

AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
AKDENİZ UYGARLIKLARI ARAŞTIRMA ENSTİTÜSÜ

**DEVLET DESTEK/TEŞVİK POLİTİKALARINDA SOSYAL TURİZM'İN YERİ VE
SERİK (ANTALYA) İLÇESİNDE TURİZM İŞLETMELERİNİN SOSYAL TURİZME
KARŞI TUTUMLARI**

BERKE DOĞAN

Danışman

Prof. Dr. Cemali SARI

Akdeniz Havzası Coğrafyası Araştırmaları Anabilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

Antalya, 2024

AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
AKDENİZ UYGARLIKLARI ARAŞTIRMA ENSTİTÜSÜ

DEVLET DESTEK/TEŞVİK POLİTİKALARINDA SOSYAL TURİZM'İN YERİ VE
SERİK (ANTALYA) İLÇESİNDE TURİZM İŞLETMELERİNİN SOSYAL TURİZME
KARŞI TUTUMLARI

BERKE DOĞAN

Danışman
Prof. Dr. Cemali SARI

Akdeniz Havzası Coğrafyası Araştırmaları Anabilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

Antalya, 2024.



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
AKDENİZ UYGARLIKLARI ARAŞTIRMA ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Berke DOĞAN'ın bu çalışması, jürimiz tarafından Akdeniz Havzası Coğrafyası Araştırmaları Anabilim Dalı Yüksek Lisans Programı tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan : Prof. Dr. Kadir TEMURÇİN

Üye (Danışmanı) : Prof. Dr. Cemali SARI

Üye : Dr. Mehmet Tahsin ŞAHİN

Tez Başlığı: Devlet Destek/Teşvik Politikalarında Sosyal Turizm'in Yeri ve Serik (Antalya) İlçesinde Turizm İşletmelerinin Sosyal Turizme Karşı Tutumları

Onay: Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Tez Savunma Tarihi : 12/07/2024

Mezuniyet Tarihi : / /2024

Prof. Dr. Tuncer DEMİR
Müdür

AKADEMİK BEYAN

T.C.

AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ

AKDENİZ UYGARLIKLARI ARAŞTIRMA ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ;

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “Devlet Destek/Teşvik Politikalarında Sosyal Turizm’in Yeri ve Serik (Antalya) İlçesinde Turizm İşletmelerinin Sosyal Turizme Karşı Tutumları” adlı bu çalışmanın, akademik kural ve etik değerlere uygun bir biçimde tarafımdan yazıldığını, yararlandığım bütün eserlerin kaynakçada gösterildiğini ve çalışma içerisinde bu eserlere atıf yapıldığını beyan ederim.

Berke DOĞAN

İÇİNDEKİLER

TABLolar LİSTESİ	i
HARİTALAR LİSTESİ	iv
GRAFİKLER LİSTESİ	v
ŞEKİLLER LİSTESİ	vi
KISALTMALAR LİSTESİ	vii
ÖZET	viii
ABSTRACT	ix
ÖNSÖZ	xi
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN GENEL ÇERÇEVESİ

1.1. Araştırmanın Yeri ve Sınırlılıkları	3
1.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi	4
1.3. Araştırmanın Soruları	5
1.4. Araştırmanın Hipotezleri	5
1.5. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi	6
1.6. Araştırmanın Sınırlılıkları	7
1.7. Araştırmanın Yöntemi	7
1.7.1. Veri Toplama Tekniği	8
1.7.2. Veri Toplama Süreci	9
1.7.3. Verilerin Analizi	10
1.8. Araştırma Sahası ile İlgili Yapılmış Çalışmalar	11

İKİNCİ BÖLÜM

ARAŞTIRMA SAHASININ GENEL COĞRAFİ ÖZELLİKLERİ

2.1. Araştırma Sahasının Fiziki Coğrafyası	14
2.1.1. Yer Yapısı	14
2.1.2. İklim Özellikleri	15

2.1.3.	Bitki Örtüsü	18
2.1.4.	Toprak Özellikleri	19
2.2.	Araştırma Sahasının Beşeri Coğrafyası	21
2.2.1.	Tarihi Gelişimi	21
2.2.2.	Yerleşme	21
2.2.3.	Nüfus Özellikleri.....	24
2.2.3.1.	Nüfusun Dağılışı	28
2.2.3.2.	Nüfusun Cinsiyet Dağılımı	31
2.2.3.3.	Nüfusun Eğitim Durumu	33
2.2.4.	Ekonomik Coğrafyası.....	34
2.2.4.1.	Tarımsal Faaliyetler	35
2.2.4.2.	Hayvancılık Faaliyetleri.....	42
2.2.4.3.	Ticaret ve Sanayi	46
2.2.5.	Turizm Coğrafyası.....	48
2.2.5.1.	Turizm İstatistikleri	52

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TURİZM VE SOSYAL TURİZM

3.1.	Turizm ve Tarihsel Gelişimi	55
3.1.1.	Turizm Çeşitleri.....	58
3.1.1.1.	Kültürel Turizm	62
3.1.1.2.	Spor Turizmi.....	62
3.1.1.3.	İnanç Turizmi	63
3.1.1.4.	Kongre Turizmi	63
3.1.1.5.	Agroturizm.....	64
3.1.1.6.	Özel İlgi Alanı Turizmi	64
3.1.1.7.	Av Turizmi	64
3.1.1.8.	Kış Turizmi	65
3.1.1.9.	Ekoturizm	65

3.1.1.10.	Eğlence Turizmi.....	65
3.1.1.11.	Sağlık Turizmi	66
3.1.1.12.	Afet Turizmi.....	66
3.1.1.13.	Politik Turizm	66
3.1.1.14.	Helal Turizm	67
3.1.1.15.	Gastro-turizm	67
3.1.1.16.	Yat Turizmi.....	67
3.1.1.17.	Kırsal Turizm.....	68
3.1.1.18.	Şehir Turizmi	68
3.1.1.19.	Kamp-Karavan Turizmi	68
3.1.1.20.	Hüzün Turizmi.....	69
3.1.1.21.	Miras Turizmi.....	69
3.1.1.22.	Yayla Turizmi	69
3.1.1.23.	Kıyı Turizmi.....	70
3.1.1.24.	Dağ Turizmi	70
3.1.1.25.	Macera Turizmi	70
3.1.1.26.	Gençlik Turizmi.....	70
3.1.1.27.	Diaspora Turizmi.....	70
3.1.1.28.	Sosyal Turizm	71
3.2.	Sosyal Turizm	71
3.2.1.	Sosyal Turizmin Batıda Tarihsel Gelişimi	75
3.2.2.	Sosyal Turizmin Türkiye’de Tarihsel Gelişimi	78
3.2.3.	Sosyal Turizm’in Çeşitli Tanımları	79
3.2.4.	Sosyal Turizm’in Amaçları.....	82
3.2.5.	Sosyal Turizm’de Etkenler	83
3.2.5.1.	Temel Etkenler	83
3.2.5.2.	Geliştirici Etkenler	85
3.2.5.3.	Kısıtlayıcı Etkenler.....	86

3.2.6. Sosyal Turizm Modelleri.....	87
3.2.6.1. Katılım Modeli (Participation Model).....	89
3.2.6.2. Adaptasyon Modeli (Adaptation Model).....	89
3.2.6.3. İçerme Modeli (Inclusion Model).....	90
3.2.6.4. Harekete Geçirme Modeli (Stimulation Model).....	91
3.2.7. Sosyal Turizm Faaliyetlerinin Faydaları.....	91
3.2.7.1. Aile Çerçevesinde Faydalar.....	92
3.2.7.2. Bireysel Faydalar.....	93
3.2.7.3. Sosyal Politikaya ve Ağlara Faydalar.....	94
3.2.8. Avrupa’da Sosyal Turizm.....	96
3.2.8.1. Avrupa’da Sosyal Turizm’in Yeri ve Politikalar.....	96
3.2.8.2. Avrupa’da Gerçekleştirilen Sosyal Turizm Uygulamaları.....	97
3.2.8.2.1. Family Holiday Association.....	98
3.2.8.2.2. The Family Fund (Aile Fonu).....	99
3.2.8.2.3. Labour Market Holiday Fund (İşgücü Piyasası Tatil Fonu).....	99
3.2.8.2.4. Floreal.....	99
3.2.8.2.5. The Sunshine Fund (Gün Işığı Fonu).....	100
3.2.8.2.6. Polish Tourist and Country Lovers Society.....	100
3.2.8.2.7. European Union Federation of Youth Hostel Associations.....	101
3.2.8.2.8. INATEL.....	101
3.2.8.2.9. Uluslararası Sosyal Turizm Örgütü (ISTO/OITS).....	101
3.2.8.2.10. Solidarité Vacances.....	102
3.2.8.2.11. Kinderhotels Europa.....	102
3.2.8.2.12. Caritas Holiday.....	102
3.2.8.2.13. Leucemie Espoir.....	103
3.2.8.2.14. Inter-Environnement Wallonie.....	103
3.2.8.2.15. Pro Juventute Ferien.....	104
3.2.8.2.16. Vakantie Anders.....	104

3.2.8.2.17.	IMSERSO	104
3.2.8.2.18.	Viyana Sözleşmesi.....	105
3.2.8.2.19.	Montreal Bildirgesi.....	105
3.2.8.2.20.	Aubagne Bildirgesi	106
3.2.8.2.21.	Barselona Bildirgesi.....	107
3.2.8.2.22.	Rimini Kongresi.....	107
3.2.8.2.23.	Calypso Projesi	108
3.2.8.2.24.	SOWELL Projesi.....	109
3.2.8.2.25.	STEEP Projesi	109
3.2.8.2.26.	ENAT Projesi	110

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

BULGULAR

4.1.	Devlet Destek/Teşviklerinde Sosyal Turizm'in Yeri	114
4.1.1.	Kalkınma Planlarında Sosyal Turizm'in Yeri ve Politikalar	122
4.1.2.	Türkiye'de Gerçekleştirilen Sosyal Turizm Uygulamaları	127
4.1.2.1.	Ücretli Tatil.....	127
4.1.2.2.	Turizm Bankası ve Tatil Kredileri	128
4.1.2.3.	Sosyal Tesisler.....	128
4.1.2.4.	Türkiye Cumhuriyeti Devlet Demiryolları (TCDD) Uygulamaları....	132
4.1.2.5.	Gençlik Turizmi Rehberi.....	133
4.1.2.6.	Gençlik Servisi Merkezi (GSM).....	134
4.1.2.7.	Kamu Kampları.....	135
4.1.2.8.	Yerli Turizmde Türkiye Turları.....	136
4.1.2.9.	MüzeKart Uygulaması.....	136
4.1.2.10.	Devlet Yurtlarında Konaklama İmkânı (Seyahat Sever Projesi)	137
4.1.2.11.	Alternatif Yaşam Derneği (AYDER)	137
4.2.	Antalya'da Turizm ve Sosyal Turizm Faaliyetleri	137
4.2.1.	Antalya'nın Turizm İstatistikleri.....	138

4.2.2. Antalya’da Sosyal Turizm Uygulamaları.....	146
4.3. Katılımcıların Demografik Özellikleri.....	149
4.4. Kategori 1: Görüş, Kıyaslama ve Eleştiri.....	151
4.5. Kategori 2: Farkındalık, Pratikler ve Beklentiler	163
SONUÇ VE ÖNERİLER	175
KAYNAKÇA.....	183



TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1: Araştırmanın Sınırlılıkları	7
Tablo 2: Araştırmanın Tasarımı	8
Tablo 3: Serik İlçesi Yıllara Göre Ortalama Sıcaklıklar (2015-2022).	16
Tablo 4: Serik ilçesi Aylara göre Aylık Ortalama Sıcaklık ve Aylık Maksimum Sıcaklık Değerleri (°C), (2015-2022).	17
Tablo 5: Serik İlçesi Yıllık Toplam Yağış Miktarı (mm) ve Yıllık Ortalama Yağış Miktarı (mm).	17
Tablo 6: 1455 Yılına Göre Karahisar-ı Teke Sınırları İçinde Yerleşen Serik Cemaatleri (Cemaat-i Etrak-ı Serik Yörükleri).	21
Tablo 7: Serik ilçesinin Kırsal Mahalleleri (2022).	23
Tablo 8: Serik ilçesinin Kentsel Mahalleleri (2022).	23
Tablo 9: Cumhuriyetin İlk Yılı İtibariyle Serik Nahiyesinin Nüfus Durumu (1923).	25
Tablo 10: Antalya İlçelerinin Nüfusları ve Yıllık Nüfus Artış Hızları (%) (2022).	26
Tablo 11: Serik ilçesi Nüfus Sayısı (2010-2022).	27
Tablo 12: Serik ilçesi Mahalle Nüfusları (2013-2016-2019-2022).	29
Tablo 13: Serik ilçesi Erkek ve Kadın Nüfusun Yaş Sınıflandırması (2012-2017-2022).	31
Tablo 14: Serik ilçesi Bitirilen Eğitim Düzeyi ve Cinsiyete Göre Nüfus Dağılımı (15+ Yaş), (2013).	33
Tablo 15: Serik ilçesi Cinsiyete Göre Okur Yazarlık Oranları (%), (2008-2022).	34
Tablo 16: Serik ilçesi Arazi Örtüsü Alan ve Payları (2020).	36
Tablo 17: Serik ilçesi 2012-2022 Yılları Dekar Cinsinden Tarım Alanı.	37
Tablo 18: Serik ilçesi 2022 Yılı Sebze Üretiminde Ekilen Alan (Dekar) ve Üretim Miktarları (Ton).	37
Tablo 19: Serik İlçesi 2022 Yılı Tahıllar ve Diğer Bitkisel Ürünlerde Ekilen Alan (Dekar) ve Üretim Miktarları (Ton).	38
Tablo 20: Serik ilçesi 2022 Yılı Meyveler, İçeceklik Meyveler ve Baharat Bitkilerinin Ekilen Alan (Dekar) ve Üretim Miktarları (Ton).	39
Tablo 21: Serik ilçesi Dekar Cinsinden Örtü Altı Tarım Alanı (2006-2010-2014-2018-2022).	40
Tablo 22: Serik ilçesi 2022 Yılı Örtüaltı Meyvelerin Sera Tipi, Ekilen Alan (Dekar) ve Üretim Miktarları (Ton).	40
Tablo 23: Serik ilçesi 2022 Yılı Örtüaltı Sebzelerin Sera Tipi, Ekilen Alan (Dekar) ve Üretim Miktarları (Ton).	41

Tablo 24: Serik ilçesi 2022 Yılı Hayvan Türlerinin Sayıları.....	43
Tablo 25: Serik ilçesi Hayvansal Üretimi (2022).....	44
Tablo 26: Serik ilçesi Kırkılan Hayvan Türleri ve Sayıları (2022).	45
Tablo 27: Serik ilçesi Sağılan Hayvan Türleri ve Sayıları (2019).	45
Tablo 28: Serik ilçesi Et Tavuğu, Yumurta Tavuğu ve Diğer Kümes Hayvanları (Hindi, Kaz, Ördek ve Beç Tavuğu) 2008-2016-2022 Sayıları.	45
Tablo 29: Antalya İlinde Sanayi İşletmelerinin İlçelere Göre Dağılımı (2020).....	46
Tablo 30: Serik ilçesi Küçük Sanayi Sitesi Nitelikleri (2020).	47
Tablo 31: Serik ilçesi 2022 Yılı Turizm İstatistikleri (Ay Bazında)	52
Tablo 32: Serik ilçesi Tesislerde Gerçekleştirilen Toplam Geceleme Sayısı (Ay Bazında)(2022).	53
Tablo 33: Serik ilçesi Tesis Türü/Sınıfı Bazında Tesis Sınıflandırması (10.2023 itibariyle) ..	54
Tablo 34: Turizmin Önemi.....	57
Tablo 35: Turizm Türleri	62
Tablo 36: Desteklenmesi Gereken Sosyal Turizm Yararlanıcıları, Sarı vd., (2022).....	73
Tablo 37: Sosyal Turizme Dair Bazı Sınıflandırmalar	75
Tablo 38: Türkiye’de Sosyal Turizm Etkenleri	116
Tablo 39: Türkiye’de Yer Alan Misafirhane Türleri.....	129
Tablo 40: Şehirlere Göre Öğretmenevi Sayıları	129
Tablo 41: Şehirlere Göre Polis Evi Sayıları	130
Tablo 42: Türkiye’deki Şehirlerde Kamu Misafirhane Sayıları	131
Tablo 43: Antalya İli Gelen Yıllık Yabancı Ziyaretçi Sayıları (1997-4/2023).	139
Tablo 44: Antalya İline Gelen Ziyaretçilerin Aylara ve Yıllara Göre Dağılımı.	140
Tablo 45: Antalya İline Gelen Yabancı Ziyaretçilerin Milliyet Dağılımı ve Sayıları (2022).141	
Tablo 46: Antalya İline Gelen Yabancı Ziyaretçilerin Sınır Kapılarına ve Aylara Göre Dağılımı (2022).	142
Tablo 47: Antalya İline Gelen Yabancı Ziyaretçilerin Taşıt Aracına Göre Toplam Dağılımı (2022).	142
Tablo 48: Antalya İli Turizm İşletme Belgeli/Yatırım Belgeli ve Belediye Belgeli Tesis Sayıları (2014-2021).	143
Tablo 49: Antalya İli İşletme Belgeli ve Yatırım Belgeli Tesis Verileri (05/2023 İtibariyle).	144
Tablo 50: Antalya İli Mavri Bayraklı Plaj ve Mavi Bayraklı Marina Sayıları (2023).	146
Tablo 51: Katılımcıların Demografik Özellikleri.....	150

Tablo 52: Kategori 1: Görüş, Kıyaslama ve Eleştiri	153
Tablo 53: Kategori 2: Farkındalık, Pratikler ve Beklentiler.....	164
Tablo 54: Kavram Haritası	174



HARİTALAR LİSTESİ

Harita 1: Serik İlçesinin Yeri ve Sınırları.....	4
Harita 2: Serik İlçesi Topografya Haritası.....	15
Harita 3: Kırsal ve Kentsel Mahalleler Haritası	24
Harita 4: Serik İlçesi Nüfus Haritası	30



GRAFİKLER LİSTESİ

Grafik 1: Serik ilçesi Nüfusu Grafiği (2007-2022).	28
Grafik 2: Serik ilçesi Nüfus Cinsiyet Piramidi (2022).	32
Grafik 3: Serik ilçesi Nüfus Eğitim Durumu Pasta Grafiği (2013).	34
Grafik 4: Serik ilçesi Arazi Örtüsü Grafiği (%), 2020.	37
Grafik 5: 1989 Yılı Ekonomik Faaliyetlere Göre İstihdam Oranları.....	118
Grafik 6: 1990 Yılı Ekonomik Faaliyetlere Göre İstihdam Oranları.....	118
Grafik 7: 2010 Yılı Ekonomik Faaliyetlere Göre İstihdam Oranları.....	119
Grafik 8: 2022 Yılı Ekonomik Faaliyetlere Göre İstihdam Oranları.....	120
Grafik 9: Antalya İli Mavi Bayraklı Plaj Grafiği (2010-2023).	145
Grafik 10: Katılımcıların Yaş Dağılımı.....	151



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Veri Analiz Aşaması	11
Şekil 2: Sillyon Antik Kenti	22
Şekil 3: Serik Çakısı	48
Şekil 4: Belek Turizm Bölgesi İşletmeleri Haritası.....	49
Şekil 5: Zeytintaşı Mağarası	51
Şekil 6: Aspendos Antik Kenti	51
Şekil 7: Turizm Sınıflandırması	58
Şekil 8: Sosyal Turizm Modelleri.....	88
Şekil 9: Doğu Ekspresi Güzergahı.....	133
Şekil 10: Gençlik Turizmi Rehberi Bilgi Formu	134
Şekil 11: Kamu Kamp Başvuru Formu	136
Şekil 12: Sosyal Turizm Kavramı Kelime Bulutu.....	152
Şekil 13: Ayrıcalıklı Kesim Kelime Bulutu	160

KISALTMALAR LİSTESİ

A.M.S.	Aylık Maksimum Sıcaklık
A.O.S.	Aylık Ortalama Sıcaklık
A.T.	Alçak Tünel
Bkz.	Bakınız
C.S.	Cam Sera
Çev.	Çeviren
Ed.	Editör/Editörler
EESC	Avrupa Ekonomik ve Sosyal Komitesi (European Economic and Social Committee)
P.S.	Plastik Sera
T.G.T.K.	Tesislere Gelen Toplam Kişi Sayısı
V.d.	Ve diğerleri
Vd.	Ve devamı
Vs.	Vesaire
Y.T.	Yüksek Tünel
°	Derece
°C	Santigrat Derece

ÖZET

Turizm sektörü, küresel çaptaki erişilebilirliğin, hareketliliğin ve ulaşım imkanlarının artmasıyla birlikte dünya genelinde ülkeler için önemli bir dinamik haline gelmiştir. Turizm sektörünün barış ortamında sürdürülebildiği ve küresel çaptaki bazı dönemlerde ortaya çıkan vakaların gerçekleştiği bilinmektedir. Bu duruma rağmen turizm, her zaman kesintisiz olarak büyümesini sürdürmüştür. Turizmin uluslararası çaptaki hareketine karşın, ulusal harekette bile bulunamayan, dezavantajlı bireylerin varlığı da söz konusudur. Bu bireylerin turizm sektörü içerisinde yer alması, tatil aktivitelerini gerçekleştirmesi, bireysel veya aile çerçevesinde ilişkilerin güçlenmesi, fiziksel ve ruhsal sağlıklarına da olumlu etkilerin gerçekleşmesi amacıyla sosyal turizm hareketi ortaya çıkmıştır.

Sosyal turizmin en geniş tanımı olarak *“toplumun geride kalan kesiminden farklı olarak, ekonomik olarak zayıf veya dezavantajlı olanların seyahat aktivitelerini kapsayan turizm alanındaki ilişkiler”* şeklinde ifade edilmektedir. Sosyal turizmde dezavantajlı bireyler, sosyal turizm yararlanıcılarını veya faydalanıcıları olarak isimlendirilen bireyleri kapsamaktadır. Gelir düzeyi düşük, fiziksel veya zihinsel engeli bulunan, sağlık problemi veya yaşlılık, genç, işçi gibi birçok bireye hitap eden bir yararlanıcı kitlesine sahiptir. Fakat turizm sektörünün daha geniş kitlelere hitap etmesi sonucunda sosyal turizm yararlanıcılarının göz ardı edilmektedir. Bu sebepten dolayı da ortaya çalışmanın konusu, problemi ve amacı çıkmıştır.

Çalışma, iki ana başlık üzerinden yürütülmektedir. İlk olarak devlet destek/teşvik politikalarında sosyal turizmin yeri incelenmiştir. Kalkınma planlarında sosyal turizmin yeri ve sosyal turizm pratikleri olarak nitelendirilen devlet destekli hareketlerin yeterliliği ortaya konmaktadır. 12 tane kalkınma planından 3 veya 4 tanesinde sosyal turizme dolaylı yoldan değinilmiştir. Devlet destekli sosyal turizm kolaylaştırıcıları ise kısıtlı kalmış, engelli dostu plajlar ve ufak kolaylaştırıcılardan öteye gidilememiştir.

Çalışmanın ikinci bölümü ise, Serik (Antalya) ilçesinde turizm işletmelerinin sosyal turizme karşı tutumlarını ortaya koymaktadır. Çalışmada görüşmeyi kabul eden katılımcılar ile görüşme tekniği uygulanmıştır. Bunun sonucunda katılımcıların sosyal turizme karşı basit kolaylaştırıcılara sahip olduğu, bunların ötesinde bazı katılımcıların spesifik uygulamalara yer verdiği görülmüştür. Sosyal turizme destek olmak amacıyla özellikle bir çalışma gerçekleştirmedikleri ve gerçekleştirememesi sebeplerinin destekten yoksunluk olduğunu vurgulamışlardır. Bunun sonucunda gerekli öneriler çalışmanın sonucunda yer almaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Turizm, Dezavantajlı Bireyler, Turizm İşletmeleri, Serik, Antalya.

ABSTRACT

THE PLACE OF SOCIAL TOURISM IN STATE SUPPORT/INCENTIVE POLICIES AND THE ATTITUDES OF TOURISM ENTERPRISES TOWARDS SOCIAL TOURISM IN SERİK (ANTALYA) DISTRICT

The tourism industry has become an important dynamic for countries around the world, with the increase in global accessibility, mobility and transportation opportunities. It is known that the tourism sector can be sustained in a peaceful environment and that some cases that occur on a global scale occur. Despite this situation, tourism has always continued to grow uninterrupted. Despite the international movement of tourism, there are also disadvantaged individuals who cannot even take part in national movements. The social tourism movement has emerged in order for these individuals to take part in the tourism sector, carry out holiday activities, strengthen individual or family relationships, and have positive effects on their physical and mental health.

The broadest definition of social tourism is expressed as *"relations in the field of tourism that include the travel activities of those who are economically weak or disadvantaged, unlike the rest of the society"*. Disadvantaged individuals in social tourism include social tourism beneficiaries or individuals named as beneficiaries. It has a beneficiary group that appeals to many individuals such as low income, those with physical or mental disabilities, health problems or old age, young people, workers. However, as the tourism industry appeals to larger audiences, social tourism beneficiaries are ignored. For this reason, the subject, problem and purpose of the study emerged.

The study is conducted under two main headings. First, the place of social tourism in state support/incentive policies is examined. The place of social tourism in development plans and the adequacy of state-supported movements described as social tourism practices are revealed. Social tourism is indirectly mentioned in 3 or 4 of the 12 development plans. State-supported social tourism facilitators are limited, and nothing more than disabled-friendly beaches and small facilitators has been achieved.

The second part of the study reveals the attitudes of tourism enterprises towards social tourism in Serik (Antalya) district. The interview technique was applied with the participants who accepted to be interviewed in the study. As a result, it was seen that the participants had simple facilitators against social tourism, and beyond these, some participants included specific

practices. They emphasized that they did not carry out a study specifically to support social tourism and that the reason for not being able to do so was the lack of support. As a result, the necessary suggestions are included in the conclusion of the study.

Keywords: Social Tourism, Disadvantaged Individuals, Tourism Enterprises, Serik, Antalya.



ÖNSÖZ

Akdeniz Üniversitesi Akdeniz Uygarlıkları Araştırma Enstitüsü Akdeniz Havzası Coğrafyası Araştırmaları Anabilim Dalı yüksek lisans tezi olarak hazırlanan çalışma, sosyal turizmin devlet destek/teşvik politikalarındaki yeri ve önemi, sosyal turizm pratiklerini artırmak amacıyla devlet destekli gerçekleştirilen çalışmalar, kalkınma planlarında sosyal turizm mevcudiyeti ve Serik (Antalya) ilçesinde turizm işletmelerinin sosyal turizme karşı tutumlarını içermektedir. Hem sosyal turizm hakkındaki çalışmaların kısıtlılığı hem de Serik ilçesindeki turizm çalışmalarının eksikliği sebebiyle bu çalışmanın literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Yüksek lisans sürecinin başından sonuna kadar her aşamasında yanımdaki en büyük dayanağım olan, hatalara ve yanlışlara çözümler arayan ve yapıcı bakış açısını bana aşılayan, fikirlerimi dinleyen, sorularıma ve sorunlarıma çözüm bulmaktan asla yorulmayan, lisans eğitimimden itibaren öğrencisi olmaktan mutluluk duyduğum, sayın danışman hocam Prof. Dr. Cemali SARI'ya sonsuz teşekkürlerimi ve sevgilerimi sunarım.

Ayrıca lisans ve yüksek lisans eğitim hayatım boyunca bana her zaman kapılarını açık tutan, sorularımı geri çevirmeyen, bilgilerinden her zaman yararlandığım Akdeniz Üniversitesi Coğrafya bölümü hocalarıma çok teşekkür ederim. Bu süreçte yanımda olan değerli arkadaşlarım, her türlü yardımlarıyla bana destek olan Gamze ÇAKIR, Furkan GENİŞYÜREK, Mustafa BAŞKURT'a çok teşekkür ederim.

Son olarak hayatım boyunca maddi ve manevi desteklerini her zaman hissettiğim sevgili ailem, sonsuz teşekkürlerimi sizlere borç bilirim.

Berke DOĞAN

Antalya, 2024.

GİRİŞ

İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra önem kazanmaya başlayan turizm, günümüze yakın zamanlarda gelişmiştir. Modern turizm algısı, bu dönemden itibaren ortaya çıkmış olup günümüzde ve gelecekteki en büyük ve en önemli ekonomik sektör olarak kabul edilmektedir. Başlıca hizmet sektörlerinden birisi olan turizm, ülkemizde geç keşfedilmiş bir faaliyet alanıdır. Esasen Fransızca kökenli olan bu terim, “zevk amaçlı gerçekleştirilen geziler” olarak (Doğanay ve Zaman, 2013: 1) kısa bir açıklama ile tanımlanabilir. Zaman içerisinde turizme dair yapılan tanımların değiştiği ve geliştiği görülmüştür. Turizm, insanların farklı yerleri keşfetmek, kültürleri tanımak ve eğlenmek amacıyla seyahat ettiği bir faaliyettir biçimdir. Bu faaliyet biçimi, dünya genelinde oldukça Sanayi Devrimi'nden sonra oldukça popüler hale gelmiştir ve ekonomik, sosyal ve kültürel birçok etkiye sahiptir.

Turizm, birçok disiplin ile ilişkilidir. Bunların içerisinde psikoloji, siyaset, girişimcilik, ekonomi, sosyoloji, eğitim gibi multidisipliner alanlar da mevcuttur. Buna ilaveten turizm ve coğrafyanın ilişkisi dolayısıyla “turizm coğrafyası” adında bir alt disiplinin oluşmuştur. Turizm bölgelerinin coğrafi yapısı ve özellikleri, iklimi, doğal faktörleri ve beşeri faktörlerini inceleyen bu alt disiplin sayesinde, turizm alanı ve coğrafya alanı arasında yoğun ikili ilişkilerin gelişmesine yol açmıştır. Turizm coğrafyası, turizmin mekân ile ilişkilendirilmesine odaklanmaktadır. Mekân üzerindeki etkileri, ortaya çıkmış ve çıkarılması muhtemel turizm alanlarının tespiti, gruplandırılması ve arazinin kullanım kapasitesinin belirlenmesi (Kozak, A. Kozak ve Kozak, 2019: 16) ve ilgili alanlarda coğrafyanın korunması amacıyla önlemlerin alınması, turizm coğrafyasının disiplini içerisinde yer almaktadır.

Turizm, ortaya çıktığı dönemden itibaren yüksek gelir skalası içerisinde bulunan insanların gerçekleştirdiği bir faaliyet olarak görülmektedir. Turizm sektörü, birçok ülke için önemli bir gelir kaynağıdır. İnsanlar, farklı yerleri keşfetmek, kültürleri tanımak ve eğlenmek için seyahat etmektedirler. Ancak turizm faaliyetleri, herkes için erişilebilir değildir. Maddi imkanları kısıtlı olan bireyler, turizm faaliyetlerinden yararlanmakta güçlük çekebilirler. İşte burada sosyal turizm algısının doğuşu söz konusudur. Yüksek gelirli bireylerin gerçekleştirdiği turizm algısı, sanayi devrimi ile yoğun çalışma saatleri içeren fabrikalar, işletmeler, atölyeler gibi yerlerde işçi olarak çalışan kesimin tatil ihtiyacının “zevk ve lüks” olarak görülenin aksine “psikolojik ihtiyaç” olarak görülmesinden itibaren değişmiştir. Bu durum dolayısıyla *sosyal turizm* teriminin doğuşu gerçekleşmiştir.

Sosyal turizm, maddi imkanları sınırlı olan insanların turizm faaliyetlerinden yararlanmasına yardımcı olan bir turizm modelidir. Bu modelin doğuşu, 19. yüzyılın sonlarında sosyal refah hareketleriyle başlamıştır. Bu hareketler, maddi imkanları kısıtlı olan insanların yaşam koşullarını iyileştirmeye ve sosyal eşitsizlikleri azaltmaya çalışmaktadır. Turizm sektörü, bu hareketlerin etkisiyle, maddi imkanları kısıtlı olan insanların turizm faaliyetlerinden yararlanmasına yönelik fırsatlar sunmaya başlamıştır. Sosyal turizm, turizm faaliyetlerine katılımı maddi imkanları kısıtlı olan bireyler için kolaylaştırmayı amaçlamaktadır. Bu tür turizm, daha az gelişmiş bölgelerdeki turistik yerlere ve kültürel etkinliklere erişimi olanaklı kılmaktadır. Sosyal turizm, maddi imkanları kısıtlı olan bireylerin turizm faaliyetlerinden yararlanmasına yardımcı olurken, aynı zamanda toplumsal eşitliği artırabilme potansiyeline sahiptir. Bahsi geçen işçi kesimi, dezavantajlı kesim içerisinde yer almaktadır. Dezavantajlı kesim olarak nitelendirilen kesimin turizm faaliyetlerine katılmasının bütününe sosyal turizm faaliyetleri kapsamı altında değerlendirmek mümkündür. Sosyal turizm, maddi imkanları kısıtlı olan bireylerin turizm faaliyetlerinden yararlanmalarına yardımcı olduğu gibi, aynı zamanda toplumsal ilişkileri güçlendirebilir. Turizm faaliyetleri, farklı kültürleri tanımak ve insanlar arasındaki iletişimi artırmak için bir fırsat sunabilmektedir.

Sosyal turizm, özellikle maddi imkanları sınırlı olan insanlar için birçok fırsat sunmaktadır. Bu fırsatlar arasında, tatil yapma, seyahat etme, yeni yerler keşfetme ve farklı kültürleri deneyimleme gibi olanaklar yer almaktadır. Ayrıca sosyal turizm faaliyetleri, insanların psikolojik ve fiziksel sağlıklarını da olumlu yönde etkileme özelliğine sahiptir. Tatil yapmanın; stresi azalttığı, ruh halini iyileştirdiği ve sosyal bağları güçlendirdiği bilinmektedir. Sosyal turizmin etkisi sadece gerçekleştirme olanağı bulan maddi imkanları kısıtlı olan bireylerle sınırlı kalmamaktadır. Sosyal turizm, aynı zamanda turizm sektöründe çalışanların iş imkanlarını da artırabilme potansiyeline sahiptir. Sosyal turizm sayesinde, turizm sektöründe yeni iş alanları yaratılabilir ve sektörün büyümesi teşvik edilebilir. Ayrıca, sosyal turizm, turistik bölgelerin daha dengeli bir şekilde gelişmesine katkıda bulunabilme özelliğine sahiptir.

BİRİNCİ BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN GENEL ÇERÇEVESİ

Çalışmanın birinci bölümünde, araştırmanın genel çerçevesi ele alınmıştır. Araştırmanın yeri ve sınırlılıkları, araştırmanın amacı ve önemi, problemi, soruları, hipotezleri, araştırmanın yöntemi, veri toplama tekniği, veri toplama süreci ve verilerin analizi sürecinden bahsedilmiştir. Ayrıca araştırma sahası ile ilgili gerçekleştirilmiş çalışmalara da yer verilmiştir.

1.1. Araştırmanın Yeri ve Sınırlılıkları

Araştırma sahası, Akdeniz Bölgesi'nde Antalya ili içerisinde yer almakta olan Serik ilçesidir. İl merkezinin 38 kilometre doğusunda konumlanan ilçe nispeten dalgalı ovalık arazi üzerinde yer almaktadır ve matematiksel konum olarak $36^{\circ} 55' 19''$ kuzey enlemi ve $31^{\circ} 6' 5''$ doğu boylamları arasında bulunmaktadır. İlçenin batısında Aksu, doğusunda Manavgat, güneyinde 21 km uzunluğundaki sahil şeridi ile Akdeniz, kuzeyinde ise Burdur ilinin Bucak ilçesi ve Isparta ilinin Sütçüler ilçesi yer almaktadır. İlçenin doğal sınırlarını doğuda Köprüçayı, batıda Aksu Çayı, güneyde Akdeniz, kuzeyde ise Bozburun Dağı'nın kuzeybatısında kalan Sanlı Yaylası sınırında yer alan Şahan Beli belirlemektedir (T.C. Antalya Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2012: 456, Aydın, 2020: 17, Pancar ve Gökçe, 2022: 231, Ak, 2018: 3). Serik ilçesi, Harita Genel Müdürlüğü verilerine göre Antalya ilinin toplam yüzölçümünün (20177 km^2) %6'sını oluşturmaktadır. Serik ilçesi, Antalya ilinde yüzölçümü bakımından il sıralamasında yedinci sırada yer almaktadır (www.harita.gov.tr/il-ve-ilce-yuzolcumleri).



Harita 1: Serik İlçesinin Yeri ve Sınırları

1.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Araştırma sahası Türkiye’de turizm faaliyetleri baz alındığında turizmin başkenti olarak ifade edilen Antalya ilinde yer alan Serik ilçesi sınırlarından ibarettir. Serik ilçesindeki sosyal turizm faaliyetleri, dezavantajlı bireylerin turizm ile iç içe olma boyutunda turizm paydaşlarının etkilerini ve devlet destek/teşvik politikalarında ve kalkınma planlarında sosyal turizmin yerinin belirlenmesini amaçlamaktadır.

Araştırma konusuna dair daha önceden ilçe bazında gerçekleştirilen çalışmaların nadir oluşu, çalışmanın boyutu ve konusu açısından özgünlüğünü ortaya koymaktadır. Araştırma

sahasında sosyal turizm konusunda daha önce gerçekleştirilen araştırmalarla birlikte bu çalışmanın, gelecek zamanlardaki çalışmalara rehberlik etmesi açısından önemlidir. Turizm Coğrafyası içerisinde nadir çalışılmış olan bir konu olan “sosyal turizm” literatürüne de katkı sağlayacaktır.

1.3. Araştırmanın Soruları

Araştırma sürecinin önem arz eden aşamalarından birisi araştırma sorularının belirlenmesidir ve araştırmanın kapsamı, sınırlılıkları ve amacına uygun olması açısından büyük önem taşımaktadır. Bu doğrultuda çalışmanın araştırma soruları, belirlenen amaçlar dahilinde belirlenmiştir. Antalya ilinin turizmde önemli merkezlerinden birisi olan Serik ilçesinde, turizm işletmelerinin sosyal turizme karşı tutumlarını ortaya koymak amacıyla araştırma soruları şekillenmiştir.

- Ulusal turizm politikalarında sosyal turizm kavramının yeri nedir?
- Kalkınma planlarında sosyal turizm kavramının yeri nedir ?
- Serik ilçesindeki turizm işletmeleri, sosyal turizm kavramını hakkında neler düşünmektedir?
- Ülkemizde gerçekleştirilen sosyal turizm pratikleri ve araştırma sahasının sınırları içerisindeki sosyal turizm pratikleri hakkında turizm işletmelerinin görüşleri nelerdir?
- Turizm işletmeleri sosyal turizm faaliyetlerine kolaylaştırıcı sağlayabilmekte midir? Sağlayamıyorsa nedenleri nelerdir?
- Turizm işletmeleri Serik ilçesinde sosyal turizmin gelişmesi amacıyla nasıl bir iş birliği öngörmektedir?

1.4. Araştırmanın Hipotezleri

Bir araştırmanın hipotezleri oluşturulurken araştırmacının amaçları ve birikimi önemli bir rol oynamaktadır. Bu durumun nedeni hipotezin araştırmanın bilimsel yönlerini büyük ölçüde ortaya koymasından kaynaklanmaktadır (Yüksel, Yanık ve Ayazlar, 2015: 248). Hipotezler, bir bilimsel araştırmanın genellikle belirsiz ve genel hali olan ilk fikirlerinin gözlemler ve literatür araştırmasıyla problem cümlesinin ve araştırmanın sorularının harmanlanması ile ortaya çıkmaktadır. Araştırmanın hipotezleri ise şu şekilde belirtilmektedir:

H1: Devlet destek/teşvik politikaları içerisinde sosyal turizmi teşvik etmek amacıyla planlanan mevcut politikalar sebebiyle dezavantajlı grupların sosyal turizm faaliyetine katılımı zorlaşmaktadır.

H2: Geçmişte yer alan kalkınma planlarının ve mevcut kalkınma planının sosyal turizme yönelik teşviklerinin durumu ve turizm işletmelerinin ekonomik kaygıları sebebiyle Serik ilçesindeki turizm işletmeleri, sosyal turizm faaliyetlerine kolaylaştırıcı sağlayamamaktadır.

H3: Araştırma sahasında yer alan turizm işletmeleri, halkın sosyal turizme katılımının sağlanması amacıyla herhangi bir dış aksiyoner ile iş birliği içerisinde değildir.

H4: Araştırma sahasında yer alan turizm işletmelerinin maddi kaygısı arttıkça sosyal turizm faaliyetlerine sağladıkları kolaylaştırıcılar azalmaktadır.

H5: Araştırma sahası içerisinde yer alan turizm işletmeleri yerel halktan ekonomik olarak fayda sağlamamaktadır.

1.5. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Evren, araştırmanın sonucunda genelleme yapılmak istenilen bütünü ifade etmektedir. Evrenin soyut bir kavram olmasından dolayı da tanımlanmasının kolay olduğu fakat ulaşılmasının güç olduğu ifade edilmektedir. Bu bağlamda araştırmalarda belirlenmiş evrenden, kurallara dayanarak seçilmiş ve seçildiği evreni temsil ettiği kabul gören bir örneklem belirlenmektedir (Karasar, 2020: 147- 148).

Araştırmanın evreni, Antalya ilinin Serik ilçesinde yer alan turizm tesislerinin ve işletmelerinin bütünü oluşturmaktadır. Fakat, işletmeler içerisinde sosyal turizm ile bağımsız olan işletmeler harici tutulmuştur. Evrendeki toplam turizm tesisi sayısı Kasım 2023 itibarıyla T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı verileri doğrultusunda 93 adet olarak belirlenmiştir.

Araştırma evrenini temsil edecek örneklem belirlenmesinde birden fazla örneklem seçim tekniği bulunmaktadır. Bu araştırmada, evren hakkındaki bilgilerin kısıtlılığı, evreni oluşturan bireylerin ulaşılmasındaki zorluk durumu nedeniyle kartopu örneklem seçim tekniği gerçekleştirilmiştir. Kartopu örneklem seçim tekniği, araştırmanın evrenini oluşturan bireylere erişmenin zor olduğu veya araştırmanın evreni hakkındaki niteliklerin (büyüklük ve bilgi derinliği vb.) noksan olduğu durumlarda tercih edilen bir seçim tekniğidir (Şahin, Doğan ve Çakır, 2023: 237). Bu teknik sayesinde çalışma evreninde ulaşılan bir örneğin sayesinde örneklerin kendi arasındaki iletişim ağları sayesinde ve örneklerin yönlendirmeleri ile yeni örneklerle ulaşılmıştır ve araştırmanın örnekleme oluşturulmuştur. Bu sayede 8 adet turizm tesisi, bir adet golf akademisi ve bir adet ise seyahat acentesi ile araştırmanın örnekleme ulaşılmıştır. Örneklemin sınırlı kalmasının sebebine ise araştırmanın sınırlılıkları bölümünde değinilmiştir.

1.6. Araştırmanın Sınırlılıkları

Bir araştırmanın sınırlılıkları, araştırmanın veri toplama esnasında karşılaşılan problemleri içermektedir. Bu sebeple bu araştırmanın sınırlılıkları tablo halinde dört maddede verilmiştir.

Tablo 1: Araştırmanın Sınırlılıkları

Veri Yetersizliği	Sosyal turizm ile ilgili genel anlamda ve özelde yeterli araştırmaların yapılmamış olması ve yeterli düzeyde istatistiki verilerin veri tabanlarında yer almaması.
	Sosyal turizm özelinde, verileri toplayıp bütünleşmiş hale getiren bir kurum veya kuruluşun olmaması. Bu sebeple doğru verinin temininin zorlaşması.
Örneklem Aşaması	Araştırma evreninin örneklem boyutuna indirgenmesi aşamasında iletişim kurulan potansiyel katılımcıların; yoğunluk, direkt olarak reddetme, çekimser davranma, gereksiz bulma ve akademik çalışma olduğuna inanmama gibi nedenlerle problemler meydana gelmesi.
Fikir Değişikliği ve Zaman Kaybı	Çekimser davranan fakat görüşmeye katılım sağlamayı kabul eden katılımcıların, fikrini sonradan değiştirmesi sebebiyle görüşmelerinin geçersiz sayılması ve bu sebeple yaşanan zaman kaybı.

1.7. Araştırmanın Yöntemi

Araştırma konusu, araştırmanın kapsamı ve amacı doğrultusunda düşünüldüğünde çalışmaya en uygun yöntem nitel araştırma yöntemi olarak belirlenmiştir. Nitel araştırmaların temel amacı, algı ve deneyimlerin gün yüzüne çıkarılmasını sağlamaktır (Tekindal ve Uğuz Arsu, 2020: 153). Nitel araştırmayı, “gözlem, görüşme ve literatür analizi gibi nitel veri toplama tekniklerinin veri toplama amacıyla kullanıldığı, ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmasına yönelik nitel bir sürecin izlendiği araştırma” olarak tanımlamak mümkündür (Yıldırım ve Şimşek, 2006). Nitel araştırmalarda elde edilecek olan verilerin geçerliliği ve verilerin analizinden ulaşılabilecek olan sonuçların doğruluğu önemli olduğu için araştırmacılar, konuya ve hedef bireylerin niteliklerine dayalı olarak birden çok araştırma yönteminden yararlanabilmektedir. Nitel araştırmanın avantajlı noktalarından birisi de görüşme süreci içerisinde, katılımcıların fiziksel hareketleri ve duygu-durum değişikliklerine göre ilerleyişin değişebilmesine yol açabilmesidir (Tahsin, Doğan ve Çakır, 2023: 237). Ayrıca nitel çalışmalar, sadece literatüre katkıda bulunmamaktadır. Yeterince

temsil edilmeyen grupların akademide sesi olmaktadır. Bir merkezi fenomenin derinliklerindeki anlamları araştırır ve hikayeler, bir fenomenin derinlerindeki özü, bir teorisinin keşfedilmesi, bir grubun kültürel yaşamı ve bir durumun derinlemesine analizi gibi nadir bulunan sonuçlara götürür (Creswell, 2013: 133).

Wolcott (1994), nitel veri analiz sürecinde üç adet yaklaşımdan bahsetmektedir. İlk yaklaşım, toplanan verinin ham formuna sadık kalınacak şekilde ve gerekirse araştırmaya katılan katılımcıların söylemlerine doğrudan alıntılar yapılarak betimsel bir yaklaşımla elde edilen verileri okuyucuyla paylaşmaktadır. İkinci yaklaşım, birinci yaklaşımdaki yöntemleri içeren bir şekilde, neden/sonuç ilkesiyle ve açıklayıcı bulgulara ulaşmak amacıyla sistematik bir analiz yapmaktır. Üçüncü yaklaşım ise araştırmacı, birinci ve ikinci yaklaşımı temel almaktadır ve bu duruma ek olarak veri analiz sürecinde kendi yorumlarını da dahil eder (Wolcott, 1994). Wolcott'un yaklaşımları genellikle betimsel analiz tekniği ve içerik analiz tekniği isimlendirmeleriyle tanımlanmaktadır.

Tablo 2: Araştırmanın Tasarımı

Araştırmanın Tasarımı	Literatür taraması, problem tespiti ve konunun belirlenmesi
	Araştırmanın probleminin, amacının ve öneminin belirlenmesi
	Literatür değerlendirmesi ve araştırmanın sorularının oluşturulması
	Hipotezlerin oluşturulması
	Araştırmanın örnekleminin belirlenmesi ve görüşme sorularının oluşturulması
	Veri toplama süreci (Birincil veri: katılımcılar ile gerçekleştirilen görüşmeler) (İkincil veri: TÜİK veri tabanı, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı istatistikleri, Meteoroloji Genel Müdürlüğü veri tabanı...)
	Verilerin analizi ve bulguların yorumlanması
	Tartışma ve sonuç

Kaynak: Şahin (2018), “Bilgi Yoğun İş Hizmetlerinin Yer Seçim Tercihleri ve İnovasyon Dinamikleri: Ankara Metropol Kenti Örneği” adlı doktora tezinden ve Çakır (2023), “Serik (Antalya) İlçesinde Yerel Halkın Sosyal Turizme Karşı Tutumları” adlı yüksek lisans tezinden faydalanılarak düzenlenmiştir.

1.7.1. Veri Toplama Tekniği

Araştırmanın veri toplama aşamasına gelindiğinde literatürde konu ve araştırma sahası ile ilgili çalışmalar incelenmiştir. Sosyal turizm kavramını içeren çalışmalar veya turizmin sosyal boyutuna değinen makaleler, tezler, gazete haberleri ve araştırmalar, araştırma sürecinde faydalanmak üzere kaydedilmiştir. Yeni yapılacak olan bir araştırmada, literatür taramaları araştırmacılar için önemli bir role sahiptir. Bu tür taramalar, çalışmanın gerçekleştirileceği

alandaki daha önce gerçekleştirilmiş çalışmaları bütünleştirmeye ve birleştirmeye yardımcı olmaktadır. Bu durum, ortaya çıkan olgular üzerinden ampirik ve kavramsal araştırmaların daha sağlıklı bir şekilde ilerleyebilmesi için güçlü bir temel oluşturmaktadır (Webster ve Watson, 2002). Lakin sosyal turizm kavramının, turizm araştırmaları içerisinde yer aldığı çalışmaların yetersizliği, araştırmanın veri toplama aşamasında literatür taraması yönteminden faydalanmayı zorlaştırmıştır. Araştırma, saha çalışmasına dayalı olsa da benzer çalışmaların varlığı, turizm sektöründe farklı alt dallar üzerinde yapılan çalışmalar da incelenerek araştırmanın literatür taramaları gerçekleştirilmiştir. Bu süreç sonucunda literatürden elde edilen bulgulardan yola çıkılarak araştırmada kullanılacak olan araştırmanın geçici temaları oluşturulmuştur.

Araştırmanın konusuna, amacına, sorularına ve hipotezlerine göre belirlenen nitel araştırma yöntemi doğrultusunda araştırmaya en uygun veri toplama tekniği olan görüşme tekniği kullanılmıştır. Görüşme tekniğinde yer alacak olan soruların oluşturulması, literatürden yola çıkılarak oluşturulan geçici temalar sayesinde gerçekleştirilmiştir. Bu geçici temalar ise; “Sosyal turizm bilinci”, “Politikalardaki yeri”, “Politikaların yeterliliği”, “Avrupa ve Türkiye’de sosyal turizm”, “Paydaşların rolü”, “Ayrıcalıklı kesim”, “Farkındalık”, “Devlet destekleri”, “Paydaşların sosyal turizm uygulamaları/pratikleri”, “Yerel otoriteler, dinamikler”, “Beklentiler ve öngörüler” olarak belirlenmiştir.

Geçici temalar doğrultusunda katılımcılar ile gerçekleştirilecek olan görüşme soruları oluşturulmuştur. Görüşme soruları üç başlıkta sınıflandırılmıştır. İlk olarak demografik sorular (cinsiyet, yaş, meslek, eğitim düzeyi, işletme türü, işletmenin yatak/oda sayısı, işletmede çalışan personel sayısı, mevcut işletmedeki deneyim, turizm sektöründeki toplam deneyim) yer almaktadır. Görüşmenin ikinci kısmında katılımcıların sosyal turizme dair tanım, görüş ve eleştirilerini elde etmek amacıyla 6 adet soru yer almaktadır. Görüşmenin üçüncü kısmında ise Antalya’da ve Serik’te gerçekleştirilen sosyal turizm faaliyetleri, devlet tarafından bu bölgede gerçekleştirilen uygulamalar, paydaşlar tarafından gerçekleştirilen uygulamalar, beklenti içerisinde bulunan dış aksiyonlar, beklentiler, öngörüler ve bu başlıklardaki soruların sonda soruları yer almaktadır.

1.7.2. Veri Toplama Süreci

Görüşmeler, 2023 yılı ağustos ayı ve 2024 yılı nisan ayı arasında gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler, yüz yüze ve birebir şekilde araştırmacı tarafından katılımcılar ile yapılmıştır. Veri toplama sürecinin sonunda toplamda 13 görüşme gerçekleştirilmiştir. Görüşmelerde katılımcının görüşmeye yönelik sorulara farklı cevaplar verdiği, yeterli düzeyde ilginin olmadığı ve eksik veri olmasından dolayı 3 görüşme hariç tutulmuştur. Araştırmada gerçekleştirilen 10 görüşme, analiz sürecine aktarılmıştır.

1.7.3. Verilerin Analizi

Görüşmelerde katılımcının izni doğrultusunda ses kayıtları ve notlar alınmıştır. Yaklaşık 45-60 dakika süre ile gerçekleştirilen görüşmelerin analizine, ses kayıtların deşifre aşaması ile başlanmıştır. Deşifre aşaması, ses kayıtlarının birebir olarak elektronik ortamda yazıya dökülmesi ile gerçekleştirilmiştir. Notlarda alınan kritik cümleler ise bu deşifre aşamalarına dahil edilmiştir.

Strauss ve Corbin (1990), nitel veri analizini betimsel analiz ve içerik analiz olarak iki farklı analiz çeşidine ayırmaktadır. Betimsel analiz tekniği, içerik analiz tekniğine nazaran daha yüzeysel ilerlemektedir ve araştırmanın kavramsal yapısının önceden açık biçimde belirlendiği araştırmalarda daha çok kullanılmaktadır. İçerik analizi tekniği ise elde edilen veri setinin derinlemesine analiz edilmesini içermektedir ve daha önce belli durumda olmayan temaların ortaya çıkarılmasına olanak tanımaktadır. Araştırmanın amacına uygun olarak elde edilen verilere, içerik analiz tekniği uygulanmıştır. İçerik analizi tekniği, veri toplama sürecinde elde edilen sözel ve yazılı ham verilerin nesnel bir şekilde ve sistematik olarak incelenmesine olanak sağlamaktadır (Tavşancıl ve Aslan, 2001). İçerik analiz tekniğinin temel amacı, toplanmış olan verileri açıklayabilecek kavram setlerine ve ilişkilere ulaşmaktır. Esasında içerik analiz, betimsel analiz tekniğinde özetlenmiş ve yorumlanmış olan verilerin daha yoğun şekilde işlenmesi sürecidir. Bu sebeple içerik analiz, betimsel analizi de kapsamaktadır. İçerik analizinde bir süreç söz konusudur. Saha çalışması, verilerin elde edilmesi, kodlanması, temalar oluşturulması ve kategorileştirilmesi gibi işlemler yer almaktadır. İçerik analiz tekniğinde sıklıkla iki farklı analiz süreci tercih edilmektedir. Birinci analiz sürecinde daha önceden temalar belirlenmiştir ve bu temalar doğrultusunda kavramlar belirlenmektedir. İkinci analiz sürecinde ise kavramlar toplanarak bir kavram kasası oluşturulmaktadır. Sonrasında oluşturulan kavram kasasındaki kavramlar, fonksiyonlarına ve niteliklerine göre kategorilere ayrılmakta ve son olarak da temalar oluşturulmaktadır. Bir içerik analizinin başarılı bir şekilde gerçekleştirilmesi, kodlama sürecine büyük ölçüde bağlıdır. Bu amaçla önceden belirlenen geçici temalar ise kavram kodlamasının yapılma aşamasında yardımcı olmaktadır (Şahin, 2021).



Şekil 1: Veri Analiz Aşamaları

Şekil 1’de görüldüğü üzere araştırmanın veri analizi 7 aşamadan oluşmaktadır. Aşamaların sonucunda bir kavram haritası elde edilmiştir. Elde edilen kavram haritası toplam olarak 36 alt temaya sahiptir. Alt temalar, 10 tane temada sınıflandırılmış sonrasında ise 2 kategoriye ayrılmıştır.

1.8. Araştırma Sahası ile İlgili Yapılmış Çalışmalar

Serik ilçesinde sosyal turizm alanında yapılan çalışmalar literatürde taranırken, sosyal turizmi çağrıştıran kavramlar da araştırılmıştır. Halk turizmi, işçi turizmi, sosyal turizm gibi anahtar kelimeler kullanılmıştır. Sahada sosyal turizm ile ilgili yapılan bir çalışma mevcuttur. Harici olarak sahada başka bir çalışma yer almadığı için daha önce turizm ile ilgili yapılan çalışmalara yer verilmiştir.

Gündüz (2017) çalışmasında, nicel araştırma yöntemlerinden anket veri toplama tekniğini kullanarak Antalya ilinin Belek Bölgesinde ikamet eden halkın golf turizmiyle ilgili algılarını ortaya koymayı amaçlamıştır. Araştırmanın sonucuna göre araştırma sahasındaki halkın golf turizmiyle ilgili algılarının ortalama seviyede olduğunu ve katılımcıların golf turizmi algısına etki eden beş farklı boyutun (golf turizminin negatif etkileri, sürdürülebilirlik uygulamaları, golf turizmi ile etkileşim hali, golf turizminin pozitif etkileri ve golf turizminin ekonomik etkileri) olduğunu tespit edilmiştir.

Ak (2018) yaptığı çalışmada, doküman analizinden ve saha çalışmalarından faydalanarak Serik İlçesi’nin doğal ve beşeri turizm kaynaklarını ve bu kaynaklara bağlı faaliyetlerin turizm faaliyetleri açısından değerlendirilmesini amaçlamıştır. Elde edilen bulgulara göre ilçenin doğal ve kültürel zenginliklerinin çeşitli alternatif turizm faaliyetlerine olanak sağlamasına rağmen ilçede en yoğun gerçekleştirilen turizm faaliyetlerinin deniz turizmi olduğu ve kıyı şeridinde yer almakta ve tarihi önemi olan mekanlarda gerçekleştiği ifade

edilmiştir. İlçenin iç bölgelerindeki zenginliklerin ise turizmden beklenen payını alamadıkları ifade edilmiştir.

Babazade (2020) gerçekleştirdiği çalışmada, nicel araştırma yöntemlerinden anket veri toplama tekniğini kullanarak Serik ilçesinde gastronomi kültürünün turizmdeki yerini ortaya koymayı amaçlamıştır. Bu nedenle Belek, Kadriye ve Boğazkent sahil beldeleri örneklem sahası olarak seçmiş ve gönüllü 404 kişiye anket uygulamıştır. Elde edilen verilere Tek Grup Ki-Kare testi uygulamıştır. Elde edilen bulgulara göre yabancı turistlerin Serik ilçesinin yöresel tatlarını bilmedikleri, gastronomi turizmi amaçlı olarak bölgeye gelen turistlerin hemen hemen olmadığı görülmüştür. Ayrıca yabancı turistlerin gastronomi turizmine ilgili oldukları fakat yerel turistlere göre Serik'in gastronomik değerleri hakkında yabancı turistlerin çoğunluğunun bir bilgiye sahip olmadığı araştırma sonucunda ortaya konulmuştur.

Altunyüzük (2022) ise gerçekleştirdiği çalışmada nitel araştırma yöntemini kullanmıştır. Serik ilçesinin Belek mahallesinde gerçekleştirilen kongre turizminin Belek'te gelişim aşamalarını ve mahalleye etkilerini, bölgenin coğrafi özellikleri ile açıklayarak ortaya koymayı amaçlamıştır. Elde edilen bulgulara göre önemli turizm destinasyon noktalarından birisi olan Belek mahallesinin coğrafi özellikleri ve tesisleri ile Türkiye'nin önemli kongre turizm destinasyon alanlarından birisi olduğu ve bu alanda gerçekleştirdiği organizasyonlar ile kanıtlamış olduğunu ifade etmektedir. Bölgede özellikle son 20 ile 25 yıl içerisinde ise gerçekleştirilen kongre turizminde Belek ilçesinin büyük gelişme kaydedilerek uluslararası kongre ve toplantı organizasyonlarında İstanbul'dan sonra ikinci sırada geldiği ortaya konulmuştur. Ayrıca Türkiye'de ulusal kongre ve toplantı organizasyonlarının en fazla yapıldığı yer olduğunu yapılan çalışma sonucunda ortaya konulmuştur.

Sarı ve Akbalık (2024), Antalya'nın doğusunda yer alan Doğu Antalya Turizm Geliştirme Bölgesi olarak adlandırılan; Kundu, Belek ve Side destinasyonlarındaki turistik ürün satıcılarının turizme ve turistlere karşı tutumunu ortaya koymayı amaçlayan bir çalışma gerçekleştirmiştir. Beşli Likert Ölçeği tekniği kullanılarak katılımcılara anket uygulanmıştır. Çalışmanın sonucunda, bölgedeki turistik ürün satıcılarının COVID-19 pandemi sonrasında turistlerin turizm algısının değiştiğini, oteller tarafından uygulanan her şey dahil sistemin satıcılar için problem olduğunu çünkü tesis dışarısına çıkan misafir sayısının azaldığını, bu sebeple yeterli düzeyde gelir elde edemediklerini vurgulamışlardır. Bölgedeki hayat pahalılığının ise turistlerin taleplerindeki artıştan kaynaklandığını düşünen katılımcılar, fiyat artışlarının kontrol altına alınmasını ve her iki tarafında yaşam kalitesinin artırılması gerektiğini vurgulamıştır.

Sarı ve akır (2023), Serik ilçesinin Aşğıkocayatak ve Kumköy mahallelerinde deniz kıyısında kurulan, tarihi miras olarak adlandırılan ve süregelen yıllarda devamlılığını sürdüren oba kültürünü ele almıştır. Oba kültürü, Serik ilçesinde yaz dönemlerinde Kumköy mahallesinin sahil kesiminde çeşitli malzemelerden oluşturulan, kimi zaman çakılı bir biçimde kimi zaman ise taşınabilir şekilde oluşturulan tek ya da iki odacıklı, deniz seviyesinden bir miktar yüksekte konumlandırılmış olan yapıları içermektedir.

Son olarak akır (2023), Serik (Antalya) ilçesinde yerel halkın sosyal turizme karşı tutumlarını ölçmek amaçlı anket çalışması gerçekleştirmiştir. Çalışmaya 384 katılımcı dahil olmuştur. Yerel halkın turizm faaliyetlerindeki rolü, katılma oranı, destek ve teşviklere olan talep gibi ölçütlerle gerçekleştirdiği çalışmasında katılımcıların %87,2'si sosyal turizmi destekleyen kurum ve kuruluşları yeterli bulmadığı, %12,5'inin ise yeterli bulduğu sonucu ortaya konulmuştur. Yerel halkın taleplerinin olduğu fakat talepler doğrultusunda gerekli adımların atılmadığı, atıldığı takdirde yerel halkın turizm faaliyetlerine katılacağı sonucuna ulaşılmıştır.

İKİNCİ BÖLÜM

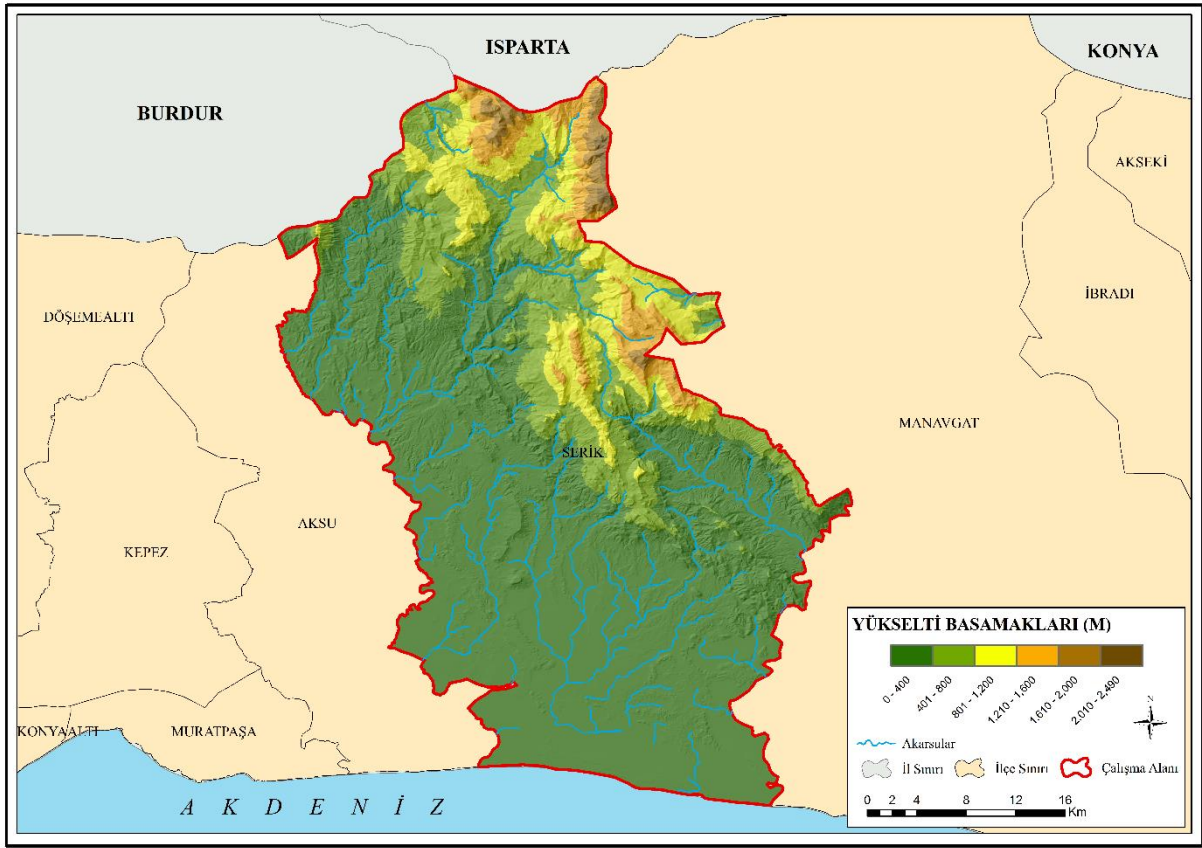
ARAŞTIRMA SAHASININ GENEL COĞRAFİ ÖZELLİKLERİ

2.1. Araştırma Sahasının Fiziki Coğrafyası

2.1.1. Yer Yapısı

Serik ilçesi, Antalya Körfezi'nin kuzeyinde bulunmaktadır. Bu bölgenin jeolojisi, Beydağları otoktonu, Antalya napları, Yeşilbarak napı, Likya napları ve Neotokton konumlu Miyosen-Kuvaterner yaşlı kaya birimlerini içermektedir. Beydağları otoktonu; Orta-Üst Triyas yaşlı Kuyubaşı dolomiti, Jura-Kretase yaşlı neritik kireçtaşlarından oluşan Beydağları formasyonu, Daniyen yaşlı Çamlıdere olistostromu, Üst Lütesiyen-Priaboniyen yaşlı kilitaşı, kumtaşı, killi-kumlu kireçtaşı gibi kayatürlerinden oluşan Küçükköy formasyonu, Alt Miyosen yaşlı alglı kireçtaşlarından oluşan Karabayır formasyonu ve kilitaşı, kumtaşı ve silt taşlarından oluşan Karakuştepe formasyonunu kapsamaktadır (SNİPR, 2015: 45). Araştırmaya konu olan saha ile ilgili jeolojik bilgilere Toros Dağları için yapılan araştırmalarda ulaşılmıştır. Bu araştırmalar sonucunda elde edilen bilgiler, Toros oluşumunun bugünkü halini almasını çok uzun bir zaman aldığını göstermiştir. Silüriyen devrinden önceye dayanan hareketler, Üst Krataese döneminde de devam etmektedir. Toros Sıra Dağları'nda özellikle Akdeniz Bölgesinin şekillenmesinde karstik aşındırmanın önemi oldukça büyüktür. Karstik yer şekillerinin bolca görüldüğü bölgede ele alınan araştırma sahası da Toros Sıra Dağları'nın yaşadığı jeolojik olaylardan etkilenmiştir ve bu olaylar silsilesi sonucunda şu anki halini almıştır.

Serik ilçesi, güneyden kuzeye doğru yükseltisi kuzey doğu yönünde artan bir topografyaya sahiptir. Isparta sınırının Manavgat sınırı ile kesiştiği nokta, Serik ilçesinin yükselti bakımından en yüksek lokasyonudur. Serik ilçesi, mevsimlik ve devamlı olmak üzere birçok çay, ırmak ve dereye sahiptir. İlçenin güney yaklaşık %60 ila 70'inde 0-400 metre arası yükselti basamakları hakimdir. İlçede yoğun yaşam fonksiyonları da bu yükselti basamakları çerçevesinde şekillenmiştir. Kuzey kesimlere doğru çıkıldıkça nüfus yoğunluğu da azalmaktadır.



Harita 2: Serik İlçesi Topografya Haritası

2.1.2. İklim Özellikleri

İklim, doğal çevrenin oluşumunda ve insan yaşamında önemli bir rol oynayan faktördür. Canlı ve cansız varlıklar üzerinde doğrudan etkileri bulunmaktadır. Aynı zamanda ekonomik faaliyetlerin şekillenmesinde de belirleyici bir etkiye sahiptir (Erol, 2004: 1-2). İklim, geniş bölgelerde uzun süre boyunca devam eden ortalama hava şartlarını ifade eder ve bir bölgenin atmosferik koşullarının genel karakterini belirler. Ancak bu genel karakterizasyon yapılırken, günlük hava durumlarının da önemli olduğu unutulmamalıdır. Hava durumu ile iklim arasındaki farkı açıklamak için ılıman kuşak veya orta enlemler iyi bir örnek teşkil eder. Bu kuşakta, ortalama sıcaklıkların genellikle orta derecede olduğu hissi verilir. Ancak buradaki günlük hava şartları çok değişken olabilir; kısa süre içinde kurak ve sıcak günlerin ardından soğuk ve yağışlı günlerin yaşandığı, sonrasında tekrar güneşli ve sıcak günlerin geldiği durumlar sıkça görülür. Bu tür 3-5 günlük karşıt hava durumları özellikle bahar aylarında Türkiye gibi bölgelerde yaygın olarak görülür. Dolayısıyla, orta enlemlerin iklimini tanımlarken uzun yıllara ait ortalama koşulların yanı sıra bu zıt ve değişken hava tiplerinin de karakteristik özellikler arasında olduğunu vurgulamak gereklidir (Sensoy, Demircan, Ulupınar ve Balta, 2008: 1).

Araştırma sahası, Akdeniz iklimi etkisi altındadır. Kısaca Akdeniz iklimi, yazları sıcak ve oldukça kurak geçen, kışları ise ılık ve yağışlı bir havanın hakim olduğu bir iklim tipidir. Bu iklim tipi, Ege Bölgesi'nin büyük bir kısmıyla İç Anadolu'nun batı kesimi ve Akdeniz Bölgesi'nde Toros Dağları'nın güney yamaçlarında etkilidir. Yaz aylarında genellikle sıcak ve kurak, kış aylarında ise ılık ve yağışlı bir karaktere sahiptir. Kıyı kesimlerinde kar yağışı ve don olayları nadiren görülürken, yüksek kesimlerde kışlar karlı ve soğuk geçer. Kıyı bölgelerinin doğal bitki örtüsü genellikle sıcaklık ve ışık talebi yüksek, kuraklığa dayanıklı kızıl çam ve tahrip edilmiş alanlarda ise makilerden oluşur. Yüksek kesimlerde ise iğne yapraklı karaçam, sedir ve köknar ormanları yaygındır. Ortalama olarak ocak ayında sıcaklık 6.4°C, temmuz ayında ise 26.8°C civarındadır. Yıllık ortalama sıcaklık ise yaklaşık 16.3°C'dir. Yıllık ortalama yağış miktarı 725.9 mm olup, yağışların çoğunluğu kış mevsiminde düşer. Yaz aylarının yağışlara katkısı yıllık toplamın %5.7'sini oluşturur, bu da bölgede yaz kuraklığının hakim olduğunu gösterir. Bölgenin yıllık ortalama nispi nem oranı ise %63.2'dir (Sensoy vd., 2008: 5). Araştırma sahasında da görülebileceği üzere iklimin elverişli olmasından dolayı sıcaklığın 0 derecenin altına düşmemesi ve don olaylarının nadir görülmesi sebebiyle seracılık, Akdeniz ikliminin görüldüğü yerlerde oldukça gelişmiştir. Serik ilinin Köppen sınıflandırmasına göre iklimi Csa olarak belirlenmiştir. Ayrıca Akdeniz iklimi, güneş enerjisinden en fazla yararlanan iklim tipidir.

Tablo 3: Serik İlçesi Yıllara Göre Ortalama Sıcaklıklar (2015-2022).

<u>YIL</u>	<u>ORTALAMA SICAKLIK (°C)</u>	<u>YIL</u>	<u>ORTALAMA SICAKLIK (°C)</u>
2015	19,79	2019	20,28
2016	20,19	2020	20,57
2017	19,78	2021	20,6
2018	21	2022	20

Kaynak: Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı, Antalya Meteoroloji 4. Bölge Müdürlüğü, 2023.

2015-2022 yılları arasında yıllık ortalama sıcaklık değerleri Tablo 3'te görülmektedir. 2015 yılı en yüksek ortalama sıcaklık ağustos ayında görülmüş olup maksimum aylık sıcaklık değeri de ağustos ayında ölçülmüştür. 2015 yılından 2022 yılına kadar elde edilen verilerde haziran, temmuz ve ağustos aylarının maksimum sıcaklık değerine sahip olduğu görülmüştür. Yıllık ortalama sıcaklıkların her geçen yıl bir önceki yıldan çok az bir farkla eksik ya da fazla olarak ölçülmüş olması, bölgede sıcaklık değerlerinin aşırı değişkenlik göstermediğini işaret etmektedir.

Tablo 4: Serik ilçesi Aylara göre Aylık Ortalama Sıcaklık ve Aylık Maksimum Sıcaklık Değerleri (°C), (2015-2022).

<u>YIL</u>	<u>AY</u>	<u>A.O.S</u>	<u>A.M.S.</u>	<u>YIL</u>	<u>AY</u>	<u>A.O.S</u>	<u>A.M.S.</u>	<u>YIL</u>	<u>AY</u>	<u>A.O.S</u>	<u>A.M.S.</u>
2015	1	10,4	19,1	2017	9	27	39,3	2020	5	22,4	42
2015	2	11,3	19,6	2017	10	21,4	31,7	2020	6	24,8	41
2015	3	13,9	24,2	2017	11	15,8	25,1	2020	7	30,1	43,5
2015	4	15,9	28,7	2017	12	14	21,3	2020	8	30,1	42,6
2015	5	21,9	36,1	2018	1	11,8	19,1	2020	9	29,1	43,5
2015	6	24,7	38,4	2018	2	13,8	22	2020	10	24,2	38,1
2015	7	29,4	41,7	2018	3	15,7	25,4	2020	11	18	28,5
2015	8	30,3	43	2018	4	19,7	33,3	2020	12	14,3	22,2
2015	9	27,1	41,9	2018	5	23,9	36,3	2021	1	12,2	20,9
2015	10	22,5	32,6	2018	6	26	40,1	2021	2	13,4	24,7
2015	11	18,1	26,6	2018	7	29,4	41,8	2021	3	13,3	22,9
2015	12	12,9	22,6	2018	8	29,6	41,5	2021	4	17,5	31,1
2016	1	9,8	18	2018	9	29,4	42,2	2021	5	23,3	38,5
2016	2	14,4	26,5	2018	10	22,7	34,7	2021	6	25,8	42,2
2016	3	14,7	25,3	2018	11	17,8	31	2021	7	31,4	44
2016	4	19,3	30,1	2018	12	12,2	20,6	2021	8	31,3	44,8
2016	5	20,7	30,8	2019	1	10	17,4	2021	9	26,3	36,7
2016	6	27,4	42,9	2019	2	12,4	20,7	2021	10	22,2	34,8
2016	7	30,2	41,1	2019	3	14,2	26,6	2021	11	18,4	31,7
2016	8	29,7	42,2	2019	4	16,3	27,5	2021	12	12,2	21
2016	9	26,2	40	2019	5	22,1	37,4	2022	1	9	19,9
2016	10	23	33	2019	6	26,5	40,5	2022	2	11,7	19,8
2016	11	16,9	24,8	2019	7	29,2	41,1	2022	3	10,4	23,1
2016	12	9,9	21,8	2019	8	30,4	41,8	2022	4	18,3	33,6
2017	1	9,1	17,5	2019	9	26,8	37,7	2022	5	22,6	39,2
2017	2	11,4	21,2	2019	10	23,8	36,1	2022	6	26,3	38,1
2017	3	14,2	25,3	2019	11	18,7	29,7	2022	7	31	42
2017	4	17	32	2019	12	13	21	2022	8	28,7	36,4
2017	5	21,1	32,2	2020	1	10,7	18,7	2022	9	26,7	38,1
2017	6	26,3	42,2	2020	2	11,5	20,9	2022	10	23	40,6
2017	7	30,8	44,9	2020	3	14,5	23,2	2022	11	17,8	29,2
2017	8	29,3	41,4	2020	4	17,2	27,5	2022	12	14,5	22,3

Kaynak: Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı, Antalya Meteoroloji 4. Bölge Müdürlüğü, 2023. **A.O.S.= Aylık Ortalama Sıcaklık (°C), A.M.S.= Aylık Maksimum Sıcaklık (°C).*

Tablo 5: Serik İlçesi Yıllık Toplam Yağış Miktarı (mm) ve Yıllık Ortalama Yağış Miktarı (mm).

<u>YILLAR</u>	<u>TOPLAM YAĞIŞ (mm)</u>	<u>ORTALAMA YAĞIŞ (mm)</u>
2015	1081,0	90,08
2016	858,9	71,57
2017	950,2	79,18
2018	1008,4	84,03
2019	1618,5	134,87
2020	838,8	69,9
2021	788,0	65,66
2022	958,3	79,85

Kaynak: Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı, Antalya Meteoroloji 4. Bölge Müdürlüğü, 2023.

Yıllık toplam yağış miktarları ve yıllık ortalama yağış miktarları mm cinsinden Tablo 5'te görülmektedir. Toplam yağış miktarında göze çarpan durum, 2019 noktasında son 8 yılın en yüksek toplam yağış değerinden itibaren hızlı bir düşüşe geçmiş olmasıdır. 2019 yılında 1618,5 mm olan toplam yağış değeri, 2020 yılında 838,8 mm, 2021 yılında 788 mm, 2022 yılında ise 958,3 mm olarak meteoroloji istasyonu tarafından ölçülmüştür.

2.1.3. Bitki Örtüsü

Dünya üzerinde 30. ve 40. kuzey ve güney enlemleri arasında yer alan bölgelerde hakim olan Akdeniz iklimi, tipik olarak Akdeniz tipi ekosistemler olarak adlandırılmaktadır. Bu ekosistemler dünyada Kaliforniya ve Şili'nin Büyük Okyanus kıyıları, Güney Afrika'nın Kap bölgesi, Avustralya'nın batı ve güney kesimleri ile Akdeniz havzasında bulunur (Türkan, Tokur ve Öztürk, 1985; Beeby ve Brennan, 1997). Akdeniz ikliminin vejetasyon açısından en önemli özelliği, sürekli olarak mevcut olan kurak bir dönemin varlığıdır. Bu kurak dönem, yüksek sıcaklıklarla birlikte gelen ve çok az miktarda olan yaz yağışlarıyla karakterizedir (Akman, 1999). Yaz kuraklığının süresi ve şiddeti, ekolojik açıdan son derece önemlidir ve bitki örtüsü üzerinde büyük etkilere sahiptir (Akman, 1993).

Akdeniz ikliminin etkisindeki Akdeniz Bölgesi'nde, yazları kurak ve sıcak, kışları ise ılık ve yağışlı geçen bir iklim tipi görülmektedir. Bu bölgede, orman formasyonunun yayılış alanları genellikle Toros Dağları ve Amanos Dağları'dır. Yaklaşık yarısının kurak bir dönem olduğu bölgede, kuru ormanlar hakim orman formasyonunu oluşturur. Ege Bölgesi'nde olduğu gibi, Akdeniz Bölgesi'nde de kuru ormanların alt seviyelerinde sıcaklık isteği yüksek olan kızılçam ve çeşitli meşe türleri bulunur. Bu türler, daha yüksek rakımlarda yerlerini sıcaklığa daha az ihtiyaç duyan karaçam, Lübnan sediri (*Cedrus libani*), Toros göknarı (*Abies cilicica*) ve ardıç türlerine (*Juniperus excelsa*, *J. foetidissima*) bırakmaktadır (Günel, 2013: 9).

Antalya genelinde, kıyıdan 500-600 metre yüksekliğe kadar olan bölgelerde aşırı yaz kuraklığına uyum sağlayan ve kışın yeşil kalan makiler hakimdir. Bu bitkiler arasında delice, kocayemiş, sandal, yabani çilek ve zakkum en yaygın olanlarıdır. 600-1200 metre arasında ise kızılçam ve meşelerin egemen olduğu karışık ormanlar veya yamaç ormanları bulunur. Kızılçamların aralarında yer yer meşelikler, daha yükseklerde ise Halep çamı ve karaçamlar görülür. 1200-2100 metre arasında ise yüksek ormanlar olarak adlandırılan kuşakta sedir, köknar, sarıçam, kayın ve çeşitli ardıç türlerinden oluşan ormanlar yer almaktadır.

Araştırma sahasında da Akdeniz ikliminin bitki örtüsü hakim durumdadır. Bundan dolayı, bu iklimin özelliklerine bağlı, genel olarak Antalya'da da olduğu gibi maki toplulukları yoğunluktadır. Kızılçam, meşe, yabani zeytin, zakkum, defne ve mersin gibi bitki toplulukları da Serik ilçesinin arazisinde oldukça yer kaplamaktadır. Tahripten kurtulduğu yerlerde kıyıdan

başlayan kızılçamlar, 900-1000 metreye, yer yer de 1100-1200 metreye yükselmektedir. Kızılçam ormanlarına çeşitli meşe türleri (mazi meşesi, tüylü meşe, palamut meşesi, saçlı meşe ve yüksek seviyelere doğru Lübnan meşesi) ile ardıç türleri (boylu ardıç, kokar ardıç) karışmaktadır. 900-1000 metre ve yer yer de 1100-1200 metreden itibaren kızılçamlar arasına karışmaya başlayan karaçamlar 1200 metreden sonra hakim duruma geçmektedir (Günel, 2013).

2.1.4. Toprak Özellikleri

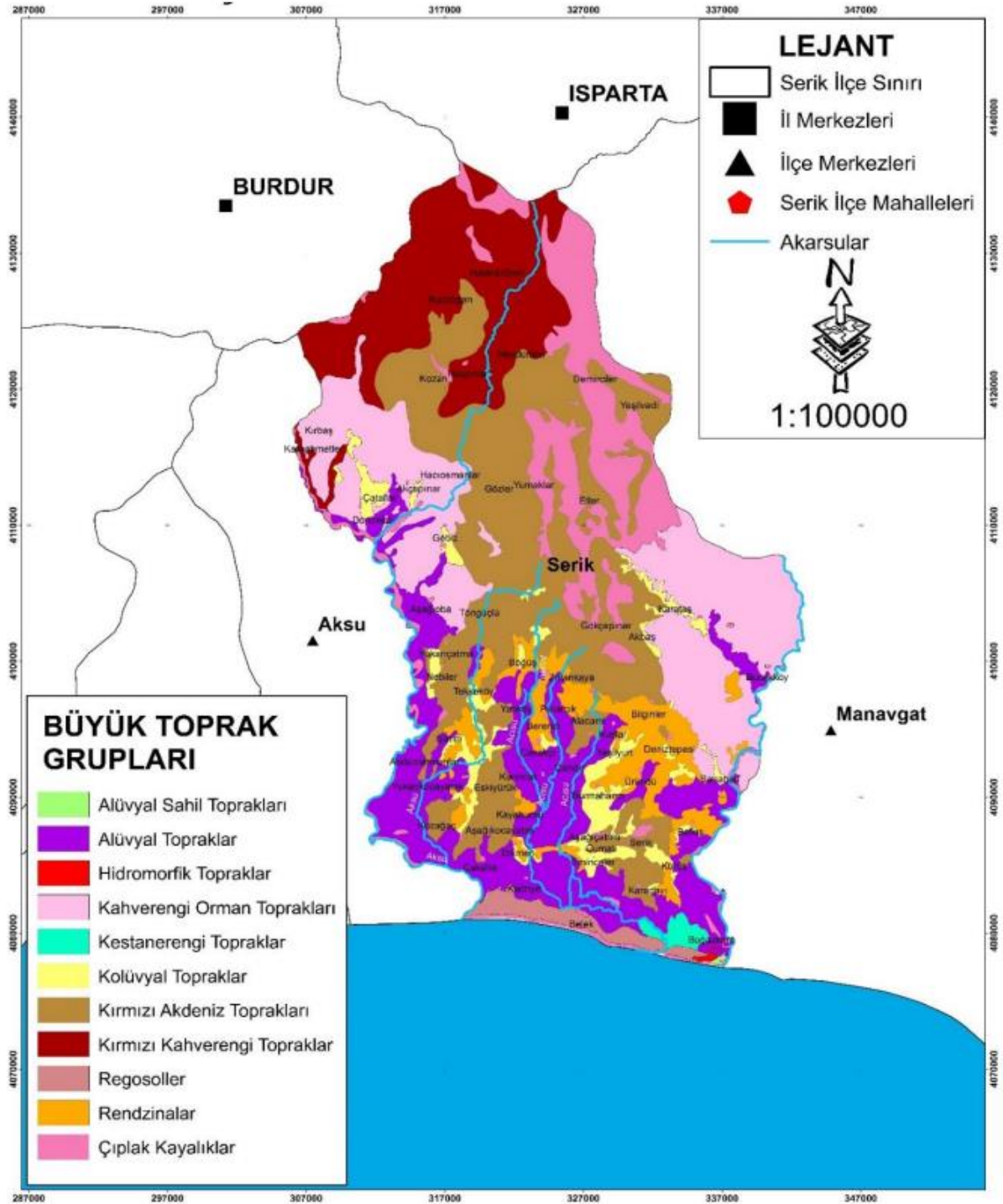
Akdeniz bölgesi, toprak bakımından fakir durumdadır. Bu durumun ana nedenleri arasında arazinin yapısı ve özellikle iklim koşulları yer almaktadır. İklimin etkisiyle toprak tabakası genellikle zayıf kalmıştır. Bölgede yaygın olarak kalkerli yapı görülür ve dağlık kütlelerin geniş yer kaplaması ile eğimli araziler yaygındır. Bu durum, yağışın ani ve şiddetli olmasıyla birleşince yamaçlarda toprağın oluşmasını ve tutunmasını güçleştirmektedir.

Akdeniz bölgesinde yağışların ani ve şiddetli olması, yamaçlarda toprağın oluşmasını ve tutunmasını güçleştirmiştir. Bölgede yüzey şekilleri kısa mesafede çeşitlilik gösterse de genel olarak yüzey kalker kayalıklarla kaplıdır. Bazı bölgelerde ise filiş, serpantin ve şist gibi kayalar da görülebilir. Bu kayaların aşınmasıyla oluşan Terra-Rossa toprakları, genellikle düşük verimli olarak bilinir. Ancak ilkbahar yağışlarının etkisiyle bu topraklardan verim alınabilmektedir (Saraçoğlu, 1989).

Toprakların verimliliğindeki düşüşün temel sebeplerinden biri iklimdir. Serik Bölgesi genel olarak Akdeniz'in tipik toprak tipi olan kırmızı renkli Terra-Rossa topraklarına sahiptir. Yüksek alanlarda sarp kayalıklar önemli bir yer kaplamaktadır. Araştırma sahası polye ovası tabanında, akarsular tarafından oluşturulmuş düze yakın hafif eğimli sahalarda alüvyon toprak oluşumu gözlenmiştir. Bu topraklar, akarsuların dağlık alanlardan şiddetli akışıyla taşıdığı ve eğimin azaldığı veya denize yakın alanlarda biriktirdiği materyallerden meydana gelir. Kıyı ovalarının verimli olmasını sağlayan da bu alüvyonlu topraklardır. Çalışma alanının da içinde bulunduğu Akdeniz'in doğu kesimi, alüvyon bakımından oldukça zengindir (Saraçoğlu, 1989).

Serik ilçesi toprakları tarım için oldukça uygun arazilere sahiptir. Bu verimli araziler, göçebe yaşamı benimseyen Yörükleri kademeli olarak yerleşik hayata geçirmiştir. Örneğin, Karahacılı Yörükleri, Kilimli köyünden Sariabalı Köyü'ne gelmişlerdir ve bu köyün yüzey şekilleri ve toprak yapısı tarım için uygun olduğu için Karahacılıları yerleşik hayata geçirmede önemli rol oynamıştır. Sariabalı köyünün yüksek bölgelerinde hayvanlarını besleyen Yörükler, ovada da tarıma başlamışlardır. Sariabalı köyünde tarımın gelişmesi, 1960'lı yıllarda Köprüçay Nehri üzerine inşa edilen Köprüçayı regülatörünün yapımına dayanmaktadır. Bu sistemle yaklaşık 16,673 hektar alan sulanabilmektedir. Genellikle bölgede tarımsal faaliyetler Alüvyon,

Redzina ve Regosol toprakları üzerinde yapılmaktadır. Bu topraklar oldukça verimli olduğundan senede iki bazen üç ürün alınabilmektedir. İlçenin kıyı ile orta kesimlerinde geniş yer tutan bu toprakları, ilçe merkezinin kuzeyinden Yanköy'e kadar olan bölgede Kırmızı Akdeniz toprakları izlemektedir. Kırmızı Kahverengi Orman toprakları ise genellikle Demirciler beldesi ve çevresinde yoğunlukta görülmektedir. İlçede sarp kayalıklar genellikle kuzeydoğuda bulunmakta olup, bu bölgelerde toprak örtüsü oldukça incedir (Sargın, 2019: 32).



Kaynak: Sargın, 2019.

2.2. Araştırma Sahasının Beşeri Coğrafyası

2.2.1. Tarihi Gelişimi

Serik, ilkçağda Pamphylia Bölgesi'nde konumlanmış olup, sınırları içinde Aspendos ve Sillyon gibi önemli tarihi kentleri barındırmaktadır (Bosch, 1957: 13-14). Anadolu Selçuklu Devleti'nin 1207 yılında Antalya'yı ve 1221 yılında Alanya'yı fethetmesiyle birlikte, bu iki şehir arasında yer alan Sillyon ve çevresi de Türklerin egemenliği altına girmiştir (Güçlü, 1995: 681; Güçlü, 2000: 2-3). Serik adı ise Teke Sancağı'nın idari yapısında yer almış olup, bölgede 15. yüzyıldan bu yana varlığını sürdüren ve çeşitli oymakları bünyesinde barındıran Serik Yörüklerinden gelmektedir. Osmanlı Devleti döneminde, genellikle kaza statüsünde idari bir birim olan Karahisar-ı Teke, Serik İlçesi'nin eski adı olarak bilinmektedir. Teke Sancağı içinde en kalabalık Yörük nüfusunu barındıran kaza olan Serik, büyük ölçüde Yörük yerleşimleriyle gelişmiştir (Ak, 2014: 313).

Tablo 6: 1455 Yılına Göre Karahisar-ı Teke Sınırları İçinde Yerleşen Serik Cemaatleri (Cemaat-i Etrak-ı Serik Yörükleri).

<u>CEMAATİN İSMİ</u>	<u>HANE SAYISI</u>	<u>YERLEŞTİĞİ NAHIYE</u>
Ayanozlar	63	Karahisar
Çütlü	30	Karahisar
Gelemen	132	Karahisar
Hurti	39	Karahisar
İğdir	129	Karahisar
Kemercikli	48	Karahisar
Kökez	79	Karahisar
Sarular	65	Karahisar
Tazı	142	Karahisar
Yekün	727	-

Kaynak: Ünal, 1996.

2.2.2. Yerleşme

Yerleşme coğrafyası, insanların temel ihtiyaçları olan barınma ile başlayan ve diğer tüm yaşamsal ihtiyaçlarını gideren konuları inceler. Yani yeryüzündeki tüm beşeri izler yerleşme coğrafyası çerçevesi altında incelenir. Yerleşme zaman içerisinde mekâna içerisinde yaşayan toplumun kültürüne göre çok farklı şekillere girebilmektedir. Yani yerleşmeler insanlık boyunca değişen tüm durumlara paralel olarak değişmiştir (Tunçdilek, 1986). Serik İlçesi'nde kıyıya yakın alanlarda toplu yerleşmelerin görülmesi söz konusudur. İklim şartları ve topografik özelliklerden dolayı kıyı alanlarda toplu yerleşme, dağlık kesimde ise daha çok dağınık yerleşme mevcuttur. Toros Dağları'na doğru olan kesimde yani dağların yamaçlarında tamamen dağınık yerleşme hakimdir.

Sillyon, Antalya ili Serik İlçesi'nde yer alan bir antik kenttir. Serik ilçesine 15 km uzaklıkta, Aspendos ve Perge arasında yüksek bir tepe üzerine kurulmuş olan bu yerleşim yeri, bölgenin ilk yerleşim yerlerinden biri olarak kabul edilir. M.S. 2. yüzyılda Bergama Krallığı'na bağlı olarak kurulmuş olup, yakın geçmişe kadar Karahisar-Tekke adıyla bilinmekte ve günümüzde Yanköy Köyü yakınlarındaki Koçhisar Tepesi'nde bulunmaktadır (Oral, 2013). Sillyon ismi Selyon, Silyon, Siluon gibi kullanım süreçlerinden geçerek günümüzde Sillyon biçimine ulaşmıştır (Lanckoronski, 1890) . Araştırma sahası geçmiş tarihi boyunca birçok medeniyete ev sahipliği yapmış, dönemler boyunca farklı isimlerde anılmıştır. Birçok medeniyete ev sahipliği yapmasının sonuçlarından birisi olarak Sillyon kentinde; Yunan-Hellenistik, Roma, Bizans ve Selçuklu eserlerinin izleri görülmektedir. Kent sağlam bir sur ile çevrilmiştir (Antalya'yı Tanıtma ve Turizm Derneği, 1952). En son olarak araştırma sahasına Serik adı konulmuştur. Serik adının kökeniyle ilgili farklı teoriler bulunmaktadır. Bir teoriye göre, antik bir yerleşim merkezi olan Zerk'in zamanla Serik adını aldığı düşünülmüştür, ancak bu teori zamanla gerçekliği kanıtlanamamış ve önemini yitirmiştir. Başka bir öneri ise Serik adının "ipek" anlamına geldiğidir. Büyük İskender'in Hindistan seferi sonrasında ipek ticaretinin batı toplumları arasında yayılmasıyla ilişkilendirilmiştir (Oral, 2013).



Şekil 2: Sillyon Antik Kenti

Kaynak: arkeogezgin.com/Sillyon-antik-kenti/ (Erişim Tarihi: 03.05.2022).

Serik ilçesi, 30 Mart 2014 tarihli mahalli idareler seçimiyle birlikte Belek, Belkıs, Boğazkent, Çandır, Abdurrahmanlar, Gebiz, Yukarıkocayatak, Kadriye ve Karadayı yerleşmelerinin belediyelikleri lağvedilerek bunların mahalle statüsüne dönüştürüldü. Bu düzenleme sonucunda Serik ilçesi, ilçe belediyesi ve 66 mahalle şeklinde yeniden yapılandırılmıştır (SNİPR., 2015: 16-17). Ayrıca ilçenin mahallelerinin isimlerinde zaman

içerisinde değişikliklere gidilmiştir. Bu sebeple daha önce gerçekleştirilmiş olan çalışmalar ile günümüzde gerçekleştirilen çalışmalar arasındaki veri farkları bu sebeple oluşmaktadır.

Tablo 7: Serik ilçesinin Kırsal Mahalleleri (2022).

Akbaş	Bozdoğan	Dorumlar	Haspınar	Kozanm	Üründü
Akçapınar	Burmahancı	Eminceler	Haskızılören	Kuşlar	Yanköy
Alacami	Büğüş	Eskiyürük	Karataş	Nebiler	Yeşilvadi
Aşağıçatma	Çakallık	Etler	Karınca	Pınarcık	Yeşilyurt
Bilginler	Deniztepesi	Bucakköy	Kozağacı	Sarıabalı	Yukarıçatma
Aşağıoba	Çatallar	Dikmen	Hacıosmanlar	Şatırlı	Yumaklar
Aşağıkocayatak	Çanakçı	Gökçepınar	Kayaburnu	Tekke	Zırlankaya
Berendi	Demirciler	Hasdümen	Kırbaş	Töngüşlü	

Kaynak: Antalya Büyükşehir Belediyesi Kırsal Hizmetler Dairesi Başkanlığı, 2023.

Tablo 8: Serik ilçesinin Kentsel Mahalleleri (2022).

Akcaalan	Orta	Kökez	Kadriye	Yukarıkocayatak
Belpınar	Kürtüş	Abdurrahmanlar	Gebiz	Yeni
Cumhuriyet	Merkez	Belek	Boğazkent	Karadayı
Gedik	Cumalı	Belkıs	Çandır	

Kaynak: Antalya Büyükşehir Belediyesi Kırsal Hizmetler Dairesi Başkanlığı, 2023.

Serik ilçesi 2022 yılı verilerine göre mevcut olarak 66 mahalleye sahiptir. 66 adet mahallenin 47 adedi kırsal mahalle olarak, kalan 19 adet mahallesi ise kentsel mahalle olarak sınıflandırılmıştır. Harita 3'te kırsal ve kentsel mahallelerin ilçe içerisindeki konumları görülmektedir.

ve beşeri coğrafyasıyla doğrudan ilişkilidir (Doğanay ve Orhan, 2014). Ancak nüfus üzerine yapılan araştırmalardan kesin sonuçlar çıkarmak zordur çünkü nüfus dinamik bir yapıya sahiptir. Nüfusun değişken yapısı, doğumlar, ölümler veya göçler gibi faktörlerden etkilenir ve kesin sonuçlar elde etmek her zaman mümkün olmayabilir (Bulut ve Hadimli, 2008).

Araştırma sahası olan Serik, farklı dönemlerde çeşitli medeniyetlere ev sahipliği yapmıştır. İnsanların tarihsel süreçte değişen ihtiyaçları ve ilgileri, çevresel kaynakları şekillendirmede etkili olmuştur. Yıllar içinde yaşanan bu değişimler ve nüfus artışı birbirini etkileyerek karşılıklı etkileşimde bulunmuştur (Ertürk, 2000). Cumhuriyet dönemiyle birlikte sosyal hayatta önemli canlanmalar olmuş, nüfus ve tarımsal üretimde artışlar yaşanmıştır. Hayvancılık yanında sulu tarıma geçilerek tarımsal üretimde de hareketlilik sağlanmıştır. 19. yüzyılın sonlarına doğru Serik Nahiyesi'nde 36 köy ile 56 mahallede toplam 18451 kişi yaşamaktadır (Sargın, 2019: 34). Cumhuriyet dönemine gelindiğinde Serik Nahiyesinin nüfus durumu Tablo 9'da verilmiştir. Tabloda yer alan Boztepe ve Kumköy mahalleleri; Büyükşehir Belediyesi Kanunu 5216 numaralı kanun ile 2004 tarihinde Serik ilçesi idari sınırlarından çıkartılmıştır.

Tablo 9: Cumhuriyetin İlk Yılı İtibariyle Serik Nahiyesinin Nüfus Durumu (1923).

<u>KÖY ADI</u>	<u>HANE SAYISI</u>	<u>KADIN</u>	<u>ERKEK</u>	<u>TOPLAM</u>
Kökez (Merkez)	73	186	163	349
Karabunuz	31	68	68	136
Cumalı	68	154	135	289
Taşlık	20	41	37	78
Belek	23	52	49	101
Şatırlı	130	137	112	249
Dikmen	37	90	73	163
Kızılbelen	21	49	47	96
Ahmediye	72	116	119	235
Kadriye	72	132	116	248
Akbaş	41	107	126	233
Bucakköy	34	62	62	124
Karataş	32	250	186	436
Kumbarlar	15	33	35	68
Balkız/Belkıs	19	46	35	81
Deniztepesi	27	70	67	137
Zayımlar	27	59	57	116
Ayanoz	45	119	106	225
Çandır	65	147	148	295

Burmahancı	37	97	104	201
Kuşlar	25	48	55	103
Kızıllar	21	53	55	108
Üründü	31	101	80	181
Üçtepe	13	47	42	89
Karınca	49	114	118	232
Çanakçı	44	89	99	188
Alacami	58	137	144	281
Gökçepınar	13	39	43	82
Zırlankaya	20	49	41	90
Pınarcık	31	77	75	152
Berendi	68	85	85	170
Büğüş	40	87	108	195
Yanköy	51	137	113	250
Aralık	16	45	40	85
Kayaburnu	0	0	0	0
Kürüş	29	64	63	127
Boğazak/Boğasak	109	218	200	418
Eminceler	52	110	123	233
Çakallık	63	63	75	138
Kumköy	60	109	75	184
Boztepe	70	166	169	335
Kocayatak	93	230	202	432
TOPLAM	1845	4083	3850	7933

Kaynak: Güçlü, 2000.

Tablo 10: Antalya İlçelerinin Nüfusları ve Yıllık Nüfus Artış Hızları (‰) (2022).

İLÇE	NÜFUS	YILLIK NÜFUS ARTIŞ HIZI (‰)
Akseki	10.477	-9,3
Aksu	77.623	26,0
Alanya	364.180	37,9
Demre	27.691	19,7
Döşemealtı	79.495	74,2
Elmalı	40.774	3,9
Finike	49.720	6,3
Gazipaşa	53.702	29,8
Gündoğmuş	7.188	2,5
İbradı	2.875	2,4
Kaş	62.866	22,2
Kemer	49.383	57,7

Kepez	608.675	28,0
Konyaaltı	204.795	25,6
Korkuteli	56.285	7,2
Kumluca	73.496	13,9
Manavgat	252.941	28,9
Muratpaşa	526.293	9,8
Serik	139.545	33,5
TOPLAM	2.688.004	25,7

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu, 2022.

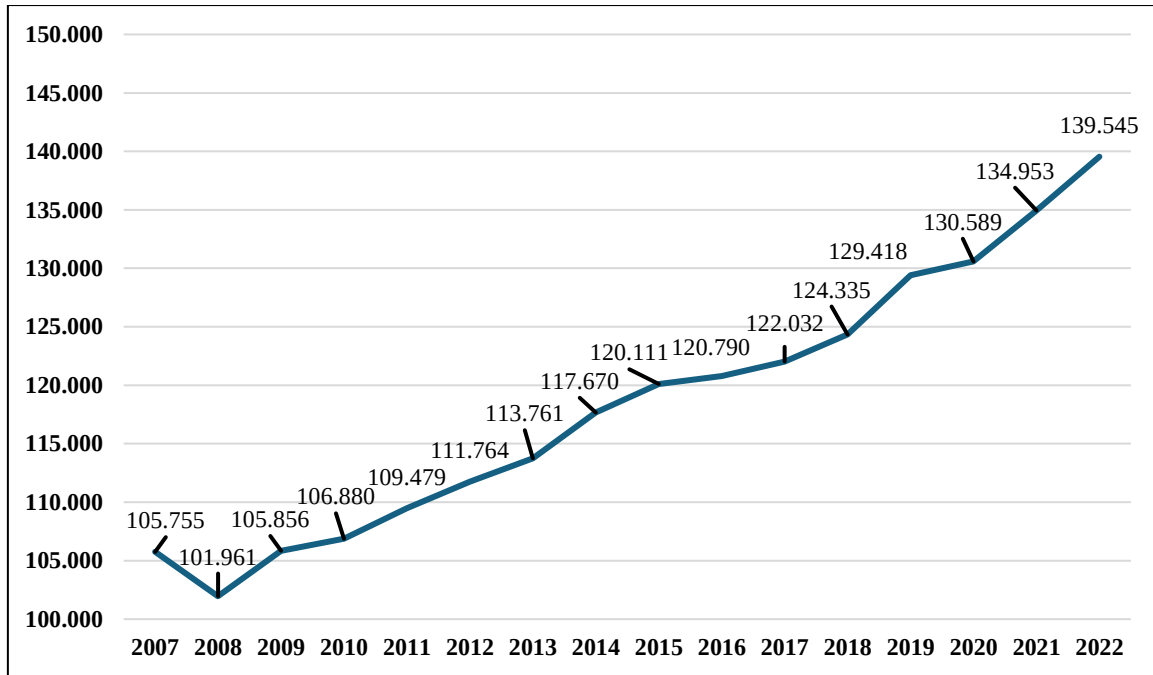
Antalya ilinin 19 adet ilçesinin 2022 yılı nüfus verileri ve yıllık nüfus artış hızları (%) yukarıdaki tabloda görülmektedir. Araştırma sahası olan Serik ilçesi, nüfus bakımından 2022 yılında Antalya'nın en kalabalık 6. ilçesidir. Kepez, Muratpaşa, Alanya, Manavgat, Konyaaltı ve Serik olarak devam eden nüfus sıralamasında en düşük nüfusa sahip ilçe ise İbradı'dır. 2022 yılında Serik ilçesinin yıllık nüfus artış hızı %33,5 olarak saptanmıştır. Diğer ilçeler ile kıyaslandığında nüfus artış hızının iyi bir düzeyde olduğu görülmektedir. En yüksek nüfus artış hızına sahip olan ilçe Döşemealtı ve en düşük nüfus artış hızına sahip olan ilçe ise negatif değer ile Akseki olarak belirlenmiştir. Serik ilçesinin nüfus verileri ise aşağıda yer alan Tablo 11'de görülmektedir. 2010 yılından 2022 yılına kadar nüfus sayısını içeren tabloda nüfusun düzenli olarak bir artış gösterdiği gözlemlenmiştir.

Tablo 11: Serik ilçesi Nüfus Sayısı (2010-2022).

<u>YILLAR</u>	<u>NÜFUS SAYISI</u>
2010	106.880
2011	109.479
2012	111.764
2013	113.761
2014	117.670
2015	120.111
2016	120.790
2017	122.032
2018	124.335
2019	129.418
2020	130.589
2021	134.953
2022	139.545

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu, 2023.

Serik nüfusunun düzenli artış göstermesinin birçok sebebi bulunmaktadır. Bu sebeplere örnek olarak coğrafi konum itibariyle Serik'in alüvyon tabanlı bir ova olması ve bu sebeple tarımda verimin yüksek olması gösterilebilir. İkliminin ılıman oluşu, kış sıcaklarının sıfır derece altına 5 günden fazla düşmemesi, birden fazla ürün ve yılda birden fazla hasadın yapılabilme imkanı, ürün çeşitliliğinin fazla olması, bataklık alanların kurutulması ve zamanla bu alanların turizme açılıp arazilerin değerlendirilmesi, önemli bir rekreasyon alanı olması, uluslararası sporlara ev sahipliği yapması, il merkezine olan yakınlığı, havaalanına olan yakınlığı, ulaşım sağlık ve eğitim hizmetlerinin gelişmiş olması gibi etkenler de nüfusun düzenli artışının sebepleri arasındadır (Sargın, 2019: 36).



Grafik 1: Serik ilçesi Nüfusu Grafiği (2007-2022).

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu, 2023.

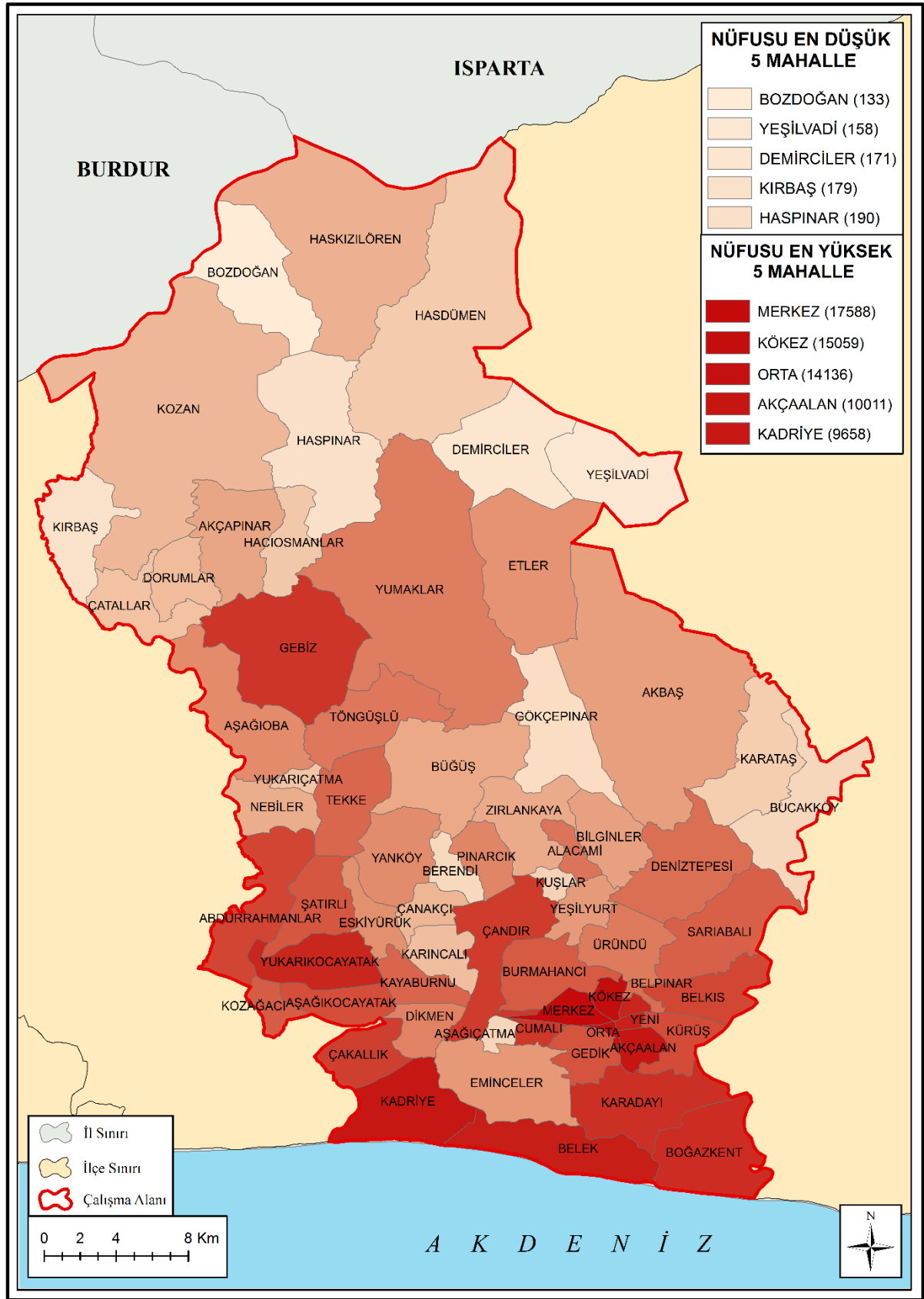
2.2.3.1. Nüfusun Dağılışı

Serik İlçesi'nde nüfusun dağılışını etkileyen ana etkenlerden birisi topografyanın engebeli yapısıdır. Kuzey kesimlerde dağ eteklerinde dağınık yerleşme hakim durumdayken, güney kesimlerde toplu yerleşmeleri görmek mümkündür. Serik İlçesi'nde, ülke genelinde 2014 yılında çıkartılan kanunla belde olan 9 adet yerleşme, mahalleye çevrilmiş ve şu an güncel olarak 66 mahallesi bulunmaktadır. Serik ilçesi mahallelerinin nüfusları Tablo 12'de yer almaktadır. Tablo 12'de edilmesi gereken husus, 2013 yılında Evren Paşa olarak geçen mahalle, 2013 yılından itibaren Türkiye İstatistik Kurumu veri tabanında Cumhuriyet mahallesi olarak geçmektedir. Bu sebeple tabloda 2013 yılından itibaren 2016, 2019 ve 2022 yıllarının nüfus verilerinde Evren Paşa değil Cumhuriyet olarak adlandırılmaktadır.

Tablo 12: Serik ilçesi Mahalle Nüfusları (2013-2016-2019-2022).

<u>MAHALLELER</u>	<u>2013</u>	<u>2016</u>	<u>2019</u>	<u>2022</u>	<u>MAHALLELER</u>	<u>2013</u>	<u>2016</u>	<u>2019</u>	<u>2022</u>
Abdurrahmanlar	2036	1595	1617	1695	Hacıosmanlar	310	281	295	267
Akbaş	689	616	590	560	Hasdümen	245	209	223	262
Akçaalan	6987	8045	9125	10011	Haskızılören	534	458	424	391
Akçapınar	511	486	462	435	Haspınar	192	158	224	190
Alacami	916	875	854	877	Kadriye	6229	7481	8254	9658
Aşağıçatma	201	196	198	240	Karadayı	2295	2210	2184	2301
Aşağıkocayatak	1280	1380	1320	1530	Karataş	333	275	267	248
Aşağıoba	760	730	700	716	Karıncalı	311	288	354	301
Belek	6810	7585	8559	9102	Kayaburnu	847	802	972	983
Belkıs	1811	1645	1678	1564	Kırbaş	194	170	171	179
Belpınar	943	931	953	919	Kökez	11960	13263	13727	15059
Berendi	224	225	237	215	Kozağacı	1307	1126	1058	1072
Bilginler	498	498	513	515	Kozan	417	356	338	331
Boğazkent	2840	3167	3322	3434	Kürüş	1430	1498	1568	1533
Bozdoğan	158	143	130	133	Kuşlar	265	245	255	247
Bucakköy	261	245	236	231	Merkez	11994	13353	15541	17588
Büğüş	455	446	413	412	Nebiler	440	444	418	396
Burmahancı	1005	1072	1172	1151	Orta	10179	11407	12340	14136
Çakallık	1260	1480	1807	1774	Pınarcık	750	745	721	744
Çanakçı	348	321	342	374	Sarıbalı	1191	1075	1112	1062
Çandır	1947	1834	1845	1866	Şatırlı	652	1050	1175	1313
Çatallar	331	302	301	285	Tekke	864	863	856	968
Cumalı	2181	2153	2194	2135	Töngüşlü	762	782	795	864
Demirciler	179	151	206	171	Üründü	811	742	791	795
Deniztepesi	952	954	974	912	Yanköy	735	754	719	703
Dikmen	565	639	754	776	Yeni	6963	7335	7797	8069
Dorumlar	384	350	332	329	Yeşilvadi	147	151	186	158
Eminceler	580	583	563	618	Yeşilyurt	551	526	584	581
Eskiyürük	645	631	659	665	Yukarıçatma	234	247	258	276
Etler	634	599	684	659	Yukarıkocayatak	3029	3288	3470	4407
Evrenpaşa/Cumhuriyet	4573	4644	4898	5204	Yumaklar	706	681	788	780
Gebiz	2340	2239	2118	2188	Zırlankaya	377	395	386	400
Gedik	988	1159	1180	1392	TOPLAM	113761	120790	129418	139545
Gökçepınar	215	213	231	195					

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu, 2023.



Harita 4: Serik İlçesi Nüfus Haritası

Serik İlçesi nüfus dağılışı haritasında görüldüğü üzere, nüfusun yoğun olması ile dikkat çeken mahalleler arasında; Akçaalan, Belek, Cumalı, Cumhuriyet, Gebiz, Kadriye, Karadayı, Kökez, Merkez, Orta, Yeni ve Yukarıkocayatak bulunmaktadır. Bunların içerisinde Belek ve Kadriye'nin nüfus yoğunluğunun bu denli fazla olmasının başlıca sebebi bölgede yer alan turizm etmenleridir. Oteller, golf sahaları, kamp alanları, turizm olanakları buradaki halkın merkeze göç etmesini engellemiştir. Mahallelere genel olarak bakıldığında standart seyrini bozmayanlar ve giderek azalan nüfusa sahip olanlar olarak ikiye ayırmak mümkündür. Nüfusun azalmasının ana etkeni kent yaşamının artık daha çekici hale gelmesidir.

Kent yaşamı, televizyonlarda, internette yani sanal ortam gibi alanlarda giderek algı merkezi haline getirilmiştir. Bu sebeple yerel halk, Antalya il merkezine göç etme hareketindedir. Bu durum sadece Serik ilçesi için de geçerli değildir. Tarımla uğraşan, gençler için artık heyecan ve zevk unsuru barındırmayan yani bölgeye bağlılığının sadece aileden başka bir hissiyatın kalmadığı durumlarda gençlerin il merkezine göçmesi söz konusudur. Bu duruma karşılık olarak Serik ilçesinde halen pozitif nüfus artışı söz konusudur. 2013-2022 yılları arasında nüfus artışı düzenli olarak devam etmiştir. Yıllar içerisinde artış oranları ve nüfus içerisindeki yaş skalasının değişkenlik gösterdiği gözlemlenmiştir.

2.2.3.2. Nüfusun Cinsiyet Dağılımı

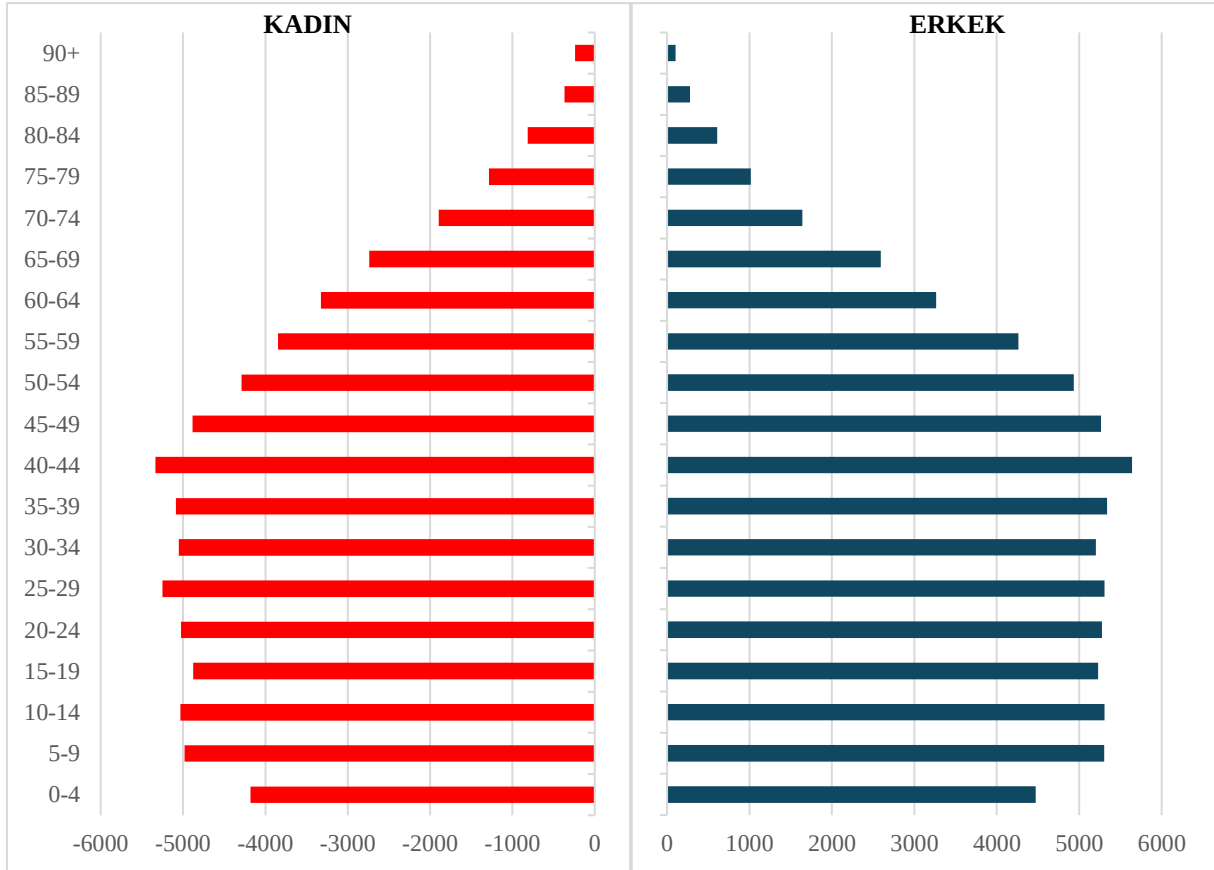
Araştırma sahasının cinsiyet durumu incelendiğinde nüfusta yaşanan dengesizlikler cumhuriyet dönemiyle başlamaktadır. Bu dönemde Serik nahiye konumundadır ve 36 köyü bulunmaktadır (Güçlü, 2000). Günümüzde nüfustaki dengesizlik neredeyse yok denecek az durumdadır. Kadın ve erkek nüfusu arasındaki bu dengesizliğin eskiye dayanan asıl nedeni yaşanan dünya savaşlarının erkek nüfusuna olan etkisinden dolayıdır. Fakat günümüzde ilçe, bu sorunu atlattığı bulunmaktadır. İlçede genç nüfus aralığı ve ortanca yaş aralığı yoğundur.

Tablo 13: Serik ilçesi Erkek ve Kadın Nüfusun Yaş Sınıflandırması (2012-2017-2022).

YAŞ GRUBU VE YILLAR	ERKEK			KADIN		
	2012	2017	2022	2012	2017	2022
0-4	4507	4540	4470	4261	4342	4181
5-9	4676	4775	5301	4307	4500	4982
10-14	4886	4785	5305	4545	4492	5033
15-19	4459	4736	5229	4116	4177	4875
20-24	3592	4319	5276	3845	4441	5025
25-29	4427	4540	5308	4488	4423	5249
30-34	5041	4850	5202	4686	4588	5052
35-39	4876	5286	5337	4533	4922	5087
40-44	4701	4964	5639	4047	4562	5335
45-49	4151	4772	5265	3602	4096	4885
50-54	3259	4168	4933	3156	3664	4290
55-59	2753	3235	4261	2742	3193	3847
60-64	1894	2661	3266	1966	2700	3326

65-69	1349	1806	2593	1502	1933	2740
70-74	1065	1209	1643	1197	1424	1896
75-79	728	873	1017	770	1056	1286
80-84	436	526	608	675	605	813
85-89	116	246	278	290	402	369
90+	21	49	105	99	172	238

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu, 2023.



Grafik 2: Serik ilçesi Nüfus Cinsiyet Piramidi (2022).

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu, 2023.

İlçenin nüfus piramidini; asimetrik nüfus piramidi olarak yorumlamak mümkündür. Asimetrik nüfus grafiği, doğum oranlarının düşmeye başladığının göstergesidir. Piramidin tabanına bakıldığında doğum oranının azaldığı görülmektedir. 10-14 yaş aralığı, 25-29 yaş aralığı ve 40-44 yaş aralığı hem erkek hem de kadın nüfusta yoğunluğun olduğu yaş gruplarıdır. Düzenli bir grafik veyahut belirgin bir hatta ilerleme yoktur. 65 yaş ve üzeri nüfusun varlığı da yadsınamaz seviyededir. 20-24 yaş aralığından başlayarak 65-69 yaş aralığına kadar bulunan yaş grupları, asimetrik nüfus piramidinin bir ürünüdür.

2.2.3.3. Nüfusun Eğitim Durumu

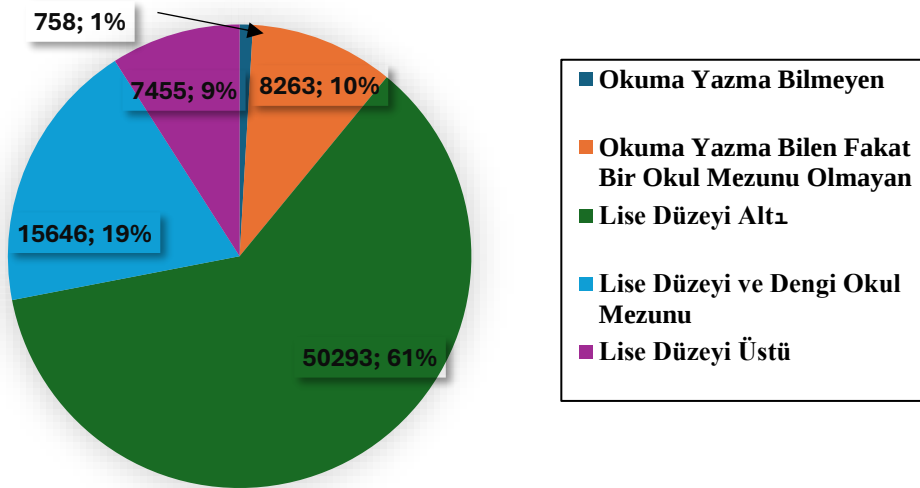
Cumhuriyet öncesinde Serik bölgesindeki insanlar genellikle eğitimlerini Antalya ve Konya gibi merkezlerdeki medreselerde tamamlamışlardır. 19. yüzyıldan itibaren Antalya'da yeni okulların açılmasıyla birlikte medreselere ek olarak bu okullarda da eğitim faaliyetleri başlamıştır. Bu dönemin sonlarına doğru Serik bölgesinde Boztepe, Yanköy, Çandır, Belkıs ve Akbaş köylerinde medrese bulunduğu bilinmektedir (Serik Kaymakamlığı, 2012).

Tablo 14: Serik ilçesi Bitirilen Eğitim Düzeyi ve Cinsiyete Göre Nüfus Dağılımı (15+ Yaş), (2013).

<u>DÜZEYLER</u>	<u>TOPLAM</u>	<u>%</u>	<u>ERKEK</u>	<u>KADIN</u>
Okuma yazma bilmeyen	758	0.90	127	631
Okuma yazma bilen fakat bir okul bitirmeyen	8263	9.76	2044	6219
İlkokul mezunu	27023	31.93	12631	14392
İlköğretim mezunu	19321	22.83	10932	8389
Ortaokul veya Dengi Okul mezunu	3949	4.67	2590	1359
Lise veya Dengi Okul mezunu	15646	18.48	9471	6175
Yüksekokul veya Fakülte mezunu	7120	8.41	4046	3074
Yüksek Lisans Mezunu	268	0.32	169	99
Doktora Mezunu	67	0.08	30	37
Bilinmeyen	2229	2.63	1304	925
<u>TOPLAM</u>	<u>84644</u>	<u>100</u>	<u>43344</u>	<u>41300</u>

Kaynak: SNİPR., 2015: 26.

Araştırma sahasında 2013 yılında 15 ve üzeri bireylerde gerçekleştirilen çalışmadaki sonuçlar Tablo 14'te görülmektedir. Okuma yazma bilmeyen kadın sayısı, erkek sayısından oldukça fazladır. Hem erkek hem de kadınlarda en yoğun frekans ilkokul mezunu olarak belirlenmiştir. Çalışmanın gerçekleştirildiği bireylerde %31,93'lük oranla en sık rastlanan düzeyin de ilkokul mezunu olduğu görülmektedir. Sonrasında sırasıyla; ilköğretim mezunu, okuma yazma bilen fakat bir okul bitirmeyen ve lise veya dengi okul mezunu düzeyleri gelmektedir.



Grafik 3: Serik ilçesi Nüfus Eğitim Durumu Pasta Grafiği (2013).

Kaynak: SNİPR., 2015: 26.

Tablo 15: Serik ilçesi Cinsiyete Göre Okur Yazarlık Oranları (%), (2008-2022).

YIL	OKUR YAZARLIK	ERKEK (%)	KADIN (%)
2022	Okuma Yazma Bilen	99,73	98,76
	Okuma Yazma Bilmeyen	0,27	1,24
2008	Okuma Yazma Bilen	96,87	85,76
	Okuma Yazma Bilmeyen	3,13	14,24

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu, 2023.

Serik ilçesinde 2022 ve 2008 yılı okur yazarlık oranlarının cinsiyete göre ayrımı Tablo 15'te görülmektedir. 2008 yılında okuma yazma bilen erkeklerin oranı %96,87 iken bu oran 2022 yılında %99,73'e kadar ilerlemiştir. Lakin bu durum kadınlarda 2008 yılında sadece %85,76'dır. 2022 yılına bakıldığında kadınların okuma yazma oranının da tam olarak %13 artış gösterip %98,76 oranına ilerleyişi söz konusudur.

2.2.4. Ekonomik Coğrafyası

Serik ilçesindeki en önemli ekonomik faaliyet kolları tarım, turizm ve hayvancılıktır. İlçeye yerleşimin en eski tarihlerinden beri süregelen tarım ve hayvancılık faaliyeti, Antalya şehrinin turizm potansiyelinin fark edilmesi ve ilçede de turizm sektörüne olan yatırım arttığından ötürü artık geri plana düşme eğilimindedir. Tarım ve hayvancılık hala Serik İlçesi için önemli bir yere sahip olsa da gelişen turizm faaliyetleri, yatırımlar ve devlet destekleri ile dış ve iç yatırımcıların da sahil kesimindeki tarım ve mera arazilerine turizm amaçlı yapılar yapmasıyla birlikte insanların artık sektör değiştirmesine yol açmıştır.

2.2.4.1. Tarımsal Faaliyetler

İnsanlık tarihi boyunca insanlar, çevreleriyle sürekli etkileşim halinde olmuş ve bu etkileşimler mekânı ve insanları birbirinden etkileyerek yaşam tarzlarını şekillendirmiştir. İnsanlar, çevrenin sunduğu imkânlar doğrultusunda evlerini, giyim tarzlarını, beslenmelerini belirlemişlerdir. Ancak zamanla insanlar, çevrelerini şekillendirerek mekânları da değiştirmiş ve çeşitli değişiklikler yapmışlardır. Bu süreç, coğrafyanın temel prensiplerini oluşturur; coğrafya insan ve mekân arasındaki ilişkiyi incelemektedir. Coğrafya, fiziki ve beşeri alanlar olmak üzere iki ana kola ayrılır. Beşerî coğrafya ise tarım coğrafyası gibi insan faaliyetlerini ve bu faaliyetlerin mekân üzerindeki etkilerini inceler. Tarım, geniş anlamda topraktan faydalanma etkinliği olarak tanımlanabilir. Bu etkinlik kapsamında toprak çeşitli yöntemlerle işlenerek ekim-dikim yoluyla ürün elde edilir. Tarım sadece ekim-dikimle sınırlı kalmaz; hayvancılık, ormancılık gibi faaliyetler de tarımsal etkinlikler içinde yer alır (Güney, 2003).

Antalya Tarım Master Planı 2011 verilerine göre, Serik ilçesi Kıyı Akdeniz Tarım Havzası içinde yer almaktadır. Bu bölgede arazi yapısı deniz seviyesinden başlayarak iç kesimlere doğru 800-1000 metreye kadar yükselir. İklim ise tipik Akdeniz iklimi özelliklerini taşır: yazları sıcak ve kurak, kışları ise ılık ve yağışlıdır. Yıllık yağış miktarı 1500 kg/m²'nin üzerindedir. Yaz aylarında maksimum sıcaklıklar 40-44°C'ye kadar çıkabilirken, yıllık ortalama sıcaklık yaklaşık olarak 19-20 santigrat derece civarındadır (SNİPR., 2015).

İlçenin kıyı kesimlerinde artan turizm faaliyetleri sebebiyle kıyı kesimleri haricinde kalan dağlık ve orta kesim (iç kesim) içerisinde yoğunlaşmıştır. Serik İlçesi'nde örtü altı turfanda tarımsal üretim önemlidir. Modern yöntemlerle yapılan tarımsal üretim yapılmaktadır. İlçede seracılık da gelişmiş durumdadır. Serik ilçesi, uzun bir tarım geleneğine sahip olup modern tarım yöntemlerinin kullanımıyla birim alanda yüksek verim elde edilmektedir. Son yıllarda örtü altı tarımının gelişimiyle birlikte üretim alanlarında önemli bir artış yaşanmaktadır. Örtü altı tarımı, alçak plastik tüneller veya seralar içinde modern ve kontrollü bir şekilde yapılan tarımsal üretimi ifade etmektedir. Antalya, ülkemizdeki örtü altı tarımsal alan ve üretim miktarı bakımından önemli bir konuma sahiptir; ülkemizdeki toplam örtü alanlarının yaklaşık %30'u Antalya'da bulunmaktadır (Tüzel vd., 2005). Serik ilçesinde örtü altında yetiştirilen başlıca ürünler arasında domates, salatalık, biber, patlıcan, kabak, karpuz, kavun, çilek, fasulye, marul ve süs bitkileri bulunmaktadır. Bu tarım yöntemi, turfanda sebze ve meyve talebinin artışı, yatırımcılar için cazip ürün fiyatları ve aile işletmeciliği gibi faktörlerle desteklenmektedir (Titiz, 2004).

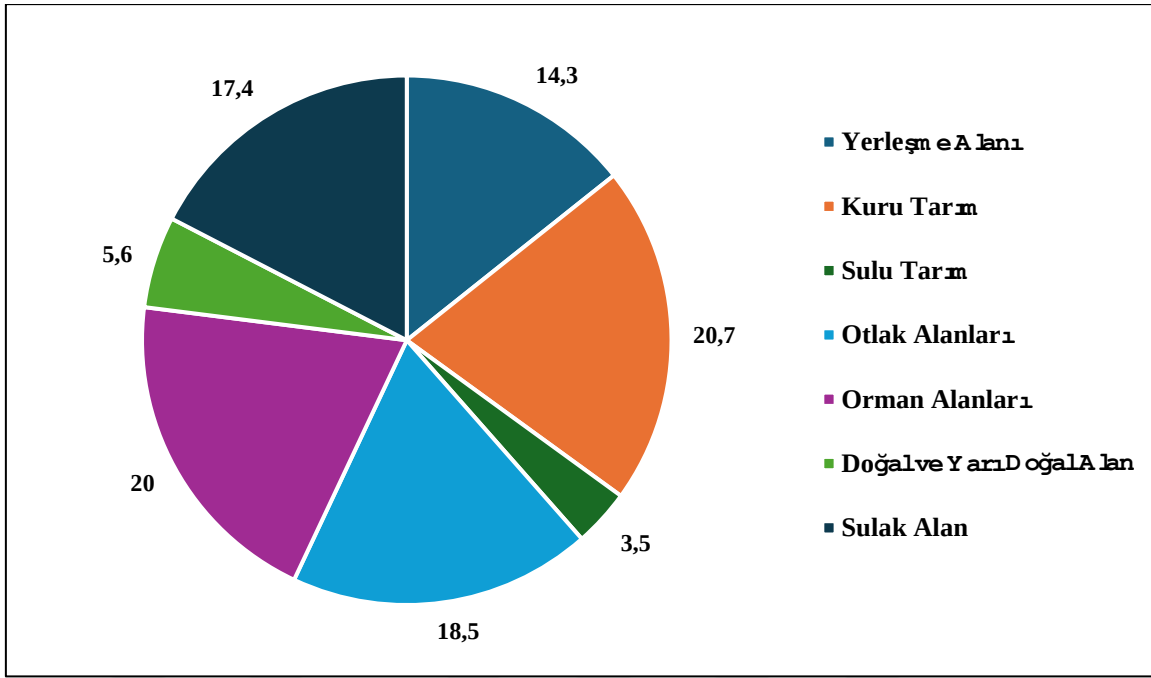
Serik ilçesi, çeşitlilik gösteren tarım alanlarıyla dikkat çekmektedir. Sahil kesiminde narenciye bahçeleri, nar, muz, avokado gibi ürünlerin yanı sıra seralar da bulunmaktadır. Geçit bölgelerinde zeytin ve yazlık elma bahçeleri görülmektedir. Yayla kesimlerinde ise kiraz, badem, erik bahçeleri ile zaman zaman kamelya tipi bağcılık yapılmaktadır. Dağ köylerinde ise hayvancılık ve hububat tarımı önemli faaliyetler arasındadır. Serik'in geniş ve sulanabilir ovaları, teknolojik tarımın yaygın olduğu bir alan olarak öne çıkmaktadır. Açık tarla ve örtü altı sebze yetiştiriciliği, süs bitkileri yetiştiriciliği yanında susam ve mısır gibi ürünlerin de ikinci ürün olarak yetiştirildiği bilinmektedir (SNİPR., 2015). Bu çeşitlilik, ilçenin tarımsal üretimdeki güçlü potansiyelini göstermektedir. Genel anlamda üzüm bağları, meyve bahçeleri ve zeytinlikler gibi mevcut özel tarım alanları ilçede çok az yer kaplamaktadır. Bu alanlar Karadayı, Belkıs, Üründü, Kayaburnu, Abdurrahmanlar, Yukarıkocayatak, Aşağıoba, Çanakçı ve Şatırlı mahallelerinde bulunmaktadır (Okudan ve Bayar, 2022: 356-357).

Tablo 16: Serik ilçesi Arazi Örtüsü Alan ve Payları (2020).

<u>ANA KRİTER</u>	<u>ALT KRİTER</u>	<u>ALAN (km2)</u>	<u>PAY (%)</u>
ARAZİ ÖRTÜSÜ	Yerleşme Alanı	180,3	14,3
	Kuru Tarım	261,8	20,7
	Sulu Tarım	44,3	3,5
	Otlak Alanları	233,5	18,5
	Orman Alanları	253,4	20,0
	Doğal ve Yarı Doğal Alan	70,5	5,6
	Sulak Alan	220,0	17,4

Kaynak: Okudan ve Bayar, 2022.

Serik ilçesinde arazi kullanımını belirleyen en önemli faktörler Serik ovası ile kuzeydoğusunda yer alan Batı Toroslar ve güneyinde bulunan Akdeniz olmuştur. Nitekim kıyı kesiminin düz bir topoğrafyaya sahip olması mevcut tarım alanlarının gelişmesine olanak sağlarken yükselti ve eğim güneyden kuzeye doğru artışı bu gelişimi sınırlandırmıştır.



Grafik 4: Serik ilçesi Arazi Örtüsü Grafiği (%), 2020.

Kaynak: Okudan ve Bayar, 2022.

Serik ilçesinin tarım alanındaki 2012 ve 2022 yılları arasındaki değişim, örtü altı tarım alanlarının örtü altı türlerine göre dekar cinsinden 2006-2010-2014-2018 ve 2022 yıllarındaki durumu, tahıllar ve diğer bitkilerin ekilen alanları ve üretim miktarları, sebzelerin ekilen alanları ve üretim miktarları, örtü altı sebzelerin; örtü altı türlerine göre ekilen alanları ve üretim miktarları, örtü altı meyvelerin; örtü altı türlerine göre alanları ve ton cinsinden üretim miktarları ve meyve, içecek meyveleri ve baharat bitkilerinin ekilen/dikilen alanları ve üretim miktarları aşağıdaki tablolarda görülmektedir.

Tablo 17: Serik ilçesi 2012-2022 Yılları Dekar Cinsinden Tarım Alanı.

TARIM ALANI	<u>YIL</u>	<u>DEKAR</u>
	2012	343.300,7
	2022	356.333,8

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu, 2023.

Tablo 18: Serik ilçesi 2022 Yılı Sebze Üretiminde Ekilen Alan (Dekar) ve Üretim Miktarları (Ton).

<u>TÜR</u>	<u>YIL</u>	<u>EKİLEN ALAN (Dekar)</u>	<u>ÜRETİM MİKTARI (Ton)</u>
Taze Fasulye	2022	4325	6863
Taze Barbunya	2022	200	200
Taze Börülce	2022	300	240
Taze Bakla	2022	3300	1980
Lahana (Beyaz)	2022	2400	7200

Lahana (Kırmızı)	2022	2500	7500
Karnabahar	2022	8200	20500
Brokoli	2022	3900	7800
Kıvırcık Marul	2022	2050	8230
Göbekli Marul	2022	2145	8825
Ispanak	2022	1370	1233
Enginar	2022	700	840
Maydanoz	2022	95	250
Karpuz	2022	29885	201580
Kavun	2022	2330	10380
Biber (Salçalık, Kapyra)	2022	610	4655
Biber (Dolmalık)	2022	4605	46190
Biber (Sivri)	2022	5200	33675
Biber (Çarliston)	2022	920	8960
Hıyar (Sofralık)	2022	5350	62353
Patlıcan	2022	4430	32330
Domates (Sofralık)	2022	27145	428283
Bamya	2022	250	150
Kabak (Sakız)	2022	1990	10630
Bal Kabağı	2022	150	677
Taze Soğan	2022	350	263
Kuru Soğan	2022	780	1672
Pırasa	2022	590	1180
Kök Kereviz	2022	190	570
Turp (Bayır)	2022	45	45
Turp (Kırmızı)	2022	270	405

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu, 2023.

Tablo 19: Serik İlçesi 2022 Yılı Tahıllar ve Diğer Bitkisel Ürünlerde Ekilen Alan (Dekar) ve Üretim Miktarları (Ton).

<u>TÜR</u>	<u>YIL</u>	<u>EKİLEN ALAN (Dekar)</u>	<u>ÜRETİM MİKTARI (Ton)</u>
Buğday (Durum Buğdayı Hariç)	2022	107000	43722
Mısır	2022	5520	4403
Arpa (Diğer)	2022	2750	942
Yulaf	2022	1080	419
Yerfıstığı (Kabuklu)	2022	400	180
Pamuk Çekirdeği (Çiğit)	2022	25600	7200
Susam Tohumu	2022	7050	625
Patates (Tatlı hariç)	2022	85	205
Pamuk (Çırcırlanmamış, Kütlü)	2022	25600	12000

Pamuk (Çırçırlanmış, Lifli)	2022	25600	4440
Fiğ (Adi, Yeşil ot)	2022	4500	12375
Yonca (Yeşil ot)	2022	1800	4500
Mısır (Hasıl)	2022	450	900
Mısır (Silaj)	2022	23120	115600
Bezelye (Yemlik)	2022	28	56
İtalyan Çimi (Yemlik)	2022	1750	5600

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu, 2023.

Tablo 20: Serik ilçesi 2022 Yılı Meyveler, İçeceklik Meyveler ve Baharat Bitkilerinin Ekilen Alan (Dekar) ve Üretim Miktarları (Ton).

<u>TÜR</u>	<u>YIL</u>	<u>EKİLEN ALAN (Dekar)</u>	<u>ÜRETİM MİKTARI (Ton)</u>
Sofralık Üzüm (Çekirdekli)	2022	218	428
Sofralık Üzüm (Çekirdeksiz)	2022	72	141
Avokado	2022	800	646
Muz, Plantain ve Benzerleri	2022	4000	32000
İncir (Yaş)	2022	15	57
Greyfurt (Altın Top)	2022	510	1219
Limon ve Misket Limonu	2022	3330	9101
Portakal (Washington)	2022	7925	25211
Portakal (Yafa)	2022	0	7
Diğer Portakallar	2022	4175	12667
Mandalina (Satsuma)	2022	180	557
Mandalina (Klemantin)	2022	230	406
Mandalina (Diğerleri)	2022	800	948
Elma (Starking)	2022	25	123
Diğer Elmalar	2022	260	1835
Armut	2022	69	1662
Ayva	2022	0	6
Kayısı	2022	300	310
Kiraz	2022	1014	762
Şeftali	2022	65	594
Nektarin	2022	900	405
Erik	2022	770	926
Yenidünya	2022	22	17
Çilek	2022	4110	14385
Maviyemiş	2022	60	60
Dut	2022	2	43
Badem	2022	520	578
Ceviz	2022	660	275

Keçiboynuzu (Harnup)	2022	35	202
Nar	2022	14250	31579
Trabzon hurması (Cennet Elması)	2022	120	170
Sofralık Zeytinler	2022	9080	7877
Yağlık Zeytinler (Zeytinyağı Üretimi)	2022	16420	12306
Kekik (İşlenmemiş)	2022	50	25

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu, 2023.

Tablo 21: Serik ilçesi Dekar Cinsinden Örtü Altı Tarım Alanı (2006-2010-2014-2018-2022).

<u>ÖRTÜ ALTI CİNSİ</u>	<u>YIL</u>	<u>DEKAR</u>
ALÇAK TÜNEL	2006	500
	2010	50
	2014	4.160
	2018	4.000
	2022	4.440
YÜKSEK TÜNEL	2006	3.000
	2010	450
	2014	1.004
	2018	1.184
	2022	5.334
CAM SERA	2006	8.500
	2010	14.000
	2014	14.264
	2018	13.523
	2022	13.027
PLASTİK SERA	2006	2.000
	2010	14.000
	2014	16.558
	2018	18.448,5
	2022	25.106

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu, 2023.

Tablo 22: Serik ilçesi 2022 Yılı Örtüaltı Meyvelerin Sera Tipi, Ekilen Alan (Dekar) ve Üretim Miktarları (Ton).

<u>TÜR</u>	<u>SERA TİPİ</u>	<u>EKİLEN ALAN (Dekar)</u>	<u>ÜRETİM MİKTARI (Ton)</u>
Çilek	A.T.	3600	12600
Sofralık Üzüm (Çekirdekli)	P.S.	8	16
Sofralık Üzüm (Çekirdeksiz)	P.S.	7	14
Çilek	P.S.	210	735
Muz, Plantain ve Benzerleri	Y.T.	4000	32000

Çilek	Y.T.	300	1050
-------	------	-----	------

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu, 2023. *A.T.= *Alçak Tünel*, P.S.= *Plastik Sera*, Y.T.= *Yüksek Tünel*.

Tablo 23: Serik ilçesi 2022 Yılı Örtüaltı Sebzelerin Sera Tipi, Ekilen Alan (Dekar) ve Üretim Miktarları (Ton).

<u>TÜR</u>	<u>SERA TİPİ</u>	<u>EKİLEN ALAN (Dekar)</u>	<u>ÜRETİM MİKTARI (Ton)</u>
Karpuz	A.T.	225	1800
Kavun	A.T.	75	450
Biber (Salçalık, Kapyra)	A.T.	65	325
Biber (Dolmalık)	A.T.	85	340
Biber (Sivri)	A.T.	90	405
Biber (Çarliston)	A.T.	240	2160
Kabak (Sakız)	A.T.	60	420
Taze Fasulye	C.S.	80	200
Marul (Kıvırcık)	C.S.	275	1375
Marul (Göbekli)	C.S.	420	2100
Maydanoz	C.S.	10	30
Karpuz	C.S.	1060	8480
Kavun	C.S.	150	900
Biber (Salçalık, Kapyra)	C.S.	160	1440
Biber (Dolmalık)	C.S.	1200	14400
Biber (Sivri)	C.S.	800	9600
Biber (Çarliston)	C.S.	160	1600
Hıyar (Sofralık)	C.S.	1300	16900
Patlıcan	C.S.	700	10500
Domates (Sofralık)	C.S.	9000	144000
Kabak (Sakız)	C.S.	450	3150
Taze Fasulye	P.S.	295	738
Marul (Kıvırcık)	P.S.	765	3825
Marul (Göbekli)	P.S.	775	3875
Maydanoz	P.S.	15	45
Karpuz	P.S.	3500	28000
Kavun	P.S.	300	1800
Biber (Salçalık, Kapyra)	P.S.	260	2080
Biber (Dolmalık)	P.S.	2200	26400
Biber (Sivri)	P.S.	950	11400
Biber (Çarliston)	P.S.	445	4450
Hıyar (Sofralık)	P.S.	3200	41600
Patlıcan	P.S.	380	5700

Domates (Sofralık)	P.S.	17160	274560
Kabak (Sakız)	P.S.	300	2100
Karpuz	Y.T.	100	800
Kavun	Y.T.	5	30
Biber (Salçalık, Kapya)	Y.T.	55	495
Biber (Dolmalık)	Y.T.	70	840
Biber (Sivri)	Y.T.	60	720
Biber (Çarliston)	Y.T.	75	750
Hıyar (Sofralık)	Y.T.	50	650
Patlıcan	Y.T.	100	1500
Domates (Sofralık)	Y.T.	435	6960
Kabak (Sakız)	Y.T.	80	560

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu, 2023. **A.T.= Alçak Tünel, C.S.= Cam Sera, P.S.= Plastik Sera, Y.T.= Yüksek Tünel.*

2.2.4.2. Hayvancılık Faaliyetleri

Serik İlçesi, hayvancılık faaliyetleri açısından zengin bir potansiyele sahiptir. Koyun, keçi, inek, kümes hayvanları, arıcılık ve balıkçılık ilçede yapılan hayvancılık faaliyetlerindendir. Özellikle Yörük nüfusunun fazlalığı, hayvancılığın önemli bir ekonomik uğraş olarak devam etmesini sağlamaktadır. Yaylak ve kışlak arasında konargöçer halde yaşayan Yörükler, yaz sıcağından kaçınmak için yaylalara göç etmektedirler (Ak, 2008). Serik'in doğal bitki örtüsü maki olması ve Toros Dağları'nın eteklerindeki makilik alanların varlığı, özellikle keçi besiciliğini teşvik etmektedir (Ak, 2018). Bu doğal koşullar, hayvancılık faaliyetlerinin gelişmesinde ve yaygınlaşmasında önemli rol oynamaktadır.

Serik İlçesi'nin hayvancılık geleneği, tarihi kökenleriyle yakından ilişkilidir. İlçe, kuruluşundan itibaren Yörük gruplarının kışlak olarak kullanmasıyla hayvancılığın önemli bir ekonomik faaliyet olarak ortaya çıktığı bir yerdir. Özellikle Yörüklerin geleneksel olarak hayvancılık yapmaları, Serik'in sosyo-kültürel ve ekonomik yapısında belirleyici olmuştur (Sarı, 2010). Günümüzde ise Serik'te hayvancılığın önemi azalmakta olsa da hala önemli bir faaliyet olarak devam etmektedir. Özellikle Deniztepesi ve Sarıabalı gibi mahallelerde küçükbaş hayvancılık gelişmiştir, bu da ilçenin hayvancılık geleneğinin devam ettiğini göstermektedir. Cumhuriyetin ilk yıllarında Serik Nahiyesi'nde oldukça büyük bir hayvan varlığı bulunmaktaydı. 24704 koyun, 33746 keçi, 4215 öküz ve 4996 inek olmak üzere toplamda 71584 adet hayvan yetiştirilmekteydi (Güçlü, 2000). Bu veriler, o dönemdeki hayvancılığın Serik ekonomisi için ne kadar önemli olduğunu göstermektedir.

Tablo 24: Serik ilçesi 2022 Yılı Hayvan Türlerinin Sayıları.

<u>TÜR</u>	<u>ADET (Bas)</u>
Süt Sığırları (Saf Kültür, 2 ve Daha Yukarı Yaşta İnek)	1532
Süt Sığırları (Saf Kültür, 1-2 Yaş Arası Dişi, Düve)	1043
Süt Sığırları (Kültür Melezi, 2 ve Daha Yukarı Yaşta İnek)	3149
Süt Sığırları (Kültür Melezi, 1-2 Yaş Arası Dişi, Düve)	753
Süt Sığırları (Yerli, 2 ve Daha Yukarı Yaşta İnek)	130
Süt Sığırları (Yerli, 1-2 Yaş Arası Dişi, Düve)	112
Süt Sığırları (Manda, 2 ve Daha Yukarı Yaşta İnek)	0
Süt Sığırları (Manda, 1-2 Yaş Arası Dişi, Düve)	0
Saf Kültür Sığırları (2 ve Daha Yukarı Yaşta Boğa)	82
Saf Kültür Sığırları (2 ve Daha Yukarı Yaşta Öküz)	0
Saf Kültür Sığırları (1-2 Yaş Arası Erkek, Tosun)	714
Melez Sığırlar (2 ve Daha Yukarı Yaşta Boğa)	149
Melez Sığırlar (2 ve Daha Yukarı Yaşta Öküz)	0
Melez Sığırlar (1-2 Yaş Arası Erkek, Tosun)	857
Yerli Sığırlar (2 ve Daha Yukarı Yaşta Boğa)	47
Yerli Sığırlar (2 ve Daha Yukarı Yaşta Öküz)	0
Yerli Sığırlar (1-2 Yaş Arası Erkek, Tosun)	78
Manda (2 ve Daha Yukarı Yaşta Boğa)	0
Manda (2 ve Daha Yukarı Yaşta Öküz)	0
Manda (1-2 Yaş Arası Erkek, Tosun)	0
Buzağı ve Dana (Sığır Saf Kültür, 1 Yaşından Küçük Erkek)	1236
Buzağı ve Dana (Sığır Saf Kültür, 1 Yaşından Küçük Dişi)	911
Buzağı ve Dana (Sığır Kültür Melezi, 1 Yaşından Küçük Erkek)	889
Buzağı ve Dana (Sığır Kültür Melezi, 1 Yaşından Küçük Dişi)	848
Buzağı ve Dana (Sığır Yerli, 1 Yaşından Küçük Erkek)	72
Buzağı ve Dana (Sığır Yerli, 1 Yaşından Küçük Dişi)	98
Manda Yavrusu (1 Yaşından Küçük Erkek)	0
Manda Yavrusu (1 Yaşından Küçük Dişi)	0
At (3 Yaşından Küçük, Dişi ve Erkek, Tay)	9
At (3 ve Daha Yukarı Yaşta Kısarak)	31
At (3 ve Daha Yukarı Yaşta İğdiş ve At)	10
At (3 ve Daha Yukarı Yaşta Damızlık Aygır)	1
Katır (3 Yaşından Küçük, Dişi ve Erkek)	7
Katır (3 ve Daha Yukarı Yaşta, Dişi ve Erkek)	63
Eşek (1 Yaşından Küçük, Dişi ve Erkek)	5
Eşek (1 ve Daha Yukarı Yaşta, Dişi ve Erkek)	28
Koyun (Merinos, 6 Aydan Küçük, Dişi ve Erkek, Kuzu)	834
Koyun (Merinos, 6-12 Ay Arası, Dişi ve Erkek, Toklu)	851

Koyun (Merinos, 12-24 Ay Arası, Dişi ve Erkek, Şişek)	859
Koyun (Merinos, 2 ve Daha Yukarı Yaşta, Dişi Koyun)	817
Koyun (Merinos, 2 ve Daha Yukarı Yaşta, Koç)	309
Koyun (Yerli ve Diğerleri, 6 Aydan Küçük, Dişi ve Erkek, Kuzu)	15076
Koyun (Yerli ve Diğerleri, 6-12 Ay Arası, Dişi ve Erkek, Toklu)	13551
Koyun (Yerli ve Diğerleri, 12-24 Ay Arası, Dişi ve Erkek, Şişek)	11911
Koyun (Yerli ve Diğerleri, 2 ve Daha Yukarı Yaşta, Dişi Koyun)	28402
Koyun (Yerli ve Diğerleri, 2 ve Daha Yukarı Yaşta, Koç)	3936
Keçi (Kıl Keçisi ve Diğerleri, 6 Aydan Küçük, Dişi ve Erkek, Oğlak)	4647
Keçi (Kıl Keçisi ve Diğerleri, 6-12 Ay Arası, Dişi ve Erkek, Çebic)	4719
Keçi (Kıl Keçisi ve Diğerleri, 12-24 Ay Arası, Dişi ve Erkek, Gezdan)	8357
Keçi (Kıl Keçisi ve Diğerleri, 2 ve Daha Yukarı Yaşta, Dişi Keçi)	8859
Keçi (Kıl Keçisi ve Diğerleri, 2 ve Daha Yukarı Yaşta, Teke)	517

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu, 2023.

Antalya ilinde doğal koşullar, çeşitli bal türlerinin üretimine uygun ortamlar sunmaktadır. Narenciye çiçeklerinin Nisan-Mayıs aylarında açmasıyla Antalya, ülkede en erken bal hasadının yapıldığı bölgelerden biridir. Yaz aylarında ise susam, anason, pamuk gibi ürünlerin yetiştirildiği alanlar, yüksek yaylalar ve sonbaharda çam balı üretimine uygun bölgeler bulunmaktadır. Bu çeşitlilik sayesinde Antalya'da yılda üç-dört kez bal hasadı yapılabilir. Antalya'nın farklı ilçeleri de farklı bal çeşitlerinin üretimine olanak sağlamaktadır. Kemer, Kaş, Kale, Finike, Kumluca, Antalya (Merkez), Serik, Manavgat, Alanya, Gazipaşa gibi ilçeler iyi bir kışlama imkanı sunarken, Elmalı, Korkuteli, Gündoğmuş, Akseki, İbradı gibi yayla bölgeleri ise kaliteli çiçek balı üretimine uygun ortamlar sunmaktadır (SNİPR., 2015). Bu doğal koşullar, Antalya'nın arıcılık potansiyelini zenginleştiren faktörler arasında yer almaktadır.

Tablo 25: Serik ilçesi Hayvansal Üretimi (2022).

<u>ÜRÜN</u>	<u>ADET</u>
Yapağı (Merinos) ve Ton Üretimi	10.702
Yapağı (Yerli ve Diğerleri) ve Ton Üretimi	142.764
Keçi Kılı ve Ton Üretimi	14.818
Arı (Eski Tip Kovan) Kovan Sayısı	-
Arı (Yeni Tip Kovan) Kovan Sayısı	22.974
İpek Böceği (Damızlık Hariç) Kutu Sayısı	4
Doğal Bal Üretimi (Ton)	172.3
İpek Böceği Kozası (Çile Yapmaya Uygun) ve Ton Üretimi	0
Balmumu (Ton)	16.784

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu, 2023.

Tablo 26: Serik ilçesi Kırkılan Hayvan Türleri ve Sayıları (2022).

<u>TÜR</u>	<u>ADET (Baş)</u>
Koyun (Merinos)	3670
Koyun (Yerli ve Diğerleri)	72876
Keçi (Kıl Keçisi ve Diğerleri)	22452

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu, 2023.

Tablo 27: Serik ilçesi Sağılan Hayvan Türleri ve Sayıları (2019).

<u>TÜR</u>	<u>ADET (Baş)</u>
Süt Sığırları (Saf Kültür)	1787
Süt Sığırları (Kültür Melezi)	3028
Süt Sığırları (Yerli)	58
Koyun (Merinos)	290
Koyun (Yerli ve Diğerleri)	23479
Keçi (Kıl Keçisi ve Diğerleri)	6694

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu, 2023.

Tablo 28: Serik ilçesi Et Tavuğu, Yumurta Tavuğu ve Diğer Kümes Hayvanları (Hindi, Kaz, Ördek ve Beç Tavuğu) 2008-2016-2022 Sayıları.

<u>TÜR</u>	<u>YIL</u>	<u>ADET (Baş)</u>
Hindi	2008	191
	2016	2250
	2022	2805
Kaz	2008	381
	2016	410
	2022	1830
Ördek ve Beç Tavuğu	2008	497
	2016	1246
	2022	1755
Et Tavuğu	2008	4399
	2016	-
	2022	-
Yumurta Tavuğu	2008	101558
	2016	65150
	2022	57550

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu, 2023.

Serik ilçesinde bireyler, beyaz et ve yumurta ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla her haneye küçük boyutlarda da olsa bir kümes kurmuşlardır. Bu sebeple ilçede kümes hayvanlarının sayısı fazladır. Kümeslerde genelde tavuk beslenir fakat az miktarda kaz ve hindi

de bulunmaktadır. Bu kümeslerin genel olarak ticari amacı yoktur. Mahallelerde kurulan pazar yerlerinde veya marketlere satma girişiminde bulunulan yumurtalar, ilçenin ekonomisine etki edecek kadar öneme sahip değildir.

2.2.4.3. Ticaret ve Sanayi

Serik ilçesi ticaretini kara ve deniz yoluyla gerçekleştirmektedir. Eski dönemlerde, deniz yolu olarak Boğazak ve Antalya limanları kullanılmış, karayolu olarak ise Antalya-Serik güzergahı tercih edilmiştir. Cumhuriyet döneminde bugünkü karayolu yapımına başlanmış ve o zamandan beri aynı güzergah kullanılmaktadır. Ticaret geçmişte pazarlarda yoğunlaşmış olup, en önemli pazarlar Kökez, Cidal ve Köprüçayı pazarlarıdır. Bu pazarlarda genellikle tarımsal ve hayvansal ürünler satılmaktadır. Günümüzde Serik, uzun yıllar tarım ürünleriyle ekonomiye katkı sağlamış olmakla birlikte, 1900'lü yılların başından itibaren turizm sektöründe de gelişim göstermiştir. Özellikle Kadriye, Belek ve Boğazkent, Türkiye'nin önemli turizm merkezlerinden biri haline gelmiştir. İlçede büyük ticaret merkezleri veya alışveriş merkezleri bulunmamakla birlikte, antik kent sınırlarında bulunan Belkıs mahallesinde haftanın belirli günlerinde stantlar açılarak Aspendos'u ziyaret eden yabancı turistlere el emeği yerli ürünler sunulmaktadır. Ayrıca Köprüçayı Nehri'nin güney kuzey doğrultusunda Sariabalı ve Belkıs mahallelerinde nehir kıyısında kahvaltı, gözleme ve restoran işletmeleri de hem yerli hem de yabancı turistler için hizmet vermektedir (Sargın, 2019).

Tablo 29: Antalya İlinde Sanayi İşletmelerinin İlçelere Göre Dağılımı (2020).

İLÇELER	SANAYİ TESİSİ SAYISI	İLDEKİ PAYI (%)	İSTİHDAM	İLDEKİ PAYI (%)
Akseki	18	0,83	179	0,42
Aksu	73	3,35	1.461	3,40
Alanya	194	8,90	1.997	4,65
Demre	29	1,33	393	0,92
Döşemealtı	371	17,03	16.350	38,08
Elmalı	64	2,94	725	1,69
Finike	43	1,97	845	1,97
Gazipaşa	29	1,33	144	0,34
Gündoğmuş	4	0,18	22	0,05
İbradı	4	0,18	231	0,52
Kaş	43	1,97	368	0,86
Kemer	11	0,50	200	0,47
Kepez	479	21,98	6.154	14,33
Konyaaltı	107	4,91	5.598	13,04
Korkuteli	95	4,36	1.107	2,58

Kumluca	54	2,48	532	1,24
Manavgat	189	8,67	2.128	4,96
Muratpaşa	276	12,67	3.187	7,42
Serik	81	3,72	1.118	2,60
Belirtilmeyen	15	0,70	199	0,46
TOPLAM	2.179	100,0	42.938	100,0

Kaynak: T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, İl Sanayi Raporu. 2021.

İlçede T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı'na kayıtlı 4 adet Pazar yeri vardır. Bu kayıtlı pazar yerlerinin 2 tanesi Kadriye semtinde, bir tanesi Çandır ve kalan bir tanesi de Boğazkent semtinde kurulmaktadır. Hal ve pazar kayıt sistemine kayıtlı olmayan yerel pazarlar da mahallelerde kurulmaktadır. İlçede bir tane de toptancı hali bulunmaktadır. Serik İlçesi'nde organize sanayi sitesi bulunmamaktadır. Fakat Serik ilçesinde OSB kurulması çalışmaları 07.08.2020 tarihinde başlatılmıştır. OSB'nin Serik ilçesi Yukarıkocayatak Mahallesi'nde yaklaşık 64 hektar alanda kurulması planlanmaktadır (T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2021: 13). İlçede 1 adet Küçük Sanayi Sitesi bulunmaktadır. 1972 yılında faaliyete başlamış olan bu küçük sanayi sitesi, 199 işyeri kapasitesi ile 500 kişiye istihdam sağlamaktadır. Küçük sanayi sitesinin doluluk oranı ise %100 olarak belirtilmiştir (T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2021: 13).

Tablo 30: Serik ilçesi Küçük Sanayi Sitesi Nitelikleri (2020).

<u>Kuruluş Yılı</u>	1972	<u>Faaliyette Olan İşyeri Sayısı</u>	199
<u>Faaliyete Başlama Yılı</u>	1972	<u>Boş Olan İşyeri Sayısı</u>	0
<u>Alan (Hektar)</u>	8,30	<u>Doluluk Oranı (%)</u>	100
<u>Toplam İşyeri Sayısı</u>	199	<u>Toplam İstihdam</u>	500

Kaynak: T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2021.

İlçede küçük sanayi sitesi haricinde bireysel tezgahlar üreticiliği de bulunmaktadır. Geçmiş zamanlarda süregelen “Serik Bıçağı/Çakısı” üretimi küçük tezgahlarda devam etmektedir. Geleneksel yöntemlerle üretilen bu bıçaklar, bölgede oldukça yaygındır. Bu bıçak veya çakıların kabza kısmı orijinalinde koç boynuzundan yapılmaktadır. Kilit sistemli çakılar ise en yaygın olanlarıdır. İlçede büyük ticaret merkezi ya da alışveriş merkezi bulunmamaktadır. Antik kent sınırlarında bulunan Belkis mahallesinin de haftanın belirli günleri stantlar açılır. Aspendos'u ziyarete gelen yabancı turistler için el emeği yerli ürünler satışa sunulur. Ayrıca Köprüçay Nehri güney-kuzey doğrultusunda Sarıbalı ve Belkis mahallelerinde nehir kıyısı boyunca kahvaltı, gözleme ve restoran işletmeleri de yerli ve yabancı turistler için hizmet vermektedir (Sargın, 2019).



Şekil 3: Serik Çakısı

Kaynak: <https://www.guneyav.com.tr/serik-cakisi-abanoz-sapli> (Erişim Tarihi: 01.07.2023).

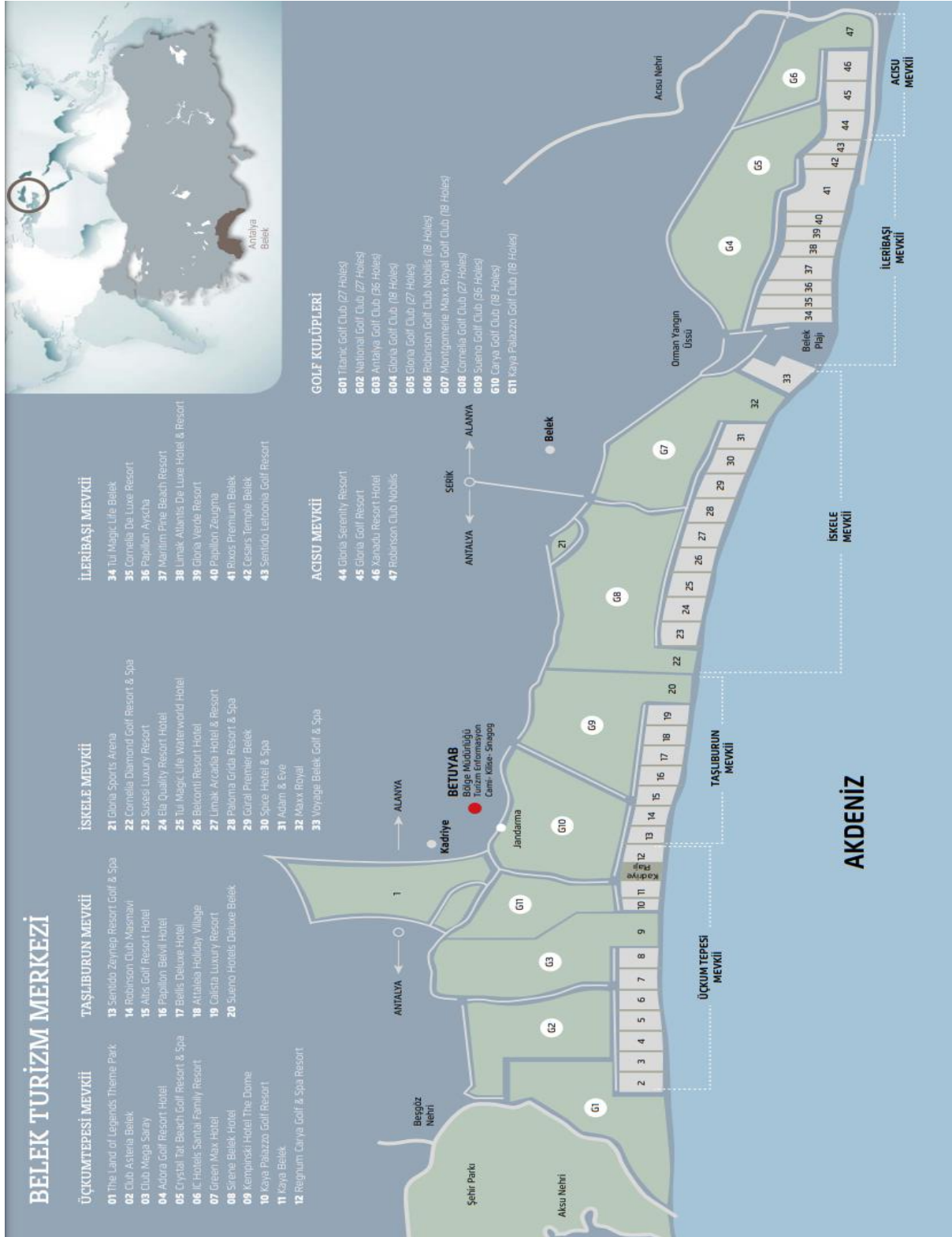
2.2.5. Turizm Coğrafyası

Serik ilçesi, sahip olduğu altyapı, ulaşım imkanları ve doğal güzellikleriyle kültürel, tarihsel ve doğal yapısıyla önemli bir turizm potansiyeline sahiptir. Turizm faaliyetleri 1950'li yıllarda yayla göçleri ve çardak/oba göçleri ile başlamıştır. İlçede yaşayan insanlar yaz aylarında sıcak havadan kaçmak için deniz kıyılarına kendi imkanlarıyla çardak ve çadırlar kurarlar, bu durum ilçeye turizm yatırımcılarını çekmiştir. 1980'li yılların sonlarına doğru 5 yıldızlı otel inşaatları başlamış ve kısa sürede modern tesislerin sayısı artarak ilçenin turizm çehresi büyük ölçüde değişmiştir (Serik Kaymakamlığı, 2012).

İlçede en önemli turizm türü, deniz ve sahil turizmidir. İlçenin coğrafi konumundan dolayı kıyı şeridi turizm sektörüne ayrılmış, orta ve kuzey kesim ise tarım-hayvancılık sektörü üzerinde yoğunlaşmıştır. İlçenin sahil kuşağında bulunması, yaz döneminde turistlerin aradığı özelliklere sahip olması, sahil kum ve güneşlenmenin aksine doğal güzelliklerin de bolca yer aldığı bir ilçe olması sebebiyle Antalya içerisinde turizm için çok önemli bir yere sahiptir.

Serik ilçesi, sahip olduğu altyapı, ulaşım imkanları ve doğal güzellikleriyle kültürel, tarihsel ve doğal yapısıyla önemli bir turizm potansiyeline sahiptir. Turizm faaliyetleri 1950'li yıllarda yayla göçleri ve çardak/oba göçleri ile başlamıştır. İlçede yaşayan insanlar yaz aylarında sıcak havadan kaçmak için deniz kıyılarına kendi imkanlarıyla çardak ve çadırlar kurarlar, bu durum ilçeye turizm yatırımcılarını çekmiştir. 1980'li yılların sonlarına doğru 5

yıldızlı otel inşaatları başlamış ve kısa sürede modern tesislerin sayısı artarak ilçenin turizm çehresi büyük ölçüde değişmiştir (Serik Kaymakamlığı, 2012).



Şekil 4: Belek Turizm Bölgesi İşletmeleri Haritası.

Kaynak: <https://www.visitbelek.com> (Erişim Tarihi: 05.06.2023).

Serik ilçesinde yer alan Belek turizm bölgesi içerisinde Türkiye'nin en prestijli 5 yıldızlı otelleri yer almaktadır. Antalya'nın 30 kilometre doğusunda yer alan Belek, 17 kilometrelik sahil bandı boyunca, geniş araziler içine kurulu, doğayla uyumlu mimari projeleri olan 5 yıldızlı tesislerde deniz, kum ve güneşin yanında alternatif aktiviteler ile turizm çeşitliliği sunmaktadır. Belek, futbol sahaları, golf sahaları, spa merkezleri ve kongre salonlarının yanı sıra antik kimliği ile de tarihte yolculuk yapılan uygarlıklar geçididir (BAKA, 2021: 21).

Belek, Kadriye ve çevresi golf turizmi açısından dikkat çekmektedir. Son zamanlarda futbol takımlarının otellerde kamp yapması, ilçe için güzel bir gelir kaynağıdır. Gelir kaynağı olmasından ziyade, ilçenin reklamıdır. Oteller genelde üç bölgede yoğunlaşmıştır. Bu üç bölge ise Belek, Kadriye ve Boğazkent mahalleleridir. Özellikle Belek, turizm bölgeleri arasında göz önüne çıkmış olan bölgedir. Bahsi geçen turizm bölgelerinde yabancı yatırımcıların yanı sıra yerli halkın da işletmeleri bulunmaktadır.

İlçe, sahil turizmi ve golf turizminin aksine doğal çekiciliklere de sahiptir. Dağlık alanların varlığı, akarsular, antik kentler, mağaralar, şelaleler ve kanyonların da dahil olmasıyla bu doğal güzelliklerin turizme kattığı değer artmaktadır. Bu alanlardan henüz tam anlamıyla yararlanılmasa da turizm bu alanlar içerisinde de gelişmektedir. Köprülü Kanyon, son zamanlarda ilçenin gözdesi konumundadır. Köprüçay, konglomeraları ve kalkerleri aşındırarak bu kanyonu oluşturmuştur. 1973 yılında Köprülü Kanyon, milli park haline getirilmiştir. Kanyon içerisinde rafting de yapılmaktadır.

Serik İlçesinde tarihi değerlerin başında Roma dönemi tiyatrosuna sahip Belek Mahallesi içinde bulunan Aspendos Antik Kenti ve Perge-Aspendos arasında yer alan Sillyon Antik Kenti gelmektedir. Kozan köyüne 1 km uzaklıkta bulunan Pednelissos Antik Kenti, Gökçepınar köyünde bulunan Gökçepınar Antik Yerleşimi, Akbaş Köyü-Kısık Harabeleri, Yumaklar köyünde yer alan Harius Antik Kenti diğer turistik ören yerleri olarak Serik İlçesi sınırları içinde yer almaktadır (SNİPR., 2015: 40).

Serik İlçe sınırları içinde bulunan doğal değerlerin turizme kazandırılması için çalışmalar sürdürülmektedir (SNİPR., 2015: 41). Serik ilçesi, zengin tarihi mirasıyla üç önemli antik kente ev sahipliği yapmaktadır. Doğu kesiminde Aspendos, batısında Sillyon antik kentleri bulunmaktadır. Kuzeyde ise Kozan ilçesi yakınlarında konumlanan ancak tam yeri bilinmeyen Pednelissos Antik Kenti yer almaktadır (Güney ve Güney, 2011). Bu antik kentler yılda yüzlerce turisti ağırlamakta ve bölgenin tarihî zenginliğini sergilemektedir. Serik'teki turizm faaliyetleri arasında mağara ve şelale turizmi de önemli bir yer tutmaktadır. Karstik arazi yapısına sahip olan Antalya ili, zengin mağara kaynaklarına sahiptir. Serik ilçesinde bulunan Zeytintaşı Mağarası, Akbaş köyünde yer almaktadır ve Karstik alanların yerleşime

uygunluğunu gösteren önemli izler taşımaktadır. Mağara, Kocadere ve Gökçeler dereleri arasında yer alan bir tepenin güney yamacında, deniz seviyesinden 225 metre yükseklikte konumlanmıştır. Mağara, 1997 yılında tesadüfen keşfedilmiştir ve 233 metre uzunluğundadır (Ceylan, 2007). İlçenin kuzeyinde ise Gebiz sınırları içerisinde yer alan Uçansu Şelalesi, safari ya da kişisel araçlarla ulaşılabilen doğal bir güzelliştir. Bu şelale, Serik'in doğal turizm potansiyelini destekleyen önemli noktalardan biridir.



Şekil 5: Zeytintaşı Mağarası



Şekil 6: Aspendos Antik Kenti

Serik ilçesinde alternatif turizm olanakları arasında Yukarıkocayatak köyünde yer alan Paloid Antalya Çamur Banyosu öne çıkmaktadır. Dalyan'dan özel olarak getirilen çamur burada turizmle buluşmakta ve çeşitli sağlık hizmetleri sunulmaktadır. Tesis içinde çamur banyosu, hamam, sauna, SPA gibi farklı seçenekler bulunmaktadır. Bu tesis, yılda yaklaşık 15.000 kişiyi ağırlayarak bölgenin turizm potansiyeline katkı sağlamaktadır.

2.2.5.1. Turizm İstatistikleri

Serik ilçesinin 2022 yılı içerisinde turizm tesislerine gelen toplam kişi sayısı, tesislerde gerçekleştirilen ortalama kalış ve doluluk oranları (%) aşağıdaki tabloda görülmektedir.

Tablo 31: Serik ilçesi 2022 Yılı Turizm İstatistikleri (Ay Bazında)

OCAK	T.G.T.K.	135.660
	Ortalama Kalış Süresi	3,36
	Doluluk Oranı (%)	30,58
ŞUBAT	T.G.T.K.	121.704
	Ortalama Kalış Süresi	3,21
	Doluluk Oranı (%)	27,25
MART	T.G.T.K.	184.051
	Ortalama Kalış Süresi	3,4
	Doluluk Oranı (%)	39,72
NİSAN	T.G.T.K.	197.040
	Ortalama Kalış Süresi	3,94
	Doluluk Oranı (%)	38
MAYIS	T.G.T.K.	334.625
	Ortalama Kalış Süresi	3,97
	Doluluk Oranı (%)	64,63
HAZİRAN	T.G.T.K.	392.694
	Ortalama Kalış Süresi	4,71
	Doluluk Oranı (%)	89,96
TEMMUZ	T.G.T.K.	492.367
	Ortalama Kalış Süresi	4,26
	Doluluk Oranı (%)	101,9
AĞUSTOS	T.G.T.K.	465.990
	Ortalama Kalış Süresi	4,72
	Doluluk Oranı (%)	105,75
EYLÜL	T.G.T.K.	418.172
	Ortalama Kalış Süresi	4,6
	Doluluk Oranı (%)	92,49
EKİM	T.G.T.K.	444.290
	Ortalama Kalış Süresi	3,95
	Doluluk Oranı (%)	83,43
KASIM	T.G.T.K.	274.882
	Ortalama Kalış Süresi	3,11
	Doluluk Oranı (%)	45,68
ARALIK	T.G.T.K.	152.432
	Ortalama Kalış Süresi	2,94
	Doluluk Oranı (%)	31,32

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu, 2023. *T.G.T.K= Tesislere Gelen Toplam Kişi Sayısı

Serik ilçesinde 2022 yılı içerisinde tesislere gelen toplam kişi sayıları, gelen kişilerin ortalama kalış süresi ve ay bazında tesislerin doluluk oranları Tablo 31’de belirtildiği gibidir. Tesislere gelen toplam kişi sayısında zirveye oynayan ilk üç ay temmuz, ağustos ve ekim ayıdır. Ekim ayı ile eylül ayı arasında az bir fark bulunsa da ekim ayı ilk üç içerisinde sıralamada kendisine yer bulmuştur. Yaz turizmi sezonu harici gerçekleşen tesislere gelen toplam kişi sayısında en düşük istatistiğe sahip olan aylar ise; şubat, ocak ve aralık aylarıdır. Temmuz ayı en çok ziyaretçiye sahip olan ay olmasına rağmen doluluk oranı %101,9, ağustos ayı ise ikinci en çok ziyaretçiye sahip olan ay iken doluluk oranı %105,75 olarak belirlenmiştir. Bu durum ortalama kalış süresinde de tam tersi seyretmiştir. Temmuz ayı, ağustos ayından sadece tesislere gelen kişi sayısı bazında üstün konumdadır.

Tablo 32: Serik ilçesi Tesislerde Gerçekleştirilen Toplam Geceleme Sayısı (Ay Bazında)(2022).

AYLAR	TOPLAM GECELEME SAYISI
Ocak	455.874
Şubat	390.922
Mart	626.547
Nisan	776.000
Mayıs	1.330.122
Haziran	1.850.854
Temmuz	2.096.379
Ağustos	2.200.613
Eylül	1.924.797
Ekim	1.753.369
Kasım	855.069
Aralık	447.861

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu, 2023.

Toplam geceleme sayısı, tesislere gelen toplam ziyaretçilerin tesiste geçirdiği gecelerin toplamıdır. 2022 yılı içerisinde toplam geceleme sayısının en yüksek olarak gerçekleştirildiği ay ağustos ayıdır. Sonrasında temmuz, eylül ve haziran ayları takip etmektedir. Araştırma sahasında sezonun mayıs ayından itibaren başlamasıyla en yoğun sezon zamanı temmuz ve eylül ayları arasında gerçekleşmektedir. Bilinen bir gerçek olan bu bilgiye istinaden elde edilen veriler örtüşmektedir. Serik ilçesinde yaz turizm sezonu haricinde de toplam geceleme sayılarının, toplam ziyaretçi sayılarının varlığının sebebi ise bölgenin kış aylarının çok sert geçmemesi dolayısıyla golf turizminin de bu aylarda gerçekleştirilebilmesinden dolayıdır. Yoğunluk olarak aşırı ılıktan bahsedilemese de 12 ay devamlı aktif olarak hizmete devam eden turizm tesislerinin varlığı, turizmin devamlılığı açısından önemlidir.

Tablo 33: Serik ilçesi Tesis Türü/Sınıfı Bazında Tesis Sınıflandırması (10.2023 itibarıyla)

Tesis Türü/Sınıfı	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı
5 Yıldızlı Tatil Köyü	7	2.426	5.022
5 Yıldızlı Otel	58	28.272	62.089
4 Yıldızlı Otel	8	2.574	5.283
3 Yıldızlı Otel	4	557	1.121
Golf Tesis	11	4.862	10.932
Özel Konaklama Tesis	1	233	520
Turizm Kompleksi	3	2.432	5.178
Personel Eğitim Tesis	1	367	735
Toplam	93	41.723	90.880

Kaynak: T.C. Turizm ve Kültür Bakanlığı, 2024.

Araştırma sahasında turizm tesisleri ve turizm tesislerinin sınıflandırması hakkındaki bilgiler Tablo 33'te yer almaktadır. Serik ilçesinde 2023 yılı Kasım ayında T.C. Turizm ve Kültür Bakanlığı'nın son verilerine göre toplamda 41.723 oda sayısı, 90.880 yatak sayısı mevcuttur. 5 yıldızlı tatil köyü, 5 yıldızlı otel, 4 yıldızlı otel, 3 yıldızlı otel, golf tesisi, özel konaklama tesisi, turizm kompleksi ve personel eğitim tesisi olmak üzere, tesisler sekiz sınıflandırmaya ayrılmıştır. Araştırma sahasında toplamda 93 adet tesis bulunmaktadır. 93 adet tesis ise kendi içerisinde; 5 yıldızlı tatil köyü 7 adet, 5 yıldızlı otel 58 adet, 4 yıldızlı otel 8 adet, 3 yıldızlı otel 4 adet, golf tesisi 11 adet, özel konaklama tesisi 1 adet, turizm kompleksi 3 adet ve personel eğitim tesisi 1 adet olarak sınıflandırılmıştır. Toplamda 93 tesis içerisinde *12 adet tesis yatırım belgeli, 81 tanesi ise işletme belgeli tesis* olarak belgelendirilmiştir. Bakanlıktan elde edilen verilerde golf tesislerinin 8 tanesinde oda ve yatak sayısı verisi bulunmamaktadır. Bu verilerin sisteme işlenmemesinin sebebi ise 5 yıldızlı otel hizmeti ile golf tesisi hizmetinin aynı turizm tesisi içerisinde gerçekleştirilmesi, oda sayısı ve yatak sayısı verilerinin de buna istinaden 5 yıldızlı otel verileri içerisinde yer almasıdır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TURİZM VE SOSYAL TURİZM

3.1. Turizm ve Tarihsel Gelişimi

Milyonlarca insan günlük yaşamlarını devam ettirdikleri yerlerden geçici süreler için farklı lokasyonlara seyahat etmektedir. Bu lokasyon değişiklikleri sırasında ulaşım olanaklarından, konaklama imkanlarından ve eğlence tesislerinden faydalanılmaktadır. Bu lokasyon değişiklikleri turizm ile ilişkilendirilmektedir. İnsanlık tarihi boyunca gerçekleştirilen bu faaliyetlere 20. yüzyıla özgü modern bir kavram gözüyle bakılmaması gerekir. Kozak vd. (2019)'ye göre turizm kavramını tanımlamak amacıyla yürütülen çalışmalar 19. yüzyılın sonlarına kadar uzanmaktadır.

Sanayi Devrimi'nin ortaya çıkardığı sosyal etkiler ve sosyal yaşam biçimleri dolayısıyla boş zaman ve boş zamanı değerlendirme çeşitleri çıkmıştır. Turizm olayı da bahsi geçen boş zamanları değerlendirmek amacıyla gerçekleştirilmeye başlanmıştır. Guyer-Feuler (1905), turizmin ilk tanımını yapmıştır. Guyer-Feuler (1905)'e göre turizm; giderek değişen hava süreçleri ve bireylerin dinlenme ihtiyaçları, doğal faktörler ve sanat ile beslenen güzellikleri görme isteğine, doğanın bireylerde mutluluk sağladığı hissine dayanan ve ticaret ve sanayi koşullarının gelişmesi ve ulaşım araçlarının mükemmel hale getirilmelerinin bir sonucu olarak bireylerin ve toplulukların daha çok yaklaşmasına olanak sağlayan, çağımıza özgü bir olay olarak görülmektedir (Guyer-Feuler, 1905'ten Akt.; Kozak vd., 2019: 1-2).

Turizm, dünyanın en hızlı büyüyen ve hemen hemen tüm ülkelerin ilgi odağı olan bir sektördür. Turizm; ekonomik, sosyal, kültürel boyutları olan çok yönlü algılanabilen ve deneyimlenebilen olaylar bütünüdür. Hunziker ve Krapf ise 1942 yılında turizmi; bireylerin daimi konaklama ve gelir elde etme amacı gütmeyen seyahat etmeleri ve bu seyahatleri esnasında geçici konaklamalarından doğan olaylar tamamı olarak tanımlamaktadır.

Goeldner ve Ritchie (2009: 6-7)'e göre turizm ise arkadaşlıklar doğuran, ev sahibi ülke hükümetleri ve turizm işletmeleri tarafından desteklenen, turistlerin kendi içlerinde ve ev sahibi yerel halk ile olan ilişkilerinden doğan farklı aktivitelerin gerçekleştiği bir süreçtir. Goeldner ve Ritchie'e göre turizm; konaklama, ulaştırma, yiyecek içecek, eğlence, alışveriş ve hatta sağlık hizmetleri gibi çeşitli bileşenlerden oluşan bir sektördür.

Usta (2014), daha önceki çalışmalarında yaptığı turizm tanımlarını revize ederek *“turizm, devamlı olarak ikamet edilen yerin dışında, ticari kazanç amacı taşımayan sebeplerle gerçekleştirilen ve 24 saati aşan veya en az bir gecelemeyi içeren geçici seyahat ve konaklamaların meydana getirdiği ekonomik ve sosyal nitelikli tüketim olayları ve ilişkilerin*

tümüdür'' tanımını kullanmıştır. Usta (2014: 7)'ya göre turizm dinamik ve statik olarak iki faktörden etkilenmektedir. Statik unsur, konaklama faaliyetini ve bu faaliyete hizmet sunan tesisleri kapsamaktadır. Konaklama, bireylerin kendi konutları dışında, turizm amacıyla inşa edilmiş tesislerden yararlanmalarını ifade etmektedir. Dinamik unsur ise seyahat olayını ve bu olaya hizmet eden ulaşım sistemleri ve araçlarından yararlanılmasını içermektedir. Turizmin gerçekleşebilmesi için, belirli coğrafi bölgeler arasında yer değiştirmeyi zorunlu kılan seyahat olayı temel şart olarak belirlenmiştir. Ancak, bu seyahatin geçici nitelikte olması, bireylerin kendi konaklama yerleri dışında gerçekleşmesi ve sürekli ikamet ettikleri konuta geri dönme amacını taşıması gerekmektedir.

Birinci Dünya Savaşı sonrasındaki yıllarda, savaş sonrası ekonomik getiri amacıyla turizme sadece ekonomik açıdan bakılmıştır. İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra da ortaya çıkan bu durum sonrasında ekonomik getirisinin azımsanamayacak derecede olduğunu gören devletler, 1960'lı yıllardan itibaren turizmin hızlı gelişmesinin de etkisi altında kalarak bu endüstriye yönelmişlerdir. Modern dünyanın en fazla dikkat çeken sektörlerinden birisidir. Turizm sektörü ağırlıklı olarak 1960'ı yıllarda gelişim göstermeye başlamış olan ve son otuz yılda yapılan yatırımlar ile hızla büyüme gösteren milyonlarca insanın yurtiçi ve yurtdışı seyahatlerinden doğan olaylar bütünüdür (Theobald, 2004: 9; Holloway vd., 2009: 5). Usta (1992: 14)'ya göre çoğu gelişmekte olan ülkeler için turizm endüstrisi; ülkeyi kalkındırma yollarından birisi hatta temeli olarak görülmüştür. Üstelik, küresel ölçekte önemi sürekli artan ve günümüzde büyük boyutlara ulaşan turizm, bireylerin fizyolojik, sosyal ve psikolojik gereksinimlerine doğrudan ve dolaylı olarak, belirli bir süre zarfında yanıt verebilen en etkili etkinliklerden biridir (Usta, 1992: 14). Ayrıca turizm, diğer sosyal bilimlere göre daha önemsiz bir çalışma alanı olarak görülmektedir. Pek çok araştırmacı tarafından ise turizm, eğlencenin ve dinlenmenin kaynağı, çalışmayan ya da emekli olmuş insanların uğraşı olarak kabul edilmektedir (Jamal ve Robinson, 2010: 1; Robinson vd., 2013: 3).

Turizm, yeni ve geniş istihdam olanakları yaratarak, özellikle iklim ve manzara dışında doğal kaynağı olmayan, yeterince gelişememiş ve istihdam imkânları sınırlı kalmış ülkeler açısından büyük önem arz etmektedir. Ülkedeki işsizlik sorununun çözümüne olumlu katkılar sağlamaktadır. Görüldüğü gibi turizm, ulusal ekonomi açısından hem bir gelir hem de bir istihdam kaynağıdır (Usta, 1992: 15). Özetle, turizmin önemi aşağıdaki tabloda belirtilmiştir:

Tablo 34: Turizmin Önemi

Milli gelire katkı sağlayan mühim bir faaliyettir.
Ekonominin gelişmesine olanak sağlayan bir hizmet sektörüdür.
Milyonlarca bireyi kapsayan bir üretim ve tüketim olgusudur.
İş ve istihdam yaratma özelliği mevcuttur.
Doğal, kültürel ve sosyal çevreyi koruma ve geliştirme konusunda etkili bir araçtır.
Turizm, sağladığı döviz girdisi ile uluslararası ödemeler dengesine olumlu katkıda bulunan bir endüstridir.

Kaynak: Usta, 1992: 15.

Turizm, toplumun hemen hemen bütün alanlarını kapsamaktadır. Turizmin, ekonomik değişimlere, bireylerin sosyo-kültürel faaliyetlere ve çevre gelişimine verdiği önemin yanı sıra turizm; coğrafya, tarih, psikoloji, pazarlama, ticaret ve hukuk gibi diğer akademik konuları da içinde barındıran çok yönlü bir disiplindir. Dolayısıyla, turizmi incelemek için bir dizi konunun bütünleştirilmesi gerekmektedir. Örnek olarak, tarih ve coğrafya gibi konular, bir turizm yerinin tarihsel ve coğrafi kaynaklarının gelişimi hakkında daha fazla bilgi sağlanmasına yardımcı olmaktadır (Demir, 2017: 1).

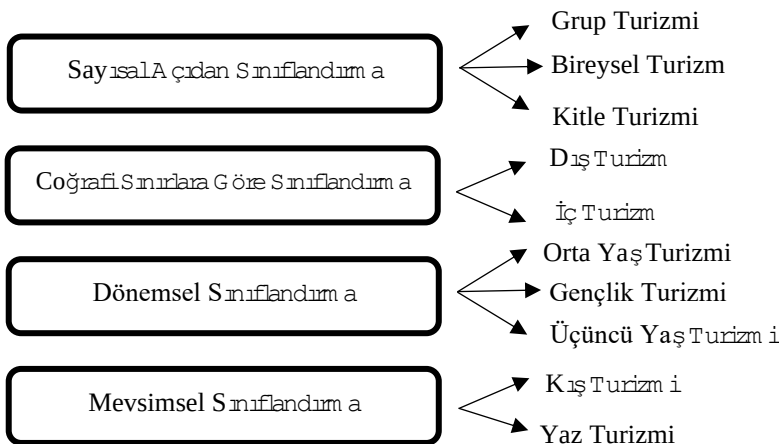
Turizm, sosyal bir olaydır. Turizme sosyal bir olay niteliği kazandıran özellikleri ise Usta (2014: 8) şöyle açıklamıştır:

- Turizm, toplum içinde gerçekleşen bir faaliyettir.
- Turizm, tıpkı diğer sektörler gibi bireylerle birlikte var olur.
- Turizm, ölçülebilir bir fenomendir ve istatistiklerle belgenelebilmektedir.
- Turizm, toplumsal etkileşim yaratır.

Turizm faaliyetlerine katılan ve etkileyen turistlerin tanımı çeşitlenmiştir. Genel bir çerçevede ele alındığında, turist ticari amaç gütmeyen nedenlerle geçici olarak kendi yaşadığı yeri terk eden, seyahat edip konaklayan, psikolojik tatmin arayan, sınırlı harcama gücü ve zamanı olan ve tüketici davranışları sergileyen kişidir (Usta, 2014: 8). Turist, turizm sektörüne yön verendir. Turizm olayının öznesi olarak görülmektedir. Arz-talebi belirleyen, istekleri ile sektörü şekillendiren unsurdur. Olaya doğrudan yön vermektedir. Yerli veya yabancı farkı olmadan her turist, turizm algısına yön verebilir. Bu durumda sektörün gelişme yönü de değişikliklere uğrayabilmektedir. Örneğin COVID-19 salgını döneminde kitlesel turizm talepleri yerine izole turizm talepleri dolayısıyla turizm algısı kısıtlı süre boyunca izole şekle bürünmüştür. Bu nedenle başta seyahat acenteleri ve diğer turizm kuruluşları, turistlerin bu talepleri doğrultusunda bahsi geçen algıya ayak uydurmak zorunda kalmış olup yatırımlarını bu yöne doğru çekmişlerdir. Bu durum, yakın zamanda verilebilecek *turistin turizme yön verme potansiyeli/turizm algısını değiştirmesi* konusunda en önemli örneklerden birisidir.

3.1.1. Turizm Çeşitleri

Turizm farklı biçimlerde kendini göstermektedir. Başka bir ifadeyle, değişen motivasyona bağlı olarak çeşitli turizm türlerinden söz etmek mümkündür. Turizm faaliyetlerinde bulunan bireylerin; seyahat süreleri, seyahat türleri, sahip oldukları serbest zaman, seyahat beklentileri, gelir durumları, zevk ve alışkanlıkları birbirinden çok farklı olduğu için turizmin sınıflandırılmasında fayda vardır (İçöz vd., 2007: 10). Turizm çeşitlerinden önce turizm şekillerini anlamak, turizm olayını anlamaya daha yardımcı olacaktır. Turizm şekilleri birçok farklı ölçütte sınıflandırılmaktadır. Turizmde; sayısal açıdan sınıflandırma, coğrafi sınırlara göre sınıflandırma, dönemsel sınıflandırma, mevsimsel sınıflandırma, yaşam tarzına göre sınıflandırma gibi sınıflandırmalar mevcuttur. Çalışmada turizm, 4 temel sınıflandırmaya tabii tutulmuştur. Bunun başlıca sebebi en genel açıdan sınıflandırma yapmanın geçerliliğidir. Genel tabirlerin herkes tarafından anlaşılabilmesi sebebiyle bu tür bir sınıflandırma çeşidi tercih edilmiştir. Lakin ulaşım şekillerine göre sınıflandırma, organizasyon şekline göre sınıflandırma, konaklama biçimine göre sınıflandırma gibi çeşitli sınıflandırma çeşitleri de literatürde mevcuttur. Örneğin Usta (1992: 45) organizasyon şekline ve konaklama biçimine göre sınıflandırmayı da çalışmasına dahil etmiştir. Ulaşım şekillerine göre sınıflandırma, turizm faaliyetlerinin hangi ulaşım yoluyla yapıldığını içermektedir. Karayolu, denizyolu, demiryolu ve havayolunu içeren sınıflandırmadır. Organizasyon şekline göre sınıflandırmalarda ise iki çeşit sınıflandırma mevcuttur. Kişilerin doğrudan seyahat etmesi ve kişilerin seyahat acenteleri veya tur operatörleri aracılığıyla gerçekleştirdikleri seyahat faaliyetleridir. Usta (1992), eserinde konaklama biçimine göre turizm sınıflandırmasında ise konaklayanlara sunmuş oldukları hizmet kalitesinin ve kuruluş yerlerinin farklılığına değinmiştir. Otel, motel, pansiyon, kamping, tatil köyü vb. konaklama alanlarının ayrımına değinmiştir.



Şekil 7: Turizm Sınıflandırması

Kaynak: Demir, (2017).

Turizmde sayısal açıdan sınıflandırma, turizm faaliyetlerinin yoğunluğuna ve sıklığına göre yapılan bir sınıflandırmadır. Bu sınıflandırma türü, turizm endüstrisindeki paydaşlar için faydalı bir araçtır. Çünkü turizm sektörü ile ilgili kararlar alınırken turizm talebini ve turist sayısını anlamak önemlidir. Çalışmada sayısal açıdan sınıflandırma, Demir (2017)'nin sınıflandırmasına göre üç ayrı alt sınıfta ele alınmıştır. İlk olarak grup turizmi, bir grup insanın birlikte seyahat ettiği ve aynı turizm faaliyetlerini gerçekleştirdiği bir turizm sınıflandırmasıdır. Grup turizmini Usta (2014: 14) çalışmasında “kolektif turizm” olarak da isimlendirmiştir. Bu tür turizmde, turistler genellikle bir seyahat acentesi, tur operatörü veya bir şirket tarafından organize edilen bir turda bir araya gelmektedir. Genellikle aynı ilgi alanlarına ve ihtiyaçlarına sahip olan ve seyahat planlamasına sahip olan grupların maliyet konusunda da daha avantajlı olması söz konusudur. Grup turizminin avantajlarından birisi de seyahat sırasında birlikte olunması sebebiyle sosyal bağ oluşumudur. Turistler birbiri ile daha iyi tanışıp kaynaşabilir, arkadaşlıklar kurabilir ve farklı deneyimlerini paylaşabilme imkanına sahiptir. Bu durum, turistlerin tatillerinden daha fazla keyif almalarına olanak sağlamaktadır. İkinci alt sınıflandırma olan bireysel turizm ise turistlerin kendi başlarına seyahat ettikleri ve seyahat planlarını bireysel olarak organize ettikleri bir turizm türüdür. Bu tür turizmde, turistler; seyahat acenteleri, tur operatörleri veya şirketlerden herhangi bir yardım almadan kendi seyahatlerini planlamaktadırlar. Bireysel turizm, turistlere birçok avantaj sağlamaktadır. Öncelikle, turistlerin seyahat planları tamamen kendi kontrollerindedir. Bu durum turistlere özgürlük ve esneklik sağlamaktadır. Kendi bütçelerine, ilgi alanlarına ve programlarına göre seyahat etme imkanları vardır. Ayrıca, bireysel turizm, turistlerin seyahatlerini kendi kişisel zevklerine ve ilgi alanlarına göre özelleştirmelerine olanak tanımaktadır. Özelleştirilebilir, yavaş ve daha yoğun seyahatler sunan, yerel kültürü daha yakından deneyimleme ve maliyet açısından avantajlıdır. Üçüncü alt sınıflandırma olan kitle turizmi; geniş bir kitle tarafından yapılan seyahatlerin organizasyonu ve yönetimini içermektedir. Bu tür turizmde, bir bölgeye veya destinasyona çok sayıda turist aynı anda gelir ve bu turistler genellikle benzer tatil tercihleri olan kişilerdir. Kitle turizmi genellikle düşük maliyetli paket turlar veya tatil köyleri gibi toplu konaklama seçeneklerinden oluşmaktadır. Turistlerin yoğun olarak tercih ettiği bölgelerde çevresel ve kültürel sorunlar yaratabilme potansiyeline sahip olan bu turizm türü, örneğin, bölgedeki doğal kaynakların ve çevrenin tükenmesine yol açmaktadır. Ayrıca, turistlerin yarattığı kalabalık, yerel kültürü ve gelenekleri etkileyebilme potansiyeline sahiptir. Bu nedenle, kitle turizminin sürdürülebilirliği, yönetimi ve düzenlenmesi son derece önemlidir. Ekonomik kalkınma açısından önemli bir potansiyel arz eden kitle turizmi, seyahat harcamaları dolayısıyla turizm bölgelerinde gelir

kaynağı açısından değerlidir. Ayrıca, kitle turizmi birçok turizm işletmesi ve bu duruma bağlı olarak istihdam alanı yaratmaktadır.

Çalışmada, turizmde coğrafi sınırlara göre sınıflandırma ikiye ayrılmaktadır. İlk olarak dış turizm, ülke sınırları dışındaki destinasyonlarda geçirilen tatilleri ifade etmektedir. Bu turizm türü, farklı kültürleri ve doğal güzellikleri keşfetme fırsatı sunmaktadır. Bir ülkenin vatandaşlarının diğer bir ülkeyi seyahat ederek o ülkede tatil yapma hareketlerinin bütününe dış turizm adı verilmektedir. Dış turizmi Usta (2014: 13) çalışmasında 2 alt gruba ayırmıştır. Bu iki alt grup ise; aktif dış turizm ve pasif dış turizmdir. Aktif dış turizm; yurtdışından gelen yabancı turistlerin seyahatlerinden doğan turistik hareketleri, pasif dış turizm ise ülke insanlarının başka ülkelerde turizm amacıyla yaptıkları seyahatlerden doğan turistik hareketleri nitelendirir. Dış turizmin ülkeler arasında ekonomik faydası oldukça fazladır. Turistler, bir ülkede para harcadıklarında, o ülkedeki ekonomiye katkıda bulunmaktadır. Bu durum, turizm endüstrisi için gelir yaratarak ülkenin ekonomik büyümesine katkıda bulunmaktadır. Diğer bir sınıflandırma olan iç turizm ise bir ülkenin sınırları içerisinde gerçekleştirdiği turizm faaliyetlerini ifade etmektedir. Yani, bir ülke içerisindeki vatandaşlar ya da o ülkede ikamet eden yabancılar, ülkedeki diğer şehirlere veya destinasyonlara turizm amacıyla gerçekleştirdiği faaliyetleri kapsamaktadır. İç turizm zaman zaman yerli turizm olarak da adlandırılmaktadır. İç turizm, ülke içindeki kültürel, tarihi ve doğal güzelliklerin keşfedilmesi fırsatı sunmaktadır. İç turizmin maliyeti, dış turizme göre oldukça düşüktür. Ülkenin içindeki turistik faaliyetler ve hizmetler için yerel işletmelerin desteklenmesine yardımcı olan iç turizm, yerel ekonominin büyümesine ve istihdama katkı sağlamaktadır.

Dönemsel sınıflandırma açısından turizm sınıflandırmaları üçe ayrılmaktadır. İlk olarak orta yaş turizmi, genellikle 40-60 yaş aralığındaki insanları kapsayan bir turizm türüdür. Bu turizm türü, turistlerin genellikle iş yaşamlarında yer aldıkları dönem sonrası tatil yapmak istemeleriyle ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle, orta yaş turizmi, özellikle hafta sonları veya tatillerde yapılan kısa süreli tatilleri kapsamaktadır. Daha çok dinlenme ve rahatlama amacı güden bu turizm türü, kültürel turlar, spa tatilleri, golf tatilleri, deniz veya dağ tatil tercihlerini içermektedir. Ayrıca bu turist grubu, genellikle daha kaliteli ve konforlu tatil seçeneklerini gözden geçirmektedir. Gelir düzeyleri ortalama üzeri olan, biraz daha fazla para harcamayı göze alan turistlerdir. Bu nedenle turizm endüstrisi bu grubun pazarını hedefleri arasında tutmaktadır. Özel olarak tasarlanmış tatil paketleri; konaklama, yemek ve aktivitelerin yanı sıra daha fazla hizmeti içermektedir. İkinci sınıflandırma olan gençlik turizmi; 15-30 yaş aralığındaki gençlerin tatil amaçlı seyahatlerini kapsayan bir turizm sınıflandırmasıdır. Genellikle öğrenciler, üniversite öğrencileri, genç çalışanlar gibi daha genç insan skalasına sahiptir. Kozak vd. (2019)

çalışmasında bu turist grubu hakkında aile bağlarının ve sorumluluklarının az olması ve konaklama yerlerinin seçiminde çok titiz davranmamalarının da bu yaş grubundaki insanların seyahat eğilimini arttırdığını belirtmiştir. Düşük bütçeli olma eğiliminde olan bu turizm grubu, ekonomik konaklama seçenekleri, hostel gibi toplu konaklama alanları veya ucuz oteller tercihini içermektedir. Bu turistler, genellikle daha az para harcama isteklerinden dolayı, gezi ve turistik yerleri ziyaret etmek yerine, doğa yürüyüşleri, dağcılık, su sporları, kamp gibi daha aktif tatilleri tercih etmektedir. Gençlik turizmi, aynı zamanda yurt dışına yapılan gençlik değişim programlarını, öğrenci yarışmaları süreçlerini, gençlik fuarlarını ve festivallerini de kapsamaktadır. Bu tür etkinlikler, gençlerin farklı kültürleri deneyimlemelerine, yeni arkadaşlar edinmelerine ve farklı dilleri öğrenmelerine olanak tanımaktadır. Gelecekteki turist potansiyelini oluşturduğu için endüstri için önemli bir grup olarak nitelendirilmektedir. Bu sınıflandırmadaki üçüncü alt sınıflandırma olan üçüncü yaş turizmi ise 55 yaş ve üzerindeki insanların tatil amaçlı seyahatlerini kapsayan bir turizm türüdür. Bu turizm türü, yaşlı insanların kendilerine özgü ihtiyaçlarına uygun olarak tasarlanmış seyahat programlarını içermektedir. Üçüncü yaş turizmi, sağlıklı, aktif ve sosyal yaşlıların tatil ihtiyaçlarını karşılamayı kapsamaktadır. Dinlenme, kültür ve gezi turları, sağlık turizmi, doğa turizmi, termal turizm, golf turları ve kruvaziyer turları gibi çeşitli tatil türlerini içermektedir. Örnek olarak sağlık turizmi, yaşlı turistlerin sağlık sorunlarına yönelik çeşitli tedavi ve sağlık programlarından dolayı tercih edilmektedir. Turizm endüstrisi için de önemli bir gelir kapısı olan bu kitle, daha yüksek gelirli ve daha az bütçe kaygısı içermektedir. Bu nedenle, turizm sektöründe işletmeler, yaşlı turistlerin ihtiyaçlarına yönelik tatil paketleri sunmaktadır.

Çalışmada son olarak turizmde mevsimsel sınıflandırma mevcuttur. Mevsimsel sınıflandırma, turistik destinasyonların yılda belli dönemlerde yoğunlaştığı ve diğer dönemlerde ise nispeten az ziyaretçi aldığı bir sınıflandırmadır. İki alt sınıflandırması mevcuttur. Kış ve yaz turizmi olarak belirlenmiştir. Kış turizmi, genellikle dağlık bölgelerde, kayak merkezlerinde, termal turizm merkezlerinde ve yabancı turistler için Noel tatili destinasyonlarında gerçekleştirilmektedir. Yaz turizmi ise kıyı bölgelerinde, plaj tatillerinde, su parkları bölgelerinde ve diğer sıcak hava aktiviteleri ile ilişkilendirilmektedir. Yılın diğer dönemlerinde ise genellikle seyrek şekilde gerçekleştirilen aktiviteler de bu iki alt sınıflandırmada yer alabilmektedir.

Turizm türleri zaman içerisinde literatürde değişikliklere uğramıştır. Bazı turizm türleri daha genel biçimde alınmış olup tek bir çatı altında toplanmıştır. Örneğin Doğanay ve Zaman (2013) çalışmasında turizm türlerini daha kapsamlı ele almışlardır. Usta (1992) ise turizm türlerine genel bir bakış açısıyla değinmiştir. Kozak vd. (2019) yılında yaptığı çalışmada ise

turizm çeşitlerini birden fazla sınıflandırmaya tabii tutmuştur. Bu sınıflandırmalar arasında Sosyo-ekonomik duruma göre, amaçlara göre ve fiziko-sosyal çevresel değişimlere göre olarak isimlendirmiştir. Zaman içerisinde literatürde turizm türlerindeki değişiklikler sebebiyle çalışmada toplu ve daha kapsamlı şekilde sınıflandırma yapılmıştır. Bu durum dolayısıyla çalışmada değinilen turizm türleri, literatürde sıklıkla değinilen ve nadiren değinilen turizm türlerini birleştirmektedir. Örneğin macera turizmi faaliyetleri içerisinde yer alan sportif faaliyetler, spor turizmi içerisinde değinilmektedir. Sarmal durumda olan faaliyetlere her iki turizm türünde de değinilmiştir. Çalışmada toplam 28 turizm türüne genel anlamda yer verilmiştir.

Tablo 35: Turizm Türleri

<u>TURİZM TÜRLERİ</u>			
Kültürel Turizm	Kış Turizmi	Gastro-turizm	Yayla Turizmi
Spor Turizmi	Ekoturizm	Yat turizmi	Kıyı Turizmi
İnanç Turizmi	Eğlence Turizmi	Kırsal Turizm	Dağ Turizmi
Kongre Turizmi	Sağlık Turizmi	Şehir Turizmi	Macera Turizmi
Agro-turizm	Afet Turizmi	Kamp-Karavan Turizmi	Gençlik Turizmi
Özel İlgi Turizmi	Politik Turizm	Hüzün Turizmi	Diaspora Turizmi
Av Turizmi	Helal Turizm	Miras Turizmi	Sosyal Turizm

Kaynak: Usta, (1992), Demir, (2017), Doğanay ve Zaman (2013)'ten derlenerek yazar tarafından oluşturulmuştur.

3.1.1.1. Kültürel Turizm

Bu tür turizm, farklı ulusal kültürleri ve kültürel eserleri keşfetmek amacıyla yapılan seyahatlerin bütünü olarak tanımlanabilir. Ayrıca miras turizmi, sıra turizmi, anavatan turizmi gibi çeşitli turizm türleri de bu kategoriye dahil edilir. Bu tür turizm, müzeleri, ören yerlerini, tarihi anıtları ve savaş anıtlarını ziyaret etmek amacıyla da gerçekleştirilir. (Usta, 1992: 42; Doğanay ve Zaman, 2013: 6). Bir kişinin veya bir grubun, bir bölgenin kültürel değerlerini, tarihi ve doğal mekanlarını tanımak, keşfetmek, deneyimlemek ve öğrenmek için gerçekleştirdiği seyahat bütünüdür. Turistlerin belirli bir bölgede tarihi ve kültürel mirasları görmelerini, yerel kültürlerini öğrenmelerini, festivallere, fuarlara ve diğer kültürel etkinliklere katılmalarını sağlamaktadır.

3.1.1.2. Spor Turizmi

Spor turizmi, insanların spor aktiviteleri için seyahat ettiği bir turizm türüdür. Bu tür turizm, bireylerin spora olan ilgisinden dolayı giderek popüler hale gelmektedir. Su sporları, dağ sporları gibi sportif faaliyetleri içeren, spora ilgi duyan insanlar tarafından gerçekleştirilmektedir. Sportif karşılaşmalar (örneğin Dünya Kupası), olimpiyatlar ve benzeri

olaylara bizzat katılmak veya bunları izlemek amacıyla gerçekleştirildiği turizm hareketidir. Su altı dalış, yelken, sörf, rafting, hava sporları, balon turizmi gibi alt turizm faaliyetlerinin bütünüdür. Bireylerin farklı ülkelerdeki spor faaliyetlerini deneyimleme fırsatı sağlamaktadır. Spor turizmi için seyahat edenler, farklı ülkelerin spor kültürünü tanıyarak, farklı insanlarla tanışarak ve yeni yerler keşfederek keyifli tatil geçirmek olanağına sahiptir.

3.1.1.3. İnanç Turizmi

Kutsal yerlerin, bu dinlere mensup turistler tarafından ziyaret edilmesi turizm bağlamında "inanç turizmi" olarak tanımlanır. Bütün dinlerin kılavuzları, inananların dini mekanları, kutsal şehirleri ve tapınakları ziyaret etmelerini önerirken, bu ziyaretler ekonomik bir hareketin de başlamasına neden olmuştur. Bu süreç boyunca, bu şehirler ve tapınakların bulunduğu ülkeler sürekli olarak bu ziyaretlerden fayda sağlamışlardır. Özellikle Hristiyan Avrupa'da teokrasinin etkili olduğu dönemlerde, kutsal şehirlerde görülen zenginlik ve refah, egemen gücün bu merkezlerde yoğunlaşması ve elde ettiği zenginliği bu merkezlere yatırmasıyla birlikte, bu tür dini seyahatlerin katkısı önemli olmuştur. (Kaya, 1999: 6). İnanç turizmi, insanların dini ya da manevi inançlarını tatmin etmek için yaptıkları seyahatlerdir. Bu tür turizm faaliyetleri, eski zamanlarda gerçekleştirilse de özellikle son yıllarda dünya genelinde popüler hale gelmiştir. İnanç turizmi, insanların kutsal yerleri ziyaret etmesi, dini törenlere katılması, ruhani liderlerle buluşması ve benzeri aktiviteleri içerir.

İnanç turizmi, genellikle dinî açıdan önemli olan yerleri ziyaret etmek amacıyla gerçekleştirilir. Bu yerler, birçok din için kutsal kabul edilen yerler olabilir. Örneğin, İslam dininde Mekke ve Medine, Hristiyanlıkta Kudüs, Roma Katolikliği'nde Vatikan, Budizm'de Lumbini ve Hinduizm'de Benares gibi kutsal yerler, inanç turizminin en popüler destinasyonları arasında yer alır.

3.1.1.4. Kongre Turizmi

Uluslararası niteliğe sahip kuruluşlar tarafından belirlenmiş aralıklarla düzenlenen kongre, seminer, konferans, genel kurul gibi faaliyetlere katılma durumunu içermektedir. Bilimsel amaçlı etkinlikler ve çeşitli amaçlı toplantılar bütünüdür (Usta, 1992: 43; Doğanay ve Zaman, 2013: 6). Kongre turizmi, farklı sektörlerdeki profesyonellerin bir araya gelerek, son gelişmeleri takip etmeleri, bilgi ve deneyimlerini paylaşmaları, iş birliği yapmaları ve yeni iş bağlantıları kurmaları için önemli bir fırsat sunar. Bu turizm faaliyetleri, genellikle uzun süreli ve yoğunlukla hafta sonlarına denk gelen etkinliklerdir. Kongre turizmi, birçok şehir için önemli bir ekonomik fırsat oluşturmaktadır. Bu turizm faaliyetleri, konaklama, yeme-içme, ulaşım, turizm hizmetleri ve benzeri birçok sektöre katkı sağlamaktadır. Ayrıca,

kongre turizmi, birçok ülkede özellikle turizm sektörünün geliştirilmesi için desteklenen bir faaliyettir.

3.1.1.5. Agroturizm

Günümüz modern dünyasında şehir hayatının yoğun ve yorucu temposundan bunalan insanların kırsal yaşamın sakinliğine ve doğallığına doğru bir yönelişi söz konusudur. Tarım ve turizm faaliyetlerini birleştiren agroturizm de bu ilgiden etkilenen turizm türlerinden biridir. Şehirlerin doğal kaynaklarının sürdürülebilir bir şekilde kullanımı için önemli olan agroturizm faaliyetleri şehirlerin hızlı bir şekilde çevrelerine doğru yayılıp verimli tarım alanlarının arsalara dönüşmesini azaltmak için öncelik verilmesi gereken turizm faaliyetlerinden biridir (Demirel ve Kaçmaz, 2023: 147). Tarımsal ürün üretimi, hasadı, günlük bakım işlerine katılım, yöresel ürün sergileri ve şenlikleri gibi faaliyetlerin bütününe agroturizm adı verilmektedir. Agroturizm, kırsal çevrenin korunmasına katkıda bulunurken, küçük ölçekli işletmelerin sürdürülebilirliğini destekleyen, gelir ve iş imkanı sunan, kadınlar için turizmle ev işlerini birleştiren veya bu imkanı sağlayan değerli bir alternatif turizm türüdür. Tarım toplulukları için yeni bir gelir kaynağı olarak da değerlendirilmektedir (Gökalp ve Yazgan, 2013: 26). Son yıllarda dünyada giderek popüler hale gelen bir turizm türüdür. Özellikle pandemi sürecinde turistlerin doğayla iç içe bir tatil arayışı, agroturizmin popülerliğini artırmıştır.

3.1.1.6. Özel İlgi Alanı Turizmi

Özel ilgi alanı turizmi, insanların belirli bir konuda ya da hobide yoğun bir ilgi duymaları nedeniyle seyahat etmeleridir. Bu tür turizm, insanların kişisel ilgi ve tutkularını tatmin etmeleri için fırsatlar sunmaktadır. Özel ilgi alanı turizmi, seyahat eden kişilerin olağanüstü deneyimler yaşamasına ve yeni şeyler öğrenmesine olanak tanır. Bu turizm sınıflandırması içerisinde kişisel özel ilgi alanlarını içeren turizm türlerinin bütünü ele alınmıştır. Kumar turizmi, kuş gözlemciliği, botanik turizmi, alışveriş turizmi, sınır turizmi, bisiklet turizmi gibi turizm türleri, kişisel ilgi alanlarına göre gerçekleştirilmektedir. Bu sebeple özel ilgi turizmi sınıflandırması adı altında bu turizm türlerinin bütünü ifade edilmektedir.

3.1.1.7. Av Turizmi

Av turizmi, avlanma ve yaban hayatı kaynaklarının yerli ve yabancı avcılarının kontrollü kullanımına açılmasını, bu kaynakların rekreasyonel ve turistik açıdan değerlendirilerek ülke turizmine ve ulusal ekonomiye katkı sağlamayı amaçlayan faaliyetlerdir (Özdönmez vd., 1996). Ülkemizde belirli bölgelerde belirlenen zaman aralıkları içerisinde gerçekleştirilen bu turizm faaliyeti turizm gelir kalemleri arasında giderek önem arz etmektedir. “Zengin sporu” olarak adlandırılan av turizmi, genellikle gelir düzeyi yüksek insanlar tarafından gerçekleştirilmektedir. Ancak av turizminin doğal yaşam alanları üzerindeki etkileri konusunda

çeşitli endişeler de bulunmaktadır. Bu tür turizm faaliyetleri doğal yaşam alanlarında dengesiz avcılık faaliyetine neden olursa bazı türlerin neslinin tükenmesine yol açabilmektedir. Ayrıca av turizmi sırasında doğal yaşam alanlarına zarar verilmesi, vahşi yaşamın bozulması gibi çevresel etkiler de göz önünde bulundurulursa, büyük bir hassasiyet ve bilinç içerisinde gerçekleştirilmesi gereken turizm faaliyetlerinin başında gelmektedir.

3.1.1.8. Kış Turizmi

Bu turizm türü kış sezonunda gerçekleştirilebilecek faaliyetlerin bütünüdür. Kayak sporu, snowboard, heli-ski gibi sportif faaliyetleri barındırmaktadır. Son yıllarda Türkiye’de kış turizmi, önemli bir gelişme gösteren turizm türleri arasında yer almaktadır. Türkiye’nin fiziki şartları dolayısıyla kış turizmi için gerekli olan yeterli eğim ve yükseklik şartları açısından elverişli alanlar mevcuttur. Bu alanlar, turizm planlamacıları ve pazarlamacıları tarafından farklı bir turizm türü geliştirilerek talep yaratılması amacıyla değerlendirilmiştir. Bu sayede kış turizmi kapsamında önem kazanan alanlar mevcuttur. Her yıl Türkiye’de kış turizm merkezlerine çok sayıda yerli ve yabancı turist ziyareti gerçekleştirilmektedir (Albayrak, 2013: 145).

3.1.1.9. Ekoturizm

1990’lı yıllarda kitle turizmine bir alternatif ve tepki olarak ortaya çıkan ekoturizm kavramı, kırsal ve kültürel turizmin öğelerini içermektedir. Hassas, doğal ve kültürel alanlarda faaliyete geçebilecek en uygun turizm türü olarak bilinmektedir (Avcıkurt, 2003: 74). Ekoturizm faaliyetleri; doğa yürüyüşleri, milli park ziyaretleri, yürüyüş rotaları, korunan alanların ziyareti, bisikletli doğa gezileri, foto safari gibi aktiviteleri içermektedir. Ülkemizde çok sayıda mevcut yürüyüş rotaları ve yeni oluşturulan yürüyüş rotaları sayesinde ekoturizm faaliyetleri zaman içerisinde artış göstermiştir. Bu turizm türünde, doğal yaşam alanlarına zarar verilmeden, doğal yaşamın korunması esas alınarak turizm faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Sürdürülebilir turizm anlayışının bir parçası halinde bulunan ve turizm sektöründeki yerinin korunması için hassasiyetin tavan noktada olduğu bir turizm türüdür.

3.1.1.10. Eğlence Turizmi

Eğlence turizmi, insanların eğlence, dinlenme ve keyifli zaman geçirme amaçlı seyahat etmeleridir. Bu tür turizm, insanların gündelik hayattan uzaklaşarak, yeni yerler keşfetmelerine, farklı kültürleri deneyimlemelerine ve zevk aldıkları aktiviteleri yapmalarına olanak tanımaktadır. Eğlendirici etkinliklere katılımların tümünü içermektedir. Müzik festivalleri, karnavallar, eğlence parkları ziyaretleri gibi faaliyetleri de kapsamaktadır (Doğanay ve Zaman, 2013: 6). Tema parkların ziyaretleri de eğlence turizmi içerisinde yer almaktadır.

3.1.1.11. Sağlık Turizmi

Sağlık turizmi en genel anlamıyla ifade edilecek olursa, sağlık amacıyla kendi yaşadığı mekanın dışında başka mekanlara seyahat eden bireylerin oluşturduğu turizm türüdür. Geçen yıllarda sağlık turizmi ifadesi kullanıldığında ilk olarak termal ve spa turizmi akla gelmektedir. Fakat sağlık turizmi, üç alt turizm dalında incelenmektedir. Medikal turizm, termal ve spa turizmi ve yaşlı ve engelli bireylere yönelik rehabilitasyon ve bakım hizmetlerini içermektedir (Tengilimoğlu, 2017: 7-8). Kalkınma planlarının turizm bölümlerinde yer alan yatırımlar dolayısıyla Türkiye, sağlık turizminde dünya genelinde önemli bir yere sahiptir. Yabancı turistlerin; dental işlemler, saç ekme işlemleri, ameliyat işlemleri gibi sağlıksal sorunlarını/tercihlerini Türkiye’de gerçekleştirmesi son zamanlarda olağan durum haline gelmiştir. Özellikle Antalya bölgesinde yaz aylarında turistler, hem deniz/kıyı turizmi faaliyetlerini gerçekleştirmekte olup hem de sağlık turizmi faaliyetlerini gerçekleştirmektedir.

3.1.1.12. Afet Turizmi

Olağandışı doğal olayları yerinde gözlemlemek amacıyla gerçekleştirilen seyahatler bütünüdür. Örnek olarak, volkanik patlamalar esnasında olaylara şahit olma duygusunu gerçekleştirmek isteyen bireylerin gerçekleştirdiği turizm faaliyetleridir (İzlanda’daki Eyjafjallajökull volkanına yönelik turlar düzenlenmiştir) (Doğanay ve Zaman, 2013: 7). Afet turizmi, birçok farklı şekilde gerçekleştirilebilir. Bazı insanlar, afet bölgesindeki yaşam koşullarını deneyimlemek için bölgede konaklamaktadır. Bazıları ise afet bölgesine gezi turları düzenleyen seyahat şirketleriyle birlikte seyahat etmektedir. Afet turizmi, doğal afetlerin yaşandığı alanlarda bulunan müzeler, anıtlar ve diğer tarihi yerleri ziyaret etmek için de gerçekleştirilebilmektedir.

3.1.1.13. Politik Turizm

Politik turizm, turistlerin siyasi amaçlarla seyahat etmeleridir. Bu tür turizm, turistlerin siyasi sistemleri, devlet yapılarını, tarihi ve kültürel değerleri, politik liderleri ve benzeri konuları incelemek, analiz etmek ve deneyimlemek için seyahat etmelerini içermektedir. Politik turizm, turistlerin siyasi düşüncelerini derinleştirmelerine, farklı bakış açıları kazanmalarına ve dünya görüşlerini genişletmelerine yardımcı olabilmektedir. Devlet adamlarının, diplomatların ve kamu görevlilerinin ulusal veya uluslararası politik ilişkiler çerçevesinde gerçekleştirdikleri turizm hareketlerine yönelik olarak, politikayla ilgilenen bireylerin bu tür olayları izlemek veya bu olayların gerçekleştiği mekanları ziyaret etme amacıyla yaptıkları seyahatleri içermektedir. (Usta, 1992: 43).

3.1.1.14. Helal Turizm

Son zamanlarda hayatımızda bulunan helal turizm olarak adlandırılan turizm çeşidi, çeşitli tanımlamalar ile de karşımıza çıkmaktadır. Bunlara örnek olarak; muhafazakar turizm, İslami turizm, mütedeyyin turizm ve şeriata uygun turizm kavramları örnek olarak gösterilmektedir (Baysal, 2017: 91). İnanç turizmi terimi ile helal turizm terimi arasında anlam açısından benzerliklerin varlığı düşünülmektedir (Tekin, 2014: 750-751). Fakat içerik olarak büyük farklar mevcuttur. İnanç turizmi, bireylerin dini inançlarını yerine getirmek amacıyla kutsal mekanları ziyaret etme pratiklerini ifade ederken, helal turizm terimi ise kişilerin dini inançlarına uygun şekilde turizm faaliyetlerini karşılayan bir turizm türü olarak tanımlanmaktadır (Baysal, 2017: 91).

3.1.1.15. Gastro-turizm

Scarpato (2002) gerçekleştirdiği çalışmasında, yeme-içme faaliyetlerinin toplumun temel ihtiyaçlarından ziyade, bu faaliyetlerden elde edilen keyif ve mutluluk ile ilişkili olduğunu belirtmiştir. Santich (2004) ise, bir ülkenin veya bölgenin gastronomik karakterinin, gastronomik özelliklerinin ve gastronomi turizminin ilişkilendirilmesinin zorluğundan bahsetmiştir ve net bir tanım oluşturulmasının zor olduğunu vurgulamıştır. Akgöl (2012) ise gastronomi turizmini, “özel bir yemek türünü tatmak veya bir yemeğin üretimini görmek amacıyla, yiyecek üreticilerini, yemek festivallerini, restoranları ve özel alanları ziyaret etmek” biçiminde açıklamaktadır. Hall ve Mitchell (2000) ise gastronomi turizmin tanımını, “birincil ve ikincil yiyecek üreticilerini ziyaret etmek, yiyecek festivallere katılmak, tanınmış yiyecekleri tatmak ve belirli destinasyonlardaki konaklama işletmelerinde ve bu restoranlarda bu yiyecekleri denemek amacıyla yapılan seyahatler” olarak tanımlamaktadır.

3.1.1.16. Yat Turizmi

Yat turizmi, genel turizm faaliyetlerinin bir alt kategorisi olarak kabul edildiğinden dolayı, genel turizm trendlerinden doğal olarak etkilenmektedir. Bu sebeple Türkiye’ye yönelik yat turizmi talep potansiyelini değerlendirirken dünya genelinde, Avrupa’da ve ülkemizdeki genel turizm hareketlerini de göz önünde bulundurmak gerekmektedir (Tandoğan, 1998: 145). Yat turizmi talebi, sportif faaliyetler ile de doğru orantılı olarak artmaktadır. Örneğin Formula 1 yarışlarının Milano Grand Prix’inde yarış pistinin denize sıfır lokasyonda bulunması, yat turizm talebini dünya genelinde gelen turistler ile artırmıştır. Yat turizmi ve sportif faaliyetler amacıyla hem kendi yatı ile orada bulunan hem de kiralık yat ile sportif faaliyetleri de takip eden insanlar mevcuttur. Türkiye’nin Ege ve Akdeniz koylarının da yat turizmine uygun biçimde olması, yat turizmine olan yatkınlığını artırmıştır. Yabancı turistlerin izole tatil olarak

nitelendirebileceği yat turizmi, yaz aylarında Akdeniz ve Ege kıyılarında bolca gerçekleştirilmektedir.

3.1.1.17. Kırsal Turizm

Tatillerini kent dışında geçirmek isteyen bireylerin, gerçek veya turizm amaçlı olarak suni olarak kurulmuş çiftliklerde doğayla iç içe yaşamayı, sebze ve çiçek yetiştirmeyi, meyve toplamayı gibi hobi amaçlı kırsal faaliyetlerini gerçekleştirmek amacıyla tercih ettiği turizm türüdür (Usta, 1992: 42). Kırsal turizm, hem kırsal yerleşimlerle iç içe olan hem de doğal kaynaklara dayalı bir turizm türüdür. Birçok olumlu etkisi sebebiyle, turizmde gelişmiş veya gelişmekte olan ülkelerde mevcut turizm türlerinin alternatifi veya tamamlayıcısı olarak kabul edilmektedir ve önemi her geçen gün anlaşılmaktadır (Soykan, 2003: 1).

3.1.1.18. Şehir Turizmi

Şehirsel turistik çekicilikler sebebiyle gerçekleştirilen turizm türüdür. Şehrin tarihi ve dokusu gibi çekicilikler, şehir turizmini tetiklemektedir. Şehir turizmi içerisinde alış-veriş turizmi de bazı kaynaklarda dahil edilmektedir. Bunun sebebi bazı şehirlerin moda ikonu haline gelmiş olmasından kaynaklanabilmektedir. Kültürel deneyimleri kazanma, spor ve sanat etkinlikleri de şehir turizminin gerçekleştirilmesinde önemli rol oynamaktadır. Ancak, şehir turizmi aynı zamanda çevre kirliliği, turist kalabalığı ve tarihi ve kültürel mirasın korunmasına yönelik sorunlar da yaratabilmektedir. Bu nedenle, sürdürülebilir turizm politikalarının uygulanması önemlidir. Bu politikalar, turist sayısının sınırlandırılması, turizm çevresel etkilerinin azaltılması, yerel halkın katılımı ve turizm endüstrisinin sürdürülebilirliğini sağlamak için diğer önemleri içermektedir.

3.1.1.19. Kamp-Karavan Turizmi

Kampçılık faaliyeti, çadır kurma, karavan kullanma gibi alternatif konaklama imkanlarıyla gerçekleştirilmektedir. Bu tür faaliyetlerin yapıldığı alanlar genellikle “kamping” olarak adlandırılmaktadır. Karavan konaklamaları da büyük ölçüde kamping alanlarında gerçekleştirildiği için doğaya dayalı bir turizm türü olarak değerlendirilmektedir (Şengel vd., 2020: 1434). COVID-19 döneminde izole tatil talepleri doğrultusunda kamp-karavan turizm faaliyetlerinin artış gösterdiği bilinmektedir. İnsanlardan uzak, hastalık bulaşma riski düşük ve genellikle gruplar halinde gerçekleştirilen bir turizm türüdür. Özet olarak, kamp, karavan ve çadır turizmi doğa ile iç içe olmak, açık havada vakit geçirmek ve doğal alanları keşfetmek amaçlayan bireyler için ideal bir turizm çeşididir. Bu turizm çeşidi ayrıca, doğal alanların korunması ve sürdürülebilir turizmin teşvik edilmesine de katkı sağlamaktadır.

3.1.1.20. Hüzün Turizmi

Yapısal yıkımlar, ekonomik ve sosyal kayıpların yanı sıra ölüm ve trajediye yol açan doğal afetler ve bu afetlerin ardında bıraktığı izler, bir toplumun veya yerleşimin hüzün dolu ve acı veren tarihi geçmişini ve mirasını oluşturmaktadır. Genel anlamda ölüm, acı veya dehşet yaşanan lokasyonlara yönelik seyahatleri içeren hüzün turizmi, bu tür miras bölgelerini de kapsamaktadır (Güncü ve Güneş, 2017: 1). Ayrıca hüzün turizmi, bahsi geçen konular haricinde çeşitli olaylara dayanabilir. Bunlar arasında ek olarak savaş, soykırım, kölelik, terör saldırıları gibi olaylar yer almaktadır. Turistlerin bu olayları, bu olayların etkilerini ve toplumun bu olaylarla nasıl başa çıktığını anlama fırsatı sunmaktadır.

3.1.1.21. Miras Turizmi

Turizmin yeryüzündeki en büyük gösteri olarak tanımlandığı ve hayat kaynağının miras olduğu belirtilmiştir (Boniface ve Fowler, 1993). Türk Dil Kurumu'na göre miras, bir neslin kendinden sonraki nesle bıraktığı şeyler olarak tanımlanmaktadır (Türk Dil Kurumu, 1988: 1029). Miras turizminin çeşitli tanımları bulunmaktadır. Örneğin, Özgüç (1998) miras turizmini, bir nesilden diğerine geçen her türlü kaynağın kullanımı olarak açıklamıştır. Bu bağlamda, hala kullanılmakta olan birçok tesis (gazino, eğlence parkı vb.), potansiyel miras turizmi kaynağı olarak değerlendirilebilir (Özgüç, 1998: 160). Yale (1991) tarafından yapılan başka bir tanımda miras turizmi, odak noktasının miras kalan unsurlar olduğu bir turizm şekli olarak tanımlanmaktadır. Bu miras unsurları, tarihi binalardan sanat eserlerine ve doğal güzelliklere kadar çeşitli anlamlar içerebilir (Yale, 1991: 21). Mirasın geçmişten günümüze olan kullanımı olarak ele alındığında, miras turizmi geçmişin turizm amaçlı kullanımını ifade etmektedir (Light, 2000: 160).

3.1.1.22. Yayla Turizmi

Dağlık alanların geniş bir alan kaplaması ve yaylacılık faaliyetlerinin yoğun olarak yaşanması, Türkiye'de yayla turizmi açısından büyük fırsatlar sunmaktadır. Türkiye'de yayla turizmi için geniş imkanlara sahip bölgelerden birisi de Toros Dağları olarak değerlendirilmektedir. Toros Dağları, Alp Dağları sisteminin güney kanadına aittir ve geniş bir alanı kaplamaktadır. Bu dağ sisteminin Antalya körfezinin kuzeyinde kalan kısmı ise Batı Torosları olarak isimlendirilmektedir (Sarı, 2007: 141). Yayla kültürünü deneyimleme ve doğa gezileri, yayla turizmi faaliyetlerindeki talebin artışına sebep olmuştur. COVID-19 sürecinde etkilenen turizm sektörü, şehrsel yaşantıdan daha izole durumda bulunan yaylalara doğru kayma eğilimi göstermiştir. Kırsal geçmişi olan fakat zaman içerisinde şehrsel yaşantı içerisinde bulunmuş bireyler, kırsala ve yaylaya olan özlemini gidermek amacıyla yaylacılık dönemleri içerisinde gerçekleştirdiği turizm faaliyetleri bütününe yayla turizmi adı verilir.

3.1.1.23. Kıyı Turizmi

Kıyı turizmi, plaj ve deniz turizmi faaliyetlerinin tümünü kapsamaktadır. Bu turizm türü, Türkiye'ye gelen yabancı turistler tarafından en çok tercih edilen turizm aktivitesi olarak bilinmektedir. Bunun başlıca sebebi Türkiye'nin kıyı turizmine olan yatkınlığıdır. Kalkınma planlarında yıllar boyunca Akdeniz bölgesi, kıyı turizmi açısından geliştirme bölgesi olarak belirlenmiştir. Eğlence, dinlenme, spor yapma gibi rekreasyonel faaliyetleri de içermektedir. Kıyı turizmi, bölgenin iklimatik özellikleri ile ilişkilendirilmektedir. Kıyı turizmi faaliyetleri yaz sezonunda gerçekleştirilmektedir.

3.1.1.24. Dağ Turizmi

Dağcılık, dağ keşfi ve doğa keşfi, tırmanış, yürüyüş rotalarının rekreasyonel amaçlı olmasından ziyade daha çok dağ rotaları olması gibi güdülerle gerçekleştirilmektedir. Türkiye, dağ turizmi açısından oldukça şanslıdır. Dağlık yapısı sebebiyle bu turizm talebiyle yerli ve yabancı turistlerin çekim merkezi halindedir. Dağcılık sporunun turizm sektörü ile ilişkilendirilmesinden doğmaktadır. Emekli (2015)'e göre dağlar, dağcılık ve turizm; coğrafya ile ilişkilendirilmelidir. Bu sebeple coğrafi konumun bu turizm çeşidi ile ilişkisi yadsınamaz durumdadır.

3.1.1.25. Macera Turizmi

Heyecan, mücadele, risk, belirsizlik, tehlike ve yenilik arayışları doğrultusunda gerçekleştirilmektedir. Literatürde açık hava macera deneyimi, macera eğlenceleri, yüksek adrenalin, doğa ile mücadele aktiviteleri, açık hava uğraşları ve risk eğlencesi şeklinde de ifade edilen macera turizmi, adrenalin içeren spor aktivitelerinin turizm faaliyetleri ile birleşiminin bütününden oluşmaktadır.

3.1.1.26. Gençlik Turizmi

Gençlik turizmi, gençlerin kendi eğlenceleri ve sosyal deneyimleri için seyahat etmelerini kapsamaktadır. Bu tür turizm faaliyetleri, gençlerin farklı kültürleri, yerleri ve deneyimleri keşfetmelerine yardımcı olmaktadır. Aynı zamanda 15-24 yaş aralığındaki gençlerin spor, eğlence, sosyal, kültürel etkinliklere katılım için yaptıkları seyahatler ve deneyimleri içermektedir (Doğanay ve Zaman, 2013: 7). Gençlerin ebeveynlerinden bağımsız olarak gerçekleştirdikleri turizm faaliyetleridir. Kişisel ve sosyal gelişimlerinde önemli bir yere sahiptir.

3.1.1.27. Diaspora Turizmi

Dünya genelindeki göçlerin büyük çoğunluğunun ekonomik ve siyasi amaçlarla gerçekleştiği bilinmektedir. Bu zorunlu göçler sonucunda milyonlarca insan, gittikleri ülkelerde kendi diasporalarını oluşturmuşlardır. Bu durum zamanla, vatan özlemiyle ve bu duyguyla

gerçekleştirilen anavatan ziyaretlerine dönüşmüştür (Deniz, 2011). Diaspora turizmi, dünya genelinde gerçekleştirilen bu tür ziyaretlerde en fazla Yahudi diasporasında yoğunluk göstermektedir. Son 30 yıldır düzenlenen bu turlar kapsamında her yıl binlerce kişi İsrail'i ziyaret etmektedir (Scheyvens, 2007). Dünyanın en büyük diasporası ise Çin diasporasıdır. Çin'den göç edenlerin, VFR (Visiting Friends and Relatives - Arkadaş ve Akrabaları Ziyaret Etme) amaçlı ziyaretleri, Çin'deki diaspora turizmi potansiyelini artırmıştır (Strange vd., 2003).

3.1.1.28. Sosyal Turizm

Zayıf satın alma gücüne sahip ve turizm faaliyetine katılım olanakları sınırlı olan kesim tarafından gerçekleştirilen turizm faaliyetleridir. İkinci dünya savaşından itibaren sosyal turizm algısı gelişmiştir. Fabrika çalışanlarının sosyal yaşantısı olmaksızın 7/24 çalışması, izin kavramının olmaması gibi durumlar zaman içerisinde işçilere izin kavramı, tanınan haklar arasında yer almıştır. Haulot (1966)'a göre sosyal turizm faaliyetleri; satın alma gücü yetersiz olan halk tabakalarının turizme katılmalarından doğan olay ve ilişkilerin bütünü olarak tanımlanmıştır. Bu durumda giderek gelişen sosyal turizm, hükümetler tarafından hem maddi hem de başka koşul iyileştirmeleri ile desteklenmiştir. Dezavantajlı kesim olarak nitelendirilen; engelliler, 65 yaş üzeri yaşlılar, kronik rahatsızlığı olanlar, öğrenciler, memurlar, işçiler, orta gelir sınıfı, boşanmış bireyler gibi, turizm faaliyetlerinde desteğe ihtiyaç duyan kesime hitap etmektedir. Sosyal turizm kavramına detaylı olarak çalışmanın 3.2. *Sosyal Turizm* bölümünde değinilmektedir.

3.2. Sosyal Turizm

Turizm, geçici seyahat ve konaklamaların insanların ihtiyaçlarını karşılaması ile ilişkili olduğundan dolayı sosyal bir nitelik taşımaktadır (Usta, 1992: 15). Bu nedenle sosyal kavramı, sosyal turizmin nedenlerini ve amaçlarını anlamak için büyük bir önem arz etmektedir. Sosyal kavramı, rastlantısal olarak ortaya çıkmamıştır. Sosyal teriminin kullanılması, nesnel ve titizlikle gerçekleştirilen araştırmalar sonucunda geçerlilik kazanmıştır. Bu nedenle sosyal turizme değinmeden önce sosyal kavramının üzerinde durmak yerinde olacaktır. Türk Dil Kurumu (2023) güncel Türkçe sözlüğüne göre *sosyal* kavramı “toplumsal, toplum bilimi” olarak ifade edilmiştir. Fransızca olarak dilimize giren bu sözcük, dünya dillerinin neredeyse tümünde toplumla ilgili, toplumsal anlamını taşımaktadır. Turizm kavramı ile ilişkilendirildiğinde Usta (1982), bu durumu göz önünde bulundurarak şu tanımları yapmıştır:

- Topluluk içinde yaşayan insanı kapsar, ortaklaşma ifade eder, toplum ile ilgilidir.
- Belirli kültürel değerlerin oluşumuna ve toplumun yapısına yönelik özellik taşır.
- Toplumsal yaşam sürecindeki değişik olayların bütünleşmiş ve birbiriyle kaynaşmış olmasıdır.

- İnsanı toplum ve toplumdaki yer açısından ele alır.
- İktisaden zayıf ve bağımlı kitlelere özgürlük sağlamaya yöneliktir.

Sosyal kavramı, sosyal turizm tanımı içinde düşünülür ise kitlelerin sınırlı gelirleri çerçevesinde turizme katılmaları anlaşılmaktadır. Sosyal kavramı ekonomik olarak zayıf toplumsal grupların özgürleşmesini, turizm için kolaylaştırıcı önlemler alınmasını, ücretli izinlerin kullanılmasını, dar gelirli kitlelerin turizme katılmaları hareketlerini pekiştirmektedir. Bu durumda sosyal turizmin etkenleri arasında yer alan temel etkenler içerisinde *sosyal politika* kavramı-etkeni, sosyal terimini barındırarak, turizm içerisinde sosyal adımlar içeren etkenleri ele almaktadır. Bu konuyu içeren politikaları içeren sosyal politika alt başlığı, sosyal terimi daha anlaşılır kılmaktadır.

Dünya genelinde hizmet sektöründeki ticaretin yaklaşık %30'u turizm sektörü tarafından sağlanmaktadır. Diğer birçok endüstri gibi, genellikle bölgesel veya ulusal kalkınma amaçlı bir araç olarak değerlendirilmektedir (Hepaktan ve Çınar, 2010:135; Bahar, 2006: 137). Bu durumun nedeni, turizmin sosyal ihtiyaçlardan doğan bir sektör olmasıdır. Ekonomik farklılıklar, sınıfsal farklılıklar, sağlık sorunları, iş yükleri ve çalışma saatleri gibi birçok faktörden etkilenmektedir ve bu faktörleri etkilemektedir. Bu nedenlerden dolayı turizm faaliyetlerine katılan veya katılmayı hedefleyen bireyler, genellikle imtiyazlı ve yüksek satın alma gücüne sahip bireylerdir. Turizm, günümüzde herkesin yararlanması gereken bir hak olarak kabul edilmektedir. Uluslararası Sosyal Turizm Örgütü, Viyana Beyannamesi'nde bu gerçeği açıkça ifade etmektedir. Beynamede bahsedilen ifadeler "Turizm, uygarlığımızın ekonomik hayatına katılanların sosyal ve kültürel bağımsızlıklarının en dikkate değer ve etkileyici göstergesidir. Eskiden bir azınlığın ayrıcalığı olan turizm, bugün toplum mülkiyetinin ayrılmaz bir parçasıdır ve herkesin yararlanabileceği bir hale getirilmelidir" olarak yer almaktadır (Toskay, 1983: 164). Günümüzde turistik hareketler, sınıf farkı gözetilen toplumlardan, imtiyazlı ve yüksek satın alma gücüne sahip varlıklı bireylerin katıldığı aristokratik yapıyı aşarak farklı bir niteliğe dönüşmüştür (Özgökçeler ve Bıçkı, 2013; 549). Gerçekleştirilen bu dönüşüm evresi dolayısıyla ortaya çıkan sosyal turizm ise İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra değişen sosyal yaşam koşulları dolayısıyla ortaya çıkan ihtiyaçlar bütününden doğan bir turizm hareketidir. Bu dönem içerisinde ağır çalışma koşullarına maruz kalan, sosyal yaşantısı ve sosyalleşme ihtiyacında sıkıntılı süreçler geçiren kesim, sosyal turizmin hedef aldığı ilk kesim olarak bilinmektedir. Satın alma gücü yetersiz olan, ekonomik sınıflandırmalarda alt tabakada bulunan mevzubahis olan çalışan kesim, zaman içerisinde çeşitli şekillerde bu problemleri aşmayı denemiştir. Sosyal turizm, esasen bir "hareket" olarak ortaya çıkmıştır. Hareket olarak ortaya çıkmasının sebebi, ağır koşullar dolayısıyla örgütlenen kesim,

insan gibi yaşama hakkını elde etmek istemiştir. Bu sebeple sırasıyla verilen tavizler ve uygulanan politikalar dolayısıyla sosyal turizm hareketi doğmuştur.

Sosyal turizm hareketinin kapsadığı bireyler sadece ekonomik sıkıntılar içerisinde bulunan kesimden ibaret değildir. Çoğu araştırmacı; sosyal turizm kavramını açıklarken ve hedefi olan kesimden bahsederken sadece düşük gelir seviyesine sahip kesimi ele almaktadır. Bunun aksine sosyal turizm kavramına yıllar içerisinde farklı kesimler de dahil edilmektedir. Örneğin; öğrenciler, engelliler, 65 yaş üzeri yaşlılar, kronik rahatsızlığı olanlar, memurlar, işçiler, orta gelir sınıfı, boşanmış bireyler, boşanmış ve çocuklu bireyler gibi bireysel olarak turizm faaliyetini gerçekleştiremeyecek dezavantajlara sahip olan bireylerin sosyal turizm hareketine dahil edilmesi daha doğrudur. Bu duruma ek olarak, EESC (2006)'ye göre sosyal turizm bir haktır ve Avrupa ülkeleri, dezavantajlı grupları sosyal aktivitelere dahil ederek daha iyi bir yaşam sağlamak için gerçekleştirilen uygulamaların bütünü bir turizm stratejisi olarak sosyal turizm kavramı içerisinde almaktadır. McCabe (2015: 12)'ye göre ise dezavantajlı kesim olarak düşük gelirli aileler, gençler, yaşlılar, işçiler, bağımlılar veya kronik rahatsızlığı olan insanlar ve engelli bireyleri içermektedir. Örnek olarak dünyada 1 milyardan fazla engelli birey bulunmaktadır ve bunlardan çok azı tatil faaliyetlerini gerçekleştirmektedir (Bas, 1993: 13). Bu sebeple sosyal turizm, toplum grupları arasındaki eşitliği arttırdığı gerekçesiyle gerçekleştirilmesi savunulmaktadır. Bu duruma ek olarak, Sarı vd. (2022), gerçekleştirdiği çalışmada katılımcılara yönelttiği sorular içerisinde yerel halkın sosyal turizme karşı tutumlarını ele almaktadır. Bu çalışmada, bireylerin tatile çıkabilmesi için kimlere destek verilmesi gerektiğine dair görüşlerinde ise şöyle bir sonuç görülmektedir:

Tablo 36: Desteklenmesi Gereken Sosyal Turizm Yararlanıcıları, Sarı vd., (2022).

<u>GRUPLAR</u>	<u>FREKANS (N)</u>	<u>(%)</u>
Engelli bireyler	8	11,1
Boşanmış ve maddi durumu iyi olmayan bireyler	1	1,4
Boşanmış ve çocuğu olan bireyler	1	1,4
Kimsesiz bireyler	5	6,9
65 yaş ve üzeri yaşlılar	5	6,9
Gençlere	28	38,9
Çocuklar	3	4,2
Aktif (Çalışan) Nüfus	3	4,2
Maddi durumu olmayan bireyler	18	25
<u>TOPLAM</u>	72	100,0

Kaynak: Sarı vd., 2022.

Tabloya göre, araştırma sahasındaki yerel halk; gençlere, maddi durumu olmayan bireylere ve engelli bireylere kurum ve kuruluşların destek vermesi gerektiğini belirtmiştir. Sadece maddi durumu olmayan bireylerin göz önünde bulundurulduğu sosyal turizm algısında, çalışmanın bu boyutu düşünülünce dezavantajlı olarak nitelendirilen grubun göz ardı edilmemesi gerektiği ortadadır. Ayrıca yaklaşık %7’lik bir orana sahip olan 65 yaş üzeri yaşlılar ve kimsesiz bireylere yönelik yardım yapılması gerektiği düşünülmüştür. 65 yaş üzeri yaşlılar, Avrupa ülkelerinde üçüncü yaş turizmini gerçekleştirebilen yaş aralığı içerisinde yer almaktadır. Üçüncü yaş turizmi, sosyal turizm için önemli bir yer arz etmektedir. Üçüncü yaş turizminin önemine sosyal turizmde etkenler başlığı altında 2.2.5.2. *Geliştirici Etkenler* bölümünde değinilmiştir. Sosyal turizm dahilinde bulunan, dezavantajlı olarak isimlendirilen kesimin içerisinde yer alması gereken bireyler, zaman içerisinde gerek yürütülen çalışmalar gerekse yaşanan gelişmelerden kaynaklı olarak şekillenmiştir.

Sosyal turizm kavramına karşı zaman içerisinde farklı görüşler ve kavramsal bakış açılarında değişiklikler görülmüştür. Örneğin sosyal turizm ile eş anlamlı olarak zaman zaman kitle turizmi ve halk turizmi gibi terimler kullanılmıştır. Bu terimler, anlam itibarıyla sosyal turizm kavramını tam olarak yansıtmamaktadır. Sınırlı özellikleri olan turistik hareketleri betimlemek için kullanılan bu terimler, sosyal turizmdeki ilişkiler bütünü kapsamamaktadır. Örneğin, bir seyahat acentesinin gemi ile düzenlediği tur kitle turizmi olarak sayılabilmektedir. Fakat bu turizm hareketi bir sosyal turizm hareketi değildir. Bu farklılıkları daha iyi ortaya koyabilmek amacıyla Usta (1982), söz konusu kavramları açıklama gerekliliği görmüştür.

Kitle turizmi, çok fazla kullanılan kitle terimi yakından incelenirse iki temel anlamının olduğu görülmektedir (Hunziker, 1951: 11). İlk olarak, kitle halinde insanların turizme katılması anlamını ifade eder. Geniş toplumsal grupların turizmdeki paylarını belirleyen niceliksel bir kavram özelliği taşımaktadır (Usta, 1982: 5). Kitle kavramı, turizm hareketlerini niteliksel olarak açıklamak için kullanılmamaktadır. Dolayısıyla turist kategorileri hakkında nitel bilgiler sağlamaya olanak sağlamamaktadır. Turizm sektöründeki ikinci anlamı ise, organik bir oluşumu ifade eder. Bu bağlamda, bireysel turistik hareketlere karşı kolektif konaklama ve seyahatleri ifade etmek için kitle terimi kullanılmaktadır (Usta, 1982: 5).

Kitle kavramının her iki anlamında da kitle turizmi terimi, sadece niceliksel yönden turizm olayına yaklaşım sağlamaktadır. Bu nedenle özel bir turizm türü olarak kabul gören, kendi içerisinde dinamikleri bulunan ve sınırlarını kendi yapısı içinde belirleyen sosyal turizm hareketini yansıtmamaktadır. Kaspar (1976: 5)’a göre kitle turizmi, turistlerin kitlesel hareketlerinden başka bir şeyi ifade etmemektedir.

Halk turizmi kavramının ise sosyal turizm kavramı yerine kullanılması, bilimsel tartışmalara yol açmıştır. Ancak sosyal turizmin ayırt edici özelliklerinden birisi olan *belirli halk tabakaları* ifadesi, özellikle gelir düzeyi düşük olan kitlelerdir. Halk terimi ise, dünyanın her yerinde toplumun bütününe ifade etmek amacıyla kullanılmaktadır. Bu nedenle belirli halk tabakalarının haricinde toplumun bütününe ifade etmesinden dolayı halk teriminin sosyal turizm ile bağdaşması imkansızdır.

Sosyal turizm, günümüze kadar gerçekleştirilen çalışmaların birçoğunda farklı sınıflandırmalara tabii tutulmuştur. Turizm sınıflandırmaları içerisindeki yeri değişken olan sosyal turizm, genel olarak ekonomik sınıflandırmaların içerisinde yer almıştır. Sosyal turizmi içeren değişik turizm sınıflandırmalarından bazıları aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 37: Sosyal Turizme Dair Bazı Sınıflandırmalar

Kişilerin Ekonomik Güçlerine Göre Sınıflandırma	Finansman Şekline Göre Sınıflandırma	Sosyolojik Ölçütlere Göre Sınıflandırma	Amaçları Yönünden Sınıflandırma
1. Lüks Turizm 2. Sosyal Turizm	1. Sosyal Turizm 2. Tasarruf Turizmi	3. Eksklusif ve Lüks Turizm 4. Geleneksel Turizm 5. Gençlik Turizmi 6. Sosyal Turizm	1. Dinlenme Turizmi 2. Kültürel Turizm 3. Sosyal Turizm 4. Spor Turizmi 5. Ekonomik Turizm 6. Politik Turizm

Kaynak: Usta, 1982.

Ekonomik güçlere göre, finansman şekline göre, sosyolojik ölçütlere göre ve amaçları yönünden turizme dair sınıflandırmalar içerisinde bulundurulmuş sosyal turizm, esasen genel sınıflandırmalar haricinde ayrı tutulması gereken bir turizm çeşididir. Kendine has dinamikleri olan ve kendine özel etkenleri bulunan bir turizm türü olan sosyal turizm, mantık çerçevesi içerisinde bakıldığında diğer bütün turizm türlerinden farklıdır. Bunun başlıca sebeplerinden birisi belirli kitleler tarafından gerçekleştirilmesi ile hayata geçen turizm türü olmasından dolayıdır. Bu durumda sadece ekonomik sınıflandırmalar veya sosyolojik ölçütler içerisinde sınıflandırmaya tabii tutmak yetersiz kalacaktır. Bu nedenle çalışmada sosyal turizm herhangi bir alt sınıflandırma dalı olarak ele alınmamıştır.

3.2.1. Sosyal Turizmin Batıda Tarihsel Gelişimi

Sosyal turizm faaliyetlerinin hangi tarihte ortaya çıktığı net olarak bilinmemektedir. Fakat 20. yüzyılın başlarında rakımı yüksek bölgelerde, beden egzersizlerine dayanan tatillerde uzmanlaşmış kurumlar ya da İsviçre ve Fransa'da yoksul ailelerin çocukları için kurulan tatil kampları ile başlamış olabileceği belirtilmektedir (EESC, 2006). Bilinen bir gerçek vardır ki o

da sosyal turizmin sanayi devrimiyle birlikte doğmuş olmasıdır. 19. yüzyıl, ekonomik gelişmenin özellikle sanayi alanındaki devleşmenin görüldüğü ve hız kazandığı bir dönemdir. İngiltere'de 18. yüzyılın sonlarında ortaya çıkan sanayileşme süreci, 19. yüzyılda Avrupa geneline yayılmıştır. Bu dönemde ticaretin sanayiye dönüşmesiyle birlikte, Avrupa'da sanayileşme hızla gelişmiş ve büyük bir işçi sınıfının oluşmasına yol açmıştır (Usta, 1988: 108). Fabrikaların, atölyelerin ve büyük şirketlerin sayısının artmasıyla birlikte, işçilerin sosyal ihtiyaçları da belirgin hale gelmiştir. Bu süreçte, devlet tarafından fabrika ve işyerlerinde yıllık izin uygulamaları başlatılmış ve daha sonra ücretli izin düzenlemeleri hayata geçirilmiştir. Ayrıca bu dönemde toplu seyahatlerin düzenlenmeye başlamasıyla sosyal turizm ortaya çıkmıştır. Bu gelişmelerin temelinde ise sosyal politika önlemleri bulunmaktadır; bu önlemler sadece diğer sosyal sınıfları değil, işçileri de kapsamaktadır ve çalışan bireylere insanca yaşama imkanı sağlamayı hedeflemektedir.

1840 yılında İngiltere'de Nottingham ile Leicester arasında ilk seyahati düzenleyen Thomas Cook, sadece turizmin değil, aynı zamanda sosyal turizmin de ilk örneklerini ortaya koymuştur (Usta, 1988: 108). Cook, sosyal turizm faaliyetlerini seyahatler düzenleyerek gerçekleştirmiş ve 1845 yılında trenle Glasgow'a ikinci bir grup seyahati organize etmiştir. Bu seyahate 350 kişi katılmıştır ve bu olay, Cook'un sosyal turizmin öncüsü olarak kabul edilmesine yol açmıştır. Cook, kurduğu organizasyonu daha da geliştirmiş ve Avrupa geneline yayılmasını sağlamıştır (Usta, 1988). İngiltere'de ilk ücretli izin uygulaması, 1890 yılında bir hafta olarak London and North-Western Railways şirketi tarafından başlatılmıştır. Ancak ücretli izin kavramının ilk kez işçilere tanınması, 1840 yılında İngiltere'de bir işletme sahibi olan H. Ashworth tarafından gerçekleştirilmiştir. Ücretli izin uygulamasının başlamasından hemen bir yıl sonra, yine İngiltere'de modern anlamda ilk sosyal turizm kuruluşu T. A. Leonard tarafından 1891 yılında Lancashire'da kurulmuştur (Usta, 1988: 108). Bu kuruluş, dinlenme ve eğlence için uygun yerleri satın alma veya kiralama yoluyla işletmeye başlamış ve 1897 yılında resmi olarak faaliyete geçmiştir. (Usta, 1988: 108).

Sosyal turizmin ortaya çıkışı ve temelleri, zamanın en ileri endüstrisi olarak kabul edilen İngiltere'de atılmıştır. Avrupa kıtasında ise sosyal turizmin öncülüğünü Avusturya yapmıştır. "Doğa Dostluğu" adı verilen dernekler, toplumun daha düşük sosyoekonomik seviyelerindeki bireylerin yaşam koşullarını iyileştirmeyi, zararlı alışkanlıklardan kaçınmalarını ve sağlıklı yaşam ortamlarına kavuşmalarını hedeflemiştir (Usta, 1988: 109). Bu gibi dernekler, ilk amaç olarak turizmi hedef almamıştır. Sosyal yaşantıyı düzeltmeyi amaçlayan dernekler, sonrasında turizm noktasına değinmiştir. Bu dernekler sayesinde sosyal turizm zaman içerisinde gelişmeye başlamıştır ve Avusturya'da 1894 yılında ilk sosyal turizm derneği kurulmuştur.

Ücretli izin haklarının yasallaşması, öncelikle 1903 senesinde İsviçre’de Bern Kantonu’nda gerçekleşmiştir (Usta, 1988: 109). Bu durum sonrasında Avusturya, İsveç, Norveç ve Almanya’da da ücretli yıllık izinler verilmeye başlanmıştır. 1936 yılında ücretli yıllık tatiller, uluslararası anlamda düzenlenmesine tabii tutulmuştur. Bu tarihte Fransa ve Belçika tatil yasalarını kabul etmiştir. 1996 yılında Uluslararası Sosyal Turizm Bürosu, Sosyal Turizm Bildirgesi’ni yayımlayarak sosyal turizmin genel çerçevesini belirlemiş ve bu tür turizmi toplumları şekillendirici, ekonomik büyümeyi teşvik edici ve küresel kalkınma programlarında önemli bir paydaş olarak tanımlamıştır.

Dünya Turizm Örgütü (WTO) tarafından onaylanan ve Birleşmiş Milletler tarafından 2001 yılında kabul edilen Turizmde Küresel Etik İlkeler belgesinin Turizme Katılma Hakkı başlıklı 7. bölümünde, yerel ve uluslararası turizm faaliyetlerine katılımın, boş zamanın en etkin kullanım biçimi olarak değerlendirildiği vurgulanmaktadır. Bu bağlamda, bu tür faaliyetleri engelleyen faktörlerin ortadan kaldırılması gerektiği belirtilmektedir. Turizm hareketine katılma, İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi’nde yer alan dinlenme, çalışma saatlerinin sınırlandırılması ve ücretli izin hakkının bir sonucu olarak ele alınmaktadır. Ayrıca belgede, sosyal turizme de vurgu yapılmakta olup, bu turizm türünün kamu görevlilerinin destekleriyle geliştirilmesi gerektiği vurgulanmakta ve aileler, gençler, öğrenciler, engelliler gibi çeşitli grupların turizme katılımının teşvik edilmesi gerektiği ifade edilmektedir (Birleşmiş Milletler ve Dünya Turizm Örgütü, Turizmde Küresel Etik İlkeler, 2001: 5’ten Akt.; Bıçkı vd., 2013: 56).

2003 yılında sosyal turizme yeni bir bakış açısı getiren ve değişen toplumsal koşullara yanıt olarak ortaya çıkan 'Herkes İçin Turizm' (Tourism for All), yalnızca ticari amaçlara odaklanmayan bir turizm şeklini ifade etmektedir (Flanders Belgium Tourism Notebook, 2009: 10). Temelde mümkün olduğunca geniş bir katılımı hedefleyerek, insanların turizm ve boş zaman aktivitelerine katılmasını teşvik etmektedir. Fransa gibi gelişmiş bir sosyal turizm politikasına sahip bir ülkede bile nüfusun %40’ı turizm faaliyetlerine dahil olamamaktadır; bu oran az gelişmiş ülkelerde daha da yüksektir. Herkes İçin Turizm; gençler, aileler, yaşlılar ve engelliler gibi çeşitli gruplara yönelik olarak tasarlanmıştır (Belanger and Jolin, 2011: 478’den Akt.; Bıçkı vd., 2013: 56).

Sosyal turizm, özel şartlar gereği öncelikle İngiltere’de ortaya çıkmıştır. Avrupa insanı, orta çağdan sonra sürekli olarak dışarıya doğru açılmıştır. Seyahat tutkusunu giderme yolları aramıştır. Yazılan seyahatnamelerden elde edilen bilgiler, diğer insanları özendirici rol oynamıştır. Günümüze kadar bu özelliğini koruyan Avrupa, bugün uluslararası turizm hareketlerinin yaklaşık %71’ini, gelirlerin ise %52’sini toplamaktadır (Usta, 1982: 9). Sanayi

devriminin de sonucunda gelişen ulaştırma olanakları başta tren, otomobil, otobüs gibi taşıtların insanları topluca taşıma olanağı sunmasıyla birlikte sosyal turizm hareketinin aktivite oranı artmıştır. Diğer yandan dönemin şartları ile sanat ve kültür olaylarının turizmi geliştirici rol oynadığı görülmektedir. Avrupa yıllarca bu tür olaylardan etkilenmiştir. Uluslararası sergiler, kongreler, çeşitli örgütlenmeler, festivaller, spor faaliyetleri gibi toplu aktiviteler sosyal turizmin Avrupa’da yayılmasına olanak sağlamıştır.

3.2.2. Sosyal Turizmin Türkiye’de Tarihsel Gelişimi

Türkiye’de sosyal turizmin tarihsel gelişimi, İngiltere ve Avrupa’ya göre daha farklı bir seyir halindedir. Türkiye’de sosyal turizm ve buna bağlı tatil turizmini yaratanlar büyük ölçüde devlet memurları ve özel sektörde istihdam edilen ücretli çalışanlardır. Çünkü Usta (1988)’nin da belirttiği gibi sosyal turizmin doğuşu ve gelişimi aşamasının yaşandığı dönemde Türkiye’de hala tarımsal yapıya dayalı ekonomi sürdürülmektedir. Tarımsal yapıya dayanan ekonomi dolayısıyla yaz ayında tarımsal faaliyetlerin yoğunluğu, ekilen-biçilen ürünlerin yaz ayında yoğunluk göstermesi ve tarımsal ekonomik gelirin düşük olması dolayısıyla sosyal turizme bu tür işçi sınıfının katılımı, bahsedilen diğer sınıflara göre daha meşakkatli bir süreci gerektirmektedir. Türkiye’de memur ve işçi kesimlerinin ortaya koyduğu bir sosyal turizm hareketi söz konusudur. Bu sebeple sanayileşmenin ve kentleşmenin de hızlanmasıyla tatil olanaklarının artması, imkanların gerçekleştirilme zorluğunun azalması göz önünde bulundurulmalıdır. Kentleşme ve sanayileşme ile tatile çıkanların sayısı doğru orantılı olarak artış göstermektedir (Usta, 1988: 109).

Türkiye’de iç turizm 1950’lerde başlamıştır ve 1960’lı yıllarda hızlanma göstermiştir. Bahsi geçen iç turizm hareketinin başlangıcı fuarlar sayesinde olmuştur. İzmir Fuarı ve İstanbul’u ziyaret etmek amacıyla gerçekleştirilen seyahatler söz konusudur. Ulaştırma olanaklarının sağlanması, ziyaret sıklığını artırmıştır. Zaman içerisinde gelir düzeyinin yükselmesi, önce Ankara’da çalışan memur sınıfının, daha sonra da gelişen bölgelerdeki ücretlilerin yaz aylarında tatillerini geçirmek için küçük sahil şehirlerine yönelmelerine sebep olmuştur (Turizm Araştırması Raporu, 1972: 67).

Yıllık izinler dolayısıyla ortaya çıkan bu turizm hareketinin dışında, hafta sonu ve özellikle dinsel bayramlar sayesinde ortaya çıkan bayram tatillerini de sosyal turizmin kaynağı olarak nitelendirmek mümkündür. Zaman zaman bu bayram tatillerinin hafta sonu tatilleriyle bir araya gelmesi sonucunda tatil süresi artmaktadır ve daha uzak lokasyonlara ulaşma imkanı doğmaktadır. Özellikle son yıllarda özel otomobil sayısındaki hızlı artış, bu tür tatil yapanların sayısını artırmakta ve daha ziyade iç turizm kapsamında turistik bir hareketin büyük bir hız kazanmasına yol açmıştır (Usta, 1988: 110).

İç turizm ve sosyal turizmin Türkiye’de gelişmesini sağlayan bir diğer etken de kişi başına düşen gelir seviyesindeki görülen artıştır. Kişi başına düşen gelir seviyesindeki artışla beraber refah seviyesindeki artış, insanların yaşamlarını idame ettirmek amacıyla harcamalarıyla birlikte artık keyfi harcamalara da imkan tanınmasına sebep olmuştur. Kişilerin turizme ayırabileceği bütçede artışa neden olan bu durum, ek olarak özellikle birtakım sosyal ve ekonomik kapsamlı desteklemelerle, ücretli kitleler turizme katılma olanağı bulmaktadır. Böylece Türkiye’deki ekonomik ve sosyal gelişmelerin sağladığı imkanlar, geniş kitlelere ulaşarak turizme katılmalarında önemli bir rol oynamaktadır (Usta, 1988: 110).

3.2.3. Sosyal Turizm’in Çeşitli Tanımları

Zaman içerisinde gerçekleştirilen çalışmalarda benzer sosyal turizm kavramları ortaya atılmıştır. Bu kavramların içerisinde kişilerden ve zamandan bağımsız olarak ele alınabilecek bazı anahtar kelimeler bulunmaktadır. Bunlar “ekonomik açıdan kısıtlı”, “gelir seviyesi bakımından alçak sınıfta yer alan”, “sosyal gelişim”, “halk tabakası” gibi kelimelerdir. Bu durumda çalışmaların bütününden; gelir seviyesi bakımından düşük sınıfta yer alan, iktisadi şartları turizm faaliyetlerini gerçekleştirmek için yeterli olmayan, dezavantajlı kesim içerisinde bulunan, sosyal gelişime ve sosyal etkileşime ihtiyaç duyan halk tabakasının gerek devlet destekleri gerek ise özel destekler sayesinde gerçekleştirdiği turizm faaliyetlerinin tümüne ‘*sosyal turizm*’ kavramı kullanılabilir. Tanımda yer verilen dezavantajlı kesim; engellileri, 65 yaş üzeri yaşlıları, kronik rahatsızlığı olanları, öğrencileri, memurları, işçileri, orta gelir sınıfını ve boşanmış bireyleri içermektedir. Sarı vd., (2022), yaptığı çalışmada da uyguladığı anket formunda sosyal turizm faaliyetlerinde destek alması gereken kesimi ‘*dezavantajlı kesim*’ olarak ifade etmiştir.

Genel olarak sosyal turizm kavramı, çeşitli kamu ve özel sektör aktörlerini, paydaşları ve farklı girişimleri bir araya getiren bir şemsiye kavram olarak kabul edilmektedir (Minnaert vd., 2012: 19). Uluslararası Sosyal Turizm Bürosu'nun (ISTO) sosyal turizme dair tanımı (2003) şu şekildedir: "Sosyal turizm, düşük gelirli kesimlerin turizme katılımını sağlamak için iyi tanımlanmış sosyal yöntemler kullanılarak gerçekleştirilen tüm kavramlar ve faaliyetlerdir." Sosyal turizm, düşük gelirli kesimlere yönelik olarak tasarlanmış ve bu kesimlerin turizme katılımları belirli sosyal yöntemlerle desteklenmektedir (Bıçkıcı vd., 2013: 51).

Hunziker (1951: 1), sosyal turizmin ne olduğunu ilk tanımlayanlardan biridir. Ona göre, bu kavram; toplum içinde yaşayan dezavantajlı grupların veya ekonomik olarak zayıf kesimlerin turizm faaliyetlerine katılımlarının bir tür fenomen veya ilişki olduğunu ifade eder. Hunziker, daha sonraki yıllarda bu tanımı birtakım yorumlarla zenginleştirerek şöyle tanımlamıştır (Hunziker, 1951'den Akt. ; Minnaert vd., 2012: 20): “Sosyal turizm, özel veya

ahlaki hizmetlere dayalı olarak, düşük gelirli bireylerin katılımıyla kazandığı nitelikli bir turizm türüdür.” Ayrıca Hunziker (1951), sosyal turizmin iktisaden zayıf ve bağımlı kitlelere imkanlar sağlamaya yönelik olduğunu ifade etmiştir. Ulusal çıkarların gözetilmesi, ruhsal ve bedensel sağlamlığı korumak ve canlandırmak adına, ahlaki, kültürel ve sosyal görüş açısını da geliştirmek amacıyla sosyal insan kavramını göz önünde tutarak, bireylerin turizme katılması olanağının sağlanması amacıyla alınan önlemlerin tümünü sosyal turizm faaliyetleri olarak tanımlamak mümkündür.

Haulot (1966), sosyal turizm faaliyetlerinin satın alma gücü yetersiz olan halk tabakalarının turizme katılmalarından doğan olaylar ve ilişkiler bütünü olduğunu savunmuştur. Bu durum dolayısıyla giderek gelişen sosyal turizm, hükümetler tarafından hem maddi hem de başka koşul iyileştirmeleri ile destekleneceği görüşünü ortaya atmıştır.

Akoğlu (1971), sosyal turizm faaliyetlerinin özel tedbirler sayesinde satın alma gücü az veya sınırlı olan halk tabakalarının turizm olayına katılmalarından doğan olaylar bütünü kapsadığını ifade etmiştir.

Yılmaz (1984) yılındaki çalışmasında sosyal turizmin iktisadi yönden zayıf kitlelere hitap ettiğini, bir takım özel tedbirler ve kolaylaştırıcılar yolu ile turizm faaliyetine katılmalarının sağlanması gerektiğini belirtmiştir. Olalı (1984) yılında gerçekleştirdiği çalışmada da Yılmaz (1984) ile aynı ifadelere yer vermekte olup ayrıca sosyal gelişme anlayışının da terimin içerisinde olduğunu ifade etmiştir.

Usta, 1988 yılında yayımladığı kitabında ise sosyal turizm kavramına dair şu açıklamalara yer vermiştir:

“Sosyal turizm ile eşanlamlı olarak çoğu kez kitle turizmi, halk turizmi gibi deyimler kullanılmaktadır. Bu deyimler aslında sosyal turizm biçiminde oluşan ilişkileri tam anlamıyla yansıtmamaktadır ancak sınırlı özellikleri olan farklı turistik hareketleri belirtmektedir. Örneğin; seyahat acentesi tarafından düzenlenen bir gemi turu, kitle turizm hareketi olarak değerlendirilebilir lakin bir sosyal turizm aktivitesi olarak ifade edilemez. Bu farklılık sosyal turizm kavramının daha geniş açıklanması gerekliliğini doğurmuştur.”

Usta, 1988 yılındaki çalışması haricinde 1992 yılında Sosyal Turizm hakkında başka bir çalışmasında ise terimi; İkinci Dünya Savaşı’ndan sonra hızla gelişen, özel bir anlam ve kapsam kazanan yeni bir turizm türü olarak açıklamıştır. Yarım yüzyıldan beri hızlı bir gelişim sürecinde bulunduğunu ifade etmiştir. Sosyal turizmin dar gelirli kitlelerin turizme katılmaları ve tatil yapmaları anlamını taşıdığını belirtmiştir. Birinci Dünya Savaşı’nın ardından turizmin yapısında hızlı bir değişim yaşanmıştır. Belirtilen dönem öncesinde turizmdeki gezme, görme, eğlenme, dinlenme anlayışı belirli sınıflara özgü durumdadır. Fakat bu dönemde belirli sınıfa özgü olmaktan çıkıp, gelirleri ve ekonomik güçleri sınırlı olan tabakaların da turizme dahil olması söz konusudur. Usta (1992: 46), bu durumu “Turistik Demokratizasyon” olarak

tanımlamıştır. Turistik demokratizasyon, gerek devlet tarafından alınan özel önlemlerle gerçekleşmiş, gerekse kişilerin çalıştığı kurumlar tarafından değişik imkanlar biçiminde sunulmuştur. Devlet tarafından gerçekleştirilen maddi desteklerin yanı sıra halkın turizme dahil edilme çalışmaları daha da ön plana çıkmıştır. İşçi sınıfının hafta sonu izinleri düzenlenmiş, yıllık izin hakları tanınmıştır. Turizmde daha öncesinde sadece gezme, görme, eğlenme anlayışı hakimken; bu dönemde sosyalleşme, sosyal yaşam, insani ilişkiler ve haklar kavramları turizm ile bağdaştırılmıştır. Bu durumda sosyal turizm kavramının doğuşunu pekiştirmiştir.

Bu ifadelerle ilaveten Usta, 2014 yılındaki çalışmasında ise sosyal turizm kavramını daha genel ele almıştır. Bahsedilen çalışmada sosyal turizmin birtakım özelliklerine değinmiştir. Sosyal turizmin bireylerinin iktisadi güçleri sınırlı kişilerden oluşması, bu kişilerin çağdaş sosyal gelişim anlayışına uygun olarak ve sosyal kavramının içinde turizme katılmalarının gerekliliği, kitlelerin kendi mali güçleriyle turizme katılmaları zor olduğundan özel önlem ve tesisler bu katılımlara yardımcı olması gerektiğini, devletin kredi ve yardım desteği yapması gerektiğini, bu durum dolayısıyla da turizmin geniş kitlelere ulaştırılmasının amaçlandığı ve olumlu etkilerinden yararlandırılmasının temel hedef olduğunu belirtmiştir.

Uluslararası Sosyal Turizm Bürosu (ISTO) ise 2003 yılında sosyal turizmi; iyi tanımlanmış sosyal yöntemler sayesinde, nüfusun düşük gelirli kısımlarının turizme dahil edilmesinden doğan tüm kavram ve olaylar bütünü olarak kavramsallaştırmıştır.

Avrupa Ekonomik ve Sosyal Komitesi (EESC, 2006)'nin perspektifine göre, sosyal turizm bir hak olarak kabul edilmektedir. EESC, herkesin günlük, haftalık ve yıllık olarak işten izin alabilme hakkını savunmaktadır. Bu boş zaman hakkının, bireylere kişiliklerinin her yönünü geliştirme fırsatı sunacağına inanmaktadır. Turizm hakkı, bu genel hakkın somut bir ifadesi olarak görülmekte ve sosyal turizm de bu hakkın evrensel olarak erişilebilir olmasını sağlama amacını taşımaktadır. Ayrıca Avrupa Ekonomi ve Sosyal Komitesi 2006 yılında yayınladığı raporunda, bir faaliyetin sosyal turizm faaliyeti sayılabilmesi için üç koşulun yerine getirilmesi gerektiğini belirtmektedir:

- *Kitlelerin yaşadığı hayat şartları, turizm hakkını kısmen veya tamamen kullanmayı imkansız hale getirebilir. Bu durum; ekonomik koşullar, fiziksel veya zihinsel engeller, kişisel veya ailevi izolasyon, düşük hareketlilik, coğrafi problemler ve gerçek bir engel olarak ortaya çıkan çeşitli nedenlerden kaynaklanabilir.*
- *Bireylerin, kamu kurumlarının, özel sektörün veya en azından örgütlü bir grup insanın, insanların turizm haklarını kullanmalarını engelleyen faktörleri ortadan kaldırmak için harekete geçme kararı almış olmaları gerekmektedir.*
- *Bu girişimin etkili olabilmesi için, insanların sürdürülebilirlik, erişilebilirlik ve dayanışma ilkelerine saygı göstererek turizme katılmalarına yardımcı olması gerekmektedir.*

Dumitru vd., (2009) gerçekleştirdiği çalışmada çocuklar ve gençlerin sosyal turizmin temel hedef gruplarından birisi olduğuna değinmiştir. Gelişmiş ülkelerde gençlerin tatil hareketine katılmaları, onlar için özel ürün ve hizmetlerin tasarlanması anlamına gelmekte olduğunu ifade etmiştir. Bu durum dolayısıyla Avrupa’da çocuklar ve gençlere yönelik sosyal turizm uygulamaları hayata geçirilmiştir.

Kozak vd., (2019) çalışmasında sosyal turizm kavramını açıklarken ekonomik güç kavramının esas alınması gerektiğini belirtmiştir. Diğer her tanım gibi ekonomik faktörlerin ön plana çıkarılmasına ilaveten ölçütün kesinlikle ekonomik faktörler olması gerektiğini savunmaktadır.

3.2.4. Sosyal Turizm’in Amaçları

Sosyal turizmin doğuşu ve ortaya çıkma amaçlarından birisi insanların sosyal aktivite, sosyalleşme, insan gibi yaşama gibi durumlardan yoksun kalmamasını sağlamaktır. Bu çerçevede ilk hedef olarak dar gelirli kesimin turizm hareketlerine dahil edilmesi, sonrasında ise sosyal turizm için uygun profile sahip dezavantajlı kesimin turizm faaliyetlerine katılımı belirlenmiştir. Dar gelirli kesimin ilk hedef olarak görülmesinin temel sebebi ise dönemin şartlarına göre ortaya çıkan sosyal turizm hareketini başlatan kesim olarak görülmesidir. Ücretli izinler, tatil hakları, yıllık izin politikaları gibi sosyal turizmi destekleyici unsurlar bahsi geçen kesimin turizme katılımını kolaylaştırmak amacıyla ortaya çıkmıştır. Bu sayede sosyal turizm, fiziksel yorgunlukların giderilmesi, dinlenme hakkı, ruh sağlığı, doğayla iletişim, eğlence imkanları gibi temel ihtiyaçlara yönelik amaçlar gütmektedir. Özellikle ortaya çıkış dönemindeki yoğun çalışma temposundaki yıpranmalara bir tepki olarak ortaya çıkan sosyal turizm, günlük alışılmış yaşantıdan uzak, elverişli özel ortamlar içerisinde huzur, sessizlik ve dinlenme olanaklarını sağlamayı amaç edinmektedir. Bu nedenle sosyal turizm dahilinde tatiller, fiziksel bir zorunluluk taşımaktadır (Moro, 1962).

Usta (1992), sosyal turizmin amaçlarını şu şekilde tanımlamaktadır: işçi sınıfının düşünce ve değer yargılarının geliştirilmesi, diğer insanlarla karşılaştırma ve sosyal kaynaşma alışkanlığının kazandırılması, kendi ülke insanlarını tanıma fırsatı sunması yanı sıra diğer ulusların bireyleriyle yakınlaşma ve dostluk duygularının geliştirilmesi, barış içinde bir yaşam bilincinin kitlelere ulaştırılması, sosyal eşitliğin sağlanması ve bu durumun sosyo-ekonomik yapı içinde yayılması, yaşlılar için aktif bir yaşam ortamının oluşturulması olarak özetlemektedir.

Avrupa’da uygulanan sosyal turizm örneklerinde belirtilen amaçlar çeşitli şekillerde hayata geçirilmektedir. Örneğin, Fransa’da kullanılan tatil çeki sistemi, toplumun geniş kesimlerinin tatil faaliyetlerine katılımını teşvik etmeyi hedeflemektedir (Diekmann vd., 2012:

37). İspanya'daki IMSERSO programı ise yaşlıların yaşam kalitesini artırmaya yönelik olmanın yanı sıra turizm sektöründeki işsizlikle mücadele gibi ekonomik amaçları da içermektedir (Flanders Belgium Tourism Notebook, 2009: 80).

3.2.5. Sosyal Turizm'de Etkenler

Sosyal turizmin kendine özgü yapısal bir özelliğe sahip olması, değişik etkenlerin bağımlılığı altında kalması sonucunu yaratmaktadır (Usta, 1988: 110). Bu durumda sosyal turizmi etkileyen 3 temel etken bulunmaktadır. Bu etkenler sosyal turizm yönünden önem taşımaktadır. Gelirleri sınırlı olan kitlelerin turizme katılması hedefine yönelen sosyal turizmde, sosyo-ekonomik nitelikleri ağır basan önlem ve tesisleri kapsamaktadır.

3.2.5.1. Temel Etkenler

Sosyal turizmin gelişebilmesi için bazı temel nedenlerin varlığı söz konusudur. Temel etkenler, sosyal turizmin oluşumuna katkıda bulunduğu kadar; gelişmesi ve yayılması açısından da önem taşımaktadır. Sosyo-ekonomik yapıdaki yeri ile de önem taşımaktadır. Sosyal turizmde temel etkenler, 3 alt başlığa ayrılmaktadır. Kendi içlerinde sınıflandırma da bulunan bu alt başlıklardan birincisi “Sosyal Politika” olarak isimlendirilmiştir. Sosyal politika, sanayi devriminin gerçekleşmesiyle birlikte değişen çalışma koşulları giderek kötüleşmiştir. Bu duruma bağlı olarak sosyal yaşantının ve sosyal yaşam standart düzeyinin elverişsiz olduğu o dönem için inkar edilemez derecede ortadadır. Yıllar boyunca süren sosyal güvensizlik ve kötü bir ortamın çalışma şartları, kitleleri çeşitli akımlar çevresinde birleşmeye götürmüştür. Kuşkusuz çeşitli ülkelerde çalışanlar, ekonomik ve sosyal çıkarlarını korumak amacıyla örgütlenmiştir. Savunmaya çalışılan bu ekonomik ve sosyal çıkarlar dolayısıyla çıkan tartışmalara sonunda devlet el atmak zorunda kalmıştır. Bu durumda sosyal politika kavramı, Batıda özellikle 19. yüzyılın ikinci yarısından başlayarak 20. yüzyılın başlarına kadar sanayileşmenin olumsuz etkenlerinden işçileri korumak amacıyla, toplumların iş ve ekonomi hayatına devletin müdahalesi yolunda alınan önlemlerin bütünü olarak ortaya çıkmıştır (Usta, 1988: 111). Bu dönemde gelişen sanayi hayatının ön planda çözüm yolu bekleyen problemi, hızla artan işçi kitlesinin ekonomik ve sosyal durumunun düzeltilmesi amacı gütmektedir. Bundan dolayı, iş ve işçi güvenliği, işçi sağlığı, asgari ücretin sağlanması gibi çalışmalarda bulunulmuştur. Sosyal güvenlik, ücret düzeltmeleri, çalışma saatleri, yaş sınırları ve tatil hakları gibi birçok hak ve imkanlar, bahsi geçen işçi sınıfına sağlanmıştır.

Özellikle sosyal turizmi ilgilendirdiği için tatil ve izinler konusundaki haklar, uzun bir süreç boyunca tartışma yaratmıştır. Çünkü, sanayi devriminin ortaya çıkardığı sorunlardan biri de işçinin taleplerini umursamaksızın işverenler tarafından koşullar fütursuzca çalışma sürelerinin uzatılmasıdır. Dönemin şartlarında, mümkünatı oldukça hızlı ve verimli bir şekilde

ucuz imal etme politikası, sanayi devriminin ilk dönemlerindeki üretim politikaları arasında yer almıştır. Bahsi geçen sosyal politika kararları doğrultusunda çalışanlar, belirli bir çalışma dönemi sonucunda dinlenme ve tatil hakkını elde etmişlerdir. Süreç içerisinde bu dinlenme ve tatil hakları yasalarca düzenlenerek sosyal turizmin en önemli etkeni olan ücreti tatil biçimine dönüşmüştür. Bu nedenle, sosyal turizmin gelişmesinde, ücretli tatil haklarının önemli bir yeri olduğu görülmektedir (Usta, 1988: 111).

Ücretli tatil haklarının sanayi devriminin ilk dönemlerindeki eksikliği, sürekli çalışma dolayısıyla işçilerdeki yorucu etkileri ve sağlık bakımından zararlı olduğu gibi iş üzerindeki ilgi ve verim yönünden de birtakım olumsuz sonuçlara yol açmıştır. O dönem, verimli çalışmanın sürekli çalışma ile geleceğini düşünen işveren kesimi, işçinin sosyal yaşantısını görmezden gelmektedir. Aksine verimli bir çalışma süreci, çalışan insanların belirli sürelerle dinlendiği, eğlence zamanının ve tatil zamanının bulunduğu ve çeşitli sosyal imkanlara sahip olduğu şartlar silsilesi ile gerçekleştirilebilmektedir. Yorucu çalışma süreci altında belirli bir dönem çalışanların gerçekleştirdiği tatil, çalışanlar üzerinde işe geri dönüş döneminde olumlu bir etkiye sahip olacaktır. Usta (1988)'nın belirttiği gibi; moral ve fiziksel gücü tazelenen bir insan, daha verimli bir çalışma ortamını kendisi yaratmaktadır. Çalışan insanların sosyal turizme katılabilmeleri için, tatil ya da izin denilen boş zamanlara ihtiyacı vardır. Boş zaman kavramı, özellikle günümüz çalışma düzeninde oldukça önem kazanmıştır. Dar gelirli toplum tabakalarında dinlenme, eğlenme, seyahat gibi ihtiyaçlarını karşılayan imkanlardan birisi anlamına gelmektedir. Tatiller, insanların kendi hayatlarını kendi arzuları ile yaşayabilecekleri dönemleri oluşturmaktadır (Usta, 1988: 112).

Tatillerde yasal düzenleme, genel veya kısmi bir biçimde yapılmaktadır. Öncelikle tatillerin tüm mesleklere ve ülkenin tümüne yayılmasını kapsamaktadır. Diğer bir husus ise bazı meslekleri veya bazı bölgeleri içermektedir. Bu düzenlemeler, bir mevzuata dayandırılmaktadır. Tatil hukuku olarak adlandırılan bu hukuk dalı, kaynağını Özel ve Kamu Hukukundan almaktadır (Usta, 1988: 112). Lakin, uluslararası hukuk kurallarına dayanan uluslararası sözleşmelerle tatil hukukunun kapsamı geniş boyutlara ulaştırılmıştır. Çünkü sosyal turizmden beklenen amacın gerçekleştirilmesi için tatillerin yasal olarak düzenlenmesi aynı zamanda uluslararası bir özellik taşımaktadır. Bu süreç içerisinde yıllık olarak verilen izinlerin ve bu izin süresince ücretin kesintiye uğramadan ödenmesinin önemi vardır. Bu durum, sosyal turizmin temel ilkeleri arasında yer almaktadır. Neredeyse her ülke o dönemlerde kendi yapısına uygun yasalar çıkartmıştır. Sosyal ve ekonomik şartların sağladığı imkanlar çerçevesinde tatillerin yayılmasını gerçekleştirmeye çalışmıştır. Örneğin 1903'te İsviçre'de

Bern Kantonu, 1919'da Avusturya, 1936'da Fransa, 1938'de İngiltere, 1960'ta da Türkiye ücretli izin hakkı tanıyan kanunları yürürlüğe sürmüştür (Usta, 1988: 112).

Temel etkenler içerisindeki sınıflandırmadaki ikinci alt sınıflandırma ise “Gelir” olarak sınıflandırılmıştır. Genel olarak insanların tatile çıkması için dört temel şart gerekmektedir. Bu dört şart; boş zaman, yeterli gelir seviyesi, tatile çıkma isteği ve istekleri gerçekleştirebilecek teknik olanaklardır. Gelir seviyesi, insanların tüketimde bulunmaları için, temel etkenlerden birisidir. Seyahate çıkmak ve tatil yapmak, gelir seviyesi ile direkt olarak bağlantılıdır. Çünkü yaşamın sürdürüldüğü konut dışarısında turistik amaçla yapılan seyahatler, konfor alanı dışarısında yer aldığı için normal düzeydeki tüketimi aşan bir harcamayı gerektirmektedir.

Temel etkenlerdeki son sınıflandırma, “Sanayileşme ve Çevre Kirlenmesi” olarak adlandırılmıştır. Kentleşme süreci ile sanayileşmenin birlikte ele alınması gerekmektedir. Sanayileşmenin kentleşme olgusunu ortaya çıkarması kadar, kentleşmenin de sanayileşmeyi geliştirdiği ve doğal olarak da bir neden sonuç ilişkisinin varlığının ortaya konulduğu bilinmektedir (Usta, 1988: 112). Sanayileşme sürecinin yarattığı ortam değişikliği olgusunun temel nedenleri arasında çevre kirliliğinin büyük bir yeri bulunmaktadır. Çevre kirliliğini; kirleticilerin ortalığa saçılması, ortamların doğal yapısının bozulması ve aşırı israfın olmasının etkisi altında, kentleşmenin getirdiği kirlilik, ulaşım araçlarından kaynaklı çevre kirliliği ve sanayi işletmelerinin yarattığı çevre kirliliği başlıklarına ayırmak mümkündür (Usta, 1988: 118-119).

3.2.5.2. Geliştirici Etkenler

Temel etkenler, Sosyal Turizm faaliyetlerini yaratmış olmakla beraber yeterli değildir. Örneğin ücretli tatil hakkının verilmesi sosyal turizmin oluşması için yeterli bir itici güç olmaktan uzaktır (Usta, 1988: 119). Çünkü, sosyal turizmin bireyleri her şeyden önce ekonomik anlamda sıkıntılı bireylerden oluşmaktadır. Dezavantajlı grup içerisinde sadece ekonomik faktörler ele alınarak sınıflandırma yapılmasa da sosyal turizmin ortaya çıkış nedeni olan ekonomik faktörler geliştirici etkenler için motivasyondur. Sosyal turizmde geliştirici etkenlerin ilki, ekonomik yardımlar ve sosyal yatırımlardır. Bunlar, genel olarak gelir düzeyinin yetersizliğinden dolayı tatile çıkma imkanı bulamayan ücretli kitlelere ekonomik katkı niteliğindedir. Bu katkı, değişik uygulamalar şeklindedir. En yaygın uygulamalar ise; tatil kredileri, ulaştırma araçlarında indirimli fiyatlar, özel seyahat ya da tatil çeki kullanımı, taksitle tatil olanağı, konaklama tesisleriyle sosyal turizm bireyleri arasında bağlantı kurulması (indirimli özel anlaşmalar), tasarruf sandıkları (tatil sandıkları) kurulması ve yaygınlaştırılmasıdır (Usta, 1998: 119). Bu önlemler doğrultusunda sosyal turizmin gelişimi söz konusudur. Büyük bir önem arz eden bu

geliştirmeler olmadan sosyal turizmi işlevsel yönüyle düşünmek ve bireylerin sosyal turizm faaliyetlerine dahil etmek zordur.

Geliştirici etkenlerin ikincisi ise Usta (1988) tarafından “Üçüncü Yaş Turizmi” olarak belirtilmiştir. Üçüncü yaş grubu olarak nitelendirilen, çalışma yaşamından ayrılmış, yaşlılık dönemine girmiş kitlelere günümüzde önemli bir tüketici topluluğu gözüyle bakılmaktadır (Usta, 1988: 120). Üçüncü yaş devresine giren kitlelerin ve buna bağlı olarak ortaya çıkan üçüncü yaş turizminin en önemli nedeni gerek tıbbi buluşların gerekse ileri teknolojinin yarattığı iyi yaşam koşullarının insan ömrünün süresini ve sağlığını artırmasıdır. İkinci Dünya Savaşı sonrasında ortalama insan ömrünün 60 yılı geçmediği dönemde, 1960-1965 yılları arasında gelişmeler sonrasında Avrupa’nın yaşam koşulları insan ömrünü ortalama rakamlarla erkeklerde 68, kadınlarda ise 74 olarak belirlenmesine olanak sağlamıştır (Aslan, 1972). Böylece endüstrileşmiş batı topluluklarında artık üretici bir güç olmaktan çıkan yani çalışma devresini tamamlayan, sağlanan sosyal haklarla yeni bir yaşam devresine giren bu kitle, yeni tip yaşam tarzının araştırılması çabası içerisindedir (Haulot, 1974). İşte bu durumlar dolayısıyla üçüncü yaş turizmi denilen sosyal turizm şeklinin ortaya çıkmasındaki ana etken belirlenmiştir. Özgür yaşam dönemini kapsayan ve yaşlıları kapsayan bir turizm şeklidir.

Geliştirici etkenlerin sonuncusu ise ulaştırma alanındaki gelişmelerdir. Her alanda olduğu gibi ulaştırma alanı da teknik ve teknolojik gelişmeler dolayısıyla büyük gelişim dönemleri yaşamıştır. Bu gelişimler sayesinde uzun zaman alan yolculukların kısa sürelerle düşmesi söz konusudur. Ayrıca yolculuğa ayrılan sürenin kısaltılması, bunun yanında ulaşım araçlarının taşıma kapasitesindeki elde edilen artış, orta ve dar gelirli tabakalarda turizme katılımda kolaylık sağlamıştır. Usta (1988)’nin de belirttiği gibi motorlu taşıtların yaygın kullanımı ile hafta sonu ve bayram tatilleri gibi boş zamanların değerlendirilmesi sağlanmış, daha uzak lokasyonlara ulaşabilme imkanlarından dar gelirli kitleler de yararlanmaya başlamıştır. Özellikle havayolu taşıtlarının sağlanan kapasite artışı, ulaşım ücretlerinde indirimlere sebep olmuştur. Bu nedenle ulaştırma alanındaki gelişmeler, sosyal turizm faaliyetlerinde olumlu ve geliştirici bir etkiye sahiptir. Kişi başına düşen maliyetin azalması dolayısıyla fırsat bulan dar ve orta gelirli kesim, daha sık seyahat etme imkanı bulmuştur.

3.2.5.3. Kısıtlayıcı Etkenler

Sosyal Turizm’in gelişimi ve dünya genelinde yayılışı için büyük bir önem arz eden temel ve geliştirici etkenlerin yanı sıra bu faaliyetlerin gerçekleştirilmesini kısıtlayan etkenler de bulunmaktadır. Bu kısıtlayıcı etkenler, sosyal turizm faaliyetlerinde güçlük doğurmaktadır. Üç alt sınıfa ayrılan bu kısıtlayıcı etmenlerin ilki olan ekonomik yetersizlik, aslında sosyal turizmin doğuşunu ve amacını teşkil eder. Çünkü belirli bir ücret karşılığında çalışan bireyler,

turizme katılma açısından yeterli finansal güce erişememektedir. Ayrıca boş zamanların değerlendirilmesi konusunda turizm ile diğer eğlence imkanları arasında tercih yönünden rekabet dikkat çekmektedir (Haulot, 1966: 8). Genellikle diğer seçenekler göz önünde bulundurulduğunda bahsi geçen dönemde turizm, katılım ve tatile çıkma isteğinin ekonomik boyutları düşünülünce tercih sırasında geride kalmaktadır. Lakin sabit gelirli sınıfların yeterli parasal imkanlardan uzak olması, turizme katılamayanların toplum içindeki payının büyük oranlara ulaşmasına neden olmaktadır. Sosyal turizmde bu gibi kısıtlayıcı etkenler, yetersizliği ortaya koymaktadır.

Kısıtlayıcı etkenler arasında yer alan diğer bir etken ise mevsimlik yoğunlaşmalardır. Turizmde mevsimlik yoğunlaşmalar, özellikle turizm talebinin belirli bir zaman içerisinde ya da mevsimde, belirli destinasyonlarda yoğunlaşması anlamını taşımaktadır. Turistik taleplerde destinasyon anlamında yoğunlaşmaları sağlayan başlıca nedenlerden birisi turistin alışılmışın dışındaki lokasyonları aramamasıdır. Böylece belirli destinasyonlar, ekonomik ve sosyal yönden gelişmiş ve etkilenmiş turizm merkezleri haline gelmiştir. Mevsimlik ve dönemsel yoğunlaşmaların başında ise yaz mevsimindeki yoğunluktan söz edilmektedir (Usta, 1988). Günümüzdeki şartlar göz önünde tutulmazsa, 19. yüzyılın ikinci yarısı ve 20. yüzyılın başlarında yaz aylarında turizm daha aktif olmaktadır. Günümüzde ise turizmin her yönünün gelişmesi, mevsim ayrımı olmaksızın her dönemde farklı bir turizm türünün varlığı, bu mevsimsel konsantrasyonu bir nebze kırmıştır. Bu duruma bağlı olarak turizm henüz doyum noktasına erişememiştir. Usta (1988), mevsimlik konsantrasyonun artacağı yönünde fikirlerini beyan etmiş olsa da günümüz şartlarında bu durumun tersine döndüğü görülmektedir. Kitlel turizm talepleri, sahil-kum-güneş üçlüsü talepleri hala turizm algısında ön planda bulunsa da gelişmeler sayesinde mevsimsel yoğunlaşmanın bahsi geçen döneme göre azaldığı gözle görülmektedir.

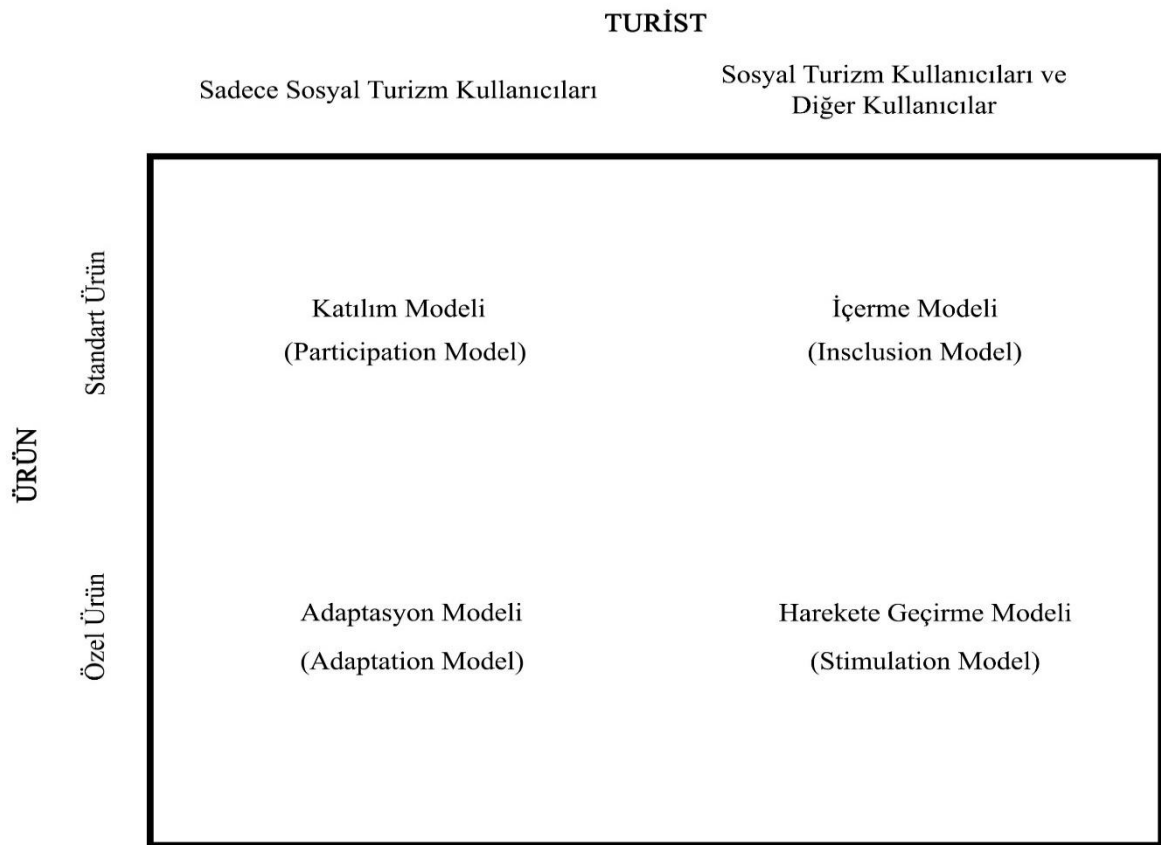
Yıllık izinler, genelde yaz aylarında yoğunluk kazandığından, sanayi kuruluşları faaliyetlerini durdurmak zorunda kalmaktadır (Usta, 1988: 122). Bu nedenle işletmeler temel faaliyetlerini zarar vermeyecek bir şekilde personel izinlerini düzenlemektedir. Endüstrinin getirdiği bu zorunluluk dolayısıyla dezavantajlı kesimin, turizmde yeterli konumda olması engellenmektedir. Bu durum da endüstriyel zorunluluk olarak adlandırılmaktadır. Çalışanların aynı dönemde, aynı taleplerle izin arayışı içerisinde olması hem çalışanları hem de işverenleri olumsuz etkilemektedir.

3.2.6. Sosyal Turizm Modelleri

Farklı coğrafyalarda gösterdiği evrim özelliklerine bağlı olarak sosyal turizm ürünlerinin ve bu ürünlerden faydalanan sosyal turizm faydalanıcılarının sınıflandırılmasını

sağlayan ve günümüzdeki ilerlemesini gösteren bir çalışmada, Avrupa’da dört sosyal turizm türünün belirgin olduğu vurgulanmaktadır (Minnaert vd., 2011’den Akt.; Sonuç, 2016: 14).

Minnaert vd. (2011) gerçekleştirdiği çalışmasında, turist algısını şekillendirme ile betimlemiştir. Bu durumda aşağıda görülen şekilde görülen sosyal turizm modellerinden soldaki katılım ve adaptasyon modelleri daha çok sosyal, sağ sütunda bulunan içerme ve harekete geçirme modelleri ise ekonomik ağırlıklı çıktılar elde etmeye uyumludur. Bu modellerin uygulandığı farklı lokasyonlar, yerel, bölgesel ve ülkesel çevredeki sonuçlar değişiklik göstermektedir.



Şekil 8: Sosyal Turizm Modelleri

Kaynak: Minnaert, Maitland ve Miller, 2011: 405.

Şekil 8’den yola çıkarak sosyal turizmin modellerinde iki farklı ürün bulunmaktadır. Standart ürün ve özel ürün olarak ikiye ayrılan bu ürün modelleri turistler ile bağ kurmaktadır. Sadece sosyal turizm kullanıcılarının yer aldığı ve sosyal turizm kullanıcıları ve diğer kullanıcıların da yer aldığı iki farklı turist ayrımı da söz konusudur. Minnaert vd. (2011), sadece sosyal turizm kullanıcılarının standart ürün türünde *katılım modeli*, özel ürün türünde ise *adaptasyon modeli* tipi modellerinde yer aldıklarını belirtmiştir. Aynı şekilde sosyal turizm kullanıcıları ve diğer kullanıcıların yer aldığı modeller ise standart ürün tipinde *içerme modeli*,

özel ürün tipinde ise *harekete geçirme modeli* olarak belirlenmiştir. Örneğin, yerel halkın düşük verimlilik yaşandığı turizm sezonlarında desteklenmesi amacıyla planlanan harekete geçirme modelinin temel hedefi, toplum içinde dışlanmış olan bir kesime özel bir turizm ürünü sunarak tatil hakkı kullanımını sağlamak ve bu kesimin tatilin birey üzerindeki olumlu etkilerinden yararlanmasını sağlamaktır. Topluma yeniden kazandırılmayı hedefleyen sağlıklı bireyler, adaptasyon modelinin birleştiği noktada, iki farklı tür arasında yer alan ve özelliklerini taşıyan bir geçiş özelliğine sahip sosyal turizm türü olarak ortaya çıkmaktadır. (Minnaert vd., 2011'den Akt.; Sonuç, 2016: 15).

3.2.6.1. Katılım Modeli (Participation Model)

Bu modelin temel özelliği, sunulan ürün tipinin standart olması ve turist tipinin ise sadece sosyal turizm kullanıcıları ile sınırlı olmasıdır. Katılım modeli, toplumda dezavantajlı kesimde bulunan insanların turizm deneyimini yaşamasını, tatil olanaklarının sağlanmasını amaçlayan bir sosyal turizm modelidir.

Belçika'da Flanders şehrinde bulunan Tatil Katılım Merkezleri, bu modelin örneği olarak gösterilmektedir. Bu kurum, konaklama ve turistik cazibe merkezleriyle görüşerek özel indirimler sağlamaktadır. Sağlanan indirimler, özel sektör tarafından istihdam artışı, tanıtım faaliyetleri ve kurumsal sosyal sorumluluk amaçları doğrultusunda gönüllü olarak sunulmaktadır. İndirimli hizmetlerden yararlanma imkanı, gelir düzeyini resmi belgelerle ispatlayan veya onaylanmış düşük gelirli bireylerle sınırlıdır. (Minnaert vd., 2011). Sosyal turizm kuruluşlarının özel olarak belirlenmiş bireylere sunulan hizmetler dışında genel olarak hizmet verdiği, sosyal turizm algısı içerisinde yer alan dezavantajlı gruplara hitap eden neredeyse bütün sosyal turizm kuruluşları katılım modeli çerçevesinde değerlendirilebilmektedir. Sebebi ise sosyal turizmdeki dezavantajlı grupların halihazırda turizm hareketlerine ve sosyal aktivitelere katılımının amaçlanmasından dolayıdır. Örneğin; engelli bireyler, kronik hastalığa sahip olan bireyler, trafik kazası mağdurları gibi belirlenen özel kitleler haricinde genel sosyal turizm algısı içerisindeki kitlelerin bütününe kapsamaktadır.

3.2.6.2. Adaptasyon Modeli (Adaptation Model)

Ekonomik farkların özellikle belirgin olduğu veyahut farklı dezavantajları olan kişiler için tasarlanan bu adaptasyon modeli, sosyal turizm içerisinde adapte edilmiş olan bir ürünün sunulması ile gerçekleşmektedir. Örneğin hareket engeli olan bireyler için tesisler ya da farklı sosyal faydaların sağlanması için özel olarak tasarlanmış aktiviteler bu hizmetler içerisinde yer almaktadır. Bu durumda da sunulan ürün, özel bir ürün olarak belirlenmiştir. Bu tür sosyal turizm modeli, katılımın hedeflendiği kullanıcılarla sınırlandırılmıştır (Minnaert vd., 2011).

Adaptasyon modelini uygulayan kurumlara örnek olarak en başta Birleşik Krallık'ta yer alan The Family Fund gösterilmektedir. 17 ve daha küçük yaşlardaki engelli çocukları ve onların ailelerini hedefleyen bu kuruluş; araba kullanma dersleri, bilgisayar dersleri ve tatil imkanları sağlanması ile topluma adaptasyonun gerçekleştirilmesini amaçlamaktadır. Engelli çocukların hayatlarının daha erişilebilir hale getirilmesini amaçlayan bu kuruluş sayesinde topluma adapte olabilen çocuklar hem kendilerini eğitimler ile geliştirebilir hem de tatil yapma imkanına sahip olabilmektedir. Sosyal becerilerinin geliştirilerek topluma adaptasyonu hedeflenen bireylerin pozitif deneyi yaşamaları, kuruluşun ana amaçları arasında yer almaktadır. Doğrudan hükümet tarafından desteklenen bu kuruluş, sosyal turizm modelleri arasında yer alan adaptasyon modeline öncülük eden kuruluşlar arasında yer almaktadır.

Bir diğer örnek ise Fransa'da yer alan Leucemie Espoir'dir. Bu sosyal turizm kuruluşu, aslında bir kanser vakfı olarak kurulmuştur. Lösemi ve diğer kanser türleri ile mücadele eden bireylerin yaşam kalitesini artırmayı amaçlamaktadır. Bu durumda bireylere çeşitli imkanlar sunulmaktadır. Sunulan imkanlar arasında turizm de yer almaktadır. Bu durum, sosyal turizmde bahsi geçen bireylerin adaptasyon modeli kapsamında özel ürün sunulmasıyla gerçekleşmektedir. Kolaylaştırıcılar yoluyla turizm faaliyetlerine katılması amaçlanan hedef birey kitlesi, topluma adaptasyonunun ve motivasyonunun artırılması için çalışmalar gerçekleştirilmektedir.

3.2.6.3. İçerme Modeli (Inclusion Model)

Sosyal turizmde içerme modeli, hem sosyal turizm algısı içerisinde yer alan dezavantajlı grupları hem de diğer turizm kullanıcılarını kapsamaktadır. Herkes için turizmi teşvik eden bir modeldir. Sosyal turizm kuruluşlarının, turizme katılımı kolaylaştırıcılar sağlaması ile farklı olanaklar sağlayarak toplumun birçok kesiminde turizme katılımı sağlamayı amaçlamaktadır. İçerme modelinde sunulan ürün standarttır. Dezavantajlı grup içerisindeki bireylere ve normal bireylere aynı ürün sunulmaktadır. Bu durumda her türlü bireyin bu olanaklardan faydalanması söz konusudur.

Tatil çekleri, tatil kuponları gibi uygulamalar içerme modeli altında yer almaktadır. Standart turizm ürünü ve hizmeti üzerine kurulu olduğu için sadece dezavantajlı hedef grup ile sınırlandırılmamıştır. Bu modelin örneklerinden birisi Fransa'da Tatil Çekleri (Holiday Voucher, Cheques Vacances) uygulamasıdır. Bu uygulamada, şirketler çalışanlarına tatil yapması için düzenli birikim yapabilme fırsatı sunmaktadır. Bu birikimler işverenler ve örgütler tarafından da desteklenmektedir. Şirketler ve örgütler, aslında vergi ödeyenlerin finanse ettiği bir devlet sübvansiyonunu oluşturan vergi indiriminden ve sosyal katkı payından faydalanmaktadır. Çalışanların, konaklama, yeme-içme, ulaşım gibi birçok imkana sahip

olmaktadır. Bu sistem, tatile katılanların sayısını arttırmayı amaçlamaktadır. Gelir düzeyi ne olursa olsun herkese açık olan bu sistem, daha geniş çalışan kitlesine hitap etmeyi de hedefleri arasında tutmaktadır. Yerli turizme etkisinin yadsınamaz olduğu bu sistemde, ülke içerisindeki değeri ise dağıtılan çeklerin dört katı kadar toplam harcama yapıldığı tahmin edilmektedir (Minnaert, Stacey, Quinn ve Griffin, 2010).

3.2.6.4. Harekete Geçirme Modeli (Stimulation Model)

Harekete geçirme modelinde, temel motivasyon destinasyon için sağlanan sosyal fayda elde etmek olduğu için bu model, diğer türlerden farklıdır. Bu modelde, eski popülerliğini yitirmiş, turizm sezonunda boş kapasite ile sıranmış ve gelir kaybına uğramış destinasyonlar bulunmaktadır. İşverenlerin işçilerinin sözleşmelerini sonlandırmak durumunda kaldığı destinasyonlar da bu modele dahildir. Her şey dahil paket turlar gibi özel ürünlerle hitap edilmeye çalışılan kullanıcı grupları, örneğin sosyal turizm kullanıcıları içerisinde yer alan yaşlı bireyler, bu tür müşteri grubuna örnektir.

Örneğin İspanya’da gerçekleştirilen IMSERSO projesi, kıyı bölgelerindeki bahsi geçen sınıf içerisinde yer alan destinasyonların yaşlı vatandaşlara özel olarak sunulan imkanlar ile harekete geçirme modeli içerisine alınmasını sağlamaktadır. Bu durum sonucunda, katılımcıların da potansiyel sosyal faydalarına ek olarak projenin finansal faydası tarafından devletin katkısının çok daha fazlasının karşılandığı tartışılmaktadır (Minnaert vd., 2010).

3.2.7. Sosyal Turizm Faaliyetlerinin Faydaları

Sosyal turizm, toplumun her bireyinin bir insan olarak, turizme katılma hakkının gerçekleştirilmesini sağlamaktadır. İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi’nin 24. maddesinde yer alan turizm hakkı bir insan hakkı olarak yer almaktadır (Sonuç, 2016: 19).

Sosyal turizm; bireylere hem bireysel hem de toplumsal düzeyde turizmin olumlu etkilerinden faydalanma imkanı sunmaktadır. Turizm faaliyetleri, toplum içinde iletişimin daha olumlu ve dostane bir atmosfere kavuşmasına katkı sağlamakta, toplumsal bağların güçlenmesine yardımcı olmaktadır. Bu durum, uzun vadede sosyo-ekonomik ilişkilerin gelişerek güçlenmesine olanak tanımaktadır (Minnaert, Maitland ve Miller, 2009a ve 2009b).

Sosyal turizm esasen iç turizmi oldukça desteklemektedir. İnsanların hem kendi yaşadığı ülkeyi tanıması, ülkedeki farklı kültür bölgelerini keşfetmesini ve tarihini öğrenmesine olanak sağlayan iç turizm, sosyal turizm ile pekişmektedir. Sosyal değerlerin gelişmesine de yol açan iç turizm, insanların sosyalleşmesine olanak sağlamaktadır. Yerel boyut dışında sosyal turizmin ulusal ve uluslararası birçok katkısı bulunmaktadır. Sosyal turizm, uluslararası turizmle ilişkilendirildiğinde, insanların etkileşimi sonucunda açık görüşlülük, vizyon gelişimi

ve demokrasi gibi konularda bilinç düzeyinin artmasıyla hem iç hem de dış turizme katkıda bulunduğu savunulmaktadır.

Sosyal turizm, çevreyi ve yerel kültürü koruyucu, ailevi ve toplumsal ilişkileri olumlu yönde geliştiren, ekonomik getiriler sağlayarak istihdamı destekleyen, aile bütçesine katkıda bulunan, turizm sektöründeki mevsimsellik sorunlarını azaltan, turizmin çeşitliliğine katkı sağlayan ve toplumları bir araya getiren özellikleriyle sürdürülebilir bir turizm biçimidir. Sosyal turizm, toplumsal barış, refah ve huzurun güçlendirilmesine de katkı sağlayan bir araç olarak değerlendirilmektedir. Özellikle geleceğin yetişkinleri, bürokratları ve temsilcileri olan gençlerin sosyal turizme dahil edilmesi, bu turizm türünün barıştırıcı etkilerinden yararlanılmasını mümkün kılmaktadır. (Sonuç, 2016: 102).

Özellikle ülkemizin konumundan dolayı, doğu ve batı arasındaki sentezin gelişimi için iç turizm ve sosyal turizm oldukça büyük bir önem arz eder. Doğudaki yaşam kültürünü batıda yaşayan bir turist, şehir turizmi faaliyetleri ile hissedebilir ve bakış açısında değişiklikler meydana gelebilir. Bu gibi durumlar, iç turizmin temel faydalarından kaynaklanmaktadır. Turizm faaliyeti gerçekleştirilen destinasyonu hissetmek, orada vakit geçirmek, yaşamak ve anlamak, turistin bakış açısını, ön yargılarını, vizyonunu geliştirebilir ve değiştirebilir niteliktedir.

3.2.7.1. Aile Çerçevesinde Faydalar

Sosyal turizm, aile kavramının gerçek ve kutsal değerine yeniden kavuşmasına önemli katkılarda bulunmaktadır. Aile içi iletişimin sağlıklı bir şekilde gelişmesine olanak tanır. Sağlıklı bireylerin sayısının artmasıyla birlikte, sosyal turizm sayesinde toplumun sağlıklı olma hedefine doğru önemli adımlar atılmaktadır. Bu sayede sosyal turizm, fiziksel, zihinsel, ruhsal, içsel ve dışsal açılardan tam anlamıyla sağlıklı bir toplumun oluşturulmasında önemli bir araç haline gelmektedir. (Minnaert ve Schapmans, 2009; Minnaert vd., 2007; Minnaert vd., 2009a).

Düşük gelirli ailelerin veya sınırlı eğitim almış ebeveynlerin, aile sermayesi açısından düşük seviyede olacağı şeklinde bir genel kural bulunmamaktadır. Aile sermayesi hem ailenin istikrarı hem de sosyal bağlantıları tarafından belirlenmektedir (Parcel ve Dufur, 2001). Marjoribanks (1998: 328), aile sermayesinin eğitimsel etkilerini incelediği çalışmada aile çevresi bağlamının, çocukların akademik performansı ve yetişkinlerin hedefleriyle bağlantılı olduğunu vurgulamaktadır. Aile sermayesi düzeyi, ailenin bütünlüğünü etkileyebilir ve dolayısıyla ailenin her bir üyesini sosyal sermayenin bir parçası olarak etkileyebilir. Minnaert vd. (2009a), sosyal turizmin sosyal ve aile sermayesini artırdığını, toplumun genelinde etkili olduğunu ve sosyal politikaya katkı sağladığını ortaya koymaktadır.

Bir araştırmada, düşük gelirli ailelerin sosyal turizme katılımı ile öznel iyi oluş (subjective well-being) ve yaşam kalitesi arasındaki ilişki incelenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, sosyal turizmin turizm ve sosyal bilimler arasında köprüler kurarak sağlık, sosyoloji ve sosyal politikalarla ilgili disiplinlerarası çalışmalara değerli katkılar sağladığı vurgulanmıştır. Bu çalışmada, Birleşik Krallık'ta sosyal turizm için faaliyet gösteren FHA (Aile Tatil Kurumu) tarafından düzenlenen tatillerden faydalanan düşük gelirli ailelerin öznel iyi oluş ve yaşam kalitesi ile ilgili görüşleri toplanmıştır. Araştırma, ailelerin FHA'ya başvurularında duygusal iyi oluş faktörlerinin, durumsal faktörlerden daha fazla etkilenen önemli kriterler olduğunu ortaya koymuştur. Katılımcılar, bu tatillerin yaşam kalitesini olumlu yönde etkilediğini belirtmişlerdir. Sonuç olarak, bu çalışma sosyal turizmin aile ve toplum yaşamına sağladığı sosyal faydaları ispatlamış ve bu alanda daha fazla araştırma yapılması gerekliliğine işaret etmiştir (McCabe, Joldersma ve Li, 2010'dan Akt.; Sonuç, 2016: 20).

McCabe (2009), dezavantajlı ailelerin karşılaştığı engelleri ve tatil yaparken aldıkları desteklerin geniş kapsamlı faydalar sağladığını belirtmektedir. Yazar, tatillerin hükümet politikalarıyla ilişkilendirilebilen kanıtlanabilir etkilerinin varlığını vurgulamaktadır. Özellikle stresle ilişkili hastalıkların ve bozuklukların tedavisinde, ayrıca diğer potansiyel bütüncül ve alternatif terapiler bağlamında sağlık ve iyi oluş etkisinin yanı sıra, çocukların büyüme ve gelişimi, sosyal entegrasyon, beceri kazanımı ve yaşam tatmini gibi etkilerden bahsetmektedir. (McCabe, 2009'den Akt.; Sonuç, 2016: 21).

3.2.7.2. Bireysel Faydalar

Sosyal turizm politikasının temel amacı, turizmi özel ihtiyaçları olan bireylere erişilebilir kılmak ve aynı zamanda bu kişilere sağlık ve sosyal fayda sağlamaktır. Bu politika aynı zamanda sosyal ve sağlık sistemlerinin etkinliğini artırarak, vatandaşların yaşam kalitesini ve iyi oluşunu geliştirmeyi hedeflemektedir (Garcés ve Ferri 2012'den Akt.; Ferri, Durá ve Garcés, 2013).

Tatilin bireyin iyi oluşu ve sağlığı üzerinde olumlu etkileri olduğunu gösteren birçok çalışma bulunmaktadır (Gump ve Matthews, 2000; Gilbert ve Abdullah, 2004; Quinn ve Stacey, 2010; WTO, 2011). Gilbert ve Abdullah (2004), tatil ile subjektif iyi oluş arasında bir ilişki olduğunu vurgulamaktadır. Quinn ve Stacey (2010), turizme katılmanın düşük gelirli ailelerin çocuklarının iyi oluşu üzerindeki olumlu etkisine değinmektedir. McCabe, Joldersma ve Li (2010), düşük gelirli ailelerin turizme katılımının, iyi oluş ölçütleriyle nasıl ilişkilendirildiğini araştırmışlardır.

Günümüzde, bireylerin iyi oluşu için hastalık yokluğunun gerekli ancak yeterli olmadığı anlaşılmaktadır. Psikoloji alanı, uzun süredir göz ardı ettiği iyi oluş konusuna artan ilgi

göstermekte ve bu alanda yapılan araştırmalar artmaktadır. Öznel iyi oluş kavramı, yaşam doyumuyla ilgili bilişsel değerlendirme ile olumlu ve olumsuz duyguların bileşiminden oluşmaktadır (Tuzgöl Dost, 2005). Bu bileşenler bağımsız olarak değerlendirilmekte ve dolayısıyla ayrı ayrı ölçülüp çalışılması gerektiği savunulmaktadır. Bu doğrultuda geliştirilen Öznel İyi Oluş Ölçeği (ÖİÖ), genel yaşam doyumunu, yaşam alanlarına ilişkin bilişsel değerlendirmeleri, olumlu duyguların varlığını ve olumsuz duyguların yokluğunu ölçmeyi amaçlamaktadır (Diener, Oishi ve Lucas, 2003).

Yaşam süresi beklentisinin artması, bireylerin sağlıklı bir yaşam sürdürdükleri anlamına gelmemektedir (OECD, 2011). “Sağlıklı yaşam yılları” göstergesi, bir bireyin sağlıklı bir durumda yaşadığı yıl sayısını ifade etmektedir. Bu gösterge, sadece yaşam süresini değil, daha çok sağlıklı bir yaşam kalitesi yaşama süresini vurgulamaktadır. 2012 yılında AB-28 ülkelerinde doğumda beklenen ortalama yaşam süresi kadınlar için 83,1 yıl, erkekler için 77,5 yıl olmak üzere gerçekleşmiştir. Kronik hastalıklar, zihinsel rahatsızlıklar ve fiziksel engellilik gibi durumlar, yaşlılık döneminde daha belirgin hale gelmektedir ve yaşam kalitesini olumsuz yönde etkileyen faktörler arasında yer almaktadır. Bu bağlamda turizm, sağlıklı ve aktif yaşlanmanın teşvik edilmesi ve yaşlılıkta bağımsızlığın korunması açısından stratejik bir rol oynamaktadır. Turizm, iyi oluş ile yakından ilişkilendirildiği için Avrupa’da “Ulaşılabilir Sosyal Turizm 2” programının desteklenmesi önerilmekte ve bu programın yaşlı bireylerin yaşam kalitesini artırmaya yönelik etkili bir araç olduğu vurgulanmaktadır (Minnaert ve Schapmans, 2009).

3.2.7.3. Sosyal Politikaya ve Ağlara Faydalar

Minnaert vd. (2007, 2009a ve 2009b), modern toplumların daha fazla adalet, itibar ve yaşamdan zevk alma hakkını tüm vatandaşlara sağlamak için gerekli önlemleri aldığını bildirmektedir. Avrupa Ekonomik ve Sosyal Komitesi (EESC) tarafından yayınlanan “Sosyal Turizm Görüşü” belgesinde de sosyal turizmin bir hak olarak kabul edildiği belirtilmektedir. Belgede, Madde 2 olarak geçen Sosyal Turizm Kavramı başlığı altında yer alan Madde 2.1’e göre, herkesin günlük, haftalık ve yıllık temelde dinlenme ve boş zaman hakkının olduğu vurgulanmaktadır. Bu haklar, kişilerin sosyal bütünleşmelerini sağlamalarına ve kişisel gelişimlerine katkıda bulunmalarına olanak tanımaktadır. Turizm hakkı, genel olarak kişiliklerin bu haklarını somutlaştırma yollarından biri olarak kabul edilmektedir ve sosyal turizmin evrensel olarak erişilebilir olması için desteklenmektedir (EESC, 2006’dan Akt.; Sonuç, 2016: 24).

Sosyalleşmiş toplumlarda, eşitsizliğin azaltılması ve daha zayıf kesimlerin desteklenmesi öncelikli etik bir görev olarak görülmektedir. Bu bağlamda, sosyal turizmin daha

geniş kabul gördüğü ve bir hak olarak değerlendirildiği ifade edilmektedir. Bu hak, kazananlar üzerinde herhangi bir sınırlama olmaksızın geçerlidir. Yani kural evrenseldir. Bir bireyin kamu desteğinden faydalanabilmesi için tek gereklilik, dezavantajlı kesimlerden birine mensup olmasıdır. Bu görüş, klasik Avrupa sosyal modeli ile bağlantılıdır (Minnaert vd., 2011'den Akt.; Sonuç, 2016: 24).

Sosyal turizmin bir diğer faydası, sosyal ağların kurulması ve geliştirilmesine katkıda bulunmasıdır. Larsen, Urry ve Axhausen (2007), sosyal ağların yeniden yapılandırılmasıyla, başka yerlerde yaşayan arkadaş ve akrabaları ziyaret etme ve sosyal zorunlulukları yerine getirme konusundaki turizmin önemini vurgulamaktadır. Onlar, izole edilmiş bir egzotik adaya benzetilen turizmin, bağlantısı kopmuş insanları yüz yüze getirdiğini ve zorunlulukları keyifli deneyimlerle birleştirebildiğini belirtmektedir. Avrupa'nın çeşitli şehirlerindeki sosyal turizm uygulamalarının bilimsel bir değerlendirmesi olarak yapılan bir çalışmada, sosyal turizmin düşük gelirli aile gruplarına uygulandığında sosyal politikaya maliyet azaltıcı katkı sağladığı vurgulanmaktadır. Bu bağlamda, sosyal turizmin kısa vadede aile sermayesini artırdığı, orta vadede ise sosyal ağları, ilgili davranış biçimlerini, kendini kabullenme ve sevmeye gibi konuları içeren sosyal sermayeyi artırdığı sonucuna varılmıştır (Minnaert vd., 2009a'dan Akt.; Sonuç, 2016: 24-25).

Sonuç olarak, Avrupa'nın birçok şehrindeki sosyal turizm uygulamaları, sosyal turizmin düşük gelirli aile gruplarına uygulandığı takdirde sosyal politikaya maliyet azaltıcı katkıda bulunduğunu Minnaert ve diğerlerinin (2009a) yılında gerçekleştirdiği çalışmada ortaya konulmuştur. Bu çalışma bağlamında, sosyal turizmin kısa vadede aile sermayesini artırdığı, orta vadede ise sosyal ağlar, ilgili davranış biçimleri, kendini kabullenme ve sevmeye gibi konuları içeren sosyal sermayeyi artırdığı sonucuna varılmıştır. McCabe (2009), sosyal turizmin boş zaman etkinlikleri ve sosyal politikalar arasındaki bağlantının daha güçlü ve kapsamlı olması gerektiğini savunmaktadır. Detaylı bir çalışmanın varlığının bahsedilen üç kavram arasındaki ilişkiyi ortaya çıkartacağını belirtmektedir. Komppula ve Ilves (2013), Finlandiya'da ekonomik durumu iyi olmayan veya engeli bulunan bireyler ya da ailelerin sübvansé edilmiş bir tatil için sosyal tatil kuruluşlarına başvuruda bulunduğunu, sosyal turizmin Finlandiya'da ülkenin sosyal politikasının bir parçası olarak görüldüğünü belirtmiştir.

Putnam (2000: 288), sosyal sermayenin iş birliği, güven ve güvenilebilirlik gibi faydalarının yanı sıra, daha iyi iş imkanları sağladığını, fayda bağımlılığında azalma ve toplum için net bir fayda sağladığını belirtmektedir. Ayrıca, sosyal sermayenin *"toplumun geri kalanının iyiliğine olacak karakter özelliklerini geliştirmeyi sağlayan"* bir araç olduğunu vurgulamaktadır. Putnam'a göre, sosyal sermaye aynı zamanda hastalık riskini azaltarak sağlık

hizmetlerine olan talebi azaltabilir ve dolayısıyla kamu maliyetlerini düşürebilme potansiyeline sahiptir. Bu da artan sosyal sermayenin kamu yatırımlarına değerli olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla, sosyal turizm aracılığıyla sosyal sermayenin artması durumunda, potansiyel olarak kamu fonları için de kullanılmalıdır.

3.2.8. Avrupa’da Sosyal Turizm

Sosyal turizmin Avrupa’daki yayılımı, gelişimi, önemi ve sosyal turizmin gerçekleştirilme amacıyla alınan politikalara bu bölümde yer verilmiştir. Ayrıca sosyal turizm kurum ve kuruluşları, sosyal turizm projeleri, sosyal turizmi içeriğinde barındıran bildiriler, sözleşmeler ve kongreler de bu bölümde yer almaktadır.

3.2.8.1. Avrupa’da Sosyal Turizm’in Yeri ve Politikalar

Sosyal turizm hakkında Avrupa’da Hunzicker tarafından 1951 senesinde insan hakları bildirgesinin yayınlanmasından 3 sene sonra tanımlama yapılmıştır. Bu tanımlama; toplum içinde yaşayan dezavantajlı grupların ya da ekonomik açıdan zayıf kalan kesimlerin turizm faaliyetlerine katılımları noktasında ortaya çıkan bir tür fenomen ve ilişkiler bütünü (Hunziker, 1951: 1) olarak yapılmıştır. Sonrasında ise Hunziker, 1962 yılında ISTO (Uluslararası Sosyal Turizm Örgütü) adlı ve sosyal turizmin bir şemsiye terim olarak kavramsallaşmasını, uygulanma amacının ve genel niteliklerinin belirli bir çerçevede tanımlanmasını sağlayan uluslararası bir kuruluşu kurmuştur (Haulot, 1983: 559). ISTO’nun sosyal turizm için yaptığı ilk tanım ise “turizme katılımdan ve daha özel olarak düşük gelirli grupların katılımından kaynaklanan etkiler ve olgular” şeklinde olmuştur. Belanger ve Jolin ise bu tanımın ne kadar genel bir tanım olsa da kuruluşun bugün var olan sosyal turizmin gelişmesine ve yayılmasına olanak sağladığını ve katkılarının oldukça önemli olduğunu düşünmektedir (Belanger ve Jolin, 2011).

1990’lı yıllardan sonra ISTO, sosyal turizmin kitle turizmine göre en önemli özelliği olan eşit turizm katılımını yansıtmak amacıyla sosyal turizm terimini "herkes için turizm" olarak değiştirmeyi düşünmüştür (Higgings-Desbiolles, 2006: 1201). Bu bağlamda, küresel olarak "herkes için turizm" terimini benimsemek üzere 1996 yılında Montreal Bildirgesi yayınlanmıştır. Bildirge, gelişmekte olan veya gelişmiş ülkelerin sosyal turizme yönelmelerinin gerekliliğini 13, 14 ve 15. maddelerinde vurgularken, aynı zamanda sosyal turizm olarak kabul edilebilecek kuruluşların ve uygulamaların ne tür olabileceğini belirtmiştir. Buna göre, turizm sektörüyle ilişkili olan ve kar amacı gütmeyen herhangi bir kuruluş, herkesin eşit bir şekilde turizm faaliyetlerine katılımını teşvik eden sosyal turizm üyesi olarak kabul edilebilir (ISTO, 2016: 3-5; Akdemir, 2020: 1331).

1999 yılında etik ve ahlaki değerlerin önem kazanmasıyla birlikte UNWTO (Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü), turizm için küresel etik kuralları yayınlamıştır. Bu kurallar çerçevesinde, herhangi bir ayırım yapmadan bireyleri ve toplumları kapsayarak, turizmin sürdürülebilir kalkınmayı desteklemek için daha liberal ve özgür olması gerektiği vurgulanmıştır (UNWTO, 1999). Kitlese turizmin yol açtığı eşitsizliğe karşı sosyal turizm, potansiyel bir çözüm olarak değerlendirilmeye başlanmıştır. Yerel halk, zincir otellerin açılması ve bu otellerin yerel istihdam yerine yabancı uyruklu çalışanları tercih etmesi nedeniyle turizm istihdamından yeterince fayda sağlayamamaktadır. Ayrıca, turizm sezonlarında artan ziyaretçi yoğunluğundan da ticari anlamda faydalanma durumları söz konusu değildir çünkü gelen ziyaretçiler yalnızca otellerde vakit geçirmektedir. Otellerin kaynaklarını dışarıdan temin etmesi de yerel halka herhangi bir kazanç sağlamamaktadır (Minnaert vd., 2012: 21). Bu nedenle sosyal turizme “ev sahibi perspektifi” getirilmiştir. Buna göre, sosyal turizm uygulamalarının yerel halkın sunduğu hizmetlerle alışveriş halinde olması teşvik edilmiştir. Ayrıca sezon yoğunluğunu azaltmak için sosyal turizm, sezon dışı mevsimlerde uygulamaya başlanmıştır (ISTO, 2016: 6-7).

3.2.8.2. Avrupa’da Gerçekleştirilen Sosyal Turizm Uygulamaları

Sosyal turizm, Avrupa’da 19. yüzyılda ortaya çıkmış bir kavramdır. O zamanlar, sanayi devriminin etkileriyle birlikte çalışma koşulları ve yaşam standartları ciddi bir şekilde değişmiştir. Özellikle fabrikalarda çalışan işçiler, düşük ücretlerle uzun saatler boyunca çalışmak zorunda kalmıştır ve bu nedenle tatil yapmak için yeterli finansal kaynakları bulunmamaktadır. Bu durum, İngiliz sosyal reformcular tarafından dikkate alınarak, sosyal turizm kavramının doğmasına neden olmuştur. İlk sosyal turizm projeleri, işçilerin ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla yapılmıştır. İşçiler, tatil yapmak için deniz kenarına, ormanlık alanlara ve dağlara gitmişlerdir. Bu tatil fırsatları, çalışanların stresini azaltmaya ve sağlıklarını korumaya yardımcı olmuştur.

20. yüzyılın başlarından itibaren, sosyal turizm hareketi tüm Avrupa’ya yayılmıştır. Birçok organizasyon, tatil yapma fırsatları sağlamak ve dezavantajlı bireylerin tatil yapmasını kolaylaştırmak için kurulmuştur. Sosyal turizm, finansal açıdan zor durumda olan kişilere, gençlere, engellilere, yaşlılara ve diğer dezavantajlı gruplara yönelik tatil fırsatları sağlayarak sosyal dışlanmayı önlemeyi hedeflemektedir. Uluslararası Sosyal Turizm Federasyonu (IFTS), 1963 yılında kurulmuştur ve sosyal turizmin dünya çapında tanıtımı, geliştirilmesi ve yönetilmesi için çalışmalar yapmıştır. IFTS, sosyal turizm alanında birçok projeyi koordine etmiştir ve sosyal turizm konusunda farkındalığı artırmak için çeşitli etkinlikler düzenlemiştir. Bugün, Avrupa’da birçok sosyal turizm organizasyonu mevcuttur. Örneğin; Kinderhotels

Europa, Inter-Environnement Wallonie, Pro Juventute Ferien, Leucémie Espoir, Caritas Holiday ve diğer birçok organizasyon, dezavantajlı bireylerin tatil yapma fırsatlarını kolaylaştırmak için çeşitli projeler yürütmektedir. Sosyal turizm, insanların sağlıklı bir yaşam sürdürmelerine, farklı kültürleri ve deneyimleri keşfetmelerine, kendilerini geliştirmelerine ve yeni bağlantılar kurmalarına yardımcı olan önemli bir sosyal harekettir.

Avrupa’da gerçekleştirilen sosyal turizm uygulamalarının büyük çoğunluğu aynı temele dayanmaktadır. Ekonomik anlamda sıkıntılar çeken ailelerin çocuklarını içeren uygulamalar mevcuttur. Bu durumun yanı sıra engelli bireyleri kapsayan uygulamalar da yer almaktadır. Daha eski tarihli kuruluşlar, işçi öncelikle kurulmuştur. Bu durumda da sosyal turizm algısındaki ekonomik yetersizlik faktörü devrededir. 1 Temmuz 1982’de Avrupa Komisyonu tarafından sunulan "Topluluk Turizm Politikası için Temel İlkeler" adlı rapor, turizmin önemini vurgulamak ve turizm politikalarının oluşturulmasıyla ilgili problemleri ortaya koymak amacıyla Avrupa Konseyi’ne sunulmuştur. Bu raporda turizm politikası ile ilgili konular şu şekilde belirlenmiştir:

- Orta ve dar gelirli kesim için mevsim dışı fiyatlarla tatil imkanı yaratılması.
- Turizmin tüm mevsime yayılması için alternatif turizm çeşitlerine öncelik verilmesi.
- Gençleri ve gelir düzeyi düşük insanları sezon dışında tatil yapmaya teşvik ederek sosyal turizmin geliştirilmesi.

Bu ilkeler, turizmin ekonomik, sosyal ve kültürel açıdan sürdürülebilirliğini sağlamak amacıyla ortaya konmuş ve Avrupa’da turizm politikalarının şekillenmesine katkıda bulunmuştur (Dinçer, 1997: 97-98’den Akt. Ak, Bıçkı ve Özgökçeler, 2013: 63). Bu raporun da etkisiyle sosyal turizm faaliyetlerinde artış gözlemlenmiştir.

3.2.8.2.1. Family Holiday Association

Birleşik Krallık’ta sosyal turizm bir devlet politikası olarak görülmemektedir. Sosyal turizme dair uygulamalar, Family Holiday Association adı verilen yardım kuruluşları tarafından yürütülmektedir (Flanders Belgium Tourism Notebook, 2009: 80). 1975’ten itibaren Birleşik Krallık genelinde faaliyet gösteren ve merkezi Londra’da olan Family Holiday Association (Aile Tatil Birliği), Birleşik Krallık’taki çocuklar ve ebeveynleri için aile hayatının kalitesini yükseltmek ve yoksulluk nedeniyle erişemedikleri tatil ve diğer rekreasyonel aktivitelere erişme imkanlarını arttırmak amacıyla kurulmuştur. FHA, bahsi geçen ailelere konaklama, eğlence biletleri ve tatil sağlık sigortası hizmetlerini sağlamaktadır. Aileler, üç-dört veya yedi gecelik kendin pişir-kendin ye şeklindeki tatil hizmetlerinden faydalanmaktadır. Gidecekleri lokasyonları ve tarihleri ise kendileri tarafından belirlenmektedir (Joldesma, 2012: 48-49).

FHA'nın ekonomi kaynağı, şirketlerden ve bireylerden toplanan bağışlardan oluşmaktadır. Birlikten faydalanan ailede bazı koşullar aranmaktadır. Bu koşullar ise; ailenin 3-18 yaşları aralığında en az bir çocuğu olması, dar gelirli olması, ailenin koşullarını iyi bilen doktor, öğretmen gibi referans alınabilecek kişiler tarafından önerilmesi, ailenin son dört yıl içerisinde tatile çıkmamış olmasıdır (Joldesma, 2012: 49-50).

3.2.8.2.2. The Family Fund (Aile Fonu)

The Family Fund (Aile Fonu), sosyal turizme yönelik Birleşik Krallık çapında faaliyet gösteren bir başka kuruluştur. Aile Fonu, 17 ve daha küçük yaşlarda engelli çocukları olan ailelere araba kullanma dersleri, bilgisayar dersleri ve tatil imkanı sağlayarak çocukların hayatlarını daha kolay ve daha erişilebilir kılmayı amaçlamaktadır. Bu sayede engelli bireyler, çocuklar, gençler ve onların bakımını sağlayan aileleri tatil yapma imkanına sahip olmaktadır. Sosyal becerilerini geliştirmekte ve böylece bu bireyler pozitif deneyimler yaşayabilmektedir (Kassa, 2012: 142-144). Aile Fonu, Aile Tatil Birliği'ne benzer şekilde Birleşik Krallık'ta sosyal turizm alanında faaliyet gösteren başlıca ulusal kurumlardandır. Doğrudan hükümet bağışları tarafından finanse edilmektedir. Birleşik Krallık çapında her yıl yaklaşık 37 bin aileye ve çocuklarına tatil bağışı sağlamaktadır (McCabe, 2009: 671'den Akt. Ak ve Özgökçeler, 2013: 62).

3.2.8.2.3. Labour Market Holiday Fund (İşgücü Piyasası Tatil Fonu)

Labour Market Holiday Fund (İşgücü Piyasası Tatil Fonu), Avrupa'da başarılı bir sosyal turizm uygulaması olarak sosyal turizme çocukların katılımını sağlamaktadır. Danimarka merkezli örgütlenmiş olan ve bir merkezinin de Malta'da bulunduğu bu fonun yönetim merkezi Kopenhag'da bulunmaktadır (Hjalager, 2012: 71). LMHF, yoksulluk durumu içerisinde yaşayan çocuklar ve onların bekar anneleri, alkol ve madde bağımlıları ve engelliler gibi çeşitli dezavantajlı gruplara tatil imkanı sağlayan sivil toplum kuruluşlarını desteklemektedir. Sosyal turizmin dezavantajlı tanım kesimindeki birçok birey grubunu içermektedir. Ayrıca Danimarka hükümeti, çalışanların tatil imkanlarından yararlanmaları için çalışan kesime tatil pulları uygulamasını kullanmaktadır. Danimarka'da işçiler tatil boyunca ücret almamaktadır. Bu süre boyunca maaşlarından %12,5 oranında bir tatil parası almaktadır. İşçi kesiminin aldığı bu tatil parası, işveren tarafından LMHF'a ödenmektedir (Denmark Company Laws and Regulations Handbook, 2008: 257'den Akt. Ak ve Özgökçeler, 2013: 60).

3.2.8.2.4. Floreal

Floreal, sosyal turizm uygulamalarında başarılı bir örnek olarak anılmaktadır. Belçika'da kamp alanlarında ve tatil merkezi olarak belirlenen bölgelerde kırsal tatiller ve sahil tatilleri sunmaktadır. Beş tatil merkezi ve dört kamp alanında faaliyet göstermektedir. Otel

odaları, bir veya iki yatak odalı daireler, karavan ve çadır gibi geniş konaklama portfolyosu sunmaktadır. Floreal'in misafirlerinin büyük çoğunluğu Sosyalist İşçiler Sendikası üyelerinden oluşmaktadır. Bu üyeler haricinde Floreal'in hedef kitlesi büyük çoğunlukla tek ebeveynli genç aileler, dar gelirli, farklı toplumsal-kültürel ve ekonomik temellerden gelen gençler ve engelli gençlerden oluşmaktadır (Beuten, 2012: 89-90). Floreal'in misafirleri, tercih ettikleri lokasyonlarda geniş açık hava eğlencesi imkanlarına sahiptir. Ayrıca restoran ve kafeterya hizmetini de kullanabilmektedir. Bu imkanların yanı sıra, Floreal, yıl boyunca açık olan tatil merkezlerinde ve kamp alanlarında yaklaşık 300 çalışana da kalıcı ve güvenli bir istihdam olanağı sağlamaktadır. Belçika nüfusunun yaklaşık %40'ı maddi yetersizliklerden dolayı turizme katılamamaktadır. Bu durum düşünüldüğünde, en düşük maliyetle yıl boyunca bu dezavantajlı gruplara tatil imkanı sunan Floreal'in sosyal turizme yaptığı katkı yadsınamazdır (Beuten, 2012: 90-91).

3.2.8.2.5. The Sunshine Fund (Gün Işığı Fonu)

The Sunshine Fund (Gün Işığı Fonu), 7-11 yaş aralığındaki toplumda dezavantajlı konumda bulunan çocuklara yüksek kalitede turizm olanağı sağlamayı amaçlayan bir kuruluştur. İrlanda'nın başkenti Dublin'de yer alan bu kuruluş, öncelikle Dublin ve çevresinde yaşayan çocuklara odaklanmaktadır. Kitlenin okullarındaki ya da yaşadığı yerlerdeki diğer çocuklarla, kardeşleriyle veya kuzenleriyle birlikte tatil yapması sağlanmaktadır. Tatillerde çocukların ebeveynleri çocuklara eşlik etmemektedir. Çocukların birbirleriyle kaynaşmalarını ve bütünleşmelerini kolaylaştırmak amacıyla her hafta farklı gruplar birbirine karıştırılarak tatil organize edilmektedir. Kurulduğu günden itibaren yaklaşık 100binden fazla çocuğa tatil imkanının sağlandığı bilinmektedir (Macmahon, 2012: 104-106).

Fondan faydalanan çocuklar için diğer katılımcılar ile katılabilecekleri futbol, go kart ya da film izleme gibi aktiviteler organize edilmektedir. Çocuklar uygun hava koşullarında açık hava aktivitelerine katılmaktadır. Bunlar ise; hazine avı, deniz kabuğu ve yengeç yakalama gibi aktiviteleridir. Bunların dışında soğuk ve yağmurlu havalarda ise kapalı alanda aktiviteleri bünyesinde barındıran fon, video oyunu oynama, tırmanma duvarı veya jimnastik salonunda spor yapma imkanlarına sahiptir (sunshine-fund.org'dan Akt. Ak ve Özgökçeler, 2013: 61).

3.2.8.2.6. Polish Tourist and Country Lovers Society

Polish Tourist and Country Lovers Society, sosyal dışlanma riski taşıyan dar gelirli kesimde yer alan çocukları ve gençleri, engelli çocukları ve gençleri kapsayan projeler sürdürmektedir. Polonya'da yurt içi turizmi canlandırmak amacıyla faaliyet göstermektedir. 1950 yılından itibaren Varşova'da faaliyet gösteren bu topluluk, Polonya'da doğal ve tarihi güzelliklerin korunması ve yurt içi turizmin canlandırılması amacına yönelik, bireysel ve grup

seyahatlerini destekleyici projelerde yer almaktadır. 2010'da topluluğa toplamda 18.625 çocuk ve genç üye olmuştur. Sosyal turizm alanında da 30 binden fazla organizasyon düzenlenmiştir (Zan, 2012: 122-123). Topluluğun düzenlemiş olduğu 1-2 haftalık geziler; tarihi alanlar, milli parklar, tabiat parkları gibi doğal çevre ve kültürel mirasın tanınmasına yöneliktir. Bu aktivitelerin esas amacı, çocuklar ve gençlere yaşadıkları ülkeye sahiplik duygusunu aşılmasıdır. En bilindik etkinlikleri ise çocuk yarışlarıdır. 2010 yılında Çekya, Almanya, Norveç, İngiltere ve Avusturya'dan gelen iki binin üzerinde insan yarışa katılmıştır (Zan, 2012: 123-125).

3.2.8.2.7. European Union Federation of Youth Hostel Associations

European Union Federation of Youth Hostel Associations (EUFED), Belçika'da faaliyet gösteren, sosyal turizme dair çalışmaları bulunan diğer bir kuruluştur. Gençlik Hostel Derneği Avrupa Birliği Federasyonu, her milletten genç yaştaki insanları; ülkelerine yönelik bilgi, sevgi ve dikkat arzularını arttırmayı amaçlamaktadır. Bu duruma ek olarak eğitimlerini teşvik etmek de amaçlanmaktadır. Köken, milliyet, din, cinsiyet, sınıf veya siyasi görüş farklarının göz ardı edildiği bu kuruluştaki, gençlere hostel ve diğer konaklama imkanları sunulmaktadır. Global boyutta gençlere yönelik en fazla üyeye sahiptir. Dört binden fazla konaklama imkanı sunan federasyonun, 3.5 milyonu aşkın üyesi mevcuttur. Gençler; sürdürülebilir kalkınma, çevre koruma çalışmaları, biyolojik çeşitlilik, sosyal içerilme, kültürler arası diyalog ve kültür alışverişi, takım çalışması, problem çözme, yeni teknolojik gelişmeler, tarihi-kültürel ve politik miraslar gibi konularda çeşitli programlara dahil edilmektedir (Adolph, 2012: 178-180).

3.2.8.2.8. INATEL

INATEL, çalışanlar için boş zaman etkinlikleri yaratmak üzere 1935 yılında bir Ulusal Vakıf olarak kurulmuştur. Turizm, sosyal bakım, kültür ve spor alanlarında hizmet vermektedir. Turizm ile ilgili olarak, Portekiz'in en büyük ve en eski tur operatörleri ile iş birliği içerisinde. Porto, Lizbon, Algarve ve Madeira Adaları dahil olmak üzere tüm Portekiz bölgesini kapsayan işletmelerle iş birliği yürütmektedir. INATEL, aynı zamanda bir Uluslararası Sosyal Turizm Örgütü üyesidir (<https://www.unwto.org/affiliate-member-organization/18943>, 2023).

3.2.8.2.9. Uluslararası Sosyal Turizm Örgütü (ISTO/OITS)

Uluslararası Sosyal Turizm Örgütü (ISTO/OITS), 1963 yılında bir büro olarak kurulmuştur. Sonrasında ise mevcut adını almıştır. ISTO, sosyal turizmin gelişmesine katkıda bulunan ve kar amacı gütmeyen uluslararası bir kuruluş olarak bilinmektedir (ISTO, 2016). Örgüt, ülkeleri sosyal turizmde yaşanan gelişmeler hakkında bilgilendirme çalışmaları yapmaktadır. Türkiye ise örgütün onur üyesidir. (KTB, 2016). Misyon olarak; gençler, aileler,

yaşlılar ve engelliler için eğlence, tatil ve turizm erişimini teşvik etmeyi gaye edinmiştir. Örgüt eş zamanlı olarak yerel halkın yararına; doğal ve kültürel mirasa saygılı sürdürülebilir turizm ile sosyal turizmi teşvik etme çalışmalarını yürütmektedir.

3.2.8.2.10. Solidarité Vacances

Solidarité Vacances, Fransa merkezli bir sosyal turizm kuruluşudur. Kuruluşun amacı, düşük gelirli ailelerin ve dezavantajlı grupların tatil yapabilmesini sağlamaktır. Solidarité Vacances, özellikle Fransa'da yaşayan aileler için tatil olanakları sunmakta olup, ayrıca yaşlılar, engelliler ve hastalıklı insanlar için özel tatil programları da düzenlemektedir. Kuruluş, konaklama, yemek, ulaşım ve aktiviteler dahil olmak üzere her şeyi organize eder ve tatil süresince misafirlerine destek sağlar. Bu sayede, düşük gelirli aileler ve dezavantajlı gruplar da tatil yapma fırsatı bulabilir ve sosyal hayata katılım sağlayabilirler. Solidarité Vacances'ın çalışmaları, ülke genelinde birçok gönüllü ve bağışçı tarafından desteklenmektedir. Kuruluşun amacı, toplumda daha fazla dayanışma ve eşitlik duygusu oluşturarak, sosyal adaleti sağlamaktır. ANCV, 2005 yılında kurulduktan sonra 2014 yılında Sarcelles'te tesis satın alarak varlığını göstermiştir. Fransa Sosyal ve Sosyo-kültürel Merkezler Federasyonu (FCSF) aracılığı ile 2007'den itibaren bölgede kalkınmaya ve turizme teşvik çalışmalarını sürdürmüştür. Yerel entegrasyon, kadın ve erkek arasında eşit ücret politikası, yerel istihdam gibi konuları da ele alan ajans, turizm alanında da faaliyet göstermektedir (<https://www.ancv.com/la-politique-rh>).

3.2.8.2.11. Kinderhotels Europa

Kinderhotels Europa, Avusturya merkezli bir otel zinciridir ve özellikle aileler ve çocuklar için tatil olanakları sunar. Şirket, Avrupa'nın birçok yerinde farklı tesisleriyle hizmet vermektedir. Kinderhotels Europa, aile dostu tatil seçenekleri sunar ve çocuklar için özel aktiviteler ve bakım hizmetleri sunar. Kinderhotels Europa'nın tesisleri, genellikle doğa ile iç içe olan güzel yerlerde yer alır ve çocuklar için oyun alanları, yüzme havuzları, su kaydırakları ve diğer aktiviteler gibi birçok olanak sunar. Ayrıca, çocuk bakımı ve eğlence programları da mevcuttur. Tesislerde ayrıca, aile odaları, bebek ekipmanları ve çocuk dostu restoranlar da bulunmaktadır. Kinderhotels Europa, ailelerin tatillerinde stresli durumlarla karşılaşmalarını önlemek için her şeyi düşünür ve tatil boyunca ailelerin rahat ve eğlenceli vakit geçirmelerini sağlamak için çaba gösterir. Bu nedenle, aileler arasında oldukça popüler bir tatil seçeneği haline gelmiştir (www.kinderhotels.com).

3.2.8.2.12. Caritas Holiday

Caritas Holiday, Almanya'da faaliyet gösteren bir sosyal turizm kuruluşudur. Kuruluş, dezavantajlı kesimdeki insanların tatil yapabilmesi için çeşitli programlar düzenlemektedir. Bu insanlar arasında kuruluş tarafından dezavantajlı kesime dahil edilenler ise düşük gelirli aileler,

yaşlılar, engelliler, hastalar yer almaktadır. Konaklama, yemek, ulaşım ve aktiviteler gibi tatilin tüm ayrıntılarını organize eden kuruluş, tatil süresince misafirlere destek sağlamaktadır. Tatillerinin keyifli geçmesini sağlamayı amaçlamaktadır. Ayrıca kuruluş, tatilcilerin ihtiyaçlarına göre özel tatil programları düzenleyerek farklı grupların tatil ihtiyaçlarına uygun çözümler de sunmaktadır. Caritas Holiday, tatil programlarını finanse etmek için bağışlar ve gönüllü çalışanları kullanmaktadır. Aynı zamanda, programda yer alan tatilciler de kendi imkanları dahilinde katkıda bulunabilme imkanına sahiptir. Bu sayede, dezavantajlı durumda olan insanlar, tatil yapabilme fırsatı bulurken, toplumda dayanışma ve eşitlik duygusunun artması amaçlanmaktadır. Ülke genelinde birçok gönüllü ve bağışçı tarafından desteklenmektedir. Kuruluş, toplumda sosyal adalet ve eşitlik duygusunun artmasına katkıda bulunmayı hedeflemektedir (www.caritas.lu/en/projets/holidays-everyone).

3.2.8.2.13. Leucemie Espoir

Leucemie Espoir, esasen Fransa'da faaliyet gösteren bir kanser vakfıdır. Kuruluşun ana amaçları arasında lösemi ve diğer kan kanseri türleri ile mücadele etmek ve bu hastalıklara yakalanmış olan insanlara destek sağlamaktır. Kanser araştırmalarına da fon sağlayarak hastalığın tedavisine yardımcı olmak ve kansere yakalananların yaşam kalitesini artırmayı amaçlamaktadır. Kuruluş, bu durumlarda kansere yakalananlar ve aileleri için çeşitli destek programları sunmaktadır. Bunlar arasında yer alan turizm faaliyetleri, psikolojik destek çerçevesi içerisinde yer almaktadır. Finansal yardım, sağlık danışmanlığı gibi hizmetleri de bulunmaktadır. Hastalıkla mücadele eden insanları bir araya getiren gruplar ve etkinlikler düzenlemektedir. Böylece kansere yakalanmış insanlar, birbirlerine destek olabilmektedir. Farkındalık yaratmak için kampanyalar da düzenleyen kuruluş, doğru bilgi yayılımını sağlamak ve kansere karşı mücadeleye katkıda bulunmayı da ana amaçları arasında tutmaktadır (www.leucemie-espoir.org/).

3.2.8.2.14. Inter-Environnement Wallonie

Inter-Environnement Wallonie, Belçika'nın Valonya bölgesinde faaliyet gösteren bir çevre örgütüdür. Kuruluş esasen doğayı koruma ve sürdürülebilir turizm alanlarında faaliyet göstermektedir. Ana amacı, çevre sorunlarına dikkat çekmek ve Valonya'da yaşayan insanların doğal çevrelerini koruma ve geliştirmek için çalışmaktadır. Bunun yanı sıra, sosyal turizm alanında da faaliyet gösteren kuruluş, sürdürülebilir turizm fikrini desteklemektedir ve insanların doğal çevreyle bağ kurmasını teşvik etmektedir. Kuruluş, doğal çevrelerin korunması ve sürdürülebilir turizmin teşvik edilmesi için çeşitli projelere imza atmaktadır. Bu projeler arasında doğal çevrelerin korunması için çalışmalar, turistik rotaların tasarımı, doğal alanlara erişimi kolaylaştıran tesisler ve turizmde sosyal ve çevresel sorumluluğun teşvik edilmesi gibi

projeler yer almaktadır. Bağışlar ve hükümet fonları ile finanse edilmektedir. Aynı zamanda Valonya'daki diğer çevre örgütleriyle de iş birliği içerisinde (www.canopea.be).

3.2.8.2.15. Pro Juventute Ferien

Pro Juventute Ferien, İsviçre'deki gençlere yönelik sosyal turizm hizmeti sunan bir kuruluştur. Dezavantajlı durumda olan gençlerin tatil yapmalarını ve yeni deneyimler edinmelerini amaçlamaktadır. Kuruluş, 1912 yılında kurulmuştur ve o tarihten itibaren İsviçre'deki gençler için yaz kampı ve tatil programları düzenlemektedir. Çocukların ve gençlerin sosyal becerilerini geliştirmelerine, yeni arkadaşlar edinmelerine ve İsviçre'nin farklı bölgelerini keşfetmelerine olanak tanımaktadır. Pro Juventute Ferien, çocukların ve gençlerin farklı ilgi alanlarına uygun tatil programları düzenlemektedir. Kampçılık, doğa yürüyüşü, sanat, müzik ve spor gibi çeşitli aktivitelerle gençleri tatmin etmeyi amaçlamaktadır. Programlar; öğretmenler, eğitmenler ve rehberler tarafından yönetilmektedir. Sadece İsviçre değil diğer ülkelerden müracaat eden dezavantajlı durumda olan gençlerin de faydalanması mümkündür. Çeşitli sponsorluklar ve bağışlarla finanse edilen kuruluş, sosyal turizm alanında İsviçre'de önde gelen kuruluşlardan birisi olarak kabul edilmektedir (www.projuventute.ch).

3.2.8.2.16. Vakantie Anders

Vakantie Anders, Hollanda'da yer alan bir sosyal turizm kuruluşudur. Amacı, engelli insanların ve ailelerinin tatil yapmalarını ve dinlenmelerini sağlamaktır. Kuruluş, Hollanda'daki birçok engelli bireyin tatil yapmasına olanak sağlamaktadır. Özellikle engelli bireylerin tatilleri için özel olarak tasarlanmış tatil köyleri, çiftlik evleri ve daireler sunmaktadır. Engelli insanların rahat bir tatil geçirmelerine uygun yapılar, ekipmanlar ve hizmetler sunmaktadır. Kuruluş, aynı zamanda engelli bireylerin tatillerinde aktivite yapmalarına yardımcı olacak rehberler, eğitmenler ve özel ekipmanlar da sunmaktadır (www.vakantieanders.nl/).

3.2.8.2.17. IMSERSO

İspanya'da faaliyet gösteren IMSERSO programı, kıyı bölgelerinde omuz sezonda (yüksek sezon ile sezon dışı arasında kalan dönem) yaşlı vatandaşlara özel tatil imkanları sunmaktadır. Bu program, hedef kitlesinde yer alan kullanıcıların tatil ücretinin %70'ini ödemeleriyle sağlanmaktadır. Geriye kalan %30'luk kısım ise devlet tarafından karşılanmaktadır. IMSERSO projesi, kıyı bölgelerinde turizm sezonlarının uzamasına ve istihdamın artmasına katkıda bulunmaktadır. IMSERSO'nun hedefleri arasında şunlar yer almaktadır:

- Turizm Sezonlarının Uzatılması: Sezon dışı dönemlerde yaşlı vatandaşlara yönelik tatil imkanları sunarak, kıyı bölgelerinde turizm sezonlarının uzamasını sağlamak.

- Ekonomik Katkı: Turistlerin harcamalarının artmasıyla yerel ekonomiye daha fazla gelir getirisi sağlamak.
- İstihdam Artışı: Tatil sezonunun uzamasıyla birlikte yereldeki istihdamı artırmak ve ekonomik faaliyetleri teşvik etmek.

IMSERSO programı, İspanya'nın turizm sektöründe sosyal turizmi teşvik etmek ve yaşlı nüfus için ekonomik ve sosyal faydalar sağlamak amacıyla önemli bir rol oynamaktadır (Minnaert vd., 2010).

Sosyal turizm alanındaki gelişmelerin çoğu 1960'lardan süregelen süreçte 2010'lara gelene kadar gerçekleştirilen, içeriğinde turizm ve sosyal turizm ibarelerini barındıran bazı sözleşmeler, bildirgeler ve kongreler sayesinde sağlanmıştır. Bu sözleşme, bildirge ve kongreler sayesinde sosyal turizm alanında önemli yollar kat edilmiştir.

3.2.8.2.18. Viyana Sözleşmesi

1972 yılında gerçekleştirilen Viyana Sözleşmesi, turizmi sosyal bir hak olarak görülmesi gerektiğini savunmaktadır. ‘‘Herkes İçin Turizm’’ algısı, sözleşmede yer almaktadır. Özellikle tatillerin genişletilmesi, okullarda tatiller, altyapının düşük sezonda sınırlı kullanımı konularına önem verilmiştir (BITS, 1972).

3.2.8.2.19. Montreal Bildirgesi

Sosyal turizmin gelişimi açısından önemli bir dönüm noktası olarak kabul edilen Montreal Bildirgesi, resmi olarak 1996 yılında gerçekleştirilmiştir. Bu bildirge, turizmin daha insani ve sosyal bir vizyonunu belirlemiş ve sosyal turizmin temellerini atmıştır. Bildirgeye göre, sosyal turizm toplumun dezavantajlı ve önem derecesi düşürülmüş kesimlerinin turizme erişimini desteklemek için bir dayanışma ihtiyacından doğmuştur. Montreal Bildirgesi'nde belirtilen prensiplere göre sosyal turizm şu amaçları taşımaktadır:

- Dezavantajlı Kesimlerin Desteklenmesi: Sosyal turizm, ekonomik olarak dezavantajlı ve sosyal olarak önem derecesi düşük olan kesimlere turizm imkanları sunarak toplumsal dışlanmayı azaltmayı hedefler.
- Kendini Gerçekleştirmeyi Destekleme: Sosyal turizm, bireylerin kendilerini gerçekleştirmelerini ve turizm aracılığıyla kişisel gelişimlerini teşvik etmeyi amaçlar.
- Toplumsal Katkı Sağlama: Sosyal turizm faaliyetleri, etkileşim içinde olduğu toplumların sosyo-kültürel, çevresel ve ekonomik büyümesine katkıda bulunmayı hedefler.

Bu prensipler doğrultusunda sosyal turizm, sadece bireylerin tatil yapma imkanını sağlamakla kalmaz, aynı zamanda toplumun genel refahını artırmak için bir araç olarak da

görüldür. Montreal Bildirgesi'nin yayınlanması, sosyal turizmin uluslararası düzeyde tanınmasına ve desteklenmesine katkıda bulunmuştur (BITS, 1996).

Montreal Bildirgesi'nin sürdürülebilirlik ve dayanışma ilkelerini sosyal turizme dahil etmesiyle, sosyal turizm daha geniş bir kitleye hitap eden ve daha talep edilen bir turizm kavramı haline gelmiştir. Bu bildirge, sosyal turizmi sadece erişilebilirlik üzerinden değil, aynı zamanda sürdürülebilirlik ilkesiyle de ilişkilendirerek "herkes için" bir turizm türü olarak tanımlamıştır. Sosyal turizm, toplumun dezavantajlı gruplarının turizme erişimini kolaylaştırarak ve dayanışmayı teşvik ederek "herkes ile" desteklenen bir turizm biçimi haline gelmiştir. Sürdürülebilirlik ilkesi, sosyal turizmin doğal ve kültürel kaynaklara zarar vermeden uzun vadeli olarak sürdürülebilmesini sağlamayı amaçlar. Bu çerçevede, sosyal turizm faaliyetleri yerel ekonomiye katkıda bulunurken, çevresel etkileri minimum seviyede tutmayı hedeflemektedir. Dayanışma ilkesi ise toplumun farklı kesimlerinin birbirleriyle destek içinde olmalarını ve sosyal katılımlarını artırmalarını teşvik etmektedir. Dezavantajlı gruplara yönelik olarak düzenlenen sosyal turizm programları, sosyal dışlanmayı azaltır ve sosyal adaletin sağlanmasına katkıda bulunmaktadır. Uluslararası Sosyal Turizm Örgütü (ISTO), sürdürülebilirlik ve dayanışma ilkelerini sosyal turizmin temelinde tutarak bu kavramların yaygınlaşmasına katkıda bulunmuştur. Montreal Bildirgesi, sosyal turizmin sadece bir turizm faaliyeti olmanın ötesine geçerek, toplumsal refah ve sürdürülebilir kalkınma için önemli bir araç haline gelmesinde önemli bir dönüm noktası olmuştur. Bu bağlamda, sosyal turizm sadece vizyonunu genişletmekle kalmamış, temelinden gelen bir dönüşümle daha zengin ve katılımcı bir turizm anlayışı haline gelmiştir (Sonuç, 2016: 44).

3.2.8.2.20. Aubagne Bildirgesi

2006 yılında Marsilya yakınlarındaki Aubagne'de gerçekleştirilen kongrede kabul edilen Aubagne Ek Sözleşmesi, Montreal Bildirgesi'nde belirtilen prensip ve değerlere vurgu yaparak sosyal turizmin gelişimine katkıda bulunmuştur. Kongrenin başlığı "Kalkınma ve Dayanışma Turizmine Doğru" olarak belirlenmiş ve sosyal turizmin daha ileriye taşınması için önemli bir adım olarak değerlendirilmiştir. Aubagne Ek Sözleşmesi, sosyal turizmin sürdürülebilirlik, dayanışma ve eşitlik ilkelerini desteklemiştir. Montreal Bildirgesi'nde belirtilen herkes için turizm vizyonunu güçlendirmiş ve bu kavramları daha geniş bir perspektifle ele almıştır. Sözleşme, turizmin gelişmekte olan bölgelerdeki toplumsal ve ekonomik etkilerini inceleyerek, turizmin sadece ekonomik değil aynı zamanda toplumsal ve çevresel boyutlarda da sürdürülebilir olması gerektiğini vurgulamıştır. Aubagne Kongresi ve kabul edilen Ek Sözleşme, uluslararası alanda sosyal turizmin öneminin artmasına ve bu alanda politikaların geliştirilmesine önemli katkılarda bulunmuştur. Bu süreç, sosyal turizmin sadece

turizm sektöründe bir faaliyet olmanın ötesine geçerek, toplumsal kalkınma ve sosyal adalet için etkili bir araç olarak değerlendirilmesinde etkili olmuştur (BITS, 2006).

3.2.8.2.21. Barselona Bildirgesi

Barselona Bildirgesi, 13-14 Eylül 2006 tarihlerinde Avrupa Ekonomik ve Sosyal Komitesi (EESC) tarafından kabul edilmiş önemli bir belgedir. Bu bildirge, Avrupa'da sosyal turizm konusunda EESC'nin görüşlerini ve önerilerini içermektedir. Barselona Bildirgesi'nin Madde 8.1'inde ifade edildiği gibi, sosyal turizmin çevresel, ekonomik ve sosyal açılardan sürdürülebilir bir faaliyet olduğu vurgulanmaktadır. Bildirge, sosyal turizmin bu üç alanda da gereksinim duyulan bir aktivite olduğunu ortaya koymaktadır. (EESC, 2006).

Barselona Bildirgesi, sosyal turizmin geniş bir yelpazede ekonomik, sosyal, sağlık, istihdam ve Avrupa vatandaşlığı gibi faydalar sağlayabileceği konusunda olumlu bir değerlendirme sunmaktadır. Madde 4.3.2'ye göre, sosyal turizm her yönden olumlu bir değerlendirme almış ve tüm uygulayıcılar ile kullanıcılar için bir "mucize" olarak kabul edilmiştir. Bu faaliyetin kimseye zarar vermediği vurgulanmış ve evrensel olarak tanınan ve desteklenen ender ekonomik faaliyetlerden biri olduğu belirtilmiştir. Hem kamu kurumları hem özel kurumların birçok katkısı olmuştur. Bunların arasında, sosyal turizmi 100 girişim arasına dahil eden, EESC'nin 29 Ekim 2003 tarihli "Herkes için Sosyal Sürdürülebilir Turizm" ile ilgili görüşü ve Avrupa sosyal turizm projesini Avrupa kurumsal iş birliği için muhtemel ön proje olarak dahil eden 6 Nisan 2005 tarihli Genişletilmiş AB'de Turizm Politikası ile ilgili görüş bulunmaktadır (Sonuç, 2016: 44-45).

Barselona Bildirgesi, sosyal turizmin tanımı ve tarihçesi ile başlayarak gelişimini ele almaktadır. Bildirge, Avrupa'da sosyal turizm kapsamındaki projelerde rol alan tüm aktörleri açıkça belirtmektedir. Bu aktörler arasında kamu ve özel sektör temsilcileri, yerel yönetimler, işçiler, işverenler, dernekler, sosyal turizm kurumları (sendikalar, ulusal kuruluşlar) yer almaktadır. Avrupa'da sosyal turizmin yasal çerçevesi incelenmiş, çeşitli ülkelerdeki uygulamalar değerlendirilmiştir. Bildirgede ayrıca, sosyal turizmin dayandığı esaslar arasında turizmden faydalanma hakkı, sosyal entegrasyona katkı, sürdürülebilir turizm yapılarının oluşumu, istihdam ve ekonomik kalkınmaya katkı, küresel kalkınmaya etkisi, sosyal turizmin yönetim ve karlılık boyutu ile Avrupa sosyal turizmi için hedefler ve tavsiyeler gibi konular ele alınmaktadır. Ayrıca, sosyal turizm hareketlerinin ülkeler arası turizm faaliyetlerini artırabileceği vurgulanmaktadır (Sonuç, 2016: 45).

3.2.8.2.22. Rimini Kongresi

OITS'nin (Uluslararası Sosyal Turizm Organizasyonu) çabaları hem Avrupa'da hem de uluslararası turizm dünyasında çeşitli önemli girişimlerin ortaya çıkmasına katkı sağlamıştır.

Bu çabalar şunları içermektedir: 1999'da Küresel Turizm Etiği Yasası'nın kabul edilmesi, 2002'de Quebec'te Ekoturizm Dünya Zirvesi'nde alınan kararlar, Avrupa Bölgeler Birliği Protokolü ve Barselona Bildirgesi'nin oluşturulması gibi başarılar bu çabaların ürünüdür. EFFAT ile yapılan iş birliği, Avrupa Birliği Turizm Birimi ile organize edilen Sosyal Turizmle İlgili Avrupa Günleri ve Calypso Projesi gibi önemli operasyonlar da OITS'nin desteklediği etkinlikler arasındadır. Bu çalışmalar, Rimini Kongresi'nde tekrar vurgulanmış ve OITS'nin turizm etiği, ekoturizm ve sosyal turizm konularında dünya çapında etkili bir rol oynadığını ortaya koymuştur.

Avrupa'da 2010 yılının yoksulluk ve sosyal dışlanışlıkla mücadele yılı olarak ilan edildiği Rimini Kongresi'nde, sosyal dışlanmayı önlemek için sosyal içermeyi teşvik etmenin önemi vurgulanmıştır. Turizm, dünya çapındaki sosyal, kültürel ve ekonomik gerçekliklerin bir parçası haline gelmiştir ve bu nedenle sosyal içirme amacının gerçekleştirilmesinde önemli bir rol oynamaktadır (OITS, 2010). OITS'nin modern anlamda sosyal turizmi yeniden tanımlama ve uygulama çabalarında, Küresel Turizm Etiği Yasası'nın 3., 4. ve 7. maddeleri temel alınmaktadır (WTO, 1999).

3.2.8.2.23. Calypso Projesi

Avrupa Birliği, sosyal turizme dair desteklerini uygulamalar çerçevesinde bildiriler, kongreler, sözleşmeler ve sosyal turizm örgütlerine finansal destek sağlayarak gerçekleştirmesinin yanı sıra aynı zamanda bazı projelere de destek olmaktadır. Bu projelere örnek olarak başta Calypso Projesi gösterilmektedir. Avrupa'da sosyal turizmi yaymak amacıyla geliştirilen bu proje, uluslararası anlamda sosyal turizm ağının etkinliğini geliştirmek ve güçlendirmek adına gerçekleştirilmiştir. Rimini Kongresi'nde üniversiteler ve araştırma enstitülerini de sosyal turizm ağı dahiline sokan Avrupa Birliği, bu iş birliğine halkı da dahil etmek istemektedir.

Küresel çaptaki finansal krize rağmen birçok ülkede Avrupa Parlamentosu ve Komisyonu, sosyal turizmin varlığını hiçe saymayı reddederek Calypso Projesi'ne yatırımlar yapmaktadır. Fransa, Belçika, İspanya ve Portekiz bu ülkelere örnek olarak gösterilmektedir (Sonuç, 2016: 47). İtalya'da, tatil çekleri dağıtımı başlatılmıştır. İtalyan Hükümeti, çeşitli sosyal turizm türlerinin yaygınlaşması için çalışmalarına başlamıştır. Ayrıca Roma, Küresel Etik Yasası'nın kalıcı sekreteryasına ev sahipliği yapması nedeniyle sosyal turizmin gelişimi için önemli bir merkez haline gelmiştir.

Calypso hareketi, 2008 yılında aralık ayında Avrupa Parlamentosu tarafından oybirliğiyle kabul edilen bir kararla başlatılmıştır. Bu girişim, birçok vatandaşın hala turizm ve seyahatten dışlanmasından kaynaklanan sosyal eşitsizliği düzeltmeyi amaçlamaktadır. Calypso,

turizme evrensel erişilebilirlik sağlayarak dezavantajlı insanların tatil yapmalarına yardımcı olmanın yanı sıra düşük sezondaki turizmi teşvik etmekte ve farklı bölgeler arasında turizm değişimini desteklemektedir. Bu girişim özellikle genç yetişkinler (18-30 yaş), finansal sıkıntı yaşayan aileler, engelli bireyler ve tatil için yeterli maddi imkana sahip olmayan veya tatil planlaması konusunda zorluklar yaşayan yaşlılar gibi dört farklı hedef gruba hizmet sunmaktadır (www.bits-int.org).

2009-2011 yılları arasında toplam 3,5 milyon Euro bütçesi onaylanan Calypso hareketine 21 ülke katılmıştır. Bu ülkeler Avusturya, Belçika, Bulgaristan, Hırvatistan, Kıbrıs, Çekya, Fransa, Yunanistan, Macaristan, İrlanda, İtalya, Letonya, Litvanya, Malta, Polonya, Portekiz, Romanya, Slovakya, Slovenya, İspanya, Türkiye şeklindedir. Bu üç yıl boyunca dokuz toplantı ve atölye çalışması düzenlenmiştir. Calypso'nun ilk yılında "Avrupa'da Turizm Değişimi" başlıklı bir çalışma grubu oluşturulmuş ve iş imkanlarını arttırma, turizmi mevsimsellikten kurtarıp sezonu uzatma, Avrupa vatandaşlığını güçlendirme ve bölgesel/yerel ekonomileri sosyal turizmi geliştirerek kalkındırma hedefleri doğrultusunda bir çalışma yürütülmüştür. 2010 ve 2011 yıllarında üç teklif çağrısı yapılmıştır. İki tanesi düşük sezonda turizmin geliştirilmesi ve ülkeler arası iş birliğinin sağlanması üzerineyken, üçüncüsü bir arz-talep içeren web tabanlı platform oluşturulması amaçlanmıştır (Calypso, www.ec.europa.eu).

3.2.8.2.24. SOWELL Projesi

Sosyal turizmin wellness (sağlık) turizmiyle birleştiği bir uygulama olan "SOWELL" projesi Avrupa'da gerçekleştirilmektedir. Bu proje Fransa, İspanya, İtalya ve Çek Cumhuriyeti ile OITS, Consorci Viles Termals de Catalunya (Katalan Bölgesi Kaplıca Kasabaları), Regione Puglia (Puglia Bölgesi), Legambiente Turismo kuruluşlarının ortak olduğu bir inisiyatiftir (SOWELL Projesi, www.sowell-project.eu).

Sağlık ve kaplıca turizmi ile sosyal turizmin birleşimi, turizm pratiği ve disiplinler arası açıdan önemli bir örnektir. Adından da anlaşılabilceği gibi sağlık turizmi faaliyetleri daha geniş bir kitleye sunulmaktadır. Kitlesi belirli olan bu turizm türünü özellikle yaşlılar, kronik veya geçici rahatsızlığı bulunanlar gerçekleştirmektedir. Sosyal turizm ile bağdaştırılması ile bu turizm türünü gençlere ve sezon dışı zamanlarda turizme açmaya çalışılmıştır. Bu iki hedef kitle, bölgede sağlık turizmine bağlı kültürel ve sportif aktiviteleri sağlayan diğer sektörleri kullanımda ortaklaştırılmaya çalışılan kitledir. Turizm merkezinin tanıtımı ve imajı SOWELL'in etkileyeceği ve katkıda bulunacağı temel faktörlerdir (www.sowell-project.eu).

3.2.8.2.25. STEEP Projesi

Sosyal Turizm Avrupa Değişim Platformu (STEAP) projesi, Nisan 2012'de konaklama arzı ile dört temel hedef grup arasında bağlantı kurmayı hedefleyerek oluşturulmuştur: gençler,

maddi sıkıntısı olan aileler, yaşlılar ve engelli bireyler. Bu proje, Avrupa'da uluslararası iş birliklerini teşvik etmek amacıyla web tabanlı bir platform oluşturmayı amaçlamaktadır. Proje, 15 aylık bir dönem için Avrupa Komisyonu'nun ortak fonundan destek almıştır. STEEP projesinin ortakları arasında İspanya'da Segittur, İtalya'da Legacoop Ulaşılabilir Turizm için Avrupa Ağı (European Network for Accessible Tourism), Fransa'da Ulusal Turizm Kurumları Birliği (Union Nationale des Associations de Tourisme), İtalya'da Consorzio Siena Hotel Promotion, Belçika'da Joie & Vacances Asbl gibi kuruluşlar yer almaktadır. Şubat 2014'te ise platformun yönetimi için kar amacı gütmeyen eCalypso asbl kurulmuştur (STEPP projesi, www.ecalypso.eu'dan Akt.; Sonuç, 2016: 49).

3.2.8.2.26. ENAT Projesi

ENAT (Avrupa'da Erişilebilir Turizm Ağı), herkes için turizmi savunan önemli bir kuruluştur. ENAT'a göre, Avrupa'da erişilebilir turizm için potansiyel pazar, yıllık 68 milyar avrodan fazla harcama gücüne sahip tahminen 130 milyon kişiden oluşmaktadır. Bu grup, engelli turistler, yaşlı insanlar, hamile kadınlar, küçük çocuklu aileler, kronik bir sağlık durumu veya geçici bir engeli olan kişileri içermektedir. Tüm bu insanlar ve onlarla seyahat edenlerin erişilebilir turizme olan ihtiyaçları büyüktür. Ayrıca, bu pazarın büyümesi insan ömrünün uzamasıyla birlikte artmaktadır. Genel erişilebilirlik eksikliği, turist sayısını doğrudan olumsuz etkileyebilir. İyi erişim olmadan birçok insan seyahat edemez, bu da işletmeler ve toplumlar için sağladıkları gelirin kaybına neden olabilmektedir (ENAT, www.accessibletourism.org).

Avrupa'da sosyal turizm amacıyla uygulanan bir çeşit uygulamalar, örgütler, sosyal turizmi içeren bildiriler, kongreler ve sözleşmelere değinilmesinin yanı sıra, sosyal turizm kullanıcılarının ve hükümetlerin tercihi doğrultusunda bazı farklılıklar da bulunmaktadır. Ortaya çıkışından itibaren ekonomik durumu ile sınıflandırılan sosyal turizm kullanıcıları, günümüzde artış ve yoğunluk açısından engelli bireyler ve yaşlı turizmi olarak öne çıkmaktadır. Diğer bir artış gösteren sosyal turizm kullanıcı sınıfı ise gençlerden oluşmaktadır. Son olarak ise aile turizminin yer aldığı yoğunluk sıralamasında, bazı ülkeler bu sıralamalara daha da öncelik vermektedir. Carneiro vd. (2013), Üçüncü Yaş Turizmi için Portekiz'de sosyal turizm uygulamasının motivasyonlarına yönelik bir pazar dilimlemesi çalışması yapmışlardır. Çalışmada, sosyo-demografik profil, seyahat davranışı, elde edilen faydalar, memnuniyet ve sadakat gibi konular araştırılmıştır. Araştırma sonucunda pasif yaşlılar, sosyo-kültürel yaşlılar ve aktif yaşlılar olmak üzere üç sınıflandırma üzerinde istatistiksel olarak önemli farklar belirlenmiştir. Sonuç olarak üçüncü yaş pazarı için sosyal turizmin önemi vurgulanmıştır. Turizmin bir insan hakkı olmasına rağmen, herkes için turizm Portekiz'deki yaşlı vatandaşlar için gerçekleştirilemediği belirtilmektedir. Bu durumda, Portekizli yaşlı bireylerin çok az bir

kısmı bu türdeki etkinliklere katılım sağlayabilmektedir. Bu çalışmanın bulguları, küçük ölçekte olmasına rağmen sosyal turizm uygulamalarının katılımcı artışı sağlanarak ve bu girişimlerden faydalananların çıktılarının geliştirilip iyileştirilmesine de katkıda bulunmaktadır. Çalışma sonuçlarına göre, sosyal turizme katılımın en önemli sebebi sosyal temas ve iletişim imkanlarıdır. Bu nedenle, sosyal turizm programları, yaşlıların sosyal izolasyondan kurtulmasına ve topluma entegrasyonunu artırmasına yardımcı olmaktadır. Bu tür uygulamalar, yaşlı bireyler için sosyal ağları genişletme ve yeni deneyimler yaşama fırsatı sunarak yaşam kalitelerini arttırabileceği yönündedir (Sonuç, 2016: 60-61). Sonuç olarak Portekiz’de, mevcut ekonomik iklimde dahi sosyal turizm programlarının ortadan kaldırılmadığı belirtilmektedir. Tam tersine, iyi kurulan bir sosyal turizm politikası için ve hem endüstrinin hem de dışlananların turizmden faydalanabilmesi için, devlet ve özel sektörün birlikte adım atması gerektiği belirtilmekte ve bunun için Portekiz’deki yaşlılar için yapılan program örnek gösterilmektedir (Eusébio vd., 2011). Bahsi geçen aktif yaşlılar, paket tur programlarına katılım göstermektedir. Buradaki aktivitelere ek olarak eğlence aktiviteleri, kültür keşfi, yeniliklere ve sosyalleşmeye açık çok çeşit aktiviteyi kabullenmektedir. Sosyo-kültürel yaşlılar ise daha çok kültürel öğeyi barındıran, aktif fakat aktif yaşlılar kadar hareketlilik ve eğlence içermeyen, yerel kültürü keşfetmeyi amaçlayan sınıftır. Pasif yaşlılar ise, manzarayı seyretmek ve rekreasyonel aktiviteleri tercih etmektedir.

Üçüncü yaş turizmi için Portekiz’in uygulamaya koyduğu sosyal turizm aktiviteleri ve projelerinin yanı sıra; düşük gelirli veya engelleri bireyleri olan aileler için sosyal turizm aktiviteleri ve politikalarının daha yoğun olarak görüldüğü ülkeler ise Birleşik Krallık ve Almanya’dır. Ekonomik anlamda tatile kendi imkanları ile çıkamayan ailelerin de yer aldığı politikalarda bahsi geçen ülkelerde ağırlık verilen sosyal turizm kullanıcılarının engelli birey barındıran aileler de oldukça sık görülmektedir. Birleşik Krallık’ta tatile katılmamanın en büyük sebebi olarak alım gücünün olmaması gösterilmektedir (Corlyon ve La Placa, 2006). Alım gücü konusunda sıkıntılar çeken aileler, daha önce yukarıda da belirtilen örgütler sayesinde sosyal turizm hareketi ile turizme kazandırılmaktadır. Bazı hayır kurumları ise direkt olarak engelli çocuk barındıran ailelere tatil çeki ya da ödemeler ile finansal imkanlar sağlamaktadır. Özellikle Family Holiday Association, düşük gelirli ailelere odaklı çalışan ve onlara sosyal turizmi ulaşılabilir hale getirme konusunda Birleşik Krallık’ın en iyi çalışan örgütü olarak görülmektedir. Griffin ve Stacey (2011)’in çalışmasına göre, İrlanda’da herkes için turizm kavramının anlaşılmasında zorluklar yaşandığı belirtilmektedir. Sosyal içerme ulusal politika gündeminde olmasına rağmen, İrlanda’da turizmin sosyal değeri çok az tanınmakta ve genellikle tamamen ekonomik bir bakış açısıyla ele alınmaktadır. İrlanda’da

turizm politikaları, sürdürülebilir gelişme amacıyla çevresel konulara orantısız bir şekilde odaklanmaktadır. Bu durum, Avrupa Birliği'nin belirlediği sekiz sürdürülebilir turizm görevinden en az birini yerine getirmekte zorluklar yaşanabileceğini ve hatta İrlanda'nın mevcut Sürdürülebilir Turizm Gelişimi Politikasını başarıyla uygulayamayacağını işaret etmektedir (Griffin ve Stacey, 2011). Almanya'da sosyal turizm hibeleri, özellikle tek ebeveynli aileler, bakıcı aileler veya büyükanne-babalı aileler gibi hedef gruplara yönelik olarak belirlenmiştir. Bu hibeler, genellikle tek çocuklu aileler için yeterli olmakla birlikte, bazı durumlarda iki ya da daha fazla çocuklu ailelere de fon sağlanabilmektedir. Almanya'da veya aile merkezi bulunan diğer ülkelerde (Fransa ve Macaristan gibi) bu hibelerle aileler konaklama imkanına sahiptir. Hibelerin amacı, ailelerin diğer ailelerle bilgi ve deneyim paylaşımı imkanı sağlamak, aile içi ilişkileri güçlendirmek ve var olan sorunları çözmek, yara almış ilişkileri onarmak ve yeniden inşa etmektir (BAGFE, 2009).

Son olarak, sosyal turizmde kullanıcı kitlesi olarak çocuklar ve gençleri daha çok hedef alan ülkeler ise Polonya, İsveç, Finlandiya ve İrlanda olarak görülmektedir. Polonya, sosyalist rejim altındayken önemli bir rol oynamış olan sosyal turizm, bugün azalmış durumda olsa da çoğunlukla çocuk ve gençlik turizmine yer vermektedir. Fonlamalar ise doğrudan bakanlık bütçesinden sağlanmaktadır (Diekmann vd., 2009: 30). İrlanda'da ise yürütülen araştırmalar doğrultusunda sosyal dışlanmaya maruz kalan çocukların tatil yapmasının sağladığı faydaları ele almaktadır. Bu konuda Quinn ve Stacey (2010), bulgu olarak tatilin çocuklar için en önemli faydalarının işsizlik, zayıf vasıf, düşük gelir, zor konut koşulu, yüksek suçluluk oranlarının olduğu çevre, kötü sağlık ve aile bağlarının kopması gibi bağlantılı birçok sorunla dolu olan ev ortamından uzaklaşma fırsatı olduğunu ortaya koymuştur. İrlanda'daki araştırmadan çocuklar tarafından tatilde geçirilen zamanın kalitesinin rutin ev hayatlarında geçirilen zamandan çok daha iyi olarak algılandığını ortaya çıkmıştır. FETE (İlk Avrupa Seyahati Projesi), sosyal turizmin gençlik turizmiyle birleştiği önemli bir adımdır. Bu proje, Belçika, İsveç, Finlandiya ve Almanya'nın partner ülke olduğu ve Calypso tarafından desteklenen bir inisiyatiftir. FETE projesi, Avrupa'daki gençlerin turizme katılımını teşvik etmeyi ve çoğunun ilk kez yurtdışı deneyimi yaşayarak kültürel ve sosyal gelişimlerine katkıda bulunmayı amaçlamaktadır. Proje ayrıca ticari turizm ürünlerinin (konaklama, seyahat, yeme-içme vb.) maliyetinin yüksek olması ve Avrupa'nın farklı bölgelerinin kültürel anlamda yaklaşmasını sağlamak amacıyla kamu ve özel sektörden birçok kurum ve kuruluşun desteğiyle hayata geçirilmiştir. 2012 yılı Eylül ayında uygulanan proje sonucunda katılımcı gençlerden olumlu geri bildirimler alınmıştır. Gençler, projenin kendilerine sunduğu deneyimlerden dolayı memnuniyetlerini dile getirmişlerdir. Kimisi farklı kültürlerden gelen insanlarla dostluklar kurduklarını belirtirken,

kimisi de hiç gitmediği yerlerin ve yeni kültürlerin keşfine olanak tanıdığı için projeyi övmüştür. Bu tür deneyimlerin gençlerin sosyal ve kültürel zenginleşmesine, bilgi birikimlerinin artmasına ve ufuklarının genişlemesine katkı sağladığına dair ifadeler, sosyal turizmin temel amacını gerçekleştirdiğini göstermektedir (Minnaert, 2012'den Akt.; Sonuç, 2016: 67).



DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

BULGULAR

4.1. Devlet Destek/Teşviklerinde Sosyal Turizm'in Yeri

Sosyal turizm uygulamaları, kalkınma planlarında sosyal turizmin yeri ve Türkiye'de sosyal turizm adına uygulanan politikalara değinilmeden önce Türkiye'de sosyal turizmin gelişimi; 3.2.2. *Sosyal Turizmin Türkiye'de Tarihsel Gelişimi* bölümünde ele alınmıştır. Bu bölümün devamında Türkiye'de zaman içerisinde günümüze kadar artarak ilerleyen sosyal turizm uygulamaları mevcuttur. Sosyal Turizm kavramı Türkiye'de tam olarak oturmuş durumda olmasa da zaman zaman kalkınma planlarında yer almış, kurumlar-kuruluşlar ve dernekler tarafından desteklenmiştir. Öncelikle Türkiye'de sosyal turizmin Demir (2012)'ye göre 1960'lı yıllarda ücretli yıllık izin hakkıyla yürürlüğe girdiği düşünülmektedir. Ücretli yıllık tatil izin hakları, yasallığa kavuşmasıyla beraber çalışanların boş zamanının artmasını sağlamıştır. Bununla birlikte boş zamanların tatil ile değerlendirilmesi ise hem turizm paydaşlarının hem de yurt içi para sirkülasyonu için hükümetin desteklediği bir durumdur. Bunun yanı sıra, Türkiye'deki doğal güzellikler, tarihi ve arkeolojik anıtlar, Avrupalı sahil kıyıları gibi durumlar, yurtiçi turist potansiyelini artırmaktadır. Bu gibi durumlar ne kadar elverişli olsa da sosyal turizm için yeterli zemin olmadığı için sosyal turizmin gelişimine gerekli katkıyı sağlayamamıştır. Çünkü geçim sıkıntıları dolayısıyla, işsiz veya çalışan yoksul kategorisinde bulunan kitlelerin önceliği tatil değildir. Bu kesimler için öncelik, yaşamsal fonksiyonlarını gerçekleştireceği temel ihtiyaçlarıdır. Tatil ise bu temel ihtiyaçlar arasında görülmemektedir. Tatil yapmak lüks tüketim olarak değerlendirilmektedir. Bu durum da toplumumuzda tatil yapma alışkanlığının üst gelir grubunda yer alan kitlelere özgü bir faaliyet alanı olarak görülmesine neden olmuştur. Bu duruma örnek olarak Türkiye'de Master Card tarafından yürütülen bir çalışma gerçekleştirilmiştir. 2009 yılında MasterIndex Yaz Tatili Araştırması, Türkiye'nin kentsel nüfusunu temsil eden 11 il merkezinde 1000 kişi üzerinden yürütülmüştür. Kısaca bulguları ise şu şekildedir (Turizm Araştırmaları Derneği- MasterIndex Araştırması, 2009):

- Türk halkının %64'ü daha önce tatil yapmıştır.
- Yaz tatiline çıkanların öncelikli konaklama tercihi akraba veya tanıdıkların yanında konaklamaktır (%35). Bu bireylerin yanı sıra tatilini evde oturarak geçirenlerin oranı ise %25'tir.
- Ortalama yaz tatili Türkiye'de 12 gün olarak belirlenmiştir.

- Türkiye’de yaz tatilini gerçekleştirmek amacıyla en çok tercih edilen ulaşım aracı otobüs olarak belirlenmiştir.

Araştırma örnekleminin 11 il merkezi olarak ayarlanması küçük ölçekli ve sınırlı bir araştırma olarak görülmesi yol açsa da sonuçları açısından oldukça çarpıcı sonuçlara sahiptir. Araştırmanın gerçekleştirdiği il merkezlerine araştırma raporunun detaylı sonucunun 2018 yılından itibaren internet ortamında kaybolmasından dolayı erişilememektedir. Zaman içerisinde internet ortamından kaybolan bu sonuçlardan geriye sadece makale ve tezlerde kullanılmış olan yukarıdaki genel sonuç maddeleri kalmıştır. Kentsel nüfusu temsil eden bu araştırmanın aksine kırsal nüfusun da dahil edildiği bir sosyal turizm araştırmasını da Sarı vd., (2022) yılında gerçekleştirmiştir. Antalya’nın Konyaaltı ilçesinde gerçekleştirilen bu çalışmada örneklem seçiminde, Antalya’daki diğer ilçelere nazaran turizm potansiyelinin ve turist sayısının daha yüksek olması rol oynamıştır. Toplamda 72 kişiye uygulanan anket çalışmasında %54’lük bir kısmın 2022 yılı ve daha öncesinde en az bir kere tatile çıkma fırsatı bulunduğunu belirtmektedir. MasterIndex Araştırması ile bu çalışmanın ortak noktalarından birisi ise tatile çıkan katılımcıların %35,9’unun mekan tercihinde akraba seçimidir. MasterIndex Araştırması sonuçlarına göre ortalama yaz tatili süresinin 12 gün olarak belirtildiği görülmektedir fakat gerçekleştirilen bu çalışmada en yüksek frekans yoğunluğuna (%48,7) sahip gün sayısı yaklaşık bir haftadır. Bu durumu bir haftadan az ve iki hafta cevapları izlemektedir. MasterIndex Araştırması’nın 11 il merkezinde 1000 katılımcı ile yürütülmesi, bu gibi araştırmaların yanında daha büyük bir örnekleme sahip olduğunu göstermektedir. Buna rağmen Sarı vd. gerçekleştirdiği çalışmada; şehrin en önemli iki sahilinden birisi olan ve Türkiye’nin önemli turizm ve rekreasyon alanları içerisinde yer alan Konyaaltı sahiline katılımcıların %23,6’sının daha önce hiç gelme fırsatının olmadığı sonucuna erişmesi, Türkiye’de dar gelirli kesimin tatil aktivitesi gerçekleştirmekten ziyade sahili göremediğini dahi kanıtlar niteliktedir. Bu yüzden örnekleminin küçük olmasına bakılmaksızın çalışmanın ortaya koyduğu sonuçlar önemlidir. Bu çalışmanın gelecek çalışmalara örnek teşkil etmesi, daha büyük bir örneklem çerçevesinde, aynı ölçeklerin kullanımı ile gerçekleştirilmesi amaçlanmıştır. Turizm cenneti olarak görülen Antalya’da sahili görememiş dezavantajlı kesimin bulunması, durumun vahametini ortaya koymaktadır. Bu durumda sosyal turizmin önemi, küçük çapta gerçekleştirilen bu araştırmada bile görülmektedir. Çünkü sosyal turizm hareketi, zamanında Avrupa’da da ufak adımlar atılarak geliştirilmiştir.

Türkiye’de sosyal turizm, genellikle iç turizm ile bağdaştırılmaktadır. İç turizmin gelişmesi ile sosyal turizm hareketinin de gerçekleştirildiği düşünülmektedir. İç turizme dair yatırımlar hem kalkınma planlarında hem de strateji planlarında zaman zaman yer almıştır.

Örneğin 1. Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda *“Turist çekmek üzere Türkiye'nin çok iyi propagandası yapılmalıdır. Bu propaganda bu konuda tecrübeli yabancı reklam müesseseleri ile iş birliği yapılarak sağlanacaktır. Ayrıca gereken ülkelerde bir Turist Eğilimleri Araştırması ve turizmle ilgili görülecek diğer araştırmalar yaptırılacaktır. Buna paralel olarak dış turizmin gelişmesi bakımından öncülük görevi olan iç turizmin de geliştirilmesi teşvik edilecektir.”* ibaresi yer almaktadır (1. Beş Yıllık Kalkınma Planı, 1963). İç turizm, ilk kalkınma planından itibaren dış turizmin gelişimi için bir araç olarak görülmektedir. İç turizm hareketliliğinin dış turizmi olumlu etkileyeceği düşünülmektedir. Kalkınma planlarında ve stratejik planlarda sosyal turizme yer verilmesi, iç turizme nazaran daha geç olmuştur. Çünkü Türkiye gibi ülkelerde turizm, ekonomik kalkınma ve sanayileşmeye yardımcı bir sektör olarak görülmektedir.

Türkiye’de sosyal turizmin gelişimini ve mevcut durumunu etkileyen bir sürü etken bulunmaktadır. Bu etkenler temel anlamda olumlu ve olumsuz olarak ayrılabilir.

Tablo 38: Türkiye’de Sosyal Turizm Etkenleri

Olumlu Etkenler	Olumsuz Etkenler
Ücretli Tatil Hakkı	Kırsal Yapı Özelliği
Doğal Kaynaklar	Eksik Organizasyon ve Yatırımlar
Sosyo-ekonomik Gelişme	Yetersiz Gelir Düzeyi

Kaynak: Usta, 1988.

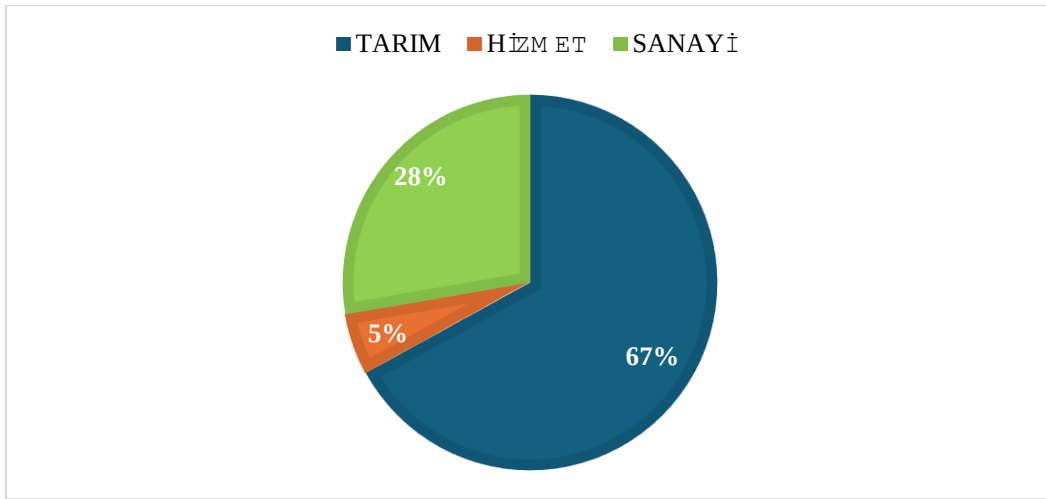
Türkiye, doğal güzellikleri ve iklim koşullarıyla hem geleneksel hem de sosyal turizm için geniş imkanlar sunmaktadır. Özellikle yaz mevsiminin uzun sürmesi, turizme katılımın ve tatil sürelerinin genişlemesine olanak tanımaktadır. Bu durum, diğer ülkelerde turistik sezonların iklim şartları nedeniyle kısıtlı olmasıyla karşılaştırıldığında Türkiye'ye avantaj sağlamaktadır. Ücretli izinlerin yasal bir hak olarak verilmesi, Türkiye’de sosyal turizmin gelişimine olumlu katkılar sağlayan önemli bir faktördür. Çalışanların düzenli olarak tatil yapabilme hakkı hem fiziksel hem de psikolojik sağlıkları için önemlidir ve turizm sektöründe hareketliliği artırır. Sanayileşme sürecinde kaydedilen ilerlemeler, ekonomik büyüme ve artan gelir düzeyi de sosyal turizmin yaygınlaşması için uygun zeminler oluşturur. (Usta, 1988: 137).

Türkiye, sosyal turizmin gelişimi bakımından olumlu birçok etkene sahiptir. Dezavantajlı kesimde yer alan bireylerin bu olumlu etkenler sayesinde sosyal turizm hareketini gerçekleştirmesi beklenmektedir. Olumlu etkenler Tablo 38’de de görüldüğü üzere üç alt başlığa ayrılmaktadır. Bunların ilki olan ücretli tatil hakkı, çağdaş dünyadaki çalışma şartlarının gerektirdiği bir imkan olarak görülmektedir. Ücretli izin, diğer ülkelerde olduğu gibi Türkiye’de de yasal bir hak olarak görülmektedir. 1982 Anayasası’nda dinlenme hakkı olarak

bu hakka yer verilmiştir. 1960'lı yıllarda ücretli yıllık izin hakkı da bu hakkın gelişmesinde rol oynamıştır. Doğal kaynaklar alt başlığına değinilecek olursa, Türkiye'de çalışanlara ücretli izin imkanının sağlanmış olmasının yanı sıra sosyal turizm hizmetine alınabilecek çok elverişli doğal şartlara sahip olduğu bilinmektedir. Turizm mevsiminin uzunluğu, iklim açısından turizm yapmaya uzun süre elverişli imkanlar sunması, deniz ve güneş gibi tatil imkanlarından yararlanma süresi uzunluğu, çalışan kitlelerin belirli bir zamansal dağılım içerisinde aynı imkanlardan yararlanmasına imkan vermektedir (Usta, 1988: 138). İklimsel özelliklerin yanı sıra doğal zenginliklerin çokluğu ve çeşitliliği de Türkiye'de sosyal turizmin elverişli ortamını yaratan önemli etkenlerden birisidir. Türkiye'de üç tarafın denizlerle kaplı olması, kitlelerin merakını uyandıracak tarihsel, arkeolojik ve doğal zenginliklerin bir arada bulunması, bu gibi tüm elverişli imkanların sosyal turizm anlayışına uygun olarak organizasyonu ve değerlendirilmesi yapıldığında, geniş kitlelere hitap edebilecek potansiyelde olduğu bilinmektedir (Usta, 1988: 138). Türk toplumunun sosyal yapısı içerisinde dışa kapalı bir yaşam biçimi hakimdir. Bu durumu Usta (1988), *doğal olarak tarımsal yapının ağır basması* olarak değerlendirmiştir. Toplumsal değer yargılarının kitlelerin ve dolayısıyla bireylerin davranışlarını biçimlendirmesinden, geleneksel alışkanlıkların toplumsal yaşantıdaki etkisinin fazla olmasından dolayı olduğunu ileri sürmektedir. Bu durumun Türkiye'deki turizm hareketleri üzerinde de önemli etkileri olduğu düşünülmektedir. Çünkü çağdaş turizm denilen şey, sanayileşmiş, şehirleşmiş, aydınlanmış toplumların bir hareketidir ve aynı toplumların hayata ve iyimserliğe dönük dünya görüşlerine dayanmaktadır. Zaman içerisinde Türkiye'de belirli merkezlerde sanayileşmenin başlaması, yoğunlaşması ve bunaltıcı çalışma koşullarının artması, kentleşme hızının artması, bu nedenlere bağlı olarak bireylerde gerçekleşen psikolojik bunalımlar, pis hava koşulları ve buna benzer pek çok faktör, şehirde yaşayan bireyleri geçici olarak izinli olduğu günlerde seyahate zorlamakta ve turizm hareketini bu merkezlerde ihtiyaç olarak ortaya çıkarmaktadır (Usta, 1988: 139). Sanayileşmenin artmasıyla artan kentleşme hızı, sosyo-ekonomik gelişmeler, ekonomik anlamda kısıtlı olan bireyleri dahi kentlerden kaçışa itmiştir. Bu durumda büyük şehirlerden uzaklaşmak amacıyla; turizm ve sosyal turizm hareketinin gerçekleşmesi kaçınılmazdır.

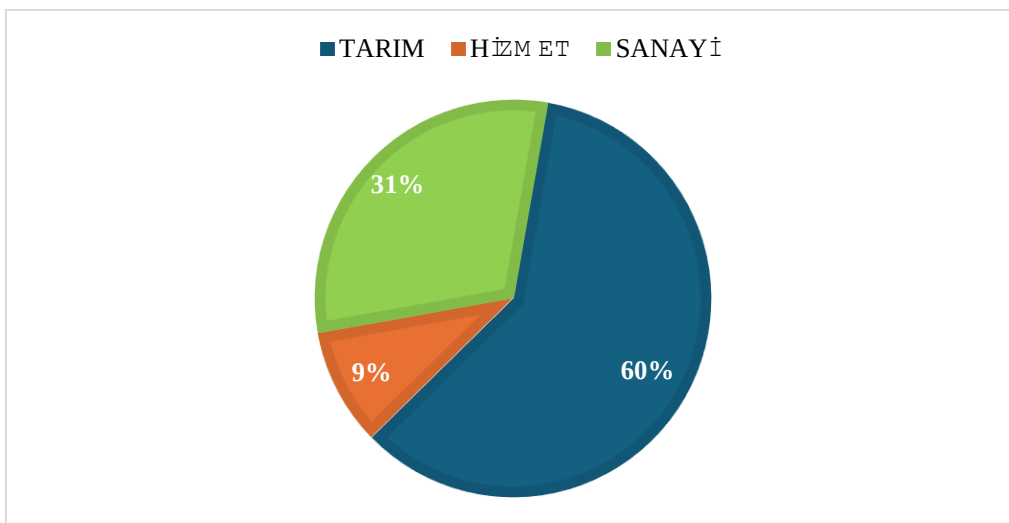
Olumlu etkenlerin varlığı gibi olumsuz etkenlerin varlığı da Türkiye'de sosyal turizmin gelişimini etkileyen etkenler arasındadır. Olumlu etkenlerin varlığı sosyal turizm için uygun ortam sağlamasına rağmen sosyal, ekonomik ve yapısal eksikliklerin varlığı nedeniyle bazı olumsuz etkenler ortaya çıkmaktadır. Olumsuz etkenler, Usta (1988)'e göre üç alt başlığa ayrılmıştır. Bunlardan ilki olan kırsal yapı özelliği, özetle Türkiye'nin bir tarım ülkesi olmasından kaynaklanmaktadır. Sanayileşmede ve kentleşmede gerçekleştirilen birçok

gelişmeye rağmen hala tarımsal ilişkiler düzeninin egemen olduğu bir toplum olmasından dolayıdır. Özellikle 1960'lı yıllarda %70'in üzerinde bir oranda tarım sektöründe çalışan sayısının bulunması, sosyal turizm için gerekli potansiyeli yaratmaktan uzak kalmıştır. Usta (1988), bulgularını ortaya koyduğu dönem içerisinde sayısal verilerin ve bahsi geçen bilgilerin doğruluğu tartışılmazdır fakat günümüz Türkiye'sinde tarımsal sektörde çalışma oranının düştüğü de göz önünde bulundurulmalıdır. İşsizlik oranları ve işgücüne sağlanan istihdam oranlarının da değişiklik göstermesiyle birlikte 2022 Türkiye'sinde bu bulguların doğruluğu tartışmalıdır. Usta (1988)'in çalışmasını gerçekleştirdiği dönem içerisinde 1989 yılı ve 1990 yılı ekonomik faaliyetlere istihdam dağılımı aşağıdaki gibidir:



Grafik 5: 1989 Yılı Ekonomik Faaliyetlere Göre İstihdam Oranları

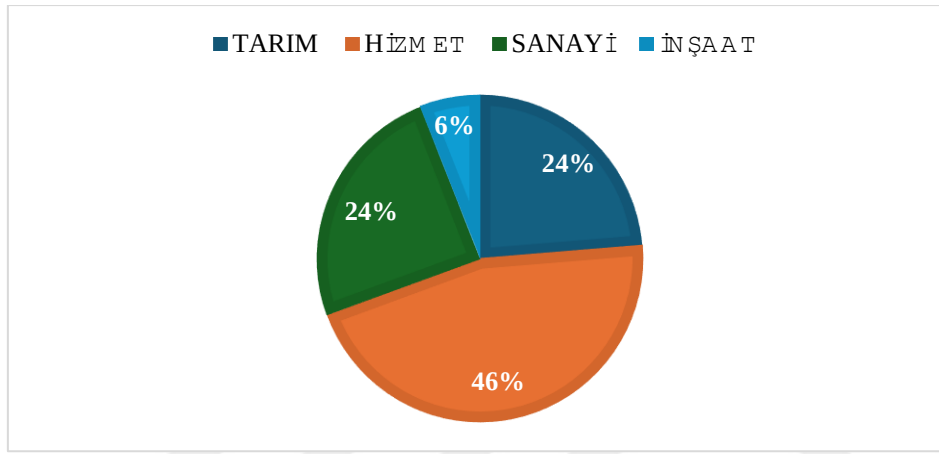
Kaynak: İş ve İşçi Bulma Kurumu, 1990 İstatistik Yıllığı (1991).



Grafik 6: 1990 Yılı Ekonomik Faaliyetlere Göre İstihdam Oranları

Kaynak: İş ve İşçi Bulma Kurumu, 1990 İstatistik Yıllığı (1991).

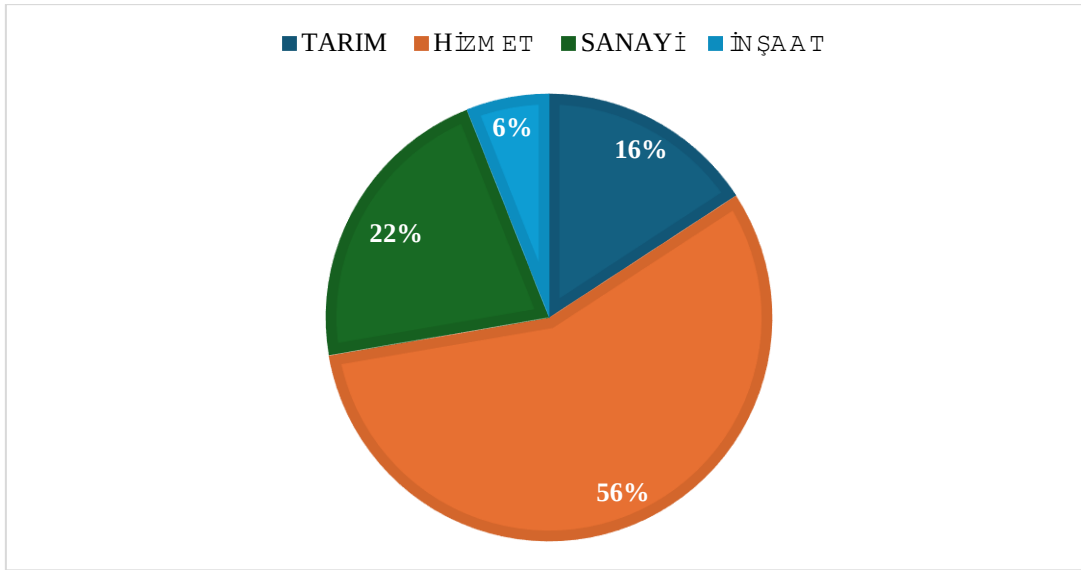
Yukardaki grafiklerde görüldüğü üzere 1989 ve 1990 yıllarına ait ekonomik faaliyetlere göre istihdam oranları, yuvarlanmış yüzdelikler ile verilmiştir. Olumsuz etkenler içerisinde yer alan kırsal yapı, Usta (1988)'nin belirttiği gibidir. 1989 yılında istihdam oranı %67 ile tarım sektöründe yoğunlaşmıştır. Bunun yanı sıra ikinci en yoğun istihdam sağlanan sektör ise %28'lik bir oranla sanayi sektörüdür. Bir yıl içerisinde, 1990 yılındaki istihdam oranları ele alındığında tarım sektöründeki istihdam oranı %7'lik bir düşüş yaşayarak %60 civarına gerilemiştir. Çalışmanın gerçekleştirildiği dönemden bu yana tarımsal ekonomik faaliyetlerdeki istihdam oranı gerileme göstermektedir. 1990 yılında sanayi sektörünün %3'lük ve hizmet sektöründe de %4'lük artış söz konusudur.



Grafik 7: 2010 Yılı Ekonomik Faaliyetlere Göre İstihdam Oranları

Kaynak: Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, TOBB Ekonomik Raporu (2010).

Grafik 7'de de görülebileceği üzere 2010 yılı ekonomik faaliyetlere göre istihdam oranları, 1989 yılı ve 1990 yılı ekonomik faaliyetlere göre istihdam oranlarına göre oldukça değişkenlik göstermiştir. Hizmet sektörünün 1990-2010 yılları arasında gerçekleştirdiği yaklaşık %37'lik atılım grafikte görülmektedir. Bu durumda başlıca değişkenlik gösteren en önemli sektör hizmet sektörüdür. Hizmet sektörünün yanı sıra tarımsal faaliyetlerdeki düşüş ise yadsınamaz derecededir. 1989 yılından 1990 yılına kadar gerçekleşen %7'lik düşüş, 1990 yılından 2010 yılına kadar geçen 20 senelik sürede ise %60'tan %24'e kadar gerilemiştir. Yaklaşık olarak %36'lık bir düşüş söz konusudur. 2010 yılının grafiğinde yer alan inşaat sektörü, bazı kaynaklarda sanayi sektörünün içerisinde yer almaktadır. Bu duruma göre 2010 yılında toplamda inşaat ve sanayi sektörünün %30'luk payı, 1990 yılındaki %31'lik sanayi sektörü payı ile neredeyse eş değerdedir. Sanayi sektöründeki istihdamın azalması, sanayi sektörünün gerilediğinin bir göstergesi değildir. Aksine sanayi sektöründe istihdamın azalması, sanayide makineleşmeye geçilmesini, insan gücüne olan ihtiyacın azalmasını ifade etmektedir.



Grafik 8: 2022 Yılı Ekonomik Faaliyetlere Göre İstihdam Oranları

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), İşgücü İstatistikleri 2022 (2023).

2022 yılı ekonomik faaliyetlere göre istihdam oranları grafiği ise Grafik 8’de görüldüğü gibidir. 2022 yılında hizmet sektörünün istihdamdaki payı yaklaşık %56 olarak belirlenmiştir. 2010 yılından süregelen zamanda %10’luk bir artış söz konusudur. Genel olarak bakıldığında 1990 yılından 2022 yılına kadar geçen sürede hizmet sektörü %47’lik bir istihdam payı artışı yakalamıştır. Hizmet sektöründe istihdamın getirdiği bu artış hem tarımsal faaliyetlerden hem de sanayi faaliyetlerinde yaşanan düşüşler ile gerçekleşmiştir. Tarımsal faaliyetlerdeki istihdam oranı 2010 yılından 2022 yılına kadar geçen sürede %8’lik düşüş yaşamıştır. %16 civarında seyreden tarımsal istihdam oranı, geniş perspektifte bakıldığında 1990 yılına dayandırılırsa %44’lük derin bir düşüş yaşamıştır. Tarımsal istatistik verileri göz önüne alınmadan bu istihdam düşüşünün yorumlanması imkansızdır. Çünkü istihdam sayısındaki düşüş, verimliliğin de düştüğünün kanıtı niteliğinde değildir. Usta (1988) yılındaki çalışmasında, tarımsal-kırsal yapıdan ötürü sosyal turizmin gelişemediğini savunmaktadır. Mevcut durumda ise bundan bahsetmek mümkün değildir. Çalışmanın gerçekleştirildiği dönemde gerçekten de sosyal turizmin gelişmesine balta vuran etkenler arasında yer alsa da şu anda kırsal yapının-tarımsal faaliyetlerdeki istihdam sayısının sosyal turizm ile etkisinin özel olarak araştırılması gerekmektedir.

Usta (1988), olumsuz etkenler başlığında organizasyon ve yatırım eksikliğinden de bahsetmektedir. Sosyal turizm gerçekten de dar gelirli kişilerin konaklayacağı, dinleneceği, eğleneceği, sosyal ilişkiler geliştireceği özel tesisler gerektirmektedir. Türkiye’de sosyal turizme özgü tesisler kapsamında sayılabilecek olanlar, devlet kuruluşları, özel bankalar, özel

sanayi kuruluşları gibi kurumların kendi örgütlerine bağlı olan kuruluşlar şeklinde bulunmaktadır. Kamu kuruluşlarının tatil tesislerine bakıldığında, Türkiye’de sosyal turizm tesislerinin kamu kampları şeklinde yoğunlaştığı ve kendi içine kapanık bir durumda olduğu görülmektedir. Ayrıca işçi ve memur aileleri için ulaşımlarda kolaylık-ucuzluk, tatil yapılacak mevsime göre indirimler, aile gurupları için özelleştirmelerde bulunmak gibi birtakım eylemlerin gerçekleştirilmemesi de sosyal turizmin yatırım ve organizasyon eksiklikleri arasında yer almaktadır. Bu gibi örnekler de sosyal turizmin gelişmesini ve yayılmasını engellemektedir.

Sosyal turizme katılanların en önemli özelliği gelir düzeyinin yetersiz olmasıdır. Gelir düzeyinin yetersizliği, sosyal turizmin Türkiye’de gelişimini olumsuz etkilenmesine sebep olmuştur. Tatile çıkma konusunda beliren önemli engellerden birisi de gelir yetersizliğidir. Dezavantajlı kitlenin harcama gurupları içerisinde kültür ve eğlence için ayrılmış bütçesi özel olarak yer almamaktadır veyahut düşük bir düzeyde bulunmaktadır. Doğal olarak bu kalem içerisinde yer alan tatil veya turistik tüketim payı önemsizdir. Dezavantajlı kitlenin hayatını idame ettirebilmesi için öncelik verdiği ilk üç harcama kalemi ise gıda, konut ve giyim eşyaları olarak belirlenmiştir (Usta, 1988: 141). Ailenin tüketim yapısı, gelenekleri ve kırsal-kentsel yapı gibi değişik faktörler göz ardı edilerek genelleme yapılırsa bu genelleme yapılabilmektedir. Fakat bu faktörler göz önünde bulundurulursa farklı sonuçlar ortaya çıkabilmektedir.

Türkiye, planlı döneme kadar turizm sektörü alanında kesinlikle saptanmış bir turizm politikası ortaya koymamıştır. Bazı kurumlar ve kuruluşlar, bu döneme kadar Türkiye’nin turizm politikasını kendi imkan ve amaçları çerçevesinde yürütmeye çalışmışlardır (Usta, 1982: 88). Türkiye, 1934 yılına kadar özel olarak turizm sektörü ile ilgilenmemiştir. Bu tarihe kadar yürütülen çalışmalar Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu tarafından gerçekleştirilmiştir. Seyahin Cemiyeti adıyla faaliyet gösteren bu kurum, 1930 yılına kadar Türkiye’nin turizm politikasında söz sahibi durumdadır. Ancak 1949 yılında gerçekleştirilen Birinci Turizm Danışma Kurulu toplantısında devletin rolü ortaya çıkmıştır ve ulusal turizm politikasına öncü olacak bir rapor hazırlanmıştır. Bu süreçten sonra toparlanan Turizm Danışma Kurulları, Türkiye’nin turizm politikasının işlevlerine yeni yönler kazandırmıştır. Planlı dönem olarak bahsi geçen dönem ise Kalkınma Planı sürecinin yürürlüğe girdiği dönemdir. Bu dönem içerisinde gerçekleştirilen politikalar ve alınan kararlar ise 4.1.1. *Kalkınma Planlarında Sosyal Turizm’in Yeri ve Politikalar* bölümünde yer almaktadır.

4.1.1. Kalkınma Planlarında Sosyal Turizm'in Yeri ve Politikalar

Ülke içerisindeki bütün toplumsal kitleleri tatil yapma imkanlarına kavuşturmak, dinlenmiş insanlar toplumunu yaratmak gibi sosyal boyutu bulunan sosyal turizmin, turizm politikalarında ve planlamalarında özel olarak yer alması gerekmektedir. 1960 yılına kadar turizm sektörüne gerektiği önemi göstermemiş olan devlet, bu yıldan sonra 1961 Anayasası'nın 41/2 maddesi uyarınca düzenlenen ve uygulanmaya başlanan bir gelişme politikası niteliği taşıyan beş yıllık kalkınma planlarında turizmin geliştirilmesi için gerekli tedbirler öngörülmüştür (Usta, 1982: 88-89).

Türkiye'nin 1963 yılından bu yana uyguladığı planlı karma ekonomi politikası ilkeleri, ülkenin ekonomik kalkınmasını desteklemek amacıyla belirli bir yönlendirme ve strateji çerçevesinde yapılandırılmıştır. Bu politikalar, genellikle beş yıllık dönemler halinde hazırlanan kalkınma planları şeklinde ortaya konmuştur (Usta, 1982: 89). Türkiye'nin ilk kalkınma planından itibaren turizm, özel olarak ağırlık verilen sektörler arasında yer almaktadır. Ülkeye sağladığı döviz girdisi ve gelişmişliğe katkısının oldukça fazla vurgulandığı görülmektedir. Birinci ve ikinci kalkınma planlarında özellikle turizm getirisinin vurgulanması, dönemin ekonomik şartları ile de alakalıdır.

Beş yıllık kalkınma planları çerçevesinde ilk iki kalkınma planında direkt olarak sosyal turizme değinilmemiştir. Lakin İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda "1968 program döneminde özel sektörü teşvik tedbirlerinin uygulanmasında öncelik tanınan sektörler ve öğretim kolları" başlığı altında yer alan turizm sektörü maddesinde aşağıdaki ibare yer almaktadır:

"Kitle turizmine (organize, götürü fiyatla yapılan toplu turistik seyahatler) uygun, ikinci, üçüncü, dördüncü sınıf otel ve moteller, dış seyahat acenteleri ile angajmanı olan işletmeler, Akdeniz, Ege ve Marmara öncelik bölgelerinde kurulacak tesisler, uygun ulaşım imkanlarına sahip yörelerde kurulacak işletmeler."

Teşvik ibareleri arasında yer alan bu ifadeler, turizmde teşviğin hangi alanlarda dağılacağını belirtmektedir. İkinci Kalkınma Planı'nda yer alan kitle turizmi ifadesi, yıllardır sosyal turizm ile karıştırılmaktadır. Hunziker (1951)'in de belirttiği gibi bu kavram iki anlam barındırmaktadır. Kaspar (1976) ise kitle turizm kavramının, turistlerin kitlesel hareket etmesinden başka bir anlam ifade etmediğini savunmaktadır. İkinci Kalkınma Planı döneminde yazılan bu ifadenin, maddelerin devamı ve planın bütünlüğüne bakıldığında gerçekten de sosyal turizm anlamında kullanılmadığı anlaşılmaktadır. İkinci Kalkınma Planı'nda özel olarak sosyal turizm ibaresi yer almamakla birlikte, turistlerin turizm getirisi, turizmde yatırım kredileri ve özel sektör ile kamu arasındaki turizm sektöründe ilişkilerin kurulmasına dair oldukça fazla

ibare yer almaktadır. “sosyal” ile “turizm” kavramlarının bir arada bulunduğu tek madde ise turizmde ilkeler ve gelişmeler içerisinde “İkinci Plan süresince turizmin ekonomik, sosyal ve kültürel fonksiyonlarından tam olarak yararlanılacaktır.” olarak yer aldığı görülmektedir (T.C. Başbakanlık D.P.T., 1968).

Turizm yatırımlarının genel nitelikleri; birinci plan döneminde daha ziyade mümkün olduğu kadar çok yerde konaklama ünitelerinin gerçekleştirilmesi şeklinde belirtilmiştir. İkinci plan döneminde ise kitle turizmine yöneliş ve fiziksel plan anlayışından bahsedilmiştir. Sosyal turizm kavramına direkt olarak ilk defa 1973-1977 yıllarını kapsayan Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı’nda yer verilmiştir. Turizm faaliyetlerinin bütünü içerisinde sosyal turizmin gelişmesine önem verileceği, bu gelişim, tatillerin yayılması tedbirleriyle birlikte temin edilerek sosyal turizm faaliyetlerine iştirak eden kamu turistik konaklama tesislerinin dış turizme de hizmet etmek suretiyle kamu personelinin bu tesislerde geçirecekleri tatillerin maliyetlerinin düşürülmesi olanaklarının geliştirileceği belirtilmektedir (T.C. Başbakanlık D.P.T., 1973). Ayrıca iç turizmin geliştirilmesinin de öneminin oldukça vurgulandığı Üçüncü Kalkınma Planı, sosyal turizm için oldukça önemlidir.

Sosyal turizme dair ilk gelişmelerin yaşandığı Üçüncü Kalkınma Planı döneminden sonra, Dördüncü Kalkınma Planı döneminde, sosyal turizm konusuna geçmiş planlı dönemlerden daha fazla önem verildiği, iç turizm kapsamında sosyal turizme özen gösterildiği dikkat çekmektedir (Usta, 1982: 91). Dördüncü Kalkınma Planı dönemi içerisinde sosyal turizm hakkında önerilen ilkeler ve önlemler şunlardır (T.C. Başbakanlık D.P.T., 1979) :

- “Kamu kuruluşlarına ait kamplar, dinlenme tesisleri ve turistik yörelerdeki eğitim tesislerindeki yatak kapasitelerinin tek merkezden yönetimi ve bu tesislerden daha geniş kitlelerin yararlanması sağlanacaktır. Nitelikleri dış turizme açılmaya uygun olanların kapsam içerisinde yönetilmesi öncelikle ele alınacaktır. Bu kampların iç turizme dönük kullanımlarında kar amacı gütmeyen işletilmeleri sağlanacak; yeni kurulma hali dışında, kuruluş bütçelerinden işletme maliyetlerini ve idame yatırımı gereklerini karşılamak üzere herhangi bir yardım yapılmayacaktır.”
- “Çalışanların, dinlenme ve tatil gereksinimlerini karşılamak için gerekli önlemler alınacaktır.”
- “Dar gelirli vatandaşların tatil yapma, dinlenme ve eğlence ihtiyaçlarını karşılayacak ucuz turistik tesislerin gerçekleştirilmesi için çalışmaları yoğunlaştırılacaktır.”
- “İç turizm geliştirilmeden, turizm sektörünü işletme bazında rantabl hale getirmek güçlüğü dikkate alınarak, halka ucuz tatil yapma imkanlarını sağlayacak, iç turizmi hareketlendirecek tedbirler getirilecektir.”

Diğer yandan, Dördüncü Kalkınma Planı'nda ilk kez, sosyal turizm tesislerine yer verilerek, arz yönünden dar gelirli kitlelere yönelik yatırımlara girişileceği belirtilmektedir. Arz yönünden Dördüncü Plan'da şu hedefler öngörülmüştür: (T.C. Başbakanlık D.P.T., 1979)

- “Devlet dar gelirli vatandaşların ucuz tatil yapma, eğlence ve dinlenme ihtiyaçlarını karşılayacak tesisleri yapma girişiminde bulunacaktır. Bu amaçla, özellikle T.C. Turizm Bankası Kuruluş Kanunu'nun 2 a-5 maddesine (işçi ve memurların tatil ve dinlenme ihtiyaçlarına cevap verecek sosyal turizm tesisleri kurmak ve işletmek) uygun yatırımlara girişecektir.”
- “Yukarıda adı geçen sosyal tesisler gerçekleştirilinceye kadar T.C. Turizm Bankası tarafından uygulanmakta olan tatil kredisi sistemi, daha geniş bir kitleye hitap edecek biçimde yeniden düzenlenerek işlerlik kazandırılacaktır.”

Bu nitelikleriyle dördüncü plan döneminde turizm sektöründe sosyal turizme önem verileceği ortaya çıkmaktadır. Ancak konu ile ilgili öneri ve ilkelerin somut girişimler olmaktan uzak bulunduğu dikkati çekmektedir (Usta, 1982: 91).

Beşinci Kalkınma Planı döneminde özel olarak sosyal turizme dair ibareler yer almamaktadır. Bu duruma ek olarak Altıncı Kalkınma Planı döneminde ise sadece iki maddenin sosyal turizm ile uzaktan ilişkisi saptanmıştır. Bu maddeler ise şunlardır (T.C. Başbakanlık D.P.T., 1990) :

- “Turizm sektöründe kış, av ve su sporları ile festival, sağlık, gençlik, kongre, termal, golf ve 3. yaş turizmini daha cazip hale getirecek teşvik politikaları geliştirilecektir.”
- “Toplumun en uygun ve sağlıklı şartlarda tatil yapması sağlanacaktır.”

İlk maddeyi direkt olarak sosyal turizm ile ilişkilendirmek mümkün değildir fakat sosyal turizmin geliştirici yan turizm dallarından olan üçüncü yaş turizmi ve gençlik turizminin daha cazip hale getirileceği ve teşvik edileceği ifadelerinin yer alması, dolaylı yoldan sosyal turizme değinildiğinin göstergesidir. Toplumun tatil yapma şartlarından bahsedilen madde ise direkt olarak sosyal turizme değinilen tek madde olarak yer almaktadır. “Sosyal Turizm” ifadesi, Altıncı Kalkınma Planı'nda da direkt olarak yer almamaktadır.

Yedinci Kalkınma Planı döneminde turizmin amaçları, ilkeleri ve politikaları içerisinde; “rekabet gücü yüksek ve verimli bir turizm ekonomisinin geliştirilmesi, yerel halkın ve turistlerin turizmden beklentilerinin karşılanması, doğal ve kültürel değerlerin zenginleştirilerek sürekliliğin sağlanması” sektörün temel amaçları arasında belirtilmiştir (T.C. Başbakanlık D.P.T., 1996). Yerel halkın ve turistlerin turizmden beklentilerinin karşılanması ifadesi, sosyal turizm ile uzaktan veya yakından bağdaştırılabilecek tek ifade olarak yer aldığı görülmektedir. Diğer kalkınma planları gibi Yedinci Kalkınma Planı'nda da turizm

sektörünün getirinden, döviz girdisinden ve yapılacak yatırımlardan sıkça bahsedilmiştir. Sosyal turizme dair özel olarak herhangi bir politika görülememektedir.

Sekizinci Kalkınma Planı ve Dokuzuncu Kalkınma Planı dönemlerinde, sosyal turizmle ilgili herhangi bir amaç, geliştirme ve düzenleme maddesi, planlar çerçevesinde yer almamaktadır. Birinci Kalkınma Planı’ndan itibaren düzenli olarak bahsedilen dönemlere kadar her plan döneminde yer alan, klasikleşmiş ifade olan “turizm hareketlerinin yoğunlaştığı bölgelerde yerel yönetimlerin, sivil toplum kuruluşlarının ve halkın turizmle ilgili kararlara katılımı artırılacaktır.” ifadesi haricinde halk ve turizmin bir arada bulunmadığı görülmüştür. Bu ifadenin de sosyal turizm ile herhangi bir bağı bulunmamaktadır.

Onuncu Kalkınma Planı’nda ise sosyal turizme dair bariz bir ifade bulunmamakla birlikte, bu duruma karşıt olarak turizmin **üst gelir grubuna** hitap edecek şekilde düzenleneceği ifadeleri yer almaktadır: “Turizmde nitelikli işgücü, tesis ve hizmet kalitesiyle uluslararası bir marka haline gelmesi; **daha üst gelir grubuna hitap edecek şekilde** turizm ürün ve hizmetlerinin çeşitlendirilmesi ve iyileştirilmesi; turizm değer zincirinin her bileşeninde kalitenin artırılması ve sürdürülebilirlik ilkesi çerçevesinde bölgesel kalkınmada öncü bir sektör haline gelmesi temel amaçtır” (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2013). Üst gelir grubu ifadesi, tamamen turizmin ekonomik getirisi düşünülerek kullanılan bir ifadedir. Çünkü kalkınma planının turizm bölümünün geri kalanında tamamen ekonomik girdilerden ve beklentilerden bahsedilmektedir. Onuncu Kalkınma Planı döneminde pik yapan sağlık turizmine dair ayrı bir bölüm yer almaktadır. *1.17. Sağlık Turizminin Geliştirilmesi Programı*’nın amacı ve kapsamı çerçevesinde dikkat çekici bazı ifadelere yer verilmiştir. Bu ifadeler şu şekildedir: “Bu programla, Türkiye’nin dünyada yükselen pazar konumunda olduğu medikal turizm, termal turizm, ileri yaş turizmi ve engelli turizmi alanlarındaki hizmet kalitesinin yükseltilerek rekabet gücünün artırılması amaçlanmaktadır” (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2013). Bahsi geçen maddedeki “engelli turizmi” ifadesi, sosyal turizmde dezavantajlı kesim içerisinde konumlandırılan engelli bireylerin avantajına yönelik çalışmaların yapılacağını belirtmektedir. Dolaylı yoldan sosyal turizmde dezavantajlı bireylere yönelik bir çalışmanın gerçekleştirilecek olması, Onuncu Kalkınma Planı’nın direkt olarak “engelli” ifadesi kullanılan ilk kalkınma planı olarak özel bir yer edinmesine sebep olmuştur.

On birinci Kalkınma Planı, Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı’nın 2019-2023 yılları arasında yürürlüğe sürdüğü kalkınma planıdır. Bu kalkınma planında, sosyal turizme dair herhangi bir ifade yer almamaktadır. Sağlık turizmi ve sürdürülebilir turizm ifadelerinin oldukça sık yer aldığı kalkınma planında diğer kalkınma planlarında da olduğu gibi, turizmin ekonomik getirilerine, turizm sayesinde ülkeye sağlanan

döviz girdilerine, Türkiye’de yabancı turist potansiyeline dair oldukça fazla madde yer almaktadır.

On ikinci Kalkınma Planı, 2023 yılının sonunda yayımlanmış olan, güncel olarak uygulanan son kalkınma planıdır. 12. Kalkınma Planı’nda dikkat edilmesi gereken husus, halihazırda söz edilmeyen “sosyal turizm”, giderek ortadan kalkmıştır. Öncelikle kalkınma planının 364.1. maddesinde yer alan “*Turizmin çeşitlendirilerek 12 aya ve tüm ülkeye yayılması amacıyla alternatif turizm ürünlerinin tanıtım çalışmaları başta dünyada yükselen pazar konumundaki ülkeler ile Amerika ve Uzak Doğu gibi uzak pazarlardaki ülkeler ve öncelik üst gelir grubuna yönelik olarak yürütülecek, ziyaretçi başına geliri artıracak şekilde nitelikli turizm faaliyetlerine odaklanılacaktır.*” ifadesinde altı çizili olarak, üst gelir grubuna yönelik çalışmaların artırılacağı ve odak noktası olacağı vurgulanmıştır. Kalkınma planının Turizm bölümünde yer alan ifadeler, 364.1. maddesini desteklemektedir. Örneğin 522. maddede yer alan “*Değişen tüketici eğilimleri doğrultusunda turizmin çeşitlendirilmesi ve geliştirilmesi, sezon süresinin uzatılması, hizmet kalitesinin yükseltilmesi ve daha fazla harcama eğilimi olan ziyaretçinin ülkemize çekilmesiyle ziyaretçi başına turizm gelirinin artırılması, varış noktası yönetimi yaklaşımıyla sektörde yeşil ve dijital dönüşümün gerçekleştirilerek rekabetçiliğin geliştirilmesi ve koruma/kullanma dengesi gözetilerek ekonomik ve sosyal kalkınmaya katkı sağlanması temel amaçtır.*” ifadesi ve 527. maddede yer alan “*Ziyaretçi başına turizm gelirinin artırılması amacıyla daha fazla gelir bırakan turizm çeşitleri geliştirilecektir.*” ifadesi, turizmin ekonomik getirisinin ön planda tutulduğunu belirtmektedir. Kalkınma planında sürdürülebilir turizm ve özellikle sağlık turizmine dair geliştirmelerin, güncellemelerin ve yatırımların artırılacağına yönelik ifadeler sıklıkla yer alsa da sosyal turizme dair veya sosyal kalkınma ve turizm ilişkisine dair bir madde bulunmamaktadır.

Kalkınma planlarının bütününde, kısıtlı şekilde sosyal turizm ifadesine yer verildiği görülmektedir. Üçüncü Kalkınma Planı dönemi ve Dördüncü Kalkınma Planı dönemi, sosyal turizmin kalkınma planları çerçevesinde ilk defa planlamaya dahil edildiği dönemler arasında yer almaktadır. Bu dönemler haricinde sosyal turizme hiçbir zaman direkt olarak değinilmemiştir. Bunun aksine sosyal turizme tamamen ters bir şekilde turizmin ekonomik girdilerinden sıkça bahsedilmiştir. Altıncı ve Yedinci Kalkınma Planı dönemlerinde turizmin sosyal boyutu ile ilişkilendirilebilecek bazı ifadeler yer alsa da direkt olarak sosyal turizme dair ifadeler görülememektedir. Onuncu Kalkınma Planı dönemi ise sosyal turizmin kullanıcı kitlesi olarak ifade edilen, dezavantajlı kesim içerisinde yer alan engelli bireylere yönelik bazı iyileştirmelere, engelli bireylerin turizm fırsatlarından yararlanmasına dair ifadelerin varlığı, sosyal turizme dair gelecek dönemlerde umut vaat etmektedir. Türkiye’de kalkınma planlarında

turizm, ilk kalkınma planından itibaren son kalkınma planına kadar aralıksız olarak ekonomik getiri anlamında ele alınmıştır. Halkın turizme kazandırılması ve sosyal turizm gibi hareketlerin sadece bazı ifadelerde yer aldığı görülse de bu durum için birkaç somut atılımdan başka geniş çapta hareket gösterilmediği görülmektedir. Bu durumda, sosyal turizmin devlet eliyle desteklenmesi ve geliştirilmesi imkansız kılınmaktadır. Usta (1988)'nin da belirttiği gibi Türkiye’de sosyal turizmin gelişimindeki olumsuz etkenler arasında yer alan organizasyon ve yatırım eksikliği, kalkınma planları açısından hiçbir zaman yeterli şekilde kapatılmaya çalışılmamıştır. 12. Kalkınma Planı’nın yayımlandığı Türkiye’de halen turizmin sosyal boyutuna dair bir yatırım ve yönelme söz konusu değildir.

4.1.2. Türkiye’de Gerçekleştirilen Sosyal Turizm Uygulamaları

Türkiye’de sosyal turizm uygulamaları, sosyal turizmin gelişiminden itibaren kısıtlı bir şekilde gerçekleşmiştir. Direkt olarak sosyal turizm uygulamaları içerisinde bulunmasa da dolaylı yoldan sosyal turizme hizmet eden uygulamaların varlığı da mevcuttur. Gençlik turizmi, üçüncü yaş turizmi gibi sosyal turizmin bileşenleri ve geliştiricileri arasında bulunan turizm türlerine yapılan yatırımlar ve bu turizm türlerine dair uygulanan politikalar, dolaylı yoldan Türkiye’de sosyal turizmin de gelişmesine yol açmıştır.

4.1.2.1. Ücretli Tatil

Dünya genelinde sosyal turizm uygulamaları kapsamında ücretli tatil imkanı, büyük önem taşımaktadır. Türkiye’de ücretli izinlerin ve izin haklarının hukuken tanınmasıyla birlikte uygulamalarda yer almaktadır. Çalışanların turizm faaliyetlerine katılması için tatil ya da izin denilen boş zamana gereksinimleri vardır. Bu durumda da Anayasanın 50. maddesi “Dinlenmek çalışanların hakkıdır” ifadesi, büyük önem arz etmektedir. Yıllık izin hakkı ile hafta tatili ve bayram tatili hakları ayrıca vurgulanmaktadır. İşçilerin “dinlenme hakkı” Anayasa ile güvence altına alınmış haklardandır. Bu sebeple anayasal olarak elde edilen bu hak vazgeçilemezdir (Sonuç, 2016: 72).

Anayasal olarak tanınan bu hak haricinde, çalışanların ücreti tatil hakkını elde etmiş olmaması durumunda yaşanması muhtemel problemler göz önünde bulundurulmalıdır. Örneğin çalışanların yorgunluğu ile bu yorgunluğun beraberinde sağlamış olduğu dikkatsizlik sonucunda gerçekleşebilecek iş kazaları, çalışanların ruhsal ve bedensel sağlığı, işe yönelik olan tatmin duygusu ve çalışma arzusunun geri getirilmesi, çalışanların sosyal yaşama kazandırılması, yapılan işin veriminin bu gibi durumlarda düşeceği göz önünde bulundurularak anayasal olarak korunmaya alınması yerinde bir karardır (ÇSGB, 2011).

Belirlenmiş olan iş günlerinde saatlerini tamamlamış olan çalışan, İş Kanunu'nun 63. maddesine göre hafta tatili hakkı kazanmaktadır. Kanunun 46. maddesine göre hafta tatili süresi kesintisiz 24 saat olarak belirlenmiştir (İş Kanunu, 2003).

4.1.2.2. Turizm Bankası ve Tatil Kredileri

Kalkınma planlarında da yer aldığı üzere sosyal turizmin geliştirilmesi amacıyla bazı etkenlerin devreye sokulacağı belirtilmiştir. Sosyal turizme yardımcı olmak üzere T.C. Turizm Bankası, kuruluş kanununda işçi ve memurlara tatil ve dinlenme ihtiyaçlarına cevap verecek sosyal turizm tesisleri kurmak ve işletmek amaçlı yatırımlara girişileceğini açıklamıştır. Bu tesislerin kurulması ve geliştirilmesine kadar geçen sürede T.C. Turizm Bankası, tatil amaçlı kredi sistemi devreye sokmuştur. Daha geniş bir kitleye hitap etmek amacıyla yeniden düzenlenerek işlerlik kazandırılan bu kredi sistemi ile devam edilmiştir (Turizm ve Tanıtma, 1977). Bu tatil kredisi sistemi, 1975-1984 yılları arasında uygulanmıştır.

T.C. Turizm Bankası'nın kapanmasıyla birlikte bazı işletmelerin ve bazı kamu bankalarının tatil kredileri verdiği görülmektedir. Daha düşük faizlerle insanların turizm faaliyetine dahil edilme çabası, mikro düzeyden makro düzeye, ülkeye önemli ekonomik katkılar sağlayacağı düşüncesi ile gerçekleştirilmektedir.

4.1.2.3. Sosyal Tesisler

Sosyal turizme hizmet eden tesisler arasında ordu evleri ile öğretmenlerin bulunduğu, sosyal turizmin bir unsuru olarak değerlendirildiği bilinmektedir (Şenel, 1997). Türkiye Cumhuriyeti 58. Hükümetinin 2003 tarihli Acil Eylem Planı'nda, kamuya ait toplam 2.644 tesisin bulunduğu belirtilmektedir. Bu planda, halkın kullanımına kapalı ve kamudaki gelir düzeyi düşük kesimler tarafından da kullanılamayan tesislerin durumu ele alınmıştır. Bu tesislerin, kamuya önemli bir yük getirmesi sebebiyle satılması, satılamayan tesislerin ise uzun süreli olarak kiraya açılması öngörülmüştür. 2003 yılından bu yana geçen süre zarfında nasıl bir uygulama izlendiğine ilişkin bir bilgi mevcut değildir (Küyük, 2012: 52). Diğer konaklama türlerinden özellikle sosyal turizm amacıyla kurulup işletiliyor olmasa da moteller, pansiyonlar ve kamp alanları da sosyal turizm için konaklamalara imkan verebilecek tesisler olarak nitelenmektedir (Küyük, 2012: 59).

Tablo 39: Türkiye’de Yer Alan Misafirhane Türleri

Üniversite Konukevleri	PTT Vakfı Misafirhaneleri
Öğretmenevi	TCDD Misafirhaneleri
Polis Evi	SGK Misafirhaneleri
Orman Müdürlüğü Misafirhaneleri	Uygulama Otelleri
Karayolları Misafirhaneleri	TEDAŞ Misafirhaneleri
Sendika Misafirhaneleri	Belediye Misafirhaneleri
Devlet Su İşleri Misafirhaneleri	Havalimanı Lojmanları ve Misafirhaneleri
Meteoroloji Misafirhaneleri	Gıda, Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü Misafirhaneleri
Maliye Misafirhaneleri	Bakanlıklara ait Misafirhaneler

Kaynak: ssk.biz.tr, 2023.; tbmm.gov.tr, 2023’ten derlenerek yazar tarafından oluşturulmuştur.

Sosyal turizm, Türkiye’de ulaşım altyapısının ve konaklama hizmetlerindeki gelişmelerin desteklediği bir şekilde, turizmin mevsimsel olmaktan çıkarak yılın her dönemine yayılmasına katkı sağlamaktadır. Bu tür turizm faaliyetleri, genellikle düşük maliyetli konaklama seçenekleri sunarak, özellikle gelir düzeyi daha düşük kesimlerin tatil yapmasını teşvik etmektedir (Demir, 2012). Sosyal tesisler kapsamında devlet dairelerine ait misafirhaneler ve konukevleri de ele alınmaktadır. Birçok kamu kurum ve kuruluşunun misafirhanesi bulunmaktadır. Türkiye’de yer alan misafirhane türleri ise Tablo 39’da görüldüğü gibidir.

Tablo 40: Şehirlere Göre Öğretmenevi Sayıları

<u>ŞEHİR</u>	<u>ADET</u>	<u>ŞEHİR</u>	<u>ADET</u>	<u>ŞEHİR</u>	<u>ADET</u>	<u>ŞEHİR</u>	<u>ADET</u>
Adana	8	Aydın	7	Bolu	4	Düzce	4
Adıyaman	5	Balıkesir	12	Burdur	2	Edirne	3
Afyonkarahisar	9	Bartın	4	Bursa	9	Elazığ	9
Ağrı	9	Batman	5	Çanakkale	9	Erzincan	9
Amasya	5	Bayburt	1	Çankırı	7	Erzurum	17
Ankara	13	Bilecik	6	Çorum	8	Eskişehir	2
Antalya	10	Bingöl	6	Denizli	1	Gaziantep	4
Artvin	7	Bitlis	7	Diyarbakır	11	Giresun	14
Gümüşhane	5	Kastamonu	10	Mardin	7	Şanlıurfa	9
Hakkari	4	Kayseri	7	Mersin	11	Siirt	6
Hatay	12	Kilis	1	Muğla	7	Sinop	6
Iğdır	2	Kırkkale	2	Muş	5	Şırnak	7
Isparta	5	Kırklareli	3	Nevşehir	5	Sivas	11
İstanbul	13	Kırşehir	4	Niğde	6	Tekirdağ	4
İzmir	11	Kocaeli	5	Ordu	6	Tokat	7

Kahramanmaraş	8	Konya	18	Osmaniye	3	Trabzon	12
Karabük	3	Kütahya	6	Rize	9	Tunceli	6
Karaman	1	Malatya	7	Sakarya	6	Uşak	3
Kars	7	Manisa	6	Samsun	10	Van	12
Yalova	1	Yozgat	13	Zonguldak	4	Aksaray	5
Ardahan	3	TOPLAM ADET SAYISI			551		

Kaynak: https://dhgm.meb.gov.tr/edestek/ogretmenEvi/ogretmenEvi_Liste.aspx (Erişim tarihi: 22.03.2023).

Öğretmenevlerinin sosyal turizme, özellikle iç turizme olan katkısı yadsınamaz derecededir. Kamu çalışanlarına uygun ücret politikasıyla konaklama fırsatı sunmasının yanı sıra şehirlerde yer alan turizm tesislerine göre turistler için de tercih edilebilir bir fiyat politikası sunmaktadır. Yaz döneminde tatil bölgelerinde doluluk oranının epey yoğun olduğu öğretmenleri, sadece kamu çalışanlarına değil kamuda çalışmayan bireylerin de konaklamasına olanak tanımaktadır. İç turizmin gelişmesine sunduğu katkı dolayısıyla kullanan kitle ve kullanım amacı düşünüldüğünde sosyal turizmin yayılımı ve gelişimine olan katkısı da oldukça fazladır. Türkiye genelinde T.C. Milli Eğitim Bakanlığı'nın E-hizmet portalında hizmete hazır halde bulunan 551 adet öğretmen evi olduğu görülmektedir. Tablo 40'ta şehirlere göre öğretmenlerinin sayıları görülmektedir.

Tablo 41: Şehirlere Göre Polis Evi Sayıları

<u>ŞEHİR</u>	<u>ADET</u>	<u>ŞEHİR</u>	<u>ADET</u>	<u>ŞEHİR</u>	<u>ADET</u>	<u>ŞEHİR</u>	<u>ADET</u>
Adana	1	Aydın	2	Bolu	1	Düzce	1
Adıyaman	1	Balıkesir	2	Burdur	1	Edirne	1
Afyonkarahisar	1	Bartın	1	Bursa	3	Elazığ	1
Ağrı	1	Batman	1	Çanakkale	1	Erzincan	1
Amasya	1	Bayburt	1	Çankırı	1	Erzurum	1
Ankara	1	Bilecik	1	Çorum	1	Eskişehir	1
Antalya	1	Bingöl	1	Denizli	1	Gaziantep	1
Artvin	1	Bitlis	1	Diyarbakır	1	Giresun	1
Gümüşhane	1	Kastamonu	1	Mardin	1	Şanlıurfa	1
Hakkari	1	Kayseri	1	Mersin	1	Siirt	1
Hatay	1	Kilis	1	Muğla	3	Sinop	1
Iğdır	1	Kırkkale	1	Muş	1	Şırnak	1
Isparta	1	Kırklareli	2	Nevşehir	1	Sivas	1
İstanbul	4	Kırşehir	1	Niğde	1	Tekirdağ	2
İzmir	3	Kocaeli	1	Ordu	1	Tokat	3
Kahramanmaraş	1	Konya	1	Osmaniye	1	Trabzon	1
Karabük	1	Kütahya	1	Rize	1	Tunceli	1

Karaman	1	Malatya	1	Sakarya	1	Uşak	1
Kars	1	Manisa	1	Samsun	1	Van	2
Yalova	1	Yozgat	1	Zonguldak	1	Aksaray	1
Ardahan	1	<u>TOPLAM ADET SAYISI</u>				<u>97</u>	

Kaynak: polisevi.net (Erişim tarihi 22.03.2023).

Polis Evlerinde konaklama fırsatı, öğretmenevlerine göre daha fazla teferruat içermektedir. Emniyet Teşkilatı birimlerinde çalışan personel, emeklileri ve görev malulleri, Teşkilat kimliklerini göstererek Polis Evi Şube Müdürlüğü otel bölümünden faydalanabilmektedirler. Şehit, gazi ve vazife malulü personelin yakınları ise Şehit/Gazi/Malul Yakını Giriş Kartı ile kendileri ve refakatinde gelenler için bu imkandan yararlanabilmektedirler. Bu düzenleme, Emniyet Teşkilatı mensupları ve onların aileleri için özel bir hizmet sunulmasını ve bu kişilerin Polis Evi'nden kolayca yararlanabilmesini sağlamaktadır. Emniyet Teşkilatı personeli yakınları ise Mensup Yakını Giriş Kartı ile Polis Evi Şube Müdürlüğü otel bölümünden faydalanabilmektedir. Kamu kurumu personeli, kendileri ve refakatinde gelen eş, çocuk, anne, baba ve eşinin anne babası kamu kurumu personelinin görev belgesi, senelik izinde ise senelik izin belgesi, raporlu ise hastalık izin belgesi, geçici görevli ise geçici görev belgesi, yeni ataması olan personelin ise atama belgesini ibraz etmeleri durumunda konaklama hizmetinden faydalanabilmektedir. Kamu kurumu personeli veya Emniyet Mensubu olmayan bireyler ise Emniyet Teşkilatı birimlerinde çalışan personelin referans olduğunu belirttiği dilekçesi ve kurum kimlik fotokopisiyle onaylı misafir tarifesiyile konaklama hizmetinden yararlanabilme imkanına sahiptir (<https://www.kars.pol.tr/polis-evi-sube-mudurlugu>). Türkiye genelinde 97 adet polisevi bulunmaktadır. Genellikle her ilde birer adet bulunan polisevleri, bazı illerde maksimum sayı olarak 4 adet yer aldığı görülmektedir.

Tablo 42: Türkiye'deki Şehirlerde Kamu Misafirhane Sayıları

<u>ŞEHİR</u>	<u>ADET</u>	<u>ŞEHİR</u>	<u>ADET</u>	<u>ŞEHİR</u>	<u>ADET</u>	<u>ŞEHİR</u>	<u>ADET</u>
Adana	20	Aydın	17	Bolu	11	Düzce	7
Adıyaman	5	Balıkesir	19	Burdur	9	Edirne	8
Afyonkarahisar	12	Bartın	12	Bursa	25	Elazığ	11
Ağrı	11	Batman	11	Çanakkale	25	Erzincan	11
Amasya	9	Bayburt	5	Çankırı	10	Erzurum	25
Ankara	49	Bilecik	6	Çorum	11	Eskişehir	13
Antalya	38	Bingöl	7	Denizli	6	Gaziantep	11
Artvin	8	Bitlis	10	Diyarbakır	16	Giresun	12
Gümüşhane	9	Kastamonu	15	Mardin	16	Şanlıurfa	19
Hakkari	4	Kayseri	15	Mersin	21	Siirt	11

Hatay	15	Kilis	5	Muğla	15	Sinop	14
Iğdır	7	Kırıkkale	8	Muş	13	Şırnak	8
Isparta	8	Kırklareli	6	Nevşehir	10	Sivas	20
İstanbul	53	Kırşehir	6	Niğde	10	Tekirdağ	9
İzmir	36	Kocaeli	16	Ordu	13	Tokat	18
Kahramanmaraş	16	Konya	33	Osmaniye	4	Trabzon	27
Karabük	8	Kütahya	8	Rize	18	Tunceli	10
Karaman	7	Malatya	17	Sakarya	15	Uşak	9
Kars	7	Manisa	13	Samsun	23	Van	16
Yalova	6	Yozgat	12	Zonguldak	12	Aksaray	9
Ardahan	6	TOPLAM ADET SAYISI			1126		

Kaynak: <https://www.tbmm.gov.tr/KamuMisafirhaneleri> (Erişim Tarihi: 20.05.2023).

Türkiye Büyük Millet Meclisi'nin yayınladığı elektronik portalda Tablo 42'de görülen şehirlere göre kamu misafirhane sayıları, adresleri ve iletişim numaraları yer almaktadır. Bahsi geçen kamu misafirhaneleri ise Tablo 39'da yer alan misafirhane türlerini içermektedir. Türkiye'de en fazla kamu misafirhanesi olan şehir; 53 misafirhane ile İstanbul olarak belirlenmiştir. İstanbul'dan sonra Ankara 49 misafirhane, Antalya 38 misafirhane ve İzmir 36 misafirhane ile en fazla misafirhane sayısına sahip şehirler olarak tabloda yer almaktadır. Kamu misafirhane sayılarında bazı akademik çalışmalarda farklı sayılara değinilmektedir. TBMM'nin sitesinde yer alan son güncel veriler yukardaki tabloda görülmektedir.

4.1.2.4. Türkiye Cumhuriyeti Devlet Demiryolları (TCDD) Uygulamaları

TCDD, bireyler için indirimli, avantajlı ve öğrenciler için fayda sağlayacak uygulamalar gerçekleştirmektedir. Direkt olarak sosyal turizm niteliği taşımasa da sosyal turizme fayda sağlayacak hizmetlere imza atan TCDD'nin bazı uygulamaları ise şu şekildedir (Kozak, 2012: 57);

- Uluslararası Gençlik Taşınması
- Grup taşınmaları
- Euro Mini Grup
- Interrail
- Euro Domino
- Öğrenci İndirimi Fırsatı
- Tren ile Anadolu Turizmi Turları

Uygulamalardan faydalanan kullanıcılara ucuz ulaşım olanağı, sosyal turizmin gelişmesine olumlu yönden etki yapmaktadır. Son beş yıl içerisinde ise TCDD'nin “doğu ekspresi” isimlendirmesi ile kullanıcılara sunduğu, Ankara-Kars arasında Ankara, Kırıkkale, Kayseri, Sivas, Erzincan, Erzurum ve Kars illerinden geçen, 26 saat yolculuk süresi ile kış aylarında doğunun eşsiz manzarası ile kullanıcılar tarafından yoğun bir ilgiye tabii tutulan hizmeti bulunmaktadır (https://www.tcddtasimacilik.gov.tr/tr/ana_hat_tren/detay/3).



Şekil 9: Doğu Ekspresi Güzergahı

Kaynak: https://www.tcddtasimacilik.gov.tr/tr/ana_hat_tren/detay/3 (Erişim Tarihi: 26.04.2023).

4.1.2.5. Gençlik Turizmi Rehberi

1992 yılından başlayarak turizm faaliyetlerinde gençler üzerinde yoğunlaşan Turizm Bakanlığı “Gençlik Turizm Rehberi” ile 15-26 yaş grubunda yerli ve yabancı gençlere indirim uygulanacağına dair kurum ve işletmelerle iş birliği içerisine girmiştir. Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği (TÜRSAB)’nin aracılığını yaptığı bu uygulama formunda, kurum ve işletmeler için bazı sorular yer almaktadır. TÜRSAB’ın internet sitesinde en son 2011 yılında uygulamanın geçerliliğine dair bulgulara erişilmiştir.

Gençlik Turizmi Rehberi uygulamasında %20 ve üzerindeki indirim oranlarının dikkate alınacağı ibaresi dikkat çekmektedir. Bu indirimlerin uygulanacağı alan, indirim süresi ve indirim oranlarının da yer aldığı formda, indirimi uygulayan kurumun/işletmenin faaliyet alanının da belirtildiği görülmektedir.

	T.C. KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü GENÇLİK TURİZMİ REHBERİ BİLGİ FORMU	
---	---	---

KURUMUN/İŞLETMENİN	FAALİYET ALANI	
Adı : _____	☐ Konaklama ☐ Yeme-içme ☐ Acentacılık ☐ Ulaşım ☐ Diğer (.....)	
Adresi : _____		
Telefon : _____		
Faks : _____		
Yıldız/Sınıfı : _____		
Belge Türü : _____	☐ Kültür ve Turizm Bakanlığı Belgeli ☐ Belediye Belgeli ☐ Diğer (.....)	
Yatak Sayısı : _____		
*Gençlik Turizmi" kapsamında 15-26 yaş grubu, yerli ve yabancı gençlere 2011 yılında indirim uygulayacak mısınız ? ☐ EVET ☐ HAYIR		
* % 20 ve üzerindeki indirim oranları dikkate alınacaktır.		
İndirim Uygulanacak Alan	İndirim Süresi	İndirim Oranı
☐ Konaklama	☐ Yıl Boyu	%
☐ Yeme-içme	☐ 01 Haziran -31 Ekim 2011	%
☐ Acentacılık		%
☐ Ulaşım		%
☐ Diğer (.....)		%
*Konuya ilişkin görüş ve önerilerinizi lütfen belirtiniz.		

FORMU CEVAPLAYAN YETKİLİNİN	ADI SOYADI	GÖREVİ	TARİH-İMZA

BİLGİ İÇİN:	KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI ARAŞTIRMA VE EĞİTİM GENEL MÜDÜRLÜĞÜ İsmet İnönü Bulv. No:5 EMEK /ANKARA Tel: 0 312 212 83 65 – 212 74 39 Faks: 0 312 212 05 59 Elektronik Ağ: http://aregem.kuturturizm.gov.tr
-------------	---

Şekil 10: Gençlik Turizmi Rehberi Bilgi Formu

Kaynak: https://www.tursab.org.tr/haberler/genclik-turizmi-rehberi_1773 (Erişim Tarihi: 26.04.2023).

4.1.2.6. Gençlik Servisi Merkezi (GSM)

Türkiye'de gençlik turizmine yönelik bir örnek olarak Gençlik Servisleri Merkezi (GSM) adlı sivil toplum kuruluşunun düzenlediği Uluslararası Gençlik Kampları, sosyal turizme katkıda bulunan bir uygulama olarak değerlendirilmektedir. Bu kamplar, gençlerin farklı kültürleri tanımalarını, uluslararası ilişkiler kurmalarını ve kişisel gelişimlerine katkıda

bulunmalarını amaçlamaktadır. GSM'nin düzenlediği Uluslararası Gençlik Kampları düşük bir kamp ücretinin ödenmesi ile gençlere yurt dışında gönüllü çalışma ve tatil imkanı sunulmaktadır. Gençler, Avrupa'nın çeşitli ülkelerinde gönüllü olarak toplum yararına hizmetlerde bulunmak üzere katılacakları kampı kendileri seçmektedirler. Bu kamplar genellikle ikişer veya üçer haftalık sürelerde düzenlenmekte olup, gençler çevre düzenlemesi, engelli bakımı, festival düzenleme gibi alanlarda gönüllü olarak çalışmaktadırlar. Kamplar sırasında gençler, dünyanın farklı yerlerinden gelen diğer gençlerle tanışma, kaynaşma ve birlikte çalışma imkanı bulmaktadırlar (Bıçkıcı vd., 2013).

Kamp süresince gençlerin barınma, beslenme gibi temel ihtiyaçları ve çalışma saatleri dışında düzenlenen hafta sonu gezileri ve kültürel etkinlikler, organizasyonlar tarafından ücretsiz olarak karşılanmaktadır. Bu geziler genellikle grup faaliyeti olarak düzenlenmekte olup, gençler yurt, misafirhane, hostel veya çadır gibi çeşitli konaklama seçenekleri arasından tercih yapabilmektedirler. Bu tür kamplar, gençlerin kişisel gelişimlerine katkıda bulunmanın yanı sıra farklı kültürleri tanıma ve uluslararası ilişkiler kurma fırsatı sunarak gençlik turizmini ve sosyal turizmi desteklemektedir. Günümüz şartlarında yurt dışında kamp süresi kadar zaman geçirmenin maliyeti gençler için oldukça yüksek olabilmektedir. Bu nedenle yurtdışına gitme imkanı sunan bu sistemler bütünü, gençler için sosyal turizm bağlamında değerlendirilmektedir. Bu tür programlar, gençlerin düşük maliyetle farklı ülkeleri ziyaret edip kültürel alışverişte bulunmalarını sağlayarak, sosyal turizmin temel ilkelerinden biri olan erişilebilirlik ve katılımcılığı desteklemektedir (Bıçkıcı vd., 2013: 68).

4.1.2.7. Kamu Kampları

Türkiye'deki en yaygın sosyal turizm uygulaması kamu kamplarıdır. Silahlı Kuvvetler olmak üzere birçok kamu kuruluşunun Türkiye'nin çeşitli yerlerinde eğitim kampı adı altında yapılandırılan dinlenme tesisleri, ülkemizdeki sosyal turizme yönelik çalışmalara örnek olarak gösterilebilmektedir. Ancak bu tür kamplar, yalnızca kurum çalışanlarına açık olduğu için kullanıcı sayısı kısıtlıdır. Ayrıca, profesyonel yaşamlarında tabi oldukları hiyerarşi içinde yapılan tatillerin psikolojik dinlenmeye katkısı tartışmalı bir konudur (Aksü, 2011).

1993 yılında Turizm Bakanlığı, kamu kamplarını turizme açmayı amaçlayan çalışmalar yapmış ve bu doğrultuda kamu kamplarının envanteri çıkarılmıştır. Ancak, daha sonraki yıllarda özelleştirme kapsamına alınan kamu kamplarının artık işlevselliğinden uzaklaştığını söylemek mümkündür. (Kozak, 2012: 21-22).

2023 yılında "Kamu Kamp" isimlendirilmesi ile aktif bir özel sektör uygulaması bulunmaktadır. Kamu Kamp uygulaması, kamuya ait kamplarda kontenjan veya yer bulamayan personellere özel olarak özel sektör olarak oluşturulan alternatif konaklama seçeneğidir. Bir

kamu kuruluşuna ait olmayan uygulama, sadece bir konsepttir. Kamu kurumlarında çalışanlara ve yakınlarına özel, ekonomik olarak tatil faaliyetlerini gerçekleştirebilmesi için faaliyette bulunan Kamu Kamp uygulaması, 2023 yılında Didim Akbük ve Bodrum Gübet işletmelerini hizmete sunmuştur (kamukamp.com). Kamu kurumu çalışanlarına %35 indirimli fiyat politikası uygulanmaktadır. Kamp başvuru formu sistemini içeren uygulama, çalışılan kurum, tercih edilen oda tipi, tercih edilen kamp, çocuk sayısı gibi bilgilere erişmek amacıyla bu sistemi uygulamaktadır.

Ad Soyad	Çalıştığı Kurum
Adres	İş Telefon
Cep Telefonu	Email Adresi
Tercih Edilen Oda Tipi	Tercih Edilen Oda Sayısı
Tercih Edilen Kamp/Otel	Tercih Edilen Dönem
	Seçiniz ▼
Yetişkin Sayısı	0-3 yaş Çocuk Sayısı
0-6 yaş Çocuk Sayısı	7-12 yaş Çocuk Sayısı

Şekil 11: Kamu Kamp Başvuru Formu

Kaynak: <https://www.kamukamp.com/2023-bilgilendirme> (Erişim Tarihi: 02.06.2023).

4.1.2.8. Yerli Turizmde Türkiye Turları

Anadolu, Ege, Akdeniz, Karadeniz ve Doğu Anadolu bölgelerinin doğal güzelliklerini içeren, yerli turiste hitap eden uygun fiyatlı tur paketleri, sosyal turizme hizmet eden bir araç olarak görülmektedir. Kişi sayısından dolayı daha uygun fiyat ile gerçekleştirilebilen grup turizmleridir. Son on yıl içerisinde halk arasında sıkça dile getirilen “Karadeniz Turu” gibi tur türlerinin bütününe içermektedir.

4.1.2.9. MüzeKart Uygulaması

MüzeKart, kullanıcıların T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Milli Saraylar ve Çanakkale Alan Başkanlığı'na bağlı 350'den fazla müze ve ören yerini bir yıl boyunca sınırsız ziyaret edebileceği bir uygulamadır. Müze ve ören yerlerinin girişlerinde satın alınabilen, şahsa özel olarak çıkartılan MüzeKart satın alındığından itibaren bir yıl boyunca geçerlidir. İndirimli

MüzeKart ise emekli öğretmenlere, turist rehberlerine, 18 yaş üzeri öğrencilere, yabancı öğrencilere, önlisans, lisans veya yüksek lisans programlarına devam edenlere düzenlenmektedir. 18 yaş ve altı Türkiye Cumhuriyeti vatandaşları tarafından cüzi bir miktar ile elde edilen “MüzeKart İlk Kartım” uygulaması ise, bahsi geçen müze ve ören yerlerine bir yıl boyunca ikişer defa giriş hakkı sağlamaktadır (https://muze.gov.tr/document/bakanlik_yonergesi_2022_tr.pdf).

Uygulama, düşük ücret politikası ve özel kartlar ile hitap ettiği kesim dolayısıyla sosyal turizme hizmet eden bir araç olarak görülmektedir.

4.1.2.10. Devlet Yurtlarında Konaklama İmkânı (Seyahat Sever Projesi)

T.C. Gençlik ve Spor Bakanlığı bünyesinde bulunan öğrenci yurtları, turizm amaçlı kullanıma açılmıştır. 15 Temmuz-5 Eylül tarihleri arasında 18-30 yaşları arasındaki gençlerin faydalanabileceği, öğrenci olma şartının aranmadığı bu uygulama, konaklamalardan ücret talebinde bulunmamaktadır. Turizm amaçlı kullanılan yurtlarla ilgili hususlar aşağıdaki maddelerdeki gibidir (seyahatsever.gsb.gov.tr):

- 15 Temmuz-5 Eylül arasında kullanıma açılmaktadır.
- 18-30 yaş arasındaki gençler yararlanabilmektedir.
- Öğrenci olma şartı aranmamaktadır.
- Konaklayacak gençlerden ücret talep edilmeyecektir.
- Aynı ilde yaz dönemi boyunca en fazla 5 gece konaklanmaktadır.
- Kahvaltı ve yemek hizmeti sunulmamaktadır.

4.1.2.11. Alternatif Yaşam Derneği (AYDER)

Dezavantajlı gruplara yönelik alternatif çözümler öneren, yenilikçi ve sürdürülebilir projeler üretmektedir. AYDER, 2002 yılından itibaren alternatif kamp ile engelli grupların İstanbul’a, Bodrum’a, İzmir’e, Antalya’ya hareketliliğini etkilemiştir. 2019 yılına kadar 16 farklı ülkeden 30’a yakın engelli grubun alternatif kamp bünyesinde kamp yapmasını sağlamıştır. Bu nedenle hem iç turizme hem de dış turizme katkı sağlamıştır. Sosyal turizme de hizmet eden AYDER, 27 farklı proje yürütmektedir. Bunların içerisinde Düşler Akademisi, Alternatif Kamp, VolunTeem gibi gönüllülük esaslı projeler de yer almaktadır. Engelli bireylerin sanat ve spor faaliyetleri ile tatillerini gerçekleştirebileceği bir proje olan Düşler Akademisi en popüler projeleri arasında yer almaktadır (ayder.org.tr).

4.2. Antalya’da Turizm ve Sosyal Turizm Faaliyetleri

Turizm faaliyetlerinin gerçekleşebilmesi için bazı koşulların bir arada bulunması gerekmektedir. Rekreatif faaliyetlerin varlığı için gelir, boş zaman ve imkanlar gerekmektedir. Fakat bir turistik destinasyonun tercih edilmesinde özellikle “istek” belirleyici

bir faktördür. İstek faktörünün en büyük belirleyicisi ise turistik yerleşim alanının cazibesidir (Olalı, 1970, 1983). Akdeniz kıyılarında turizm ve rekreasyon faaliyetinin gelişim gösterdiği en önemli merkezlerden biri olan Antalya, sahip olduğu doğal ve beşeri özellikler sayesinde turizm etkinlikleri açısından çekim merkezi olarak önemli bir potansiyele sahiptir. Antalya'ya gelen turistlere ilişkin istatistikler incelendiğinde, son çeyrek yüzyıl boyunca her zaman Türkiye'nin en çok ziyaretçi çeken iki şehri arasında bulunması, cazibe unsurlarının fazla olmasını ve kalitesini gözler önüne sermektedir (Kapan, 2018: 88). Turizm sektörü, Antalya'da 1960'lı yıllardan itibaren gelişmeye başlamıştır. Bu süreçte zengin turistik değerler ve çekici unsurlar önemli bir rol oynamış, zamanla bu gelişimi hızlandırmıştır. 1985 yılına kadar iç turizmin hakim olduğu Antalya, bu tarihten itibaren dış turizme yönelmiştir. İç turizmin büyük bir kısmı tatil evleri ve sosyal kamplar aracılığıyla devam etmektedir. Antalya'nın turizmde öne çıkan bir diğer önemli özelliği ise rakip ülkelere ve bölgelere kıyasla daha yeni, yüksek nitelikli ve geniş kapasiteli konaklama tesislerine sahip olmasıdır (Sarı, 2007: 127).

Türkiye'de hem iç turizmin hem de uluslararası turizmin en çok rağbet gösterdiği bölgeler kıyı alanlarıdır ve bu talep yoğunluğu ülkenin belirli kıyı kesimlerinde toplanmıştır. Bu bölgeler arasında öne çıkan Antalya, özellikle yabancı turistler tarafından en fazla tercih edilen il olarak dikkat çekmektedir (Özgüç, 2007). Antalya'ya olan talebin yüksek olmasında tarihi turistik cazibeler, doğal güzellikler, orman örtüsünün kıyıya kadar uzanması, temiz kumsallar ve uzun güneşlenme süreleri gibi faktörler önemli rol oynamaktadır (Doğanay ve Zaman, 2013).

Antalya'da talebin kıyı turizminde yoğunlaşması, turizm potansiyelinin sadece bu alanda kısıtlı olduğunun bir göstergesi değildir. Lara, Konyaaltı, Kleopatra, Karpuz Kaldıran, Belek, Kundu, Adalar plajları, Kemer, Tekirova, Kumluca, Finike, Demre ve Kaş kıyılarındaki koylar (Kervankıran ve Bulut, 2015: 37) gibi kıyı turizminin gelişimini etkileyen plajları haricinde; mağaralar, milli parklar, ormanlık alanlar, şelaleler, yaylalar, dağlık alanlar gibi, turizmde çeşitliliği yaratan turizm türlerinin oluşmasına olanak sağlayacak destinasyonların varlığı, Antalya'da turizmi geliştiren faktörler arasındadır.

4.2.1. Antalya'nın Turizm İstatistikleri

Antalya, zaman içerisinde devlet, yatırımcılar ve turistler tarafından potansiyeli keşfedilmiş bir şehirdir. Devlet Planlama Teşkilatı'nın yayımlamış olduğu ilk kalkınma planından itibaren doğu Antalya ve Ege bölgesi öncelikli turizm bölgesi olarak belirlenmiş ve dış yatırımcıların buraya yatırım yapması için bazı olanaklar sağlanmıştır. Bu koşullar altında şehre gerekli yatırımlar hem devlet aracılığıyla hem de paydaşlar tarafından yapılmıştır.

Yatırımlar sayesinde ise Antalya’da turizm gelirleri ve gelen turist sayısında artışlar yaşanmıştır.

Tablo 43: Antalya İli Gelen Yıllık Yabancı Ziyaretçi Sayıları (1997-4/2023).

<u>YILLAR</u>	<u>AYLIK/YILLIK</u>	<u>TOPLAM</u>	<u>YILLAR</u>	<u>AYLIK/YILLIK</u>	<u>TOPLAM</u>
1997	Yıllık	2 901 788	2013	Yıllık	11 120 730
1998	Yıllık	2 609 150	2014	Yıllık	11 498 519
1999	Yıllık	1 824 406	2015	Yıllık	10 874 093
2000	Yıllık	3 300 959	2016	Yıllık	5 952 496
2001	Yıllık	4 211 930	2017	Yıllık	9 482 050
2002	Yıllık	4 747 581	2018	Yıllık	12 438 822
2003	Yıllık	4 682 104	2019	Yıllık	14 650 481
2004	Yıllık	6 047 246	2020	Yıllık	3 256 568
2005	Yıllık	6 884 636	2021	Yıllık	8 737 168
2006	Yıllık	6 011 183	2022	Yıllık	12 818 472
2007	Yıllık	7 291 734	2023(*)	Ocak	183 338
2008	Yıllık	8 564 595	2023(*)	Şubat	196 492
2009	Yıllık	8 260 399	2023(*)	Mart	307 773
2010	Yıllık	9 246 814	2023(*)	Nisan	943 920
2011	Yıllık	10 464 425	2023(*)	4 Aylık Toplam	1 631 523
2012	Yıllık	10 298 769			

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, *Antalya İli Gelen Yıllık Yabancı Ziyaretçi Sayıları (1997-4/2023)*, 2023.

Tablo 43’te görüldüğü üzere Antalya ilinde 1997 yılından itibaren gelen yabancı ziyaretçi sayıları verilmiştir. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan erişebildiği kadarıyla en eski düzenli arşiv olan 1997 yılı arşivine erişilmiştir. Antalya ilinin yıllık yabancı ziyaretçi sayısındaki ilk çift haneli milyon ziyaretçi sayısına 2011 yılında ulaşılmıştır. 2011 yılından itibaren ulusal veyahut küresel çapta krizlerin yaşanmadığı her yıl içerisinde çift haneli milyon ziyaretçi sayılarına ulaşılmıştır. 2016 yılında yaşanan ulusal kriz, 2017 yılını da etkilemiştir ki bu durum da tabloda açıkça görülmektedir. 2019 yılında COVID-19 salgını dönemi öncesinde Antalya, turist sayısı olarak pik noktasına ulaşmıştır. 2020 yılı için bilirdiği olan herkesin öngördüğü rakam, bir önceki yılın katbekat üstü olacağıdır. Fakat 2020 yılında COVID-19 seyahat kısıtlamaları ve turizm yasaklarıyla birlikte belirli önlemler aracılığıyla sadece üç buçuk milyon civarında turist Antalya’ya gelmiştir. 2021 yılında salgın ile mücadelenin yoğun bir çabayla gerçekleştirilmesi, belirli tedbirlerin alınması ve seyahat yasaklarının kalkmasıyla birlikte tekrar artış trendine giren turist sayısı, 2022 yılında ise son olarak yaklaşık 13 milyon olarak belirlenmiştir.

Tablo 44: Antalya İline Gelen Ziyaretçilerin Aylara ve Yıllara Göre Dağılımı.

AYLAR	YILLAR				DEĞİŞİM ORANI (%)		
	2020	2021	2022	2023	2021/2020	2022/2021	2023/2022
O	186.225	49.942	138.697	220.010	-73,2	177,7	58,6
Ş	202.769	48.446	150.539	230.957	-76,1	210,7	53,4
M	121.602	168.779	226.757	348.775	38,8	34,4	53,8
N	905	178.503	702.824		19.624,10	293,7	
M	675	302.222	1.203.535		44.673,60	298,2	
H	21.044	803.740	1.875.336		3.719,30	133,3	
T	226.991	1.844.373	2.414.083		712,5	30,9	
A	798.524	1.889.578	2.358.444		136,6	24,8	
E	1.017.804	1.733.222	1.999.485		70,3	15,4	
E	700.090	1.599.991	1.737.781		128,5	8,6	
K	105.856	281.617	404.651		166	43,7	
A	61.945	193.621	295.781		212,5	52,8	
TOPLAM	3.444.430	9.094.034	13.508.628		164	48,5	

Kaynak: TÜROFED Turizm Bülteni, Mart 2023.

TÜROFED, düzenli olarak yayımladığı turizm bülteninde 2020-2021-2022 yıllarının aylara göre ziyaretçi sayılarının dağılımını ve yıllar arasında gerçekleşen değişim oranlarına yer vermiştir. Turizm ile ilgili yayımlanan bültenlerde ve belgelerde, turist sayıları değişiklik göstermektedir. Turist sayılarının değişkenlik gösterdiği bu durumda en doğru kaynak olan T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı dikkate alınmalıdır. Kurumlar, dernekler ve kuruluşlar genelde bu kaynakçayı temel alsa da bazıları kendi istatistikleri ile bültenlerini güncellemektedir. TÜROFED, yayımlamış olduğu bültende de Tablo 44'ün veri kaynakçası olarak Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nün verilerinin derlenerek oluşturulduğu bilgisini vermektedir. Tablo 44'te dikkat çeken önemli detaylar, yıllar arasındaki değişim oranlarıdır. Değişim oranları incelendiğinde, Antalya ili için güzel geçen bir turizm sezonu olan 2022 yılı, 2023 yılının ilk 3 ayı için geride kalmıştır. Bu istatistiğe bağlı kalınırsa, 2023 yılının ulusal veya küresel çapta bir kriz yaşanmadığı takdirde 2022 yılını geride bakacağı öngörülmektedir.

Tablo 45: Antalya İline Gelen Yabancı Ziyaretçilerin Milliyet Dağılımı ve Sayıları (2022).

MİLLİYET	ZİYARETÇİ SAYISI
Rusya Federasyonu	3.033.913
Almanya	2.826.319
İngiltere	1.147.757
Polonya	765.121
Hollanda	443.886
Kazakistan	357.558
Romanya	292.544
İsrail	278.433
Çekya	221.035
Danimarka	211.424
Litvanya	206.495
Belçika	191.882
İsveç	187.462
Moldova	162.553
İsviçre	161.266
Slovakya	155.780
Fransa	150.565
Ukrayna	138.282
İran	136.089
Norveç	110.439
Estonya	77.953
Finlandiya	74.440
Letonya	71.460
Azerbaycan	70.486
Diğer	1.352.857
Yabancı Toplam	12.825.999
Vatandaş Ziyaretçi	682.629
GENEL TOPLAM	13.508.628

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nden Akt.; Alanya Turistik İşletmeciler Derneği, <https://www.altid.org.tr/bilgi-hizmetleri/antalyaya-gelen-ziyaretci-sayilari-2022/>, (Erişim Tarihi: 01.06.2023).

Alanya Turistik İşletmeciler Derneği (ALTİD), her yıl internet sitesinde bir önceki yıla ait ziyaretçilerin milliyetlerini yayımlamaktadır. 2022 yılına ait veriler de Tablo 45'te görülmektedir. Tablo 45'e göre Rusya Federasyonu, Antalya'ya gelen turist milliyetlerinde ilk sıradadır. Rusya Federasyonu'nu sırasıyla Almanya, İngiltere, Polonya, Hollanda ve Kazakistan izlemektedir. ALTİD, hazırlamış olduğu tablonun veri kaynağını İl Kültür ve

Turizm Müdürlüğü olarak belirtmiştir. TÜROFED'in de aynı kaynakçaya sahip olması, verilerde yer alan sayıların aynı olmasına sebep olmuştur. Bu durumda T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı'na mensup İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, bakanlığın veri talep formu ile elde edilen verilerinden farklı verilere sahiptir.

Tablo 46: Antalya İline Gelen Yabancı Ziyaretçilerin Sınır Kapılarına ve Aylara Göre Dağılımı (2022).

	SINIR KAPILARI VE VASITA CİNSİ (D=Denizyolu, H=Havayolu)							
AYLAR	Kaş Setur Marina (D)	Antalya Merkez (D)	Gazipaşa (H)	Antalya Merkez (H)	Alanya (D)	Finike (D)	Kemer (D)	Kaş (D)
Ocak	1	40	3.736	114.024	0	0	0	0
Şubat	13	56	3.657	128.213	9	12	0	0
Mart	79	190	4.420	196.020	6	9	0	0
Nisan	687	111	9.419	651.362	7	23	0	0
Mayıs	1.613	2.871	14.966	1.122.983	8	80	1	0
Haziran	2.387	1.949	16.148	1.774.077	126	88	9	0
Temmuz	4.793	2.642	26.895	2.275.540	14	84	5	0
Ağustos	5.226	1.819	17.369	2.240.973	19	60	0	0
Eylül	4.103	4.141	14.362	1.895.745	14	46	22	0
Ekim	3.233	14.056	14.568	1.629.011	21	114	0	0
Kasım	4	7.334	2.366	351.019	541	16	0	1.318
Aralık	0	420	2.506	248.363	4	10	0	296
TOPLAM	22.139	35.629	130.412	12.627.330	769	542	37	1.614

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, *Antalya İli Turizm İstatistikleri Raporu*, 2023.

Tablo 47: Antalya İline Gelen Yabancı Ziyaretçilerin Taşıt Aracına Göre Toplam Dağılımı (2022).

	TAŞIT ARACI				
İL	Denizyolu	Havayolu	Karayolu	Demiryolu	TOPLAM
Antalya	60.730	1.275.7742	-	-	12.818.472

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, *Antalya İli Turizm İstatistikleri Raporu*, 2023.

Antalya iline karayolu haricinde Kaş Setur Marina, Antalya Merkez Limanı, Gazipaşa Havalimanı, Antalya Merkez Havalimanı, Alanya, Finike, Kemer ve Kaş denizyolu ulaşımı ile giriş yapmak mümkündür. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı veri tabanına ait verilerle oluşturulan Tablo 46'da 2022 yılına ait sınır kapıları ve bunların aylık ziyaretçi sayıları görülmektedir. 2022 yılı içerisinde Antalya merkez havalimanı, havayolu ulaşımında en çok tercih edilen olmuştur. Denizyolunda ise Antalya merkezi tercih edilmiştir. Toplamda iki havalimanı ve altı denizyolu ulaşımı bulunan Antalya ilinde tabloya karayolu dahil edilmemiştir. Tablo 47'de de denizyolu ve havayolunun toplam ziyaretçi sayısı görülmektedir.

Denizyolunu tercih eden yabancı ziyaretçi sayısı 60.730, havayolunu tercih eden ziyaretçi sayısı ise 1.275.742 olarak belirlenmiştir. Toplamda 12.818.472 kişi bahsi geçen denizyolu ve havayolu ulaşımını kullanarak turizm amaçlı Antalya iline gelmiştir.

Antalya iline gelen yabancı ziyaretçi sayılarının yanı sıra Antalya’da bulunan konaklamalı turizm tesislerinin sayısı da her geçen yıl artmaktadır. Doğru orantılı olarak artan bu iki istatistik, yapılan yatırımların sonucu gerçekleşmiştir.

Tablo 48: Antalya İli Turizm İşletme Belgeli/Yatırım Belgeli ve Belediye Belgeli Tesis Sayıları (2014-2021).

Yıl	Tesis Grubu	TURİZM İŞLETME BELGELİ			TURİZM YATIRIM BELGELİ			BELEDİYE BELGELİ		
		Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Kapasite	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Kapasite	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Kapasite
2014	Konaklama (Bakanlık)	733	179269	386023	165	39372	82753	-	-	-
2015	Konaklama (Bakanlık)	734	186245	402153	155	39084	85973	-	-	-
2016	Konaklama (Bakanlık)	755	193506	418395	154	40020	89123	-	-	-
2016	Konaklama (Belediye)	-	-	-	-	-	-	392	22459	50560
2017	Konaklama (Bakanlık)	778	202043	435448	117	28393	61942	-	-	-
2017	Konaklama (Belediye)	-	-	-	-	-	-	809	43547	97496
2018	Konaklama (Bakanlık)	791	209792	451950	97	21147	45679	-	-	-
2018	Konaklama (Belediye)	-	-	-	-	-	-	989	52907	119234
2019	Konaklama (Bakanlık)	800	213305	459569	83	20017	43993	-	-	-
2019	Konaklama (Belediye)	-	-	-	-	-	-	987	49380	128810
2020	Konaklama (Bakanlık)	807	214856	463194	96	20958	46122	-	-	-
2020	Konaklama (Belediye)	-	-	-	-	-	-	1028	53116	136644
2021	Konaklama (Bakanlık)	875	221780	477476	87	15494	33327	-	-	-
2021	Konaklama (Belediye)	-	-	-	-	-	-	1018	54393	140110

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, *Antalya İli Turizm İstatistikleri*, 2023.

Tablo 48’de görüldüğü üzere 2014 yılından 2021 yılına kadar turizm işletme, turizm yatırım ve belediye belgeli tesis sayıları, tesislerin oda sayıları ve kapasiteleri yer almaktadır. 2016 yılından itibaren belediye belgeli konaklamalı tesisler yer almaktadır. 2016 yılından önceki verilere ulaşılamamıştır. Turizm işletme belgeli tesislerin sayısı 2020 yılına kadar ufak artışlar gösterse de tesislerin toplam oda sayıları ve kapasiteleri gözle görülür bir farkla artmaktadır. 2021 yılında ise bir önceki yıla göre 68 tesis fark bulunmaktadır. En büyük fark 2020-2021 yılları arasında yaşanmıştır. Bunun yanı sıra Turizm yatırım belgeli tesislerin sayısı ise 2014 yılında 165 iken her geçen yıl azalmıştır. 2021 yılının sonuna gelindiğinde ise sadece 87 tesis kalmıştır. 2016 yılından itibaren elde edilen verilere göre belediye belgeli tesis sayılarında en büyük pozitif değişim 2016-2017 yılları arasında gerçekleşmiştir. 2016 yılında yalnızca 392 tesis bulunurken, 2017 yılında ise 809 tesis bulunmaktadır. Aşağıdaki tabloda ise

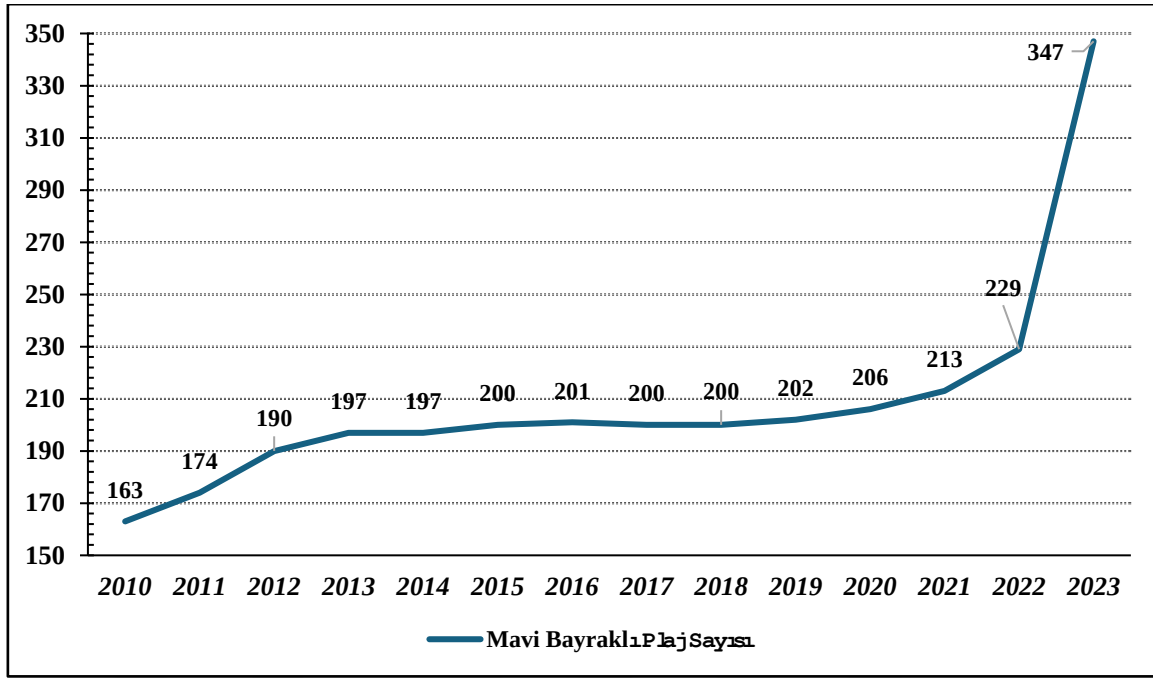
işletme belgeli tesisler ve yatırım belgeli tesislerin türleri, tesis sınıfları, oda sayıları ve yatak sayıları yer almaktadır:

Tablo 49: Antalya İli İşletme Belgeli ve Yatırım Belgeli Tesis Verileri (05/2023 İtibariyle).

Tesis Türü	Tesis Sınıfı	İşletme Belgeli Tesis Sayısı	İşletme Belgeli Oda Sayısı	İşletme Belgeli Yatak Sayısı	Yatırım Belgeli Tesis Sayısı	Yatırım Belgeli Oda Sayısı	Yatırım Belgeli Yatak Sayısı
Apart Otel		35	1979	4503	0	0	0
Butik Otel		7	270	544	1	11	25
Golf Tesisi		3	531	1348	0	0	0
Kamping		2	60	180	0	0	0
Motel	Motel	1	16	38	0	0	0
Müstakil Apart Otel		2	253	534	0	0	0
Otel	1 Yıldızlı	5	255	523	2	73	146
Otel	2 Yıldızlı	34	1317	2651	2	137	234
Otel	3 Yıldızlı	108	9861	20537	23	1395	2983
Otel	4 Yıldızlı	207	40987	86417	20	2968	6180
Otel	5 Yıldızlı	371	151698	327295	36	10548	25429
Pansiyon		17	247	507	0	0	0
Tatil Köyü	1. Sınıf	42	16787	37057	2	550	1120
Tatil Köyü	2. Sınıf	1	416	964	0	0	0
Turizm Kompleksi		3	2311	4904	0	0	0
Özel Tesis		29	1400	3215	0	0	0
TOPLAM		867	228388	491217	86	15682	36117

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, *Antalya İli Turizm İstatistikleri*, 2023.

Tablo 49'daki sınıflandırmada; tesis türü olarak apart otel, butik otel, golf tesisi, kamping, motel, müstakil apart otel, 1-2-3-4-5 yıldızlı oteller, pansiyon, 1. sınıf ve 2. sınıf tatil köyleri, turizm kompleksi ve özel tesisler yer almaktadır. 2023 yılının mayıs ayında yayımlanan bültene göre sınıflandırmaya dahil tüm türlerde işletme belgeli tesis sayısı 867, yatırım belgeli tesis sayısı ise 86 olarak görülmektedir. İşletme belgeli tesislerin oda sayısı 228.388, yatak kapasitesi ise 491.217 olarak görülmektedir. Yatırım belgeli tesislerin oda sayısı toplamı ise 15.682, yatak kapasitesi ise 36.117 olarak belirtilmiştir.



Grafik 9: Antalya İli Mavi Bayraklı Plaj Grafiği (2010-2023).

Kaynak: http://www.mavibayrak.org.tr/tr/plajListesi.aspx?il_refno=7 (Erişim tarihi: 02.06.2023).

Mavi Bayrak, plajlar, marinalar ve turizm tekneleri için dünyanın en tanınmış gönüllülük esasına dayanan ödülllerinden biridir. Bu ödüle layık görülebilmek için bir dizi katı çevre, eğitim, güvenlik ve erişilebilirlik kriterinin karşılanması ve bu standartların sürekli olarak korunması gerekmektedir. Mavi bayraklı plaj tabelaları ve panoları, Antalya’da yoğun bir şekilde görülmektedir. Türkiye’de en çok mavi bayraklı plaj sayısı Antalya’da bulunmaktadır. Yabancı ziyaretçilerin oldukça dikkat ettiği bir durum olan mavi plaj, aslında çevre için çok önemlidir. Uluslararası Çevre Eğitim Vakfı (FEE) ve Türkiye Çevre Eğitim Vakfı (TÜRÇEV), Mavi Bayrak programı ile iş birliği içerisinde. Mavi bayrak, uluslararası alanda ilk kez Fransa’da 1985 yılında, Avrupa Birliği genelinde 1987 yılında ve ülkemizde de 1993 yılında uygulanmaya başlanmıştır. Günümüzde 30 tanesi Avrupa devleti olmak üzere dünyada 50 tane ülkede uygulanmaktadır (<http://www.mavibayrak.org.tr/>). Grafik 9’da da görüldüğü üzere Antalya’da mavi bayraklı plaj sayılarının her geçen yıl arttığı, 2022 ile 2023 yılları arasında ise pik pozitif değişim noktasına eriştiği görülmektedir. 2010 yılında 163 adet olan mavi bayraklı plajlar, 2023 yılında mevcut olarak 347 adet belirtilmiştir. Ayrıca mavi bayraklı marina sayısı ise 2023 yılında güncel olarak Antalya’da 5 adet olarak görülmektedir. Bu plajların ve marinaların ilçelere dağılımı ise aşağıdaki tabloda yer almaktadır:

Tablo 50: Antalya İli Mavri Bayraklı Plaj ve Mavi Bayraklı Marina Sayıları (2023).

İLÇE	MAVİ BAYRAKLI PLAĞ SAYISI	MAVİ BAYRAKLI MARİNA SAYISI
Aksu	26	-
Alanya	78	1
Demre	2	-
Finike	1	1
Gazipaşa	-	-
Kaş	12	1
Kemer	47	1
Konyaaltı	11	-
Kumluca	4	-
Manavgat	93	-
Merkez	7	1
Muratpaşa	14	-
Serik	52	-
TOPLAM	347	5

Kaynak: http://www.mavibayrak.org.tr/tr/plajListesi.aspx?il_refno=7 (Erişim tarihi: 02.06.2023).

4.2.2. Antalya’da Sosyal Turizm Uygulamaları

Antalya, cumhuriyet öncesi ve cumhuriyetin ilk yıllarından itibaren tarımsal faaliyetlerin yoğun olarak görüldüğü bir şehirdir. Turizm potansiyeli keşfedildikten sonra devlet yatırımları ve destekleri, paydaşların bölgeye yaptığı yatırımlar gibi girişimler dolayısıyla Antalya, zaman içerisinde sadece turizm ile anılır hale gelmiştir. Günümüzde ise turizmin başkenti, dünya turizminin de parlayan incisi olarak bilinmektedir. Bu durumun yarattığı yerel halk-turizm ilişkisi, sosyal turizm algısının Antalya’da oldukça yoğun hissedilmesine sebep olmuştur. Genel olarak yoğunlukla yabancı ziyaretçilerin ziyaret ettiği Antalya’da yerel halkın da turizme katılması için gerekli adımların atılması bazı zamanlarda bir uğraş haline gelse de üzerine düşünülen ve çabalanan bir konu haline gelmemiştir. Araştırma sahası olan Serik ilçesinin yanı sıra Antalya genelinde yerel halk, turizm faaliyetlerine daha önce katılmamış, katılsa da kısıtlı imkanlarla kendisine turizmde yer bulmuştur. Bu duruma örnek olarak Sarı vd. (2022) yılında gerçekleştirdiği Antalya ilinin Konyaaltı ilçesinin hem kırsal hem kentsel mahallelerinde gerçekleştirdiği çalışmada bazı çarpıcı sonuçlara ulaşılmıştır. Çalışmada 72 kişiye anket formu uygulanmış olup 72 kişiden 33 kişinin 2022 yılı ve öncesinde tatile çıkma fırsatı bulmadığı sonucu görülmüştür. Tatile çıkan 39 katılımcının 25’inin yılda maksimum 1 kere tatil aktivitesi gerçekleştirdiği, bunların da genelde 1 haftadan az veyahut maksimum 1 hafta sürdüğü gözlemlenmiştir (Sarı vd., 2022: 25-27). Çalışmanın yürütüldüğü

Konyaaltı ilçesi, Antalya'nın turizmde en çok talep alan destinasyonlarına sahiptir. Türkiye'nin en önemli sahillerinden birine sahip olan bölgede daha önce sahil bölgesine gelmemiş olan 17 kişinin varlığı, durumun vahametini ortaya koymaktadır. Anket çalışmasının gerçekleştirildiği kişiler içerisinde engelli bireyler, yaşlı bireyler ve gençler de yer almaktadır. Sosyal turizmin odak grubu içerisinde bulunan, dezavantajlı grup olarak ifade edilen bu bireyler, ilçenin güzelliklerinden faydalanamamaktadır. Antalya'da sosyal turizm amacıyla yürütülen projelerin varlığı oldukça azdır. Bu durumda dolaylı yoldan sosyal turizme hizmet eden (engelli turizmi, yaşlı turizmi, gençlik turizmi, gençlik kampları, engelli kampları vb.) aktivitelere de değinilmesi gerekmektedir. Bu durum sadece Antalya için değil, Türkiye genelinde sıkıntılı bir süreci yansıtmaktadır.

Engelli bireylerin sahillerden faydalanması, tatil aktivitelerini gerçekleştirirken ulaşım ve erişilebilirliğinin artırılması amacıyla birçok faaliyet gerçekleştirilmiştir. Bunlardan birisi, Konyaaltı sahil şeridinde engellilerin denize girebilmesi amacıyla uygulamaya sunulan engelli rampalarıdır. "Engelsiz Plaj" projesi, Antalya'da Konyaaltı sahilinde oluşturulan engelsiz plajları kapsamaktadır. Fiziksel engelli bireylerin güvenli bir şekilde aktivitelerini gerçekleştirmesine olanak sağlamaktadır. Yerli ve yabancı engelli bireylerin rahat bir şekilde denize girmeleri için hayata geçirilmiştir. Asansör sistemi, özel şezlonglar, özel soyunma kabinleri gibi kitleye hitap eden kolaylıkların sağlanması, engellilerin turizmde yer almasını kolaylaştırmaktadır (<https://www.haberturk.com/antalya-haberleri/28754266-antalyada-engelli-bireyler-engelsiz-plajda-deniz-keyfi-yapiyor>). Engelsiz plaj, engelli bireylerin de sosyal turizmde dezavantajlı bireyler arasında yer almasından dolayı dolaylı yoldan sosyal turizme hizmet eden bir projedir.

Tourism for All (Herkes için Turizm), engellilerin toplumla bütünleşmesi stratejisine uygun olarak "Engelsiz Turizm" temel alınarak engellilerin saygı ve eşit muamele gören tatiller yaparak sosyal hayata katılma haklarını kazanmaları amaçlamaktadır. Bu hedef ancak yerli ve yabancı turistlerin ulaşım ve erişilebilirliklerini doğru bir şekilde sağlayacak çalışmaların yapılması ile mümkündür. Yukarıda belirtilen sebeplerden dolayı tüm Türkiye'nin erişilebilir sesi olan Engelsiz Turizm Projesi, Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı Engelliler ve Eski Hizmetler Müdürlüğü Alanya Belediyesi Alanya Odası tarafından yönetilmektedir (<http://tourismforall.org.tr/Sayfa-Wide/AboutTourismForAll/54>). Engelsiz Turizm Projesi kapsamında apart otel, 4 yıldızlı ve 5 yıldızlı oteller, restoranlar, barlar, kafeler ve fırınlar, sosyal alanlar ve ulaşım imkanlarının detaylı ve açıklamalı olarak yer aldığı internet sitesi, engelli bireylerin turizme kazandırılmasını amaç olarak belirlemiştir. Engelliler için erişilebilirlik imkanının mevcut olduğu otellerin listesi ve açıklamaları da internet sitesinde yer

almaktadır. Antalya ilinin Alanya ilçesinde hayata geçen proje, diğer ilçeler için öncü olma yolunda ilerlemektedir. Antalya ilinin engelli birey sayısı, engelli turist sayısı, engelli bireyler için otellerde kolaylaştırıcılar ve engelli bireyler için erişilebilir turizm beklentilerine dair Bulgan ve Çarıkçı (2015), Öndül (2015), Akıncı ve Sönmez (2015) ve benzer çalışmaların mevcut olması, engelli bireylerin turizme kazandırılmasının önemini ve Antalya’da bulunan konaklamalı turizm işletmelerinin bu durum hakkında bilinçli olduğu, gerekli çabaları gösterdiğini vurgulamaktadır.

Engelli bireylerin turizm faaliyetlerine katılımını artırmak amacıyla bazı dernek ve kuruluşlar aktif olarak çalışmalar yürütmektedir. Örneğin, 1960 yılında kurulan Türkiye Sakatlar Derneği bu alanda önemli bir rol oynamaktadır. Derneğin tüzüğünde belirtilen amaçlar arasında, 2. maddede yer alan "toplumun diğer kesimleriyle eşit hak ve olanaklara sahip, özel gereksinimleri sürekli dikkate alınan, özgür, üretken bireyler olarak toplum yaşamına etkin katılım sağlanması" ifadesi ve "ekonomik, sosyal, kültürel ve mesleki vb. hak ve çıkarların korunup geliştirilmesi" vurgulanmaktadır. Ayrıca, 3. maddede geçen "engellilerin yararlanacakları sağlık, sosyal, eğitim ve spor amaçlı modern rehabilitasyon, fizik tedavi ve bakım merkezleri, tesisler, tatil köyleri kurmak veya kurulmasını desteklemek" ifadesi ile "sosyal devletin tüm kurumlarıyla işlerlik kazanması için çalışmalar yürütmek, engellilerin tüm sağlık, eğitim ve diğer hizmetlerden ücretsiz yararlanması, insanca yaşama koşullarının yaratılması doğrultusunda mücadele vermek" amacı, fiziksel engelli bireylerin sosyal yaşama entegrasyonunu, tesisler ve tatil köyleri aracılığıyla turizme katılımını hedeflemektedir (www.tsd.org.tr/images/hakkimizda/hakkimizda-359634511-tuzluk.pdf). Derneğin hizmetleri incelendiğinde Antalya şubesi de dahil olmak üzere şubeler tarafından düzenlenmiş olan yaz kampları, engelli bireylerin ve ailelerinin yaz kampı faaliyetini gerçekleştirmesini sağlamaktadır.

Alternatif Yaşam Derneği (AYDER), daha önce de Türkiye’de sosyal turizm uygulamalarında değinildiği üzere 2002 yılında “Erişilebilir Türkiye” uygulamalarını desteklemek amacıyla kurulmuş olan bir sivil toplum kuruluşudur. Toplumdaki fiziksel ve sosyal dezavantajlı grupları içeren bu dernek, iki adet yerleşkeye sahiptir. Bir tanesi de Antalya ilinin Kaş ilçesinde yer almaktadır. Düşler Akademisi olarak adlandırılan bu yerleşke, alternatif kamp uygulaması olarak faaliyete sunulmuştur. Alternatif kamp, ücretsiz engelli kampı olarak bilinmektedir. Gönüllülerin desteği ile yürütülen ve ayırım gözetmeksizin bütün engelli bireylere hizmet veren Düşler Akademisi, bunun sonucunda Türkiye’de erişilebilir sosyal turizm uygulamasının bir temsilcisi haline gelmiştir. Kamp aktif bir şekilde, spor, kültür ve

sanat eğitimlerini tatil konseptiyle birleştirerek yaz sezonlarında engelli bireylere hizmet sunmaktadır (Akdemir, 2020: 1334).

Antalya ilinde turizm faaliyetlerinin yoğunluğunun yanı sıra sosyal turizm faaliyetlerinin kısıtlı şekilde gerçekleştirilmesi dikkat çekmektedir. Genel olarak dernekler, kuruluşlar ve sivil toplum örgütleri tarafından yürütülen faaliyetler ile sosyal turizm desteklenmektedir. Bu durumda bazı kalkınma planlarında yer alan sosyal turizm ile ilgili ifadelerin uygulamadaki eksikliği hissedilmektedir. Öncelikli olarak sosyal turizmde dezavantajlı grup içerisinde bulunan engelli bireylerin turizme kazandırılmasına yönelik faaliyetlerin daha yoğun olduğu hem literatür taramasında hem de saha çalışmalarında görülmektedir. Sosyal turizmin kullanıcı kitlesi olan diğer bireyler için de kolaylaştırıcıların sağlanması gerekmektedir.

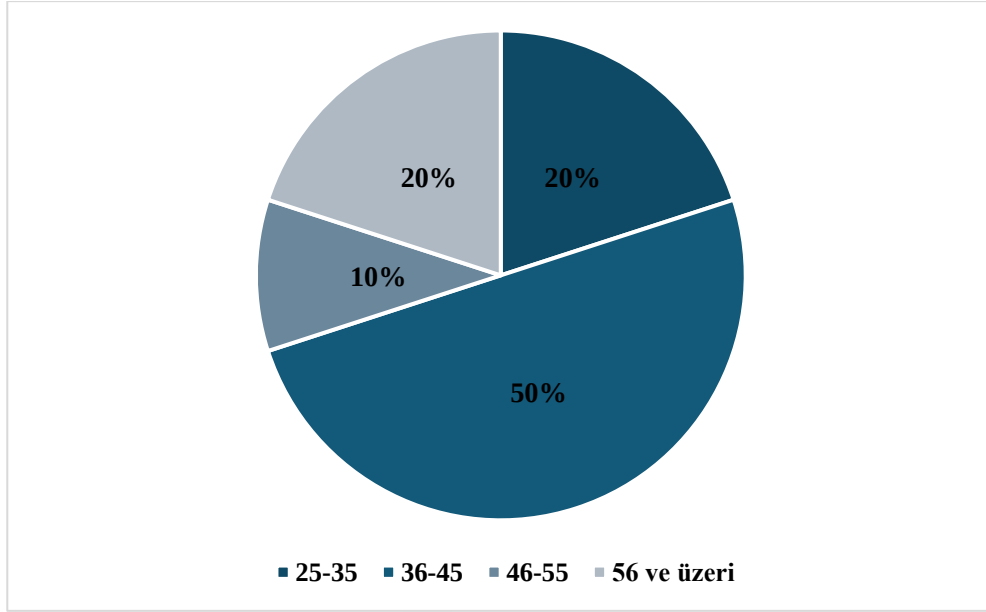
4.3. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Araştırmanın örneklemini oluşturan ve görüşmeleri kabul eden 10 katılımcıya ait demografik özellikler Tablo 51’de yer almaktadır. Araştırmaya katılan 10 katılımcının 8 tanesi otel işletmesi, bir tanesi seyahat acentesi ve bir tanesi de golf akademisi olarak belirtilmiştir. Katılımcıların 7 tanesinin erkek, 3 tanesinin kadın olduğu görülmektedir. Katılımcıların en gencinin 25 yaşında, en yaşlısının ise 57 yaşında olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılan katılımcıların ortalama yaşı 42,3 olarak belirlenmiştir. Katılımcıların yalnızca üç tanesinin eğitim durumu yüksek lisans olarak görülmektedir. Diğer katılımcılar lisans mezunu olarak belirtilmiştir. Bunun yanı sıra katılımcıların minimum turizm deneyim süresi 5 yıl olarak görülmektedir. Maksimum turizm sektöründe deneyim süresi ise 36 yıl ile K5’e aittir.

Görüşme sorularında yer alan işletmenin oda sayısı ve yatak sayısı soruları, işletme türü otel olan katılımcılara sorulmuştur. Oda ve yatak sayılarında Serik ilçesi ortalamasına bakılacak olursa T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı verileri baz alınarak 93 adet turizm tesisinin toplam oda sayısı olan 41.723, toplam yatak sayısı olan 90.880 sayılarının ortalaması oda sayısında 448,63; yatak sayısında ise 977,20 olarak görülmektedir. Araştırma ile kıyaslanacak olursa (golf akademisi katılımcısı ve seyahat acentesi katılımcısı hariç tutularak) ortalama oda sayısı 399,5; ortalama yatak sayısı ise 854 olarak görülmektedir.

Tablo 51: Katılımcıların Demografik Özellikleri

Katılımcı Numarası	Cinsiyet	Yaş	Meslek	Eğitim Durumu	İşleme Türü	İşletmenin Oda Sayısı	İşletmenin Yatak Sayısı	İşletmede Çalışan Personel Sayısı	Mevcut İşletmede Deneyim Süresi	Turizm Sektöründe Deneyim Süresi
K1	E	48	F&B Müdürü	Lisans	Otel	401	820	320	8	25
K2	E	25	Satış & Pazarlama Sorumlusu	Lisans	Golf Akademisi	0	0	6	3	5
K3	E	56	Seyahat Acentesi Yöneticisi	Yüksek Lisans	Seyahat Acentesi	0	0	20	4	33
K4	E	43	Genel Müdür Yardımcısı	Yüksek Lisans	Otel	190	400	110	12	23
K5	E	57	Operasyon Müdürü	Yüksek Lisans	Otel	372	876	430	8	36
K6	K	38	Ön Büro Müdürü	Lisans	Otel	209	468	240	10	16
K7	E	45	Operasyon Müdürü	Lisans	Otel	591	1184	950	6	25
K8	K	38	Mini Club Müdürü	Lisans	Otel	535	1178	550	19	22
K9	K	29	Mini Club Müdür Yardımcısı	Lisans	Otel	583	1200	700	6	10
K10	E	44	Genel Müdür Yardımcısı	Lisans	Otel	315	706	370	11	23



Grafik 10: Katılımcıların Yaş Dağılımı

4.4. Kategori 1: Görüş, Kıyaslama ve Eleştiri

Araştırmanın analiz sürecinde, geçici temalar doğrultusunda katılımcılara yöneltilen sorulara verilen cevaplara göre ortak havuzda toplanan kodların temalaştırma ve kategorize edilmesi sonucunda oluşturulan ilk kategori; görüş, kıyaslama ve eleştiri kategorisidir. Bu kategori içerisinde 5 farklı tema yer almaktadır. Yer alan temalarda ise toplamda 20 alt tema bulunmaktadır. İlk tema olarak yer alan “Sosyal Turizm Bilinci” üç alt temaya, ikinci tema olan “Ulusal ve Uluslararası Politikalarındaki Yeri ve Yeterliliği” beş alt temaya, üçüncü tema olan “Avrupa ve Türkiye’de Sosyal Turizm Faaliyetleri” üç alt temaya, dördüncü tema olan “Paydaşların Rolü” üç alt temaya ve son tema olan “Ayrıcalıklı Kesim” olarak isimlendirilen beşinci tema ise altı alt temaya sahiptir.

İlk tema doğrultusunda araştırmaya katılan katılımcılara sosyal turizmi nasıl tanımladıkları sorulmuştur. Katılımcıların bu soruya verdiği cevapların analiz programında cevaplarından yola çıkarak frekans analizi ile kelime bulutu oluşturulduğunda aşağıdaki kelime bulutu şekli ortaya çıkmıştır.

cevaplardan görülmektedir. Özellikle K6'nın "...turizm sektöründe öncelik her zaman gelir düzeyine göre düzenlemiştir. Bu sebeple çoğu insanın mahrum kaldığı bu olayın gerçekleşmesi amacıyla sosyal turizm hareketi ortaya çıkmıştır..." ifadesi, sosyal turizme dair bilinçli bir katılımcı olduğunun göstergesidir. Sosyal turizmde yurtdışında gerçekleştirilen araştırmaların büyük bir çoğunluğunun sadece engelli bireyleri içermesi ve pratiklerin de çoğunun engelli bireyler üzerinde durulmasından sonra K6'nın verdiği bu cevap, sosyal turizmden faydalanması gereken dezavantajlı kesimin içerisinde ekonomik faaliyetlerin de etken olduğunu göstermektedir. Bazı katılımcıların bu soruya tahmin yürüterek cevap vermesi, bazı katılımcıların ise görüşme öncesinde bilgilendirmelerin yapılması sonucunda fikir sahibi olduğu görülmüştür. Bu durumda da turizm sektöründe deneyimli yöneticilerin de dahil olmak üzere çoğu sektör görevlisinin sosyal turizm hakkında yetersiz bilinçte olduğu gözden kaçmamaktadır.

Tablo 52: Kategori 1: Görüş, Kıyaslama ve Eleştiri

ALT TEMA	TEMA	KATEGORİ
• Yetersiz bilinçlendirme • Tahmin yürütme • Bilgi sahibi olma	Sosyal Turizm Bilinci	GÖRÜŞ, KIYASLAMA VE ELEŞTİRİ
• Ulusal yetersizlik ve geçerli bir konuma sahip olamama • Uluslararası politikadaki konuma erişme yolları • Yetkinleşmemiş faaliyetler • Yeterli fikre sahip olmama • Teklifler ve fırsatlar	Ulusal ve Uluslararası Politikadaki Yeri ve Yeterliliği	
• Yetersiz faaliyetler • Mukayese • Maddiyat olgusu ve bakış açısı	Avrupa ve Türkiye’de Sosyal Turizm Faaliyetleri	
• Bireysel hareketler • İş birliği eksikliği • Çekimser yaklaşımlar	Paydaşların Rolü	
• Engelliler • Gençler • Gelir düzeyi skalası • Göçmen ve mülteciye bakış açısı • Ayrıcalık tanıyamama • Karma sistem modeli	Ayrıcalıklı Kesim	

Birinci kategorinin ikinci teması olan “Ulusal ve Uluslararası Politikadaki Yeri ve Yeterliliği” hakkında katılımcılara iki farklı soru yöneltilmiştir. Sosyal turizmin ulusal ve

uluslararası turizm politikalarındaki konumu ve sosyal turizmin geliştirilmesi amacıyla gerçekleştirilmesi planlanan politikaların yeterliliği, yeterli değil ise geliştirilmesi amacıyla ne gibi ek kararlar alınabileceği hakkında katılımcılara yöneltilen bu sorularda verilen cevaplardan yola çıkılarak 5 farklı alt tema elde edilmiştir. Elde edilen bu beş alt tema; ulusal yetersizlik ve geçerli bir konuma sahip olamama, uluslararası politikalarındaki konuma erişme yolları, yetkinleşmemiş faaliyetler, yeterli fikre sahip olmama, teklifler ve fırsatlar olarak isimlendirilmiştir.

Katılımcıların ikinci temaya dair yöneltilen sorulara verdikleri cevapların ortak noktası yetersiz olduğu görüşüdür. Katılımcılar, yetersiz gördükleri politikalara çözümler, teklifler ve fırsatlar sunmaktadır. K1 *“Yetersiz olduğu zaten belli... Neler yapılabilir konusunda ise kalkıp da düşük gelirli ya da turizm boyutunda dezavantajlı insanlar için böylesine devasa otel gibi yatırımlar yapmak veya bunu düşünmek çok komik olur. Bunu öncelikle devlet yapmaz. Devlet işletmeleri teşvik eder. Aylık ya da yıllık kontenjan gibi belirli şartlar altında sosyal turizm indirimlerinden faydalanmak isteyenler faydalanacak sonrasında da devlet işletmelere teşvik amaçlı bir şey sunacak. Aksi takdirde işletmelerin örneğin işte ben bu sene toplamda 1000 dezavantajlı kişiye indirim sağlayacağım ya da ücretsiz konaklatacağım gibi bir imkan sunması çok zor. Devlet veya yerel boyutta belediyeler, kaymakamlıklar ya da bakanlık buna yardımcı olursa neden olmasın.”*, K2 *“Sosyal turizm, bana göre ulusal ve uluslararası turizm politikalarının kalbinde yer almalı. Dezavantajlı grupların seyahat hakkını savunarak eşitsizlikleri azaltır, kültürel gelişmeyi teşvik eder, dayanışmayı güçlendirir ve ekonomiye katkıda bulunur. Uluslararası alanda da barış ve dostluk ilişkilerini geliştirir, kültürel zenginliği artırır ve sürdürülebilir turizme öncülük eder. Bu nedenle, sosyal turizme daha fazla yatırım yapılmalı ve daha geniş kitlelere ulaşması sağlanmalıdır.”* ve *“Mevcut sosyal turizm politikaları yeterli değil. Dezavantajlı gruplar için erişilebilirlik, tanıtım ve finansman sorunları var. Daha kapsamlı bir bakış açısıyla, engelli bireyler için kolaylıklar, geniş çaplı tanıtım, devlet teşvikleri ve kurumsal koordinasyon gibi politikalar geliştirilmeli. Yerel halkın katılımı ve teknoloji kullanımı da önemli. Hepimiz için eşitlik ve refah için sosyal turizmi geliştirmeliyiz.”*, K5 *“Türkiye’de sosyal turizm anlayışı zaman zaman ortaya çıkmış fakat asla gün yüzüne çıkamamıştır. Topraktan filizlenmiştir fakat tam açamamıştır. Bunun sebebi de ülke genelinde tüm insanların, bakın sadece devlet, hükümet ya da politikalar demiyorum, tüm insanların turizm sektörünü gelir kapısı olarak görmesinden kaynaklanmaktadır. Avrupa’da görevde, sahada bulunduğum ülkelerde “tatil” bir haktır. İnsanların tatil yapması, onların kişisel gelişimine, dünyayı tanıma isteklerine göre şekillenir. En zengininden, orta hallisine hatta fakir düzeydeki insanların bile tatil yapma pratikleri gelişmiş durumdadır. Özellikle*

Türkiye’de tatil yapmak onlar için her zaman daha avantajlıdır. Politikalardan kaynaklı olarak sunulan tatil paketleri sadece buna en büyük örnektir. Gidiş dönüş uçak biletleri, sunulan avantajlar, çocuklardan ücret talebi veya engelli indirimi, yaşlı indirimi vs. bunlar her zaman uyguladığımız politikalar içerisinde yer almıştır. Türkiye’de ise tabii ki engelli veya çocuklar ile alakalı indirimler, avantajlar söz konusudur fakat asla Avrupa ile aynı konuma gelmemiştir.” ve “Türkiye’de sosyal turizm tam olarak hiçbir zaman oturmamıştır. Size şöyle bir örnek vereyim. Türkiye devlet dairelerinde işçi konaklamaları hakkında önemli yatırımlar yapmıştır. Neredeyse her şehirde örneğin Karayolları evi, Polis Evi, Öğretmen Evi gibi kamu kurumlarında çalışanların uygun fiyatla kalabileceği hatta yakın akrabalarının da uygun fiyatla kalabileceği fırsatlar geliştirmiştir. Bu politikanın da problemi, yazın bu kesimin istediği bölgede tatilini gerçekleştirmesi için önceden rezervasyon yapması gerekli. Aksi takdirde zaten buralar halka açık konaklama tesisleri olduğu için çoktan rezerve edilmiş oluyor. Bu konaklama tesislerinin öncelikli olarak bahsi geçen çalışanlara bir kontenjan ayırması lazım.”, K6 *“Elbette yeterli değildir. Geliştirilmesini istiyorsak, sosyal turizmden yararlanacak olan bireylerin taleplerini bir birlik olarak duyurmak lazım. Politikalar durduk yere oluşmaz. Bir kişi yerine bir vakıf, bir dernek, bir sivil toplum kuruluşunun sesi daha gür çıkar. Ülkemizde bu kesimde yer alan insanlardan bir talep ya da üst mercilerden bir tavır söz konusu değil. Gerçekleşmesi için birlik içinde hareket edilip en son zincir olarak bize ulaşılması lazım.”,* K7 *“Uluslararası politikalarda halihazırda dikkate alınan bir gerçekliktir. Örneğin Avrupa’da turizmin sadece ekonomik getirileri değil, aynı zamanda toplumsal ve kültürel faydaları da önemseniyor. Ulusal anlamda da Türkiye’de bir dönem kamu çalışanları için uğraşılmıştır. Şu anda faal olarak işletmeler haricinde bir politika aklıma gelmiyor.”,* K8 *ise “Yeterli değildir. Yeterli olsaydı şu an bu konuşmayı gerçekleştirmezdik. Ek kararların alınması demek turizm sisteminin ya baştan revize edilmesi ya da mükemmel uyumlu bir şekilde ek parça halinde eklenmesi demektir. Eğer bunu becerebilirsek zaten sosyal turizm kavramını tekrar tekrar konuşmamıza gerek kalmaz. Alınacak ek kararlar başta sadece sosyal turizm olarak yola çıkamaz.” ifadelerini kullanmıştır. Bu ifadelere ek olarak K9, diğer katılımcılardan farklı olarak bu durumun geride kalmış işletmeler için bir fırsata dönüştürülme potansiyelini ortaya çıkarmıştır. K9’un “Yeterli değildir. Alınması gereken kararlar arasında bence yapıcı olarak eleştirmek lazım. Size bir örnek vermek isterim. Devlet desteğiyle belirli tesislerin kabulü dahilinde teşvikler sayesinde yılın belirli aylarında, belirli kurumlara, sivil toplum kuruluşlarına ya da kamu kurumlarına hizmetini uygun fiyatlandırma ile yapabilirler. Tesis seçimi önemli. 2-3 yıldızlı otellerin kendi profili oluşturması amacından bu gibi durumlar gerçekleşebilir. Örnek veriyorum ultra lüks bir turizm tesisi sahil tarafında. Sahilin diğer*

tarafında içeride kalan bir 3 yıldızlı işletme düşünelim. Bu işletmenin zaten bazı şeylere hayır deme lüksü yok. Evet turizmin doruklarda olduğu maksimum dönemde tabii ki iş yapıyor fakat kendini döndürmek için alternatiflere de yer vermesi lazım bünyesinde. Zaten sahil tarafındaki o ultra lüks tesis senin ülkeneye döviz kazandırıyor. Bunlar ile uğraşmak yerine geri planda kalmış turizm tesislerine bu durum destek niteliğinde olabilir. Bu da bir bakış açısı. Turizm ile sosyal turizmin kesinlikle ayrılıp sosyal turizm gerçekliğinin bütün boyutuyla ele alınması lazım. Bunun için bakanlıkta şubelerin kurulması lazım. Çok küçük bir örnek, Slav pazarına çalıştığın gibi Alman pazarına çalışamazsın. Ne demek istediğimi turizmin içinde olan birisi rahatlıkla anlayacaktır. Benim yıllarca oluşturduğum misafir profilini, sosyal tesise dönme amacıyla parçalamak demek bu benim tesisimin geleceğini tehlikeye atar.” Bu görüş, Serik ilçesinde halihazırda üst düzey olan turizm tesislerinin misafir profilini değiştirmeden; arka planda kalmış ve desteğe ihtiyaç duyan turizm tesislerinin de faydalanabileceği bir sosyal turizm pratiğini savunmaktadır. K9’un verdiği örneklerle istinaden Serik ilçesinde sahil kesiminde yer alan turizm tesisleri haricinde bulunan, kuzey kesimde yer alan turizm tesislerinin bu ve buna benzer projeler ile desteklenebileceği ve ayrıca sosyal turizm yararlanıcılarının da bu fırsatlardan faydalanabilmesi söz konusudur. Serik ilçesi, kalitesini son 10 yıl içerisinde ortaya koymuş olan ve golf turizmine de ev sahipliği yapan turizm tesislerinin varlığı dolayısıyla turizm konusunda elit kesime hitap eder hale gelmiştir. Bu projenin hayata geçirilmesi ile Serik’te sosyal turizm için ibreler tersine dönecektir.

Bahsi geçen katılımcıların haricinde uluslararası sosyal turizm pratiklerine yeterli fikir hakimiyeti bulunmayan katılımcılara örnek olarak ise K10’un “*Bir devletin döviz girdisinin kayda değer bir yüzdesi turizm sektöründen olup, ayrıca yurtdışı misafirlerine bu turizm alışkanlığını kazandırmak için yaklaşık 30 yıldır bu uğraşları verdikten sonra hiçbir devlet turizm politikalarında 180 derece dönüp halka yönelik oynayamaz. Uluslararası politikalarda ise hakim değilim. Ulusal her şey hakkında konuşabilirim fakat size uluslararası konularda yanlış bilgi aktarımı yapmak istemem.*” ifadesidir. Uluslararası politikalara hakim olmayan katılımcının, ulusal politikada turizmi ve sosyal turizmi eleştirisi, turizmin döviz girdisi dolayısıyla halka yönlendirmelere geri dönemeyeceğini savunmaktadır. Ayrıca K4 “*Ulusal ve uluslararası turizm politikalarında giderek daha fazla önem kazanmaktadır. Elbette Avrupa’da ve Amerika’da, ülkemizden daha önemli ve değerli konumdadır. Uluslararası turizm politikalarında artık sadece ekonomik büyümeyi veya endüstriyi teşvik etmekle bu işin yürütülmeyeceği, aynı zamanda bu durumun toplumun ruh sağlığını, toplumsal kalkınmayı ve birlikteliği gibi durumları da etkilediği bilinmektedir. Bunlar hedeflenmektedir. Bundan dolayı sosyal turizm politikaları daha çok Avrupa’da iş görür vaziyettedir. Ülkemizde ise turizm*

sektörüne bakış açısı %80-90 oranında hala ekonomik olarak ağır basmaktadır.” ifadelerini kullanarak turizm aktivitesinin toplumların kalkınmasını, ruh sağlığını ve birlikteliğini etkilediğini ve bunun Avrupa’da yaygın olduğunu, ülkemizde ise K10’u destekler nitelikte; sektörün ekonomik anlamda ele alındığını savunmuştur.

Üçüncü tema olan “Avrupa ve Türkiye’de Sosyal Turizm Faaliyetleri”, katılımcılara yöneltilen Avrupa ve Türkiye’de yer alan faaliyetleri kıyaslama ve ülkemizdeki faaliyetlerin yeterliliği sorularına verilen cevaplar doğrultusunda oluşturulmuştur. Bu tema, üç alt temaya sahiptir. Yetersiz faaliyetler alt temasına istinaden; K5 “*Ülkemizde gerçekleştirilen hiçbir faaliyet Avrupa ile kıyaslanamaz. Ülkemizde hiç faaliyet yok demiyorum, tabii ki var. Fakat Avrupa bu işi aşmış boyutta. Örneğin İsveç, emeklilerin ve yaşlıların turizme katılmasını destekliyor çünkü bu bireylerin ikamet ettikçe İsveç ekonomisine eksi hane yazıldığını düşünüyor. Çünkü hastane masrafları gibi masraflar yerine turizme destekler sunmak daha uygun.*”, K8 “*Ülkemizde faaliyetler yetersiz fakat örneğin engelli bireylerin de sosyal turizm kapsamında dahil olduğunu bilerek oradan yola çıkacağım. Ülkede engelli turizmde erişilebilirlik anlamında eksiklik var. En azından erişilebilirliği yüksekse bile pazarlama kısmında sıkıntılar var. Kendisini pazarlayamadıkları için engelli turizmde söz sahibi olamıyorlar. Aslında engellilerin erişilebilirliğinin üst düzey olduğu tesisler var. Zaten ülkemizde eksiklik var, yapan işletmeler de pazarlama anlamında eksik kalıyor. Bu kısım sadece engelli bireyler için olan kısım.*” ve K9 “*Sosyal turizm faaliyetlerinin ülkemizde gerçekleştirildiğini düşünmüyorum. Faaliyetler gerçekleştiriliyorsa da gözle görülür bir durumda değiller.*” ifadelerini kullanmıştır. Birden çok katılımcının verdiği cevaplar doğrultusunda oluşturulan “mukayese” alt temasına verilen bazı cevaplar ise şu şekildedir; K2 “*Türkiye’de sosyal turizm Avrupa’ya kıyasla gelişmekte olsa da program çeşitliliği, finansman, tanıtım ve teknoloji kullanımı gibi alanlarda eksiklikler var. Engelli erişimi ve yerel halk katılımı da artırılmalı. Avrupa’daki teşvikler ve mobil uygulamalar örnek alınarak, dezavantajlı grupların seyahat imkanlarını ve refahını artırmak için daha kapsamlı bir bakış açısıyla çalışmalar yapılmalıdır.*”, K3 “*Ülkemizdeki sosyal turizm faaliyetlerini genel olarak değerlendirdiğimde, Avrupa’daki örneklerle kıyaslandığında daha fazla gelişmeye ihtiyaç duyduğunu düşünüyorum. Avrupa’da sosyal turizmi desteklemek adına uygulanan finansal destekler, vergi avantajları ve etkili iş birlikleri gibi önlemler, ülkemizde daha yaygın ve etkili bir şekilde hayata geçirilebilir.*”, K4 “*Ülkemizde sosyal turizm faaliyetleri yavaş da olsa gelişmektedir. Eğer ülkemizin Avrupa ile kıyaslanacak dereceye gelmesini istiyorsak, belirli bir bölgenin belirlenmesi, bu bölgede ilk başta deneme adımlarının atılması ve gerekli mercilerin kendi aralarında görüşme yapması gerekmektedir. Çünkü sosyal turizmin gelişimi bence*

tamamen üst mercilerin elindedir. Ben, sen ya da dezavantajlı bireyin isteğiyle gerçekleştirilecek bir durum söz konusu değildir. Üst mercilerin karşılıklı anlaşmalara imza atması, kolaylıkların sağlanması ile ülkemizde de gerekli adımlar atılacağını düşünüyorum.”, K7 *“Avrupa’daki sosyal turizm faaliyetleri ile Türkiye’deki sosyal turizm faaliyetlerini kıyaslamak zor. Çünkü düşündüğümüzde sosyal ve ekonomik koşullar, turizm endüstrisine bakış açısı ve turizm politikaları farklılık gösteriyor. Avrupa’da sosyal turizmin daha yaygın olduğu ve daha fazla desteklendiği görülmektedir. Turizme sosyal katılım yönüyle bakılabilmesi, Avrupa’ya özgü olmamalı. Türkiye’nin de kendini geliştirmesi gerekli.”* ve K10 *“Yurtdışında çok farklı işliyor. Gençler için, yaşlılar için kamplar var. Gelir düzeyi düşük olanların seyahat edebileceği tesisler var. Kamuda çalışanların ücretsiz konakladığı bazı tesisler var. Biz bunları deneyimledik.”*. Avrupa’da sosyal turizmin işleyişinin Türkiye’deki işleyişinden tamamen farklı olduğunu belirten katılımcılar, Türkiye’deki politika eksikliği ve devlet ve işletmelerin bakış açısı sebebiyle bu faaliyetin geliştirilmesinin zorluğundan bahsetmişlerdir. Sosyal turizmin geliştirilmesi ve Avrupa’daki yaygınlığına ulaşılması amacıyla bazı katılımcılar fikir sunmuşlardır. Örneğin K3’ün *“finansal destekler, vergi avantajları ve etkili iş birlikleri”* ifadeleri, sosyal turizmin turizm tesisleri tarafından bakıldığında eksik olduğu üç ana başlığı içermektedir. Finansal desteklerden yoksun olan, vergi avantajları sağlanmayan ve etkili iş birlikleri bulunmayan turizm tesislerinin sosyal turizm pratikleri sunması zorlaşmaktadır. Bu durumda da ekonomik anlamda kaygı duyan ve döviz algısının ön planda tutulduğunu belirten K1 *“Slav pazarı en yüksek pazar olduğu için deniz-kum-güneş üçlüsü daha ağır basıyor. Sosyal turizm faaliyetlerini de buna yorabiliriz. Kıyı turizminde yapılan yatırımlar, otel giderleri, işletmelerin gelirlerini riske edememe gibi durumlarından dolayı sosyal turizm faaliyetleri bu üçlü etrafında dönemez. Ki zaten dönmüyor. Avrupa’da ise böyle değil. Avrupa’da örneğin bir acente yaşlılar için kamp düzenleyebiliyor. Doğa yürüyüş turları, ormanların içerisinde tesisler gibi durumlar söz konusu. Bahsi geçen aktivitelerdeki gider kalemleri ile bizdeki gider kalemi aynı değil. Keşke gerçekleşse, keşke bizde de olsa fakat daha önce de bahsettiğim gibi döviz algısı, her şeyi etkiliyor.”* ifadelerini kullanmıştır. Benzer fikirlere sahip olan katılımcıların cevapları da “maddiyat olgusu ve bakış açısı” alt temasının varlığına sebebiyet vermiştir. Katılımcılardan elde edilen bilgiler ve birincil ve ikincil kaynaktan elde edilen verilere göre Avrupa’daki sosyal turizm faaliyetleri ile Türkiye geneli kıyaslanamaz düzeyde açık bir farka sahiptir.

Dördüncü tema, katılımcılara yöneltilen; devlet tarafından alınan kararlar haricinde turizm işletmelerinin sosyal turizmi geliştirmek amacıyla ne gibi roller üstlenebileceği sorusu doğrultusunda “Paydaşların Rolü” temasıdır. Tema, üç alt temaya sahiptir. Katılımcılar,

bireysel hareketlere örnek olarak; K2 “Devletin teşviklerinin yanında, turizm işletmeleri de engelli erişimi, uygun fiyatlandırma, farkındalık, eğitim ve çevre duyarlılığı gibi alanlarda rol alarak sosyal turizmi geliştirmeli. Özel konaklama, rehberlik ve indirimler sunarak, sosyal medya ve eğitimlerle tanıtım yaparak, dezavantajlı grupların seyahat imkanlarını ve refahını artırabilirler.”, K4 “Turizm işletmeleri, sosyal turizmi geliştirmek amacıyla çeşitli roller üstlenebilirler. Örneğin, engelli dostu tesislerin inşası, düşük gelirli ailelere yönelik uygun fiyatlı tatil paketlerinin sunulması, yerel topluluğa geri verme amacıyla sosyal sorumluluk projeleri düzenlenmesi ve sosyal turizm konusunda farkındalığı artırmak için eğitim ve bilgilendirme programları düzenlenmesi gibi.” ifadelerini kullanmıştır. Paydaşların rolü temasında dikkat çeken önemli ifadeler yer almaktadır. Bu ifadeler; sosyal turizmde iş birliği eksikliğinden bahsetmektedir. İş birliğinin hem devlet hem de sivil toplum örgütleri ile gerçekleştirilmesini savunan katılımcılara örnek olarak ise; K5 “Turizm işletmeleri kendilerini bu dezavantajlı insanların tercih edeceği hale getirebilirler. Kampanyalar burada en önemli husus. Bu dezavantajlı kesim kulaktan kulağa bir kesim. Örnek verecek olursak engelliler. Engelli insanların bilinçli olanları her zaman bir derneğe üyedir. Görme engelliler, işitme engelliler ya da fiziksel engelliler gibi dernekler mevcut. Bu sivil toplum kuruluşlarıyla birlikte hareket edilip, fiyatlandırmada uygun şartlar sağlanabilir. Ya da okullar, çoğu lise düzeyinde okul her sene gezi düzenler. Bu gezilerin kendilerinde gerçekleştirilmesi için şartlar sağlanabilir.”, K6 “Turizm işletmelerinden ziyade sivil toplum kuruluşları ya da dernekler, vakıflar gibi temsilci kurumlar roller üstlenmelidir. Bizimle irtibat halinde olmalıdır. Taleplerini dile getirmelidir. Bugün bir vakfa uygun fırsat sunmak demek, yarın 10 vakfa uygun fırsat sunmak demek. Bu durum da yepyeni bir pazar alanı olarak karşımıza çıkar. Sosyal turizm hareketinde her iki taraf da aslında avantajlı bir durumda yer alabilir.”, K7 “Sosyal turizmi geliştirmek amacıyla bir rol üstlenilmesi gerekiyorsa öncelikle bir altyapı hazırlanması gerekmektedir. Hatta daha da ileri giderek departman oluşumu bile sağlanabilir. Öncelikle ilk yapılması gereken işletme içerisindeki politikaları güncellemektir. Sosyal turizmi teşvik amaçlı özel olarak dezavantajlı gruplara indirimler veya özel hizmetler sunabilirler. İş birlikleri ve programlar sunabilirler. Personelleri sosyal turizm konusunda eğitim ve farkındalık programlarına tabii tutabilirler.” ve K9 “Turizm işletmeleri devlet ile hareket edip, kıyıda köşede kalmış turizm işletmelerinin canlandırılması projesine destek olabilirler.” ifadelerini kullanmışlardır. K7’nin “altyapı hazırlanması ve departman oluşumu” ifadeleri, bakanlıkların da bu konuda eksikliğini belirtmektedir. K9’un ise “kıyıda köşede kalmış turizm işletmeleri” canlandırma projesi, “Ulusal ve Uluslararası Politikalarda Yeri ve Yeterliliği” temasında bahsetmiş olduğu projedir. Ayrıca paydaşların sosyal turizme çekimser yaklaşımı da söz

konusudur. Bunun sebebi de gerekli desteklerin sağlanmadığı ve sağlanamayacağını düşünmeleri, maddi kaygılar ve misafir profilinin bozulması korkusudur. K8 “Devlet olarak, ben sosyal turizme yöneleyim ve sadece bu grubu ağırlayım demiyor. Devlet eğer ben bu gruba kolaylık sağlarsam, bana ne gibi kolaylık sağlayacak? Karma misafir profili bu işin sırrı zaten. Oradan kar edemezsem buradan kar etmeliyim. Her tesis bunu uyguluyor, bu durum aslında tesislerin sosyal turizm faaliyetlerini gerçekleştirmek amacıyla yaptığı bir şey değil, bu durum tesislerin kendini garantiye alma şeklidir. Hem öyle hem de profil kazanıyor.” ve K10 “Devlet olarak benim yöneldiğim tek bir grupta zarar edersem beni korumuyorsun. Korumadığı için sonra sormasınlar neden bizim ülkemizde sosyal turizm olmuyor. Hadi biz de yapalım, gerçekleştirdiğimiz noktada benim yatırıma kim destek olacak? Problem burada başlıyor. Güvenip bir yola çıkamıyoruz.” ifadeleri ile maddi kaygılarını ve desteklerin noksanlığını dile getirmiştir. Devlet tarafından hem sosyal turizm yararlanıcılara hem de paydaşlara sunulması gereken desteklerin eksik olması, Serik ilçesinde sosyal turizm faaliyetlerinin stabil bir düzeyde ilerlemesine sebebiyet vermiştir. Araştırma sahası, devlet organları tarafından sağlanması gereken basit kolaylaştırıcılara bile minimum düzeyde sahiptir.

Sosyal turizm, dezavantajlı bireylerin turizm faaliyetlerine çeşitli kolaylaştırıcılar ile katılmasını temel almaktadır. Buradan yola çıkarak katılımcılara beşinci temayı oluşturan, toplumun hangi kesimi veya kesimlerine ayrıcalık/öncelik tanınması gerektiğini içeren soru sorulmuştur. Beşinci tema olan “Ayrıcalıklı Kesim” teması, 6 alt temaya sahiptir. Soruya verilen cevapların frekans analizi yapılarak uygulama yardımıyla kelime bulutu oluşturulmuştur.



Şekil 13: Ayrıcalıklı Kesim Kelime Bulutu

Kelime bulutuna bakılırsa, katılımcılar; düşük, eşitsizlik, engelliler, gençler, gençlerin, engelli, yaşlıların, kamu, karma, ekonomik, genci, işçi, ayrıcalıklı gibi kelimeleri sık sık tekrar etmişlerdir. Bunun yanı sıra göçmenler, mülteciler, indirimli, mültecileri, kırsal ve hastalar gibi sosyal turizm tanımları içerisinde fazla yer almayan kelimeler de kullanılmıştır. Engellilerin öncelikli olması gerektiğini; K1 *“Kesinlikle öncelik engellilerde, gençlerde ve işçi sınıfında belirli bir gelirin altında çalışanlara olması lazım. Çünkü engelli bir bireyin kendisini toplum içerisinde hissetmesi, toplumdaki her bir ferdin gerçekleştirebileceği eylemlerde bulunması onun psikolojisine iyi gelecektir. Sonrasında ise gençler, gençler gelecek için önemli. Tatil yapmış temiz bir kafa, temiz bir düşünceye sahip olur. Önemli olan şey burada ne kadar süre tatil yaptığı kafa dinlediği değil. Kendisine değer verildiğini hisseden bir genç bu ülke için çabalar. İşçi sınıfı yani dar gelirli sınıf için yapılabilecek şey ise belli. Gelir testi yapılır, gelir testinden sonra bir sıraya alınır ve sırası geldiğinde hakkını kazanır. İndirimli ya da tamamen ücretsiz, orası işletme ve devlet arasında konuşulacak şeyler.”* ifadesi ile düşük gelir düzeyine sahip, işçi sınıfının gelir testi yapılarak bu sayede sosyal turizme tabii tutulması gerektiğini savunmuştur. K6 *“Ayrıcalıklı kesim bence kesinlikle en başta engeli bulunan bireyler olmalıdır. Çünkü hayata tutunmaları, hayattan zevk almalarını sağlamak gerekmektedir. Psikolojik olarak sıkıntıda bu gibi bireylerin kafasının içerisindeki düşünceleri rahatlatmak, kendilerini özel hissetmelerini sağlamak gerekir. Sonrasında ise gençler olmalıdır. Onların da hayatının en stresli zamanları olan üniversiteye geçiş veya üniversite öğrenimi süresinde mental olarak rahatlamaları ve vizyon olarak gelişme imkanına sahip olmaları gerekir. Sonrasında ise düşük gelirliler, onları da uygun paketli fırsatlar ile, akabinde ise yaşlıları sıralayabiliriz.”* ifadesi ile engelli bireylerin ve gençlerin zihinsel olarak rahatlamalarına değinmiştir. Gençleri konu alan ifadeler ise; K4 *“Önceliğin kesinlikle gençlerde olması gerektiğini düşünüyorum. Sonrasında ise engelli bireyler, düşük gelirli bireyler ve ailelerin akabinde yaşlılar gibi sıralamayla gitmesi bence en mantıklı sıralamadır. Gençler, bu ülkenin geleceğidir.”*, K5 *“Öncelik kesinlikle gençlerde olması lazım. Bu insanlar yarın para çektiğin bankanın müdürü, sokaktaki polis ya da yemek yediğin işletmenin sahibi olabilir. Geleceğini şekillendirmeye yeni başlamış, fikirlerini yeni oluşturmuş olan bence 16-25 yaş arası kesimin kesinlikle turizm yönünde indirimlere tabii tutulması gerekmektedir. Sonrasında ise diğer dezavantajlı insanların kolaylaştırıcılarla desteklenmesi gerekir. Engelliler, gelir sınıfı olarak düşük düzeyde olan bireyler ve yaşlılar.”* ve K9 *“Özellikle gençlere yardım edilmesi lazım. Gençlerin konaklaması vizyon gelişmesine katkı sağlar. Sonrasında ise gelir düzeyi düşük grubun seyahat pratiklerinde yardımcı olmak lazım.”* şeklindedir. Ekonomik açıdan dezavantajlı bireyleri içeren cevaplar ise; K3 *“Ekonomik, sosyal veya sağlık açısından dezavantajlı olan gruplar, sosyal turizmde*

öncelikli olarak gözetilebilir. Düşük gelirli bireyler ve aileler, engelliler, yaşlılar, çocuklar ve gençler, sosyal yardıma ihtiyaç duyanlar ve göçmenler gibi gruplar, toplumda eşitsizlikleri azaltmak ve daha geniş kitlelere turistik deneyimler sunmak adına öne çıkan kesimlerdir.”,

“Toplumsal eşitsizliği düşünürsek bence maddi kaygı içerisinde bulunduğu için turizm faaliyetlerine katılamayan insanların öncelikli olması gerekmektedir. Gençler, engelliler, yaşlılar ve belki de mülteciler buna dahil edilebilir. Fakat ülkemizdeki durum dahilinde mültecileri turizm faaliyetlerine bu yolla kazandırmaya çalışmak belirli sıkıntıları ortaya çıkartabilir.” ifadelerini kullanmıştır. Sosyal turizmde avantaj sağlanması gereken kesimin belirlenmesinde kararsız kalan, karma yöntemi savunan ve ayrıcalık tanıma kısmında problemleri belirten cevaplar ise K8 “Şimdi sosyal turizm başlıkları belirlenirken, segment göz önünde bulundurulmak zorunda. Hitap edilen kitleyi belirtirken bir sürü kriter sayıyoruz, boşanmış çocuğu olanlar, gençler, yaşlılar, düşük gelirliler vs... O zaman bunların hepsi bir başlık. Hangisinin ön planda tutulması gerektiğini düşünmek gerekirse bence çok aç gözlülük yapmak istemem ama tesiste mix çalışmak isterim. Karma sistem yapıp her şeye hitap etmek lazım. Fakat konuştuğumuz her başlık yani birey çeşidi sosyal turizme tabii olmalıdır. Herkesin dahil olduğu, kimsenin kendini eksik hissetmediği bir turizm.” ve “Bu çok ince bir konu, muhtemelen ülkemizde de uygulanamama sebebi şu, Türkiye şartlarında bunu ayırmaya kalkarsan linçlenirsin. X tesisi olarak ben bunu böyle yapıyorum dersin, neden yapmadığını sormazlar, linçlenirsin. Bu sebeple insanlar genelde karma çalışır. Kimse bu olaya sen ben gibi profesyonel bakmaz halktan. Ben karmadan yanayım. Tek tek uygulamayı tasvip etmediğim için karma daha mantıklı. Aslında her tesiste şu an karma uygulanıyor. Engellisi de geliyor, şartlara bağlı olarak. Çocuğu genci boşanmış da geliyor. Fakat genellikle basit kolaylaştırıcılar haricinde bir kolaylık sağlanmıyor.” ve K8, turizm tesisinin hizmetinin bölünmesini doğru bulmamaktadır. Bunun sebebinin de bireylere yönelik değil kitlelere ve herkese yönelik olarak hizmet etmenin doğru olduğunu savunarak açıklamıştır. Karma yöntem olarak bahsettiği yöntem, bütün bireylere hitap eden; konseptlerin bütünü barındıran yöntemdir. K10 çekindiği problemleri ise “Örneğin akşam restorana terlikle girer ama tesisin bir dress code u vardır. Tesisin dress code una uymak zorundasın. Bu seni neden rahatsız ediyor diye sorarsan? İmaj. Belki insancıl gelmeyecek belki doğru bir bakış açısı değil ama eğer bu düzeni yaratıyorsam yarattığım düzende ve öncelik tanınmada gelir düzeyi düşük olabilir ama kendini geliştirmiş ve nasıl davranacağını bilen, ortama ayak uydurabilen insanlar olsun isterim. Çünkü şöyle bir şey de var. Çok parası olur ama akşam terlikle yemeğe gelir, bu aslında çok derin bir konu. Bunu nasıl ayırt ederiz? Bilemezsin.” ifadesi ile dile getirmiştir. K10, dezavantajlı olarak dahil edilen ve sosyal turizm faaliyetlerinde bulunan kesimin turizm tesisindeki düzeni bozabileceğini,

misafir profilini değiştirebileceğini ve rahatsız edebileceğini savunmaktadır. Bu duruma ek olarak K2 ise kapsayıcı bir model geliştirilmesi gerektiğini *“Sosyal turizmde, engelliler, düşük gelirli, yaşlılar, kronik hastalar, yetimler ve çocuklar gibi dezavantajlı grupların yanı sıra az gelişmiş bölgeler, kırsal alanlar ve farklı etnik/inanç grupları da göz ardı edilmemeli. Herkesin ihtiyaçlarını analiz ederek, kapsayıcı bir model oluşturulmalı.”* ifadesi ile belirtmiştir. Ayrıca K4’ün göçmenler ve mültecilerin sosyal turizme dahil olma durumunda problemler yaşanabileceğini vurgulamaktadır. Sebebinin ise *“...göçmenler ve mültecilerden de bahsettik. Göçmenler ve mülteciler nedir? Savaşta, zulümden veya bulunduğu ülkede ekonomik şartlardan rahatsız olan insanların ülkemize gelmesidir. Fakat ben bu insanların daha ülkemiz insanı tatil yapamazken devlet eliyle ya da bizim sağladığımız kolaylaştırma amaçlı aktivitelerle sosyal turizm faaliyetlerinde bulunmasını tasvip etmiyorum. Çünkü kendi ülkenin vatandaşının öncelikli olması gerektiğini düşünüyorum.”* ifadesi ile açıklamıştır. Göçmenler ve mültecilerin, sosyal turizme dahil edilip edilmeme konusu hala bilim dünyasında tartışılmaktadır. Bunun sebebi de K4’ün fikirlerine eş değerde fikirlere sahip olan bilim insanlarının çekingen yaklaşmasıdır.

4.5. Kategori 2: Farkındalık, Pratikler ve Beklentiler

Analiz sürecinin sonunda ortaya çıkan ikinci kategori, Farkındalık, Pratikler ve Beklentiler kategorisidir. Bu kategori, içerisinde 5 tema barındırmaktadır. İlk tema olarak yer alan “Yerel Farkındalık ve Etkinlik” teması 4 alt temaya, ikinci tema olan “Devlet Destekleri” teması 3 alt temaya, üçüncü tema olan “Paydaşların Uygulamaları” teması 3 alt temaya, dördüncü tema olan “Dış Aksiyonerler” teması 4 alt temaya ve beşinci tema olarak belirlenen “Beklentiler ve Öngörüler” teması 2 alt temaya, kategori toplamda 16 alt temadan oluşmaktadır.

Tablo 53: Kategori 2: Farkındalık, Pratikler ve Beklentiler

ALT TEMA	TEMA	KATEGORİ
• Düşük farkındalık ve etkinlik düzeyi • Fikirsiz yaklaşımlar • Bilinçlendirme • Uygunsuz koşullar	Yerel Farkındalık ve Etkinlik	FARKINDALIK, PRATİKLER VE BEKLENTİLER
• Yetersiz desteklenme hissiyatı • Yalın uygulamalar • Vergi indirimleri ve muafiyet beklentisi	Devlet Destekleri	
• Basit kolaylaştırıcılar • Spesifik uygulamalar • Destekten yoksunluk	Paydaşların Uygulamaları	
• Sivil toplum kuruluşları • Üniversiteler • Medya kuruluşları • Bütüncül anlayış (Zincir modeli)	Dış Aksiyonlar	
• İş birliği beklentisi • Erişilebilirliğin artırılması	Beklentiler ve Öngörüler	

Kategorinin ilk teması olan “Yerel Farkındalık ve Etkinlik” teması adı altında katılımcılara Antalya’da ve araştırma sahasındaki sosyal turizm uygulamalarında yatırımcıların, işletmelerin sosyal turizmi geliştirmek amacıyla nasıl roller aldığı veya alması gerektiği soruları sorulmuştur. Katılımcıların çoğunluğu düşük farkındalık düzeyinden ve etkinlik düzeyinden söz etmiştir. Örneğin; K5 “Antalya’da sosyal turizm farkındalığı biraz düşük boyutta. Sosyal turizmi geliştirmek amacıyla aldığı roller elbette vardır. Engelli bireyler için tesislerin erişilebilirliğini artırmak, 10 yaş altı çocuklardan ücret talep edilmemesi, sezon öncesi ve sonrasında uygun fiyatlandırma gibi fırsatlar her zaman sunulmaktadır.”, K8 “Antalya’da sosyal turizm uygulamalarında işletmeler bir görev alamazlar. Çünkü işletmelerin görev alması için öncelikle güvence altında olması lazım. Bir Family konsept otel, tamamen sosyal turizm faaliyetlerine yönelemez. Adult konsept otel de öyle. İster istemez bu durum tesiste sıkıntı yaratacaktır. Hayır kurumuna dönmesinden korkmaları da bu yüzden.”, K9 “Antalya’da, özellikle Serik’te işletmelerin sosyal turizmi geliştirmek amacıyla aldığı roller çok kısıtlı düzeydedir. Sezon başı ve sonu indirimleri, ikinci çocuk indirimleri haricinde pek bir kolaylık sağlama söz konusu değildir. Engelli dostu tesislerin varlığı ve erişilebilirliğinden haberdarız. Bunlar çok güzel şeyler fakat tabii ki bunların yaygınlaşması lazım.” ve “Antalya’da sosyal turizm uygulamalarına örnek vermek isterim tabii ki. Turizm aktivitesini sadece otelde konaklamak olarak düşünmezsek engelli dostu plajların varlığı önemlidir.

Konyaaltı sahilinde de var. Şu anda yapımı sürdürülen bir proje daha var. Belediyeye ait işletme projesi gerçekleştiriliyor. Bu işletmenin diğerler özel işletmelere oranla daha uygun fiyatlı ve bütçe dostu olacağını öngörüyoruz. Bunlar da bir turizm pratiğidir. Bunların haricinde her ilde yer alan konaklama tesisleri var. Fakat bu durum bir kişiyle düzeltilebilecek bir şey değil. Bunun organize hareket ile gerçekleştirilmesi lazım. Devlet, kaymakamlık veya başka yerden ben Serik tarafında böyle bir şey duymadım. Eğer duymadım bu benim ayıbımsa, özür dilerim.” ifadelerini kullanmıştır. Ayrıca K10 net bir şekilde “Antalya ve Serik özelinde konuşmak gerekirse asla böyle bir farkındalık söz konusu değil.” ifadesini belirtmiştir. İşletmelerin sosyal turizmi geliştirmek üstlendiği roller kısmında kısıtlı kalınması, dolaylı yoldan destek ve teşvikler ile bağdaşmaktadır. Teklif belirten yaklaşımlar da söz konusudur. Bu yaklaşımda bilinçlendirme eksikliği ve bilinçlendirmeye dair ifadeler de yer almaktadır. Bu bağlamda K1 “Yatırımcılar ve işletmelerin uygulamalara katkısı ekonomik anlamda olamaz. Burada bahsi geçen paydaşların rolü, görevi sağlanan kolaylıklara ek olarak yardımcı olmaktır. Şu an bir uygulama söz konusu değil. Eğer bir uygulama gerçekleştirilir de bir karar alınırsa; Belek, Kadriye gibi turizm bölgelerini ya da bütününi temsilen bir kurul kurulup yardımcı kararlar alınıp, bu kararların denetimi ve paydaşlarla birebir görüşme ile en optimum şartların belirlenmesi gerekir. Bu durumda da iki tarafın da üzülmemesi lazım.”, K2 “Antalya’da sosyal turizmi geliştirmek, yatırımcılar ve işletmeler için önemli bir sorumluluk olmalı.” ve “Oteller ve tur operatörleri de zaman zaman özel indirimler ve engelli/yaşlılara yönelik turlar düzenleyerek bu alana destek olmaktadır.”, K3 “Düşük gelirli bireylere özel indirimler ve uygun fiyatlı tatil paketleri sunarak sosyal turizme katılımı teşvik etmek, engellilere yönelik erişilebilir tesisler geliştirerek daha kapsayıcı bir turizm ortamı oluşturmak, yerel kültürü tanıtmak amacıyla eğitim ve kültürel programlar düzenlemek, sosyal sorumluluk projelerine yatırım yaparak çevresel sürdürülebilirlik ve toplumsal kalkınma projelerini desteklemek ve yerel işbirlikleri kurarak sosyal turizmi güçlendirmek işletmelerin önemli sorumlulukları arasında yer alabilir. Bu çabalar, Antalya’nın turizm sektöründe sosyal turizmin daha etkili bir şekilde hayata geçirilmesine ve toplumun geniş kesimlerine daha adil bir şekilde hizmet sunulmasına katkı sağlayabilir.”, K4 “Antalya’da turizm tesisleri, daha önceki soruda da bahsettiğim gibi bence kış aylarında ya da sezon başlangıç veya bitimine doğru, lise/üniversite öğrencilerinin seminerlerini, kongrelerini, eğitimlerini otellerde yapmasını sağlamalıdır. Bazı bölgelerde bu olayın olduğunu biliyorum. Fakat her otel bunu kabul etmiyor.” ve son olarak K7’nin “Antalya’da yatırımcılar veya işletmelerin sosyal turizmi geliştirmek amacıyla aldığı rollerden ziyade alması gereken ya da almalıdır dediğim bazı fikirlerim mevcut. Antalya’da otellerin tabii ki sosyal turizmi geliştirmek için önemli roller

üstlenmesi gerekiyor. Mesela, otellerimizde özel indirimler ve tatil programları düzenleyerek, dezavantajlı gruplara daha erişilebilir hale getirebiliriz. Engellilere yönelik erişilebilirlik iyileştirmeleri de önemli. Bu durum da engellilerin daha rahat ve keyifli bir tatil deneyimi yaşamasını sağlar. Yapılabilecek birçok iyileştirme mevcut. Bunlar sayesinde oteller sadece konuklara hizmet etmek ile sınırlı kalmaz ayrıca daha geniş bir kesime ulaşır.” ifadesi mevcuttur.

Kategoride yer alan ikinci tema, “Devlet Destekleri” temasıdır. Bu tema 3 alt temadan oluşmaktadır. Katılımcılara Serik ilçesi özelinde devlet tarafından gerçekleştirilen sosyal turizm uygulamalarına dair soru yöneltilmiştir. Fakat bu tema, sadece bu soruya istinaden oluşturulmamıştır. Katılımcıların görüşme esnasında farklı sorularda da devlet desteklerine değinmesi, desteklerin eksikliğinden bahsetmeleri söz konusudur. Öncelikle devlet tarafından yetersiz desteklenme hissiyatı, katılımcıların çoğunda yer almaktadır. Örneğin; K1 fikrini *“Teşvikler, destekler olacak ki turizm işletmeleri bu konuda adım atsın. Durduk yere hiçbir kimse atıyorum 400 odası var, 400 odanın 20 sini sosyal turizm için ayırayım demez. Gelen döviz akışını kimse kolay kolay kesemez.”* şeklinde ifade etmiştir. Ayrıca *“Serik’te devlet tarafından gerçekleştirilen uygulama olduğunu duymadım. Düşünmüyorum da. Halk plajlarında engelli rampaları var kolaylaştırıcı olarak bir tek onu söyleyebilirim. Mevcut yönetimin de halk plajlarının varlığı için bir dönem çok uğraştı. Birtakım olaylar yaşandı ve bu halk plajlarının varlığı korundu.”* ifadelerini de belirten K1, devletin Serik ilçesinde sosyal turizme dair yalın uygulamalar haricinde bir pratik geliştirmedeğini ifade etmiştir. K3 *“Devlet tarafındaki desteklerin zayıf kaldığını görmekteyiz. Gençlere yönelik gençlik kampları haricinde aktif olarak bir destek bilmiyorum.”* ifadesi ile yalın uygulamalara örnek vermiştir. K4 *“Serik ilçesinde devlet tarafından ya da yerel yönetimler tarafında yapılan ufak şeyler haricinde bir örnek vermek bence çok zor. Örneğin Kadriye Halk Plajı, engelli dostu plaj olduğunu biliyorum. Daha fazla devlet eli değmesi lazım olarak düşünüyorum. Bu denli önemli bir lokasyonda, zaten nüfusunun kendi başına fazla olduğu bir ilçe, merkeze de uzaklığının çok olmadığını biliyoruz. Halk ve dezavantajlı gruplar için kolaylaştırıcılar sağlanması lazım.”*, K5 *“Hayır ben yerel yönetimler tarafından gerçekleştirilen sosyal turizm uygulamalarının varlığından haberdar değilim. Halk plajları ya da engelli dostu plajlar bence bu işin en ufak parçasıdır. Bunlar ile övünülmesi gerekeceğine daha da nasıl artırabiliriz diye oturup düşünmeleri lazım. Her yerel yönetimin bir turizm departmanı neredeyse bulunmaktadır. Özellikle Serik ilçesi gibi bir ilçeden bahsediyoruz. Bu ilçenin mevcut turizm varlığı ve ilerideki potansiyeli herkesin bildiği bir gerçektir. Bu sebeple daha çok üzerine düşünülmesi gerekmektedir.”*, K6 *“Antalya özelinde bir çalışmaya hakim değilim fakat işletmelerin alması*

gereken aksiyonlar bana göre şöyledir. Öncelikle uygun fiyatlandırma, uygun fiyatlandırma dediğim bahsi geçen dezavantajlı kesimde yer alan bireyler için, engelli bireyler için erişilebilirlik, gençler için ise eğitim kurumları ile eş zamanlı hareket edilebilir.”, K7 *“Serik ilçesinde, devletin desteklediği sosyal tesisler ve kamu plajları mevcut. Dezavantajlı gruplara yönelik olarak hizmetler sunmaktadır. Ücretsiz etkinliklerin gerçekleştirildiğini biliyoruz.”*, K8 *“Halk plajları haricinde hiçbir şey duymadım ve görmedim.”* ve K10’ un *“Plajların halk plajı statüsünde tutulması, başka da bir devlet desteğini duymadım.”* ifadesi yer almaktadır. Belirtilen cevaplar, devlet desteklerinin sosyal turizm pratiklerinden faydalanan dezavantajlı kesime yöneliktir. Fakat bazı katılımcılar da devlet desteklerinin işletme boyutunda olması gerektiğini de savunmaktadır. Örnek olarak K4 *“Dezavantajlı gruba kolaylaştırıcı sunulacaksa, sunan taraf olan otellerin de kolaylaştırıcılar ile desteklenmesi gerekmektedir.”*, K8 *“Devlet bu işletmelere kolaylık sağlıyor mu? Vergi indirimi ya da muafiyet tanıyor mu? Tutmuyor, yardımcı olmuyor. Destek olmuyor ki.”* ve K9 *“... kalkınma planlarından bahsediyoruz. Kalkınma planlarında daha yüksek gelir grubuna hitap edeceği ibaresini ben de biliyorum. Biz burada sosyal turizm konuşurken devletin kalkınma planlarında bunlar yer alıyor.”* ifadelerini kullanmıştır. Bu durumda hem mevcut kalkınma planlarındaki tutum hem de devlet desteklerinin işletme boyutunda olması gerektiğini savunan katılımcılar mevcuttur. K5 desteklere dair *“Mesela sanırım yanlış hatırlamıyorsam öğrenci yurtları olayı var. Öğrenci yurtları belirli bir tarih aralığında ve bir yaş skalasında konaklamaya açılıyor. Bu çok güzel bir uygulama, yazın yurt hem boş kalmıyor hem de öğrencilerin şehirlerarası seyahati destekleniyor. Bu politika öğrenciler için yeterli olarak nitelendirilemese de bence güzel bir hareket.”* ifadesini kullanmıştır. Devamında ise basit bir pratik olsa da bir başlangıç olduğunu belirtmiştir. K10, devlet desteklerine ve devletin sosyal turizm adı altında gerçekleştirmese de turizme katılım amaçlı gerçekleştirdiği bazı politikaları da *“Polis evleri ve öğretmen evleri hakkında konuşmak istiyorum. Bunların turizme katkısı olacağını devlet tarafından düşünüldüğünü biliyorum. Fakat problem şurada bu misafirhanelere halk da önceden rezervasyon yaptırabildiği için bir tesisten ne farkı kalıyor. İlk sorun bu. Bir hevesle yapılıyor ama sürdürülebilirlik yok. Devamı düşünülüyor. Belki sosyal turizm hakkında adımlar atılmıştır ama altının boş olduğunu düşünüyorum.”* ifadesi ile eleştirmiştir.

Katılımcılara devlet destekleri ve devlet politikalarından beklentilerinden sonra, paydaşların uygulamalarına dair sorular yöneltilmiştir. Serik ilçesinde turizm işletmeleri tarafından gerçekleştirilen sosyal turizm uygulamaları ve katılımcıların kurumsal olarak sosyal turizmi desteklemek amacıyla gerçekleştirdiği çalışmaların mevcudiyeti, eğer yok ise bunun sebeplerine dair soruların ardından “Paydaşların Uygulamaları” teması ortaya çıkmıştır. Bu

tema, 3 alt temaya sahiptir. Basit kolaylaştırıcılar sunan, spesifik uygulamalara sahiplik eden ve destekten yoksunluk sebebiyle kendilerinin de destek veremediğini ifade eden katılımcılar mevcuttur. Basit kolaylaştırıcılar alt temasına dair; K1 *“Turizm işletmeleri tarafından böyle bir uygulama mevcut değil. Sadece sezon bitişine doğru uygun fiyatlandırmalar ile halkın, yerli turistlerin bu bölgede tatil yapması amaçlanıyor. Hem de otellerde odalar boş kalmıyor.”*, K2 *“Çalıştığım golf akademisinde de emeklilere özel indirimler ve engelli misafirler için özel imkanlar sunarak sosyal turizme katkıda bulunmaya çalışıyoruz. Unutmayalım ki seyahat etmek sadece eğlence değil, aynı zamanda bir öğrenme ve gelişme deneyimidir. Herkesin bu deneyimi yaşaması için elimizden geleni yapmalıyız.”*, K3 *“Engellilere yönelik uygulamaların, kolaylaştırıcıların olduğunu biliyorum. Yaşlılara sağlık hizmeti sunan sağlık turizmi çatısı altında aslında sosyal turizmi de destekleyen projeler var. Eğitim kurumlarına özel indirimler ve eğitim programlarında destekler de sunulmakta.”* ve *“Kurumsal olarak biz de sosyal turizme farkındalık amacıyla 65 yaş üzeri müşterilerimize her sene indirimlerimizi uygulamaktayız.”*, K4 *Ben bazı otellerin eğitim ve seminerler için ya da proje grupları için konaklama sağladığını biliyorum. Engelli bireyler için kolaylaştırıcılar her otelde mevcut. Zaten sezon başında ve sezon sonunda fiyatların uyuşna çekilmesi hem odaların boş kalmaması hem de bireylerin daha rahat gelmesi için yapılıyor. Fakat bunun daha da bilinçli bir şekilde yapılması gerekmektedir. Spesifik olarak ben bir uygulamaya şahit olmadım.”*, K5 *“Basit kolaylaştırıcılar haricinde bir uygulamaya tanık olmadım. Engelli bireyler hakkındaki pratikleri zaten mecburi olarak değerlendiriyorum. Fiyatlandırmalardaki sezon öncesi sonrası olayı ise tüm Türkiye’de mevcut.”* ve *“Engelli bireyler için kolaylaştırıcılar, fiyat düzenlemeleri gibi düzenlemelerimiz mevcut.”* ve K7 *“Serik’te turizm işletmeleri klasik bir sosyal turizm tutumu sergiliyor. Bazı spesifik oteller haricinde örneğin biz, her otelde neredeyse aynı faaliyetler var. Dezavantajlı gruba yönelik olarak; indirimler, engelliler için erişilebilirlik gibi faktörler söz konusu.”* cevapları yer almaktadır. Basit kolaylaştırıcılar haricinde bazı katılımcıların spesifik uygulamalara ev sahipliği yaptığı görülmektedir. Bunlara örnek olarak; K4 *“Engelliler için erişilebilirliğin çok yüksek seviyede olduğunu söyleyebiliriz. Düşük gelirli bireyler içinde sezon pik noktası haricinde elimizden geldiğince sirkülasyonu ve herkesin tatil yapmasını sağlamak amacıyla fiyatlarımızı sık sık düzenliyoruz. Bu durumda da bir nebze olsun kolaylaştırıcı sağladığımızı düşünüyoruz. Fakat bizim de yardım almadan ya da toplu bir şekilde hareket edilmeden bireysel olarak hareket etmemiz zor gözüküyor.”*, K6 *“Bazı turizm tesislerinin gençler için bir şeyler gerçekleştirdiğini duymuştum. Milli genç sporculara özellikle öncelik tanınıyor. Bizim tarafımızdan tanına öncelikler şunlardır: Engelli bireyler için tamamen farklı bir fiyatlandırma ve hizmet. Normalde ücret talep edilmeyen çocuk yaş sınırını 2 yaş daha*

ileriye öteledik. Seyahat acenteleri ve tur şirketleri ile anlaşmalarımızın doğrultusunda 60+ yaş turistlerin fiyatlandırmaları, normale göre farklıdır. Bunun sebebi de tüketimin oran orantısıdır. Mantıklı düşündüğümüzde hayatının tüketiminin maksimumunda bulunan 35 yaşında bir erkek bireyi ele alalım. 55 yaşındaki bir erkek birey, 35 yaşındaki bir erkek bireyden daha az tüketim faaliyetinde bulunur. 65 yaşındaki bir birey ise her ikisinden de daha az tüketim faaliyetinde bulunacaktır. Bu doğrultuda fiyatlandırmalar, paketlerde değişkenlik gösteriyor.”, K7 “Bizim tarafımızdan desteklemek amacıyla gerçekleştirilen çalışmalar fazlasıyla mevcuttur. En önemlisi, tesisimiz engelliler konfederasyonu ile iletişim içerisinde. Sertifikalarımız da mevcut. Tekerlekli sandalye kullanan bir bireyin otelimizde erişemeyeceği bir tek köşe bile bulunmamaktadır. Otelde her şey revize edilmiştir ve tasarımları bu yönergelere göre yapılmıştır. Bireylerin kendilerini rahat hissetmeleri ve fiziken daha fazla sıkıntı çekmemeleri için bu tasarımlar gerçekleştirilmiştir. Engelli sporculara da yönelik çalışmalar mevcut. Bunu şöyle açıklayabilirim. Tesisimiz golf ve tenis sporlarında gelişmiş şartlara sahiptir. Bu tenis kortları ve golf sahalarında engelli bireylere göre düzenlemeler de mevcuttur. Tesisin genel alt yapısı sporculara yöneliktir. Bakın en ufak örneği vereyim, kahvaltı saatleri bile sporculara özel olarak ek bir zaman aralığında bir kere daha sağlanır. Tesisimiz bir marka olarak birçok amatör spor kulübüne dönemsel olarak kamp desteği sağlamaktadır. Özellikle spor kulüplerinin genç yaş gruplarına. Bu durum da onlar için çok önemli, bizim için de öyle.” ve “Engelliler haricinde; örneğin belirli bir yaşa kadar ilk çocuktan ücret talep edilmiyor. İkinci çocuktan da %50 indirimli olarak ücret alınıyor. Bu durum da tabii ki maddi olarak insanları rahatlatmakta. Bu duruma şu an böyle bir çözüm sunuyoruz. Tesisimizde 0-4 yaş arasında bebek bakıcılığı ücreti haricindeki bunda da ücret ödemek zorunda değilsiniz, çocuklara özel olarak ayrılmış olan alanda 0-4 yaş aralığındaki çocukların velileri ile ücretsiz olarak faydalanması söz konusu, 4-16 yaş aralığında tamamen ücretsiz olarak sabah 09:30 aralığı ile akşam 23:00 aralığında faaliyetler sunulmaktadır. Yaşlılar için de otel içerisindeki faaliyetler farklılık gösteriyor. Kendilerine göre etkinlikler yer alıyor.”, K8 “Gerçekleştirdiğimiz turizmin zirve dönemi haricinde uygulamalar var. Örneğin konferanslara özel indirimler, eğitim kurumlarına özel indirimler veya anlaşmalı bir kurum varsa onlara özel paketler sunuyoruz. Biz sadece bu durumda içerideki personelin istihdamını döndürmek için bunu gerçekleştiriyoruz. Atıyorum %30 u devlet teşviği olsun ama bunu gerçekleştirmiyor. Yeni tasarruf paketini incelediysen yeni tasarruf paketinde de devlet kamu kuruluşlarının otellere gelmesi kesildi. Destek beklenirken bu gibi kararlar alınıyor. Tasarruf bu değil.” ve K10’un “Örneğin dersane grupları, çok üst düzey bir dersane grubu bize her sene önce yöneticileri konaklamaya ve toplantı yapmaya gelir. Sonrasında ise bizim uygun fiyatlandırmalarımız ile

başarılı öğrencilerini konaklamaya getirirler. Bunun haricinde üst düzey kırtasiye grubundan bir marka da aynı şekilde. Engellilere yönelik olan çalışmalarımız da tabii ki var. Erişilebilirliğimiz üst düzeyde fakat herhangi bir kişiye özel olarak fiyatlandırmamız mevcut değil. Sadece 2. çocukta yarı fiyatında indirim yapıyoruz.” ifadeleri yer almaktadır. Bazı katılımcıların ise destekten yoksunluğunu açıkça dile getirdiği ifadeler bulunmaktadır. Bunlara örnek olarak ise; K1 “Uygulamaların gerçekleşmesi için ilk önce yukarıdan bize destek ve teşvik gelmesi lazım. Biz burada halk ve turizm arasındaki köprüysek, köprünün geçişinde yardımcı olunması lazım. Aksi takdirde turizm paydaşları, turizm tesisleri bunları gerçekleştiremez.”, K8 “Mayıs’la- eylül arasında turizm sezonu pik olduğu için biraz daha zor olur ama. Yüksek sezonda benim karlılık payımı kısıyamam. Bu amaç kötü bir amaç değil bence doğru olan bu. Ben kar güden bir kuruluşum. Bu özel kuruluşlarla böyle. Devlet ile zaten anlaşma yapılamıyor. Devlet örneğin 500 ü 100’e verdirtip 400ünü teşvik edeceğine bunu yapmıyor. Yapmadıkları için zaten böyle bir sıkıntı yaşıyor. Kış sezonunda da zaten aynı fiyatla olmuyor. Kış sezonundaki bahsi geçen profil, istihdamı sağlar ve gelir gider dengesi için misafir edilir.”, K9 “Devletin her zaman istediği şey yüksek gelir getiren turizm grubu. Bu sebeple yıllarca av turizmi ve sağlık turizmini geliştirmeye çalıştılar. Şu anda da sağlık turizmini geliştirmek amaçlanıyor. Golf turizmi de aynı şekilde. Bunlar yüksek getiri getiren turizm çeşitlerindendir. Bu sebeple bizim tarafımızda yorum yapmak gerekirse üst gelir grubuna hitap eden bir tesisten söz ediyoruz. Sosyal turizm faaliyetleri ve yerel halk ile bağımsız ilerliyoruz.” ve K10’un “Serik ilçesindeki tesislerin bireysel olarak uyguladığı bir katılım mevcut değil. Sebebi ise çok bariz. Destekten yoksunluk.” ifadeleri yer almaktadır. Ayrıca K9’un “Yüksek gelir getiren turistlere hitap eden bir tesis olduğumuz için; adult, teenage, family gibi ayrımlar gözetmeksizin lüks hizmet anlayışına hitap ediyoruz. Tamamen yüksek gelir grubu skalasında bulunan misafir portföyüne sahibiz. Misafir portföyümüzü bu şekilde oluşturduğumuz için sosyal turizm faaliyetleri hakkında bir gelişme söz konusu değil. Bu gibi turizm çeşitleriyle ilgilenmemizde olanaksız çünkü biz kendimizi ülkeye döviz girdisi sağlayan bir tesis olarak görüyoruz. Bizim gibi tesislerin bu gibi aktivitelerde bulunmasını beklemek yerine bahsettiğim daha alt segmentteki tesisler hakkında konuşmak gerekmektedir.” ifadesi, sosyal turizmin gelişimine dair bir pratiğe sahip olmadığını sebep olarak ise müşteri portföyünün yüksek gelir getiren turistlerden oluşmasını göstermiştir.

İkinci kategorinin dördüncü teması olan “Dış Aksiyonerler”, esasında turizm işletmeleri ve hükümetin alacağı kararlar haricinde sosyal turizme destek olabilecek kurum, kuruluş veya paydaşları içermektedir. Katılımcılara dış aksiyonerler konusundaki beklentileri sorulduğunda ise elde edilen cevaplardan dört alt tema oluşturulmuştur. Katılımcıların büyük bir çoğunluğu

sivil toplum kuruluşlarından söz etmiştir. Örneğin; K2 “*Turizm işletmeleri ve hükümetin yanı sıra, sosyal turizmin gelişmesine katkıda bulunabilecek birçok kurum, kuruluş ve paydaş mevcuttur. Bunlar arasında engelli ve dezavantajlı gruplara hizmet veren STK’lar, turizm eğitimi veren üniversiteler, sosyal turizm haberleri ve bilgileri sunan medya kuruluşları gibi harici paydaşlar rol alabilir.*”, K3 “*Turizm işletmeleri ve hükümetin yanı sıra, sivil toplum kuruluşları, üniversiteler, özel sektör firmaları, yerel yönetimler, finansal kurumlar, kültür ve sanat kuruluşları ile medya ve iletişim kuruluşları da sosyal turizmin gelişiminde söz sahibi olabilirler.*”, K4 “*Sivil toplum kuruluşları bu bölgede fazla aktif mi bilmiyorum ama STK’ların kesinlikle daha aktif çalışması gerekiyor. Öncelikle bu olgunun gerçekleşmesi için STK’ların bizimle iletişime geçmesi daha doğru olur.*”, K5 “*Kesinlikle Sivil Toplum Kuruluşları. STK’ların en özele inecek olursak engelliler için çalışma gerçekleştirmesi, kampanya görüşmeleri gibi davranışları otel işletmelerinin de dikkatini çeker. Ufaktan başlayarak büyüyen bir dalga haline gelir.*” ifadeleri hem sivil toplum kuruluşlarını hem de diğer alt temaları içermektedir. Bütüncül anlayış (zincir modeli), bütün paydaşların birlik içerisinde olup bir zincir halkası misali birbirini tamamlamasını temsil etmektedir. Bu anlayışa dair verilen cevaplar ise; K2 “*Sürdürülebilir bir sosyal turizm için tüm paydaşların katılımı şarttır.*”, K6 “*Sosyal turizm hareketini bir zincir olarak düşünürsek zincirin ilk halkası; dezavantajlı bireylerdir. Sonrasında bireylerin oluşturduğu sivil toplum kuruluşları yer almaktadır. Bu sebeple tekrar söylüyorum hükümet ve turizm tesisleri haricinde ilk adım sivil toplumlardan olmalıdır.*”, K7 “*Serik’te sosyal turizmin gelişimine katkıda bulunabilecek birçok paydaşın olduğuna inanıyorum. Sadece turizm işletmeleri ve hükümet değil, aynı zamanda sivil toplum kuruluşları, akademik kuruluşlar, özel sektör ve medya da bu alanda önemli roller üstlenebilir. Sosyal turizmin teşvik edilmesi ve dezavantajlı gruplara destek sağlanması konusunda iş birliği yaparak, toplumumuzun daha geniş bir kesiminin turizm faaliyetlerinden faydalanmasını sağlayabiliriz.*” ve K10’un “*Turizm sektörünün içerisine sosyal turizmin hitap ettiği kesimi entegre etmek istiyorsak hep birlikte hareket etmeliyiz. Sivil toplumdan bakanlığa, bakanlıktan yerel yönetimlere ve en sonunda bizlere kadar uzanan bir hat yaratmalıyız.*” ifadeleri ile desteklenmektedir. Ayrıca K8’in sivil toplum örgütleri ve bazı derneklere dair görüşü, diğer katılımcılardan ayrılmaktadır. K8 “*Sivil toplum örgütlerine gelirse, örneğin özel durumu olan çocuklar veyahut mor çatı gibi bir dernek düşünelim. Gerçekçi olmak gerekirse bu tarz şeylerin turizmde çok yeri olmadığını düşünüyorum. Onlar için bir şeyler yapalım ama bu turizm adı altında değil. Sosyal turizm bu oluyor fakat turizm içerisine yerleştirmek şu an çok zor. Turizm bizim şu an ekmek kapımız. Bizim yıllar boyunca oluşturduğumuz bir misafir profili var. Ben eğer böyle bir dernek ağırlayacaksam bu benim iş olmaktan çıkar. Ben bu*

insanlara sunduğum oteldeki ekstraları aynı fiyatla sunamam. Vicdanen bunu yapamam. Bence sosyal turizm ile turizmi ayırmak zorundayız. Birbirine karıştırırsak çok zor olur bu iş. Çünkü sosyal turizmi gerçekleştirmek istiyorsak devletin alacağı kararlar çok önemli.” ifadesi ile, turizmin maddi getirisinin sivil toplum örgütleri ile iş birliği içerisinde bulunduğu takdirde problemler yaşayabileceğini, bu durumun düzgün bir şekilde organize edilmesi gerektiğini ve devletin de kararlarının bu konuda önemli olduğunu vurgulamıştır.

İkinci kategorinin son teması olan “Beklentiler ve Öngörüler” teması, iki alt temaya sahiptir. Katılımcıların sosyal turizm hakkında, yerelde neler yapılabileceği, daha fazla neler gerçekleştirilebileceği ve bu konuda eklemek istediği farklı görüşleri sorulduğunda elde edilen cevaplar ise; K1 “*Sosyal turizm, bir çoğumuzun, bakın turizm içerisinde yıllarını vermiş insanların bile yakın olmadığı bir turizm çeşididir. Bu bizim için üzücü bir durum. Her insan rahatlama ihtiyacına sahiptir. Her insan psikolojik olarak dinlenme ihtiyacı duyar. Bu durumda bazı kesimler öncelik sahibi olmalıdır. Halihazırda hayat şartları ile bolca mücadele içerisinde olan kesim, bahsettiğimiz gibi dezavantajlı kesimler kesinlikle öncesinde bahsettiğim şartlar ve önlemler alınarak turizme dahil edilmelidir.*”, K2 “*Sosyal turizmin gelişmesi için teknolojinin kullanımı, finansal teşvikler, eğitim ve bilinçlendirme çalışmaları, erişilebilir altyapının iyileştirilmesi ve sürdürülebilir turizm ilkelerinin benimsenmesi gibi adımlar atılabilir.*”, K3 “*Genel olarak sosyal turizmin daha etkili bir şekilde gelişmesi ve turizm sektörünün daha kapsayıcı ve sürdürülebilir bir yapıya evrilmesi ülkemiz adına çok faydalı olacağına inanıyorum.*”, K4 “*Sosyal turizmin gerçekleşmesi için herkesin bir takım halinde hareket etmesi gerekiyor. Bu durumda iş birliği çok önemli. Bireyler toplumları oluşturur. Bu dezavantajlı toplumların varlığını STK’lar görmezden gelmemesi lazım. STK’ların yaygınlaşması demek, turizm tesislerine iletişimin kolaylaşması demek. Bakanlık, STK, biz yani otelciler hepimizin iş birliği içerisinde bu olaya yaklaşması lazım.*”, K5 “*Otellere şu an birçok sertifika ya da ödül veriliyor. Dış paydaşlardan olsun, iç paydaşlardan olsun birçok kurum yılın x oteli, yılın y oteli gibi ödüller ile pazarlamalar gerçekleştiriyor. Yılın sosyal turizm oteli gibi bir kategori neden olmasın? İşletmeler arası rekabet, kullanıcıya her zaman yarar.*”, K6 “*Algılar ile turizm şekillenir. Anlaşılması gereken en önemli şey budur. Zincir işletmeler, birden fazla işletmeye sahip olan tesisler Serik’te yer almaktadır. Zamanla neden sadece sosyal turizme hitap ve hizmet eden, devlet destekli ve özel sektör iş birliği içerisinde bir veya birden fazla işletme faaliyete geçmesin? Bunlar üzerine oturulup, her iki tarafın da konuşması gereken şeylerdir.*”, K7 “*Birlikte çalışarak, daha etkili ve kapsayıcı sosyal turizm programları geliştirebiliriz. Ayrıca, programların sürdürülebilirliği konusunda da dikkatli olmalıyız. Uzun vadeli etkilerini değerlendirerek, toplumsal fayda sağlayacak şekilde tasarlamalıyız. Katılımcı*

bir yaklaşım benimsemeli ve hedef grupların görüşlerine önem vermeliyiz. Onların ihtiyaçlarına uygun programlar geliştirmek, etkinliğimizi artırır. Farkındalık ve tanıtım çalışmalarına da ağırlık vermeliyiz. Toplum bu konuda bilinçlendirmek ve katılımı artırmak için çaba göstermeliyiz.”, K8 *“Devlet politikaları haricinde işletmeler ve dernekler nasıl katkı sağlayabilirler ki? Kaynağı nereden sağlayacaklar ki? Turizmi gerçekleştirmek için devlet desteğine ihtiyaç duyuyorlarsa bunun öncelikle devlet tarafından belirtilmesi lazım. Hayırına iş turizm tesisleri için gerçekleştirilemez. Gerçekçi konuşmak lazım. İşin içinde olan birisi her zaman aynı şeyi söyler. Bunları dile getirmek gerekiyor.”*, K9 *“Katetmemiz gereken çok yol var. Turizmin Türkiye’deki gelişimi ve şu andaki konumu göz önüne alınırsa sosyal turizm faaliyetlerini gerçekleştirmek için çok hummalı bir çalışmaya gerek duyulmakta. Aksi takdirde sosyal turizm amacıyla yapılan ufak dokunuşların verimliliği kısıtlı kalacaktır.”* ve K10’un *“Gelecekte turizm sektörüne sosyal turizm faaliyetlerinin de dahil edilmesi gerektiğini düşünüyorum. Belirli şartlar altında, belirli profildeki insanlar ile başlanarak tüm dezavantajlı kesimlere yayılabilir.”* ifadeleri şeklindedir. Bu ifadeler arasında öneriler de yer almaktadır. Örneğin K5’in ifadesinde yer alan *“sertifika ya da ödül”* önerisi, sosyal turizmde literatürde daha önce karşılaşılmamış bir öneridir. İşbirliğini uman ve iş birliği ile sosyal turizmin ilerleyen süreçte daha da ileriye taşınacağı düşüncesi, katılımcıların çoğu tarafından desteklenmektedir.

Araştırmada gerçekleştirilen görüşmeler sonucunda elde edilen veriler işlenerek, belirli süreçlerden geçtikten sonra elde edilen kavram haritası Tablo 54’te görüldüğü gibidir. Katılımcıların görüşme sorularına verdiği cevaplara istinaden oluşturulan alt temalar ve temalar, Serik ilçesinde sosyal turizmin eksikliğini ifade etmektedir. Sadece Serik ilçesi değil, genel anlamda da turizm sektöründe sosyal turizm hakkında bir eksiklik mevcuttur. Katılımcıların örneklendirmelerinde, daha önce böyle bir durumla karşılaşmamış olmaları da bu sebeptir. Sosyal turizm, yetersiz bilinçlenme ve bilinçlendirme, ulusal politikalarda geçerli bir konuma sahip olamama, kalkınma planlarında yer almama, yetersiz sosyal turizm pratikleri, turizm işletmelerinin basit kolaylaştırıcılar ile yetinmeleri, düşük farkındalık ve yerelde düşük etkinlik düzeyi, devlet desteklerinden yoksunluk, beklenti içerisinde bulunan dış aksiyonerlerin rol almaması/alamaması ve bu sebeple işbirliği yoksunluğu gibi faktörler sebebiyle araştırma sahasında etkin bir turizm türü değildir. Araştırma sahasından ziyade Türkiye genelinde aynı durum söz konusudur. Öncelikle sosyal turizm bilincinin hem turizm sektöründeki paydaşlara hem de dezavantajlı bireylere aşılması gerekmektedir. Bilinçsizlik, sosyal turizmin gelişimine balta vurmaktadır. Sosyal turizmin geliştirilmesinde atılacak olan ilk adım bu olmalıdır.

Tablo 54: Kavram Haritası

ALT TEMA	TEMA	KATEGORİ
• Yetersiz bilinçlendirme • Tahmin yürütme • Bilgi sahibi olma	Sosyal Turizm Bilinci	GÖRÜŞ, KIYASLAMA VE ELEŞTİRİ
• Ulusal yetersizlik ve geçerli bir konuma sahip olamama • Uluslararası politikadaki konuma erişme yolları • Yetkinleşmemiş faaliyetler • Yeterli fikre sahip olmama • Teklifler ve fırsatlar	Ulusal ve Uluslararası Politikadaki Yeri ve Yeterliliği	
• Yetersiz faaliyetler • Mukayese • Maddiyat olgusu ve bakış açısı	Avrupa ve Türkiye’de Sosyal Turizm Faaliyetleri	
• Bireysel hareketler • İş birliği eksikliği • Çekimser yaklaşımlar	Paydaşların Rolü	
• Engelliler • Gençler • Gelir düzeyi skalası • Göçmen ve mülteciye bakış açısı • Ayrıcalık tanıyamama • Karma sistem modeli	Ayrıcalıklı Kesim	
• Düşük farkındalık ve etkinlik düzeyi • Fikirsiz yaklaşımlar • Bilinçlendirme • Uygunsuz koşullar	Yerel Farkındalık ve Etkinlik	FARKINDALIK, PRATİKLER VE BEKLENTİLER
• Yetersiz desteklenme hissiyatı • Yalın uygulamalar • Vergi indirimleri ve muafiyet beklentisi	Devlet Destekleri	
• Basit kolaylaştırıcılar • Spesifik uygulamalar • Destekten yoksunluk	Paydaşların Uygulamaları	
• Sivil toplum kuruluşları • Üniversiteler • Medya kuruluşları • Bütüncül anlayış (Zincir modeli)	Dış Aksiyonerler	
• İş birliği beklentisi • Erişilebilirliğin artırılması	Beklentiler ve Öngörüler	

SONUÇ VE ÖNERİLER

Turizm sektörü; kendi bünyesinde barındırdığı dinamikleri, paydaşları, kullanıcıları, yan turizm dallarını içeren, arz ve taleplere göre şekillenen bir sektördür. Ayrıca faaliyetlerin gerçekleştiği çevreyi büyük ölçüde düzenlemesi ve çevredeki faaliyetlerin bütününe etkilemesi sebebiyle turizmin insanlar, sosyal yapı ve kültürel gelişim üzerinde etkilerinin incelenmesi, toplumsal yapı üzerinde meydana gelen veya gelebilecek olan değişimlerin anlaşılabilmesi için turizm sektörüne dair çalışmaların artırılması gerekmektedir. Zira yerel halkın değerlerinin ve beklentilerinin dikkate alınmadan, yapılan salt ekonomik planlama yaklaşımları başarılı olamamakta ve olamayacaktır (Sarı, 2007: 397). Bu sebeple turizmin sürdürülebilirliğinin üzerinde durulmalıdır. Olumlu etkilerinin yanı sıra olumsuz etkilerinin de göz ardı edilmemesi gerekmektedir. Turizm planlamalarına, yerel halkın dahil edilmesi ve onların görüş ve önerileri doğrultusunda turizm çalışmaları üzerinde planlama çalışmalarının yapılması gerekmektedir (Çakır, 2023: 174).

Antalya, yabancı turistlerin ve yerli turistlerin Türkiye içerisinde önemli destinasyonlarından birisidir. Antalya ili bu sebeple 2022 yılında 13.508.628 turist, 2023 yılında ise 15.689.258 turist ağırlamıştır (TÜİK, 2024). Antalya'ya turist akışının bu denli yoğun olması, ilde öncelikle yaz turizminin (deniz-kum-güneş) elverişli şartlar altında yılın minimum 5 ayında gerçekleştirilebilme imkanı, golf turizmi, ekoturizm, yayla turizmi, kültür turizmi, yat turizmi, mağara turizmi gibi turizm çeşitlerinin mevcudiyeti ve potansiyelinden dolayıdır. Bu sebeple Antalya, oldukça fazla turizm tesisine sahiptir.

Araştırmanın sahasını oluşturan Antalya ilinin Serik ilçesi, Antalya ilinin doğu kesiminde olup; şehir merkezine yakınlığı, kıyıda kurulması gibi sebepler dolayısıyla yaklaşık son 20 yıldır hükümetin ve turizm paydaşlarının yatırımlarının oldukça fazla olduğu ve turistlerin sıklıkla tercih ettiği bir turizm bölgesine evrilmiştir. Serik, 2022 yılı turizm istatistiklerinde turizm tesislerine gelen turist sayısı toplamda 3.513.907 olarak belirlenmiştir (TÜİK, 2024). Bu istatistiğe bakılırsa Serik ilçesi 2022 yılında Antalya'nın toplam turist sayısının yaklaşık %26'lık bir kesimini karşılamaktadır. Serik ilçesindeki turizm potansiyeli sebebiyle turizm tesislerinin de sayısı oldukça fazladır. Serik ilçesinde Ekim 2023 itibarıyla; 5 yıldızlı tatil köyü sayısı 7, 5 yıldızlı otel sayısı 58, 4 yıldızlı otel sayısı 8, 3 yıldızlı otel sayısı 4, golf tesisi sayısı 11, özel konaklama tesisi sayısı 1, turizm kompleksi sayısı 3 ve personel eğitim tesisi sayısı 1 olmak üzere 93 adet turizm tesisi mevcuttur (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2024). Serik ilindeki turizm tesislerinin toplam oda sayısı 41.723, toplam yatak sayısı ise 90.880 olarak belirtilmiştir.

Araştırma, Serik ilçesindeki sosyal turizm faaliyetleri, dezavantajlı bireylerin turizm ile iç içe olma boyutunda turizm paydaşlarının etkilerini ve devlet destek/teşvik politikalarında ve kalkınma planlarında sosyal turizmin yerinin belirlenmesini amaçlamaktadır. Bu sebeple öncelik olarak devlet kalkınma planları incelenmiştir. Türkiye, 1963 yılından itibaren planlı karma ekonomi politikası ilkeleri ile hareket etmektedir. Kalkınma planları; mevcut durum analizlerini, hedeflerini, stratejilerini ve hedeflere ulaşılabilmesi için gerekli araçları kapsamaktadır. Yayınlanmış olan ilk kalkınma planından itibaren Türkiye, turizm sektörüne özel olarak ağırlık vermiştir. Bunun sebebi ise ülkeye döviz girdisi ve gelişmişliğin artışı olarak öngörülmektedir. İlk kalkınma planından itibaren Türkiye’de 12 adet “Beş Yıllık Kalkınma Planı” yayınlanmıştır.

İlk iki kalkınma planında sosyal turizme dair herhangi bir ifade ve madde bulunmamaktadır. Sosyal turizm açısından ilk gelişme “Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı (1973-1977)” döneminde yaşanmıştır. Turizm faaliyetleri içerisinde sosyal turizme önemin artırılacağı, gelişimin, tatillerin yayılması tedbirleriyle birlikte yürütülerek, sosyal turizm faaliyetlerine iştirak eden kamu turistik konaklama tesislerinin dış turizmde de hizmet etmek amacıyla kamu personelinin bu tesislerde konaklama bedellerinin düşürülmesi olanaklarının geliştirileceği belirtilmiştir. Bu kalkınma planına istinaden 4. Kalkınma Planı’nda sosyal turizm hakkında bazı ilke ve önlemler önerilmiştir. Altı adet ilke ve önlem söz konusudur. Fakat bu önlem ve önerilerin somut girişimlerden uzak olduğu Usta (1982) tarafından aktarılmıştır. Altı adet ilke ve önlem aşağıda görülmektedir:

- “Kamu kuruluşlarına ait kamplar, dinlenme tesisleri ve turistik yörelerdeki eğitim tesislerindeki yatak kapasitelerinin tek merkezden yönetimi ve bu tesislerden daha geniş kitlelerin yararlanması sağlanacaktır. Nitelikleri dış turizme açılmaya uygun olanların kapsam içerisinde yönetilmesi öncelikle ele alınacaktır. Bu kampların iç turizme dönük kullanımlarında kar amacı gütmeyen işletilmeleri sağlanacak; yeni kurulma hali dışında, kuruluş bütçelerinden işletme maliyetlerini ve idame yatırımı gereklerini karşılamak üzere herhangi bir yardım yapılmayacaktır.”
- “Çalışanların, dinlenme ve tatil gereksinimlerini karşılamak için gerekli önlemler alınacaktır.”
- “Dar gelirli vatandaşların tatil yapma, dinlenme ve eğlence ihtiyaçlarını karşılayacak ucuz turistik tesislerin gerçekleştirilmesi için çalışmaları yoğunlaştırılacaktır.”

- “İç turizm geliştirilmeden, turizm sektörünü işletme bazında rantabl hale getirmek güçlüğü dikkate alınarak, halka ucuz tatil yapma imkanlarını sağlayacak, iç turizmi hareketlendirecek tedbirler getirilecektir.”
- “Devlet dar gelirli vatandaşların ucuz tatil yapma, eğlence ve dinlenme ihtiyaçlarını karşılayacak tesisleri yapma girişiminde bulunacaktır. Bu amaçla, özellikle T.C. Turizm Bankası Kuruluş Kanunu’nun 2 a-5 maddesine (işçi ve memurların tatil ve dinlenme ihtiyaçlarına cevap verecek sosyal turizm tesisleri kurmak ve işletmek) uygun yatırımlara girişecektir.”
- “Yukarıda adı geçen sosyal tesisler gerçekleştirilinceye kadar T.C. Turizm Bankası tarafından uygulanmakta olan tatil kredisi sistemi, daha geniş bir kitleye hitap edecek biçimde yeniden düzenlenerek işlerlik kazandırılacaktır.”

Beşinci Kalkınma Planı, sosyal turizm perspektifinden herhangi bir maddeye sahip değildir. Esasında Sekizinci Kalkınma Planı’na kadar “ turizm hareketlerinin yoğunlaştığı bölgelerde yerel yönetimlerin, sivil toplum kuruluşlarının ve halkın turizmle ilgili kararlara katılımının sağlanması ile ilgili ifadeler yer almaktadır. Bunun haricinde bir ifade yer almamaktadır. Onuncu Kalkınma Planı, sosyal turizm açısından bir kırılım olarak görülmektedir. Çünkü bu kalkınma planından itibaren başlayan “turizmin üst gelir grubuna hitap edilmesi” ifadeleri, sosyal turizm ile zıt bakış açısına sahiptir. Turizm endüstrisinin ekonomik getirisinin pozitif yanlarının ağır bastığı, Onuncu Kalkınma Planı’ndan itibaren görülmektedir. Ayrıca bu kalkınma planında ilk defa “engelli turizmi alanında hizmet kalitesinin yükseltilerek rekabet gücünün artırılması” amaçlanmıştır. “Engelli turizmi” ifadesi, sosyal turizmde dezavantajlı kesim içerisinde konumlandırılan engelli bireylerin avantajına yönelik çalışmaların yapılacağını belirtmektedir. Dolaylı yoldan sosyal turizmde dezavantajlı bireylere yönelik bir çalışmanın gerçekleştirilecek olması, Onuncu Kalkınma Planı’nın direkt olarak “engelli” ifadesi kullanılan ilk kalkınma planı olarak özel bir yer edinmesine sebep olmuştur.

11. Kalkınma Planı’nda sosyal turizm adı altında hiçbir ifade bulunmamaktadır. Son olarak 12. Kalkınma Planı’nda ise tamamen turizm sektörünün ekonomik getirilerini ifade eden maddeler yer almaktadır. “Üst gelir grubu”, “ziyaretçi başına gelir artırımları” gibi ifadeler, turizm endüstrisinin sosyal boyutunun göz ardı edildiğini, kalkınma planlarındaki gittikçe azalan ve son kalkınma planı ile de yok olan “sosyal turizm”, “turizm ve halk” gibi olgular maddi boyutlarının manevi ve insani boyutlarından daha ağır bastığını gösterir niteliktedir.

Araştırmanın ikinci boyutu olan, Serik ilçesindeki turizm işletmelerinin sosyal turizme karşı tutumlarını ortaya koymayı amaçlayan görüşmelerden elde edilen bulgular ile oluşturulan kavram haritası Tablo 54’te görülmektedir.

Birinci kategori, katılımcılara yöneltilen kavram tanımlaması, ulusal ve uluslararası turizm politikalarındaki sosyal turizmin yeri, geliştirilmesi amacıyla gerçekleştirilen politikaların yeterliliği, yurtdışında gerçekleştirilen sosyal turizm faaliyetlerinin ülkemiz ile kıyaslanması, devlet tarafından alınan kararlar haricinde turizm işletmelerinin sosyal turizmi geliştirmek amacıyla üstlenebileceği roller ve sosyal turizm kapsamında hangi bireylere öncelik tanınması gerektiğini içeren sorular yöneltildikten sonra elde edilen cevaplar doğrultusunda oluşturulmuştur. Katılımcıların birçoğunun sosyal turizm bilincine sahip olduğu fakat bazı katılımcıların da “sosyal” kelimesinden dolayı tahmin yürüttüğü ya da yeterli bilinçlendirmeye sahip olmadığı görülmüştür. Turizm sektöründe etkin rol alan bireylerin sosyal turizm hakkında yeterli fikir sahibi olmaması göz ardı edilmemelidir. Bunun sebebi ise sosyal turizmin bilinçlendirmesinin yeterli düzeyde olmamasıdır. Ulusal ve uluslararası politikalarındaki yeri ve yeterliliği hakkında katılımcıların cevaplarının %70’i, ülkemizde gerçekleştirilen ve gerçekleştirilmesi beklenen politikalarda sosyal turizmin bir konuma sahip olmadığı, eğer sahipse de yeterli düzeyde olmadığı yönündedir. Yetkinleşmemiş faaliyetler, teklifler ve fırsatlar göz ardı edilmemelidir. Avrupa ve Türkiye’de sosyal turizm faaliyetlerindeki uçurum düzeyinde yer alan işleyiş ve pratik farkları sebebiyle mukayesenin gerçekleştirilemediği, turizme bakış açısının sektördeki paydaşlar dahil olmak üzere sektörün her bir halkasında yer alan bireylerin maddiyat olgusunu gözetmediği ifade edilmiştir. Paydaşların alabileceği roller hakkında ise katılımcılar, bireysel olarak gerçekleştirdikleri sosyal turizm kolaylaştırıcıları (ki esasen bunlar sosyal turizm amacıyla değil, turizme katılımın artırılması ve katılması beklenen bireylerin kolaylaştırıcıları olarak belirtilmiştir) haricinde iş birliklerinin eksik olduğunu vurgulamıştır. İş birliği, sosyal turizm hareketinin gerçekleştirilmesi için en önemli eksiklik olarak görülmektedir. Sivil toplum örgütleri, medya kuruluşları veyahut yerel yönetimlerin, paydaşlar ile iletişim halinde olmayışından dolayı paydaşların böyle bir talep ile karşı karşıya kalmadıkları görülmüştür. Bazı katılımcıların ise sosyal turizm pratiklerine çekimser olarak yaklaştığı, bunun sebebinin ise mevcut misafir portfolyosunun değişeceği, karlılık payının azalacağı ve işletmelerinin sıkıntılı bir süreç yaşayabileceklerini düşündükleri olarak görülmektedir. Ayrıca katılımcılara yöneltilen, sosyal turizm pratiklerinde öncelik/ayrıcılık tanınması gereken kesim hakkındaki fikirlerine dair sorulara istinaden verilen cevaplarda ağırlığın gençler ve engelliler yönünde olduğu, sonrasında ise gelir düzeyi düşük bireylere yardım edilmesi gerektiğini içeren ifadeler görüşmelerde yer almaktadır. Karma sistem modeli

olarak alt temada yer alan ifade, bazı katılımcıların özellikle bir kesime yönelik kolaylaştırıcıların tanımlanmaması, tesislerin bütün bireylere hitap etmesi gerektiğini savunan, her bireyin eşit haklara sahip olduğu fakat dezavantajlı kesimin de diğer bireylerden biraz daha fazla kolaylaştırıcılara sahip olması gerektiğini savunmaktadır. Katılımcılardan bazıları, göçmen ve mültecilerin dezavantajlı kesime dahil edilmemesi gerektiğini çünkü sosyal turizmin işleyişinde halihazırda problemler olduğunu ve sosyal turizm pratiklerinin faal hale gelmesi durumunda önceliğin Türk halkında olduğunu belirtmiştir. Aksi takdirde göçmen ve mültecilere tanınan haklar dolayısıyla bazı dezavantajlı bireylere hak tanınmasında geç kalınacağını ve bunun da o bireyler tarafından kötü karşılanacağı fikri hakimdir.

Farkındalık, pratikler ve beklentiler olarak adlandırılan ikinci kategori; yerel farkındalık ve etkinlik, devlet destekleri, paydaşların uygulamaları, dış aksiyonlar, beklentiler ve öngörüler temalarını içermektedir. Yerel farkındalık ve etkinlik, Antalya ve araştırma bölgesi olan Serik ilçesinde, sosyal turizm uygulamalarında yatırımcıların, işletmelerin sosyal turizmi geliştirmek amacıyla nasıl roller aldığı veya alması gerektiğine dair görüşleri barındırmaktadır. Katılımcıların çoğunluğunun araştırma sahasında farkındalık düzeyinin düşük olduğu görüşüne hakim olması, turizm faaliyetinin yoğun olarak yaşandığı araştırma sahasında geri kalmışlığın göstergesi olduğunu ortaya koymaktadır. Etkinlik düzeyinin kısmi ve bilinçlendirmenin de yetersiz olması sebebiyle sosyal turizme dair işletmeler ve yatırımcılar aracılığıyla yaklaşımların minimum seviyede olduğu gözlemlenmiştir. Devlet destekleri, esasen tek başına bir tema olarak ele alınsa da katılımcılar tarafından oldukça fazla derecede kullanılmış bir argümandır. Çünkü devlet desteğini hissetmeyen yatırımcılar, daha önce planlarında yer almayan bir pratik için çaba göstermemektedir. Yetersiz desteklenme hissiyatının da temelinde bu yatmaktadır. Yalın uygulamaların varlığı, örneğin; halk plajı, engelli dostu plajların varlığı ve bazı şenlik organizasyonlarını ifade etmektedir. Vergi indirimleri ve muafiyet, yatırımcıların daha önce gerçekleştirmediği bir pratiği gerçekleştirmek amacıyla bazı önlemlere ihtiyaç duymasından kaynaklanmaktadır. Katılımcılar, devlet desteklerinin sadece sosyal turizm faaliyetini gerçekleştirecek bireylere değil, sosyal turizm faaliyetinin gerçekleştirileceği tesislere ve işletmelere de desteklerin yapılması gerektiğini vurgulamaktadır. Bireylere ulaşmaktan ziyade, işletmelere ulaşmanın kolaylığı ve işletmelerin kendilerini bu sayede “sosyal turizm” amacıyla pazarlamalarının daha kolay olacağını dile getirmişlerdir. Katılımcılar, sosyal turizm faaliyetinin gerçekleştirilmesi amacıyla direkt olarak sosyal turizme hizmet etmese de bazı basit kolaylaştırıcılara sahiptir. Bunlar ilk çocuk misafirin belirli yaş aralığında ücretsiz olması, ikinci çocuğun ise indirimlere tabii tutulması, engelli dostu tesis projeler gibi basit kolaylaştırıcılardır. Spesifik uygulamalara ev sahipliği yapan

katılımcılar ise, milli çocuk ve genç sporcuların ücretsiz şekilde tatil fırsatına erişmesi, engelli sporcular için kolaylaştırıcılar gibi kolaylaştırıcıları dile getirmiştir. Bahsedilen konuda da devlet tarafından destekten yoksunluğunu dile getiren katılımcılar arasında fikir birliği mevcuttur. Dış aksiyonerler, sosyal turizmin gelişimi ve faal hale getirilmesi için en önemli faktörleri barındırmaktadır. Sosyal turizm yararlanıcılarının bireysel olarak işletmeler ile iletişim hale geçmesi, sektör için bir anlam ifade etmemektedir. Sosyal turizm yararlanıcılarının, bilinçli bir şekilde hareket etmesi gerekmektedir. Sivil toplum kuruluşları bu sebeple sosyal turizmde çok önemli bir role sahiptir. Katılımcıların çoğunluğu da bu fikre sahiptir. Ayrıca eğitim kurumlarının da sosyal turizm faaliyetleri için gerekli zincirin bir halkası olduğunu savunan katılımcılar da mevcuttur. Medya kuruluşlarının sosyal turizm faaliyetlerinin duyurulması amacıyla kullanılması, sektörün her iki tarafının da pozitif yönden yararlanacağı bir durumdur. Bütüncül anlayış yani zincir modeli olarak adlandırılan anlayış biçimi, sosyal turizmde ilk halkanın sosyal turizm yararlanıcılarının oluşturduğu, sonrasında sivil toplum örgütlerinin birliği, sonrasında ise devlet kurum ve kuruluşlarının bu örgütlerle iletişim halinde olması en son halka olarak da işletmelere resmi ulaşım aracılığıyla ulaşmasını temsil etmektedir. Katılımcılar, iş birliği beklentisinde olduklarını belirtip, erişilebilirliğin artırılması gerektiğini beyan etmiştir.

Araştırmanın tasarım aşamasında oluşturulan hipotezler, araştırma sonucunda elde edilen bulgular ile test edilmiştir. Araştırmada yer alan 5 hipotezden birisi olan H1: *“Devlet destek/teşvik politikaları içerisinde sosyal turizmi teşvik etmek amacıyla planlanan mevcut politikalar sebebiyle dezavantajlı grupların sosyal turizm faaliyetine katılımı zorlaşmaktadır.”* hipotezi, araştırmaya katılan katılımcılardan elde edilen cevaplar doğrultusunda, kesin yargılar ile doğrulanmaktadır. Devlet destek/teşviklerinde bireysel veya kurumsal olarak sosyal turizm pratiklerine herhangi bir desteğin veya teşviğin bulunmadığını aktaran katılımcılar, bu konuda eksiklikleri dile getirmiştir. Araştırma sahasında Çakır (2023) tarafından gerçekleştirilmiş olan çalışma tarafından da desteklenmektedir. Çakır (2023), gerçekleştirdiği çalışmada 212 katılımcıya yönelmiş olduğu sorudan cevap olarak, katılımcıların turizm faaliyetini gerçekleştirememeleri üzerindeki etkili olan faktörleri sırasıyla %42’sinin maddi imkanlar, %38,7’sinin iş dolayısıyla ve %8’inin sağlık problemleri sebebiyle gerçekleştiremediğini ortaya koymuştur. Düşük gelir seviyesi ve sağlık sorunları sebebiyle gerçekleştirilemeyen turizm faaliyetleri, sosyal turizm pratiklerinin eksikliğini doğrulamaktadır.

İkinci hipotez olan H2: *“Geçmişte yer alan kalkınma planlarının ve mevcut kalkınma planının sosyal turizme yönelik teşviklerinin durumu ve turizm işletmelerinin ekonomik*

kaygıları sebebiyle Serik ilçesindeki turizm işletmeleri, sosyal turizm faaliyetlerine kolaylaştırıcı sağlayamamaktadır.” hipotezi, esasen çalışmanın amacını, problemini ve bulgusunu tek cümle ile özetlemektedir. Çünkü araştırma taslak aşamasındayken kurulan hipotezin doğruluğu, katılımcıların hem araştırma sahası olan Serik’te hem de Türkiye genelinde bahsi geçen kolaylaştırıcı etkenlerin sağlanmadığını, kurumsal olarak sosyal turizm kullanıcılarına kolaylaştırıcı sağlanırsa bu durumun da işletmelerinin ekonomik anlamda destek almayacağı, bu sebeple de kendilerinin de kolaylaştırıcı sağlamakta çekindikleri ve bu durumdan uzak durdukları gözlemlenmiştir. Özellikle katılımcıların bu konuda devlet desteklerinden ve teşviklerinden yoksun olması, katılımcıların sosyal turizm hakkında işletmeleri çerçevesinde katı fikirlere sahip olmasına neden olmuştur. Ayrıca dördüncü hipotez olan H4: *“Araştırma sahasında yer alan turizm işletmelerinin maddi kaygısı arttıkça sosyal turizm faaliyetlerine sağladıkları kolaylaştırıcılar azalmaktadır”* hipotezi, katılımcıların işletmeleri için maddi kaygılar taşıdığı ifadelerden de anlaşıldığı üzere ispatlanmıştır. Bir katılımcının maddi kaygıları hakkındaki fikirleri arttıkça, katılımcının tesisinde sağladığı kolaylaştırıcılar ile ters orantılıdır. Basit kolaylaştırıcıların haricinde spesifik kolaylaştırıcılara sahip değildir.

Araştırmadaki üçüncü hipotez ise H3: *“Araştırma sahasında yer alan turizm işletmeleri, halkın sosyal turizme katılımının sağlanması amacıyla herhangi bir dış aksiyoner ile iş birliği içerisinde değildir.”* hipotezi, sosyal turizmin gelişmesine ve sosyal turizm faaliyetlerinin artmasına engel olan bir duruma değinmektedir. Dış aksiyoner eksikliği, yararlanıcılar ile işletmeler arasındaki köprüyü oluşturacak olan yapılardır. Fakat katılımcıların dış aksiyonerlerin kendileri ile herhangi bir iletişim halinde olmamasını da belirtmesi üzerine, sosyal turizm faaliyetlerindeki eksikliğin ve sosyal erişilebilirliğin bu yönden zayıf kaldığı ve yetersiz düzeyde olduğu görülmüştür. Dış aksiyoner olarak araştırmada belirtilen sivil toplum kuruluşları, eğitim kurumları, medya kuruluşları gibi aksiyonerlerin, sosyal turizmin erişilebilirliği, tanınırlığı ve pratiklerin uygulanması için gerekli çabaları sarf etmeleri gerekmektedir. Araştırmanın beşinci hipotezi olan H5: *“Araştırma sahası içerisinde yer alan turizm işletmeleri yerel halktan ekonomik olarak fayda sağlayamamaktadır.”* hipotezi, katılımcıların yerel halk ile bir bağının olmadığı gerçeği ile test edilmiştir. Katılımcılar yerel halk ile bir etkileşimde bulunmadığını bu sebeple de ekonomik fayda sağlayamadıklarını ifade etmiştir.

Araştırma sahası olan Serik ilçesinde, turizm sektörünün Antalya’daki en önemli destinasyonlarından birisi olsa da sosyal turizm adı altında gerçekleştirilen bir faaliyet bulunmamaktadır. Turizmin bu kadar gelişmiş olduğu ilçede sosyal turizmin göz ardı

edilmemesi, sosyal turizm faydalanıcılarının da halihazırda var olan turizm dinamiklerine dahil edilmesi gerekmektedir. Bu boyutta düşünüldüğünde sosyal turizm faydalanıcıları, Serik ilçesinde yer alan turizm tesisleri ile devlet organlarının iş birliğine muhtaçtır. Ayrıca dış aksiyoner olarak sivil toplum kuruluşlarının da aktif hale getirilmesi gerekmektedir.

Sonuç olarak; bir birey, ne durum içerisinde olursa olsun tatil hakkına sahiptir ve bu hakkın desteklenmesi gerekmektedir. Bunun sonucunda araştırmanın sonucunda elde edilen bulgulara dayanarak, Serik ilçesinde sosyal turizm faaliyetlerinin aktif bir şekilde gerçekleştirmesi amacıyla öneriler maddeler halinde aşağıda yer almaktadır.

- Türkiye’de turizm yönetiminin merkezi olmasından dolayı yerel yönetimler turizm sektöründe yeterli şekilde yer almamaktadır. Bu sebeple yerel yönetimlerin sosyal turizm faaliyetlerine kolaylaştırıcılar sağlaması zorlaşmaktadır. Yerel yönetimlerin bu konu hakkında daha fazla çalışma gerçekleştirmesi gerekmektedir.
- Araştırma sahasında turizm işletmeleri, özellikle konaklama tesisleri ile sosyal turizm kullanıcıları arasında bağlantı eksikliği olduğu görülmüştür. Bu sebeple sivil toplum kuruluşlarının aktif bir şekilde çalışması gerekmektedir.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın ulusal sosyal turizm veri tabanına sahip olmaması hem yararlanıcılar hem de paydaşlar açısından belirsizliğe yol açmaktadır. Ulusal sosyal turizm veri tabanı oluşturulmalıdır.
- Araştırma sahasında sosyal turizm konusunda bilinçlendirme çalışmalarının gerçekleştirilmesi gerekmektedir.
- Serik ilçesinde sosyal turizmin geliştirilmesi amacıyla ilçede yer alan ve diğerlerine kıyasla desteğe ihtiyaç duyan turizm tesislerinin, kamu kuruluşlarıyla ve sivil toplum kuruluşlarıyla iş birliği içerisinde olması gerekmektedir. Bu durumda hem yararlanıcılar hem de turizm tesisleri pozitif yönde etkilenecektir.
- Avrupa ülkelerindeki sosyal turizm pratikleri model olarak örnek alınmalıdır ve Serik ilçesinde uygulanmalıdır.
- Kamu kuruluşlarında gerekli birimlerin kurulması ve öncelikle pilot bölge belirlenerek bazı sosyal turizm pratiklerini uygulaması gerekmektedir. Araştırma sahasının sosyal turizm faaliyetlerine ev sahipliği yapması bu sayede gerçekleştirilmelidir.

KAYNAKÇA

- Adolph, C. (2012). European Union Federation of Youth Hostel Associations (EUFED). Social Tourism In Europe: Theory and Practice (s. 178-184). Toronto: Channel View Publications.
- Ak, D. , Bıçk, D. & Özgökçeler, S. (2013). “Avrupa'da ve Türkiye'de Sosyal Turizm”. Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi , (31) , 49-73.
- Ak, F. (2018). Serik İlçesi'nin Doğal ve Beşeri Turizm Kaynakları. Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Ak, M. (2008). “20. Yüzyılda Serik'te Yörükler”. 20. Yüzyılda Antalya Sempozyumu. 22-24 Kasım 2007, Antalya, s. 278-296.
- Ak, M. (2014). “Antalya'da İdari Yapı ve Nüfus (1915)”. Adalya, (XVII): 311-349
- Akdemir, H. (2020). Sosyal Turizme Yeni Bir Bakış: Türkiye'nin Alternatif Kamp İncelemesi. Türk Turizm Araştırmaları Dergisi, (2), 1328-1343.
- Akgöl, Y. (2012). Gastronomi Turizmi ve Türkiye'yi Ziyaret Eden Yabancı Turistlerin Gastronomi Deneyimlerinin Değerlendirilmesi (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı.
- Akıncı, Z. ve Sönmez, N. (2015). Engelli Bireylerin Erişilebilir Turizm Beklentilerinin Değerlendirilmesine Yönelik Nitel Bir Araştırma. Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 26(1), 97-113. <https://doi.org/10.17123/atad.vol26iss195912>
- Akman, Y., Biyocoğrafya, Palme Yayınları, Ankara, 1993.
- Akman, Y., İklim ve Biyoiklim: Biyoiklim Metodları ve Türkiye İklimleri, Kariyer Matbaacılık Ltd. Şti., Ankara, 1999.
- Akoğlu, T.(1971). Dünyada ve Bizde Turizm. İstanbul.
- Aksü, S. (27.07.2011). Sosyal İnsan, Sosyal Turizm. Turizm Gazetesi. <http://www.turizm gazetesi.com/article.aspx?id=62106>, (Erişim Tarihi: 25.05.2023).
- Alanya Turistik İşletmeciler Derneği. (2023). *Antalya 'ya gelen ziyaretçi sayıları*. Erişim adresi: <https://www.altid.org.tr/bilgi-hizmetleri/antalyaya-gelen-ziyaretci-sayilari-2022/>. (Erişim Tarihi: 01.06.2023).

Albayrak, A. (05-08 Aralık 2013). Kış turizmi turistlerinin seyahat motivasyonları. Bildiri kitabı. 14. Ulusal Turizm Kongresi. Kayseri: 144-164.

Altunyüzük, A.İ. (2022). Coğrafi Özellikleri Yönüyle Belek'te (Antalya) Kongre Turizmi. Yüksek Lisans Tezi, Bursa Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa.

Antalya Büyükşehir Belediyesi Kırsal Hizmetler Dairesi Başkanlığı, 2023.

Antalya'yı Tanıtma ve Turizm Derneği, Turistik Antalya, Byy., 1952.

arkeogezgin.com/Sillyon-antik-kenti/ (Erişim Tarihi: 03.05.2022).

Aslan, A. (1972). Tourisme du Troisieme Age Lugano. Discours au Cogres du BITS.

Avcıkurt, C. (2003). Turizm Sosyolojisi, Balıkesir: Detay Yayıncılık.

Aydın, Y.K. (2020). Antalya İli Serik ve Aksu İlçesindeki Domates Üreticilerinin Sosyo Ekonomik Durumu. Yüksek Lisans Tezi, Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Tokat.

Babazade, R. (2020). Gastronomi Kültürünün Turizmdeki Yeri: Serik İlçesini Ziyaret Eden Turistler Üzerine Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.

BAGFE (2009). Bundesarbeitsgemeinschaft Familienerholung. (2009, July). <http://www.urlaub-mitder-familie.de/start/index.php>, (Erişim Tarihi: 25.04.2023).

Bahar, O. (2006). Turizm Sektörünün Türkiye'nin Ekonomik Büyümesi Üzerindeki Etkisi: VAR Analizi Yaklaşımı . Yönetim ve Ekonomi Dergisi , 13 (2) , 137-150 .

Bas, D. (1993). Sosyal ve Kültürel Turizm. Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 4 (4) , 13-14 .

Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı (BAKA). (2021). Antalya Serik Mevcut Durum Analizi. Yayın No: 2021/126.

Baysal, D. (2017) "Türkiye'de Helal Turizm". Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi, 36: 89-103.

Beeby, A., Brennan, A.-M., First Ecology, Chapman & Hall, London, 1997.

Belanger, C. and Jolin, L. (2011). The International Organisation of Social Tourism (ISTO) working towards a right to holidays and tourism for all. *Current Issues in Tourism*, 4(5), 475-482.

Belanger, C. ve Jolin, L. (2011). The International Organisation of Social Tourism (ISTO) working towards a right to holidays and tourism for all. *Current Issues in Tourism*, 4(5), 475-482.

Beuten, K. (2012). *Floreal (Joie et Vacances). Social Tourism In Europe: Theory and Practice* (s. 89-92). Toronto: Channel View Publications.

Bıçk, D., Ak, D. ve Özgökçeler, S. (2013). Avrupa’da ve Türkiye’de Sosyal Turizm. *Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 31, 49-73.

BITS (1972). Charte de Vienne, adoptée au Congrès du BITS.

BITS (1996). Montreal Declaration, <http://www.oitsisto.org/oits/public/section.jsf?id=44>, (Erişim Tarihi: 18.04.2023).

BITS (2006). Aubagne Addendum, Aubagne Congress, Marseille.

Birleşmiş Milletler ve Dünya Turizm Örgütü. (2001). *Turizmde Küresel Etik İlkeler*, Santiago.

Boniface, P. ve Fowler, P.J. (1993). *Heritage and Tourism in ‘the global village’*, Routledge, London.

Bosch, C. E. (1957). *Pamphylia Tarihine Dair Tetkikler*, Çev: Sabahat Altan, Ankara.

Bulgan, G., & Çarıkçı, İ. (2016). Engelli Turizmi: Antalya İlindeki Dört Ve Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Araştırma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(13), 15-42.

Bulut, İ. ve Hadimli, H. (2008). *Karstik Alanlarda Arazi Kullanımı, Sorunları ve Planlanması*. Tücaum V. Ulusal Coğrafya Sempozyumu, Ankara

Carneiro, M.J., Eusébio, C., Kastenholz, E. ve Alveros, H. (2013). Motivations to Participate in Social Tourism Programmes: A Segmentetion Analysis of the Senior Market. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*. 24(3), 352-366.

Ceylan, S. (2007). Zeyintaşı Mağarası. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 17: 223-241.

Corlyon, J., V. ve La Placa, (2006). Holidays for Families in Need: Policies and Practice in the UK. London, Policy Research Bureau.

Creswell, J. W. (2013). Qualitative Inquiry & Research Design Choosing Among Five Approaches. CA: Sage Publications.

Çakır, G. (2023). Serik (Antalya) İlçesinde Yerel Halkın Sosyal Turizme Karşı Tutumları. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Antalya.

ÇSGB (T.C. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı). (2011). 30 Soruda İşçinin Dinlenme Hakkı. Hazırlayanlar: Cengiz, M, Temir, A., Erdin, B.; Yayın No: 36, ISBN:978-975-455-160-0, 2. Baskı, Ankara.

Demir, E. Ö. (2012). Sosyal Turizm. http://www.turizmdebusabah.com/yazar_detayhaber (Erişim Tarihi: 10.11.2023)

Demir, M. (Ed.). (2017). *Genel Turizm, Kavramlar ve Farklı Boyutlarıyla Değerlendirme*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Demirel, M. H. ve Kaçmaz, M. (2023). *Kırsal yaşamın geleceği: Agroturizm (Sakarya/Serdivan Örneği)*. A. R. Sönmez (Ed.). Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler alanında uluslararası araştırmalar XX (ss. 147-165). Konya: Eğitim Yayınevi.

Deniz, O. (2011). Türkiye'nin Doğu Sınırında Yasadışı Geçişler. İltica, Uluslararası Göç ve Vatansızlık. Kuram, Gözlem ve Politika. Ankara Birleşmiş Milletler Mülteciler Yüksek Komiserliği Yayınları.

Diekmann, A., Duquesne, A.M., Maulet, G. ve De Nicolo, B. (2009). Employment in the European Social Tourism Sector. Brussels: Report for EFFAT and BITS, LIToTeS (ULB).

Diekmann, A., McCabe, S., Minnaert, L. (2012). Social Tourism Today: Stakeholders, Supply and Demand Factors. Social Tourism In Europe: Theory and Practice (s. 35-47). Toronto: Channel View Publications.

Diener, E., Oishi, S. ve Lucas, R. E. (2003). Personality, Culture and Subjective Well-being: Emotional and Cognitive Evaluations of Life. Annual Review of Psychology. 54, 403-428.

Dinçer, F. (1997). Avrupa Birliği'nde Turizm ve Uygulanan Politikalar. İstanbul: Der Yayınları.

Doğanay, H. (2011). Genel Beşeri ve Ekonomik Coğrafya. Pegem Akademi Yayınevi, Ankara

Doğanay, H. ve Orhan, F. (2014). Artvin İlinin Nüfusun Gelişimi, Atatürk Üniversitesi Doğu Coğrafya Dergisi, Erzurum, 19(31).

Doğanay, H. ve Zaman, S. (2013). “Türkiye Turizm Coğrafyası”, Pegem Akademi, Erzurum.

Dumitru, N., Negricea, C. ve Slapac, A. (2009). Social Tourism-A Factor In Cultural, Social and Economic Change. Romanian Economic and Business Review, 4(2), 89-94.

EESC (European Economics and Social Committee). (2006). Opinion of the Economic and Social Committee on Social Tourism in Europe, Barcelona Declaration, INT/312, Social Tourism in Europe, Brussels.

Emekli, G. (2015). Dağlar, dağcılık ve turizm. Coğrafyada Yeni Yaklaşımlar, 205, 217.

Ertürk, M. (2000). İskilip İlçesinin Coğrafyası. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.

Eusébio, C., Carneiro, M. J., Kastenholz, E. ve Alvelos, H. (2011). The Economic Impacts of Social Tourism Programs: The Analysis of a Health Tourism Program for the Senior Market. Proceedings of 4th International Conference Advances in Tourism Economics. April 2011, Lisbon, Portugal.

Ferri, M., Durá, E. ve Garcés, J. (2013). Functional Health Benefits for Elderly People Related to Social Tourism Policy Promotion. International Journal of Multidisciplinary Social Sciences. 1, 1-8.

Flanders Belgium Tourism Netbook (2009). Tourism Flanders & Brussels Holiday Participation Center.

Gilbert, D. ve Abdullah, J. (2004). Holiday Taking and the Sense of Well-being. Annals of Tourism Research. 31(1), 103-121.

Goeldner, C. R. ve Ritchie, J. R. B. (2009). Tourism Principles, Practices, Philosophies. New Jersey: John Wiley & Sons.

Gökalp, D. D. ve Yazgan, M. E. (2013). Kırsal Peyzaj Planlamada Agroturizm ve Agriturizm. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 15(24): 25-29.

Griffin, K. ve Stacey, J. (2011). Towards a ‘Tourism for All’ Policy for Ireland: Achieving Real Sustainability in Irish Tourism. Current Issues in Tourism. 14(5), 431-444.

Gump, B. B. ve Matthews, K. A. (2000). Are Vacations Good for Your Health? The 9-Year Mortality Experience After the Multiple Risk Factor Intervention Trial. *Psychosomatic Medicine*. 64, 608-612.

Güçlü, M. (1995). “XX. Yüzyıl Başlarında Serik”. *Türk Kültürü*, (391): 681-694.

Güçlü, M. (2000). 1864-1950 Yıllarında Serik (İdari, Ekonomik, Sosyal). Serik Belediyesi Kültür Yayınları, Antalya.

Günel, N. (2013). Türkiye’de iklimin doğal bitki örtüsü üzerindeki etkileri. *Acta Turcica*, 1, 1-22.

Güncü, A. ve Güneş, E. (2017). “1939 Depremi ile Afet Yeri Olan Erzincan’ın Hüzün Turizm Potansiyeli Üzerine Bir Araştırma”. *Turkish Studies*, 12(29): 251-270.

Gündüz, H. (2017). The Local People’s Perception Of Golf Tourism In The Context Of Sustainable Tourism Values: Instance Of Antalya Belek, Master’s Thesis, Isparta.

Güney, E. (2003). Toprak Bitki Coğrafyası Çevre Bilim Sözlüğü, Dicle Üniversitesi Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi Yayınları, Diyarbakır.

Güney, E. ve Güney, U. (2011). Türkiye Coğrafyasının Uygarlıkları. Nobel Yayınları. Ankara.

Hall, M. ve Mitchell, R. (2000). Wine Tourism in the Mediterranean: a Tool for Restructuring and Development, *Thunderbird International Business Review*, 42 (4): 445- 465.

Haulot, A. (1966). *Tourisme Social*, Brüksel.

Haulot, A. (1974). *Tourisme et Environnement*. Verviers.

Haulot, A. (1983). International Bureau of Social Tourism. *Annals of Tourism Research*, 10(4), 558- 560.

Hepaktan, E. ve Çınar, S.(2010). Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi Üzerindeki Etkileri. 8 (2), 135-154.

Higgins-Desbiolles, F. (2006). More than an “industry”: The forgotten power of tourism as a social force. *Tourism Management*, 27(6), 1192–1208.

Hjalager, A. (2012). Labour Market Holiday Fund (Arbejdsmarkedets Feriefond). *Social Tourism In Europe: Theory and Practice* (s. 69-72). Toronto: Channel View Publications.

Holloway, J.C., Humphreys, C. ve Davidson, R. (2009). The Business of Tourism. London: Prentice Hall.

http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/calypso/index_en.html (Erişim Tarihi: 29.04.2023).

<http://mavibayrak.org.tr> (Erişim tarihi: 01.06.2023).

<http://tourismforall.org.tr/Sayfa-Wide/AboutTourismForAll/54> (Erişim Tarihi: 20.06.2023).

<http://www.accessibletourism.org/>, (Erişim Tarihi: 29.04.2023).

<http://www.bits-int.org/en/index.php?menu=75&submenu=151>, (Erişim Tarihi: 29.04.2023).

<http://www.ecalypso.eu/steep/public/about.jsf?id=22> (Erişim Tarihi: 29.04.2023).

http://www.mavibayrak.org.tr/tr/plajListesi.aspx?il_refno=7 (Erişim tarihi: 02.06.2023).

<http://www.sowell-project.eu/en/calypso>, (Erişim Tarihi: 29.04.2023).

https://dhgm.meb.gov.tr/edestek/ogretmenEvi/ogretmenEvi_Liste.aspx (Erişim Tarihi: 22.03.2023).

https://muze.gov.tr/document/bakanlik_yonergesi_2022_tr.pdf (Erişim Tarihi: 03.06.2023).

<https://seyahatsever.gsb.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 05.06.2023).

<https://www.ancv.com/la-politique-rh> (Erişim Tarihi: 24.03.2023).

<https://www.canopea.be/> (Erişim Tarihi: 03.04.2023).

<https://www.caritas.lu/en/projets/holidays-everyone> (Erişim Tarihi: 03.04.2023).

<https://www.guneyav.com.tr/serik-cakisi-abanoz-sapli> (Erişim Tarihi: 01.07.2023).

<https://www.haberturk.com/antalya-haberleri/28754266-antalyada-engelli-bireyler-engelsiz-plajda-deniz-keyfi-yapiyor> (Erişim Tarihi: 20.06.2023).

<https://www.harita.gov.tr/il-ve-ilce-yuzolcumleri> (Erişim Tarihi: 31.09.2022).

<https://www.kamukamp.com/2023-bilgilendirme> (Erişim Tarihi: 02.06.2023).

<https://www.kars.pol.tr/polis-evi-sube-mudurlugu> (Erişim Tarihi: 22.03.2023).

<https://www.kinderhotels.com/> (Erişim Tarihi: 03.04.2023).

<https://www.polisevi.net/> (Erişim Tarihi: 22.03.2023).

<https://www.projuventute.ch/> (Erişim Tarihi: 03.04.2023).

<https://www.ssk.biz.tr/devlet-misafirhane-ucretleri/> (Erişim Tarihi: 11.03.2023).

<https://www.tbmm.gov.tr/KamuMisafirhaneleri> (Erişim Tarihi 20.05.2023).

https://www.tcddtasimacilik.gov.tr/tr/ana_hat_tren/detay/3 (Erişim Tarihi: 26.04.2023).

<https://www.tsd.org.tr/images/hakkimizda/hakkimizda-359634511-tuzluk.pdf> (Erişim Tarihi: 20.06.2023).

https://www.tursab.org.tr/haberler/genclik-turizmi-rehberi_1773 (Erişim Tarihi: 26.04.2023).

<https://www.unwto.org/affiliate-member-organization/18943> (Erişim Tarihi: 24.03.2023).

<https://www.vakantieanders.nl/> (Erişim Tarihi: 03.04.2023).

<https://www.visitbelek.com> (Erişim Tarihi: 05.06.2023).

Hunziker, W. (1951). *Le Tourisme Social*, Tome. 1, Alliance Internationale de Tourisme, Bern.

Hunziker, W. (1951). *Social tourism: Its nature and problems*. Geneva: International Tourists Alliance Scientific Commission.

Hunziker, W. ve Krapf, K. (1942). *Grundriss der Allgemeinen Fremdenverkehrslehre*, Verlag, Zürich.

ISTO (2003). *Statutes*, Brussels: ISTO.

ISTO. (2016). *Montreal Declaration; Towards a humanist, social vision of tourism*. <http://www.oits-isto.org/oits/public/section.jsf?id=44>

İçöz, O., Günlü, E., Yılmaz, B. S., Aktaş, G., Özdoğan, O. N., Öter, Z., Yılmaz, D., ve Şahin, N. (2007). *Genel Turizm Turizmde Temel Kavramlar ve İlkeler*. (Ed. O. İçöz). Ankara: Turhan Basımevi.

İş Kanunu (2003). 4857 Sayılı İş Kanunu - Mevzuat Bilgi Sistemi, www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.4857.pdf, (30.08.2023).

İş ve İşçi Bulma Kurumu. (1991). *1990 İstatistik Yıllığı*. Yayın Numarası:258: Ankara.

Jamal, T. ve Robinson, M. (2010). *Tourism Studies*. London: SAGE Publications.

- Joldesma, T. (2012). Family Holiday Association. Social Tourism In Europe: Theory and Practice (s. 48-52). Toronto: Channel View Publications.
- Kapan, K. (2018). *Turizm faaliyetlerinin şehirselleşmeye etkileri: Antalya Örneği* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Karasar, N. (2020). Bilimsel Araştırma Yöntemi (35.Baskı). Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Kaspar, C. (1976). Le Tourisme Objet d'Etude Scientifique. Revue de Tourisme. No: 4, Bern.
- Kassa, C. (2012). The Family Fund. Social Tourism In Europe: Theory and Practice (s. 142-144). Toronto: Channel View Publications.
- Kaya, H. (1999). Uluslararası Politik Derinliklerde Anadolu, F. Özsan matbaacılık, Bursa.
- Kervankıran, İ. ve Bulut, E. (2015). Antalya ili turizminin gelişimini ve etkilerini yerel halk nasıl değerlendirmektedir? . Türk Coğrafya Dergisi , (65) , 35-46.
- Komppula, R. ve Ilves, R. (2013). Well Being Tourism Experience in a Social Tourism Context. 63rd Aiest Conference, 2013, İzmir, Turkey.
- Kozak, N. (2012). Genel Turizm Bilgisi. M. Akoğlu Kozak (Ed.). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2472.
- Kozak, N., Kozak, M. A., & Kozak, M. (2019). Genel Turizm İlkeler-Kavramlar. (Yenilenmiş 21. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- KTB, (2016), <http://www.kultur.gov.tr/TR,22999/yurtdisi-teskilati.html>; Erişim Tarihi: 24.03.2023
- Küyük, E.F. (2012). Sosyal Turizmin Desteklenmesiyle Turizmde Mevsimselliğin Azaltılması: İspanya Örneği.(Uzmanlık Tezi). T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı İstanbul Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü.
- Lanckoronski, K. G. (1890). Stadte Pamphyliens und Pisidiens, I. Band Pamphylien, Wien.
- Larsen, J., Urry, J. ve Axhausen, K. W. (2007). Networks and Tourism: Mobile Social Life. Annals of Tourism Research, 34(1), 244-262.

Light, D., (2000) "An Unwanted Past: contemporary tourism and the heritage of communism in Romania", *Journal of Heritage Studies*, Vol. 6, No. 2, s. 145-160.

MacMahon, T. (2012). *The Sunshine Fund. Social Tourism In Europe: Theory and Practice* (s. 104-107). Toronto: Channel View Publications.

Marjoribanks, K. (1998). Family Capital, Children's Individual Attributes, and Adolescents' Aspirations. *The Journal of Psychology*. 132(2), 328-336.

McCabe, S. (2009). Who Needs a Holiday? Evaluating Social Tourism. *Annals of Tourism Research*. 36(4), 667-688.

McCabe, S. (2015). *Is the UK being left behind? Current trends in social tourism in Europe and beyond*, commissioned by Family Holiday Association. UK: Laurance Paper Co.

McCabe, S., Joldersma, T. ve Li, C. (2010). Understanding the Benefits of Social Tourism: Linking Participation to Subjective Well-Being and Quality of Life. *International Journal of Tourism Research*. 12, 761-773.

Minnaert, L. (2012). FETE Research Report, First European Travel Experience, Design, Implementation, Evaluation. University of Surrey, <http://www.vlaanderen.be/nl/publicaties/detail/fete-research-report>, (25.04.2023).

Minnaert, L. ve Schapmans, M. (2009). Tourism as a Form of Social Intervention: The Holiday Participation Center in Flanders. *Journal of Social Intervention*. 18(3), 42-61.

Minnaert, L., Diekmann, A. ve McCabe, S. (2012). Defining social tourism and its historical context. In L. Minnaert, A. Diekmann, and S. McCabe, *Social tourism in Europe; Theory and practice* (pp. 18-30). Bristol, UK: Channel View Publications.

Minnaert, L., Maitland, R. ve Miller, G. (2007). Social Tourism and its Ethical Foundations. *Tourism Culture & Communication*. 7, 7-17.

Minnaert, L., Maitland, R. ve Miller, G. (2009a). Tourism and Social Policy, The Value of Social Tourism. *Current Issues in Tourism*. 36(2), 316-334.

Minnaert, L., Maitland, R. ve Miller, G. (2009b). Social Tourism as a Potential Measure to Reduce Social Exclusion. *Annals of Tourism Research*. 36(2), 316-334.

Minnaert, L., Maitland, R. ve Miller, G. (2011). What is Social Tourism? *Current Issues in Tourism*. 14(5), 403-415.

Minnaert, L., Stacey, J., Quinn, B. ve Griffin, K. (2010). Social Tourism for LowIncome Groups: Benefits in UK and Irish Context. *Tourism and Inequality*. (ss. 126- 143). Wallingford: CABI.

Moro, L. G. (1962). *Le Tourisme Social*, III. Congresso Internazionale Del Turismo Sociale, Milano, Roma, s. 251.

OECD (The Organisation for Economic Co-operation and Development) (2011). Life Expectancy and Healthy Life Expectancy at Age 65, in *Health at a Glance*. OECD Indicators, OECD Publishing. Retrieved from http://dx.doi.org/10.1787/health_glance-2011-66-en, (Erişim Tarihi: 22.04.2023).

OITS (2010). World Congress for Social Tourism in Rimini, "Tourism: It's Time for Social Policies". Speech of the President of OITS, Norberto Tonini, <http://www.oits-isto.org/>, (13.02.2023).

Okudan, N. ve Bayar, R. (2022). Serik İlçesinde Tarımsal Arazi Kullanım Uygunluğu. TÜCAUM 2022 Uluslararası Coğrafya Sempozyumu (12-14 Ekim 2022). s. 344-365.

Olalı, H. (1970). Türkiye’de Turizmin Geliştirilmesinde Turistik Potansiyel ve Arz Kapasitesi. *Türkiye’de Turizmin Geliştirilmesi*, s.79-110. İstanbul.

Olalı, H. (1984). *Turizm Dersleri*. İzmir: İstiklal Matbaası.

Oral, M. (2013). “Serik Adına Dair”. *Folklor Edebiyat Dergisi*, 19: 179-184.

Öndül, G. (2015). Engelli Bireylerin Konaklama İşletmesi Odaklı Turizm Algıları ve Engelli Turizm Pazarına İlişkin Öneriler: Antalya İli Örneği, *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı, Isparta.

Özdönmez, M., İstanbullu, T., Akesen, A., Ekizoğlu, A., Ormancılık Politikası. İ.Ü. Yayın No: 3968, Orman Fakültesi Yayın No:435, ISBN:975-404-429-5, İstanbul, 1996.

Özgökçeler, S. ve Bıçkı, D. “Bir Turizm Hakkı Olarak Sosyal Turizm ve Engelliler”. Uluslararası Katılımlı VII. Ulusal Sosyoloji Kongresi. Yeni Toplumsal Yapılanmalar: Geçişler, Kesmeler, Sapmalar Bildiri KitabıI.2-5 Ekim 2013, Muğla.

Özgüç, N. (1998). *Turizm Coğrafyası, Özellikler, Bölgeler*. İstanbul: Çantay Kitapevi.

Özgüç, N. (2007). “Turizm Coğrafyası”, Çantay Kitabevi, İstanbul.

Özgür, M. (1998). Türkiye Nüfus Coğrafyası, GMC Basım Yayım, Ankara.

Pancar, Z. B. & Gökce, D. (2022). Hidro - Meteorolojik Karakterli Afet Riski Bulunan Alanlardaki Mevcut Mekânsal Planlama Kararları: Serik (Antalya) Örneği. Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi, 13 (2) , 229-245.

Parcel, T.L. ve Dufur, M.J. (2001). Capital at Home and at School: Effects on Student Achievement. Social Forces. 79(3), 881-912.

Putnam, R. (2000). Bowling Alone. New York: Simon & Chuster.

Quinn, B. ve Stacey, J. (2010). The Benefits of Holidaying for Children Experiencing Social Exclusion: Recent Irish Evidence. Leisure Studies. 29(1), 29-52.

Robinson, P., Luck, M. ve Smith, S. L. J. (2013). Tourism. Malta: Gutenberg Press Ltd.

Santich, B. (2004). The Study of Gastronomy and Its Relevance to Hospitality Education and Training, Hospitality Management, 23: 15-24.

Saraçoğlu, H. (1989). Akdeniz Bölgesi, MEB Yayınları, İstanbul.

Sargın, K. (2019). *Kültürel Coğrafya Açısından Karahacılı Yörükleri: Serik Örneği*. Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.

Sarı, C. (2007). Antalya'nın Alternatif Turizm Kaynakları ve Planlaması. Yayımlanmış Doktora Tezi. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Sarı, C. (2010). Türk Yayla ve Yaylacılık Kültürünün Batı Toroslardaki İzleri. IV. Uluslararası Türk Kültürü ile Sanatları Kongresi- Sanat Etkinlikleri, s.211-220, 2-7 Kasım Kahire.

Sarı, C. ve Akbalık, B.S.C. (2024), “Doğu Antalya Turizm Gelişim Bölgesi’nde Turistik Ürün Satıcılarının Turizme ve Turistlere Karşı Tutumu”, Sosyoekonomi, 32(60), 387-404.

Sarı, C. ve Çakır, G. (2023). Yerel halkın tatil kültürü: Antalya Kumköy Obaları. E, Kapluhan (Ed.). *Coğrafya perspektifinden güncel araştırmalar ve incelemeler I* (ss. 6-32). Ankara: BİDGE Yayınları.

Sarı, C., Çakır, G. ve Doğan, B. (2022). “Sosyal Turizm Unutuluyor, Turizmin Tek Amacı Döviz Kazanmak Mıdır?” Socrates Journal of Interdisciplinary Social Studies, 8 (24), 20-37.

Scarpato, R. (2002). Tourism Gastronomy, İçinde A-M Hjalager ve G. Richards (Ed.). Gastronomy as a Tourist Product: The Perspectives of Gastronomy Studies. (51-59) London: Routledge.

Scheyvens, R. (2007). Poor Cousins No More. Valvind the Development Potential of Domestic and Diaspora Tourism. Progress in Development Studies. 7(4), 307-325.

Sensoy, S., Demircan, M., Ulupınar, Y. ve Balta, İ. (2008). Türkiye İklimi. Devlet Meteoroloji İşleri Genel Müdürlüğü, P.O. Box: 401, Ankara, Türkiye.

Serik İlçesi 1/25000 Ölçekli Nazım İmar Planı Raporu (SNIPR), Nisan 2015.

Serik Kaymakamlığı. (2012). Dünden Bugüne Serik.

Sonuç, N. (2016). Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Sosyal Turizm-İzmir Örneği. Doktora Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Soykan, F. (2003). Kırsal Turizm ve Türkiye Turizmi İçin Önemi. Ege Coğrafya Dergisi, 12: 1-11.

Strange, Carolyn ve Kempa, Michael (2003). Shades of Dark Tourism. Annals of Tourism Research. 386-405.

Strauss, A. L. ve Corbin, J. (1990). Basics of Qualitative Research: Grounded Theory Procedures and Techniques. Thousand Oaks, CA: Sage.

sunshine-fund.org (Erişim Tarihi: 09.12.2022).

Şahin, M. T., Doğan, B. ve Çakır, G. (2023). COVID-19'un Seyahat Acenteleri Üzerine Etkisinin İçerik Analizi Yöntemi ile İncelenmesi: Antalya İli Örneği. Sosyoekonomi, 31(58), 231-248. <https://doi.org/10.17233/sosyoekonomi.2023.04.12>

Şahin, M.T. (2018). Bilgi Yoğun İş Hizmetlerinin Yer Seçim Tercihleri ve İnovasyon Dinamikleri: Ankara Metropol Kenti Örneği. Doktora Tezi. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Ankara.

Şahin, M.T. (2021), "Literatür Taraması Üzerinden Covid-19 Salgınının Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelere (KOBİ) Etkisini Anlamak: Kavramsal Bir Analiz", Coğrafi Bilimler Dergisi, 19(2), 466-489.

Şenel, İ. (1997). Türkiye’de Sosyal Turizmin bir Unsuru Olarak Öğretmenevlerinin Türk Turizmine olan Katkısı. (Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Şengel, Ü., Genç, K., Işkın, M., Ulema, Ş. ve Uzut, İ. (2020). Turizmde ‘‘Sosyal Mesafe’’ Mümkün Mü? Kamp ve Karavan Turizmi Bağlamında Bir Değerlendirme. *Turkish Studies*, 15(4): 1430-1441.

T.C. Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Düünden Bugüne Antalya Kitabı, 2012.

T.C. Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı. (1963). *Kalkınma Planı (Birinci Beş Yıl) 1963-1967*. Ankara: Başbakanlık Devlet Matbaası.

T.C. Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı. (1968). *İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı 1968-1972*. Ankara: Başbakanlık Devlet Matbaası.

T.C. Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı. (1973). *Yeni Strateji ve Kalkınma Planı Üçüncü Beş Yıl 1973-1978*. Ankara: Başbakanlık Devlet Matbaası.

T.C. Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı. (1979). *Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı 1979-1983*. Ankara: Başbakanlık Devlet Matbaası.

T.C. Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı. (1985). *Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı 1985-1989*. Ankara: Başbakanlık Devlet Matbaası.

T.C. Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı. (1990). *Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı 1990-1995*. Ankara: Başbakanlık Devlet Matbaası.

T.C. Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı. (1996). *Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı 1996-2000*. Ankara: Başbakanlık Devlet Matbaası.

T.C. Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı. (2001). *Uzun Vadeli Strateji ve Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı 2001-2005*. Ankara: Başbakanlık Devlet Matbaası.

T.C. Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı. (2007). *Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı 2007-2013*. Ankara: Başbakanlık Devlet Matbaası.

T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı. (2019). *100. Yıl Türkiye Planı On Birinci Kalkınma Planı 2019-2023*.

T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı. (2023). *On İkinci Kalkınma Planı 2024-2028*.

T.C. Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı, Antalya Meteoroloji 4. Bölge Müdürlüğü, 2023.

T.C. Kalkınma Bakanlığı. (2013). *Onuncu Kalkınma Planı 2014-2018*.

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, *Antalya İli Gelen Yıllık Yabancı Ziyaretçi Sayıları (1997-4/2023)*, 2023.

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, *Antalya İli Turizm İstatistikleri Raporu*, 2023.

T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, *İl Sanayi Raporu*. 2021.

T.C. Turizm ve Kültür Bakanlığı, 2024.

Tandoğan, V. U. (1998). Dünya Turizm Talebi Eğilimleri Işığında Türkiye'ye Yönelik Yat Turizm Talebinin Değerlendirilmesi. Balıkesir University The Journal of Social Sciences Institute, 1(1): 145-155.

Tavşancıl, E. ve Aslan, E. (2001). İçerik Analizi ve Uygulama Örnekleri, İstanbul: Epsilon Yayınları.

Tekin, Ö. A. (2014). 'İslami Turizm: Dünyadaki ve Türkiye'deki Genel Durum Üzerine Bir İnceleme'. Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 7(29):750-766.

Tekindal, M. & Uğuz Arsu, Ş. (2020). Nitel araştırma yöntemi olarak fenomenolojik yaklaşımın kapsamı ve sürecine yönelik bir derleme. Ufkun Ötesi Bilim Dergisi, 20 (1), 153- 182.

Tengilimoğlu, D. (2017). Sağlık Turizmi, 2. Baskı, Ankara: Siyasal Kitabevi.

Theobald, W. F. (2004). Global Tourism. New York: Routledge.

Titiz, K. S. (2004). Modern Seracılık: Yatırımcıya Yol Haritası. Ansiad, Antalya

Toskay. T. (1983), Turizm-Turizm Olayına Genel Yaklaşım, İstanbul: Der Yayınları.

Tunçdilek, N. (1986). Türkiye'de Yerleşmelerin Evrimi. İstanbul Üniversitesi Yayınları, İstanbul.

TURAD Turizm Araştırmaları Derneği MasterCard MasterIndex Araştırması (2009).

Turizm Araştırması Raporu (1972). Bölüm: 1, Türkiye Sınai Kalkınma Bankası A.Ş. Yayını, No:3, İstanbul.

Turizm ve Tanıtma (1977). IV. Beş Yıllık Kalkınma Planı, Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Cilt: 1, Devlet Planlama Teşkilatı, Yayın No: DPT: 1529, OİK; 225, Ankara.

Tuzgöl Dost, M. (2005). Öznel İyi Oluş Ölçeği'nin Geliştirilmesi: Geçerlik Güvenirlik Çalışması. Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi. 3(23), 103- 110.

Türk Dil Kurumu, (1988) Türkçe Sözlük, Ankara.

TÜRKAN, İ., TOKUR, S., ÖZTÜRK, M., Akdeniz ekosistemleri, Doğa Bilim Dergisi, A2, 9, 3, 1985.

Türkiye İstatistik Kurumu, Antalya İlçelerinin Nüfusları ve Yıllık Nüfus Artış Hızları (%o) 2022.

Türkiye İstatistik Kurumu, MEDAS, 2023.

Türkiye İstatistik Kurumu, MEDAS, 2024.

Türkiye İstatistik Kurumu. (2023). 2022 İşgücü İstatistikleri. Erişim adresi: <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Isgucu-Istatistikleri-2022-49390> (erişim tarihi: 05.05.2023).

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB). (2011). *Ekonomik Rapor 2010*. Ankara: Özyurt Matbaacılık.

Türkiye Otelciler Federasyonu (TÜROFED). (2023). *Türofed Turizm Bülteni*.

Tüzel, Y. A., Gül. H. Y., Daşgan, M., Özgür, N., Özçelik, H., Boyacı, F. ve Ersoy, A. (2005). Örtü altı Yetiştiriciliğinde Gelişmeler. Türkiye Ziraat Mühendisleri VI. Teknik Kongresi Bildirileri, s.609-627.

UNWTO. (1999). Global code of ethics for tourism.

Usta, Ö. (1982), Sosyal Turizm. İzmir: Yaşar Eğitim ve Kültür Vakfı Yayınları, No:12.

Usta, Ö. (1988). Turizm Olayına ve Türk Turizm Politikalarına Yapısal Yaklaşım. İstanbul: Sümbül Basımevi.

Usta, Ö. (1992). Turizm. Altın Kitaplar: İstanbul.

Usta, Ö. (2014). Turizm Genel ve Yapısal Yaklaşım. (4. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.

Ünal, M. A. (1996). XV. VE XVI. Yüzyıllarda Teke Sancağında Aşiret ve Cemaatler. S. Demirel Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi, 2: 221-238.

Webster, J. & R.T. Watson (2002), “Analyzing the Past to Prepare for the Future: Writing a Literature Review”, MIS Quarterly, 26(2), 13-23.

Wolcott, H. F. (1994). Transforming Qualitative Data: Description, Analysis and Interpretation. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

WTO (1999). Global Code of Ethics for Tourism, Adopted by Resolution A/RES/406(XIII) at the thirteenth WTO General Assembly, Santiago, Chile, 27 September -1 October 1999, available at <http://ethics.unwto.org/en/content/global-code-ethics-tourism>, <http://ethics.unwto.org/en/content/full-text-global-code-ethics-tourism>, (12.02.2023).

WTO (2011). Ethics and Social Dimensions of Tourism Full Text of the Global Code of Ethics for Tourism. <http://ethics.unwto.org/en/content/full-text-globalcode-ethics-tourism>, (22.04.2023)

www.ayder.org.tr/ (Erişim Tarihi: 05.06.2023).

www.leucemie-espoir.org/ (Erişim Tarihi: 03.04.2023).

Yale, P. (1991). From Tourist attractions to Heritage Tourism, ELM Publications, Huntingdon.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2006). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Yılmaz, Y. (1984). Sosyal Turizm ve Türkiye. Yüksek Lisans Tezi. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Ankara.

Yüksel, A., Yanık, A. ve Ayazlar, R. (2015). Bilimsel Araştırma Yöntemleri. Seçkin Yayınevi, 1. Baskı, Ankara.

Zan, P. (2012). Polish Tourist Country-Lovers’ Society (PTTK). Social Tourism In Europe: Theory and Practice (s. 122-125). Toronto: Channel View Publications.