniversitesi Matbaası.

Tashakkori, A., Teddlie, C., ve Johnson, B. (2015). Mixed Methods. J. D. Wright (Ed.), *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences (Second Edition)* (618-623). Oxford: Elsevier.

Taşcı, K., Akpınar, R., ve Özsan, M. E. (2011). *Teoride ve Uygulamada Bölgesel Kalkınma Politikaları* (1 Baskı.). Bursa: Ekin Yayınevi.

Tavşancıl, E., ve Aslan, E. (2001). *İçerik Analizi ve Uygulama Örnekleri*. İstanbul: Epsilon Yayıncılık.

Türkiye Cumhuriyeti Turizm Bankası Kanunu, (1960/Kanun No:10501).

Tolunay, A., ve Akyol, A. (2006). Kalkınma ve Kırsal Kalkınma: Temel Kavramlar ve Tanımlar, *Süleyman Demirel Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi, Seri: A*(2), 116-127

Tontuş, H. Ö. (2017). *Türkiye'nin Sağlık Turizmindeki Önemi*. http://dosyamerkez.saglik.gov.tr/Eklenti/10948,06pdf.pdf?0 Erşim Tarihi:17.02.2018

Toprak, L. (2008). *Bölgeler Arası Kalkınma Farklılıklarını Gidermede Turizmin Rolü: Göneydoğu Anadolu Bölgesi Örneği.* (Doktora Tezi), İnönü Üniversitesi,Sosyal Bilimler Enstitüsü, Malatya.

TUİK. (2019). *Seçilmiş Göstergelerle Mersin 2013*. http://www.tuik.gov.tr Erişim Tarihi:17.01.2018

Türkdoğdu, E. (2010). *Türkiye'nin Geliştirilebilir Bölgesel Kış Turizmi Potansiyeli: Avrupa'nın Bölgesel Kış Turizmi Merkezleri ile Türkiye'nin Bölgesel Kış Turizmi Potansiyelinin Karşılaştırılması*. Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi. Kültür ve Turizm Bakanlığı Tanıtma Genel Müdürlüğü.

TÜRSAB. (2014). *TÜRSAB Kış Turizmi Raporu*. https://www.tursab.org.tr/tr/tursabdan-haberler/genel-duyurular/tursab-kis-turizmi-raporu_11931.html Erişim Tarihi:23.01.2018

TÜRSAB. (2017). *Dünden Bugüne Seyahat Acentaları*. https://www.tursab.org.tr/tr/seyahat-acentalari/dunden-bugune-seyahat-acentalari_501.html Erişim Tarihi:24.12.2017

Tütengil, C. O. (1971). *Bölgesel Az Gelişme ve Bölgeler Arası Dengesizlik Sorunu* http://dergipark.gov.tr/download/article-file/101158 Erişim Tarihi:05.04.2018

Uçar, M., Çeken, H., ve Ökten, Ş. (2017). *Kırsal Turizm ve Kırsal Kalkınma:Fethiye Örneği (2.bsk)* (2 Baskı.). Ankara: Detay Yayıncılık.

Uğuz, S. Ç. (2011). Sürdürülebilir turizm kapsaminda Burhaniye'nin alternatif turizm potansiyeli. *Marmara Coğrafya Dergisi, 24*(Tennuz), 332-353

UNWTO. (2014). *Global Report on Adventure Tourism* (9). Madrid/Spain:

Ural, A., ve Kılıç, İ. (2011). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Urbaş, C. (2018). Silifke'nin Yöresel Tatları ve Şifaları. M. Saygın (Ed.), *Kent Stratejisi "Silifke"* (2 ed.). Konya: Eğitim Yayınevi.

Usta, Ö. (2016). *Turizm: Genel ve Yapısal Yaklaşım (5.bsk)* (5 Baskı.). Ankara: Detay Yayıncılık.

Ülker, İ. (2006). *Dağlarımız*. Ankara: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları

Ünal, İ. (2016). Gastronomi Turizmi. A. Yaylı ve Ö. sürücü (Eds.), *Özel İlgi Turizmi*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Ünal, İ. (2016). Özel İlgi Turizmi Çeşitleri. A. Yaylı ve Ö. sürücü (Ed.), *Özel İlgiTurizmi* (89-116). Ankara: Detay Yayıncılık.

Ünlüönen, K., ve Kılıçlar, A. (2004). Ekonomik Yansımalarıyla Türk Turizminin Seksen Yılı. *Gazi Üniv. Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*(1), 131-156.

Ünlüönen, K., Tayfun, A., ve Kılıçlar, A. (2009). *Turizm Ekonomisi*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Ürger, S. (1992). *Genel Turizm*. Antalya: Akdeniz Üniversitesi Yayınları.

Wall, G. (2017). Environment and Tourism-Book Review. *Tourism Management, 63*, 14. doi:https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.05.013

Weber, K. (2001). Outdoor Adventure Tourism: A Review of Research Approach. *Annals of Tourism Research, 28*(2), 360-377

Weiler, B., ve Hall, C. M. (1992). *Special Interest Tourism.* London: Belhaven Press.

Wolfe, K. L., ve Shanklin, C. W. (2001). Environmental Practices and Management Concerns of Conference Center Administrations. *Journal of Hospitality & Tourism Research, 25*(2), 209-216.

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

Yaylı, A. (2016). Kırsal Turizm. A. Yaylı ve Ö. Sürücü (Ed.), *Özel İlgi Turizmi*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Yazıcıoğlu, Y., ve Erdoğan, S. (2004). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Yıldırım, S. (1997). Üçüncü Yaş Turizmi ve Bunun Türkiye Açısından Değerlendirilmesi. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi, 8*(1-2), 77-81.

Yıldız, Z. (2011). Turizmin Sektörünün Gelişimi ve İstihdam Üzerindekİ Etkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi, 3*(5), 54-71.

Yıldız, Z., ve Kalağan, G. (2008). Alternatif Turizm Kavramı ve Çevresel Etkileri. *Yerel Siyaset, 33*(Kasım), 42-44.

Yıldız, Z., Yıldız, S., ve Aytemiz, L. (2015). Kara Turizm, Terör Turizmi ve Türkiye Potansiyeli. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştirmalari Dergisi, 4*(2), 390-407.

Yılmaz, B. S. (2000). *Türkiye'de Dini Turizm ve Meryem Ana Evi'nin Turistik Potansiyelinin Analizi.* (Yayınlamamış Yüksek Lisans Tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Yılmaz, Ö. (2001). Bölgesel Eşitsizlik: Türkiye Örneği. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 15*(1-2), 1-19.

Yu, C. H. (2008). Book Review: Creswell, J., & Plano Clark, V. (2007). Designing and Conducting Mixed Methods Research. Thousand Oaks, CA: Sage. *Organizational Research Methods, 12*(4), 801-804. doi:10.1177/1094428108318066

Yücel, C. (2005). *Dünyada Kar Turizmi ve Türkiye*. https://www.tursab.org.tr/dosya/1016/05arkartemel_1016_1646312.pdf Erişim Tarihi:16.02.2018

Yüncü, H. R. (2009). *Sürdürülebilir Turizm Açısından Gastronomi Turizmi ve Perşembe Yaylası*. http://docplayer.biz.tr/2975841-10-aybasti-kabatas-kurultayi.html Erişim Tarihi:14.03.2018

Zeithaml, V. A., ve Bitner, M. J. (1996). *Services Marketing*. USA: McGraw-Hill Inc.

**İnternet Kaynakları**

http://aregem.kulturturizm.gov.tr/TR,12762/genel-ozellikleriyle-turk-mutfak-kulturu.html Erişim Tarihi: 20.03.2018

http://dosyamerkez.saglik.gov.tr/Eklenti/10949,07pdf.pdf?0 Erişim Tarihi: 17.02.2018

http://www.ekodialog.com/Konular/ekonomik-kalkinma-fiziksel-yasam-kalite-indeksi.html Erişim Tarihi:18.01.2019

http://www.investinmersin.org Erişim Tarihi:29.05.2020

http://www.kultur.gov.tr/Eklenti/906,ttstratejisi2023pdf.pdf?0 Erişim Tarihi: 07.11.2018

http://www.mersinkulturturizm.gov.tr/TR-93162/turizm-yatirimi-belgeli-tesisler.html Erişim Tarihi: 28.01.2019

http://www.silifke.bel.tr/silifke/ilcemiz/cografi-yapi.html Erişim Tarihi: 04.01.2018

http://www.silifke.gov.tr/turizm-tanitim Erişim Tarihi:14.10.2018

http://www.sitso.org.tr/ODAYAYINLARI/EKONOM%C4%B0KRAPOR/tabid/13748/Default.aspx Erişim Tarihi:08.05.2020

http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,11475/genel-tanimlar.html Erişim Tarihi: 23.01.2018

https://dosyamerkez.saglik.gov.tr/ Erişim Tarihi:18.12.2019

https://mersin.ktb.gov.tr/TR-73465/sportif-etkinlikler.html Erişim Tarihi: 03.01.2020

https://patikatour.com/tour/prensesin-ayak-izleri/ Erişim Tarihi: 03.01.2020

https://silifke.bel.tr/silifke/ilcemiz/yemeklerimiz.html Erişim Tarihi: 10.01.2020

https://tr.wikiloc.com/gezi-yuruyus-rotalari/aksifat-kanyonu-kaynaga-kadar-8420395 Erişim Tarihi: 03.02.2020

https://turizmsurasi.ktb.gov.tr/ Erişim Tarihi:05.01.2020

https://www.aba.org/#publications Erişim Tarihi:29.03.2018

https://www.bmgf.gv.at/cms/home/attachments/3/9/5/CH1161/CMS1182951248070/hope_medical_tourism_september_2015.pdf Erişim Tarihi:14.01.2018

https://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/son-dakika-tuik-tarafindan-turkiye-nufusu-aciklandi-iste-nufus-artis-hizi-41437920 Erişim Tarihi:26.11.2019

https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/mersin/gezilecekyer/silifke-kalesi Erişim Tarihi:26.12.2019

https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/mersin/gezilecekyer/tekfur-ambari-sarnici Erişim Tarihi: 01.01.2020

https://www.turizmgunlugu.com Erişim Tarihi:11.06.2020

https://www.turkeyrafting.com/tr/parkurlar/goksu-nehri-rafting-parkuru.html Erişim Tarihi: 02.01.2020

https://www.tursab.org.tr/acenta-arama Erişim Tarihi:09.06.2020

https://yigm.ktb.gov.tr/TR-10354/cennet-ve-cehennem-obruklari--mersin.html Erişim Tarihi:26.12.2019

https://yigm.ktb.gov.tr/TR-201120/konaklama-istatistikleri.html Erişim Tarihi: 26.02.2020

https://www.aydinlik.com.tr/safranbolu-bu-yil-nufusunun-26-kati-turist-agirladi-kultur-sanat-aralik-2019 Erişim Tarihi: 04.01.2020

http://www.bugday.org/portal/hakkimizda.php Erişim Tarihi:03.01.2019

https://www.haberturk.com/mersin-haberleri/64422028-mersinde-tarihi-kopruyu-trafige-kapatma-tartismasimersinin-silifke-ilcesinde-belediye Erişim Tarihi: 29.12.2019

http://www.hurriyet.com.tr/goksu-irmaginda-rafting-keyfi-40905867 Erişim Tarihi: 02.01.2020

https://www.maxqda.com/help-mx20/maxmaps/hierarchical-code-subcodes-model Erişim Tarihi: 21.01.2020

https://www.mersinhaber.com/haber-mersin-silifkede-cilek-ihracati-basladi/384257 Erişim Tarihi: 10.01.2020

http://www.mersinkulturturizm.gov.tr/TR,73147/silifke.html Erişim Tarihi: 10.08.2018

https://www.ntv.com.tr/seyahat/mersindeki-gilindire-magarasi-ile-buzul-donemine-yolculuk,WO8LgJ37DEy7QAodlZhy-g Erişim Tarihi: 03.01.2020

https://www.nufusu.com/ilce/silifke_mersin-nufusu Erişim Tarihi:12.08.2018

https://www.sabah.com.tr/yasam/2019/05/10/8-bin-nufuslu-belek-yazin-2-milyon-kisi-agirliyor Erişim Tarihi: 04.01.2020

http://www.saglikturizmi.org.tr/tr/saglik-turizmi/genel-bilgi Erişim Tarihi: 14.01.2018

http://www.tatuta.org/?p=4&lang=tr Erişim Tarihi:03.01.2019

https://mersin.tarimorman.gov.tr/Haber/755/Silifke-Cilegimiz-Cografi-Isaretli-Olarak-Tescillendi Erişim Tarihi: 10.01.2020

# EKLER

## EK-A: Nitel Araştırma Soruları

### Demografik Sorular

Yaşınız: …… Eğitim Durumunuz: ……..... Cinsiyet: .....
Mesleki Tecrübeniz: …..... (yıl)

### Röportaj soruları

Soru 1. Silifke'de turizmin mevcut durumunu genel olarak değerlendirir misiniz?

Soru2. Bölgemizin turizm ile ilgili geleceğini nasıl görüyorsunuz?

Soru 3. Bölge Turizmin gelişmesi için merkezi idarinin(yani hükümetin) yapması gereken işler nedir?

Soru 4. Turizmin gelişmesi için yerel idarenin yapması gereken işler nelerdir?

Soru 5. Turizmin çevreyle ilişkisi hakkında ne düşünüyor musunuz?

Soru 6. Eko turizm hakkında ne düşünüyorsunuz? İlçemizde eko turizm uygulanabilir mi? Eko turizm uygulamaları yapılsa bölgeye katkısı ne olur?

Soru 7 Silifke'yi eko-turizm kaynakları açısından değerlendirir misiniz?

Soru 8. İlçemizde hangi eko-turizm çeşidinin veya çeşitlerinin yapılabileceğini düşünüyorsunuz? Nasıl?

Soru 9. Sizce, Silifke'de Turizmin gelişmesini engelleyen en büyük sorun veya sorunlar nelerdir? Çözüm için neler yapılmalıdır?

**EK-B: Katılımcı Onay Formu**

Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı; Eko-turizmin kriterlerini ortaya koymak; Silifke yöresinde ekonomik, kültürel ve sosyal anlamda katkılarını, sürdürebilirlik ile olan ilişkisine ait değerlendirmelerde bulunmak, gözlemlemek ve sonuçlarını turizm açısında analiz yapmaktır. Bu araştırma Türkiye'nin en güzel ilçelerinden biri olan Mersin'in Silifke ilçesinde yapılmaktadır.

Araştırma Süreci

Araştırmada nitel araştırma benimsenmiştir. Bu doğrultuda araştırmacı (eğer siz de kabul ederseniz) görüşme ve doküman inceleme gibi nitel araştırma veri toplama yöntemlerini kullanarak sizden veri toplamaya çalışacaktır. Araştırmacı yüz yüze görüşmelerde ses kaydı alacaktır. Eğer bu sizi rahatsız ederse çalışmaya katılmayabilirsiniz. Araştırmacı size ait, konu ile ilgili dokümanları incelemek isterse her doküman için ayrıca sizden izin isteyecektir.

Riskler ve Rahatsızlıklar

Araştırma kapsamında size soracağım sorular genel olarak genelde turizm ve özelde eko-turizme ilişkin değerlendirmeler yapmanızı gerektirebilir. Böylesi sorular sizi rahatsız ederse soruya cevap vermeyebilir, önceden verdiğiniz bazı cevapların metinden çıkarılmasını talep edebilir, hatta araştırmadan tamamen çekilebilirsiniz.

Gizlilik

Araştırma sonuçları raporlanırken isminiz, konaklama işletmeninizin adı kesinlikle gizli tutulacaktır. Dijital ses kayıt cihazı ile alınacak olan ses kaydınız yazıya geçirilecektir. Kelime işlem dosyası içinde yukarıda sayılan ve kimliğinizin anlaşılmasına neden olabilecek bilgilerin tamamı şifrelerle değiştirilecektir. Ses ve kelime işlem dosyaları araştırmacı tarafından araştırma ile ilişkisi olmayan başka hiç kimse ile paylaşılmayacaktır.

Katılım ve Araştırmadan Çekilme

Bu araştırmaya katılım gönüllülük esasına tabidir. Katılımcılar istedikleri anda araştırmadan çekilebilirler ve daha öncesinde vermiş oldukları bilgileri de araştırmadan çekebilirler.

Araştırmacının Kimliği

Bu araştırma Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği, doktora öğrencisi Mürsel KAYA tarafından Prof. Dr. Mete Sezgin danışmanlığında

yürütülmektedir. Mürsel KAYA'ya kayamur@hotmail.com adresinden ulaşabilirsiniz.

ARAŞTIRMACININ VE KATILIMCININ İMZALARI

Çalışmam sürecinde yukarıda yazılı olan kurallara uyacağım.

…/…/2019

Mürsel KAYA

Yukarıda yazılanları okudum ve anladım.

Katılımcının Adı Soyadı

İmza

…/…/2019

## EK-C: Silifke'de turizmin Eko-kalkınma modeliyle gelişimine yönelik görüşleri belirlemek üzere anket çalışması soruları

*Sayın katılımcı,*

*Bu anket Silifke'de turizmin Eko-kalkınma yaklaşımıyla gelişmesine yönelik bir bilimsel araştırmada kullanmak üzere tasarlanmıştır. Cevaplarınız gizli tutulacaktır. Ankete katılımınız ve katkınız için teşekkür ederiz.*

***Prof. Dr. Mete SEZGİN*** ***Öğr.Gör. Mürsel KAYA***

***Rakamların anlamları:***
***1:****Hiç katılmıyorum* ***2:****Katılmıyorum,* ***3:****Ne katılıyorum ne katılmıyorum,* ***4:****Katılıyorum,* ***5:****Tamamen katılıyorum*

**A. Silifke'nin kalkınmasında eko-turizm muhtemel etkilerini belirlemeye yönelik sorular**

| Silifke'de eko-turizmin gelişmesi… | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|---|
| 1. bölgesel kalkınmayı olumlu yönde etkiler. | | | | | |
| 2. bölgeye yabancı sermaye girişini sağlar. | | | | | |
| 3. bölgeye yönelik yatırım artışı sağlar | | | | | |
| 4. kişi başına düşen geliri arttırır. | | | | | |
| 5. bölgede yeni istihdam olanaklarının yaratır. | | | | | |
| 6. bölgenin alt ve üst yapı olanaklarını geliştir. | | | | | |
| 7. bölgedeki tarım ve sanayi sektörlerin de gelişmesine katkıda sağlar | | | | | |
| 8. bölgenin diğer bölgelerle arasındaki gelişmişlik farkının azalmasını sağlar. | | | | | |
| 9. bölgede kültürler arası etkileşimi sağlar. | | | | | |
| 10. bölgede çevresel sorunlara yol açar. | | | | | |
| 11. turizm işletmelerinin kalitesinin artırır. | | | | | |
| 12. halkın arkeolojik, tarihi ve mimari varlıkların korunmasına yönelik bilincini arttırır. | | | | | |
| 13. doğal alanların korunması açısından bölge halkının duyarlılığını arttırır. | | | | | |
| 14. trafik sorununu artırır. | | | | | |
| 15. tarım alanlarının yok edilmesine yol açar. | | | | | |

| **B. Silifke'de turizmin gelişmemesinin başlıca nedeni sizce nedir?** | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|---|
| 16.Yeterince beş yıldızlı otel olmaması | | | | | |
| 17.Yiyecek ve içecek işletmelerinin yetersiz olması | | | | | |
| 18.Eğlence olanakların sınırlı olması | | | | | |
| 19.Bölgede seyahat acentesi ve tur operatörlerinin yetersiz olması | | | | | |
| 20.Bölgeye yönelik yetişmiş turist rehberlerinin az olması | | | | | |
| 21.Tanıtımının yeterince yapılmaması | | | | | |
| 22.Kamu yatırımlarının yetersizliği | | | | | |
| 23. Nitelikli oda ve yatak oda sayısının azlığı | | | | | |
| 24. Kalifiye eleman eksikliği | | | | | |
| 25. Yerel yönetimlerin konuya yeterince ilgi göstermemesi | | | | | |
| 26. Tüm paydaşlar arasında işbirliği ve iletişim eksikliği | | | | | |
| 27. Sezonun kısalığı ve uzatılamaması | | | | | |
| 28. Sahillerin ikinci konutlarla işgal edilmesi | | | | | |
| 29.Ulaşım zorluğu | | | | | |
| 30.Bölge halkının olumsuz tutumu | | | | | |
| 31.Alt ve üst yapı yetersizlikleri | | | | | |

| C. Silifke'de Turistik Talebin Analizine Yönelik Sorular | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|---|
| 32. Yeterli tanıtım yapıldığı takdirde Silifke'ye yönelik turistik talep artar. | | | | | |
| 33. Ulaşım imkânları geliştirildiği takdirde Silifke'ye yönelik turistik talep artar. | | | | | |
| 34. Altyapı olanakları geliştirildiği takdirde Silifke'ye yönelik turistik talep artar. | | | | | |
| 35. Turistlere yönelik eğlence olanakları geliştirilirse Silifke'ye yönelik turistik talep artar. | | | | | |
| 36. Turistik tesis arzı olanakları arttırıldığı takdirde Silifke'ye yönelik turistik talep artar. | | | | | |
| 37. Turistik tesislerde hizmet kalitesinin arttırılması ile Silifke'ye yönelik turistik talep artar. | | | | | |
| 38. Nitelikli personel istihdamının arttırılması ile Silifke'ye yönelik turistik talep artar. | | | | | |
| 39. Bölge halkı eko-turizm turizm konusunda bilinçlendirildiği takdirde Silifke'ye yönelik turistik talep artar. | | | | | |

**E. Silifke'de Eko-Turizmin Gelişmesi Açısından *Avantaj* ve *Dezavantajlar* (Seçiminize ✓ işareti koyunuz)**

| | Avantajdır | Dezavantajdır |
|---|---|---|
| 40. Antalya'nın bir turizm merkezi olarak gelişmişliği Silifke'de eko-turizmin gelişmesi açısından bir……. | | |
| 41. Bölgede çarpık kentleşme ve trafik sorunu olmaması Silifke'de eko-turizmin gelişmesi açısından bir **…….. .** | | |
| 42. Zengin tarihi ve kültürel değerlere sahip olması Silifke'de eko-turizmin gelişmesi açısından bir **…….. .** | | |
| 43. Bozulmamış doğal bir çevreye sahip olması Silifke'de eko-turizmin gelişmesi açısından bir **…….. .** | | |
| 44. Bölgede turizm yatırımlarının yetersizliği Silifke'de eko-turizmin gelişmesi açısından bir……. . | | |
| 45. Bölgede turistik tesis sayısının azlığı Silifke'de eko-turizmin gelişmesi açısından bir **…….. .** | | |
| 46. Bölgenin yeterince tanınmaması Silifke'de eko-turizmin gelişmesi açısından bir **…….. .** | | |
| 47. "Her Şey Dahil" sisteminin bölgeye yönelik turistik talebi olumsuz yönde etkilemesi Silifke'de eko turizmin gelişmesi açısından bir **…….. .** | | |

**F. Silifke'de potansiyel Alternatif Turizm Türlerinin Tanınma Durumu (Seçiminize ✓ işareti koyunuz)**

| Alternatif Turizm Çeşitleri | Evet, haberdarım | Hayır, haberdar değilim |
|---|---|---|
| 48.Doğa Turizmi | | |
| 49.Tarih Turizmi | | |
| 50.İnanç Turizmi | | |
| 51.Doğa Sporları Turizmi | | |
| 52.Ekolojik Turizm | | |
| 53.Kültür Turizmi | | |
| 54.Yayla Turizmi | | |
| 55.Akarsu Turizmi | | |
| 56.Çiftlik turizm | | |
| 57. Tüplü sualtı dalış | | |
| 58. Gastronomi turizmi | | |
| 59. Av turizmi | | |
| 60. Üçüncü yaş turizmi | | |

**G. Demografik Sorular**

**61. Cinsiyet :** ( ) Erkek ( ) Kadın

**62.Yaşınız:** ( ) 17-25 ( ) 26-35 ( ) 36 ve 45 ( )46 ve üstü

**63. Eğitim durumunuz** ( ) İlköğretim ( ) Lise ( ) Üniversite ( ) Lisansüstü

**64**. **İşyeriniz** ( ) Konaklama Tesisi ( ) Yiyecek-İçecek İşletmesi ( ) Eğlence İşletmesi
( ) Hediyelik Eşya ( ) Seyahat Acentesi

**65. İş yerindeki konumunuz** ( ) İşletmeci ( ) Yönetici ( ) Çalışan

**66. Memleketiniz** ( ) Silifke ( ) Başka bir şehir

**67. Aylık geliriniz** ( ) 0-3.000 TL ( ) 3.001-6.000 TL ( ) 6.001 TL ve üstü

## EK-D: ÖZGEÇMİŞ

**Mürsel KAYA**

**DOĞUM YERİ, TARİHİ:** Silifke, 1970

**ÖĞRENİM DURUMU:**

| | | |
|---|---|---|
| Doktora | 2014- 2020 | Selçuk Üniversitesi Sosyal Bil. Ens. Turizm İşletmeciliği ABD. |
| Yüksek Lisans | 2005-08 | Selçuk Üniversitesi Sosyal Bil. Ens. İng. Öğr. Konya |
| Lisans | 1992-96 | Selçuk Üniversitesi Eğitim Fakültesi İng.Öğr. Konya |
| | | Atatürk Üniversitesi KK Eğitim Fak. İng.Öğr. Erzurum |
| Lise | 1985-89 | Gazi Lisesi, Konya |
| | | Erdemli Lisesi, Mersin |
| Ortaokul | 1982-85 | Erdemli İHL, Mersin |
| İlkokul | 1977-82 | Selviler İlkokulu, Mersin |

**MESLEKİ AŞAMALAR:**

| | |
|---|---|
| Öğr.Gör. | 1998-…Selçuk Üniversitesi |
| İngilizce Öğretmeni | 1996-98 |

| | |
|---|---|
| Yabancı Diller | **:** İngilizce,KPDS:89 (Aralık,2010) |
| Medeni Durumu | **:** Evli |

**ULUSLARARASI TOPLANTI VE SEMPOZYUMLARDA SUNULAN BİLDİRİLER:**

Sezgin, M., Kaya, M., Ünüvar, O.(2019). "The perception of Culinary Students on Occupational İmage of Culinary: A case study at Tourism and Hotel Management Department, International Conference on Economics and Business Management (ICEBM), Kuala Lumpur, Malaysia.

Sezgin, M., Kaya, M., Ünüvar, O.(2018). "Research on the perception of the relationship between tourism and environment: a sample of tourism students of Silifke-Tasucu college", 8th Advances in Hospitality and Tourism Marketing and Management Conference, Bangkok, Tayland.

Sezgin, M., Korkmaz B.,,Ünüvar, O.,Kaya, M.(2018). "Evaluation of of gamification practises in the scobe of tourism". Institute of Research Engineers and Scientists, Havana, Cuba

Sezgin, M., Kaya, M., Ünüvar, O.(2017) "Value chain analysis towards improving infrastructure of ornithological tourism of Silifke Göksu Delta bird sanctuary in

tourism marketing perspective", 2th International Conference on Global Tourism and Sustainability. Green Lines Instituto Sep 27-29, 2017 Lagos, Portugal.

Kaya, M., Unuvar, O.(2016). "Value Chain Analysis towards Improving Infrastructure of Winter Tourism Centre of Yalnızçam in Ardahan", MSS 2016 International Conference on Management and Social Science, Tokyo, Japan.

Ünüvar,Ş. Kaya,M.(2016). "Measuring Service Quality by Servperf Method: A Research on Hospitality Enterprises". Australian Academy of Accounting and Finance Review, Sydney, Australia.

Ünüvar,O.,Kaya,M. Bilge,F.A.(2016). "The Term of Corporate Social Responsibility (CSR) In Health Tourism, Sample Projects of CSR in Turkey Within the Scope of Health Tourism" International Business Research Conference, Sydney, Australia.

Gök T., Sayın, K., Kaya, M., (2013) "The Relationship between Expectations and Satisfaction of Eastern Tourists Visiting Turkey", VI. International Conference Services Management, Acapulco Hotel, Girne, KKTC,

Çetinkaya, A.Ş, Yardimci, P., Oğuz, H., Sayin, K., Kaya, M. ve Çerçi S. (2009). Meslek Yüksekokulları İçin Uluslararası Organizasyonlarda Yer Almanın Önemi: Bir Çalışma Ziyareti Ev Sahipliği Örneği. 1.Uluslararası 5.Ulusal Meslek Yüksekokulları Sempozyumu, 27-29 Mayıs 2009, Selçuk Üniversitesi Kadınhanı Faik İçil Meslek Yüksekokulu, Konya, ss.1719.

**YAYINLAR:**

**Kitap:**

Kaya, M. (2015). Otel İşletmelerinde İnsan Kayanakları Yönetimi. Abdullah Karaman(Ed.) *Otel İşletmeciliği* içinde (213-247). Konya:Eğitim Yayınevi

**Seminer:**

"The Importance of Vocabulary and Augmentation of Learner's Autonomy In Vocabulary Learning", Konya,2007

**Y.Lisans Tezi:**

"Contributions of Phonologic and Semantic Features of Turkish and English Words to Vocabulary Teaching in EFL", Konya 2007.

**Ulusal Dergi:**

Ünüvar, O., Sezgin, M., Kaya, M. ( 2017). "Mikro destinasyon pazarlamasında bilgi teknolojilerinin rolü: 4-5 yıldızlı otellerde bir uygulama", Pamukkale J Eua Soc StuPamukkale Avrasya Sosyoekonomik Çalışmalar Dergisi, 4(2),1-14

Ünüvar, O., Kaya, M., Sezgin, M. ( 2017). "Bicycle Tourism in Konya Tourism Perspective And A Study On Its Effect On Marketing Konya Tourism As A

Destination By Using PEST Analysis", SOSYAL BİLİMLER MESLEK YÜKSEKOKULU DERGİSİ (e-ISSN: 2564-7458),20(2)175-182.

**Uluslararası Dergi:**
Ünüvar, Ş., Kaya, M., Bilge. F. A.(2016). "The Term Of Social Responsibility CSR In Health Tourism Sample Projects Of CSR In Turkey With The Scope Of Health Tourism", JASSS The Journal of Academic Social Sciences Studies 4(2),1-14.

**ULUSLARARASI HAKEMLİ DERGİ KURUL ÜYELİĞİ:**
Uluslararası Chrie Hosteur Dergisi Hakem Kurulu üyesi,2010-2011.

**PROJE GÖREVLERİ:**
Avrupa Birliği Ağırlama Sektörü Mesleki Yeterlilikler Kurumu (ECVET-TC NET) Projesi yürütme ekibi üyeliği, eğitmenliği ve tercümanlığı,2009-2012

**DİĞER AKADEMİK FAALİYETLER:**

**Panelist:**
"Avrupa Birliği ECVET-TC NET Projesi, Ağırlama Sektöründe Mesleki Yeterlilikler", Mersin, 2009.

**Simültane Çevirmen olarak Panel Katılımı:**
"New Opportunities in Middle East and Gulf Countries for Tourism Industry", Mersin,2009.

**Simültane Çevirmen olarak Panel Katılımı:**
"Attractiveness of Vocational Training for the Hospitality and Tourism Industry", Mersin, 2008.

**Simültane Çevirmen olarak Panel Katılımı:**
"The Reasons for Arab Tourists to Choose Turkey and Their Expectations", Mersin, 2010

**Organizasyon:**
EU CEDEFOP Study Visit(Group Number:384) AB CEDEFOP Çalışma Ziyareti(Grup No:384) organizasyonu düzenleme ekibi üyeliği. Mersin,2008.

"Eşrefoğlu Turizm ve Kültür Şenlikleri düzenleme ekibi üyeliği, Selçuk Üniversitesi, Beyşehir Meslek Yüksekokulu, Konya, 2004

**Katılımlar:**

"10.Ulusal Turizm Kongresi", Mersin Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, 2009, Mersin.

"Madde Bağımlılığı", Mersin,2009.

"Using Storybooks to Develop English", Selçuk Üniversitesi, Konya,2007.
"Different Activities for Different Age Groups", INGED EVENT, Konya,2007.

**Eğitim Semineri:**"AB Proje Döngüsü Eğitim Semineri", Mersin Ticaret Odası, Mersin, 2008.

**Panelist:** "Meslek Yüksekokullarında İngilizce Dil Eğitimindeki Sorunlar ve Çözüm Önerileri, 2007, Mersin.

**İDARİ GÖREVLER:**
Otel Lokanta ve Ağırlama Hizmetleri Bölüm Başkan Yardımcısı 2010- Halen devam ediyor

**VERDİĞİ DERSLER:**
Muhasebe, Dış ticaret, Turist Rehberliği, Turizm ve Seyahat İşletmeciği, Turizm ve Otel İşletmeciliği programlarında **Yabancı Dil ve Mesleki Yabacı Dil Dersleri**.

Aşçılık, Turizm ve Otel İşletmeciliği Proglarında **Genel Turizm, İletişim** dersleri

**AKADEMİ DIŞI GÖREVLER:**
**Mütercim/Tercüman**, Asteğmen, NATO STANDARDIZATON AGENCY, Gen.Kur.Başkanlığı, Eğitim ve Doktrin Komutanlığı, Balgat, Ankara, 2001

**Italyan Heyeti Ataşesi,** XVII Akdeniz Oyunları 2013

**İletişim Bilgileri**:
Tel İş : 0324 7412734
E-posta : kayamur@hotmail.com, murselkaya@selcuk.edu.tr
Adres : Selçuk Üni. Silifke Taşucu MYO 33900 Taşucu-Silifke-Mersin