



T.C.

GİRESUN ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

EKOTURİZM REHBERLİĞİ ANABİLİM DALI

TEZLİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

**EKOTURİZM DESTİNASYONLARINDA ETKİLİ OLAN KRİTERLERİN
ANALİTİK HİYERARŞİ SÜRECİ YÖNETİMİ İLE BELİRLENMESİ:
GİRESUN İLİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Hatun İŞLER

Danışman: Doç. Dr. Hakan AKYURT

GİRESUN-2021

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans tezi olarak sunduğum “Ekoturizm Destinasyonlarında Etkili Olan Kriterlerin Analitik Hiyerarşi Süreci Yönetimi İle Belirlenmesi: Giresun İli Üzerine Bir Araştırma” adlı çalışmamın, tarafımdan bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım kaynakların kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

14/01/2021

Hatun İŞLER

ÖN SÖZ

Lisansüstü eğitimimde bilgi ve tecrübesiyle bana yol gösteren, akademik hayatta kendime örnek aldığım ve bu tezimin oluşmasında emeği çok büyük olan kıymetli hocam ve danışmanım Sayın Doç. Dr. Hakan AKYURT'a teşekkürü bir borç bilirim.

Tezimin oluşmasında değerli yorum ve tavsiyeleriyle katkıda bulunan tez jürisi olarak görev alan Sayın Prof. Dr. Musa Genç ve Sayın Prof. Dr. Cafer Topaloğlu'na teşekkürlerimi ve saygılarımı sunarım.

Yüksek lisans eğitimi yapmam konusunda beni cesaretlendiren, benim için çok kıymetli olan sevgili Prof. Dr. Aysun TÜRKMEN'e teşekkür ederim.

Tezimin literatürünün oluşturulması aşamasında kitabına ulaşmak için iletişime geçtiğim ve kitabını göndererek beni nezaketiyle onurlandıran Sayın Dr. Öğr. Üyesi Burcu Gülsevil BELBER'e çok teşekkür ederim.

Eğitim hayatımın boyunca bana her türlü destek ve imkanı sunan, her zaman yanımda olan annem Ayşegül İLK ve babam Hakkı İLK'e teşekkürü borç bilirim. Söz konusu süreçte her zaman yanımda olan, destek ve ilgisiyle beni motive eden, sevgili eşim Öğr. Gör. Erhan İŞLER'e, bana en çok ihtiyaç duyduğum zamanlarda sabırla beni bekleyen, motivasyonum düştüğü anlarda yüzümü güldürmeyi başaran, anne ders çalış diyerek bana seslenen biricik kızım Ayşe Ece İŞLER'e ve varlıklarına şükrettiğim sıcacık aileme sonsuz teşekkür ederim.

ÖZET

Günümüz turizm endüstrisi ulusal ve uluslararası boyutta meydana gelen olaylar sonucunda turistlerin tatil anlayışına yönelik değişimler olmaktadır. Bugün Dünya’da yaşanan “Covid-19” salgınıyla birlikte küçük gruplar halinde, doğaya zarar vermeden doğa ile bütünleşen turizm türü olan ekoturizm daha fazla tercih edilir hale gelmiştir. Bu bağlamda ekoturizm destinasyonlarının sunduğu eşsiz imkanların turistlerin dikkatini çekebilmesi için seyahat acenteleri tarafından yapılan pazarlama ve tanıtım çalışmalarının geliştirilmesi gerekmektedir. Giresun ili coğrafi özellikleri, yaylaları, ekoköyleri ve ekolojik çeşitliliği açısından önemli bir ekoturizm destinasyondur. Bu çalışmanın amacı; Giresun ilinde bulunan seyahat acentelerinin yöneticilerinin “Analitik Hiyerarşi Süreci” (AHS) yöntemi kullanılarak ekoturizm anlayışına yönelik seçimleri sonucunda hangi kriterin veya kriterlerin etkili olduğunu ortaya koymaktır. Çalışma kapsamında, öncelikle konu hakkında literatür taraması yapılmış olup veri toplama aracı olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Anket verileri sunucunda elde edilen veriler doğrultusunda ilk olarak seyahat acente yöneticilerin demografik durumlarını gösteren frekans analizi SPSS25 programı ile yapıldıktan sonra Analitik Hiyerarşi Yöntemi (AHS) önceden belirtilmiş olan kriterlerin ikili karşılaştırma matrisi oluşturulmuştur. Daha sonra geometrik ortalamalar hesaplanmıştır. Verilerin analizinde Super decision V 3.2 programı kullanılmıştır. Analiz sonucunda, güvenlik kriterinin seyahat acente yöneticilerinin ekoturizm anlayışına yönelik en önemli seçim kriteri olduğu görülmüştür. Seyahat acente yöneticilerinin ekoturizm anlayışına yönelik diğer seçim kriterlerinin önem düzeyleri güçlüden zayıfa doğru sırasıyla turizm tesisleri, doğal yaşam, kültürel yapı, ulaşım, coğrafi özellikler, altyapı, iklim ve fiyat olarak belirlenmiştir. Ayrıca çalışmada Giresun’da gerçekleşen ekoturizm faaliyetlerinin geliştirilmesine katkıda bulunacak kriterlere yönelik öneriler sunulmaktadır.

Anahtar kelimeler: Giresun, Ekoturizm, Destinasyon, Analitik Hiyerarşi Yöntemi

ABSTRACT

Today, the tourism industry changes in the holiday understanding of tourists as a result of national and international events. With the "Covid-19" epidemic in the world today, ecotourism, which is a type of tourism that integrates with nature in small groups without harming the nature, has become more preferred. In this context, in order to attract the attention of tourists with the unique opportunities offered by ecotourism destinations, marketing and promotional activities carried out by travel agencies should be improved. Giresun province is an important ecotourism destination in terms of its geographical features, plateaus, ecovillages and ecological diversity. The aim of this study is; To reveal which criteria or criteria are effective as a result of the selection of the managers of travel agencies in Giresun regarding the understanding of ecotourism using the "Analytical Hierarchy Process" (AHS) method. Within the scope of the study, first of all, the literature on the subject was searched and the questionnaire method was used as a data collection tool. In line with the data obtained from the survey data server, the frequency analysis showing the demographic status of the travel agency managers was first performed with the SPSS25 program, and then a binary comparison matrix of the criteria previously specified in the Analytical Hierarchy Method (AHS) was created. Then the geometric means were calculated. Super decision V 3.2 program was used to analyze the data. As a result of the analysis, it was seen that the safety criterion was the most important selection criterion for the ecotourism understanding of travel agency managers. The importance levels of other selection criteria for the ecotourism understanding of travel agency managers are determined as tourism facilities, natural life, cultural structure, transportation, geographical features, infrastructure, climate and price, respectively. In addition, in the study, suggestions are made for criteria that will contribute to the development of ecotourism activities in Giresun.

Keywords: Giresun, Ecotourism, Destination, AnalyticHierarchical Process

İÇİNDEKİLER

ÖN SÖZ.....	I
ÖZET.....	II
ABSTRACT.....	III
KISALTMALAR.....	VIII
TABLO LİSTESİ	IX
ŞEKİL LİSTESİ	X
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1. Ekoturizm Kavramı.....	3
1.2. Ekoturizmin Tarihçesi	5
1.3. Ekoturizmin İlke ve Özellikleri	6
1.4. Ekoturizmin Amacı	8
1.5. Ekoturizmin Etkisi	9
1.5.1.Ekoturizmin Çevresel Etkisi	10
1.5.2. Ekoturizmin Sosyal ve Kültürel Etkisi.....	14
1.5.3. Ekoturizmin Ekonomik Etkisi	15
1.6. Ekoturizm Kapsamında Yapılan Faaliyet Türleri.....	16
1.6.1. Eğlenmeye Yönelik Ekoturizm Faaliyetleri.....	18

1.6.2. Öğrenmeye Yönelik Ekoturizm Faaliyetleri.....	20
1.6.3. Dinlenmeye Yönelik Ekoturizm Faaliyetleri.....	23

İKİNCİ BÖLÜM

2. DESTİNASYONLARDA EKOTURİZM

2.1. Turistik Destinasyon ve Ekoturizm İlişkisi.....	24
2.1.1. Destinasyon Kavramı	24
2.1.1.1. Destinasyonu Oluşturan Unsurlar	25
2.1.1.2. Destinasyonların Özellikleri	29
2.1.1.3. Destinasyonların Sınıflandırılması	30
2.1.2. Destinasyonların Pazarlanması	33
2.1.2.1. Destinasyon Pazarlamasının Özellikleri	34
2.1.2.2. Destinasyonların Pazarlama Unsurları	35
2.1.2.2.1. Destinasyonda İmaj	35
2.1.2.2.2. Destinasyonda Marka	40
2.1.2.2.3. Destinasyon Sadakati	43
2.1.2.2.4. Destinasyonların Sürdürülebilirliği	44
2.1.3. Ekoturizm Destinasyonları.....	45
2.1.3.1. Ekoturizm Destinasyonlarının Nitelikleri	46
2.1.3.2. Ekoturizm Destinasyonlarında Etkili Faktörler	47

2.1.3.2.1. Ulaşım.....	47
2.1.3.2.2. Fiyat	47
2.1.3.2.3. Doğal Yaşam	48
2.1.3.2.4. İklim.....	48
2.1.3.2.5. Kültürel Yapı.....	48
2.1.3.2.6. Coğrafi Özellikler.....	48
2.1.3.2.7. Güvenlik.....	49
2.1.3.2.8. Altyapı.....	49
2.1.3.2.9. Turizm Tesisleri.....	49
2.1.3.3. Dünya’da Ekoturizm Destinasyonları.....	49
2.1.3.4. Türkiye’de Ekoturizm Destinasyonları.....	53
2.1.4. Giresun İli Ekoturizm Destinasyonları.....	67

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. ALAN ARAŞTIRMASI VE BULGULAR

3.1. Araştırma Yöntemi.....	71
3.1.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi.....	71
3.1.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi.....	72
3.1.3. Araştırmanın Sınırlılıkları	73
3.1.4. Araştırmanın Geçerliliği ve Güvenirliliği.....	73

3.1.5. Araştırmada Veri Toplama Yöntemi.....	74
3.1.6. Verilerin Analizi.....	74
3.1.6.1. Analitik Hiyerarşi Yöntemi.....	74
3.1.7. Araştırmanın Bulguları.....	78
 SONUÇ VE ÖNERİLER.....	 83
KAYNAKÇA.....	90
EKLER	113
ÖZGEÇMİŞ	120

KISALTMALAR

AHS	:	Analitik hiyerarşi yöntemi
DKMP	:	Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü
DOKAP	:	Doğu Karadeniz Projesi Bölge Kalkınma İdaresi Başkanlığı
ECOACT	:	Ekoturizm Eylem Planı
İHA	:	İhlas Haber Ajansı
İTÜ KAEM	:	İstanbul Teknik Üniversitesi Konut Uygulama ve Araştırma Merkezi
KDMP	:	Küre Dağları Milli Parkı
OGM	:	Orman Genel Müdürlüğü
UNDP	:	Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı
UNWTO	:	Dünya Turizm Örgütü
TDK	:	Türk Dil Kurumu
TIES	:	Uluslararası Ekoturizm Topluluğu
TÜSİAD	:	Türk Sanayicileri ve İşinsanları Derneği

TABLO LİSTESİ

Tablo 1. Destinasyonu oluşturan temel unsurlar (6A).....	27
Tablo 2. Bazı dizi/ filmlerin ziyaretçi sayılarına etkileri.....	39
Tablo 3. Sürdürülebilir turizmin 12 hedefi.....	45
Tablo 4. Türkiye’de bulunan milli parklar	53
Tablo 5. Türkiye’de bulunan tabiat parkları	55
Tablo 6. Türkiye’de bulunan tabiat anıtları.....	58
Tablo 7. Türkiye’de bulunan tabiat koruma alanları.....	60
Tablo 8. Türkiye’de bulunan yaban hayatı geliştirme sahaları.....	61
Tablo 9. AHS ölçeği temel kriterler tablosu.....	73
Tablo 10. İkili karşılaştırma matrisi.....	75
Tablo 11. AHS ölçeği önem dereceleri tablosu	76
Tablo 12. Rastgele değer indeksi	78
Tablo 13. Demografik özelliklere ilişkin frekans dağılımı.....	79
Tablo 14. İkili karşılaştırmalar matrisi.....	80
Tablo 15. Kriterlere göre ağırlıkların belirlenmesi.....	81
Tablo 16. AHS ölçeği temel kriterlerin önem derecesi sıralaması.....	81

ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 1. Ekoturizm kapsamında yapılan faaliyet türleri.....	17
Şekil 2. Kozak’a göre destinasyonları oluşturan unsurlar.....	26
Şekil 3. Dünya Turizm Örgütü’ne göre turizm destinasyonunu oluşturan unsurlar...27	
Şekil 4. Giresun’u ziyaret edecek turistler için hazırlanmış olan çotanak sembolü...41	
Şekil 5. Dünya’da ekoturizm yapılan alanlar.....	50
Şekil 6. Geleneksel Najova Hogan isimli ev örneği.....	51
Şekil 7. Giresun Şeyhli Ekoturizm köyünde kamp karavan faaliyetlerine ait görsel.70	
Şekil 8. AHS’de kullanılan temel hiyerarşik yapı.....	75

GİRİŞ

Değişen dünya şartlarında gelişen durumlar sonucunda yeni oluşumlar ortaya çıkmakta olup, bu durumdan birçok sektörle birlikte turizm sektörü de etkilenmektedir. Gelişen süreçler sonucu sosyal ve ekonomik açıdan etkilenen turizm sektöründe yaşanan değişimler turist davranışlarına göre şekillenmektedir. Turistlerin tatil anlayışları ve tercihleri dünya şartlarından etkilenmekte ve dolayısıyla alternatif turizm çeşitlerine olan ilgi artmaktadır. Alternatif turizm çeşitlerinden olan ekoturizm, küçük gruplar halinde, doğaya ve kültürel değerlere bağlı rekreasyonel faaliyetleri sunmakta turistlere iyi vakit geçirme ve yeni tatil olanaklarını keşfetme olanağı sağlamaktadır. 2019 yılının sonlarında Çin'in Wuhan şehrinde ortaya çıkarak Dünya'yı etkisi altına alan COVID-19 salgınıyla birlikte insanların kalabalık ortamlardan uzak durma eğilimi ekoturizme yönelmeleri için önemli bir fırsat haline gelmiştir. Ekoturizm, şehri kalabalığından uzaklaşarak, açık alanlarda, doğayla bütünleşen tatil yapmak isteyen turistlere daha kontrollü ve sağlıklı tatil fırsatı sunmaktadır. Bu nedenle, günümüz şartlarında turizm endüstrisinden faydalanmak isteyen destinasyonların ekoturizmi değerlendirmeleri gerekmektedir. Destinasyonda sürdürülen turizm faaliyetlerinin planlanması ve pazarlanmasında seyahat acentelerinin turist davranışlarına yönelik düşünceleri son derece önemli bir yer tutmaktadır.

Bu bağlamda, turizm sektörünün önemli yapıtaşlarından biri olan seyahat acentelerinin rolü önem arz etmektedir. Ekoturizm endüstrisinin en önemli paydaşlardan olan seyahat acenteleri, turist beklenti ve taleplerine yönelik hazırladıkları turizm stratejilerini belirlemekte ve uygulamaktadır. Acenteler, turist beklentilerine cevap verebilmek için turizme yönelik hazırladıkları planlamalarında destinasyonun imkan ve ihtiyaçlarının tespit edilmesinde etkin rol oynamaktadır. Bu bağlamda, ekoturizm destinasyonunda turizm faaliyetlerinin geliştirilebilmesinde seyahat acentelerinin destinasyon hakkında düşüncelerine önem verilmektedir.

Bu çalışmada, Giresun'da faaliyet gösteren seyahat acentelerinin yöneticilerinin ekoturizm anlayışına yönelik kriter seçimleri hakkında değerlendirmeler yapılmış ve çok kriterli karar verme tekniklerinden Analitik Hiyerarşi Süreci (AHS) yöntemi kullanılarak hangi kriterin veya kriterlerin etkili

olduğu önem derecelerine göre belirlenmiştir. Bu kapsamda; çalışmanın birinci bölümünde kavramsal çerçeve başlığı ile ekoturizm, ekoturizmin tarihçesi, ekoturizmin ilke özellikleri, ekoturizmin amacı, ekoturizmin etkileri, ekoturizm kapsamında yapılan faaliyet türleri kavramları hakkında alan yazın çalışması yapılmıştır.

Çalışmanın ikinci bölümünde; destinasyonlarda ekoturizm ilişkisi başlığı altında destinasyon, destinasyonu oluşturan unsurlar, destinasyonların sınıflandırılması ve destinasyonların pazarlanması kavramları hakkında bilgiler verilmiştir. Her iki kavram arasındaki ilişkinin ortaya çıkarılması ve bu ilişkilerden doğan sonuçlara yönelik olarak literatür araştırması yapılmıştır. Ayrıca, çalışmanın araştırma sahası ve diğer ekoturizm destinasyonları hakkında genel bilgiler sunulmaktadır.

Çalışmanın üçüncü bölümde ise; araştırmanın yöntemi başlığı ile araştırmanın amacı, önemi, evreni, örnekleme, sınırlıkları ve veri toplama yöntemi hakkında bilgiler verilmiştir. Bununla birlikte, araştırma yöntemi olan Analitik Hiyerarşi Süreci (AHS) hakkında bilgilere değinilerek, analiz verilerine dayanılarak araştırma bulguları ortaya konulmaya çalışılmıştır. Araştırmanın sonuç ve öneriler kısmında ise ekoturizm hakkındaki algılama sonuçları ortaya konulmuştur. Bu sonuçlar ışığında Giresun İli Ekoturizmi hakkında sorunlara değinilerek, çözüm önerileri sunulmaktadır.

BİRİNCİ BÖLÜM

1.KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1. Ekoturizm Kavramı

Ekoturizm kavramı yunanca ekoloji anlamına gelen kelimelerden doğmuş olup, biyolojik çeşitliliklerin zarar görmediği ziyaretleri içermektedir (Demir ve Çevirgen, 2006, 50). Uluslararası Ekoturizm Topluluğu (TIES)'nin (2015) tanımına göre ekoturizm; “çevreyi koruyan, yerel halkın refahını sağlayan ve yorumlama ve eğitimi içeren doğal alanlara sorumlu seyahat” faaliyetleridir. Ekoturizm bir başka ifade ile, çevreye karşı duyarlı, farkındalık yaratan seyahat ve ziyaretleri içeren, eğlenmenin yanında doğanın korunmasını teşvik ve takdir eden, geçmiş ve gelecek arasında kültürel bağlar kuran, küçük ziyaretçi gruplarıyla yapılan ve yerel halka sosyoekonomik katkıda bulunan turizm çeşidi” olarak tanımlanmaktadır (Scheyvens, 1999, 245). Fennell (1999, 43) ise farklı bir bakış açısı ile ekoturizmi, “öncelikle doğayı deneyimlemeye ve öğrenmeye odaklanan, genellikle doğal alanlarda oluşan ve bu alanların koruyan veya korunmasına katkıda bulunan, etik olarak tüketime yönelik değil, yerele fayda sağlayan, sürdürülebilir doğal kaynak temelli turizm” olarak ifade etmiştir.

Bayer'e göre (1992, 178) ekoturizm; “deniz, kum, güneş gibi standart tatil anlayışının yerine ziyaretçilerin boş zamanlarını dinlenerek, kültürleri tanıyarak doğal yaşam içinde vakit geçirdikleri rekreasyon faaliyetleri” olarak ifade etmiştir. Ayrıca, turizmin istenmeyen etkilerini azaltarak gezilecek yere karşı duyarlı olunmasını hedefleyen ekoturizm, hassas ekosistemlere geziler düzenleyerek bölgenin doğal güzelliklerini ve ziyaretçilerin gözlemlemesi yoluyla bilgi ve deyimlerine katkı sağlayan etkinlikleri içermektedir (Akova, 2016, 319). Benzer şekilde ekoturizm; “doğal alanlarda yapılan, çevre ile uyumlu aynı zamanda çevrenin kültürel yapısını ve değerlerini koruyan, yerel halka fırsatlar sunabilen, sürdürülebilir bir seyahat biçimi” olarak tanımlanmaktadır (Kızanlık, 2019, 130).

Ekoturizm faaliyetleri gerçekleştirirken ziyaretçi gruplarındaki katılımcı sayılarını azaltarak doğaya ve yerel bölgeye verilen zararı en aza indirmeyi hedefler ve yılın belli bir sezonunda faaliyet göstermeyip yılın genelinde hizmet

vermektedir (Çeken, 2016, 142). Yerli halkın turizm faaliyetlerine katılım sürecini en üst düzeye çıkartmaktadır. Ekonomiye katkı sağlamak amacıyla çiftçilik, balıkçılık ve sosyal etkinlikler gibi geleneksel faaliyetlerden faydalanarak ekoturistleri yerel halkla buluşturmaktadır. Ekoturizm alanlarındaki etkinliklere katılan ekoturistlerin doğal alanları görme beklentileri karşısında, yerel halkın da desteğiyle iki taraflı etkileşim sonucunda gelişim sağlamaktadır (Fennell, 1999, 39-40).

Ekoturizm; çevreye ve yerel halka yönelik olumsuz etkileri en aza indiren bir kullanım şekli sunmaktadır. Katılımcılara bölgenin doğal ve kültürel özelliklerini tanıtarak coğrafyanın yaşamı içine dahil etmektedir. Hem korunan hem de korunmayan doğal alanların kontrolüne ve korunmasına katkıda bulunmaktadır (Fennell, 1999, 39). Björk (2000, 190) ise ekoturizmi; “doğal, sulak ve arkeolojik alanlarda bulunan, yaban hayatına dahil, nesli tüketmekte olan türlere ve mağaralara yönelik geziler düzenlenerek, yöresel kültürleri yansıtan bir turizm türü” olarak tanımlanmaktadır.

Ekoturizm temelde çevrenin korunmasını amaçlamaktadır. Öncelikle doğaya yönelik zararın en az seviyede olmasını savunan yerel halka ise en üst düzeyde sosyal kültürel ve ekonomik fayda sağlamasını öngören bir turizm felsefesine dayanmaktadır. Ekoturizm, korunması gereken doğal alanların turizm faaliyeti içinde negatif etkilerini en aza indirgeyerek, özellikle korunan yerlerde doğal ve kültürel seyahatler gerçekleştirmekle birlikte, farklı kültür ve gelenekleri gözlemlene imkanı sunmaktadır. Ekoturizm geleneksel kültürlerin unutulmasını önlerken onların yeni nesillere aktarılmasını sağlamaktadır (Akova, 2016, 319).

Ekoturizm ne olduğu veya kapsamının sınırları birçok araştırmacı tarafından sorgulanmış olup macera, kültür, doğa gibi farklı turizm biçimlerinin “ekoturizm mi?” olduğu sorgulanmıştır. Kavramsal çerçeveden bakıldığında diğer turizm çeşitlerinden farklı görünse de kültür, macera, doğa gibi rekreasyonları içerisinde barındırdığında eşsiz olanaklar sunmaktadır. Ekoturizm, çeşitli rekreasyonlarla yelpazesini istediği gibi genişletip, daraltabilmektedir (Fennell, 2002, 13-14).

Ekoturizmin ilk gündeme geldiği günden bugüne kadar kavram hakkında birçok tanım yapılmış olmasına rağmen henüz standartlaşmış bir tanımlı yapılmamıştır. Tanımsal bütünselliğin sağlanamamasının temel nedeninin, ekoturizme karşı diğer bilim dalları arasındaki görüş farklılıklarından kaynaklandığı

iddia edilmektedir (Tetik, 2012, 49; Erdem ve Türkmen, 2018, 180). Kavram hakkında fikir birliği olmamasının başlıca sebebi; ekonomik, çevresel ve pazarlama konularında farklı değerlendirmelerin söz konusu olmasıdır. Kavram, ekonomistler tarafından yerel ekonomide fayda yaratma ve istihdam oluşturma aracı olarak değerlendirilmektedir. Turizm işletmeleri yöneticileri ekoturizmi, pazarlama aracı olarak tanımlamakta ve çevre koruma amaçlı kurulmuş olan sivil toplum kuruluşları tarafından ise, doğal alanların korunmasındaki unsurlar olarak ifade edilmektedir (Türkmen, 2018, 130).

1.2. Ekoturizmin Tarihçesi

Ekoturizmin temelleri 18.yy sonlarında Alexander Von Humboldt tarafından doğanın yapısını ve işleyişinin anlaşılabilmesi için doğayı keşfetmek üzere seyahatler düzenlenmesi gerektiği yönündeki tavsiyesiyle atılmıştır. 1960'lı yıllarda doğaya dönüş hareketleriyle birlikte bilim insanları tarafından farklı söylemler ortaya çıkmıştır. Ekoturizm terimi 1978 yılında Kenton Miller tarafından ilk kez kullanılmış olup, terimi açıklayan en yaygın tanım ise 1983 yılında Hector Ceballos Lascurain tarafından yapılmıştır. Lascurain tanımında ekoturizm; “geçmişten günümüze kadar gelen kültürel değerlere, el değmemiş veya kısmen koruma altına alınmış doğal alanlarla ve bu alanların içindeki yaban hayatını keşfetme, izleme, deneyimleme gibi faaliyetler sunan ve de bir amaç doğrultusunda yapılan ziyaretler” olarak ifade edilmektedir (Belber, 2018, 2-7).

1980'lerde küreselleşme eğilimi gösteren ekoturizm kavramı, farklı toplumlarca doğa turizmi, yumuşak turizm, sorumlu turizm gibi farklı başlıklarla nitelendirilmiş olsa dahi kapsamı bakımından değerlendirildiğinde, yukarıda belirtilen faaliyetlerin tamamı ekoturizme hizmet etmektedir (Polat, 2006, 21). 2002 yılında Kanada'da gerçekleşen Dünya Ekoturizm Zirvesi'nde, bu tarihe kadar ekoturizm yerine kullanılan tüm kavramlar ekoturizm çatısı altında toplanmıştır (Belber, 2018, 7).

Bununla birlikte, tarih boyunca dünya çapındaki bilim adamları ve uygulayıcılar tarafından birçok ekoturizm tanımı önerilmiştir. Ekoturizmin doğası gereği varlığının zaten mevcut olduğu, sürdürülebilir olması gerektiği, konu hakkında eğitimlerin verilmesi ile birlikte yorumlama unsuru içerdiği konusunda

fikir birliğine varılmış olmasına rağmen, net olarak nasıl tanımlanacağı hakkında halen ciddi tartışmalar devam etmektedir (Wilson and Garrod, 2003, 1).

1.3. Ekoturizmin İlke ve Özellikleri

Ekoturizm yapılan yörede kıstas olarak kullanılabilecek ekoturizmin amacı ve doğası ile ilişkili bazı özellikleri bulunmaktadır (Erdoğan, 2003, 116). Zeppel'e (2006, 14) göre ekoturizmin temel özelliklerini aşağıdaki yedi madde ile açıklamak mümkündür:

- Uzak bölgeler, korunan alanlar, özel rezervler gibi doğal yerlere seyahatleri kapsamaktadır,
- Tesislerin ve turistlerin ekolojik / kültürel etkilerini en aza indirmektedir,
- Turistlere ve bölge sakinlerine eğitilmiş rehberler tarafından çevre eğitimi verilmesi çevresel ve kültürel farkındalık yaratmaktadır,
- Turizm çevre koruma, eğitim ve araştırma fonları, park giriş ücretleri, turizm vergileri ve harçlar, koruma bağışları gibi unsurlar koruma için doğrudan finansal faydalar sağlamaktadır,
- Park gelir paylaşımı, topluluk turizmi imtiyazları ve ortaklıkları yerel halk için finansal destek ve yetkilendirme yapmaktadır,
- Yerel geleneklere, kıyafet kurallarına ve sosyal normlara kültürel olarak saygılı, ev sahibi ülkelere duyarlıdır,
- İnsan haklarını ve demokratik hareketleri desteklemenin yanı sıra sosyal ve politik durumu göz ardı etmemektedir.

Ekoturizmin genel ilkeleri ise aşağıdaki maddelerdeki gibi belirtilmektedir (Björk, 2000):

- Ekoturizm sürdürülebilir olmalı, doğal kaynaklar bilinçli kullanılmalıdır,
- Çevre, turizme dahil olan faktörlerin davranışlarını etkilemektedir,
- Uzun vadeli planlama odağı olmalıdır,
- Ekoturizm yerel ekonomi ve yerel kalkınmayı desteklemelidir,
- Yerel alanlarda gelişmeyi etkilemektedir,
- Ekoturizm dinamik olmalı süreklilik sağlamalıdır,
- Ekoturizm eğitici olmalıdır,
- Ekoturizmde ahlaki ve etik yönler dikkate alınmalıdır.

TIES'e (2020), ekoturizm aktivitelerine katılanların benimsedikleri ekoturizm ilkelerini; doğaya karşı bilinçli olmak, doğaya en az zararı vermek, ziyaretçilere ve bölge halkına farklı tecrübeler yaşatmak olarak ifade etmektedir.

Akova'ya göre (2016, 319-320), ekoturizmin gelişmesine katkı sağlayan beş temel ilke aşağıda belirtilen şekilde sıralanmaktadır:

- Ekoturizm topluma; onun değerlerine saygı göstermeli, bölgenin yöresel değerleri ile işbirliği içinde olmalıdır. Bu işbirliğinin olabilmesi için de yaşanılan bölgenin dokusu bozulmamalı ve yaşam alanları yöre ekolojisine uygun olarak kurgulanmalıdır,
- Ekoturizm yörenin doğası, tarihi ve kültürü ile ilgili geliştirilmelidir. Ziyaretçiler için birçok etkinlik fırsatı ve doğal güzelliklerle yöreyi daha da cazip hale getirmek mümkündür,
- Ekoturizm yapılan yöredeki hizmetlerin tamamına yakını yönetim ve gelir durumu alakalıdır. Yöreye gelen ziyaretçilerin aldıkları hizmetler bölge dışındaki yatırımcıların yerine küçük işletmeler ve yöre halkı tarafından verilmektedir. Bunun sonucunda yöre halkı ve küçük işletmeler turizm hareketlerinden daha fazla ekonomik gelir elde etmektedir,
- Ekoturizm doğal kaynakların korunmasını sağlamalıdır. Ekoteknik; güneş enerjisinden faydalanma, yağmur suyu biriktirme, rüzgâr enerjisi gibi yenilenebilir enerji kaynaklarından faydalanmaktır. Ekoteknik yöntemi ile verilen hizmetler hem turistler hem de yöre halkı tarafından desteklenmelidir.
- Ekoturizmin yöre halkına ekonomik katkıda sağlayabilmesi için yapı malzemesinden yörede yetiştirilen tarım ürünlerine kadar birçok ürün yerel ve ekolojik olmalıdır.

Higham'a (2007, 5) göre ise ekoturizmin ilkeleri ve özellikleri aşağıda belirtilen şekilde sıralanmaktadır:

- Davranış biçimi ile çevresel etik uyum içinde olmalıdır,
- Ekoturistler doğayı büyük ölçüde kendi şartlarına göre kabul etmelidir,
- Ekoturizm sosyal, ekonomik, politik veya bilimsel faydalara sık sık bölünmesine rağmen, çevre faaliyetlerine daha fazla katkıda bulunmalıdır,
- Kaynakların etkin kullanımı hakkında bilinçlendirme yapılmalıdır,
- Doğa ile iç içe yaşayarak farklı tecrübeler edinilmelidir,

- Ekoturizmde heyecan ve başarının yanı sıra öğrenme isteği ve takdir edilme duygusu da vardır.

1.4. Ekoturizmin Amacı

UNWTO'ya göre ekoturizmin amaçları aşağıda şekilde sıralanmıştır (Kuter ve Ünal, 2009, 150; Tetik, 2012, 74-75):

- Turizmin çevreye ve doğaya verdiği kirliliğin en alt seviyeye düşürülmesi,
- Ziyaretçiler ve orada yaşayan yerel halka çevrenin korunması hakkında eğitimler verilerek bilgilendirilmesi,
- Yerel halk ve küçük işletmeler bir araya gelerek ekonomik kalkınmanın sağlanması,
- Doğal kaynakların korunması için belirli bir bütçe ayrılması,
- Turizmin olumsuz etkilerini azaltmak için uygulanabilir proje ve programların desteklenmesi,
- Turizmin yerel halka sosyal, kültürel ve ekonomik fayda sağlaması,
- Doğaya zarar vermeden yerel kültürlerin özelliklerinin kaybolmasını, hayvan çeşitlerinin zarar görmesini ve tabiattaki bitki örtüsünün tahrip olmasını engellemeyi amaçlamaktadır.

Giresun Valiliği Doğu Karadeniz Ekoturizm Kriterleri Araştırma Raporu'nda (2014) ekoturizm, doğanın dengeli kullanılması, kaynakların sürdürülebilirliği, yerel kültürlerin unutulmaması, gelecek nesillere aktarılması ve yerel halkın sosyal refah düzeninin artması gibi amaçları da içinde barındırmaktadır.

Diğer genel bir amacı ise; ziyaretçilerin talepleri doğrultusunda öğrenme, yardımlaşma, doğaya karşı duyarlı olma, doğanın değerini bilme gibi amaçlara sahiptir. Ekoturizmin ekonomik anlamda amacı, yeni kar sahaları oluşturmaktır. Endüstri açısından amacı ise, insanların doğaya karşı nasıl tutum sergilediği ve doğaya yönelik davranış biçimlerine bağlı olarak değişim göstermektedir (Erdoğan, 2003, 111-112).

Demir ve Çevirgen'e (2006, 58) göre ekoturizmin genel amaçları aşağıdaki gibi ifade edilmektedir:

- Çevreye karşı duyarsız etkileri en aza indirmek,
- Bölgenin korunmasına katkı sağlamak,

- Yerel halka mali kazanç oluşturmak,
- Doğal kaynakların verimli kullanımı sağlamak ve çevre bilincinin oluşturulmasına önem vermek gerekir.

Yukarıda belirtilen amaçlarla birlikte ekoturizmin diğer amaçları aşağıdaki gibi özetlenmektedir (Akyurt, 2019a, 356):

- Doğanın sürdürülebilirliğine katkıda bulunmak,
- Milli park ve sit alanlarının korunmasını sağlamak,
- Yöresel değerlerin ve tarihi dokuların korunmasına ve de geliştirilmesine destek olmak,
- Yöre halkına ekonomik açıdan fayda yaratmak,
- Bölgede işgücü olanaklarını artırmak ve kadınların iş hayatına katılmasını desteklemek,
- Bölgenin ekonomik sosyal ve kültürel yönden gelişiminde etkin rol oynamak,
- Alt yapı ve üst yapı eksikliklerinin giderilmesini sağlamak,
- Doğanın korunması için ziyaretçiler ve yöre halkını bilgilendirmek,
- Yerel halkın ekoturizme aktif katılımını sağlamak,
- Etkinlikler yapılırken olumsuz etkileri en aza indirmek,
- Ekoturizm gelirlerinin eşit dağılımını sağlamak,
- Çevreye duyarlı tesislerin ve yenilenebilir enerji kaynaklarının kurulmasına teşvik vermek.

1.5. Ekoturizmin Etkisi

Ekoturizm doğal kaynak ve kültürel değerlerin zarar uğratılmadan ziyaretçilere sunulmasını amaçlamaktadır. Bu amaçlara ulaşmak üzere faaliyetlerinde doğal kaynakları koruyan ve doğaya saygı duyan ziyaretçiler geliştirmeyi hedeflemektedir (Türkmen, 2018, 132). Ekoturizm faaliyetleri, yerel halkın çevre konusunda hassas davranmasını sağlamak, olumsuz çevre koşullarını azaltmaya çalışmak, sürdürülebilir çevre anlayışını teşvik etmek, doğal ve kültürel değerlerin pazarlamasına olanak sunmak gibi unsurları kapsamaktadır (Demirbulat, 2018, 53). Ekoturizmin birbiriyle ilişkili çeşitli etkileri vardır. Bu etkiler sırasıyla ekonomik,

çevresel ve sosyo-kültürel etkiler şeklinde kategorilere ayrılmaktadır (Buckley, 2001, 379).

1.5.1.Ekoturizmin Çevresel Etkisi

Turizme olan talebin oluşması ve talebin artırılmasında doğal ve tarihi çevrenin etkisi önemlidir. Çevre, turistlerin destinasyon seçimi ve kalış süreleri açısından önemli bir belirleyicidir. Bilim insanları tarafından yapılan birçok araştırmada turizm talebine yön veren unsurların başında çevre etkisi gelmektedir (Kozak, Kozak, Kozak, 2018, 136).

Turizmde doğal kaynakların kullanımında temel amaç, koruma ve kullanma dengesinin oluşturulmasıdır. Bu kaynakların aşırı ve bilinçsizce tüketilmesi sonucunda oluşan çevre tahribatı bütün canlı türlerinin yaşamlarını tehdit etmektedir (Akıllı, 2004, 25). Ekoturizm ise doğal kaynakların kullanımı konusunda çevreye duyarlı bir anlayış benimsemektedir. Diğer turizm türleri çevreye özen gösterme konusunda yetersiz kalırken, ekoturizm doğanın korumasına ve geliştirmesine çok daha fazla özen göstermektedir. Ayrıca, doğaya yönelik destinasyonlardaki insan faaliyetlerine karşı ortaya çıkan etkilere yönelik olarak tepkilerle karşılaşması da mümkündür (Ramirez and Santana, 2019, 45).

Ekoturizm talebindeki artışlar genellikle koruma alanlarının daha çok olduğu bölgelerde gerçekleşmiştir. Dünyanın birçok bölgesinde bulunan doğal park ve koruma alanı sayılarında artışlar görülmekte olup tarım, kereste ticareti, madencilik gibi çevreye zarar verebilecek faaliyetlere karşı da önlemler alınmaya çalışılmaktadır (Kuter ve Ünal, 2009, 151; Taş, 2012, 49; Kasalak ve Akıncı, 2015, 192). Bununla birlikte, ekoturizm faaliyetleri dünya çapında başarılı bir çevre koruma aracı olarak kendini kanıtlamıştır. Galapagos Adaları, Kosta Rika'nın ekoturizm noktaları, Chitwan Ulusal Parkı (Nepal), Sunderbans (Hindistan), Periyar Kaplan Koruma Alanı (Hindistan), Kilum-Ijim Ulusal Parkı (Orta Afrika), Amazon bölgesi (Ekvador) gibi çevre koruma alanları örnek olarak gösterilmektedir (Ramirez and Santana, 2019, 45).

Ekoturizm alanlarında gerçekleştirilen bazı faaliyetlerin çevre üzerindeki olumlu etkilerine verilebilecek örneklerin bazıları şunlardır:

- Avusturya'nın Viyana şehrinde faaliyet gösteren bir tesis tüm enerji ihtiyacını yenilenebilir enerji kaynaklarından temin etmektedir. Tesiste rüzgâr tribünü, güneş panelleri bulunmaktadır. İşletmenin bütün elektrik ihtiyacını bu kaynaklardan karşılanırken zamanda yağmur suyunu da biriktirerek bahçe sulaması ve tuvalet temizliğinde kullanmaktadır (Yenişehirlioğlu ve Şahin, 2014).
- Antalya Güneşev ve Ekolojik Eğitim Merkezi, temiz enerji kaynaklarının kullanılmasında farkındalık yaratan bir merkezdir. Merkezin kuruluş amacı, güneş enerjisi gibi yenilenebilir enerji kaynaklarının uygulanabilirliği hakkında toplumun bilinçlendirilmesidir. Güneşev'de 165 metrekare alanda topraksız tarım yapılabilen sera bulunmaktadır. Ayrıca, bisiklet ve yürüyüş yolları ile kanyonların izlenebildiği şehir alanlarına sahiptir. Eğitim merkezinin çevresinde güneye konumlandırılmış güneş ağaçları, fotovoltanik panel ve ayaklardan oluşturulmuştur. Yeraltından ısı pompası cihazı ile enerji alınarak tavan ve duvarlardan ısıtma sistemi sağlanmıştır. Binanın ana yapı malzemelerinde ise genel olarak geri dönüşümü olan malzeme kullanımı tercih edilmiştir. Yağmur suları filtrelenerek yağmur suyu tanklarında biriktirilmiş ve tuvalet rezervuarlarında bu sulardan faydalanılmıştır. Türkiye'nin ilk "karbon-negatif" binası olarak hizmet veren merkez, tüketim değerinden daha fazla temiz enerji üretimi sağlamaktadır (European Youth Portal, 2014).
- British Colombia'da bulunan Athabasca şelalelerinde doğal güzellikleri tehdit eden unsurları azaltmak için giriş kapıları çoğaltılmıştır, ayrıca toplu taşıma araçları kullanılarak çevre kirliliğini azaltmaya çalışmışlardır.
- Arizona Eyaleti Sedona şehrinde ilgi çekici kırmızı kaya oluşumları bulunmaktadır. Bölgeye yapılan yeni mimari yapılarda bölge dokusuna uygun şekilde ve kırmızı renkte yapılmaktadır.
- Rocky Dağı vadilerinde hava kirliliğinin çok yoğun olması nedeniyle kışın ocak yakılmasının yasak olduğu bilinmektedir.
- Utah Zion Milli Parkı'nda 2000 yılında çevre bilincinin oluşması ve gürültü kirliliği gerekçesiyle park içinde araba kullanımı yasaklanmıştır. Ziyaret alanlarına ulaşım servislerle yapılmaktadır. Benzer şekilde Çin'de

Jiuzhai Vadisi Milli Park'ında da aynı uygulamalar yapılmaktadır (Yılmaz, 2016, 302-303).

Ekoturizmin çevre üzerinde olumlu etkilerinin olmasının yanında sistemli ve planlı yapılmayan ekoturizm faaliyetleri gerçekleştirildiği alanlarda önemli çevresel sorunlara sebep olabilmektedir. Ekoturizmin doğada sebep olduğu olumsuzlardan bazılarını; bölgeye gelen ziyaretçilerin yoğunlaşması, ekolojiye uyumsuz mimari doku, atıklar, ulaşım kirliliği ve yoldan kaynaklı sorunlar, hızlı ve dikkatsiz sürücüler, vandalizm ve hatıra eşya toplayıcılığı gibi örneklendirmek mümkündür. Bu olumsuzluklar ile birlikte gürültü kirliliği, hayvan varlığının ve bitki örtüsünün tahrip edilmesi, su yollarının değişmesi, elektrik ve su gibi kaynaklarda kesinti, çevresel dengenin bozulması, erozyon, doğal alanların bilinçsiz bir şekilde zarar görmesi ve doğal değerlerin bozulması gibi sonuçlar ortaya çıkmaktadır (Akyurt, 2019a, 357-358).

Ekoturizm alanlarında gerçekleştirilen bazı faaliyetlerin çevre üzerindeki olumsuz etkilerine gösterebileceğimiz bazı somut örnekler aşağıda verilmektedir (Demir ve Çevirgen, 2006, 73-75; Tetik, 2012, 85-88):

- Nepal'de doğa yürüyüşlerinin hızlı gelişmesi Katmandu'nun nüfusunu artırarak yürüyüş yollarının yok olmasına ve taşıma kapasitesinin artmasına neden olmuştur. Ayrıca gerekli olandan fazla odun kullanımı ormanların sayısının azalmasına, seller ve heyelanların oluşmasına sebep olmuştur.
- Kenya'da safari aktiviteleri yaban hayatı, yaşam alanları ve yiyecek kaynaklarını azaltmaktadır. Ayrıca çitelerin yok olması gibi tehditlerle karşı karşıya da gelinmiştir.
- Amerika'daki Yellowstone Milli Parkı'nda turistlerin bıraktıkları atıklar ayıların yaşam alanlarını terk etmelerine ve daha erken ölmelerine neden olmaktadır.
- Brezilya kıyı şeridindeki yetersiz kanalizasyon sistemi nedeniyle su kaynakları kirlenmekte, yüzme ve balıkçılık faaliyetleri tehlike unsuru olmaktadır.
- Karadeniz Bölgesi'nde Trabzon Uzungöl'deki çarpık yapılaşma o bölgedeki ekoturizmin iyi yönetilmediğini ve ekoturizm yönetiminin bölgede kurulmadığını gösterir. Fırtına Deresi'nde yapılan hidroelektrik elektrik

santrali de bölgeyi bir ekoturizm destinasyonu olmaktan çıkarmaktadır (Yücel, 2002).

- Malezya'nın Taman Negara Milli Park'ında ziyaretçi sayısı yoğun olması nedeniyle insanlar çevreye aşırı zarar vermektedir. Turist sayısındaki artıştan dolayı yaban hayatı zarar görmüş ve ormanlar çöplerle dolmuştur. Aynı şekilde Kanada'nın en eski ulusal parkı olan Banff Milli Parkı da her yıl milyonlarca ziyaretçi sebebiyle yıpranmaya devam etmektedir (Yılmaz, 2016, 303).

Ekoturizmin savunucuları faaliyetlerinin çevreye zararsız olduğunu düşünmektedir. Bu varsayım, ziyaretçi sayısının az olması ve ziyaretçilerin çevrenin boyutları ile ilgilendikleri ve doğaya saygı gösterdiklerini düşündükleri için yapılmıştır. Ekoturizmde ziyaretçiler yalnızca fotoğraf çekmeye ve ayak izlerini bırakmaya teşvik edilse dahi, sadece insan ayak izlerinin bile doğada iz bırakıyor olması nedeniyle, diğer turizm biçimleri gibi ekoturizmde çevresel etkilerinin olduğunu göstermektedir. Ekoturizmin çevre üzerinde yıkıcı olma potansiyelini planlı çalışmalarla ortadan kaldırılabileceğimiz gibi diğer turizm türlerine göre daha fazla talep görür hale getirebilmesi mümkündür (Ramirez and Santana, 2019, 45).

Ekoturizmin çevreye olan etkisini azaltmaya yönelik olarak aşağıda verilen önlemlerin alınması gerekmektedir:

- Ziyaretçiler için özel yürüyüş yolları hazırlanarak, daha fazla yaya trafiğinden faydalanılmalıdır,
- Motorlu araçlar için oluşturulacak olan otoparkların uzak bölgelerde konumlandırılması ve park içerisinden toplu ulaşımın kullanılmasıyla hava kirliliğinin azaltılmasına katkı sağlanmalıdır,
- Bozulmamış doğanın tehlikesiz bir şekilde görülebilmesi için seyir terasları hazırlanarak, çok sayıda ziyaretçinin doğa zarar vermeksizin ziyaret etmesinin önü açılmalıdır (Yılmaz, 2016, 303),
- Ziyaretlerin yaban hayvanlarının üreme ve yavrulama gibi kritik zamanlarına göre planlanmasıyla, bölgede yaşayan hayvanların varlığının korunmasına dikkat edilmelidir (Ramirez and Santana, 2019, 45),
- Bölgede ekolojik yapıya uyumlu, görüntü kirliliğine sebep olmayan koruma amaçlı uyarı levhaları kullanılmasına özen gösterilmelidir.

1.5.2. Ekoturizmin Sosyal ve Kültürel Etkisi

Ekoturizm kültürel ve sosyal iletişimi kuvvetlendiren yaşanan çevredeki insanlarla ziyaretçiler arasında etkili bir öğrenme fırsatı sunan turizm türüdür. Ekoturizm çevre duyarlılığını artırma ve kültürel iletişimi sağlama gibi görevleri de üstlenmektedir (Kızanıklı, 2019, 130). Ekoturizm birçok kültürü biraya getirerek sosyal ve kültürel anlamda etkileşim içinde olma, yerel halka ekonomik fayda yaratma, istihdam oluşturma ve göç durumlarını engelleme gibi etkileri vardır. Bunların yanı sıra sosyal ve kültürel olumlu etkileri ise, yerel bölgelerde eğitim olanaklarının artırılması, sağlık hizmetlerinin iyileştirilmesi, temel ihtiyaçların temininin kolaylaştırılması, yaşam standartlarının artırılması, kültürel değerlerin korunması ve gelecek kuşaklara aktarılması olarak ifade edilmektedir (İTÜ KAEM, 2018, 11).

Ekoturizmin destinasyonlarda sağladığı sosyo-kültürel yararları aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (Kasalak ve Akıncı, 2015, 193):

- Alt yapı ve üst yapı sistemlerinin gelişmesine katkı sağlar, bölge halkının hizmetlerden faydalanmasına olanak tanımaktadır,
- Toprakların verimli kullanılması desteklenerek, doğal bitki örtüsünün tahrip olmamasına olanak sağlamaktadır,
- Ekoturizm faaliyetlerinin yapıldığı milli park ve koruma alanları kendi bütçelerine katkı yapmaktadır,
- Doğal mirasın korunmasına hizmet etmektedir,
- Ekoturizm ile yerel kültürlerin korunması ve gelecek kuşaklara miras bırakılması kolaylaşmaktadır,
- Ekoturizm yerel ürünlere olan talebi artırır ve bölgenin kalkınmasını desteklemektedir.

Sosyal ve kültürel açıdan ülkemizde İzmir'in Şirince ilçesinde yapılan ekoturizm faaliyetleri incelendiğinde; yöre halkının yapılan hizmetlerden yararlanıyor olması, halkın el sanatları ürünlerini, el yapımı zeytinyağı, sabun gibi ürünlerini ziyaretçilere tanıtması, ekoturizm faaliyetlerinden elde edilen gelirlerin yöredeki evlerin yenilenmesinde kullanılması gibi unsurların, ekoturizmin sosyal, kültürel ve ekonomik bakımdan olumlu katkılarının olabileceğini göstermektedir (Yücel, 2002).

Ekoturizmin sosyal ve kültürel anlamda olumlu etkileri olduğu gibi olumsuz etkileri de bulunmaktadır. Ekoturizm faaliyeti gelişmekte olan bir bölgede çok yoğun bir şekilde gerçekleşmesi ve ziyaretçilerin ekonomik durumlarının yerel halkın ekonomik durumlarının çok üstünde olduğu durumlarda, yerel halk açısından rahatsız oluşturmaları mümkün olmaktadır. Bu gibi durumlar birçok sıkıntıyı beraberinde getirmektedir. Örnek olarak Nepal’de bulunan Chitwen Milli Parkı’nı ziyaret eden kişilerin aynı bölgeden olmaması ve bölge halkının sorunlarını göz ardı etmesi gibi durumlar söz konusu olmuş, yerel halkın ziyaretçiler hakkında tutumu olumsuz yönde değişmiştir. Milli parkta yaban hayatına zarar verilmesi, yerlilerin parkta çalışmasının kısıtlanması ve bölgedeki fiyatlarda görünen artış gibi olumsuzluklar, o bölgede yaşayan insanlar açısından sıkıntıların oluşmasına neden olmaktadır (Erdoğan, 2003, 159).

1.5.3.Ekoturizmin Ekonomik Etkisi

Ekoturizm bozulmamış alanlarda, doğal güzellikleri ve kültürel değerleri içerisinde barındıran turizm etkinlikleriyle uzun vadede ekonomik fayda yaratmaktadır (Kuter ve Ünal, 2009, 152). Ekoturizme yerel topluluklar tarafından etkin bir şekilde katılım gerçekleştiğinde gelir getirici fırsatlar sunmaktadır (Scialabba and Williamson, 2004). Bu süreçte ekoturizmin ekonomiye katkıda bulunması açısından doğrudan, dolaylı ve uyarılmış olmak üzere üç etkisi bulunmaktadır. Bir ekoturizm işletmesinde harcanan para ekoturizm kaynaklarından kazanılmakta ise bu duruma doğrudan etki adı verilmektedir. Ekoturizm işletmesi yöredeki diğer işletmelerden mal ve hizmet alımı yapıyor ise, bu duruma da dolaylı etki denilmektedir. Ekoturizm hizmetlerinde çalışanların maaşlarının bir bölümü ile ekoturizm işletmesinden mal ve hizmet satın almaları ise uyarılmış etki olarak ifade edilmektedir (Demir ve Çevirgen, 2006, 70).

Destinasyon alanlarındaki ekoturist harcamaları yerelde birçok kez el değiştirmekte ve bu durumda çarpan etkisi yaratmaktadır. Fakat yerelde gerçekleşen para akışı içerisinde elde edilen gelirlerden bölge dışına para akışı gerçekleşiyorsa, ekonomik açıdan sızıntılara sebep olması mümkündür (Fennell, 1999). Ayrıntılı bir şekilde ekoturizmin ekonomik etkileri incelendiğinde, bu etkiler olumlu ve olumsuz olmak üzere iki grupta incelenmiştir:

Ekoturizmin olumlu ekonomik etkileri (Kuter ve Ünal, 2009, 150):

- Ekoturizm ile ilgili yöresel ürün satışları, seyahat hizmetleri, konaklama gibi faaliyetler yöreye ekonomik fayda yaratmaktadır,
- Yerel ekonomiye canlılık kazandırarak yeni iş imkânları sağlamaktadır,
- Arazilerin verimli kullanılmasını, çevrenin biyolojik çeşitliliğine zarar vermeden etkili bir şekilde kullanımını desteklemektedir.

Ekoturizmin Olumsuz Ekonomik Etkileri (Taş, 2012, 54-55):

- İşletmeler tarafından kaynakların etkin kullanılmaması, arazilerin değerinden fazla fiyatlara satılması gibi nedenlerle bölgede fiyatların yükselmesine neden olmaktadır,
- Vergiden kaçırma, bölgeye dışarıdan gelen çalışanlar ve yatırımcılar gibi istenmeyen unsurların olması mümkündür,
- Yöredeki işletmelerin ve ziyaretçilerin doğal kaynakları verimli bir şekilde kullanılmasına dikkat etmeleri gerekmektedir,
- Sadece yerelde üretilen ürünlerin kullanılması ve istihdama ödenen ücretler yerel enflasyona neden olabilmektedir.

Bunların yanı sıra ekoturizmin istihdam yaratmak üzere de bazı etkileri bulunmaktadır. Bunlar sırasıyla (Lindberg, 2001, 363-375):

- Ekoturizm bölgenin kaynaklarının dengeli kullanarak korunmasına yardım etmektedir. Aksi takdirde kaynaklarda azalmaların olabilmesi mümkündür,
- Ekoturistler, bölgeye ekonomik fayda sağlayacağı için bölge halkının refah düzeyi yükselmektedir,
- Bununla birlikte bölge halkı ekonomik kazanç elde ettiğinden ekolojiye zarar verilmesine de engel olmaya çalışılmaktadır.

1.6. Ekoturizm Kapsamında Yapılan Faaliyet Türleri

Temel kaynağı doğa olan ekoturizm; gerçekleştirdiği faaliyetleri de doğadan seçmektedir. Doğayı koruma bilinciyle doğanın el değmemiş alanlarında bulunan akarsu, göl, şelale, kanyon gibi oluşumlarının yanında anıt ağaçların, floranın ve faunanın eşsiz güzelliklerini ziyaretçilerine sunabilmektedir. Tüm bunları

gerçekleştirirken de doğanın bozulmasını engelleyici çaba göstermektedir (Genç, 2017, 186).

Birçok araştırmada ekoturizm faaliyetleri genel olarak öğrenmeye, eğlenceye ve dinlenmeye yönelik olarak üç ana grupta ele alınmaktadır. Bu üç ana grup Şekil 1’de gösterilmektedir (Polat, 2006, 51; Tetik, 2012, 106; Akyurt, 2019a, 356). Ekoturizm dahilinde ziyaretçilerin gerçekleştirebilecekleri çok sayıda alt faaliyet türü bulunmaktadır. Bu yönüyle farklı turist grupları için farklı faaliyetlere sahip olduğunu söylemek mümkündür. Değişen turist davranışları ve talep artışı ile turistlerin beklentilerini karşılamak amacıyla ekoturizm kapsamında yapılan faaliyetlerin çeşitlendirilmesi ihtiyaç haline gelmiştir. Fakat tüm bu faaliyetler turistlere sunulurken doğanın korunması bilincinden uzaklaşılması ekoturizmin en önemli amacıdır (Akyurt, 2019a, 357).



Şekil 1. Ekoturizm kapsamında yapılan faaliyet türleri (Akyurt, 2019a, 357; Tetik, 2012, 106; Polat, 2006, 51).

Ekoturizm yerel ve kültürel değerlere sahip çıkarak doğal bölgelerin korunmasına katkıda bulunan bir seyahat türü olmasının yanında doğada yapılan etkinliklerin hepsini ekoturizm kapsamında değerlendirmek doğru değildir. Günlük yaşantımız içerisinde herhangi bir faaliyeti gerçekleştirirken doğada karşılaştığımız bir sahneyi fotoğraflamamız ekoturizm kapsamında değerlendirilemez. Ekoturizm kapsamında yapılan etkinliklerin kültürel değerlere önem vermesi ve bölge halkının

refahına sosyal, kültürel ve ekonomik yönden fayda da yaratıyor olması da beklenmektedir (Demirbulat, 2018, 58).

1.6.1. Eğlenmeye Yönelik Ekoturizm Faaliyetleri:

Akarsu Turizmi: Genel olarak küçük gruplar halinde katılan ziyaretçilere doğa içinde macera yaşama ve eğlenme imkânını bir arada sunmakta olan bir turizm çeşididir. Akarsu turizm rafting, kano, nehir botu ve akarsu kayağı gibi sportif aktiviteleri içermekte olup en çok bilineni ise raftingdir. Rafting; 6 ya da 8 kişilik gruplardan oluşan ekipler tarafından yapılan bir faaliyettir (Albayrak, 2013, 203). Hem rafting hem de kano akış hızı yüksek nehirlerde gerçekleştirilen birer faaliyet olmasına rağmen rafting de şişme botlar kullanılırken kanoda uzun ve ince botlar kullanılmaktadır (Demirbulat, 2018, 62).

Atlı Doğa Yürüyüşü: Atlı doğa yürüyüşleri tarihi ve doğal unsurların bir arada bulunduğu bölgelerde ziyaretçilerin temel bir binicilik eğitimi olarak gezi programları aracılığıyla yapılabilmektedir. Atlı geziler grup liderlerinin gözetiminde ve en fazla 2 saat süreyle yapılmaktadır (Erdoğan, 2003, 142). İnsanların doğaya duydukları özlemin artmasıyla atlı doğa yürüyüşlerine de ilgi her geçen gün artmaktadır. Ziyaretçilere doğa içinde zaman geçirmek, atları tanımak ve keşfetmek farklı deneyimler yaşatmaktadır (Kılıç, 2019, 35).

Av turizmi: Eski dönemlerde avcılık faaliyetleri insanların temel ihtiyaçlarını karşılarken günümüzde ise meraklıları tarafından gerçekleştirilen bir turizm faaliyetidir. Av turizmi belirli standartlara uygun ve bilinçli olarak yapılması gerekmektedir. Bilinçsizce yapılan avlanma faaliyetleri canlı türlerine çok ciddi şekilde zarar vermektedir (Albayrak, 2013, 220-222). Belirli bir eğitim alındıktan sonra yapılan av turizmi, çevreye zarar vermeden sadece olgunlaşmış hayvanların avlanması ile yapılmaktadır. Av turizminin yapıldığı bölgelerde usulsüz avlanma azalmakta avlanma kontrol altına alınmaktadır. Ayrıca av turizmi A grubu seyahat acenteleri aracılığıyla gerçekleştirilmektedir (N. Kozak, M.A. Kozak ve M. Kozak, 2018, 35).

Balon Turizmi: Dünya’da ortaya çıkışı 18.yy sonlarına doğru olan balonla uçuş, ülkemizde de ilgi çekici bir turizm faaliyetidir. Balon, içine doldurulan sıvı propan gazının ısıtılması ile havalanmaktadır ve ortalama 3 saat havada kalmaktadır

(T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2020a). Balon gezileri ziyaretçilerine aynı zamanda birçok yeri görme fırsatı sunmaktadır. Dağ yürüyüşleri ve bisiklet gibi etkinliklere katılamayan belirli bir yaş üzerindeki ziyaretçiler için balon turları tercih sebebi olabilmektedir (Tetik, 2012, 111).

Bisiklet Turizmi: Günümüzde farkındalığı yeni oluşan bisiklet turizmi, dünyada ivme kazanarak gelişmeye devam etmektedir. Bisiklet yollarına yapılan yatırımlar, bisiklet rotaları ve bisikletle ilgili etkinlikler artırılmıştır. Bisiklet; doğada ulaşımı zor alanlarda kolay kullanımı, her alandan kolaylıkla geçmesi, diğer ulaşım araçlarına göre hafif olması, kısa zamanda daha fazla destinasyon görülebilmesi gibi avantajlara sahiptir (Erdoğan, 2003, 143).

Dağcılık: Hava kirliliği birlikte yaşanmaz hale gelen kentlerin yerine dağların temiz havasından yararlanmak için yaptıkları turizm türüdür (Kozak vd, 2018, 33). Dünya'nın birçok yerinde yapılan yürüyüş, buz ve kaya tırmanışını içine alan etkinliktir. Bu tür etkinliklere katılan bireyler doğada yapılan aktivitelere katılmayı seven, doğaya saygı duyan, heyecanlı etkinliklerden keyif olan kişilerden olmaktadır (Türkmen, 2018, 140).

Dağ ve Doğa Yürüyüşü: Trekking uzun ve zorlu yolculuk anlamına gelmektedir. Türkiye Alp Himalaya kıvrımı üzerinde yer aldığı için dağ ve sıradağlar bakımından zengin bir ülkedir. Dağ ve doğa yürüyüşleri her mevsim yapılabilme potansiyeli olan turizm faaliyetidir (Akpınar ve Bulut, 2010, 1581). Trekking bir yerden diğer bir yere ulaşmak amacıyla yavaş tempoda yapılan yürüyüşler olarak ifade edilmektedir. Treeking için özel ekipman ve mevsime göre giyim malzemelerine de ihtiyaç duyulmaktadır (Pekerşen, 2019, 505).

Hava Sporları: Hava sporları; yamaç paraşütü, planör, balon, delta kanat gibi araçlarla yapılabilen sporlardır. Heyecan ve macera tutkunları tarafından bu spora ilgi her geçen gün artmaktadır (Er z, 2016, 65). Adrenalin ve özgürlük duygusunun ön planda olduğu macera sevenlerin kendilerini iyi hissettikleri hava sporu turizmi, ilgi çekici ekoturizm faaliyetleri arasındadır (Avan, 2019, 201).

Olta Balıkçılığı: Boş zamanları değerlendirmek amacıyla yapılan sportif olta balıkçılığı tüketim amacının öncelikli olmadığı spor ve iyi zaman geçirmek için gerçekleştiren bireysel olarak yapılan balık tutma aktivitesidir. Sportif olta balık ığı doğaya daha az zarar vermeye çalışan ekoturizm etkinliği olsa da uzun dönemde

sürdürülebilirlik açısından tehlike unsuru oluşturmaktadır. Bu yüzden bazı koruma ve sınırlama politikaları uygulanmıştır. Örneğin, Amerika'nın kıyı bölgelerinde balık sayılarında azalmalar meydana gelmiş ve sportif olta balıkçılığının da etkisi görülmüştür (Yılmaz, 2008, 74).

Safari Turları: Ekoturizm etkinliklerinden olan safari turları aynı zamanda doğa keşfi olarak da tanımlanmaktadır. At safari ve cip safari olarak adlandırılan safarilerin bilinçsizce yapılmasından kaynaklanan çevre sorunları, çevreyi koruyan kişiler tarafından eleştirilmektedir (Polat, 2006, 57). Safari etkinlikleri yapılırken çevre korumasına önem verilmeli ve etkinlikler planlı bir şekilde yapılmalı, yarışa katılan bireylere ön bilgi verilerek çevre bilinci oluşturulmalıdır (Tetik, 2012, 111).

Sualtı Dalış Turizmi: Sualtının maceralı dünyası ve doğayı tanıma isteği merak duygusuyla birlikte insanlarda sualtını keşfetme isteği uyandırmıştır (Eröz, 2016, 63). Su altında merak edilen unsurların başında; su altında doğal yaşam, batık gemi ve uçak, su altı müzeleri ve mağara ve kanyonlar gelmektedir. Su akıntıları ve iklim farklılıklarıyla canlı türlerinde artış meydana gelmiş ve endemik türlerin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Türkiye'nin ılıman iklim kuşağında olması çeşitli canlı türleri bakımından zengin olduğunun göstergesidir ayrıca ülkemizde dört mevsim dalış yapılabilmektedir. Dünyada çok tercih edilen dalış bölgeleri; Kanarya Adaları, Maldiv Adaları, Kızılırmak, Avusturalya iken Türkiye'de ise sualtı dalış Saroz Körfezi, Balıkesir, Muğla ve Antalya'da yapılabilmektedir (Örgün, 2019, 456).

1.6.2. Öğrenmeye Yönelik Ekoturizm Faaliyetleri:

Botanik Turizmi: Botanik, flora çeşitliliği olan yerlerde bitkileri araştıran bir bilim dalıdır. Botanik turizmi belirli bitki türlerinin incelenmesinin yanı sıra botanik bahçelerinin ziyaret edilmesi şeklinde de gerçekleşmektedir. Botanik bahçeleri ziyaretçilere dinlenme, iyi vakit geçirme, kişilerin bitkilere olan merakını giderme imkânını tanımaktadır. Botanik turizmi, tur lideri eşliğinde genellikle küçük gruplar halinde yapılmaktadır.

Botanik turizminin kendine özgü özellikleri bulunmaktadır. Bu özellikler (Albayrak, 2013, 141-143):

- Botanik turizminin yapıldığı alanlarda bölgenin doğal bitki koruma altına alınmaktadır,

- Botanik turizmi bitkilerle ilgili bazı bilimsel çalışmaları da yapma fırsatı sunmaktadır,
- Botanik turizmi alanında uzman kişilere ihtiyaç duyulan bir turizm çeşididir,
- Botanik turizmi çok fazla yatırıma gerek kalmadan yapılabilir,dir,
- Botanik turizmine katılan kişiler genelde özel ilgi alanları olan ve hazırbulunuşlukları yüksek kişilerden oluşmaktadır,
- Nadir bitki türlerinin botanik turizmiyle geliştirilmesi bölgenin ekonomik seviyesini artırır, yeni iş gücü olanaklarına fırsat sağlamaktadır,
- Botanik turizmi bölgenin doğal yapısının korunmasında ve çevre halkının bu konuda bilinçlendirilmesinde önemli yer bir yere sahiptir.

Doğa Fotoğrafçılığı: Doğayı meydana getiren unsurların çeşitliliği ve estetik özellikleri fotoğrafçıların daima önemli konularını oluşturmuştur. Fotoğrafçıların doğaya olan tutkusu “doğa fotoğrafçılığı” adında bir alt alanın oluşmasını sağlamıştır. Doğada istenilen fotoğrafın yakalanması için hazır bulunmak gerekmekte olup bu özelliğiyle ziyaretçilerine eşsiz deneyimlerin yanı sıra eğlenme ve heyecan yaşama imkanını da tanımaktadır (Polat, 2006, 51).

Jeomorfolojik Oluşum İzleme Faaliyeti: 2002 yılında Amerika Seyahat Endüstrisi ve Ulusal Coğrafi Seyahat Magazini’nde ilk kez jeoturizm olarak kullanılmıştır. Bu faaliyet türünün ilgi odağında jeolojik, jeomorfolojik yapıların yanı sıra kıyılar, göller, kanyonlar, jeotermal kaynaklar, mağaralar ve doğal anıtlar girmektedir. Bu faaliyet kapsamında son zamanlarda mağaralara yapılan ziyaretler de artış yaşanmıştır. Mağaralara yapılan ziyaretlere mağara turizmi de denilmektedir. Mağara turizmi ekoturizm açısından değerlendirildiğinde ziyaretçilerine başta bilimsel olmak üzere görsel ve sportif olanaklarda sunmaktadır. Mağara oluşumlarının sunduğu görsel güzelliklerin yanı sıra mağaraların binlerce yıl öncesinden izler taşıyor olması, ekoturizm açısından cazip bir etkinlik haline gelmesini sağlamaktadır (Tetik, 2012, 108).

Kuş Gözlemciliği: Kuş gözlemi Türkiye’de henüz çok bilinen bir faaliyet olmayıp birçok farklı kuş türünün yaşadığı Türkiye, üreyen kuşların zenginliği bakımından Avrupa’nın lideri konumundadır. Bu zenginliğin oluşmasında Türkiye’nin fiziki konumu ve kaynaklarının yanı sıra bitki çeşitliliği ile kuş göç

yolları üzerinde bulunması önemli bir rol oynamaktadır (Akpınar ve Bulut, 2010,. 1580).

Kültür Turizmi: Bireylerin kültürel ihtiyaçlarını gidermek amacıyla yeni tecrübe ve deneyimler edinmek için gittikleri yerlerde yaptıkları kültürel gezilerdir. Kültür turizminin kapsamlı tipolojisini özetleyecek olursak; arkeolojik kazı alanları ve müzeler, gösteri sanatları, tiyatro ve kültür merkezleri, gastronomi, özel ilgi alanları, geleneksel el sanatları, dini alanalar, festival ve etkinlikler, dil öğrenme, eko-müze ve milli park gibi koruma alanları gibi birçok farklı özelliklere sahiptir (Eröz, 2016, 33-35).

Tarım/Çiftlik Turizmi (Agroturizm): Vahşi ve tarımsal ekosistemlerin birleştirildiği kırsal arazilerde oluşturulan çiftliklerde gerçekleştirilen tarımsal ekoturizm faaliyetleridir. Doğal habitatlara sahip çeşitlendirilmiş bir tarım ortamının, bozulmuş veya kirliliğe maruz tarım alanlarına göre daha büyük bir estetik ve rekreasyon potansiyeline sahip olduğu açıktır. Avrupa'da tarım-çevre politikaları çoğu zaman organik tarım faaliyetlerini doğanın korunması için en etkili araç olarak desteklemiştir. Çiftliklerde gerçekleşen bu ekoturizm faaliyetiyle doğada bulunan habitatların biyoçeşitliliğine önemli derecede katkısı bulunmakta olup çiftliklerde yaşayan ailelere kuş gözlemciliği gibi faaliyetler için ziyaretçilerden gelir elde edebilmelerine veya tarımsal ekoturlarda aktif olarak yer almalarına imkan sağlar. Bazı yerlerde tarımsal ekoturizm, küçük çiftçilere biyolojik çeşitlilik dostu tarım yönetimini taahhüt etmeleri için güçlü bir ekonomik teşvik sağlar. Tarım faaliyetlerinin aşırı derecede azaldığı bölgelere kıyasla ekoturistler için daha cazip bir ekolojik değer sağlamaktadır (Scialabba and Williamson, 2004). Bu ekoturizm faaliyeti, insanları doğa ve kırsal alanlara daha yakın olmasının yanında güzel manzaralara ve taze ülke lezzetine sahip çıkar hale getirmektedir. Ayrıca, tarımsal ekolojik çevrenin korunmasını güçlendirip tarımsal ürünlerde kalite bilincinin gelişmesine yardımcı olmaktadır (J. Liu, Zhang and Z. Liu, 2017).

Yaban Hayatı Gözlemleme: Genel bir tanımla ekoturizmde yaban hayatı turizmi faunanın gözlemlenmesine dayalı yapılan faaliyetlerdir. Temelinin yaban hayatına dayandığı yaban hayatı gözlemleme, en az bir turizm ürününün ya da hizmetinin bulunduğu turizm türüdür. Yaban hayatında vahşi yaşam öğelerine yer verilmektedir. Yunus ve balina gözlemlemek için yapılan turlarda ekoturizm

kapsamında yapılan yaban hayatı gözlemleme faaliyetleri arasında yer almaktadır (Erkol Bayram, 2019, 676). Vahşi ve nesli tükenen hayvanları incelemek için gerçekleştirilen yaban hayatı gözlemleme faaliyeti milli parklar, koruma alanları ve doğal ortamlarda gerçekleştirilebilir (Tetik, 2012, 106).

1.6.3. Dinlenmeye Yönelik Ekoturizm Faaliyetleri:

Kamp Karavan Turizmi: Doğada gerçekleştirilen turizm etkinliklerine ziyaretçilerin kısa süreli çadır ve karavanla katılım sağlamalarını içermektedir. Kamp karavan faaliyetlerinin ekoturizmin koşullarına göre yapılması gerekmektedir. Çevreye ve yaban hayatına zarar verilerek yapılan aktiviteler ekoturizm kapsamında değerlendirilemeyeceğinden kamp-karavan faaliyetlerinin planlı yapılmasına, taşıma kapasitesinin üzerine çıkılmamasına ve çevre kirliliğinin oluşmamasına çaba gösterilmelidir (Türkmen, 2018, 140-141).

Sağlık Turizmi: Sağlığını korumayı veya sağlığına kavuşmayı planlayan bireylerin doğal kaynakların tedavi edici imkânlarından faydalanmak, dinlenmek, yeni yerleri görmek ve aynı zamanda tatil yapmak amacıyla gerçekleştirdikleri ekoturizm ziyaretlerine sağlık turizmi denilmektedir (Eröz, 2016, 41). Sağlık turizminin yılın her mevsiminde yapılabilir olması, konaklama süresi ve yapılan harcamalar yönüyle de diğer turizm türlerine göre daha uygun olması tercih sebebi olmasında etkilidir (Polat, 2006, 8).

Yayla Turizmi: Dağların yüksek rakımlı düzlüklerinde gerçekleştirilen yayla turizmi, şehrin kalabalığından uzaklaşmak isteyen ziyaretçilere eşsiz doğal güzelliklerin içerisinde konaklama, dinlenme, nefes alma ve yeni kültürler tanıma fırsatları sunmaktadır. Yayla turizmini tercih eden ekoturistlerin bu ekoturizm faaliyetine katılımları bireysellikten ziyade genelde aile, arkadaş gibi özel gruplarla gerçekleştirilmektedir. Yayla turizmi misafirlerine doğanın tadını çıkarma fırsatı sunmasına rağmen iyi planlanmadığı takdirde olumsuz çevre koşullarını da beraberinde getirmektedir. Bu yüzden ekoturizm faaliyetleri gerçekleştirilirken bölgenin doğal ve yerel dokusuna uygun projeler desteklenmeli ve bölgenin geleneksel değerleri korunarak gelecek kuşaklara en iyi şekilde aktarılmasına çaba gösterilmelidir (Akyurt ve İşler, 2019, 376-377).

İKİNCİ BÖLÜM

2. DESTİNASYONLARDA EKOTURİZM

2.1.Turistik Destinasyon ve Ekoturizm İlişkisi

2.1.1. Destinasyon Kavramı

İnsanoğlunun içgüdüsel olarak sahip olduğu yeni yerleri keşfetme arzusu seyahat eğilimlerinin biçimlenmesinde etkili bir motivasyon kaynağı olmuştur. Turistik seyahatlerin gerçekleştirileceği yeri turizm literatüründe destinasyon kavramı karşılamaktadır. Türk Dil Kurumu (2020) tarafından “varılacak yer” olarak ifade edilen destinasyon kavramına araştırmacılar tarafından birçok farklı tanım yapılmıştır.

Destinasyon en basit ifadeyle gezginlerin tatillerini geçirdikleri yer olarak tanımlansa da turistlerin en az bir gece konakladıkları ve tatillerinde kaliteli vakit geçirmek istedikleri yerleri ifade etmektedir (Ülker, 2010, 7; Bayraktaroğlu, 2019, 26). Ayrıca, destinasyonlar ziyaretçilerine çekici gelebilecek unsurları içerisinde barındırarak farklı deneyimleri de sunmaktadır (Aksöz, 2010, 4). Destinasyon, “bir bölgenin fiziksel sınırları içerisinde çevresindeki diğer yerlere göre farklılığı olan turistlerin seyahat etmek istedikleri turistik unsurlara sahip alanlar olarak” da tanımlanmaktadır (Yüksek, 2014, 2; Dülgeroğlu, Aydemir ve Avcıkurt, 2019, 401).

Turizm sektöründe yer alan birçok kuruluş bir araya geldikleri alanda destinasyon oluşturmaktadır. Destinasyonlar seyahat edenlerin rahatlayarak dinlenebileceği, günlük rutinlerinin dışında farklı yerler keşfederek eğlenbildiği ve boş zamanlarını değerlendirdiği varış noktalarıdır (Tanrısevdi, 2016, 248). Başka bir tanımla; ziyaretçilerin beklentilerini karşılayan, seyahat etmelerini kolaylaştıran kaynak, altyapı ve hizmetleri ziyaretçilerine sunan tatmin edici deneyimler bütünüdür (Higham, 2011, 5).

Varış yeri olarak tanımlanan destinasyonları, yerelden sağlanan tüm ürün ve hizmetlerin yanı sıra kazandırdığı deneyimlerin bir kombinasyonu hatta bir markası olarak kabul etmek mümkündür. Destinasyonlar, varış noktası markası altında tüketilen tüm turizm ürün ve hizmetlerinin birleşimidir (Buhalis, 2000, 97).

Destinasyon alanı, turizm bölgesinin ve kapasitesinin büyüklüğüne göre bazen bir kasabayı bazen bir adayı, şehri, vadiyi veya ülkeyi nitelendirmektedir. Bu yüzden destinasyonların sınırlarının belirlenebilmesi için turizm bölgelerinin iyi tanımlanmış olması gerekmektedir (Bahar ve Kozak; 2018, 31). Destinasyon kavramı hakkında yapılan yorumlara bağlı olarak ziyaretçilerin seyahat güzergahına, kültürel geçmişine, ziyaret amacına, eğitim seviyesine ve geçmiş deneyimlerine bağlı olarak öznel olarak yorumlanabilecek algısal bir kavram olduğu kabul edilmektedir. Örneğin, bir Alman iş insanı için Londra destinasyon olabilirken, haftalık bir turda altı Avrupa ülkesini eğlence amaçlı seyahat eden bir Japon turist için de destinasyon olabilir. Bazı gezginler bir yolcu gemisini varış noktası olarak görürken aynı yolculuktaki diğerleri yolculuk sırasında ziyaret edilen limanları varış noktası olarak algılayabilmektedir (Buhalis, 2000, 97). Destinasyonlar dünyanın herhangi bir bölgesinde sakin bir yer ya da mega yat gibi yüzen bir otel de olabilmektedir (Tanrısevdi, 2016, 248).

Tosun ve Jenkins'e göre (1996, 520) turizm destinasyonları, "destinasyon bölgesi dışından ziyaretçilerin kaliteli vakit geçirmek için çeşitli etkinlikleri gerçekleştirdikleri doğal veya insan yapımı dikkat çekici özelliklere sahip alanlar" olarak tanımlanmıştır.

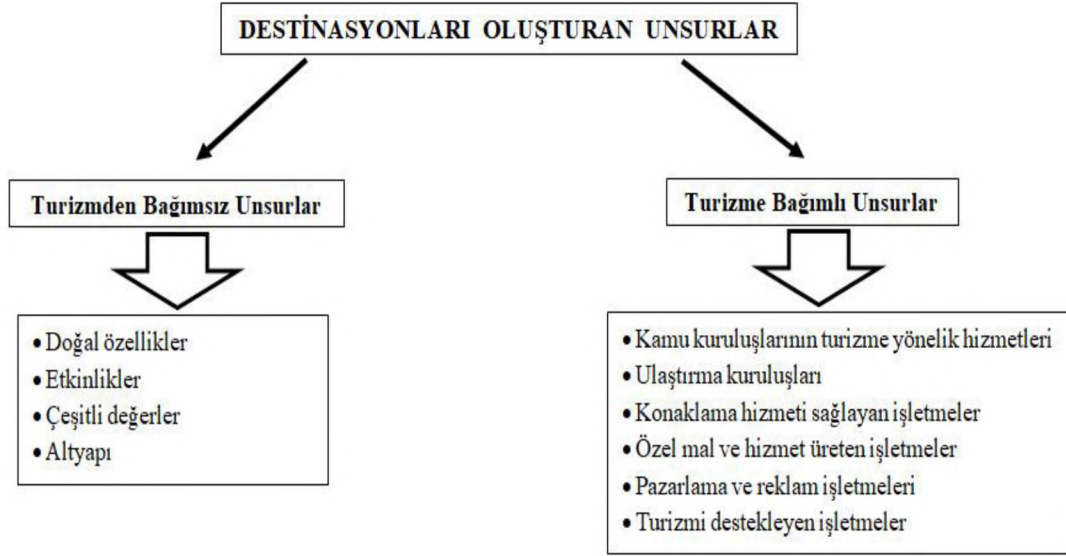
Destinasyonların ziyaretçiler tarafından talep edilmesi için farklı özellikleri ile diğer bölgelere rekabet edebilmesi ve bazı unsurlara sahip olması gerekmektedir (Akyurt ve Atay, 2009, 1).

2.1.1.1. Destinasyonu Oluşturan Unsurlar

Destinasyon hakkında literatürde yer alan çalışmalar incelendiğinde araştırmacılar tarafından destinasyonu oluşturan unsurlar farklı şekillerde kategorize edilmektedir. Her ne kadar yapılan çalışmalarda destinasyonu oluşturan unsurlar farklı şekilde sınıflandırılmış olsalar da içerikleri bakımından genel olarak benzer özellikler göstermektedir (Özgüneş, 2017, 12).

Kozak (2019, 141-143) destinasyonu oluşturan unsurları (Şekil 2), turizmden bağımsız unsurlar ve turizme bağımlı unsurlar olmak üzere iki ana başlık altında ele almaktadır. Destinasyonu oluşturan turizmden bağımsız unsurlar kendi içlerinde doğal özellikler, etkinlikler, çeşitli değerler ve altyapıdan oluşmakta iken turizme

bağımlı unsurlar ise kamu kuruluşlarının turizme yönelik hizmetleri, ulaştırma kuruluşları, konaklama hizmeti sağlayan işletmeler, özel mal ve hizmet üreten işletmeler, pazarlama, reklam işletmeleri ve turizmi destekleyen işletmeler şeklinde sıralanmaktadır.



Şekil 2. Kozak’a (2019, 144) göre destinasyonları oluşturan unsurlar.

Buhalis (2000, 98) destinasyonu oluşturan temel unsurları; çekicilik (attraktions), ulaşılabilirlik (accessibility), olanaklar (amenities), yardımcı hizmetler (ancillary services), aktiviteler (activities) ve mevcut paketler (available packages) olarak altı bölüme ayırmaktadır (Tablo 1). Buhalis söz konusu unsurları İngilizce isimlerinin baş harflerinin “a” harfi ile başlaması nedeniyle 6A olarak kodlamaktadır.

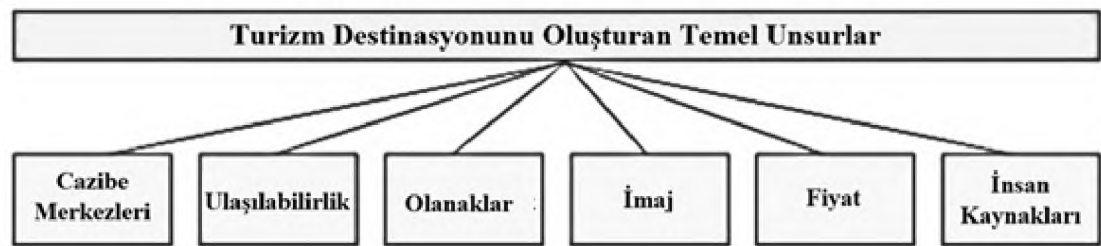
Tablo 1

Destinasyonu oluşturan temel unsurlar (6A)

Çekicilik (Attraktions)	Doğal, insan yapımı, özel amaçlı oluşumlar
Ulaşılabilirlik (Accessibility)	Güzergahlar, terminaller ve ulaşım hizmetlerinde kullanılan tüm araçlar
Olanaklar (Amenities)	Konaklama ve yeme-içme tesisleri, perakende satış ve diğer turistik hizmetler
Yardımcı Hizmetler (Ancillary Services)	Bankalar, telekomünikasyon, posta ve gazete bayileri, hastaneler v.b. turistler tarafından kullanılan hizmetler
Aktiviteler (Activities)	Varı noktasında bulunana tüm aktiviteler ve turistlerin ziyaret sırasında gerçekleştirecekleri faaliyetler
Mevcut Paketler (Available Packages)	Turizm işletmeleri tarafından önceden düzenlenmiş tur paketleri

Not. (Buhalis, 2000, 98)kaynağından yararlanılarak oluşturulmuştur.

Dünya Turizm Örgütü (UNWTO, 2007) göre destinasyonlar, ziyaretçiyi varış noktasına çeken ve varışta ihtiyaçlarını karşılayan bazı temel unsurlara sahip olan alanlar olarak nitelendirilmektedir. Bu temel unsurlar; cazibe merkezleri, ulaşılabilirlik, imaj, fiyat, olanaklar ve insan kaynakları olmak üzere altı gruba ayrılmaktadır.

*Şekil 3. Dünya Turizm Örgütü (UNWTO, 2007) göre turizm destinasyonunu oluşturan unsurlar.*

Cazibe Merkezleri: Destinasyonları oluşturan temel unsurların başında turistlerin yeni yerleri görme, keşfetme, deneyimleme gibi turizm eğilimlerine yönelik cazibe merkezleri yer almaktadır. Cazibe merkezleri kendi aralarında doğa

içinde bulunan yerler, kültürel değeri olan yerler ve tarihi yerler şeklinde kategorilere ayrılır: Doğa içinde bulunan yerler; dağlar, akarsu ve şelaleler, parklar vb.; Kültürel değere sahip yerler; müzeler, tiyatrolar ve galeriler vb.; Tarihi yerler; Kiliseler, saraylar, köprüler vb. (UNWTO, 2007, 1-2).

Ulaşılabilirlik: Turizm destinasyonu ile ilgili olarak ulaşılabilirlik, gelen ve destinasyondan ayrılan ziyaretçilerin ulaşım olanaklarından faydalanması ile ilişkilidir. Her geçen gün gelişen ve sürekli yenilenen ulaşım sistemleri ziyaretçilerle destinasyon arasındaki mesafeyi kısaltmaktadır. Alternatif ulaşım olanaklarının da varlığı, bisiklet yollarının olması ziyaretçilerin destinasyondan memnun kalmasını sağlayacaktır (Toprak ve Abedtalas, 2017, 56).

Olanaklar: Turistlerin destinasyonlarda konaklamasının sağlanması ve geniş hizmet alanlarının çeşitli imkânlarla sunulmasıdır. Destinasyonlarda kaynakların etkin bir şekilde kullanılması, korunması ve geliştirilmesi gerekmektedir. Destinasyonlarda; yollar, kaldırımlar, parklar vb. temel kamu hizmetlerine ait altyapıların yanı sıra turistlere doğrudan hizmet sağlayan konaklama işletmeleri, cazibe merkezleri, yeme-içme, alışveriş merkezleri ve rehberlik hizmetleri, danışma merkezleri gibi olanaklar mevcuttur (Mengü, 2017, 2137-2149).

İmaj: Turistlerin bir destinasyonu ziyaret etme amaçları arasında o bölgenin imajı etkili bir unsur olmaktadır. İmaj, turistlerin o bölge hakkında hafızalarında oluşturdukları görüntüleri canlandırmaktadır. Ziyaretçilerin destinasyon hakkında düşüncelerini olumlu ya da olumsuz değiştirebilir. Olumlu imaj merak duygusu ve görme isteği uyandırırken, olumsuz imaj ise, memnuniyetsizlik yaratabilmektedir (Albayrak, 2013, 17). İmaj konusuna daha detaylı bir şekilde gelecek bölümlerde yer verilecektir.

Fiyat: Fiyatlandırma, destinasyonun diğer destinasyonlarla rekabetinde önemli önemli bir unsurdur. Fiyat, destinasyona ulaşımın yanı sıra konaklama, yeme-içme ve tur hizmetleri gibi maliyetlerin tümünü kapsamaktadır (UNWTO, 2007, 1-2). Turistlerin karar verme sürecinde destinasyon pazarlama unsurlarından fiyat destinasyon seçimini belirlemelerinde etkili olmaktadır. Turistler turistik ürünleri çok boyutlu inceleyerek, fiyatlarına göre alternatifleriyle karşılaştırma yaparak satın alma eğilimine gidebilmektedirler. Bu kapsamda ürüne ait satış fiyatı, destinasyonun ileriye dönük olarak karlılık seviyesinin tahmin edilmesine yardımcı olmaktadır.

Fiyatlandırmada, destinasyonun yanında işletmelerin ve turistlerin de menfaatlerinin gözetilmesi gerekmektedir (Ünal, 2018, 56).

İnsan Kaynakları: Turizm, insan odaklı bir sektördür. Turizm işletmelerinde ürünlerin üretilmesinde ve tüketilmesinde insan faktörü etkili bir unsurdur (Meydan Uygur, 2017, 383). Destinasyonu oluşturan unsurlar arasında yer alan insan kaynakları önemli bir yere sahiptir. Turizmin gelişmesi ve destinasyonların tanıtımlarının farkındalık oluşturulacak şekilde yapılması için eğitilmiş ve kendini geliştiren turizm personellerine ihtiyaç duyulmaktadır (Mengü, 2017, 2137-2149).

2.1.1.2. Destinasyonların Özellikleri

Farklı konumu, kültürel değerleri, tarihi gibi kendine özgü öğeleri bulunan destinasyonları birbirinden ayıran birçok özellik bulunmaktadır (Yüksek, 2014, 8-9). Turizm işletmeleriyle, turistik cazibe unsurlarıyla, yerel halkı ve yerel yönetimleriyle, her bir destinasyonun kendi içinde farklılık gösterdiğini söylemek mümkündür (Aksöz, 2010, 6). Her destinasyon kendine özgü unsurlara sahip olsa da genel olarak benzer özellikler taşımaktadır (Tanrısevdi, 2016, 249).

Akyurt'a (2008, 7) göre; destinasyonların genel olarak sahip olduğu özellikler aşağıdaki şekilde sıralamaktadır:

- Destinasyonlar toplumsal, kültürel aynı zamanda fiziki nitelikleri ifade etmektedir,
- Destinasyonlar içten ve dıştan gelebilecek etkilere karşı reaksiyon göstermektedir,
- Destinasyon belirli bir alanı ya da birbiri ile ilişkili kümelenmiş birden çok alanı da kapsamaktadır,
- Turistlerin destinasyon seçiminde fiyatlar önemli bir tercih unsuru olmaktadır,
- Destinasyonlarda çekicilik unsuru tarihi olaylar, yaşanmışlıklar ve bölgede anlatılan mitlerden yararlanılarak oluşturulabilmektedir,
- Destinasyonlar orada ikame eden insanlar için yaşadıkları yer iken ziyaretçiler için de gitmek istedikleri hayalini kurdukları yeri ifade etmektedir,

- Destinasyonlar geçmiş hadiselerden oluşabileceği gibi günümüzde yaşanan hadiselerden de iyi ya da kötü yönde etkilenmesi mümkündür.

Kılınç (2019, 99-100), destinasyonun özellikleri farklı bir bakış açısıyla ele almıştır. Destinasyonların özelliklerini birincil ve ikincil özellikler şeklinde gruplandırmıştır. Birincil özellikler; iklim, geleneksel mimari, ekoloji, kültürel değerlerden oluşurken, ikincil özellikler ise ziyaretçilerin talepleri karşılamaya yönelik insanlar tarafından oluşturulmuştur. Örneğin; konaklama, eğlenme, yiyecek içecek gibi olanaklar ikincil özellik de yer almaktadır.

Bazı araştırmacılar destinasyonları pazarlama açısından ürün olarak değerlendirmektedir (Tosun ve Jenkins, 1996, 521). Destinasyon ürünü; aktiviteler, konaklama, yeme-içme gibi turizme yönelik hizmetler ve bölgenin kültürü, geleneksel mimarisi, doğal manzaralarını da içerisinde bulunduran ticari kaygı taşımayan deneyimlerden oluşmaktadır (Erbaş, 2019, 100). Ürün olarak değerlendirilen destinasyonların özellikleri dört madde ile sıralanmaktadır (Akyurt, 2008, 7; Özdemir, 2014, 7; Meydan Uygur, 2017, 211; Ünal, 2018, 18):

- Destinasyonların sunduğu olanaklar arasında farklılıklar oluşmaktadır. Bu farklılıklar doğrudan ve dolaylı olmak üzere turizm ürünlerini ikiye ayırmaktadır,
- Destinasyonlar ziyaretçilerin hizmet ve deneyimlerinin sonunda ortaya çıkmaktadır. Destinasyon ürünü ziyaretçiler tarafından farklı anlamlar kazanabilir ve ziyaretçiler destinasyon deneyimleri hakkında dış faktörlere karşı bağımlı değildir,
- Destinasyonlar yerel, ulusal ve uluslararası olmak üzere üç farklı boyutta değerlendirilir. Ürün olarak değerlendirilen destinasyonların yönetilmesinde, pazarlanmasında ve talep edilmesinde farklılıklar oluşması kaçınılmazdır,
- Destinasyonlar özellikleri açısından birçok ögeyi bir arada sunmaktadır. Bir destinasyon ürünü farklı şekillerde pazarlanabilmekte ve ziyaretçilerine çoklu satış yapılabilir.

2.1.1.3. Destinasyonların Sınıflandırılması

Destinasyonların sınıflandırılmasıyla ilgili literatürde herhangi bir sınırlama bulunmamasına rağmen araştırmacılar tarafından destinasyonlarla ilgili farklı

sınıflandırmalar yapılmaktadır. Destinasyonların ve ziyaretçilerinin özelliklerinin değişkenlik göstermesi, ziyaretçilerin beklenti ve ihtiyaçlarına yönelik destinasyonların sunmuş olduğu imkanlar farklı destinasyon sınıflarının meydana gelmesine sebep olmaktadır (Uca Özer, 2019, 5). Destinasyonlar sundukları temel hizmet faaliyetlerine göre gruplandırıldığında dinlenme hizmeti sunan, kültür hizmeti sunan, tarihsel hizmet sunan, etnik turizm hizmeti sunan, eğlence hizmeti sunan, iktisadi içerikli hizmet sunan ve siyasal içerikli hizmet sunan destinasyonlar olmak üzere yedi gruba ayrıldığı görülmektedir (Kozak, 2019, 143-144).

Yüksek (2014, 7-8), destinasyonların sınıflandırılmasında bazı ölçütlere bağlı olarak gruplandırma yapmaktadır. Bu sınıflandırmalar:

- **Büyükliklerine Göre Destinasyonlar:** Ziyaretçi sayısı kıstas alındığı bu destinasyon sınıfı kendi içerisinde makro destinasyonlar ve mikro destinasyonlar olarak ikiye ayrılmaktadır. Türkiye makro destinasyona örnek oluştururken Giresun ise mikro destinasyondur.
- **Konumuna Göre Destinasyonlar:** Destinasyonu tercih eden ziyaretçilerin yaşadığı yerin destinasyona olan mesafesi dikkate alınarak yapılan sınıflandırmadır. Bu sınıflandırmada ölçüt genellikle ana ulaşım unsuru olarak kabul edilen uçakların uçuş süreleridir. Bu süre altı saatten az bir mesafe için ise yakın destinasyon, altı saatten fazla ise uzak destinasyon olarak nitelendirilmektedir.
- **Kapsamına Göre Destinasyonlar:** Turizm işletmelerinin yapmış olduğu bir sınıflandırmadır. Destinasyona ulaşımında direkt geliş ve gidiş şeklinde ulaşım sağlanabiliyorsa tekli destinasyon, ulaşımında aktarma söz konusu yani birden fazla terminal bulunuyorsa çoklu destinasyon şeklinde ifade edilmektedir.
- **Faaliyet Sürelerine Göre Destinasyonlar:** Destinasyonda on iki ay boyunca turizm faaliyeti gerçekleşiyorsa yıllık destinasyon (uzun süreli), yılın belirli aralığında iklime bağlı olarak bazı mevsimlerde faaliyet gerçekleşiyorsa, mevsimlik destinasyon (kısa süreli) olarak adlandırılmaktadır.
- **Sahip Olduğu Çekiciliklerin Gücüne Göre Destinasyonlar:** Destinasyonlar bu sınıflandırmaya göre ana (birincil) destinasyonlar ve ikincil destinasyonlar olarak ikiye ayrılmaktadır. Ziyaretçilerine uzun süreli tatmin edici turistik imkanlar sunan destinasyonlar birincil destinasyonlardır. İkincil

destinasyonlar ise birincil destinasyonun ziyareti sırasında günübirlik gerçekleşen ziyaret edilesi ilginç ve gerekli destinasyonlar olarak tanımlanmaktadır.

Akyurt (2008, 14-15) ise destinasyonları kendi aralarında klasik, doğa çekiciliğine sahip, iş turizmine yönelik, mola ve günübirlik ziyaret edilen destinasyonlar şeklinde beş gruba ayrılarak sınıflandırmıştır:

- *Klasik Destinasyonlar*: Doğal, kültürel ve tarihi kaynaklara ilgi duyan ziyaretçilerin uzun süreli konakladığı destinasyonlardır.
- *Doğa Çekiciliğine Sahip Destinasyonlar*: Doğal oluşumların sunduğu eşsiz güzellikleri barındıran destinasyonlardır.
- *İş Turizmine Yönelik Destinasyonlar*: Ticari faaliyetlerin aktif olduğu ve eğlenme imkânınızda içerisinde bulunduran destinasyonlardır.
- *Mola Destinasyonları*: Ziyaretçilerin çıkış noktalarından tatillerini gerçekleştirecekleri ana destinasyona ulaşmaları esnasında kısmi konakladıkları ve içerisinde güçlü bir restoran ve kafeterya imkânları sunan destinasyonlardır.
- *Günübirlik Ziyaret Edilen Destinasyonlar*: Ziyaretçilerini yakın çevreden turistlerin oluşturduğu bölgesel düzeyde ziyaretçi ağırlayan destinasyonlardır.

Tanrısevdi'e göre (2016, 232-233), turist seçimlerine yönelik olarak destinasyonları beş başlık altında sınıflandırmıştır:

- *Küçük turist gruplarına yönelik sakin turizm destinasyonları*: Av turizmi, agroturizm vb.
- *Kent manzaraları sunan turizm destinasyonları*: Kentleşmiş alanlar.
- *Sezonluk turizm destinasyonları*: Yazlıklar, bungalovlar, plajlar vb.
- *Yıl Boyunca faaliyet gösteren turizm destinasyonları*: Mega yat gezileri, termal tesisler, müzikhol vb.
- *Sportif rekreasyonlara sahip turizm destinasyonları*: Golf sahaları, kayak pistleri vb.

2.1.2. Destinasyonların Pazarlaması

Turizm faaliyetlerinin gerçekleştirildiği yerler olarak nitelendirilen destinasyonlar küresel ölçekte turizm endüstrisinin gelişmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Destinasyon pazarlaması, klasik pazarlama anlayışından farklı olarak her destinasyonun kendine özgü özelliklerinin bulunması nedeniyle karmaşık bir yapıya sahiptir. Bu kapsamda destinasyonların pazarlanmasına yönelik faaliyetlerin kapsamlı, bütüncül ve sistematik olarak ele alınması gerekmektedir (Wang, 2011, 5-6). Destinasyon pazarlaması; konaklama, alışveriş, ulaşım, yemek gibi imkanların yanı sıra bölgenin kültürel, ekolojik ve tarihi özelliklerini barındıran turistik ürünlerini pazarlanmayla ilgilenmektedir (Çakır ve Küçükkambak, 2016, 400). Destinasyonu oluşturan unsurlar farklı özelliklere sahip olsalar da, bir bütün halinde pazarlanması gerektiği için, destinasyonda bulunan kurum ve kuruluşların birlikte hareket etmesi gerekmektedir (Ülker, 2010, 24).

Yetmişli yıllarda yapılan ilk tanımına göre destinasyon pazarlaması; ulusal turizm organizasyonlarının ve/veya turizm işletmelerinin seçtiği gerçek ve potansiyel turistlerin yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası düzeyde, isteklerini, ihtiyaçlarını, motivasyonlarını ve neyi beğenip neyi beğenmediğini tespit ederek turistik ürünlerin hedeflenen şekilde optimum turist memnuniyetini sağlamak için formüle edilmesi ve uyarlanmasıdır (Pike and Ryan, 2004, 3).

Destinasyon pazarlaması, ziyaretçileri belirli bir yere çekmek için gerçekleştirilen genellikle stratejik olarak geliştirilmiş faaliyetleri kastetmek için kullanılan bir kavramdır (Elbe, Hallén and Axelsson, 2009, 283). Yer pazarlaması olarak da tanımlanan destinasyon pazarlaması, kişi veya kuruluşlara bölgenin çekici, kendine özgü ve farklı özellikleri olduğunu göstermek üzere yapılan pazarlama faaliyetlerinin bütünüdür (Vatan ve Zengin, 2019, 273). Başka bir deyişle destinasyon pazarlaması, ziyaret edilen bir yerin toplam deneyimini oluşturmak için yaratılan bireysel veya toplu çabaların ve faaliyetlerin bir araya getirilmesidir (Uysal, Harrill and Woo, 2011, 103).

Destinasyon pazarlaması, destinasyonları diğerlerinden ayıran ve farklılaştıran eşsiz bir marka oluşturarak destinasyonun farkındalığını ve ziyaret sayısını artırmayı amaçlamaktadır (Brown, Jago, Chalip, Ali and Mules, 2011, 256). Ziyaretçilerin destinasyona olan talep yoğunluğunun artmasının yanı sıra bölgenin

ekonomik olarak gelişmesi ve tanınmasında önemli rol oynamaktadır (Zengin ve Şeyranlıoğlu, 2019, 2978).

Destinasyonlarda doğal kaynakların verimli kullanılması, turistlerin beklenti ve ihtiyaçlarının karşılanabilmesi turistlerin bölgeyi tercih etmelerinde önemli faktörlerden bazılarıdır. Ayrıca, destinasyonun tarihi değerleri, geleneksel mutfak kültürü, alışveriş olanakları, uygun fiyat avantajının olması, destinasyonun pazarlanmasında etkili olmaktadır (Akyurt, 2008, 25). Destinasyon pazarlaması, seyahat edenlerin ihtiyaç ve isteklerinin yanı sıra destinasyonun vizyonlarını, hedeflerini ve hedeflerini karşılamayı amaçlayan programları planladığı, araştırdığı, uyguladığı, kontrol ettiği, değerlendirdiği sürekli ve sıralı bir süreçten meydana gelmektedir (Morrison, 2013, 9).

Destinasyon pazarlamasının başarılı ve köklü olmasında dikkat edilmesi gereken önemli konular aşağıda özetlenmiştir:

- Hedeflenen pazar için çekici bir imaj yaratılması,
- Ürün ve hizmetlerin verimli bir şekilde ulaşılabilirliği,
- Ürün ve niteliklerin uygun bileşimi,
- Destinasyonların kendine özgü özellikleri destinasyon imajı ile sunularak ziyaretçilere destinasyonun tanıtılması, (Şengül vd., 2018, 30; Yüncü, 2019, 68).
- Ziyaretçilerin talep ve beklentilerine yönelik müşteri memnuniyetine önem verilerek ihtiyaçların belirlenmesi,
- Pazarlama faaliyetlerinde ziyaretçi yorumlarının da yer verilmesi, (Vatan ve Zengin, 2019, 274).
- İletişim kanallarının etkili kullanılmasıyla destinasyon hakkında tanıtımların bilinçli yapılması ve ziyaretçilerin destinasyondan haberdar olması gerekmektedir (Atsız ve Kızılırmak, 2017, 26).

2.1.2.1. Destinasyon Pazarlamasının Özellikleri

Destinasyonların sahip olduğu niteliklere göre destinasyon pazarlaması benzer özelliklere sahip olabileceği gibi bazı farklılıkları da içerisinde

barındırmaktadır. Destinasyon pazarlamasını farklılaştıran özellikler aşağıda verilen maddelerle belirtilmiştir (Yüksek, 2014, 63-64):

- Destinasyonu pazarlaması büyük bir alanda kurumlar tarafından yapılabileceği gibi küçük bir alanda kişiler tarafından da yapılabilmektedir,
- Destinasyon pazarlaması destinasyonların sahip oldukları çekici özelliklerine göre farklılık göstermektedir,
- Destinasyonların altyapı özellikleri destinasyon pazarlamasını da etkilemektedir. Bazı ülkeler iyi olanaklarla hizmet sunarken diğer ülkelerin mevcut altyapısında bu hizmetler mümkün olmayabilir,
- Ziyaretçilere sağlanan imkânlar destinasyonlara göre değişkenlik gösterebilmektedir. Bazı destinasyonlar iş amacıyla gerçekleştirilirken bazıları ise tatil amaçlı yapılabilmektedir. Dolayısıyla pazarlama faaliyetleri de destinasyon türlerine göre farklılık göstermektedir,
- Turizme olan bağımlılık, ülkelerin turizmden elde ettikleri gelir, gelişmişlik düzeyi her destinasyon için aynı değildir. Sınırlı gelire sahip ülkelerin destinasyon pazarlaması için ayırdığı bütçe ile gelişmiş ülkelerin destinasyon pazarlaması için ayırdıkları bütçe birbirinden oldukça farklıdır.

2.1.2.2. Destinasyonların Pazarlama Unsurları

Destinasyonların etkili bir şekilde pazarlanabilmesi için, destinasyonları oluşturan unsurlar ve unsurların özelliklerinin doğru algılanması ve uygulanması gerekmektedir (Özdemir, 2014, 5). Destinasyonların başarısı birçok unsura bağlı olarak değişmekte olup, mevcut destinasyonların yeni destinasyonlarla karşı rekabet gücü bu unsurların değişime ayak uyduramaması nedeniyle zayıflamaktadır (Ersun ve Arslan, 2011, 24). Destinasyonların pazarlama unsurlarını; destinasyon imajı, destinasyon markası, destinasyon sürdürülebilirliği ve destinasyon sadakati olarak sıralamak mümkündür.

2.1.2.2.1. Destinasyonda İmaj

İmaj sözcüğü kişi, olay, obje ve mekânlar hakkında algılanan düşünce, arayış ve izlenimlerin bütünü olarak tanımlanmaktadır (Umur, 2019, 230). Başka bir deyişle imaj destinasyondaki kişilerin genelinin ülke, konu ve marka ile ilişkili

fikirleri ve değerleri olarak ifade edilmektedir (Vatan ve Zengin, 2019, 274). Önemli bir pazarlama unsuru olarak kullanılan imaj, günümüzde yaygın kullanılan bir terim olmakla birlikte destinasyonların seçiminde etkili bir faktör haline gelmiştir (Yüksek, 2014, 73).

Destinasyon imajı, turistlerin kültürel, doğal ve sosyal özellikleri de dahil olmak üzere destinasyon hakkında sahip oldukları toplam izlenim olarak tanımlanmakta olup, turistlerin fikir edinmesine yardımcı olmaktadır (Jeong, Holland, Jun and Gibson, 2012, 17). Destinasyon imajı, turistlerin varış noktasıyla ilgili genel bir izlenimi veya turistlerin varış yerini zihinlerinde oluşturdukları resim olarak nitelendirmektedir. Destinasyon imajı, ziyaretçiler tarafından destinasyonların seçilmesinde, değerlendirilmesinde ve tekrar ziyaret edilmesinde önemli bir pazarlama aracıdır (Darwish and Burns, 2019, 154-155).

Ziyaretçilerin destinasyon hakkında ön beklentileri olduğu için imaj oluşumu destinasyonu ziyaret etmeden önce başlamaktadır. İmaj ziyaretçilerin seyahati gerçekleştikten sonraki genel izlenimlerini ile destinasyonların geliştirmesine katkı sağlamaktadır (Buhalis, 2000). Turistlerin ziyaret öncesinde destinasyon kararını etkileyen destinasyon imajı, turistlerin destinasyonda gerçekleştirdikleri rekreasyonel faaliyet, deneyim ve seyahat sonrası destinasyon hakkında oluşturdukları olumlu veya olumsuz görüşlerinden etkilenebilmektedir (Vatan ve Zengin, 2019, 274).

Destinasyon imajı oluşumunda turistlerin istek ve beklentilerine uygun olarak alınan hizmetten memnun kalmaları, olumlu bir imajı oluşturacaktır (Akyurt, 2008, 100). Karar verme sürecinde olumlu bir imaja sahip olan destinasyonların turistler tarafından seçilme potansiyelinin daha yüksek olduğunu söylemek mümkündür (Darwish and Burns, 2019, 154-155).

Turistlerin bir destinasyonu tercih etmelerinde karar almalarında etkili olan destinasyon imajı, ziyaretçilerin tecrübelerinden iletişim araçlarından alınan bilgilere kadar, geniş seçeneklere sahiptir. Farklı şekillerde deneyimlenen her bilgi imajın biçimlenmesinde etkili olmaktadır (Çakır, 2014, 81-82).

Destinasyon imajı turistlerin destinasyon tercihinde belirleyici olan önemli bir unsurdur. Turistlerde oluşan imaj algısı kendiliğinden oluşabileceği gibi turizm işletmelerinin imaja yönelik pazarlama stratejileriyle de oluşabilmektedir. Bu

bağlamda, imajın organik ve uyarana bağlı olmak üzere iki bileşeni bulunmaktadır (Türkay, 2014, 210).

Organik imaj, gazeteler, süreli yayınların yanı sıra okul döneminde karşılaşılan coğrafyası ve tarih kitapları gibi genel bilgilerden oluşmaktadır. Uyarana bağlı imaj ise turizm dergi makaleleri, rehberler gibi turizm tanıtım faaliyetlerinin yanında Web sayfaları ve TV tanıtımlarıyla da gerçekleştirilmektedir. Organik imajda kendiliğinden bireyin zihninde bir imaj oluşuyorken uyarana bağlı imajda yönlendirme söz konusudur. Bu bağlamda, destinasyon imajının değişikliği sürecini açıklamak için “imaj evrimi” ifadesi kullanılmaktadır. İmaj evrimi destinasyon imajı bileşenlerine bağlı olarak olumlu yönde olabileceği gibi olumsuz yönde de gerçekleşebilmektedir. Özetle, destinasyon imajının evrim süreci, genelde pozitif yöndedir ancak insanların algılarında oluşan destinasyon imajı; çeşitli bilgi kaynaklarına maruz kalacağından, negatif yönlü imajın oluşması da mümkündür. Bu durumun nedeni, destinasyona yapılan ziyaretin istenilen şekilde gerçekleşmemesi olabileceği gibi, doğal afet gibi elde olmayan sebeplerden dolayı da olabilmektedir (Jeong, Holland, Jun and Gibson, 2012).

Bir destinasyonu pazarlamada onu daha önce ziyaret eden turistler ile potansiyel turistler arasındaki imaj farklılığının bilinmesine önem verilmelidir. Destinasyon hakkında pozitif bir imaj algısı oluşturma, geliştirme ya da negatif olan algıyı değiştirmeye yönelikler arayışlar içerisinde olunması gerekmektedir. Destinasyon imajının destinasyonun pazarlanmasında çok önemli bir yere sahip olması nedeniyle, temel özelliklerinin bilinmesi gerekmektedir. Destinasyon imajının sahip olduğu genel özellikleri aşağıdaki maddelerle sıralanmaktadır (Yılmaz ve Kutlu, 2019, 187-190):

- Destinasyon imajı çoğunlukla oluşturulan çağrışımın aynı şekilde hatırlanmasını sağlamaktadır. Destinasyonla ilgili düşünceler ziyaretçilerin istek, beklenti ve taleplerine göre beklentilerine göre belirlenmektedir,
- Destinasyon imajı, destinasyona ilk defa destinasyona gidecek olan turistlerin olumsuz algılarını değiştirebilmektedir,
- Çok bilinen destinasyonlara yönelik uyarana bağlı imaj oluşturma çabalarının organik imaja göre daha az etkili olmaktadır. Fakat daha az

tanınan destinasyonlarda uyarana bağılı imaj oluşturma çabalarının daha fazla etkili olduğı görölmektedir,

- Destinasyon imajı, bilgi edinme yolları arasından en çok ziyaretçilerin tavsiyesinden etkilenmektedir. Destinasyon seçimi yaparken insanların, karar alma aşamasında, görsel iletişim kaynaklarından çok tecrübe ve yaşantılara dayalı olarak arkadaşlar, aile ve sosyal çevre gibi kaynaklarından etkilendiğini göstermektedir,
- Destinasyon imajı değışikliklere karşı kırılgan bir yapıya sahiptir. Nitelikli oluşturulmuş bir destinasyon imajının değıştirilmesi güçtür. Ayrıca, olumsuz bir imaj yaratılmış ise bunun değıştirmesi için yüksek maliyet ve tanıtım giderlerine daha çok bütçe ayrılması gerekmektedir,
- Destinasyon imajı, kendine özgü değıerleri olan destinasyonlarda, deniz turizmine dayalı destinasyonlara göre daha olumlu algılandığı görölmektedir,
- Destinasyon imajı, turist profillerine göre değışiklik gösterdiği için birden fazla imaj oluşması mümkündür. Destinasyonlar turistlerin öğrenim düzeyine, yaşına, kültürlerine ya da ziyaret amacına bağılı olarak farklılıklar göstermektedir,
- Destinasyon imajı destinasyonlar arasında farklılık gösterir. Destinasyon pazarlama unsurlarından imaj konusunda karşılaşılan en önemli sorunlardan biri, ülkenin tanıtımında kullanılan özelliklerin seçimi konusudur. Bu bağlamda ülkede yer alan birçok destinasyon ve onların özellikleri tanıtılmaya çalışılmaktadır. Dolayısıyla, bu durum destinasyonların birbiri ile rekabet içinde olduğunu kanıtlamaktadır (Yılmaz ve Kutlu, 2019, 187-190),
- Dizi ve film gibi görsel medya unsurlarındaki hikayelerin yaşandığı destinasyonlar için, izleyen turistlerin imaj algılarını pozitif yönde etkilediklerini ve talebin arttığı görölmektedir (Tablo 2). Örneğin, Asmalı konak dizisi ile birlikte Kapadokya bölgesine yönelen yerli turistlerin taleplerinde artış yaşanmaktadır. Söz konusu dizi biteli on yıldan fazla olmasına rağmen bugün hala bölgeye giden turistlerde dizinin çekildiği konağın yoğun talep gören bir destinasyon olduğu görölmektedir (Akdu ve Akin, 2016, 1045).

Tablo 2

Bazı dizi/ filmlerin ziyaretçi sayılarına etkileri

Dizi / Film Adı	Destinasyon	Etkisi
Asmalı Konak	Ürgüp Nevşehir, Türkiye	Yerel turist sayısında yaşanan artış oranı %35'dir.
Gümüş	İstanbul, Türkiye	Suudi turist sayısının 2007 yılında 41.000, 2008 yılında ise 100.000'den fazla olduğu görülmüştür.
Truva	Çanakkale, Türkiye	Filmden sonra turist sayısında yaşanan artış oranı %73'dür.
Yabancı Damat	Gaziantep, Türkiye	Diziden sonra turist sayısında yaşanan artış oranı %20'dir.
Dallas	South Ranch, Dallas, Amerika	Destinasyonu her yıl 500 bin yeni turist ziyaret etmektedir.
Kurtlarla Dans	Fort Hayes, Kansas, Amerika	Filmden sonra destinasyonu 20 bin yeni turist ziyaret etmiştir.
Küçük Kadınlar	Orchard Evi, Concord, Massachusetts, Amerika	Filmin gösteriminden sonra turist sayısında yaşanan artış oranı %65'dir.
Miami Vice	Miami Florida, Amerika	1985-1998 yılları arasında destinasyonu ziyaret eden Alman turist sayısında yaşanan artış oranı %150'dir.
Görevimiz Tehlike 2	Sydney'deki Milli Parklar, Avustralya	2000 yılında turist sayısında yaşanan artış oranı %200'dür.
Timsah Dundee	Avusturalya	1981-1988 yılları arasında destinasyonu ziyaret eden Amerikalı turist sayısında yaşanan artış oranı %20.5'dir.
Er Ryan'ı Kurtarmak	Normandiya, Fransa	Filmden sonra destinasyonu ziyaret eden Amerikalı turist sayısında yaşanan artış oranı %40'dır.
Harry Potter	İngiltere'de farklı destinasyonlar	Filmden sonra İngiltere'ye gelen turist sayısında yaşanan artış oranı %50'nin üzerindedir.
Nothing Hill	Kenwood Evi, İngiltere	turist sayısında 1 ayda yaşanan artış oranı %10'dur.
Cesur Yürek	Wallace Anıtı, İskoçya	Filmden sonra destinasyonu ziyaret eden turist sayısında yaşanan artış oranı %300'dür.

Not. Akdu ve Akın, 2016. s.1045; Şengül, Yılmaz ve Eryılmaz, 2018, s. 133'den uyarlanmıştır.

Destinasyonlarda imaj oluşturulması, destinasyon gelişimine katkıda bulunması ve sürdürülebilirliğin sağlanması için yapılması gereken bazı öneriler aşağıda belirtilmektedir (Akyurt, 2008, 86):

- Var olan durumun araştırmasının yapılması,
- Tutumların samimi şekilde olması,
- Güvenilir olunması,
- İmajın açık ve anlaşılır olması,
- Abartı ve aşırıya dikkat edilmesi,
- İyi niyetle hareket edilmesi,
- Turist profilinin belirlenmesi,
- İletişim araçlarının imajla aynı tutumu sergilemesi,
- Bilgi kaynaklarının koordineli olarak sağlanması,
- Turistlere sağlanan katkının açıklanması,
- Turistlerin zaman değerine saygı duyulmalıdır.

2.1.2.2.2. Destinasyonda Marka

Marka, bir veya birçok satıcının mal veya hizmetlerini tanımlamak ve bu malları rakiplerinden ayırt etmek amacıyla bir isim, logo, tasarım ve simge şeklinde ifade edilmektedir (Pike, 2009, 857-866). Marka bir ürünün nasıl yaratıldığını ve özelliklerini turistlerde oluşturduğu algı ve hislerin bileşiminden oluşmaktadır (Özdemir, 2014, 141). Başka bir tanımla marka, “bir destinasyonun kendine özel farklılık yarattığı özelliklerini ziyaretçilere ulaştırma yolu olarak” ifade edilmektedir (Göker ve Ünlüönen, 2019, 777). Benzer şekilde marka, “ürün ve hizmetlerin kendine özgü karakterini belirleyen, rakiplerden farklı olduğunu gösteren isim, sembol veya her ikisinin bir araya gelmesi” olarak tanımlanmaktadır (Kozak, 2019, 150). Markayı yalnızca ürünün ismi, niteliği, tanınırlığı olarak tanımlamak uygun değildir. Marka, turistlerde o ürün ya da hizmeti elde etme isteği uyandırmalıdır (Atay ve Altınışık, 2017, 111).

Temel pazarlama işlevi içerisinde markanın turistler tarafından benimsenmiş olması ve ürün ya da hizmete ihtiyaç duyma hissini yaratması gerekmektedir (Meydan Uygur, 2017, 228). Dünyanın herhangi bir yerinde birbirinden farklı olan destinasyonlar marka oluşturabilmek için pazarlamaya yönelik faaliyetlerden

yararlanmaktadır (Türkay, 2014, 198). Destinasyon pazarlaması, tanıtım, sosyal destek ve marka bilincini oluşturma, aynı zamanda destinasyon markasını gelecek nesillere ulaştırma ve de uygun pazarlama strateji araçları kullanarak elde edilen gelirlerden yararlanmayı içermektedir (UNWTO, 2020, 19).

Bu kapsamda destinasyon markası; bir destinasyonu kolayca tanımlayan ve farklılaştıran bir ad, sembol, logo, kelime işareti veya başka bir grafik oluşturulmasını destekleyen, destinasyon ile benzersiz bir şekilde ilişkilendirilen, unutulmaz bir seyahat deneyimi beklentisini sürekli olarak yaşatan, ziyaretçi ile destinasyon arasındaki duygusal bağlantıyı pekiştirmeye ve güçlendirmeye hizmet eden ve de ziyaretçilerin destinasyon seçimini olumlu yönde etkileyen bir hizmet olarak tanımlanmaktadır (Pike, 2009, 857). Bu duruma örnek olarak, Şekil 4'te Giresun ili ve fındık ürünü arasında bir marka ilişkisine yönelik çalışma yapılmaktadır. Giresun'un fındığın dünyadaki marka şehri olması, turizm ve ekonomik anlamda katkı sağlayacaktır. Bir başka açıklama ile destinasyon markası, destinasyonların gelişim sürecinde diğer destinasyonlardan farklı unsurlarını belirgin hale getirmeyi ve durumlarının daha nitelikli olmasını sağlayan etkili bir araç olarak ifade edilmektedir (Köşker, Albuz ve Ercan, 2019, 349).



Şekil 4. Giresun'u ziyaret edecek turistler için hazırlanmış olan çotanak sembolü (Fındığın Başkenti Giresun, 2020).

Destinasyon markasını oluşturma aşamasında, marka işlevlerinin önemli parçası olan slogan, logo ve sembollerin yapılması, altyapı ve üstyapı faaliyetlerinin iyileştirilmesi, el değmemiş doğal alan, güvenlik, internet, bölge halkının istek ve beklentileri, farklı turizm türleri, fuar ve etkinlikler, ulaşılabilirlik ve yönetim birimlerinin koordineli çalışması gibi faktörlerin göz önünde bulundurulması

gerekmektedir (Atay ve Altınışik, 2017, 113). Ayrıca, destinasyon marka oluşumunda atılması gereken adımlar; “turist potansiyelinin belirlenmeli, uzun vadede karlılık oranı göz önüne bulundurulmalı, pazar bölümlenmesi yaşam koşullarına uygun şekilde olmalı, turistlerin motivasyonun artırılmalı ve marka konumlama açıklamalarına yer verilmeli” şeklinde belirtilmiştir (Özdemir, 2014, 160).

Türkiye Turizm Stratejisi 2023 eylem planına göre; tanıtım ve pazarlama hedefleri arasında destinasyonlarla ilişkili olarak, destinasyonlarda markalaşmaya önem verilmesi, tanıtımlarda destinasyonlara ayrı ayrı yer verilmesi, ulusal ve uluslararası pazarda sinema sektörünün tanıtım aracı olarak kullanılması, pazarlama faaliyetlerinin destinasyon öncelikli olması, kültürel değerlere bağlı kalınarak pazarlama faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi ve aktif pazarlama yapılabilmesi için internet ortamının etkin kullanılması gibi unsurlar yer almaktadır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007, 15).

Destinasyon markası, ziyaretçilerin destinasyonda yaşadıkları tecrübelerin belleklerinde oluşturduğu yansımadır. Turistlerin ziyaret ettikleri destinasyonda edindikleri tecrübeler ile o destinasyon hakkında hissettikleri duygular arasında bağ kurulması, destinasyon markası içinde yer almaktadır. Söz konusu destinasyonla özdeşleşmiş olumlu hatıralar destinasyonun güvenilir ve cazip hale gelmesinde yardımcı olacaktır (Vatan ve Zengin, 2019, 274).

Yoğun rekabet ortamı nedeniyle destinasyonların birbirine benzer yapıları ve özellikleri görülmektedir. Bu nedenden dolayı, destinasyonda markalaşma, nitelik ve güvenilirlik açısından önemli bir pazarlama stratejisi haline gelmiştir (Atay ve Dülğaroğlu, 2017, 386). Hedef pazarda rekabet ortamının giderek artmasıyla birlikte, turizm işletmelerinin ve destinasyon yöneticilerinin pazarlama çalışma performansları önem arz etmektedir (Türkay, 2014, 215). Destinasyon marka bilinci oluşturmak, destinasyonun tanımlanmasına ve rakip destinasyonlardan ayırt edilmesine yardımcı olmakta birlikte, destinasyon seçimi konusunda da turistlerin daha hızlı karar alınmasını sağlamaktadır (Gretzel, Yuan and Fesenmaier, 2000, 154).

Rakip destinasyonlardan ayırt edilmesinde yardımcı olan destinasyon marka değerinin destinasyonlara sağladığı faydalar aşağıdaki şekilde belirtilmektedir (Türkay, 2014, 214).

- Marka turizm destinasyonlarının tanınmalarına yardımcı olmak,
- Marka turistlerinin güvenini artırmak,
- Marka, destinasyon ve turistler arasında bir bağ oluşturmak,
- Destinasyona saygınlık ve değer katmak,
- Marka destinasyona olan talebin artmasını sağlamak,
- Destinasyon özellikleri hakkında tüketicileri bilgilendirmektedir.

2.1.2.2.3. Destinasyon Sadakati

Destinasyon sadakati; turizm literatüründe sık kullanılan bir kavram olmakla birlikte, destinasyon pazarlama unsurları arasında yer almaktadır. Destinasyon sadakati, destinasyonlara yapılacak potansiyel talebi arttırmak amacı ile geçmiş deneyimlerin ortaya konmasıdır. Daha önceki ziyaretlerden memnun kalan turistlerin ziyaretlerini tekrar etme arzusu istemeleri destinasyon ile duygusal bir bağ kurmaları destinasyon sadakatinin göstergesi olarak belirtilmektedir (Adıgüzel, 2019, 98). Ayrıca, destinasyon sadakati, destinasyonun yeniden ziyaret edilmek istenmesi ve önerilebilir bir yer olması olarak da tanımlanmaktadır (Şengül ve Türkay, 2018, 226).

Destinasyon sadakatine yönelik olarak tekrarlanan ziyaretler ve pozitif yorumlar, destinasyon ve içerisinde yer alan turizm işletmeleri için çok önemlidir. Destinasyonun yeni ziyaretçiler edinebilmesi ve var olan ziyaretçi potansiyelini kaybetmemesi için çaba harcaması gerekmektedir. Çünkü destinasyonların diğer destinasyonlarla rekabetçi bir pazarda bulunduğu göz önünde bulundurulduğunda, sadık ziyaretçi profilinin oluşturulması ve elde tutulması çok önemlidir (Yılmazdoğan, 2017, 51-52).

Turistlerin bir destinasyonu yeniden ziyaret etmek istemelerinde etkili olan unsurlar genel olarak beş madde de açıklanmaktadır (Yılmazdoğan, 2017, 51-52; Yılmaz ve Kutlu, 2019, 187-190):

- Ziyaretçilerin yeni bir destinasyonda karşılaşabileceği tatminsizlikleri yaşama riskini azaltmak,

- Ziyaretçilerin söz konusu destinasyona ziyaretlerinde benzer ilgi alanlarına sahip kişilere birlikte olmak istemesi,
- Ziyaretçilerin destinasyonu içselleştirmesinden kaynaklı duygusal bağlılık,
- Önceki ziyarette gerçekleştiremediği deneyimleri tamamlama arzusu,
- Destinasyonu ilk kez deneyimleyecek olan ziyaretçilere tecrübelerini aktarma ve onların destinasyondan tatmin olduklarını görme isteğidir.

2.1.2.2.4. Destinasyonların Sürdürülebilirliği

Destinasyon sürdürülebilirliği yaklaşımı; bir destinasyonun ticari faaliyetlerinin gelişiminin yanı sıra çevresinde bulunan doğal ve kültürel değerlerin korunmasıyla birlikte, kaynakların bilinçli bir şekilde kullanılması gibi etkilerle ilgilenmektedir. Bu kapsamda, olumsuz etkilerin kaldırılmasına yönelik konuları da destinasyon sürdürülebilirliği içerisinde yer almaktadır. Turist ilgisinin azalması, aşırı turist talebinden kaynaklı taşıma kapasitesinin aşılması ve yerel halkın turizm faaliyetlerine katılımı sonucunda oluşan kültürel deformasyon gibi sorunlarla mücadele etmesi gerekmektedir (Güven, 2019, 99).

Sürdürülebilir bir destinasyon, kaynaklarının korunmasını, turizmden kaynaklı çevre tahribatının önlenmesini ve doğanın döngüsüne zarar vermeden turistlerin ilgisini çekmeyi hedeflemelidir. Özetle; destinasyonun sahip olduğu ekolojik, sosyo-kültürel ve çevresel değerleri korumalı ve de destinasyonun cazibesini kaybetmeden devamlılığını sağlayacak turizm planı geliştirilmeli ve uygulanmalıdır (Türkay, 2014, 232-233).

Destinasyonda sürdürülebilirliğin sağlanabilmesi için destinasyonda yer alan tüm örgütlerin ve yerel halkın bu yaklaşıma etkin katılımının sağlanması gerekmektedir. Bu amaçla; destinasyonda gerçekleştirilecek faaliyetlere yönelik olarak yönetim stratejileri uygulamaya konulmalı, destinasyonda yer alan yaşam döngüsü korunmalı, destinasyonun rekabet gücü ve cazibesinin devamlılığı için vizyon oluşturulmalı ve de ziyaretçilerine karşı sorumluluk sahibi olan turizm seçenekleri hazırlanmalıdır (TÜSİAD, 2012, 18). Destinasyonlarda sürdürülebilir turizm faaliyetlerine ilişkin temel hedefler Tablo 3’de gösterilmektedir.

Tablo 3

Sürdürülebilir turizmin 12 hedefi

Hedef	İçerik
Biyolojik Çeşitlilik	Doğayı, ekolojik yaşamı ve yaban hayatının korunmasını sağlayarak muhtemel zararları en aza indirmek.
Çevresel Koruma	Turizm faaliyetleri sırasında oluşan hava, su ve toprak kirliliğinin ve çevresel atık üretiminin asgari düzeye indirilmesi.
Ekonomik Yönde Devamlılık	Destinasyonda gerçekleşen ticari faaliyetlerin geliştirilmesinin ve uzun vadede devamlılığının sağlanması.
Fiziki Bütünlük	Kentsel ve kırsal çevrenin deformasyonun engellenmesi, kalitesinin korunması ve geliştirilmesini sağlamak.
İstihdam Kalitesi	Turizm hizmetlerinde görev alan yerel halkın demografik özelliklerine bakılmaksızın maaş ve özlük haklarının artırılmasının yanı sıra istihdamın güçlendirilmesi.
Kaynak Verimliliği	Turizm faaliyetlerinde kullanılan sınırlı kaynakların kullanımının azaltılması.
Kültürel Zenginlik	Yerel toplumun geleneklerine, kültürel ve tarihi mirasına saygılı olmak.
Sosyal Eşitlik	Turizmden elde edilen ekonomik ve sosyal faydanın tüm paydaşlara eşit şekilde dağıtılması.
Toplum Refahı	Yerel halkın mevcut yaşayışını korumak, güçlendirmek ve sosyal yapı ve kaynaklardan bozulmaya ve istismara sebep olmadan yararlanmalarını sağlamak.
Yerel Kontrol	Destinasyonda gerçekleşen turizm faaliyetleri için yerelde bulunan tüm paydaşların birlikte karar alma süreçlerine katılımı ve stratejiler geliştirmesi.
Yerel Refah	Destinasyonda gerçekleşen turist harcamalarının yerelden elde edilen ürün ve hizmetlere yönelik olarak gerçekleşmesini ve güçlenmesini sağlamak.
Ziyaretçi Memnuniyeti	Ayrım yapılmaksızın tüm ziyaretçilere keyifli ve güvenli bir deneyim yaşatmak.

Not. TÜSLAD, 2012, 20; Özdemir, 2014, 39-40.

2.1.3. Ekoturizm Destinasyonları

Ekoturizm destinasyonları; turizm gelirlerinin önemli ölçüde ekoturizm imkanlarından sağlandığı (Bulgan ve Akşap, 2018, 225), doğal alanların ve yerel toplulukların korunduğu, unutulmaz deneyimlerin yaşanabileceği, doğa ile uyumlu yerel işletmelerin ve doğaya zarar vermeyen yapılaşmanın olduğu alanlar olarak

tanımlamak mümkündür (Ovalı ve Tachir, 2015, 35). Bu alanlarda ziyaretçileri destinasyona getirmeye yönelik olarak doğal cazibe unsurlarının ve yerel kültürün sağladığı yakınlık hissi veren deneyimler aranmalıdır. Ziyaretçi tercihlerinde etkili olmak isteyen ekoturizm destinasyonlarının, yerel toplumla uyumlu olması ve doğal kaynakların korunmasına önem vermesi gerekmektedir (Wood, 2002, 25).

Ekoturizm destinasyonlarına doğayı deneyimlemek, yerel kültürleri yaşamak, eğlenmek, öğrenmek ve en önemlisi doğayı korumak isteyen ziyaretçi grupları ilgi duymaktadır. Destinasyonun gelişimi ve sürdürülebilirliği için ziyaretçilerinin tutum ve davranışları oldukça önemlidir. Ziyaretçilerin zihinlerinde ekoturizm destinasyonu hakkında oluşan algılamada destinasyonun sahip olduğu nitelikler etkili olmaktadır (Güdü Demirbulat, 2019, 2645).

2.1.3.1. Ekoturizm Destinasyonlarının Nitelikleri

Wood (2002, 26) bir alanın ekoturizm destinasyonu olabilmesi için sahip olması gereken nitelikleri aşağıdaki şekilde belirtmektedir:

- Destinasyon alanının doğal güzelliklere sahip korunan bir alan olması,
- Doğal alanlardan oluşması nedeniyle düşük yoğunluklu tesislerle hizmet verilmesi,
- Turizm faaliyetlerinin su yolları, kıyı alanları, sulak alanlar ve vahşi yaşam alanları gibi doğal sistemlere zarar vermesi engellenmeli,
- Yerel lezzetlerin ve el sanatlarının sunulduğu ve de geliştirildiği yerel işletmelere sahip olması,
- Yerel halk ve ziyaretçiler tarafından kullanılan bisiklet yolları, patikalar veya ahşap yürüyüş yolları gibi hassas kaynakları korumak için tasarlanmış çok sayıda açık hava rekreasyon alanının bulunması,
- Konaklama, yeme-içme, ulaşım gibi hizmetlerde yerel halkın turizm konusunda eğitilerek istihdam edilmesi,
- Konuksever bir işletme anlayışının yerleştirilmesi,
- Yöresel kültürel mirasın sergilendiği ve yaşatıldığı yerel festivaller ve de etkinliklerin yapılması,
- Turistlerin ve yerel halkın ortak kullanımına sunulmuş hijyenik duşların ve de tuvaletlerin bulunması,

- Yerel halkla ziyaretçilerin dostça sohbet edebileceği yerel çarşı, deniz manzaralı oturma alanları gibi doğal buluşma alanlarının oluşturulması gerekmektedir.

2.1.3.2. Ekoturizm Destinasyonlarında Etkili Faktörler

Ekoturizm destinasyonlarında gerçekleştirilen turizm faaliyetlerini genel olarak ulaşım, fiyat, doğal yaşam, iklim, kültürel yapı, coğrafi özellikler, güvenlik, altyapı ve turizm tesisleri gibi faktörler etkilemektedir (Bunruamkaew and Murayama, 2011, 273; Ullah and Hafiz, 2014, 261; Ilgaz ve Kozak, 2019, 497).

2.1.3.2.1. Ulaşım

Ulaşım; destinasyonlara ziyaret etmek isteyen turistlerin gitmek istedikleri yerle ilgili uzaklık, zaman gibi harcamalarını kapsamaktadır (Albayrak, 2013, 16). Ekoturizm destinasyonlarına ait güzergahlarda ulaşım; ziyaretçilerin bisiklet kullanımının artırılması ile birlikte çevreye verilen zararın en aza indirilmesi, uzun mesafelerde uçak yerine tren tercih edilmesi ile karbon ayak izinin azaltılması ulaşım hedefleri arasında yer almaktadır.

Türkiye’de ekoturizm imkanları bakımından önemli bir yere sahip olan Karadeniz bölgesinde doğa yapısı nedeni ile ekoturizm destinasyonlarına ulaşım zor şartlarda gerçekleştirilmektedir. Erozyon ve sel gibi doğal afetler sonrasında ekoturizm destinasyonlarına ulaşım imkanları zorlaşmakta ve turistler açısından endişe uyandıracak bir durum söz konusu olmaktadır. Bu nedenle, ulaşım Karadeniz bölgesindeki ekoturizm destinasyonlarında önemli unsurlardan biri olarak görülmektedir.

2.1.3.2.2. Fiyat

Fiyat, ürün ya da hizmetin elde edilmesi sonunda ödenen miktarı ifade etmektedir (Tenekecioğlu, 2005, 208). Ekoturizm destinasyonlarında fiyatlandırma koruma alanları giriş ücretleri, konaklama ücretleri, destinasyona ulaşım gideri, rehberlik hizmeti, rekreasyonel spor aktivitelerinin ücreti, yöresel hediyelik eşyaların ücretini içerisinde kapsamaktadır (Belber, 2018, 78).

2.1.3.2.3. Doğal Yaşam

Ekoturizm destinasyonları genellikle doğa içerisinde temiz hava, doğal güzellikte el değmemiş doğal alanlarda, kırsal bölgelerde, koruma altına alınmış milli parklarda, ekoturizm köylerinde yerel halkla etkileşim halinde gerçekleştirilmektedir.

Doğal yaşamda yenilenebilir enerji kaynak kullanımına özen gösterilmesi ve bu konuda çalışmaların sürdürülebilir olması desteklenmektedir. Doğal alanlar ve kültürel mirasın korunması, nesli tükenmekte olan türlerin korunması, yöreye özgü kültürün ve geleneksel yapının yaşatılması gibi unsurlar ekoturizm destinasyonlarında etkin rol oynamaktadır.

2.1.3.2.4. İklim

İklimin farklı mevsimlerde turizm için elverişli olup olmadığını incelemek amacıyla mevsimsel dağılıma bağlı olarak ortalama sıcaklık, nem ve günlük ortalama güneş ışığı gibi iklim analizleri yapılmaktadır. Destinasyonlarda ekoturizm kapsamında yer alan faaliyet türlerinden yayla turizmi, tarım/çiftlik turizmi, hava sporları turizmi ve akarsu turizminin iklim koşullarından etkilendiği gözlemlenmektedir.

2.1.3.2.5. Kültürel Yapı

Ekoturizm destinasyonlarda turizm faaliyetleri kapsamında, yerel bölgelerin toplumda saygınlığının artması ve bölge kültürünün tanıtılması, geleneksel kültürün yaşatılması, el sanatlarına değer verilerek gelecek kuşaklara aktarılması, destinasyondaki mimari yapının korunması ve aslına uygun şekilde restore edilmesi, yerel halka özgü değerlerin korunmasına önem verilmelidir.

2.1.3.2.6. Coğrafi Özellikler

Ekoturizm destinasyonları; bozulmamış doğal güzellikler, şelale ve akarsular, dağlar, ormanlar ve doğal bitki örtüsü çeşitliği, tabiat parkları ve koruma alanları gibi coğrafi unsurları içerisinde barındırmaktadır. Eşsiz doğal özellikleri bakımından ekoturizm destinasyonlarına olan talep her geçen gün artmakta olup, destinasyonlar cazibe merkezi haline gelmektedir. Ziyaretçilerin seyahat tercihlerinde coğrafi özellikler önemli bir yer tutmaktadır.

2.1.3.2.7. Güvenlik

Her insan tatil kararını vermeden önce güvenli hissedeceği destinasyonlar arasında seçim yapmaktadır. Bu nedenle, turistlerin destinasyon seçiminde ekoturizm alanlarının güvenlik durumu etkin bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Ekoturizm destinasyonlarının güvenliğinin sağlanması ve turistlerin algılamalarında güvenli destinasyon imajının yaratılması gerekmektedir. Bu sayede, güven konusunda endişe yaşamayacak potansiyel turistlerin destinasyon seçimlerinde sorun yaşanmayacaktır. Terör olayları, salgın hastalıklar ve doğa olayları gibi nedenler tatil anlayışını önemli ölçüde etkilemektedir.

2.1.3.2.8. Altyapı

Destinasyonların turizmde rekabet edebilirliği ve kalkınma düzeyinin belirlenmesi için altyapı özellikleri önemli bir gösterge oluşturmaktadır. Altyapı unsurları, hem yerel halkın yaşam standartlarının iyileştirilmesini sağlayacak hem de turistik potansiyelin artışında önemli rol oynayacaktır. Temiz içme suyu, sağlık tesislerinin donanımı ve su kaynaklarının etkin kullanımı, atık su miktarının dikkate alınması, katı atıkların doğaya zarar verilmeden kompost haline getirilmesi ve ulaşımdaki aksaklıkların giderilmesi turizmin gelişiminin sürdürülebilirliğini sağlamaktadır.

2.1.3.2.9. Turizm Tesisleri

Ekoturizm destinasyonlarında bulunan turizm tesislerinin geleneksel dokunun bozulmadan çevreye zarar verilmeden oluşturulması, kullanılan malzemelerin doğaya zarar vermemesi, yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımına özen gösterilmesi, yağmur sularının depolanarak yeniden kullanılması, tesislerde permakültür bahçelerin oluşturulması sağlanmalıdır. Ziyaretçilere sunulan ürünlerin çevreye zarar vermeyen özellikte olmasına, toplu ulaşım araçları ile gezilerin düzenlenmesine ve bisiklet kullanımının yaygınlaştırılmasına dikkat edilmelidir.

2.1.3.3. Dünya’da Ekoturizm Destinasyonları

Ekoturizm, doğal alanlara karşı hassasiyet gösteren bir turizm türü olmakla birlikte, sosyal anlamda hızlı gelişim gösteren bir yapıya sahiptir (Koçoğlu, 2008,

50). Doğanın veya ekolojinin ana cazibe kaynağı olduğu bir destinasyonu ziyaret anlamına gelen ekoturizm; Kenya, İsveç, Kosta Rika ve Avustralya gibi birçok ülkede ciddi çalışmalar yapılarak uygulanmaktadır (Kollen, 2016). Bu bağlamda, Dünya’da yoğun olarak kullanılan ekoturizm destinasyonları Şekil 5’te gösterilmektedir (Selimoğlu, 2014).



Şekil 5. Dünya’da ekoturizm yapılan alanlar (Selimoğlu, 2014).

Dünya’nın önemli ekoturizm destinasyonları arasında yer alan Kenya; Afrika kıtasının doğusunda bulunmakta olup, turizm gelirlerinin önemli bir kısmını koruma alanları ve milli parklar oluşturmaktadır (Demir ve Çevirgen, 2006, 133). Kenya yaban hayatı çeşitliliğine bağlı gelişen safari imkanları, kuş gözlemciliğinin yanında dağları, plajları ve mercan kayalıkları gibi eşsiz coğrafi özellikleriyle ziyaretçilerin dikkatini çekmektedir (Sayyah, 2017).

1978 yılında Doğal Dünya Mirası Alanları listesinde yer alan Galapagos Adaları; Ekvador sahilinin 620 mil dışında yer almaktadır. Adalarda eşsiz doğal güzellikler ve yaban hayatı örneklerine ev sahipliği yapmaktadır. Ayrıca, adalar ziyaretçilerine penguenler ve deniz aslanları ile yüzme gibi şaşırtıcı deneyimler de sunmaktadır (Ecologia Sociale, 2020).

Ekoturizmin tanımına uygun şekilde faaliyetler gerçekleştirilmekte olan nadir ülkelerden biri de Kosta Rika’dır. Ülke ekonomisine en önemli katkı ekoturizm faaliyetlerinden sağlanmaktadır (Baka, 2012, 13). Doğayı ve vahşi yaşamı korumayı sorumlu seyahat anlayışı ile birleştirebilen ülkelerden olan Kosta Rika’da ekoturizm

sağlam bir endüstridir. Benzersiz biyolojik çeşitliliğe sahip olan Kosta Rika, 2012'de Amerika'da avlanmayı yasaklayan ilk Latin Amerika ülkesi olmuştur. Kosta Rika topraklarının yaklaşık yüzde 25'i milli park, korunan alanlar ve doğal rezervlerden oluşmaktadır (Reuters, 2012).

Amerika'da milli park ve ormanlar ile birlikte ekoturizm yapılan kırsal bölgeler de yer almaktadır. 1964 yılında nüfusun kalabalık olmaya başlamasıyla birlikte, doğal kaynak kullanımının artmasından dolayı Amerikan Kongresi bir yasa düzenleyerek insanların sadece ziyarette bulundukları ve yaşam alanı olarak kullanılmayan alanları koruma altına alınmıştır. Koruma altına alınan alanlarda; ticari teşebbüsler, kalıcı veya geçici yollar, motorlu taşıtlar (bisiklet de dâhil), botlar, kar arabaları ve hava taşıtlarının inmesine izin verilmemiştir. Amerika'da yer alan ekoturizm destinasyonlarına örnek olarak koruma altına alınan Najova'dır. Destinasyonun geleneksel yaşantısını görmek ve bu kültürü yaşamak isteyen ziyaretçiler için farklı bir deneyim sunmaktadır. Nojova'da ziyaretçiler "Hogan" (Şekil 6) adı verilen sekizgen şekilli sert kütüklerden yapılan ve odunla ısınan evlerde konaklamaktadır. Kahvaltı ve yemekler geleneksel najova kültüründen izler taşımaktadır (Akova, 2016, 321).



Şekil 6. Geleneksel Najova Hogan isimli ev örneği (Northern Arizona University, 2020).

Uzak konumu ve sert çevre koşulları, karlı dağları, şelaleleri ve berrak suları ile Norveç'in ünlü fiyortları bölgenin bozulmamış güzelliğinin korunmasına yardımcı olmaktadır. Destinasyonda ziyaretçiler engebeli arazide yürüyüş, bisiklet ve tekne turu gibi ekoturizm faaliyetlerine katılabilmektedir. Bölgede kartallar, denizaslanları, yunuslar ve deniz kuşlarının yanında çok çeşitli yaban hayatı yaşamaktadır. Bölge sahip olduğu doğal cazibe merkezlerinin yanı sıra yerel kültürel geleneklerin

yüzlerce yıldır hayatta kaldığı birçok küçük balıkçı köyüne de ev sahipliği yapmaktadır. Norveç uluslararası platformda çevre politikaları açısından lider konumda olmakla birlikte eşsiz sahil şeridini korumaya özen göstermektedir (Schlichter, 2020).

Avusturalya ekoturizm açısından eşsiz doğal güzellikler, tropikal alanlar, mercan kayaları, çöller ve dağlık araziler gibi kaynaklarla ziyaretçilere çeşitli fırsatlar sunmaktadır. Avusturalya, ekoturizmin gelişmesine yönelik doğrudan ve dolaylı fayda yaratmaktadır. Ülke ekoturizm ürünlerinin verimli olması için çaba göstermektedir (Demir ve Çevirgen, 2006, 135). 2000 yılında UNESCO Dünya Mirası alanı olarak belirlenen Avustralya'nın Büyük Mavi Dağlar bölgesi, şehrin gürültüsünden kaçmak isteyen ziyaretçiler için popüler bir ekoturizm destinasyonudur. Destinasyon vadileri, bataklıkları, kayalık çıkıntıları, dar kanyonları, ulusal park ve rezerv alanı, eşsiz flora ve faunasıyla ziyaretçilerinin dikkatini çekmesi ile birlikte kaya tırmanışı, dağ bisikleti, halatla tırmanma, kano ve ata binme gibi faaliyetlerle vahşi doğayı deneyimleme ve eğlenme imkanı tanımaktadır (Shermans Travel, 2013).

Almanya'da bulunan Bliesgau Biyosfer Rezerve Merkezi ECOACT proje kapsamında koruma altına alınan ekoturizm destinasyonları arasında yer almaktadır. Destinasyonda ziyaretçiler için doğa rehberlileri eşliğinde turlar düzenlenmektedir. Saarland Kartı ile bölgede hizmet veren ücretsiz otobüs ve trenlerle de birçok turistik alana ücretsiz giriş olanağı bulunmaktadır. Ayrıca, bölgenin geniş çayırlarındaki bahçelerinden elde edilen buğday ve mercimek, meyve gibi yöresel lezzetler ziyaretçilere sunulmaktadır (ECOACT, 2019).

Slovenya'daki en eski ve en büyük koruma alanlardan biri olan Kozjansko Parkı, yüksek biyoçeşitliliğe sahip olan bir ekoturizm destinasyonudur. Kozjansko Parkı'na Avrupa Eko etiketli konaklama hizmeti, ISO 14001, Slovenya yeşil konaklama gibi birçok ödül de verilmiştir. NATURA 2000 Avrupa özel koruma alanı özelliği olan park, biyolojik çeşitlilik ile birlikte korunan alanlardaki hayvan ve bitki türlerini, tehlike altında olan habitatları korumayı amaçlamaktadır (ECOACT, 2019).

2.1.3.4. Türkiye’de Ekoturizm Destinasyonları

Dünyada yeni arayışları amaç edinen ekoturizm, günümüzde deniz kum tatil anlayışının yerine kalabalık ortamlardan uzak, doğal güzellikler içerisinde ve çevre ile dost tatil anlayışı nedeni ile tercih edilmektedir. Ekoturizm sadece doğaya yönelik yapılan turizm şekli olarak düşünülmesine rağmen, gelenek ve kültürel değerleri yansıtan, yaban hayatını ve biyolojik türleri koruyan ve de birçok etkinliği içinde bulunduran bir turizm türüdür (Özkan, 2003). Ekoturizm kapsamında yer alan etkinlikler yayla turizmi, kuş gözlemciliği, agro turizm, botanik turizmi, yürüyüş, dağcılık, kamp karavan turizmi, su altı dalış şeklinde çoğaltılabilmektedir (Erdoğan, 2003, 120). Özellikle günümüzde görülen salgın hastalıklar nedeniyle daha temiz bir ortamda tatil yapma anlayışının ağırlık kazanmasından dolayı ekoturizme olan ilginin daha da arttığı görülmektedir.

Türkiye’deki ekoturizm kaynaklarını, dokunulmamış alanlar, doğallığı bozulmamış kültürel ve sosyal değerler, koruma alanları ve milli parklar gibi hassas alanları oluşturmaktadır (Koçoğlu, 2008, 50). Milli parklar, tabiat parkları, tabiatı koruma alanları, tabiat anıtları ve yaban hayatını geliştirme sahaları gibi koruma alanları ekoturizmin önemli değerleri arasında yer almaktadır. Türkiye’de ekoturizm faaliyetlerinin uygulandığı mevcut milli park sayısı 44 (Tablo 4), tabiat parkı sayısı 247 (Tablo 5), tabiat anıtı sayısı 116 (Tablo 6), tabiat koruma alanı 30 (Tablo 7) ve yaban hayatını geliştirme sahaları ise 82 (Tablo 8) adet olarak açıklanmıştır (DKMP, 2020).

Tablo 4

Türkiye’de bulunan milli parklar (44 Adet)

No	Milli Parkın Adı	Bulunduğu İl-İller
1	Ağrı Dağı Milli Parkı	Ağrı- Iğdır
2	Aladağlar Milli Parkı	Niğde-Adana- Kayseri
3	Altınbeşik Mağarası Milli Parkı	Antalya
4	Altındere Vadisi Milli Parkı	Trabzon
5	Başkomutan Tarihi Milli Parkı	Afyonkarahisar- Kütahya-Uşak
6	Beydağları Sahil Milli Parkı	Antalya
7	Beyşehir Gölü Milli Parkı	Konya
8	Boğazköy - Alacahöyük Milli Parkı	Çorum
9	Botan Vadisi Milli Parkı	Siirt

10	Dilek Y. - B. Menderes D. Milli Parkı	Aydın
11	Gala Gölü Milli Parkı	Edirne
12	Güllük Dağı - Termessos Milli Parkı	Antalya
13	Hatila Vadisi Milli Parkı	Artvin
14	Honaz Dağı Milli Parkı	Denizli
15	Ilgaz Dağı Milli Parkı	Kastamonu-Çankırı
16	İğneada Longoz Ormanları Milli Parkı	Kırklareli
17	İstiklal Yolu Tarihi Milli Parkı	Kastamonu - Çankırı
18	Kaçkar Dağları Milli Parkı	Rize- Artvin
19	Karagöl - Sahara Milli Parkı	Artvin
20	Karatepe - Aslantaş Milli Parkı	Osmaniye
21	Kazdağı Milli Parkı	Balıkesir
22	Kızıldağ Milli Parkı	Isparta
23	Kop Dağı Müdafaası Tarihi Milli Parkı	Bayburt - Erzurum
24	Kovada Gölü Milli Parkı	Isparta
25	Köprülü Kanyon Milli Parkı	Antalya
26	Kuşçenneti Milli Parkı	Balıkesir
27	Küre Dağları Milli Parkı	Kastamonu- Bartın
28	Malazgirt Meydan Muharebesi Tarihi Milli Parkı	Muş
29	Marmaris Milli Parkı	Muğla
30	Munzur Vadisi Milli Parkı	Tunceli
31	Nemrut Dağı Milli Parkı	Adıyaman-Malatya
32	Nene Hatun Tarihi Milli Parkı	Erzurum
33	Sakarya Meydan Muharebesi Tarihi Milli Parkı	Ankara
34	Saklıkent Milli Parkı	Muğla- Antalya
35	Sarıkayış-Allahuekber Dağları Milli Parkı	Kars- Erzurum
36	Soğuksu Milli Parkı	Ankara
37	Spil Dağı Milli Parkı	Manisa
38	Sultan Sazlığı Milli Parkı	Kayseri
39	Tek Tek Dağları Milli Parkı	Şanlıurfa
40	Troya Tarihi Milli Parkı	Çanakkale
41	Uludağ Milli Parkı	Bursa
42	Yedigöller Milli Parkı	Bolu
43	Yozgat Çamlığı Milli Parkı	Yozgat
44	Yumurtalık Lagünü Milli Parkı	Adana

Not. DKMP, 2020.

Tablo 5

Türkiye 'de bulunan tabiat parkları (247 Adet)

No	Bulunduğu İl/İller	Tabiat ParkınınAdı /Parklarının Adları	Sayısı
1	Adana	Belemedik, Dağılcak, Karataş, Obruk Şelalesi	4 adet
2	Adıyaman	Doğanlı, Gölbaşı Gölleri	2 adet
3	Afyonkarahisar	26 Ağustos, Erkmen, Frig Vadisi, Yedikapı	4 adet
4	Amasya	Boraboy	1 adet
5	Ankara	Aluçdağı, Çamkoru, Durasan Şah,Eğrioza, Karagöl (Ankara), Kartaltepe (Ankara), Kelebekler Vadisi, Sorgun Göleti, Şahinler, Tekkedağı	10 adet
6	Antalya	İncekum, Kurşunlu Şelalesi, Mavikent, Tekirova	4 adet
7	Ardahan	Cemal Tural	1 adet
8	Artvin	Altıparmak, Balıklı-Güneşli Şelalen, Borçka Karagöl, Cehennem Deresi Kanyonu, Tavşan Tepesi	5 adet
9	Aydın	Bafa Gölü, Çağlayan, Şarlan, Tavşanbunu	4 adet
10	Balıkesir	Ayvalık Adaları, Darıdere, Değirmenboğazı, Sarımsaklı	4 adet
11	Bartın	Ahatlar, Balamba, Gürcüoluk Mağarası	3 adet
12	Batman	Malabadi	1 adet
13	Bayburt	Yakupabdal	1 adet
14	Bilecik	Erikli, Harmankaya Kanyonu, Kınık Şelalesi, Küçükelmalı	4 adet
15	Bolu	Abant Gölü, Ayıkayası, Beşpınarlar, Bolu Gölçük, Bolu Karagöl, Göksu, Kargalı Gölçük, Sülüklügöl, Sünnet Gölü	9 adet
16	Burdur	Salda Gölü, Serenler Tepesi	2 adet
17	Burdur -Muğla	Karanlıkdere Kanyonu	1 adet
18	Bursa	Sadağı Kanyonu, Suuçtu	2 adet
19	Çanakkale	Ayazmapınan	1 adet
20	Çankırı	Hazım Dağı, Kadınçayırı, Kenbağ	3 adet
21	Çorum	Çatak, Sıklık	2 adet
22	Denizli	Akdağ	1 adet
23	Diyarbakır	Eğil Peygamberler	1 adet
24	Düzce	Aydınpınar Şelaleleri, Geyiklibel Kanyonu (Yılançatı), Güzeldere Şelalesi, Kurugöl	4 adet

25	Edirne	Danişment, Gökçetepe, Vakıf	3 adet
26	Elazığ	Hazar Gölü	1 adet
27	Erzincan	Dumanlı, Esentepe, Keklikkayası	3 adet
28	Eskişehir	Musaözü, Yunus Emre	2 adet
29	Gaziantep	Alleben, Burç, Dülük Baba, Gaziantep Milli Mücadele, Huzurlu	5 adet
30	Giresun	Ağaçbaşı, Aymaç, Harşit, Koçkayası, Köroğlu, Kuzalan, Şaban Kalesi, Yedideğirmenler	8 adet
31	Gümüşhane	Artabel Gölleri, Çağlayandibi Şelalesi, Karşıyaka (Gümüşhane), Köse, Limni Gölü, Tomara Şelalesi	6 adet
32	Hatay	Belen Geçidi, Şahin Tepesi	2 adet
33	Isparta	Başpınar, Gölcük (Isparta), Yazılı Kanyon	3 adet
34	İstanbul	Avcıkoru, Ayvatbendi, Bentler, Büyükkada, Çilingöz, Danamandıra, Değirmenburnu, Dilbümü, Elmasbümü, F. Rıfkı Atay, Fatih Çeşmesi, Fatih Sultan Mehmet, Göktürk Göleti, Göztepe, Hacet Deresi, Irmak, Kirazlıbent, Kömürcübent, Marmaracık Koyu, Mehmet Akif Ersoy, Mihrabat, Neşetsuyu, Parkorman, Polonezköy, Şamlar, Türkmenbaşı	26 adet
35	İzmir	Çiçekli, Efeoğlu, Ekmeksiz Plajı, Gümüldür, Karagöl (İzmir), Meryemana, Tanay, Yamanlardağı	8 adet
36	Kahramanmaraş	Kapıçam, Yavşan Yaylası	2 adet
37	Karabük	Baklabostan, Çamlık	2 adet
38	Kars	Soğuksu	1 adet
39	Kastamonu	Dipsizgöl, Şehit Şerifebacı, Yeşilyuva	3 adet
40	Kayseri	Derebağ Şelalesi	1 adet
41	Kırıkkale	Karaahmetli	1 adet
42	Kırklareli	Kavaklımeşe Korusu	1 adet
43	Kırşehir	Aşıkpaşa	1 adet
44	Kilis	Hisar Çamlığı	1 adet
45	Kocaeli	Ballıkayalar, Beşkayalar, Eriklitepe, Gazilerdağı, Kuzuyayla, Suadiye, Uzunkum, Uzuntarla	8 adet
46	Konya	Akyokuş, Kocakoru Ormanı, Kuğulu, Yakamanastır	4 adet
47	Kütahya	Çamlıca, Enne Barajı, Topuk Yaylası	3 adet
48	Malatya	Beydağı, Günpınar Şelalesi, Turgut Özal	3 adet

49	Manisa	Mesir, Süreyya	2 adet
50	Mardin	Gap Şelaleri	1 adet
51	Mersin	Aydıncık, Dikilitaş, Gümüşkum, Karaekşi, Kuyuluk, Pullu, Sarıkayalar, Şehitlik, Talat Göktepe (Erdemli Çamlığı)	9 adet
52	Muğla	Çubucak, Güvercinlik, İnbükü, Katrancı Koyu, Kovanlık, Küçük Kargı, Ölüdeniz - Kıdrak, Ömer Eşen, Usuluk Koyu	9 adet
53	Muş	Sazlıkbaşı	1 adet
54	Ordu	Çınarsuyu, Ulugöl	2 adet
55	Osmaniye	Çiftmazi	1 adet
56	Rize	Akyamaç (Hemşin Şelaleleri), Handüzü, Isırlık, Tunca Vadisi	4 adet
57	Sakarya	İl Ormanı, Kuzuluk, Poyrazlar Gölü	3 adet
58	Samsun	Amazon, Bayraktepe, Sarıgazel, Şahinkaya Kanyonu, Vezirsuyu	5 adet
59	Siirt	Tillo	1 adet
60	Sinop	Akgöl, Çatak Kanyonu, Hamsilos, Tatlıca, Topalçam	5 adet
61	Sivas	Canköy, Karşıyaka (Sivas), Oymalık	3 adet
62	Şanlıurfa	Gölpınar	1 adet
63	Tekirdağ	Çamlıkoy, Kartaltepe (Tekirdağ)	2 adet
64	Tokat	Balıca Mağarası, Zınav Gölü	2 adet
65	Trabzon	Beşikdağ, Çalcamili, Çamburnu, Görnek, Kadıralak, Kayabaşı, Sera Gölü, Sis Dağı, Uzungöl	9 adet
66	Tunceli	Örenözü	1 adet
67	Uşak	Göğem-Zafer, Taşyaran Vadisi, Ulubey Kanyonu	3 adet
68	Yalova	Delmece Yaylası, Harmankaya	2 adet
69	Yozgat	Davulbaztepe, Kadıpınarı, Oluközü, Üçtepeler, Yozgat Fatih	5 adet
70	Zonguldak	Danaağızı, Göldağı, İncüvez Çamlığı, Milli Egemenlik	4 adet

Not. DKMP, 2020.

Tablo 6

Türkiye 'de bulunan tabiat anıtları (116Adet)

No	Bulunduğu İl	Tabiat Anıtının Adı	Sayısı
1	Adana	Acıkise Ardıç Ağacı, Acıkise Doğu Çınarı, Bıgbiğ Orman Sarmaşığı, Kandildere Ardıç Ağacı	4 adet
2	Adıyaman	Doğanlı Çınarı	1 adet
3	Afyonkarahisar	Koruluk Kermes Meşesi I, Koruluk Kermes Meşesi II, Koruluk Kermes Meşesi III	3 adet
4	Ankara	Asarlık Tepeler, Kabaardıç, Kız Tepesi	3 adet
5	Antalya	Aslan Ardıcı, Dibek Sedir Ağacı, Gedelma Çınarı, Karamık Köyü Sediri, Koca Sedir Ağacı, Kocain Mağarası, Kocakatran Lübnan sediri, Koç Sedir, Şah Ardıç, Zeytintaşı Mağarası	10 adet
6	Artvin	Kamilet Doğu Kayını, Melodere Doğu Ladini	2 adet
7	Bartın	Güzelcehisar Bazalt Sütunları	1 adet
8	Bingöl	Yüzen Adalar	1 adet
9	Bitlis	Nemrut Kalderası	1 adet
10	Burdur	Ballık Köyü Sediri, Çatal Sedir, Evciler Köyü Sedir Ağacı, Kocapınar Toros Sediri	4 adet
11	Çankırı	Dokuzkardeşler Çamı, Türbeçanı	2 adet
12	Düzce	Kayadibi Posuk Ağacı, Paşabükü Dişbudak Ağacı, Samandere Şelalesi, Sırıkyayla Göknarı	4 adet
13	Erzincan	Alanın Ardıcı	1 adet
14	Erzurum	Narman Peri Bacaları	1 adet
15	Eskişehir	Geyikalanı, Karageyikli Türk Fındığı, Kayı Ardıcı, Kepez Saçlı Meşesi, Keramet Dutu, Kokulu Ardıç I, Kokulu Ardıç II, Kokulu Ardıç III, Piribaba Meşesi	9 adet
16	Giresun	Yenice Şelaleleri	1 adet
17	Gümüşhane	Aliağanın Kavağı, Kirani Evliya Ardıcı, Örümcek Ormanı Göknarı I, Örümcek Ormanı Göknarı II, Örümcek Ormanı Göknarı III, Örümcek Ormanı Göknarı IV, Örümcek Ormanı Ladini I, Örümcek Ormanı Ladini II, Örümcek Ormanı Ladini III, Örümcek Ormanı Ladini IV	10 adet
18	Hatay	Hassa Lav Tüpi Mağaraları, Onat Çınarı	2 adet
19	Isparta	Barla Sedir Ağacı, Çatalçam, Kapıderesi Toros Sediri II, Kapıderesi Toros Sediri III, Kırıntı Köyü Çınar Ağacı, Kırıntı Köyü Doğu Çınarı, Küçükkapı Sedir	12 adet

		Ağacı, Söğüt Yaylası Ulu Ardiç, Tota Dağı Anadolu Kestanesi, Tota Dağı Ardiç Ağacı, Yalnız Ardiç, Yaz İhlamur Ağacı	
20	İstanbul	Subaşı Havuzlar	1 adet
21	İzmir	Anadolu kestanesi, Dede Menengici, Kadınlar Kuyusu Koca Menengici, Kunduracı Çınarı, Ovacık Köyü Anadolu Kestanesi, Taşdede Pırnal Meşesi, Teos Menengici, Yarendere Fıstıkçamı, Yemişçi Çınarı, Yemişçi Fıstıkçamı	10 adet
22	Karabük	Eskipazar Türbeçamı	1 adet
23	Karaman	Altıkardeşler, Dedeardiç	2 adet
24	Kastamonu	Araç Türbe Çamı, Beldeğirmeni Köyü Çınarı, Erenler Çamı, Oniki Kardeşler	4 adet
25	Konya	Ağılı Ardiç, Derebucak Çamlık Mağaraları, Fosil Ardiç, Meke Gölü, Titrek Kavak	5 adet
26	Kütahya	Mızıkçam	1 adet
27	Manisa	Kula Peribacaları	1 adet
28	Mersin	Ana Ardiç, Gilindire Mağarası, Kocakatran, Mut Yerköprü Şelalesi	4 adet
29	Muğla	Bayır Çınarı, Bayır Servi Ağacı, Bitez Yalısı Zeytin Ağacı, Söğüt Köyü Çınarı, Ulumeşe	5 adet
30	Rize	Tar Deresi Bulut Şelalesi	1 adet
31	Sakarya	Doğançay Şelalesi, Karagöl Yaylası Sarıçamı	2 adet
32	Sinop	Bazalt Kayalıkları, Görkemli Meşe, Kızılca Elmalı Meşesi, Sorkun Şelaleleri	4 adet
33	Yozgat	Ulukavak	1 adet
34	Zonguldak	Gümeli, Harmankaya Şelaleleri	2 adet

Not. DKMP, 2020.

Tablo 7

Türkiye 'de bulunan tabiat koruma alanları (30 adet)

No	Bulunduğu İl	Tabiat Koruma Alanının Adı	Sayısı
1	Afyon	Dandindere	1 adet
2	Antalya	Alacadağ, Çıglikara, Dibek	3 adet
3	Artvin	Camili-Efeler Ormanı, Camili-Gorgit, Çamburnu	3 adet
4	Balıkesir	Kazdağı Gökmarı	1 adet
5	Bolu	Akdoğan ve Rüzgarlar Ebe Çamı, Kale - Bolu Fındığı, Kökez	3 adet
6	Burdur	Kargı Köyü Sığla Ormanı	1 adet
7	Düzce	Demirciönü	1 adet
8	Gümüşhane	Örümcek Ormanı	1 adet
9	Hatay	Habibineccar, Tekkoz - Kengerli Düz	2 adet
10	Isparta	Kasnak Meşesi	1 adet
11	İstanbul	Beykoz Gökmarlık	1 adet
12	Kahramanmaraş	Körçoban	1 adet
13	Karabük	Çitdere, Kavaklı	2 adet
14	Kırlareli	Kasatura Körfezi	1 adet
15	Kırşehir	Seyfe Gölü	1 adet
16	Konya	Akgöl (Ereğli Sazlığı)	1 adet
17	Kütahya	Domaniç - Kaşalıç, Vakıf Çamlığı	2 adet
18	Muğla	Kartal Gölü, Sırtlandığı Halep Çamı	2 adet
19	Samsun	Hacıosman Ormanı	1 adet
20	Sinop	Sarıkum	1 adet

Not. DKMP, 2020.

Tablo 8

Türkiye 'de bulunan yaban hayatı geliştirme sahaları

No	Saha Adı	Hedeflenen Yaban Hayatı Türü
1	Adana Akvatan Gölü YHGS	Su Kuşları
2	Adana Pozantı Karanfıldağ YHGS	Yaban Keçisi
3	Adana Sevhan Baraj Gölü YHGS	Su Kuşları
4	Adana Tuzla Gölü YHGS	Su Kuşları
5	Adana Kahramanmaraş Hançerderesi YHGS	Yaban Keçisi
6	Afyon Sandıklı Akdağ YHGS	Geyik
7	Afyon-Dinar Karakuyu Gölü YHGS	Su Kuşları
8	Ankara Beypazarı Kapaklı YHGS	Geyik
9	Ankara Kara Akbaba YHGS	Kara Akbaba
10	Ankara Nallıhan Davutoğlu YHGS	Su Kuşları
11	Ankara Nallıhan Emremsultan YHGS	Yaban Koyunu
12	Ankara Nallıhan Saçak YHGS	Geyik
13	Antalya Akseki İbradı Uzümdere YHGS	Yaban Keçisi
14	Antalya Alanya Dimçayı YHGS	Yaban Keçisi
15	Antalya Cevizli Gidengelmaz Dağı YHGS	Yaban Keçisi
16	Antalya Düzlerçamı YHGS	Alageyik-Yaban Keçisi
17	Antalya Gündoğmuş YHGS	Yaban Keçisi
18	Antalya Kaş Kıbrıs Çayı YHGS	Yaban Keçisi
19	Antalya Sarıkaya YHGS	Yaban Keçisi
20	Antalya Sivridağ YHGS	Yaban Keçisi
21	Ardahan-Posof YHGS	Dağ Horozu
22	Artvin Yusufeli Çoruh Vadisi YHGS	Yaban Keçisi
23	Balıkesir-Kütahya-Akdağ YHGS	Geyik
24	Bartın-Ulus-Sökü YHGS	Geyik-Karaca
25	Bingöl Kığı Şeytandoğları YHGS	Çengel Boynuzlu Dağ Keçisi-Yaban Keçisi
26	Bitlis - Adilcevaz Süphandağı YHGS	Çengel Boynuzlu Dağ Keçisi-Yaban Keçisi
27	Bolu Göynük Kapıormanı YHGS	Geyik
28	Bolu Yedigöller YHGS	Geyik-Karaca
29	Bolu Abant YHGS	Geyik
30	Burdur-Burdur Gölü YHGS	Su Kuşları
31	Burdur-Karakaş Gölü YHGS	Su Kuşları
Bursa Karacabey Karadağı - Ovakorusu		
32	YHGS	Sülün

33	Çorum Kargı Köşdağ YHGS	Karaca
34	Denizli Çardak Beylerli Gölü YHGS	Su Kuşları
35	Denizli Çivril Akdağ YHGS	Geyik
36	Düzce Gölyaka Efteni Gölü YHGS	Su Kuşları
37	Erzurum Çat YHGS	Çengel Boynuzlu Dağ Keçisi-Yaban Keçisi
38	Erzurum İspir Vercenik Dağı YHGS	Çengel Boynuzlu Dağ Keçisi-Yaban Keçisi
39	Erzurum Oltu YHGS	Yaban Keçisi
40	Eskişehir Mihalıççık Çatacık YHGS	Geyik
41	Eskişehir Sivrihisar Balıkdanı YHGS	Su Kuşları
42	Gaziantep Tahtaköprü Baraj Gölü YHGS	Su Kuşları
43	Gümüşhane - Siran Kulaca YHGS	Yaban Keçisi
44	Hatay Altınözü YHGS	Çizgili Sırtlan
45	Hatay Dağ Ceylanı YHGS	Dağ Ceylanı
46	Hatay-İskenderun-Arsuz YHGS	Yaban Keçisi-Karaca
47	İstanbul Çatalca Çilingöz YHGS	Geyik
48	İstanbul Sarıyer Feneryolu YHGS	Karaca
49	İzmir-Bayındır-Ovacık YHGS	karaca
50	İzmir Selçuk Gebekirse Gölü	Su Kuşları
51	Karabük Sırçalı Kanyonu YHGS	Karaca
52	Karabük-Yenice YHGS	Geyik-Karaca
53	Kars Kuyucuk Gölü YHGS	Su Kuşları
54	Kars-Sarıkamış Kağızman YHGS	Yaban Keçisi
55	Kastamonu Azdavay Kartdağı YHGS	Geyik
56	Kastamonu Ilgazdağı YHGS	Geyik
57	Kastamonu Taşköprü Elekdağ YHGS	Geyik
58	Kastamonu Tosya Gavurdağı YHGS	Geyik
59	Kayseri Yahyalı Aladağlar YHGS	Yaban Keçisi
60	Kocaeli Kandıra Seyrek YHGS	Karaca
61	Konya Bozdağ YHGS	Yaban Koyunu
62	Kütahya Merkez Altıntaş YHGS	Toy
63	Kütahya Tavşanlı Çatak YHGS	Geyik
64	Kütahya-Merkez-Türkmenbaba YHGS	Geyik
65	Mersin Mut Kestel Dağı YHGS	Yaban Keçisi
66	Mersin Tarsus Kadıncık Vadisi YHGS	Yaban Keçisi
67	Mersin-Çamlıyayla-Cehennemderesi YHGS	Yaban Keçisi
68	Mersin-Hisardağ ve Gedikdağı YHGS	Yaban Keçisi

69	Mersin-Tarsus-Hopur Topaşı YHGS	Yaban Keçisi
70	Muğla Köyceğiz YHGS	Yaban Keçisi
71	Muğla Yılanlı Çakmak YHGS	Yaban Keçisi
72	Niğde Çamardı Demirkazık YHGS	Yaban Keçisi
73	Osmaniye Zorkun Yaylası YHGS	Karaca
74	Rize Çamlıhemşin Kaçkar YHGS	Çengel Boynuzlu Dağ Keçisi
75	Sakarya-Kaynarca-Acarlar Gölü YHGS	Su Kuşları
76	Samsun Bafra Kızılırmak Deltası YHGS	Su Kuşları
77	Samsun Terme Gölardı Simenlik Gölü YHGS	Sülün
78	Sinop Bozburun YHGS	Karaca
79	Şanlıurfa Birecik Fırat YHGS	Kelaynak
80	Şanlıurfa Kızılkuyu YHGS	Ceylan
81	Tokat-Kaz Gölü YHGS	Su Kuşları
82	Zonguldak Yeşilöz YHGS	Geyik-Karaca

Not. DKMP, 2020.

Türkiye, ekoturizm açısından tabiat alanlarının yanı sıra kıyı ve akarsu kaynaklarıyla da eşsiz imkânlar sunmaktadır. Tüm bu olanaklar sayesinde Türkiye’de dağ-doğa yürüyüşü, yayla turizmi, akarsu turizmi, bisiklet turları, atlı doğa yürüyüşü, mağara turizmi, sportif olta balıkçılığı, kuş gözlemciliği ve botanik turizminin yanı sıra yaban hayatı (fauna) gözlemciliği, sualtı dalış turizmi, macera turizmi, tarım ve çiftlik turizmi, yamaç turizmi ve de balon turizmi gibi ekoturizm faaliyetleri yapılmaktadır (Sungur, 2012, 342).

Ege bölgesi ekoturizm destinasyonlarına örnek olarak Şirince Köyü; ziyaretçilerine köye özgü el sanatlarını, zeytinyağı ve sabunu yöresel ürün olarak sunarak elde edilen gelirlerin köyde bulunan evlerin yenilenmesinde kullanmaktadır. Böylece, yapılan ekoturizm faaliyetleriyle yöre halkının maddi olanakları artırılarak, refah seviyeleri de yükseltilmektedir (Yücel, 2002). Bölgede yer alan diğer bir ekoturizm destinasyonu da Dalyan’dır. Dalyan sahip olduğu bitki örtüsünün yanı sıra deniz kaplumbağalarının (caretta caretta) çoğalma alanı olan İztuzu kumsalı ile eşsiz bir ekoturizm destinasyonudur. Dalyan ağzı açıklarında da nesli tükenmekte olan Akdeniz fokuna rastlanmaktadır. Kuş gözlemciliği, caretta caretta ve Akdeniz foku gibi türlerle bölge yaban hayatı gözlemcilerinin de dikkatini çekmektedir (Doğaner, 1996, 37-38).

Ayrıca; Kültür ve Turizm Bakanlığı, Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) ve Anadolu Efes'in ortaklığında gerçekleştirilen "Gelecek Turizmde" projesiyle, Denizli'nin Buldan Yayla Gölü'nde ekoturizm potansiyelini arttırmak için biyolojik çeşitliliğinin korunması adına çalışmalar yapılarak, yerel ekonomiye katkı sağlanmaktadır (Gelecek Turizmde, 2020). İzmir Kemalpaşa'da Nazarköy ekoturizm alanı bulunmaktadır. 25 km'lik yürüyüş ve bisiklet parkuruna sahip olan alanda 3 bin yıllık Hitit anıtını ziyaret ederek orman içinde doğa yürüyüşleri yapılabilmektedir (Turizm Günlüğü, 2020).

Marmara bölgesinde yer alan ekoturizm destinasyonlarından biri ise İstanbul'da Ovacık Köyü'ndeki köy okulu restorasyonu örnek olarak verilebilir. Bu eski köy okulu restore edilerek Ovacık Köyü Kadın Tohum Derneği tarafından kullanılmaktadır. Ziyaretçilerin bahçesinde ekolojik bahçe ve permakültür uygulamalarını deneyimleyecekleri bir alan bulunmaktadır. Ayrıca, ata tohumlarını korumak, çoğaltmak ve paylaşmak, kompost yapımıyla atıkların geri dönüştürülmesi sağlamak ve de yağmur suyu hasadı gibi birçok farklı ekoturizm hareketleri de gerçekleştirilmektedir (Gelecek Turizmde, 2020). Bir diğer destinasyon örneği ise, Kocaeli ilinde bulunan Ormanya Doğal Yaşam Parkıdır. Orman ve göl peyzajlarına sahip olması, doğal yapısının bozulmamış olması, kolay ulaşılabilir bir noktada yer alması, flora ve fauna çeşitliliği gibi özellikleri bulunmaktadır. Ormanya Doğal Yaşam Parkı Dünyanın üçüncü, Avrupa'nın en büyük doğal yaşam alanı olmakla birlikte, Türkiye'nin önemli ekoturizm destinasyonları arasında yer almaktadır. Tabiat parkında kuş gözlemi, yürüyüş ve bisiklet parkurları, vahşi yaşam alanı, karavan ve çadır kamp alanı, doğa okulu, yaban hayatını kurtarma merkezi şeklinde bölümler bulunmaktadır. Mavi Parkur, Turuncu Parkur, Yeşil Parkur, Sarı Parkur olmak üzere 26 kilometre yürüyüş parkurlarıyla ziyaretçilere doğada eşsiz deneyimler yaşatmaktadır. Doğa okulunda ise doğa bağların güçlü bir bağ oluşturulmasını sağlamak ve çocukları doğa hakkında bilinçlendirmek amaçlanmıştır. Doğa okulunda çocuklara yönelik 4 aşamalı eğitim verilmektedir.

- Doğa Kaşifleri: Bu eğitim programında çocuklar yaban hayat gözlemi, kuş evi yapımı doğa günlüğü ve doğada yön bulma gibi birçok yararlı eğitim almaktadır.

- Çevre Dedektifleri: Çocukları çevre sorunları hakkında bilinçlendirmek amacı ile gerçekleştirilen eğitimde çocuklar; doğaya sarıl, dama etkinliği, kompost gübre yapımı ve geri dönüşüm atölyesi gibi eğitimler verilmektedir.
- Orman Sanat Atölyesi: Doğayı ve sanatı daha iyi anlatabilmek için gerçekleştirilen eğitimde çocuklar; arazi sanatı, doğada oyun, doğada ritim ve drama atölyesi gibi etkinliklerle eğlenerek öğrenmektedir.
- Minik Çiftçiler: Çocuklara hayvan sevgisini daha iyi aşlamak, doğa ile etkileşimlerini kuvvetlendirmek için gerçekleştirilen eğitimde çocuklar; keçi sağma, hayvan besleme, yumurta toplama gibi etkinliklerle doğal yaşamı deneyimleme fırsatı bulmaktadır (Ormanya, 2020).

İç Anadolu bölgesinde yer alan ekoturizm destinasyonlara örnek olarak Kütahya'da bulunan Domaniç göç yolu ekoturizm projesi verilebilir. Bu kapsamda, Hayme Ana Türbesi, Ebe Çamlığı, Mızık Çamı Tabiat Anıtı, Karagöl ve Kızılsaray Yaylası, Ilıcaksu Tarihi Kavak Ağacı, Tarihi Bercin Kule ve Evinin ve Domaniç' in eşsiz ve bozulmamış doğası, güzergah boyunca yürüyüş ve bisiklet parkurları, ziyaretçilerin iyi vakit geçirebileceği dinlenme alanları oluşturulmuştur (T.C Tarım ve Orman Bakanlığı OGM, 2020). Nevşehir ve çevresi de ekoturizm açısından farklı olanaklar sunmaktadır. Bölgede gerçekleştirilen balon turları ekoturizm faaliyetleri kapsamında çeşitlilik yaratmaktadır. Ayrıca; destinasyonda peri bacaları, yeraltı şehirleri gibi doğal yapıların yanı sıra atlı doğa yürüyüşü, bisiklet turizmi gibi birçok etkinlik türü de gerçekleştirilmektedir (Evcil, 2012, 21).

Akdeniz bölgesinde yer alan ekoturizm destinasyonlara örnek olarak ise Alanya İlçesi'nin Sapadere Köyü'nde bulunan Sapadere Kanyonu gösterilebilir. Görülmeye değer bir şelale ve bu şelalenin döküldüğü yerde ahşap malzeme kullanılarak oluşturulmuştur. Çevreye ve doğaya zarar verilmeden şekilde inşa edilmiş bir platform bulunmaktadır. Ayrıca, Sapadere Köyü içerisinde bulunan su değirmeni, ipek dokuma atölyesi ekoturizm ziyaretçilerinin dikkatini çekmektedir (Türkiye Kültür Portalı, 2020). Adana'nın Aladağ ilçesi Meydan Yaylası ekoturizm alanı orman içinde 19 km'lik yürüyüş parkuru bulunmaktadır. Ziyaretçilere yayla mimarisine uygun ahşap ve taş yapılarda konaklama imkanı sunulmaktadır (Turizm Günlüğü, 2020).

Doğu Anadolu bölgesinde bulunan ekoturizm destinasyonlarından biri Kars'ın Boğatepe Köyü'nde bulunan Türkiye'nin ilk eko peynir müzesidir. Müze, köyün tarihini ve doğal zenginliklerini yaşatmaktadır. Ziyaretçilere peynir yapımı hakkında eğitim de verilmekte, antika yayıklar, damgalar, kazanlar ve peynir sepetleri gibi köyün birçok kültürel, geleneksel yaşamını anlatan öğeler bulunmaktadır (Anadolu Ajansı, 2019). Müze üç bölümden oluşmaktadır. Müzenin ilk bölümünde, Kars'ın peynir tarihini anlatan görsel resim ve yazılar; ikinci bölümde peynirin yapılışının anlatımı; "Kadın Bakkal" adı ile anılan üçüncü bölüm ise, üretilen peynirlerin sunumunun ve tadımlarının yapıldığı, eski peynir, maya kalıpları ve tartı ağırlıklarının bulunduğu bir kısım bulunmaktadır (Mankan, 2017, 648). Bir başka ekoturizm destinasyon örneği ise Erzurum'da Doğal Sit Alanı olarak tescil edilen ve kırmızı periler diyarı olarak adlandırılan Narman Peri Bacaları'dır (Almaz, 2020). Bu eşsiz doğal manzarayı ziyaret etmek isteyen turistler için çevre duyarlılığı gözetilerek yapılan bir tesis bulunmakta olup, destinasyonda ATV ve bisiklet safarisi ile trekking, yürüyüş ve balon turları gibi ekoturizm aktiviteleri de yapılmaktadır (Anadolu Ajansı, 2020).

Güneydoğu Anadolu bölgesinde bulunan Şanlıurfa'nın Birecik ilçesi, coğrafi konumundan dolayı Türkiye'nin bozkır ekosistemlerinin en doğal alanları olarak bilinmektedir. Birçok nadir canlı türünün yaşam alanı olan bozkırlarda canlıların çöl ekosistemine uyum sağlayarak gizlendiği bilinmektedir Nesli tükenmekte olan türler arasında çöl varanları ve çizgili sırtlanların yaşadığı önemli ve de nadir alanlardan biri olan Şanlıurfa Birecik bozkırları, Yaban Hayatı Geliştirme Sahası olarak kabul edilerek koruma altına alınmıştır (UNDP Türkiye, 2020). Bir diğer ekoturizm destinasyonu ise Van'da bulunan Erçek Gölü Kuş Cennetinde; Kılıçgaga, Büyük Cılbıt, Kara Boyunlu, Batağan, Angıt, Yaz Ördeği, Van Denizi Martısı gibi birçok kuş türü bulunmaktadır. Dünyanın en büyük flamingo konaklama alanlarından birine ev sahipliği yapmakta olan göl, ulusal ve uluslararası sınıflandırılmalarda önemli kuş alanları arasında "B" sınıfı sulak alanlar içinde gösterilmektedir. B sınıfı sulak alanlar, genellikle nesli tükenmekte olan kuşları kapsamaktadır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2020b).

Karadeniz bölgesinde yer alan ekoturizm destinasyonlarına örnek olarak Artvin ilinde 52 kilometrelik Türkiye'nin en uzun ekoturizm yolu projesi verilebilir.

Proje kapsamında bisiklet yolu, orman yolu, ahşap köprüler, çeşmeler ve seyir terasları, yön, ağaç ve flora ve fauna için de tanıtım tabelaları bulunmaktadır (Artvin Orman Bölge Müdürlüğü, 2020). Bir diğer ekoturizm destinasyonu örneği olan Küre Dağları Milli Parkı, Bartın ve Kastamonu illeri sınırları içerisinde yer almakta olup, Türkiye'nin ilk pan parkı olma özelliği taşımaktadır. Milli Park; vadi, akarsu, orman, kanyon, şelale, mağara gibi ekolojik değerler ile birlikte ziyaretçilerine yöresel lezzetleri tattırarak geleneksel ahşap konutlarda konaklama imkanı sunmaktadır. Ayrıca Milli Park'ta yaban hayatı gözlemciliğine yönelik ekoturizm faaliyetleri de gerçekleştirilmektedir (KDMP, 2020).

2.1.4. Giresun İli Ekoturizm Destinasyonları

Giresun ili yaban hayatı, orman kaynakları, akarsuları, mağaraları, yaylaları gibi doğal değerleriyle birlikte tarihi, arkeolojik ve kültürel unsurlarıyla da Doğu Karadeniz bölgesinin önemli ekoturizm destinasyonları arasında bulunmaktadır (DOKAP, 2016, 223-237). İlde ekoturizm kapsamında değerlendirilen T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı'na kayıt altına alınan 8 tabiat parkı bulunmaktadır (DKMP, 2020). Eşsiz doğal güzelliklere sahip bu tabiat parkları sırasıyla; Ağaçbaşı Tabiat Parkı, Aymaç Tabiat Parkı, Koçkayası Tabiat Parkı, Yedideğirmenler Tabiat Parkı, Kuzalan Şelalesi ve Mavi Göl Tabiat Parkı, Harşit Tabiat Parkı, Köroğlu Tabiat Parkı ve Şahin Kalesi Tabiat Parkı'dır.

Ağaçbaşı Tabiat Parkı: Dereli ilçesinde bulunan Ağaçbaşı Tabiat Parkı'nda endemik bitki örtüsü, jeolojik yapısı ile birlikte eşsiz doğal güzellikleri, rekreasyonel faaliyetleri bakımından doğal alanları, günübirlik kullanıma ait turizm işletmeleri ile bungalov ev şeklinde konaklama olanakları bulunmaktadır. Ayrıca Kemer Köprüler ve Anıt Ağaçlarda Tabiat Parkı içinde yer almaktadır (Giresun İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2020).

Aymaç Tabiat Parkı: Bozulmamış doğası, doğal manzarası ile doğa yürüyüşü, doğa fotoğrafçılığı ve yayla ziyaretleri ile ziyaretçilerin ilgi odağı haline gelmiştir (Karadeniz Kültür Envanteri, 2020).

Koçkayası Tabiat Parkı: Kuşların göç yolları üzerinde bulunan tabiat parkı çeşitli flora ve faunasıyla, doğal yaşamıyla ziyaretçilerin iyi vakit geçirmelerini sağlamaktadır (Giresun İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2020). Bununla birlikte,

tabiat parkında doğa yürüyüşü, bisiklet, kaya tırmanışı, foto safari, botanik turizm, kuş gözlemciliği ve olta balıkçılığı da yapılabilmektedir (Yetkin, 2020a).

Yedi Değirmenler Tabiat Parkı: Espiye ilçesinde bulunan adını asırlık değirmenlerden alan tabiat parkında mağara, zengin bitki çeşitliliği, şelaleleri, yer altı suları, flora ve fauna türleri, kemer köprüler ve tabiat parkının yeşil doğasıyla bütünleşmiş tarihi güzellikler bulunmaktadır. Ayrıca; kuduban, leylek başta olmak üzere balıkçıl, güvercin, baykuş, doğan, kırlangıç ve ördek dahil olmak üzere 102 kuş türü de tabiat parkında gözlemlenebilmektedir (Giresun Belediyesi, 2020).

Kuzalan Şelalesi ve Mavi Göl Tabiat Parkı: Kuzalan Şelalesi, mağaralar, anıt ağaçlar, tarihi değirmenler gibi zengin güzellikler ile çeşitli flora ve faunasıyla farklı bir ekolojik yapıya sahip olup, 129 bitki türü ve 105 kuş türü de tabiat parkı içinde yer almaktadır. Doğa yürüyüşü, foto safari, bisiklet, safari, atv, kaya tırmanışı, olta balıkçılığı, kuş gözlemciliği gibi çeşitli ekoturizm faaliyetleri yapılmaktadır. Doğu Karadeniz bölgesinde sodalı suyun aktığı tek yer olma özelliğine sahip olan Mavi Göl ise özellikle belirli aylarda turkuaz rengini almaktadır (Giresun İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2020).

Harşit Tabiat Parkı: Giresun ilinin sahip olduğu doğal zenginliklerin ortaya çıkarılmasında ve kültürlerin gelecek nesiller tarafından korunmasında gerekli önlemler alınarak değerler korunmaktadır. Bu değerler arasında yer alan Harşit Tabiat Parkı bölgesinde nesli tükenmekte olan ve kaybolmaya yüz tutmuş canlı türleri, doğal yolla meydana gelmiş nadir orman ve su kaynakları, bitki örtüsü, yaban hayatı özellikleri ve kendine özgü biyolojik çeşitlilikler ile önemli ekoturizm destinasyonları arasında yer almaktadır (Karadeniz Kültür Envanteri, 2020).

Köroğlu Tabiat Parkı: Çamoluk ilçesinde bulunan tabiat parkında bitki örtüsü çeşitliliği, yaban hayatı ve ekolojik öneme sahip doğal yolla oluşan birçok alan bulunmaktadır (Giresun Belediyesi, 2020).

Şaban Kalesi Tabiat Parkı: Güce ve Tirebolu ilçeleri sınırları içerisinde yer alan Şaban Kalesi tabiat parkı, doğal güzellikleri ve yürüyüş yolları ve seyir terasları ile dikkat çekmektedir. Doğu Karadeniz'in düşman işgalinden kurtarılmasının başlangıç noktası olarak nitelendirilen tabiat parkında şehitlik anıtı ve de cepheye yaşananların anlatıldığı ziyaret merkezi ve siperler bulunmaktadır (Çıtlak, 2019).

Giresun ili ekoturizm imkanları bakımından sahip olduğu diğer bir önemli unsurunu da yaylalar oluşturmaktadır. İlin yayla potansiyeli; bozulmamış doğası, temiz havası, akarsuları, bitki örtüsü çeşitliliği, yaban hayatı, geleneksel yaşamı, kültürel öğeleriyle ekoturizm ziyaretçilerinin dikkatini çekmektedir. Giresun İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2020) verilerine göre Kümbet, Bektaş ve Yavuzkema, Sis Dağı, Güce ve Bulancak Adatepe Yayla Turizm Merkezi olarak tanımlanmıştır. Karagöl, Kulakkaya, Paşakonağı, Kırkharman, Çıkrıkkapı, Tamdere Yaylası gibi birçok yaylada da ekoturizm faaliyetleri gerçekleşmektedir. Kendine özgü yöresel lezzetleri, ahşap mimarisi, el sanatları gibi kültürel değerleriyle geleneksel Giresun yayla kültürü misafirlerine yayla hayatının yanında doğa yürüyüşü, jip safari, bisiklet, yaban hayatı gözlemciliği, kuş gözlemciliği, zipline ve kano gibi faaliyetleri de yapılabilme imkanı tanımaktadır.

Giresun ekoturizm destinasyonlarından Şebinkarahisar ilçesinin Tamzara Mahallesi; restore edilen konakları, yöresel tamzara dokuması, havası ve kültürel yaşamı, insana huzur veren Silbehan Göleti, şehir kalabalığından uzaklaşmak isteyen ziyaretçilerin ilgisi çekmektedir. Tarihi konaklarında dokuma atölyesi ve kök boyama atölyesi bulunmaktadır. Yöre halkının ürettikleri ürünler de ekolojik pazarda satılarak yöre halkına maddi gelir sağlamaktadır (Yetkin, 2020b).

Kalabalıktan uzak doğa içinde bir yaşam biçimi sunan, yöresel ürün ve lezzetlerin tanıtıldığı, geleneksel değerlerin yaşatıldığı ekoköylere olan talep her geçen gün artmaktadır (T.C. Giresun Valiliği, 2020). Bu kapsamda Giresun ili ekoköyleriyle bölgenin dikkat çeken destinasyonları arasında yer almaktadır. İlin ekoturizm dinamiklerinden olan Piraziz ilçesi Şeyhli Mahallesi ile Bulancak ilçesi İnece Ekoturizm Köyü'nün diğer ekoköylere göre ön planda olduğu görülmektedir (Bekdemir ve Ünsal, 2016, 318).

Şeyhli Mahallesi: Piraziz ilçesinde bulunan Şeyhli Mahallesi'nde ekoturizm kapsamında birçok faaliyet gerçekleşmektedir. Doğa içinde sakin bir ortam, merak uyandıran köy yaşantısı, yöresel mutfak kültürü ve yöresel kıyafetlerle kültürel değerlerin yaşatılması ziyaretçilere sunulan olanaklar arasında yer almaktadır. Yöresel ürün ve lezzetlerin sunulduğu konakta aynı zamanda şelale gezileri, doğa yürüyüşleri ve yayla gezileri de yapılabilmektedir Destinasyonda konaklama tesisi olarak ise Şeyhli Ekoturizm Konağı bulunmaktadır (Piraziz Kaymakamlığı, 2020).

Ayrıca kamp karavanla doğa yolculuğu yapan ziyaretçiler, Şeyhli Ekoturizm Köyü'nde ekoturizm kapsamında dinlenmeye yönelik yapılan faaliyet türleri arasında yer alan kamp karavan turizmini gerçekleştirmektedir (İHA; Anadolu Ajansı, 2019).



Şekil 7. Giresun Şeyhli Ekoturizm köyünde kamp karavan faaliyetlerine ait görsel (İHA-Anadolu Ajansı, 2019).

İnece Köyü: Bulancak ilçesinde yer alan İnece Köyü ekoturizm köyü olarak bilinmektedir. Doğal güzellikleri ve köy yaşamının dinginliği ile ekoköy ziyaretçilerin her geçen gün ilgisini çekmektedir. Köyde yöresel yemekler ve yöre kültürünün izleri ziyaretçilere tanıtılmaktadır. Ziyaretçilerin yöre halkına ait evlerde konuk odası olarak ayrılan odalarda konaklama imkanı bulunmaktadır. Ayrıca, doğa gezileri bisiklet turu, yaban hayatı gözlemciliği gibi ekoturizm aktiviteleri yapılabilmektedir (Keleş Çakır, Pelit, E., Keleş ve Pelit, N., 2015, 469).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3.ALAN ARAŞTIRMASI VE BULGULAR

3.1. Araştırma Yöntemi

3.1.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Dünya çapında etkili olan süreçler sonucunda her alanda olduğu gibi turizm alanında da yeni arayışlar veya farklı alternatiflere olan ihtiyaçlar ortaya çıkmaktadır. Günümüzde kalabalık ve sınırlı alanlarda yapılan turizm faaliyetlerin yerini küçük gruplar halinde doğaya açılan turizm faaliyetleri almaya başlamıştır. Bu gibi nedenlerle çok eskiye dayanan ekoturizm faaliyetlerine günümüz koşullarında daha da fazla ilgi duyulmaktadır. Turizmden daha fazla gelir elde etmek isteyen ülkeler, turizm çeşitlerini arttırarak, farklı turistik destinasyonlarını da değerlendirme amacı içerisindeyler. Bu nedenlerden dolayı, ekoturizm destinasyonlarının algılanma şekli ve bakış açılarının tespit edilmesi önem arz etmektedir.

Bu çalışma da, ekoturizme seyahat acente sahiplerinin veya yöneticilerinin ekoturizm hakkında değerlendirme sonuçlarının elde edilme amaçlanmaktadır. Ekoturizmin, turizm işletme yöneticileri tarafından algılanma ve değerlendirilmelerine göre ekoturizme bakış açıları ortaya konulacaktır. Böylelikle, Giresun ili ekoturizmi ile ilgili sorunlar ve bu sorunlara yönelik olarak çözüm önerileri sunulacaktır. Hedef kriterlere yönelik olarak elde edilen verilerin Giresun ekoturizmine ve genel ekoturizm literatürüne katkıda bulunması hedeflenmektedir. Ekoturizmin algılanmasında yaşanan genel sorunların varlığı ve bu sorunlara yönelik olarak çözüm önerilerinin sunulması çalışmanın amaçlarından biridir.

Ekoturizm destinasyonlarını etkileyen ve turistler açısından önemli olarak görülen temel kriterlerin belirsizliği çalışmanın temel sorunsalını oluşturmaktadır. Bu belirsizlik nedeni ile hem destinasyona seyahat edecek olan turistlerin talebinde azalma yaşanmakta hem de yöre halkının turizmden elde edilen gelirlerinde düşüş olmaktadır. Bu nedenlerden dolayı, bir ekoturizm destinasyonunu etkileyen temel turistik kriterlerin belirlenmesi önem arz etmektedir. Çalışma ile sektörde önemli rolü olan seyahat acente yöneticilerinin algılamaları sonucunda hangi kriterlerin önemli olduğu ve öncelikli olarak hangi kriterlere önem verilmesi gerektiği

sonuçlarına ulaşılmaktadır. Böylelikle, araştırmanın temel sorunsalı hakkında sonuçlar elde edilerek, çözüm önerileri üretmek mümkün olacaktır.

Analitik Hiyerarşi Süreci (AHS) kullanılarak, Giresun'da faaliyet gösteren seyahat acentelerinin yöneticilerinin ekoturizm anlayışına yönelik hangi kriterin veya kriterlerin önem derecesine göre sıralamak, ekonomik olarak yatırım maliyetlerinde azalmalar sağlayacaktır. Kriterlerin önem derecesine göre sıralanması ile turizm kamu ve özel sektör yöneticilerinin gelecekte ekoturizm destinasyonlarında karar almalarında kolaylıklar sağlayacaktır.

Bu çalışmanın, literatürde bugüne kadar Giresun ilinde faaliyet gösteren seyahat acentelerinin ekoturizm bakış açılarına yönelik olarak herhangi bir çalışmanın bulunmaması nedeni ile özgün bir çalışma olma özelliği taşıması hedeflenmektedir. Giresun'un sahip olduğu ekoturizm imkanları hakkında girişimcilerin, araştırmacılarının ve ziyaretçilerinin farkındalığının artırılması açısından da literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

3.1.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırma Giresun ili genelinde faaliyet gösteren seyahat acentelerinin yöneticilerine anket tekniği kullanılarak yapılmıştır. Çalışmanın evrenini Giresun İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nün verilerinde yer alan 20 seyahat acentesi oluşturmaktadır (Giresun İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2020). Giresun ilinde yer alan 20 seyahat acentesinden ulaşılabilen 10 acenteye yöneticiyle yapılan görüşme ve anket uygulaması ise çalışmanın örneklemi oluşturmaktadır.

Araştırmanın evrenini temsil etmesi bakımından esas alınan unsur, çok kriterli karar verme yöntemlerinde uzman görüşlerinin evreni temsil eden sayıya ilişkin belirtilen ifadelerden alınmaktadır. Çok kriterli karar verme yöntemlerinde uzman görüşlerinin teknik, bilimsel ve uzmanlık alanlarına uygun olarak yapılması durumunda, bir uzman görüşünün bile araştırma evrenini temsil edeceği ifade edilmektedir (Erdal ve Korucuk, 2018, 103). Bu kapsamda, Giresun ili seyahat acente sayısı 20 olarak tespit edilmiş, bunlardan 10 acente ile anketler gerçekleştirilmiştir. Her ne kadar bir acentenin görüşleri evreni temsil etme yeteneğine sahip olsa da, tüm işletmelere ulaşılmaya çalışılmış ancak Covid-19

nedeni ile ancak 10 adet işletme yöneticisine ulaşılmış ve anket uygulanmıştır. Bu nedenle, araştırma örneklemini evreni temsil etme yeteneğine sahiptir.

3.1.3. Araştırmanın Sınırlılıkları

Giresun ili genelinde faaliyet gösteren seyahat acentelerinin sayısının az olması ve Türkiye'nin içinde bulunduğu küresel Covid19 salgını nedeniyle bazı seyahat acentelerinin faaliyetlerine ara vermesi, ilde faaliyet gösteren 10 (on) işletme ile iletişim kurulabilmiş olması araştırmanın sınırlılığını oluşturmaktadır.

3.1.4. Araştırmanın Geçerliliği ve Güvenirliliği

Araştırma da kullanılan kriterler daha önceden yapılmış olan geçerlilik ve güvenilirlik sonuçları elde edilmiş olan çalışmalardan elde edilmiştir. Bu nedenle, araştırmanın geçerlilik ve güvenilirlik konusunda sorunu bulunmamaktadır. Çalışmada kullanılan anket formu daha önce gerçekleştirilmiş olan çalışmalardan (Bunruamkaew and Murayama, 2011, 273; Ullah and Hafız, 2014, 261; Ilgaz ve Kozak, 2019, 497) derlenen seçim kriterleriyle oluşturulmuştur. Araştırma da seyahat acentesi yöneticilerinin ekoturizm anlayışında etkili olan 9 (dokuz) kriter (Tablo 9) belirlenmiştir.

Tablo 9

AHS ölçeği temel kriterler tablosu

Kriter	Temel Kriterler
1	Ulaşım
2	Fiyat
3	Doğal Yaşam
4	İklim
5	Kültürel Yapı
6	Coğrafi Özellikleri
7	Güvenlik
8	Altyapı
9	Turizm Tesisleri

3.1.5. Araştırmada Veri Toplama Yöntemi

Çalışma ilk olarak anketlerin hazırlanması ve Giresun ili seyahat acentesi yöneticilerine aktarmasıyla başlatılmıştır. Söz konusu kriterler kendi arasında ikili karşılaştırmalar yapılarak Analitik Hiyerarşi Süreci ile analiz edilmiştir. Kriterlerin birbiri arasındaki önem dereceleri belirlenmiş olup anketler acente yöneticileriyle yüz yüze görüşme yoluyla yapılmıştır.

3.1.6. Verilerin Analizi

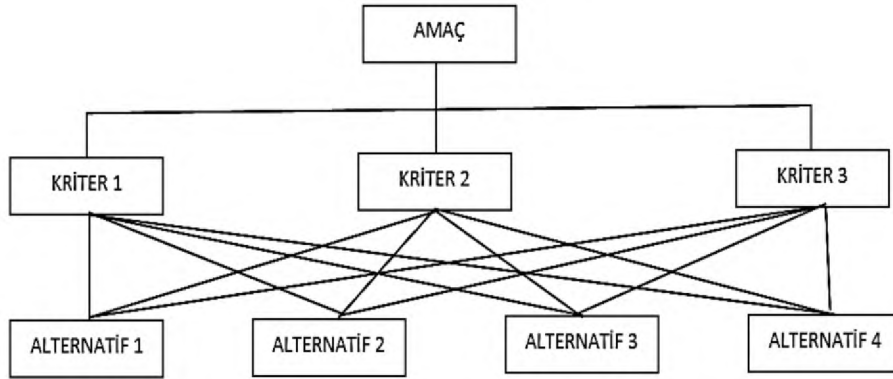
3.1.6.1. Analitik Hiyerarşi Yöntemi

Çok kriterli karar verme tekniklerinden olan Analitik Hiyerarşi Süreci (AHS) 1970'li yıllarda Thomas L. Saaty tarafından geliştirilmiş karar problemlerinin çözümünde kullanılan analiz yöntemidir. AHS, çok yönlü karar verme süreçlerinde karar vericilerin fikirlerini göstermek için kullanılmakta ve problemin hedefi, kriterleri, alt kriterler ve alternatifler arasındaki bağlantıyı gösteren bir hiyerarşik bir model oluşturmaktadır (Uğur ve Uğur, 2019, 264). AHS, karar vericinin karar alternatiflerini sıralaması, ikili karşılaştırma yapması ve aralarından en iyisini seçmesi için uygulanan etkili bir yöntemdir. Bu yöntemin karmaşık ve çok boyutlu problemlerin çözümünde anlaşılabilirliğinin kolay olması nedeniyle çok tercih edilen yöntemler arasında yer almaktadır. AHS, araştırmacı tarafından önceden belirlenen faktörler arasındaki önceliklendirme ve öngörüyü önem düzeyleri açısından durumunu ortaya çıkarmayı amaçlayan bir analiz yöntemidir (Yiğit ve Demirtaş, 2020, 308).

AHS karar alma sürecinde topluluk veya bireyin önceliklerini önemseyen, nitel ve nicel değişkenlerin bir arada olduğu sayısal bir teknik olmanın yanında diğer karar verme yöntemlerinden farklı olarak öznel ölçütleri de değerlendirdiği için son zamanlarda çok tercih edilen yöntemlerin başında gelmektedir (Erdal ve Korucuk, 2018, 130). Bu yöntem; ekonomi, turizm işletme, enerji politikaları, sağlık, pazarlama, muhasebe, eğitim, mimarlık ve mühendislik gibi birçok farklı disiplinde yaygın olarak kullanılmaktadır (Yılmaz ve Surat, 2015, 166-167).

AHS yöntemindeki uygulama aşamaları aşağıda belirtilen şekilde sıralanmaktadır:

1. Adım: Hiyerarşik Yapı Oluşturulması: AHS yönteminde ilk olarak problemin çözümü için hiyerarşik bir yapı oluşturulmalıdır. Bu yapı da çalışmanın amacı belirlendikten sonra bu amaç doğrultusunda uygun kriterler seçilmelidir. Çalışma ile ilgili birden çok kriter belirlenebileceği gibi bu kriterlerin alt kriterlerinin olabilmesi de mümkündür (Tulga, Çeliker ve Yağız, 2016, 193-194).



Şekil 8. AHS'de kullanılan temel hiyerarşik yapı (Kılıcı, 2019, s. 62).

2.Adım: Önceliklerin belirlenmesi: Hiyerarşik yapı oluşturulduktan sonra ikinci aşama olarak ikili karşılaştırmalar matrisi yapılmaktadır. İkili karşılaştırma matrisinde kriterin birbiriyle oranlanması hedeflenmektedir (Kılıcı, 2019, 62).

Tablo 10

İkili karşılaştırma matrisi

	Kriter 1	Kriter 2	Kriter 3	. . .	Kriter n
Kriter 1	1	a_{12}	a_{13}	. . .	a_{1n}
Kriter 2	a_{21}	1	a_{23}	. . .	a_{2n}
Kriter 3	a_{31}	a_{32}	1	. . .	a_{3n}
.	.	.	.	. . .	.
.	.	.	.	. . .	.
.	.	.	.	. . .	.
Kriter n	a_{n1}	a_{n2}	a_{n3}	. . .	1

Not. Kılıcı, 2019.

Saaty (1980) tarafından geliştirilen 1-9 önem ölçeğinde kriterler; eşit öneme sahip olduğunda 1, aşırı derecede öneme sahip olduğunda ise 9 değerini almaktadır.

Tablo 11

AHS ölçeği önem dereceleri tablosu

Önem Derecesi	Tanım	Açıklama
1	Eşit derecede önemli	Eşit öneme sahip iki kriter
3	Orta derece önemli	Bir kriterin diğerinden biraz önemli olması durumu
5	Kuvvetli derecede önemli	Bir kriterin diğerinden fazla önemli olması durumu
7	Çok kuvvetli derecede önemli	Bir kriterin diğerinden çok fazla olması durumu
9	Mutlak derecede önemli	Bir kriterin diğerinden aşırı derecede fazla olması durumu
2, 4, 6, 8	Ara değerler	Yukarıda belirlenen önem derecelerinin ara değerleri

Not. Saaty, 1980.

3.Adım: Özvektörün Belirlenmesi: İfade edilen kriterlerin yüzde önem dağılımlarının ortaya çıkarılması için, sütun vektörlerinden faydalanılmaktadır. “n x n” türünde B sütun vektörü oluşturulmaktadır. B sütun vektörlerinin hesaplanmasında ise aşağıda yer alan denklem 1’de kullanılmaktadır (Akyurt, 2019b, 72).

Denklem 1

$$b_{ij} = \frac{a_{ij}}{\sum_{i=1}^n a_{ij}}$$

n sayıdaki B sütun vektörü, matris formatında düzenlenerek C matrisi elde edilmektedir.

$$C = \begin{bmatrix} c_{11} & c_{12} & \dots & c_{1n} \\ c_{21} & c_{22} & \dots & c_{2n} \\ \cdot & & & \cdot \\ \cdot & & & \cdot \\ \cdot & & & \cdot \\ c_{n1} & c_{n2} & \dots & c_{nn} \end{bmatrix}$$

Oluşturulan C matrisi ile birlikte kriterler arasındaki önem değerlerini ortaya çıkaran yüzde önem dağılımları bulunmaktadır. Bu sonuca ulaşılabilmesi için

Denklem 2'den faydalanılarak satır bileşenlerinin aritmetik ortalamasının alınması gerekmektedir. Öncelik Vektörü olarak belirtilen W sütun vektörüne ulaşılmaktadır.

$$\text{Denklem 2} \quad w_i = \frac{\sum_{j=1}^n c_{ij}}{n}$$

4.Adım: Tutarlılık Oranının Hesaplanması: AHS yöntemi, elde edilen Tutarlılık Oranı (CR) hesaplanması, her matris için, özdeğer vektörü ve maksimum özdeğer hesaplanmaktadır. Sonrasında tutarlılık göstergesi CI hesaplanır. CR hesaplamasının temelini kriter sayısı ile Temel Değer adı verilen (λ) bir katsayının karşılaştırılmasıdır. λ 'nın hesaplanması için öncelikle A karşılaştırma matrisi ile W öncelik vektörünün matris çarpımından D sütun vektörünü elde edilmektedir.

Denklem 3'de belirtilen, elde edilen D sütun vektörü ile W sütun vektörünün karşılıklı elemanlarının bölümünden her bir değerlendirme kriterine ilişkin temel değer (E) elde edilmektedir. Bu değerlerin aritmetik ortalaması Denklem 4 ise karşılaştırmaya ilişkin temel değeri (λ) vermektedir.

$$D = \begin{bmatrix} a_{11} & a_{12} & \dots & a_{1n} \\ a_{21} & a_{22} & \dots & a_{2n} \\ \cdot & & & \cdot \\ \cdot & & & \cdot \\ \cdot & & & \cdot \\ a_{n1} & a_{n2} & \dots & a_{nn} \end{bmatrix} \times \begin{bmatrix} w_1 \\ w_2 \\ \cdot \\ \cdot \\ \cdot \\ w_n \end{bmatrix}$$

$$\text{Denklem 3} \quad E_i = \frac{d_i}{w_i} \quad i = 1, 2, \dots, n$$

$$\text{Denklem 4} \quad \lambda = \frac{\sum_{i=1}^n E_i}{n}$$

λ ”değerinin hesaplanmasının ardından Tutarlılık Göstergesi (CI), Denklem 5 ile hesaplanır.

$$\text{Denklem 5} \quad CI = \frac{\lambda - n}{n - 1}$$

En son aşamaya gelindiğinde ise CI, Random Gösterge (RI) olarak ifade edilen standart düzeltme değerine bölünür, Denklem 6 ile CR değeri elde edilir.

$$\text{Denklem 6} \quad CR = \frac{CI}{RI}$$

Tablo 12

Rastgele değer indeksi (R.İ)

N	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
R.I.	0	0	0,52	0,89	1,11	1,25	1,35	1,40	1,45	1,49

Hesaplama sonucunda elde edilen CR değerinin 0,10'den küçük çıkması gerekmektedir. Bu durum, katılımcıların cevaplarının tutarlı olduğu anlamını taşımaktadır. CR değerinin 0,10'den büyük çıkması durumunda AHS yöntemindeki bir hesaplama hatasını olduğunu ya da ankete katılanların tutarsız cevaplar verdiklerini göstermektedir. Bu nedenlerden dolayı AHS analizinin tekrar yapılması söz konusu olabilmektedir (Saaty, 1980; Karaatlı ve Davras, 2014; Akyurt, 2019b; Oğuz ve Ustasüleyman, 2019).

3.1.7. Araştırmanın Bulguları

Çalışmanın bulgular bölümünde öncelikle anket verileri doğrultusunda seyahat acentesi yöneticilerinin demografik özellikleri SPSS25 programı kullanılarak yapılmıştır (Tablo13). Frekans analizinden sonra Analitik Hiyerarşi Yöntemi (AHS) önceden belirtilmiş olan kriterlerin ikili karşılaştırma matrisi oluşturulmuştur. Sonrasında geometrik ortalamaları alınarak elde edilen bulgular “Super Decision V 3.2.” programı kullanılarak sunulmaktadır.

Tablo 13

Demografik özelliklere ilişkin frekans dağılımı

	Değişken (n: 10)	Frekans	%
Cinsiyet	Kadın	3	30
	Erkek	7	70
Yaş	20-29	2	20
	30-39	3	30
	40-49		0
	50-59	3	30
	60 ve üstü	2	20
Eğitim durumu	Lise öncesi		0
	Turizm Lisesi		0
	Diğer Lise	3	30
	Üniversite Turizm		0
	Üniversite Diğer Bölümler	5	50
	Yüksek Lisans Turizm		0
	Yüksek Lisans Diğer Bölümler	2	20
	Doktora Turizm		0
	Doktora Diğer Bölümler		0
Turizm sektöründeki çalışma yılı	0-5 yıl	1	10
	5-10 yıl	1	10
	10-15 yıl	2	20
	15-20 yıl	3	30
	20 yıl ve üstü	3	30
Seyahat Acentesi yöneticiliği tecrübe yılı	0-5 yıl	2	20
	5-10 yıl	1	10
	10-15 yıl	2	20
	15-20 yıl	3	30
	20 yıl ve üstü	2	20
Seyahat Acentesi çalışma alanı	Bölgesel	3	30
	Ulusal	3	30
	Uluslararası	4	40

Tablo 13'e göre araştırmaya katılan seyahat acentesi yöneticileri cinsiyet değişkenine göre %30'u kadın yönetici, %70 erkek yönetici olarak belirlenmiştir. Yaş değişkenine göre ise %20'si 20-29 ve 60 ve üstü yaş arası, %30'u 30-39 ve 50-59 yaş aralığında olduğu görülmektedir. 40-49 yaş aralığında ise katılımcı

bulunmaktadır. Katılımcıların eğitim durumu %50'sini üniversite diğer bölümler, %30 diğer lise, %20'si ise yüksek lisans diğer bölümler oluşturmaktadır. Katılımcıların turizm sektöründeki çalışma yılı %30'u 15-20 yıl ve 20 yıl ve üstü, %20'si 10-15 yıl, %10'u ise 0-5 yıl ve 5-10yıl arasındadır. Katılımcıların seyahat acentesi yöneticiliği tecrübe değişkenine göre; %30'u 10-15 yıl, %20'si 0-5 yıl, 15-20 yıl ve 20 yıl ve üstü, %10'u 5-10 yıl arasında dağılmaktadır. Seyahat acentesi çalışma alanı değişkeni ise %40'ı uluslararası, %30'u bölgesel ve ulusal olmak üzere faaliyet göstermektedir.

AHS yöntemi kullanılarak uygulanan ankete ait veriler doğrultusunda seyahat acente yöneticilerinin ekoturizm anlayışına yönelik kriter seçimi konusunda ikili karşılaştırmaları (Ek2) yapılmıştır. Elde edilen verilerin geometrik ortalaması alınarak ikili karar matrisleri (Tablo 14) oluşturulmuştur.

Tablo 14

İkili karşılaştırmalar matrisi

	Ulaşım	Fiyat	Doğal Yaşam	İklim	Kültürel Yapı	Coğrafi Özellikleri	Güvenlik	Alt Yapı	Turizm Tesisleri
Ulaşım	1,00	4,70	1,07	3,16	0,91	1,35	0,18	0,95	0,20
Fiyat	0,21	1,00	0,28	0,56	0,38	0,32	0,17	0,60	0,19
Doğal Yaşam	0,63	2,43	1,00	3,97	1,72	4,51	0,26	2,05	0,31
İklim	0,32	1,79	0,25	1,00	0,53	0,34	0,11	0,64	0,17
Kültürel Yapı	1,62	2,65	0,58	1,89	1,00	1,98	0,27	2,00	0,19
Coğrafi Özellikleri	0,74	3,13	0,33	1,90	0,52	1,00	0,17	1,25	0,18
Güvenlik	5,52	5,80	3,83	9,00	3,74	5,80	1,00	5,66	5,52
Alt Yapı	1,05	1,66	0,72	1,55	0,50	0,80	0,18	1,00	0,42
Turizm Tesisleri	4,94	5,20	3,27	5,70	5,38	5,38	0,18	2,31	1,00

İkili karar matrisi (Tablo 14)'den yararlanılarak her hücrenin kendi sütun toplamına bölünmesi ile Tablo 15 de yer alan kriterlerin ağırlıkları elde edilmiştir.

Tablo 15

Kriterlere göre ağırlıkların belirlenmesi

	Ulaşım	Fiyat	Doğal Yaşam	İklim	Kültürel Yapı	Coğrafi Özellikler	Güvenlik	Alt Yapı	Turizm Tesisleri	Önem Düzeyi
Ulaşım	0,0624	0,1658	0,0944	0,1100	0,0621	0,0626	0,0718	0,0578	0,0247	0,0791
Fiyat	0,0133	0,0353	0,0246	0,0194	0,0258	0,0149	0,0683	0,0366	0,0235	0,0291
Doğal Yaşam	0,0395	0,0856	0,0883	0,1382	0,1172	0,2099	0,1034	0,1247	0,0384	0,1050
İklim	0,0197	0,0632	0,0222	0,0348	0,0362	0,0158	0,0440	0,0391	0,0209	0,0329
Kültürel Yapı	0,1010	0,0933	0,0514	0,0656	0,0682	0,0924	0,1060	0,1216	0,0227	0,0802
Coğrafi Özellikler	0,0464	0,1104	0,0289	0,0662	0,0352	0,0466	0,0683	0,0757	0,0222	0,0555
Güvenlik	0,3440	0,2045	0,3384	0,3132	0,2547	0,2700	0,3962	0,3435	0,6739	0,3487
Altyapı	0,0656	0,0585	0,0635	0,0540	0,0340	0,0373	0,0701	0,0607	0,0516	0,0550
Turizm Tesisleri	0,3082	0,1832	0,2883	0,1985	0,3666	0,2504	0,0718	0,1403	0,1222	0,2144

Not. CI= 0,092982795, CR= 0,064126066

Tablo 16

AHS ölçeği temel kriterlerin önem derecesi sıralaması

Kriter	Önem Derecesi Sıralaması
1	Güvenlik (0,3487)
2	Turizm Tesisleri (0,2144)
3	Doğal Yaşam (0,1050)
4	Kültürel Yapı (0,0802)
5	Ulaşım (0,0791)
6	Coğrafi Özellikler (0,0555)
7	Altyapı (0,0550)
8	İklim (0,0329)
9	Fiyat (0,0291)

Önem düzeyi sütunu; ulaşım, fiyat, doğal yaşam, iklim, kültürel yapı, coğrafi özellikler, güvenlik, alt yapı ve turizm tesisleri kriterlerinin sütunlardaki değerlerin ortalaması alınarak elde edilmiştir. CR değeri 0,064126066 olarak tespit edilerek 0,10 değerinden küçük olduğu için Tablo 14'deki ikili karşılaştırma matrisinin tutarlı olduğu görülmektedir. Önem düzeyi matrisine göre, Güvenlik kriterinin en önemli (0,3487) kriter olduğu sonrasında sırasıyla Turizm Tesisleri (0,2144), Doğal Yaşam (0,1050), Kültürel Yapı (0,0802), Ulaşım (0,0791), Coğrafi Özellikler (0,0555), Altyapı (0,0550), İklim (0,0329) son olarak Fiyat (0,0291) kriteri belirlenmiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Ekoturizm, değişen yaşam koşulları ile birlikte diğer turizm çeşitlerine göre farkındalığı her geçen gün artan, özellikle de turistlerin beklenti ve ihtiyaçları doğrultusunda son günlerde önemli ölçüde tercih edilmektedir. Odak noktası doğa olan ekoturizm; günümüzde küçük gruplar halinde, kalabalık olmayan ortamlarda ve sürdürülebilir çevre bilincine sahip olarak yapılması turist tercihlerini oldukça etkilemektedir.

Giresun ili ekoturizm potansiyeli açısından değerlendirildiğinde; doğal alanları, koruma altındaki tabiat parkları, akarsuları, şelaleleri, eşsiz yaylaları, ekoturizm köyleri ve bu alanlarda sunulan ekoturizm faaliyetleri ile dikkat çekmektedir. Her ne kadar Giresun doğal güzellikleri ile dikkat çekici unsurlara sahip olsa da ilin potansiyelini ortaya çıkarmaya yönelik olarak yapılmış akademik veya toplumsal çalışmaların sayısı yeterli seviyede değildir. Bu kapsamda ekoturizm destinasyonlarında gerçekleştirilen turizm faaliyetlerini etkileyen kriterlerin (ulaşım, fiyat, doğal yaşam, iklim, kültürel yapı, coğrafi özellikler, güvenlik, altyapı ve turizm tesisleri) önceliklendirilmesi amacıyla Giresun'da faaliyet gösteren seyahat acentelerinin yöneticilerine ekoturizm anlayışına yönelik olarak kriterler seçimi için anket uygulaması sonucu elde edilen analiz verilerine göre demografik özelliklerle ilgili olarak aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır:

- Destinasyonda bulunan seyahat acentesi yöneticilerinin cinsiyet değişkeni incelendiğinde yöneticilerin %30'unu kadın yöneticiler oluşturmakta olup, kadın yönetici sayısının erkek yönetici sayısına göre daha az olduğu görülmektedir.
- Yaş değişkeni incelendiğinde yöneticilerin 30-59 yaş aralığında (%60) yoğunluk olduğu görülmektedir. 20-29 (%20) ve 60-üstü (%20) yaş aralıklarında eşit sayıda katılımcı olduğu, 40-49 yaş aralığında ise katılımcı bulunmadığı görülmektedir.
- Katılımcıların eğitim durumu incelendiğinde eğitimlerinin turizm alanında olmadığı görülmüş ve %50'sinin üniversite, %30'unun lise, %20'sinin ise yüksek lisans mezunu tespit edilmiştir.

- Katılımcıların turizm sektöründeki çalışma yılı incelendiğinde yoğunluğa sahip olan %60'lık bölümü 15 yıl ve üstü deneyime sahip grubun oluşturduğu görülmektedir.
- Katılımcıların seyahat acentesi yöneticiliği tecrübe değişkenine göre; %80'inin 10 yıldan daha fazla süredir yönetici olarak çalıştığı görülmektedir.
- Seyahat acentesi çalışma alanı değişkeni ise %40'ı uluslararası, %30'unun bölgesel ve diğer %30'u ise ulusal olarak faaliyet göstermektedir.

Giresun'da faaliyet gösteren seyahat acentelerinin yöneticilerine ekoturizm anlayışına yönelik olarak kriter seçimi için anket uygulamasının sonrasında çok kriterli karar verme tekniklerinden Analitik Hiyerarşi Süreci (AHS) yöntemi kullanılarak elde edilen bulgulara ait sonuçlar maddeler halinde aşağıda sunulmaktadır:

- Giresun'da faaliyet gösteren seyahat acentesi yöneticilerinin ekoturizm anlayışına yönelik uygulanan anket sonucunda ekoturizm destinasyonlarında gerçekleştirilen turizm faaliyetlerini etkileyen kriterlerin seçimine ilişkin önem verdikleri kriterlerin öncelik sıralanması yapılmıştır. Sıralama sonuçlarına göre en önemli kriterin güvenlik kriteri olduğu tespit edilmiştir. Güvenlik kriteri, seyahat acentesi yöneticileri için en etkili kriter olup salgın, doğal afet ve terör gibi durumlar nedeniyle turistlerin destinasyona olan algı ve tutumlarında ani değişiklikler meydana gelebilmektedir.
- Önem derecesine göre kriterler incelendiğinde ikinci kriterin Turizm Tesisleri olduğu görülmektedir. Bu kriterin ikinci sırada yer almasının başlıca sebebi seyahat acentelerinin turist bakış açısıyla turizm faaliyetlerinde konaklama, yeme-içme, eğlenme gibi aktivitelerini en iyi şekilde sunan turizm tesislerinde gerçekleştirmek istemelerinden kaynaklı olabilmektedir. Ayrıca, ekoturizm tesislerinin çevreye duyarlı tesisler olması, yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımına özen göstermesi ve mimari dokusunun geleneksel dokuya uygun bir yapı olması turistler tarafından tercih edilen unsurlar arasında yer almaktadır.
- Diğer önemli kriter ise doğal yaşam olarak belirlenmiştir. Bu kriterde seyahat acentelerinin pazarlama faaliyetlerinde ekoturizm destinasyonlarının sahip

olduğu bozulmamış doğal güzellikleri, akarsu ve şelaleleri, yaylaları gibi doğal alanlarının turistlerin tatil anlayışında etkili olabilmektedir.

- Seyahat acentesi yöneticilerinin seçimlerinden dördüncü sırada yer alan kültürel yapı, destinasyonun tanıtılmasında dikkat çekici bir unsur olarak kullanılabilmektedir. Ekoturizm anlayışı doğrultusunda kültürel yapı içerisinde yer alan gelenekler, yerel lezzetler, mitolojik efsaneler ve geleneksel tarihi mimari öğeler gibi yöre kültürünün tanıtılmasında etkin kullanılmaktadır.
- Bir diğer kriter olan ulaşım kriteri, beşinci sırada yer alarak orta düzeyde etkili olmaktadır. İl ulaşım imkanları bakımından hava, kara ve deniz taşımacılığına sahip olduğu için ulaşım kriteri seyahat acentelerinin seçimlerinde çok etkili olamadığı görülmektedir.
- Coğrafi Özellikleri ve Altyapı kriterleri birbirlerine yakın önem düzeylerine sahip olup sırasıyla altıncı ve yedinci basamakta yer aldığı görülmektedir. İklim ve Fiyat kriterleri ise son iki basamakta yer alan seçim kriterleri olmakla birlikte seyahat acentesi yöneticilerinin ekoturizme yönelik olarak seçimlerinde çok etkili olmadığı sonucu ortaya çıkmıştır.

Çalışma sonuçları ile benzer konularda yapılan akademik çalışmalar arasındaki ilişkiler incelendiğinde, Ilgaz ve Kozak tarafından 2019 yılında yapılan çalışmada destinasyonun seçiminde AHS yöntemi turistlere uygulanmıştır. Bu çalışma sonucunda sosyal medya unsurlarının en önemli kriterler olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Yapılmış olan bu çalışmanın turistlere uygulanmış olmasından ve destinasyon seçimi ile ilgili bir konu olması nedeni ile bu çalışma ile temel olarak farklılıkları mevcuttur. Sadece kullanılan yöntem açısından benzerlik söz konusudur. Konu bütünlüğü ve uygulama alanları tamamen farklı olarak yapılmıştır. Bir başka benzer çalışmada ise Bunruamkaew ve Murayama tarafından ekoturizm alanlarında sürdürülebilir turizm planlamasına yönelik olarak 2011 yılında çalışma yapılmıştır. Bu çalışmada seyahat acentelerine sorular sorulmuş ve ekoturizm destinasyonlarının planlanmasında hangi faktörlerin etkili olduğu ortaya konulmaya çalışılmıştır. Çalışma sonucunda biyo-çeşitliliği korumak ve turizm yöneticilerinin ekoturizme desteğinin ekoturizm destinasyonlarının sürdürülebilir kalkınması açısından önemli olduğu sonucu ortaya konulmuştur. Ancak bu çalışma da AHS yöntemi

kullanılmadığından, bu çalışma ile hem konu bütünlüğü hem de araştırma yöntemi açısından farklılıklar bulunmaktadır. Bununla birlikte, ekoturizm ile ilgili birçok çalışma olmasına rağmen bu çalışmada kullanılan yöntemin farklılığı ve sektör temsilcisi olarak seyahat acente yöneticilerinin seçilmiş olması nedeni ile çalışma özgün bir niteliğe sahiptir. Geçmişte yapılan çalışmalar ile bu çalışma arasında birebir uyumlu ve benzer bir çalışmaya rastlanamamıştır.

Giresun'da faaliyet gösteren seyahat acente yöneticilerinin ekoturizm algılamalarının tespitine yönelik olarak elde edilen bulgular sonrasında, aşağıda belirtilen öneriler geliştirilmiş ve maddeler halinde ifade edilmiştir:

- Giresun ilinde hizmet veren seyahat acentesi yöneticilerinin ekoturizm faaliyetlerine yönelik olarak en çok önem verdikleri kriterin güvenlik olduğu görülmektedir. Söz konusu kriterin bu kadar önemli görülmesinin nedenleri arasında bugün içinde bulunduğumuz salgın sürecinin etkili olabileceği düşünülmektedir. Bununla birlikte, ekoturizm destinasyonlarının coğrafi niteliğinden kaynaklı olarak terör olaylarından endişe edildiği de güvenlik kriterinin önemli olduğunu göstermektedir. Yerel ve ulusal anlamda hem genel sağlık ile ilgili hem de terör olaylarını engelleyici uygulamaların tekrar gözden geçirilmesi uygun olacaktır. Özellikle Giresun ekoturizm destinasyonlarında sağlıkla ilgili güvenlik endişesinin tek başına azaltılması mümkün değildir. Ülke genelinde uygulanacak politikalar ile bu endişelerin giderilmesine çalışılmalıdır. Terör olaylarının Giresun ekoturizm destinasyonlarında çok nadir olarak görülmesine rağmen, kolluk kuvvetlerinin bu destinasyonların yoğun olarak turist çektiği zamanlarda daha fazla tedbir alması, güvenlik konusundaki endişeleri ortadan kaldıracaktır.
- Elde edilen sonuçlara göre bir diğer önemli kriter olan “turizm tesisleri” il kapsamında değerlendirildiğinde; yenilenebilir enerji kaynaklarını kullanarak doğaya zarar vermeyen, doğa içerisinde konumlandırılmış tesislerin sayısının oldukça az olması dikkat çekmektedir. Giresun ilinin sahip olduğu ekoturizm potansiyelini ortaya çıkarabilecek yeni tesislerin kurulmasına ve mevcut tesislerin iyileştirilmesine yönelik girişimlerin kamu kurum ve kuruluşları ile özel sektör temsilcileri tarafından desteklenmesine yönelik çalışmaların yapılması gerekmektedir.

- Demografik göstergelerin sonucunda sektörde çalışan kadın yönetici sayısının erkek yönetici sayına oranla düşük seviyede olduğu görülmektedir. İlde gerçekleşen ekoturizm faaliyetlerinde hizmet veren işletmelerin yöneticilerinde de kadın yönetici sayıları oldukça az olduğunu söylemek mümkündür. Bu bağlamda, özellikle ekoturizm kırsalında yer alan kadın girişimcilere yönelik teşviklerin artırılmasının faydalı olacağı düşünülmektedir. Bununla birlikte, ekoturizm destinasyonlarında kadınlara yönelik olarak, evlerinde oldukları zamanda dahi turizmden gelir elde edebilecekleri ve kendi ekonomilerine katkıda bulunacakları eğitimler verilmesi uygun olacaktır. Turizm konusunda kadınlara yönelik olarak eğitimlerin yerel yönetimler, üniversiteler ve sektör temsilcileri tarafından ortak çaba ile yapılması mümkündür.
- Ekoturizm destinasyonlarında iklim ve coğrafya önemli bir sonuç olarak üst sıralarda yer almamasına rağmen, Giresun ilinde ekoturizmin geliştirilmesi için iklimin uygun olduğu zamanlarda turistik aktivitelerin yoğunlaştırılması turistik talep açısından daha uygun olacaktır. Elde edilen sonuçlarda coğrafi yapının etkili bir faktör olmadığı sonucu çıkmış olsa da, coğrafi yapıya uygun turizm çeşitliliğinin Giresun ili ekoturizm destinasyonlarında azlığından kaynaklı bir sorun nedeni ile böyle bir sonuç ortaya çıkmıştır. Turistik ürün zenginliğinin artmasına katkıda bulunacak coğrafi yapı unsurlarının varlığı nedeni ile kamu ve özel sektörü turizm yöneticilerinin bu konuda çalışmalar yapması gerekmektedir.
- İlde gerçekleştirilen ekoturizm faaliyetlerinin mevsimlik veya sezonluk gibi görülen imajının yerine yılın tamamında gerçekleştirilebilen ekoturizm faaliyetlerine sahip bir nitelik kazandırılmalıdır. Böylelikle, turistik talep arttırılarak, benzer ekoturizm destinasyonları ile rekabet edilebilme imkanı kazandırılacaktır.
- Acente yöneticilerinin eğitim göstergeleri incelendiğinde hiçbir yöneticinin turizm alanında herhangi bir eğitiminin bulunmadığı görülmektedir. Bu konuda yapılacak ve değiştirilecek bir durum olmayacağından, yıllardır bu sektörde çalışan bu yöneticilere akademik bir vizyon kazandırılması için kamu yönetimlerince bilgilendirme toplantıları ve eğitimler verilmesi uygun

olacaktır. Bununla birlikte acentelerde zorunlu turizm çalışanlarının olması gerekliliği dışında, turizm alanından mezun insanlara öncelik verilmesine yönelik olarak, Giresun ili seyahat acente yöneticilerine destekler ve bilgilendirmeler yapılması gerekmektedir.

- Giresun'da ekoturizm faaliyetlerinin geliştirilmesinde ve sürdürülebilir bir yapıya kavuşturulmasında, destinasyon noktalarında hartamalı evler ve serenderler gibi geleneksel ekolojik mimari örnekler yapılmalıdır. Bununla birlikte, ekoturizm çiftliklerinin kurulmasına yönelik destekler ve teşvikler sağlanarak, bu çiftliklerin ekoturizmden gelir elde etmek isteyen insanlara öneminin anlatılması uygun olacaktır. Böylelikle, il genelindeki turizm faaliyetlerinin tüm yıla yayılmasına önemli bir katkı sağlanabilme imkanı doğacaktır.
- Ekoturizm destinasyonlarının tanıtım ve pazarlama faaliyetlerine yönelik festivaller bulunmasına rağmen ekoturizm festivali adıyla oluşturulmuş bir festivale rastlanmamıştır. Giresun ilinde vejetaryen insanların damak tadına uygun gastronomik ürünlerin bulunduğu düşünüldüğünde, bu özellikten faydalanılarak tarım faaliyetlerine bağlı tohum takas etkinliklerinin yapıldığı, geleneksel kültürün yaşatıldığı ve yerel ürünlerin sunulduğu ekoturizm festivallerinin düzenlemesine yönelik belediyeler başta olmak üzere, kamu kurum ve kuruluşlarının yanı sıra sivil toplum örgütlerince çalışmalar yapılmalıdır. Bu festivallerde destinasyona ait ekoturizm pazarı oluşturulabilmesi mümkündür.
- Yapılan araştırma ve turizm acente yöneticileri ile mülakatlar sırasında, Giresun ilinin ekoturizm destinasyonlarının pazarlama ve tanıtım faaliyetlerinin yeterli seviyede olmadığı çıkarımına ulaşılmıştır. Destinasyonlarda sosyal medya unsurlarının etkin kullanılmadığı, ekoturizm köylerine ait web adresinin olmaması, broşür ve dergilerde tanıtımlarının az olması gibi nedenlerle iletişim kaynaklarının yetersiz olduğu görülmektedir. Bu nedenle ekoturizm destinasyonlarının pazarlanmasında profesyonel yardımlar ve destekler alınarak, ekoturizm tanıtımlarının güçlendirilmesi uygun olacaktır. Diğer ulusal ve uluslararası acenteler ile işbirlikleri, ulusal medyada tanıtımlar ve sosyal medya reklamları gibi pazarlama stratejileri

uygulanarak, Giresun ili ekoturizm destinasyonlarının pazarlanmasına yönelik çalışmaların artırılması gerekmektedir.

- Ekoturizme yönelik projelerin çevreye duyarlı olması ve planlı şekilde yürütülmesi desteklenmelidir. Bu nedenle, ekoturizm etkinliklerine katılan paydaşların konu hakkında eğitilmesinin yanı sıra ilde bulunan yükseköğrenim ve diğer eğitim kurumlarından yetişen nitelikli iş gücünden yararlanılması gerekmektedir.
- Yapılan araştırma sonucunda seyahat acente yöneticilerinin seçimlerinde ulaşım kriterinin aslında çok önemli bir kriter olmasına rağmen orta seviyelerde olduğu görülmektedir. İlin coğrafi yapısı düşünüldüğünde ekoturizm alanlarına ulaşımında arazi şartlarına bağlı olarak bulunan sorunların göz ardı edildiği düşünülmektedir. Destinasyonları ziyaret etmek isteyen turistlerin yolda yaşadıkları veya yaşayacakları sorunlar destinasyona yönelik sadakatlerini olumsuz yönde etkilemektedir. Bu hususta yerel yönetimlerin ekolojiye zarar vermeden ulaşım sorunlarını ortadan kaldırmaya yönelik tedbirler alması gerekli olduğu öngörülmektedir.
- Sürdürülebilir çevre anlayışına sahip olan ekoturizm destinasyonların potansiyellerinin ortaya çıkarılması ve dikkat çekebilmesi için ekoturizm destinasyonlarının pazarlama faaliyetlerine, destinasyon imajına, destinasyon markası oluşturulmasına, destinasyon sadakatine ve destinasyon sürdürülebilirliğine önem verilmesi gerekmektedir.
- Günümüzde hızla değişmekte olan Dünya şartlarının toplum üzerinde oluşturduğu etkiler göz önüne alındığında canlı yaşamının sürdürülebilirliğini hedefleyen ekoturizmin algılanmasına ve bilinçlendirilmesine yönelik olarak öncelikle ilgili bakanlıklar, üniversiteler, akademisyenler, konuya ilgi duyan araştırmacılar olmak üzere hepimize önemli görevler düşmektedir.
- Ayrıca ekoturizm kapsamında literatürdeki eksikliğin kapatılmasında farklı grupların görüşleri alınarak yapılacak yeni çalışmaların önemli katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Adıgüzel, B. (2019). Destinasyon sadakati/bağılılığı, İçöz, O., Uysal. M. (Editörler) *Turizm ansiklopedisi Türkiye / Turizm ve ağırlama endüstrisinin temel kavramları*, Ankara: Detay Yayıncılık, s.s. 98.
- Akdu, U. ve Akın, M. H. (2016). Film ve dizilerin destinasyon tercihine etkileri. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9 (45), 1042-1052.
- Akıllı, H. (2004). *Ekoturizmin sosyo kültürel, ekonomik, yönetsel ve çevresel etkiler bakımından irdelenmesi: Antalya Köprülü Kanyon Milli Parkı örneği*. Doktora Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Akpınar, E.; Bulut Y. (2010), Ülkemizde alternatif turizm bir dalı olan ekoturizm çeşitlerinin bölgelere göre dağılımı ve uygulama alanları, *III. Ulusal Karadeniz Ormancılık kongresi*, içinde (s.1575-1594). Artvin: Artvin Çoruh Üniversitesi. Web: [http://karok3.artvin.edu.tr/IV.Cilt/\(1575-1594\).pdf](http://karok3.artvin.edu.tr/IV.Cilt/(1575-1594).pdf) 20 Mayıs 2020'de alınmıştır.
- Aksöz, E.O. (2010). *Turizm pazarlamasının organizasyonunda destinasyon pazarlama örgütleri ve Türkiye için uygun örgüt yapısının belirlenmesine yönelik bir araştırma*. Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Akova, O. (2016). Turizmin faydalarını sürdürme. Cook, R. A., Hsu C., Marqua J. (Editörler), *Turizm konaklama ve seyahat işletmeciliği*, (5. Baskı). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık, s.s. 315-332.

- Akyurt, H. (2008). *Turizm bölgesine yönelik talebi etkileyen faktörlerden imaj ve Çeşme örneği*. Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Akyurt, H. ve Atay, L. (2009). Destinasyonda imaj oluşturma süreci. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1 (1), 1-14.
- Akyurt, H. (2019a). Ekoturizm: Türkiye’deki gelişimi ve mevcut durumu. Dinçer, E. S., Sönmez, S., Bostancı, M., Özçoban, E. (Editörler), *Sosyal beşeri ve idari bilimler alanında araştırma ve değerlendirmeler*, Ankara: Gece Akademi, s.s. 353-368.
- Akyurt, H. (2019b). Analitik Hiyerarşi Seçim Yöntemi ile Otel Personeli Seçimi Kriterlerinin Değerlendirilmesi: Giresun İli Örneği. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, (Özel Sayı) , 64-78.
- Akyurt, H. ve İşler, H. (2019). Kırsal kalkınma desteklerinin yayla turizmine etkisi: Giresun ili üzerine bir değerlendirme, Cin, M.; Kuruca, N. (Editörler.), *Uluslararası yaylacılık ve yayla kültürü sempozyumu*, Giresun: Giresun Üniversitesi, s.s. 371-386.
- Albayrak, A. (2013). *Alternatif turizm*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Almaz, C. (2020). Narman Peri Bacaları. Web: [https://erzurum.ktb.gov.tr/ TR-174617/narman-peri-bacalari.html](https://erzurum.ktb.gov.tr/TR-174617/narman-peri-bacalari.html) 20 Haziran 2020’de alınmıştır.
- Anadolu Ajansı (2019). 139 yıllık mandıra Peynir Müzesi oldu. Web: <https://www.ntv.com.tr/sanat/139-yillik-mandira-peynir-muzesi-oldu,-5FycSARfkyGXCJhXCGWBg> 20 Haziran 2020’de alınmıştır.

Anadolu Ajansı (2020). Kırmızı Periler Diyarı' turizmin yeni gözdesi olacak. Web: <https://www.ntv.com.tr/galeri/seyahat/kirmizi-periler-diyari-turizmin-yeni-gozdesi-olacak,0kdE52ES5kOuS1AV3yd1Ig/JnhVUxLBdEuL9ii7lroyDw>

20 Haziran 2020'de alınmıştır.

Artvin Orman Bölge Müdürlüğü (2020). Artvin'in doğal güzellikleri “Çoruh ekoturizm” projesiyle turizme kazandırılacak. Web: <https://artvinobm.ogm.gov.tr/SitePages/OGM/OGMHaberler.aspx?List=9943fe84%2Ddea36%2D4016%2D863e%2Dbaf1114f0daa&ID=490&Source=https%3A%2F%2Fartvinobm%2Eogm%2Egov%2Etr%2FLists%2FHaberler%2FAllItems%2Easpx&ContentTypeId=0x0100AD7482D5C7D72C4C9F9C58B12C504EAB> 20 Haziran 2020'de alınmıştır.

Atay, L. ve Altınışik, Ö. (2017). Etkinliklerin destinasyon markalaşmasına etkisi: Çanakkale savaşlarının 100.yılı anma etkinlikleri örneği. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 18 (40) , 110-128.

Atay, L. ve Dülğaroğlu, O. (2017). Markalaşma açısından cunda adası'nın destinasyon kişiliğinin tespitine yönelik bir çalışma. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20 (38) , 383-396.

Atsız, O. ve Kızılırmak, İ. (2017). Mardin'in doğal ve kültürel çekiciliklerinin destinasyon pazarlaması kapsamında incelenmesi. *Mukaddime*, 8 (1) , 25-41.

Avan, A. (2019). Hava sporları turizmi, İçöz, O., Uysal. M. (Editörler) *Turizm ansiklopedisi Türkiye / Turizm ve ağırlama endüstrisinin temel kavramları*, Ankara: Detay Yayıncılık, s.s. 201.

Avrupa Birliğindeki en İyi Yenilikçi Uygulamaların Entegrasyonu (ECOACT) Projesi (2019). İyi uygulama örnekleri kitapçığı. Web: <https://ecoact.ogm.gov.tr/SitePages/OGM/OGMDuyurular.aspx?l=542f593b-4b56-465c-bc37-92c4b91aa883&i=9> 24 Nisan 2020’de alınmıştır.

Bahar, O. ve Kozak, M. (2018). *Turizm ekonomisi*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı (BAKA). (2012). *Ekoturizm sektör raporu*. Web: <https://baka.gov.tr/uploads/1349952547EKOTURİZM-SEKTOR-RAPORU-11EYLUL.pdf> 24 Nisan 2020’de alınmıştır.

Bayer, M.Z. (1992). *Turizme giriş*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayınları.

Bayraktaroğlu, E. (2019). *Destinasyon değerinin kuramsal altyapısının oluşturulması*. Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

Bekdemir, Ü. ve Sezer, İ. (2016). *Giresun İlinin Turizm Potansiyeli*. Nobel Bilimsel Eserler

Belber, B.,G. (2018). *Ekoturizmde pazarlama çabaları ve turist davranışları*. Detay Yayıncılık: Ankara.

Björk, P. (2000). Ecotourism from a conceptual perspective, an extended definition of a unique tourism form. *International Journal of Tourism Research*, 2, 189-202.

- Brown, G., Jago, L., Chalip, L., Ali, S. and Mules, T. (2011). Events and destination management. In Wang, Y., Pizam, A. (Eds.) *Destination marketing and management*, (p. 244-258). London: Cabi Publishing.
- Buckley, R. (2001). Environmental Impacts. In Weaver, D.B. (Ed.), *The Encyclopedia of Ecotourism*. (p.p. 363-375). USA: CABI Publishing.
- Buhalis, D. (2000). Marketing The competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21 (1), 97-116.
- Bulgan, G. ve Akşap, Y. (2018). Bir ekoturizm destinasyonu olarak kasnak meşesi tabiat ve koruma alanının değerlendirilmesi. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3 (2) , 215-229.
- Bunruamkaew, K. and Murayama, Y. (2011). Site suitability evaluation for ecotourism using GIS & AHS: A case study of surat thani province. *Thailand, Social and Behavioral Sciences*, 21, 269-278.
- Çakır, F. (2014). TV dizilerinin destinasyon imajı üzerine etkisi. *Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1 (2), 80-89.
- Çakır, F. ve Küçükkambak, S. (2016). Destinasyon pazarlaması ve Fethiye yöresinin algılanan imajının ölçümü üzerine ampirik bir araştırma. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18 (2) , 400-425.
- Çeken, H. (2016). *Sürdürülebilir turizm (temel kavramlar ve ilkeler)*. (1. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.

- Çıtlak, A. (2019). 'Şaban Kalesi' tabiat parkı olarak turizme hizmet edecek, Anadolu Ajansı. Web: <https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/saban-kalesi-tabiat-parki-olarak-turizme-hizmet-edecek/1624656> 20 Nisan 2020'de alınmıştır.
- Darwish, A. and Burns, P. (2019). Tourist destination reputation: an empirical definition. *Tourism Recreation Research*, 44 (2), 153-162.
- Demir, C. ve Çevirgen, A.(2006). *Ekoturizm yönetimi*, İzmir: Nobel Yayın Dağıtım.
- Demirbulat, Ö. (2018). *Türkiye turizm stratejisi'nde (2023) teşvik edilen ekoturizme katılan yerli turistlerin destinasyon hizmet kalitesine yönelik değerlendirmeleri (Doğu Karadeniz bölgesi örneği)*. Doktora Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- DKMP (2020). Korunan alanlar. T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü. Web: <https://www.tarimorman.gov.tr/DKMP> 24 Nisan 2020'de alınmıştır.
- Doğaner, S. (1996). Köyceğiz-Dalyan çevresinde coğrafi özelliklerin turizm açısından değerlendirilmesi. *Coğrafya Dergisi*, (4), 23-53.
- DOKAP. (2016). *Doğu Karadeniz turizm master planı (Artvin, Bayburt, Giresun, Gümüşhane, Ordu, Rize, Samsun, Trabzon)*. Web: <https://www.kalkinmakutuphanesi.gov.tr/dokumanflipbook/dogu-karadeniz-turizm-master-plani/1624> 24 Nisan 2020'de alınmıştır.
- Dülgaroğlu, O., Aydemir, B. ve Avcıkurt, C. (2019). Turizm sektöründe destinasyon pazarlaması üzerine bir yaklaşım önerisi. *Gastroia: Journal of Gastronomy And Travel Research*, 3 (3), 400-410.

Ecologia Sociale. (2020). 12 Nov top 10 places for ecotourism in the World. Web: <https://www.ecologiasociale.org/top-10-places-for-ecotourism/> 24 Nisan 2020'de alınmıştır.

Elbe, J., Hallén, L. and Axelsson, B. (2009), The destination-management organisation and the integrative destination-marketing process. *The International Journal of Tourism Research*, 11 (3), 283-296.

Erbaş, E. (2019). Destinasyon ürünü, İçöz, O., Uysal. M. (Editörler) *Turizm ansiklopedisi Türkiye / Turizm ve ağırlama endüstrisinin temel kavramları*, Ankara: Detay Yayıncılık, s.s. 100.

Erdal, H. ve Korucuk, S. (2018). İmalat işletmelerinde yeni ürün geliştirme kriterleri: Karadeniz Bölgesi örneği. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20 (1), 99-112.

Erdem, S.H. ve Türkmen, E. (2018). Kültürel miras turizmine ekolojik yaklaşım. Özkök, F. (Editör), *Ekolojik ekonomi bakış açısıyla yeşeren turizm*, İstanbul: Paradigma Akademi, s.s. 175-182.

Erdoğan, N. (2003). *Çevre ve (eko)turizm*. Ankara: Genel Yayın ve Dağıtım.

Erkol Bayram, G. (2019). Yaban hayatı turizmi, İçöz, O., Uysal. M. (Editörler) *Turizm ansiklopedisi Türkiye / Turizm ve ağırlama endüstrisinin temel kavramları*, Ankara: Detay Yayıncılık, s.s. 676.

Ersun, N. ve Arslan, K. (2011). Turizmde destinasyon seçimini etkileyen temel unsurlar ve pazarlama stratejileri. *Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 31 (1), 229 – 248.

- Eröz, S.S. (2016). Turizm çeşitleri. Hacıoğlu, N., Bozkurt, M., Şahin, B. (Editörler), *Genel turizm*, İstanbul: Paradigma Akademi, s.s. 33-68.
- Evcil, A. N., (2012). Nevşehir ve yakın çevresinde sürdürülebilir turizm ekoturizm olanakları. ÖGER, A. (Editör), *1. Uluslararası Nevşehir tarih ve kültür sempozyumu bildirileri cilt 1*, Nevşehir: Nevşehir Üniversitesi Yayınları, s.s. 17-28.
- European Youth Portal. (2014). Antalya Güneşev ve ekolojik eğitim merkezi Web: https://europa.eu/youth/tr/article/62/14011_en 20 Mart 2020’de alınmıştır.
- Fındığın başkenti Giresun. (2020). Giresun Belediyesi. Web: <https://www.giresun.bel.tr/haber/findigin-baskenti-giresun> 20 Ağustos 2020’de alınmıştır.
- Fennell, D. (1999). *Ecotourism An Introduction*. Routledge. London and New York.
- Fennell, D. (2002). *Ecotourism Programme Planning*. London: Cabi Publishing.
- Gelecek Turizmde. (2017). *10 Yıl 10 şehir 10 hikaye*. İstanbul: Anadolu Efes Web: <https://www.gelecekturizmde.com/10-yil-10-sehir-10-hikaye/> 20 Mayıs 2020’de alınmıştır.
- Genç, M. (2017). İzmir-Dikili’nin ekoturizm ve açık alan rekreasyonu potansiyeli: tespit ve tekliflerimiz. *Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi* , 9 (16), 185-212.
- Giresun Belediyesi. (2020). *Tanıtım kataloğu*. Giresun: Giresun Belediyesi Yayınları.
- Giresun İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2020). Giresun gezilecek yerler & Seyahat acenteleri. Web: <https://giresun.ktb.gov.tr> 20 Mayıs 2020’de alınmıştır.

- Göker, G. ve Ünlüönen, K. (2019). Açık alanda yapılan doğa temelli rekreatif etkinlikler ve destinasyon markalaşması: Ilgaz Dağı Milli Parkı örneği. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 18 (70) , 774-789.
- Gretzel, U., Yuan, Y.-L. and Fesenmaier, D. R. (2000). Preparing for the new economy: Advertising strategies and change in destination marketing organizations. *Journal of Travel Research*, 39, 146–156.
- Güdü Demirbulat, Ö. (2019). Ekoturistlerin destinasyon hizmet kalitesi değerlendirmelerinin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7 (4), 2644-2667.
- Güven, A. (2019). Destinasyon sürdürülebilirliği, İçöz, O., Uysal. M. (Editörler) *Turizm ansiklopedisi Türkiye / Turizm ve ağırlama endüstrisinin temel kavramları*, Ankara: Detay Yayıncılık, s.s. 99.
- Higham, J. (2007). Ecotourism: competing and conflicting schools of thought. In Higham, J. (Ed.), *Critical Issues in Ecotourism: Understanding a Complex Tourism Phenomenon*, (p.p.1-20). UK: Elsevier Ltd.
- Higham, J. (2011). *Sport tourism destinations: issues, opportunities and analysis*. New York: Roudledge Taylor & Francis Group.
- Ilgaz, B. ve Kozak, M. (2019). Turistlerin destinasyon seçim kriterlerinin değerlendirilmesi: AHS ve TOPSİS uygulaması, Emir, O. (Editör.) 20. *Ulusal - 4. Uluslararası Turizm Kongresi*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, s.s. 496-503.

İHA ve Anadolu Ajansı. (2019). Karavancıların yeni gözdesi Karadeniz. Web: [https://www.ntv.com.tr/galeri/seyahat/karavancilarin-yeni-gozdesi-](https://www.ntv.com.tr/galeri/seyahat/karavancilarin-yeni-gozdesi-karadeniz,fht5mpBY60q6vP8vA5AeaA/KOXo3k6DmUGnQew7Hub1LQ)

[karadeniz,fht5mpBY60q6vP8vA5AeaA/KOXo3k6DmUGnQew7Hub1LQ](https://www.ntv.com.tr/galeri/seyahat/karavancilarin-yeni-gozdesi-karadeniz,fht5mpBY60q6vP8vA5AeaA/KOXo3k6DmUGnQew7Hub1LQ) 18

Mayıs 2020’de alınmıştır.

İsayeva, S. ve Kasalak, M. (2016). Sürdürülebilir turizm yönetimi kapsamında yer alan örnek ekoturizm uygulamaları. *Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (1), 183-200.

İstanbul Teknik Üniversitesi Konut Araştırma Ve Uygulama Merkez Müdürlüğü (İTÜ KAEM) (2018). *Sürdürülebilir bir turizm türü: ‘ekoturizm’ (dünyadan ve Türkiye’den örnekler)*, Web: [https://www.kaem.itu.edu.tr/docs/](https://www.kaem.itu.edu.tr/docs/librariesprovider124/default-document-library/ekoturizm.pdf?sfvrsn=0)

[librariesprovider124/default-document-library/ekoturizm.pdf?sfvrsn=0](https://www.kaem.itu.edu.tr/docs/librariesprovider124/default-document-library/ekoturizm.pdf?sfvrsn=0) 18

Mayıs 2020’de alınmıştır.

Jeong¹, C., Holland, S., Jun, S.H. and Gibson, H. (2012). Enhancing destination image through travel website information, *International Journal of Tourism Research*, (14), 16–27.

Karaatlı, M. ve Davras, G. (2014). Tedarikçi seçiminde analitik hiyerarşi prosesi ve hedef programlama yöntemlerinin kombinasyonu: otel işletmelerinde bir uygulama. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 12 (24) , 182-196.

Karadeniz Kültür Envanteri. (2020). Doğal varlıklar. Web: <https://karadeniz.gov.tr/dogal-varliklar> 18 Mayıs 2020’de alınmıştır.

- Kasalak, M. ve Akıncı, Z. (2015). Ekoturizmin yerel halk üzerindeki etkilerinin değerlendirilmesi. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 1 (1) , 189-196.
- Keleş Çakır, M., Pelit, E., Keleş, Y. ve Pelit, N. (2015). Ekoturizmin kırsal kalkınmaya etkisine yönelik yerel halkın algılamaları: İnece Ekoturizm Köyü örneği, Akdu, U.; Çalık, İ. (Editörler), *Doğu Karadeniz Bölgesi Sürdürülebilir Turizm Kongresi*, Gümüşhane: Gümüşhane Üniversitesi, s.s. 466-475.
- KDMP. (2020). Küre Dağları Milli Parkı. Web: <https://www.kdmp.gov.tr/> 18 Mayıs 2020’de alınmıştır.
- Kılıcı, L. (2019). *Termal turizmde hizmet kalitesi boyutlarının analitik hiyerarşi süreci yöntemi ile önceliklendirilmesi*. Yüksek Lisans Tezi, İzmir Katip Çelebi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Kılıç, H. (2019). Atlı turizm, İçöz, O., Uysal. M. (Editörler) *Turizm ansiklopedisi Türkiye / Turizm ve ağırlama endüstrisinin temel kavramları*, Ankara: Detay Yayıncılık, s.s. 35.
- Kılınç, O. (2019). Destinasyon türleri, İçöz, O., Uysal. M. (Editörler) *Turizm ansiklopedisi Türkiye / Turizm ve ağırlama endüstrisinin temel kavramları*, Ankara: Detay Yayıncılık, s.s. 99-100.
- Kızanlıklılı, M. (2019). Ekoturizm, İçöz, O., Uysal. M. (Editörler) *Turizm ansiklopedisi Türkiye / Turizm ve ağırlama endüstrisinin temel kavramları*, Ankara: Detay Yayıncılık, s.s. 130.

- Koçan, N. (2012). Ekoturizm ve sürdürülebilir kalkınma: Kızılcahamam-Çamlıdere (Ankara) jeopark ve jeoturizm projesi. *Karadeniz Fen Bilimleri Dergisi*, 2 (4), 69-82.
- Koçoğlu, P. (2008), *Ekoturizmin sürdürülebilir turizm politikasındaki yeri: Dünya'daki ekoturizm destinasyonlarının incelenmesi*. Uzmanlık Tezi, TC. Kültür ve Turizm Bakanlığı Tanıtma Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Kollen (2016). Ecotourism what on earth is it. Web: <https://destinationmagazine.com/stories/ecetourism-word-on-earth-is-it/> 18 Mayıs 2020'de alınmıştır.
- Kozak, N., Kozak, M.A. ve Kozak, M. (2018). *Genel turizm ilkeler - kavramlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak, N. (2019). *Turizm pazarlaması*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Köşker, H., Albuz, N. ve Ercan F. (2019). Türkiye'de turistik talebin en fazla olduğu 10 kentin marka kimlikleri üzerine bir değerlendirme. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 18 (1), 348-365.
- Kuter, N. ve Ünal, H.E. (2009). Sürdürülebilirlik kapsamında ekoturizmin çevresel, ekonomik ve sosyo-kültürel etkileri., *Kastamonu Üniversitesi, Orman Fakültesi Dergisi*, 9 (2), 146-156.
- Lindberg, K. (2001). Economic impacts. In Weaver, D.B. (Ed.), *The Encyclopedia of Ecotourism*. (p.p. 363-375). USA: CABI Publishing.

Liu, J., Zhang, L. and Lui, Z. (2017). *Environmental pollution control*. Berlin/Germany: China Environment Publishing Group.

Mankan, E. (2017). Destinasyon pazarlamasında çekici bir faktör olarak Türkiye'deki gastronomi müzeleri örneği. *Turkish Studies International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*. 12 (4), 641-654.

Mengü, C. (2017). Turizmde destinasyon yönetimi. *Social Ciencias Studies Journal*, 3 (12), 2137-2149.

Meydan Uygur, S. (2017). *Örnek olaylarla turizm pazarlaması*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Morrison, A. M. (2013). *Marketing and managing tourism destinations*. Routledge.

Northern Arizona University. (2020). Module six: Ecotourism as a business - online lesson. Web: <http://www.prm.nau.edu/prm300-old1/ecotourism-as-business-lesson.htm> 18 Mayıs 2020'de alınmıştır.

Oğuz, A. ve Ustasüleyman, T. (2019). Staj yeri seçimini etkileyen faktörlerin analitik hiyerarşi prosesi(AHS) ile ağırlıklarının belirlenmesi: meslek yüksekokulu örneği. *Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1 (1) , 12-21.

Ormanya. (2020). Kocaeli Büyükşehir Belediyesi Kültür ve Sosyal İşler Dairesi Başkanlığı ORMANYA Doğal Yaşam Parkı projesi. Web: <https://www.ormanya.com/> 18 Mayıs 2020'de alınmıştır.

- Ovalı, P. ve Tachir, G. (2015). Eko-Destinasyon olarak Santorini ve ekolojik turizm potansiyelleri. *M.S.Ü. Mimarlık Fakültesi Tasarım+Kuram Dergisi*, 11 (20), 35-51.
- Örgün, E. (2019). Sualtı turizmi, İçöz, O., Uysal. M. (Editörler) *Turizm ansiklopedisi Türkiye / Turizm ve ağırlama endüstrisinin temel kavramları*, Ankara: Detay Yayıncılık, s.s. 456.
- Özdemir, G. (2014). *Destinasyon yönetim ve pazarlaması*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Özgüneş, R.E. (2017). *Destinasyon imajının yerleşik yabancıların yerleşim yeri seçimine etkisi: Bodrum*. Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Özkan Y. E. (2003). Turizmin Geleceği: ekoturizm. *Standard Dergisi*, 42 (500).
- Pekerşen, Y. (2019). Trekking, İçöz, O., Uysal. M. (Editörler) *Turizm ansiklopedisi Türkiye / Turizm ve ağırlama endüstrisinin temel kavramları*, Ankara: Detay Yayıncılık, s.s. 505-506.
- Pike, S. and Ryan, C. (2004). Destination positioning analysis through a comparison of cognitive, affective and conative perceptions. *Journal of Travel Research*, 42 (4): 333-342.
- Pike, S. (2008). *Destinastion marketing: an integrated marketing communication approach*. USA: Elsevier.
- Pike, S. (2009). Destination brand positions of a competitive set of near-home destinations. *Tourism management*, 30, 857–866.

- Polat, A.T. (2006). *Karapınar ilçesi ve yakın çevresi peyzaj özelliklerinin ekoturizm kullanımları yönünden değerlendirilmesi üzerine bir araştırma*. Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Konya.
- Ramírez, F. & Santana, J. (2019). *Environmental education and ecotourism*. Switzerland: Springer.
- Reuters. (2012). Costa Rica passes law banning hunting as a sport. Web: <https://www.reuters.com/article/us-costarica-hunting/costa-rica-passes-law-banning-hunting-as-a-sport-idUSBRE8BA04P20121211> 18 Mayıs 2020'de alınmıştır.
- Saaty, T. L. (1980), *The Analytic Hierarchy Process*, USA: McGraw Hill.
- Sayyah, I. (2017). 8 Best Ecotourism Destinations In The World. Web: <https://www.tripping.com/explore/8-best-ecotourism-destinations-in-the-world> 18 Mayıs 2020'de alınmıştır.
- Scheyvens, R. (1999). Ecotourism and the empowerment of local communities. *Tourism management*, 20, 245-249.
- Schlichter, S. (2020). Top 5 destinations for ecotourism. Web: <https://www.smartertravel.com/top-5-destinations-ecotourism/> 18 Mayıs 2020'de alınmıştır.
- Scialabba, N.E. & Williamson, D. (2004). *The scope of organic agriculture, sustainable forest management and ecoforestry in protected area management*. Rome: Food and Agriculture Organization of the United Nations.

Selimoğlu, Ö. (2004). *Dünyada ve Türkiye’de Ekoturizm*. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası, Etüt ve Araştırma Şubesi Yayınları.

Shermans Travel (2013). Top 10 ecotourism destinations. Web: <https://www.shermanstravel.com/advice/top-10-ecotourism-destinations> 18 Mayıs 2020’de alınmıştır.

Sungur, Z., (2012). Sürdürülebilir Ekoturizmin Toplumsal Etkileri: Türkiye’den Örnekler, Sarı, S., Gencer, A.H., Aşık, B. ve Turdalieva, A. (Editörler) *International Conference On Eurasian Economies 2012*, Almaata-Kazakistan: Turan University, s.s. 338-344.

Şengül, S., Yılmaz, Ö. ve Eryılmaz, B. (2018). *Stratejik boyutuyla destinasyon pazarlaması*. İstanbul: Değişim Yayınları.

Şengül, S. ve Türkay, O. (2018). Yöresel mutfak motivasyon unsurlarının destinasyonu tekrar tercih etme ve başkalarına önerme üzerine etkisi. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 16 (4), 149-172.

Tanrısevdi, A. (2016). Destinasyonlar. Cook, R. A. ve Hsu C., Marqua J. (Editörler), *Turizm konaklama ve seyahat işletmeciliği*, (5. Baskı). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık, s.s. 229-272.

Taş, S., (2012). *Trabzon ve ekoturizm: yerli ziyaretçilerin yöreyi değerlendirmesine yönelik bir araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.

T.C. Giresun Valiliği (2014). *Doğu Karadeniz ekoturizm kriterleri araştırma raporu*. Giresun: Yeşil Giresun Ofset.

T.C. Giresun Valiliği (2020). Ekoturizm. Web: https://giresun.ktb.gov.tr/Eklenti/58002,ekoturizmpdf.pdf?0&_tag1=84B9F2D17DF993513AA48F1135BFB8E84B4D6699 11 Mart 2020'de alınmıştır.

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2007). *Türkiye turizm stratejisi 2023 eylem planı 2007-2013*. Ankara: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları. Web: <https://www.ktb.gov.tr/Eklenti/906,ttstratejisi2023pdf.pdf?0> 11 Mart 2020'de alınmıştır.

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2020a). Balon. Web: <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-10167/balon.html> 12 Nisan 2020'de alınmıştır.

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2020b). Erçek Gölü Kuş Cenneti. Web: <https://van.ktb.gov.tr/TR-88261/ercek-golu-kus-cenneti.html> 10 Temmuz 2020'de alınmıştır.

T.C. Piraziz Kaymakamlığı. (2020). Kültür ve sanat. Web: <http://www.piraziz.gov.tr/kultur-ve-sanat> 10 Haziran 2020'de alınmıştır.

T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı Orman Genel Müdürlüğü (2020). Osmanlı göç yolu turizme kazandırılıyor. Web: <https://www.ogm.gov.tr/SitePages/OGM/OGMHaberler.aspx?List=aad1782a%2D50b0%2D49db%2Db602%2Dddf5724a0b9e&ID=2048&Web=6b9add1f%2D52c2%2D4e71%2D826c%2D3f6be57bbc5d> 16 Mayıs 2020'de alınmıştır.

Tenekecioğlu, B. (2005). Ürün ve Fiyatlandırma. Berberoğlu, G.N. (Editör) *Genel işletme*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, s.s. 194-218.

- Terzibaşoğlu, E. (2004). WTO seminar on destination marketing for the 21. century, Moskova, 23 Mart 2004, Destination Marketing For The 21st Century and Succesful Destination Management and Marketing Fundamentals. Web: http://www.esgt.ipt.pt/download/disciplina/355___Destination%20Marketing%20WTO.pdf 10 Mayıs 2020’de alınmıştır.
- Tetik, N. (2012). *Turist rehberlerinin ekoturizm alanındaki yeterlilikleri: Doğu Karadeniz örneği*. Doktora Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- TIES. (2015). What is ecotourism? The definition. Web: <https://ecotourism.org/what-is-ecotourism/> 10 Şubat 2020’de alınmıştır.
- TIES. (2020). What is ecotourism? Principles of Ecotourism. Web: <https://ecotourism.org/what-is-ecotourism/> 10 Şubat 2020’de alınmıştır.
- Toprak, L. ve Abedtalas, M. (2017). *Turizm ekonomisi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Tosun, C. ve Jenkins, C.L. (1996). Regional planning approaches to tourism development: in case of Turkey. *Tourism Management*, 17 (7), 519-531.
- Tulga, İ., Çeliker, N. ve Yağız, M.K. (2016). Analitik hiyerarşi yöntemiyle destinasyon seçimine yönelik bir uygulam. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 8 (1), 191-199.
- Turizm Günlüğü (2020). İşte pandemide nefes aldıracak 19 ekoturizm rotası. Web: <https://www.turizmgunlugu.com/2020/05/27/pandemi-ekoturizm-rotasi/> 15 Haziran 2020’de alınmıştır.

Türk Dil Kurumu. (2020). Destinasyon Web: <https://sozluk.gov.tr/> 18 Nisan 2020’de alınmıştır.

Türkay, O. (2014). *Destinasyon yönetimi – yönetimbilim bakış açısıyla işlevler yaklaşımlar ve araçlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Türkiye Kültür Portalı (2020). Sapadere Kanyonu – Antalya. Web: <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/antalya/gezilecekyer/sapadere-kanyonu> 20 Mayıs 2020’de alınmıştır.

Türkmen, S. (2018). Eko-regreasyon. Özkök, F. (Editör), *Ekolojik ekonomi bakış açısıyla yeşeren turizm*, İstanbul: Paradigma Akademi, s.s. 129-144.

TÜSİAD (2012). Sürdürülebilir turizm. İstanbul: TÜSİAD. Web: <file:///C:/Users/ASUSGS~1/AppData/Local/Temp/SurdurulebilirTurizm-rapor.pdf> 12 Nisan 2020’de alınmıştır.

Uca Özer, S. (2019). Destinasyon kavramı, özellikleri ve yönetimi. Yüncü, D. (Editör) *Destinasyon yönetimi*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, s.s. 2-19.

Uğur, U. ve Sarıoğlu Uğur, S. (2019). Tatilde nereye gitsek? turizmde analitik hiyerarşi süreci yöntemi ile destinasyon seçimi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3 (3), 261-270.

Ullah, K.M. and Hafız, R. (2014). Finding suitable Locations for Ecotourism Development in Cox’s Bazar Using Geographical Information System and Analytical Hierarchy Process. *Geocarto International*, 29 (3), 256-267.

Umur, M. (2019). İmaj, İçöz, O., Uysal, M. (Editörler) *Turizm ansiklopedisi Türkiye / Turizm ve ağırlama endüstrisinin temel kavramları*, Ankara: Detay Yayıncılık, s.s. 230.

UNDP Türkiye. (2020). Şanlıurfa'daki Çöl Varanları ve Çizgili Sırtlanlar artık resmen koruma altında. Web: <https://www.tr.undp.org/content/turkey/tr/home/presscenter/articles/2020/05/col-varani-ve-cizgili-sirtlan.html> 15 Mayıs 2020'de alınmıştır.

UNWTO. (2007). Tourism highlights. Web: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284413539> 10 Ocak 2020'de alınmıştır.

UNWTO. (2019). UNWTO Guidelines for institutional strengthening of destination management organizations (DMOs) – preparing DMOs for new challenges. Web: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284420841> 10 Ocak 2020'de alınmıştır.

Uysal, M., Harrill, R. and Woo, E. (2011). Destination marketing research: issues and challenges. In Wang, Y., Pizam, A. (Eds.) *Destination marketing and management*, (p. 99-112). London: Cabi Publishing.

Ülker, E. (2010). *Destinasyon pazarlamasında destinasyon seçimi karar verme süreci üzerine bir çalışma: Bozcaada örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne.

Ünal, A. (2018). *Turistik tüketicilerin destinasyon seçimi öncesi beklentileri ve satın alma sonrası değerlendirmeleri: Kapadokya örneği*. Doktora Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.

- Vatan, A. ve Zengin, B. (2019). Destinasyon pazarlaması kapsamında Bilecik ili turizminin değerlendirilmesine yönelik paydaş analizi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 22 (1), 272 - 288.
- Wang, Y. (2011). Destination marketing and management: scope, definition and structures. In Wang, Y., Pizam, A. (Eds.) *Destination marketing and management*, (p. 1-20). London: Cabi Publishing.
- Wilson, J.C. and Garrod, B. (2003). *Marine ecotourism: issues and experiences*. (3. Series). Clevedon, Buffalo, Toronto, Sydney: Channel View Publications
- Wood, M.E. (2002). Ecotourism: principles, practices & policies for sustainability. Paris: UNEP.
- Yenişehirlioğlu, E. ve Şahin, S. (2014). Konaklama İşletmelerinde Yeşil Enerji Uygulamaları. *Ekoyapı Dergisi*. Web: <https://www.ekoyapidergisi.org/648-konaklama-isletmelerinde-yesil-enerji-uygulamalari.html> adresinden 24.03.2020’de alınmıştır.
- Yetgin, G. (2020a). Giresun'un huzur veren tabiat parkları ziyaretçilerini bekliyor. Anadolu Ajansı. Web: <https://www.aa.com.tr/tr/yasam/giresunun-huzur-veren-tabiat-parklari-ziyaretcilerini-bekliyor/1860657> 15 Mayıs 2020’de alınmıştır.
- Yetgin, G. (2020b). Tarihi Tamzara Mahallesi kültürel ve doğal güzelliklerini ziyaretçilere sunuyor. Anadolu Ajansı. Web: <https://www.aa.com.tr/tr/turkiyede-yaz/tarihi-tamzara-mahallesi-kulturel-ve-dogal-guzelliklerini-ziyaretcilere-sunuyor/1914525> 15 Mayıs 2020’de alınmıştır.

- Yılmaz, A. (2016). Turizmin çevresel ve kültürel etkileri. Cook, R. A., Hsu C., Marqua J. (Editörler), *Turizm konaklama ve seyahat işletmeciliği*, (5. Baskı). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.s.s. 297-314.
- Yılmaz, A. ve Kutlu, Ö. (2019). Destinasyon markası. Yüncü, D. (Editör) *Destinasyon yönetimi*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, s.s. 178-206.
- Yılmaz, H. (2008). *Turizm çeşitlendirmesi kapsamında ekoturizmin ürünün olarak tatil çiftlikleri: Türkiye’deki tatil çiftliklerine yönelik SWOT analiz*. Doktora Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyon.
- Yılmaz, H. ve Surat, H. (2015). Analitik hiyerarşi süreci kullanılarak en uygun ekoturizm etkinliğinin belirlenmesi. *Turkish Journal of Forestry*, 16 (2) , 164-176.
- Yılmazdoğan, O.C. (2017). *Destinasyon aidiyeti ve öncüllerinin destinasyon sadakati üzerindeki etkisi*. Doktora Tezi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Yiğit, A. ve Demirbaş, M. (2020). Türkiye’de medikal turizmin gelişimine etki eden faktörlerin SWOT-AHS yöntemi ile tespit edilmesine yönelik bir araştırma. *Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi*, 12 (22), 173-192.
- Yücel, C. (2002). Turizmde yükselen değer: ekoturizm. *TÜRSAB Dergisi*, Mayıs, (219), 4-9.
- Yüksek, G. (2014). *Turizm Destinasyonları*. Ankara: Detay Yayıncılık.

- Yüncü, D. (2019). Destinasyon pazarlaması. Yüncü, D. (Editör) *Destinasyon yönetimi*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, s.s. 66-93.
- Zengin, B. ve Şeyhanlıoğlu, H.Ö. (2019). Destinasyon pazarlamasının yerel kalkınmaya etkileri: Şanlıurfa örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7 (4), 2977-2992.
- Zeppel, H. D. (2006). *Indigenous ecotourism: sustainable development and management*. London: Cabi Publishing.

EKLER

EK 1: Anket Formu

ANKET

Aşağıdaki soru formu “**Giresun ili Seyahat Acenteleri Yöneticilerinin Ekoturizm Anlayışına**” yönelik olarak yapılmakta olan Yüksek Lisans tezi çalışmasına veri sağlamak amacıyla hazırlanmıştır. Çalışmanın güvenilirliği açısından cevaplamaya başlamadan önce açıklamaları dikkatlice okumanız ve tüm soruları eksiksiz olarak cevaplandırmanız önemlidir. Verdiğiniz bilgiler bu çalışma dışında başka kişi ve kurumlar ile paylaşılmayacaktır.

Çalışmaya gösterdiğiniz ilgi, ayırdığınız zaman ve değerli katkılarınız için teşekkür ederiz.

Hatun İŞLER- Doç.Dr. Hakan AKYURT

Demografik Sorular

1-Cinsiyetiniz.

Kadın () Erkek ()

2- Yaşınız.

20-29 () 30-39 () 40-49 () 50-59 () 60 ve üstü ()

3-Eğitim durumu.

Lise öncesi () Turizm Lisesi () Diğer Lise () Üniversite Turizm () Üniversite Diğer Bölümler () Yüksek Lisans Turizm () Yüksek Lisans Diğer Bölümler () Doktora Turizm ()
Doktora Diğer Bölümler ()

*Devam etmekte olduğunuz eğitim durumunuzu hangi seçenek ise işaretleyebilirsiniz.

4- Turizm sektöründeki çalışma yılınız.

0-5 yıl () 5-10 yıl () 10-15 yıl () 15-20 yıl () 20 yıl ve üstü ()

5- Seyahat Acentesi yöneticiliği tecrübe yılınız.

0-5 yıl () 5-10 yıl () 10-15 yıl () 15-20 yıl () 20 yıl ve üstü ()

6- Seyahat Acentesi çalışma alanınız.

Bölgesel () Ulusal () Uluslararası ()

Değerlendirme Yöntemi

Takip eden sayfada sizlerden “**Giresun ili Ekoturizmine Etki Eden Seçim**” Kriterlerini değerlendirmeniz istenecektir. Değerlendirme sırasında faktörler ikili olarak karşılaştırılarak, etkiledikleri kavrama göre önemleri verilen ölçek üzerinden belirtilecektir. Ekoturizm ile ilgili hangi kriter size göre daha önemli ise o kritere yakın olan rakamı işaretlemeniz gerekmektedir. Rakamlar ise 1-9 arası önem derecesini belirtmektedir. “1” en zayıf önem ilişkisini gösterirken, “9” ise bir kriterin diğerine göre çok daha fazla önemli olduğunu vurguladığınızı gösterecektir.

Değerlendirme Örnekleri

Örnek Soru

Aşağıdaki faktörlerden hangisinin “**Giresun ili Ekoturizmi**” üzerindeki etkisi daha fazladır. Eğer “**Ulaşım**” kriterinin “**Fiyat**” kriterine göre daha önemli olduğunu düşünüyorsanız aşağıdaki gibi işaretleyebilirsiniz. Her ikisinin etkisinin eşit olduğunu düşünüyorsanız, ortadaki “1” sayısını işaretlemeniz gerekmektedir.

1: Eşit 3: Biraz daha fazla 5: Fazla 7: Çok fazla 9: Aşırı derecede fazla

Ulaşım	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Fiyat
--------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	-------

Aşağıdaki faktörlerden hangisinin “Giresun İli Ekoturizmi” üzerindeki etkisi daha fazladır?

1: Eşit 3: Biraz daha fazla 5: Fazla 7: Çok fazla 9: Aşırı derecede fazla																			
Ulaşım	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Fiyat	
Ulaşım	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Doğal Yaşam	
Ulaşım	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	İklim	
Ulaşım	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Kültürel Yapı	
Ulaşım	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Coğrafi Özellikler	
Ulaşım	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Güvenlik	
Ulaşım	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Altyapı	
Ulaşım	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Turizm Tesisleri	
Fiyat	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Doğal Yaşam	
Fiyat	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	İklim	
Fiyat	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Kültürel Yapı	
Fiyat	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Coğrafi Özellikler	
Fiyat	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Güvenlik	
Fiyat	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Altyapı	
Fiyat	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Turizm Tesisleri	
Doğal Yaşam	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	İklim	
Doğal Yaşam	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Kültürel Yapı	
Doğal Yaşam	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Coğrafi Özellikler	
Doğal Yaşam	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Güvenlik	
Doğal Yaşam	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Altyapı	
Doğal Yaşam	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Turizm Tesisleri	
İklim	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Kültürel Yapı	
İklim	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Coğrafi Özellikler	
İklim	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Güvenlik	
İklim	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Altyapı	
İklim	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Turizm Tesisleri	
Kültürel Yapı	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Coğrafi Özellikler	
Kültürel Yapı	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Güvenlik	
Kültürel Yapı	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Altyapı	
Kültürel Yapı	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Turizm Tesisleri	
Coğrafi Özellikler	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Güvenlik	
Coğrafi Özellikler	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Altyapı	
Coğrafi Özellikler	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Turizm Tesisleri	
Güvenlik	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Altyapı	
Güvenlik	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Turizm Tesisleri	
Altyapı	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Turizm Tesisleri	

ANKET 3	Ulaşım	Fiyat	Doğal Yaşam	İklim	Kültürel Yapı	Coğrafi Özellikler	Güvenlik	Altyapı	Turizm Tesisleri
Ulaşım	1	7	1/5	5	1/7	1/7	1/9	7	1/9
Fiyat	1/7	1	1/7	1/7	1/7	1/7	1/9	5	1/9
Doğal Yaşam	5	7	1	7	1/7	7	1/9	7	1/7
İklim	1/5	7	1/7	1	1/7	1/7	1/9	1/7	1/9
Kültürel Yapı	7	7	7	7	1	7	1/9	7	1/9
Coğrafi Özellikler	7	7	1/7	7	1/7	1	1/9	7	1/9
Güvenlik	9	9	9	9	9	9	1	9	9
Altyapı	1/7	1/5	1/7	1/7	1/7	1/7	1/9	1	1/9
Turizm Tesisleri	9	9	7	7	9	9	1/9	9	1

ANKET 4	Ulaşım	Fiyat	Doğal Yaşam	İklim	Kültürel Yapı	Coğrafi Özellikler	Güvenlik	Altyapı	Turizm Tesisleri
Ulaşım	1	5	1/5	5	5	5	1/9	5	1/9
Fiyat	1/5	1	1/7	1/5	1/5	1/3	1/9	5	1/9
Doğal Yaşam	5	7	1	1	1	5	1/9	5	1/3
İklim	1/5	5	1	1	1/3	1	1/9	1/3	1/9
Kültürel Yapı	1/5	5	1	3	1	5	1/9	7	1/7
Coğrafi Özellikler	1/5	3	1/5	1	1/5	1	1/9	3	1/7
Güvenlik	9	9	9	9	9	9	1	9	9
Altyapı	1/5	1/5	1/5	3	1/7	1/3	1/9	1	1/9
Turizm Tesisleri	9	9	3	9	7	7	1/9	7	1

ANKET 5	Ulaşım	Fiyat	Doğal Yaşam	İklim	Kültürel Yapı	Coğrafi Özellikler	Güvenlik	Altyapı	Turizm Tesisleri
Ulaşım	1	7	1/7	7	1/7	1/7	1/9	7	1/9
Fiyat	1/7	1	1/7	1/7	1/7	1/7	1/9	7	1/9
Doğal Yaşam	7	7	1	7	1/7	7	1/9	7	1/7
İklim	1/7	7	1/7	1	1/7	1/7	1/9	1/7	1/9
Kültürel Yapı	7	7	7	7	1	7	1/9	7	1/9
Coğrafi Özellikler	7	7	7	7	1/7	1	1/9	7	1/9
Güvenlik	9	9	9	9	9	9	1	9	9
Altyapı	1/7	1/7	7	7	1/7	1/7	1/9	1	1/9
Turizm Tesisleri	9	9	9	9	9	9	1/9	9	1

ANKET 6	Ulaşım	Fiyat	Doğal Yaşam	İklim	Kültürel Yapı	Coğrafi Özellikler	Güvenlik	Altyapı	Turizm Tesisleri
Ulaşım	1	1/7	1/9	1/7	1/7	1/9	1/9	1/5	1/3
Fiyat	7	1	1/9	1/7	1/7	1/7	1/9	1/7	1/3
Doğal Yaşam	9	9	1	9	9	9	9	9	9
İklim	7	7	1/9	1	7	1/7	1/9	3	5
Kültürel Yapı	7	7	1/9	1/7	1	7	9	5	7
Coğrafi Özellikler	9	7	1/9	7	1/7	1	1/9	5	7
Güvenlik	9	9	1/9	9	1/9	9	1	9	9
Altyapı	5	7	1/9	1/3	1/5	1/5	1/9	1	5
Turizm Tesisleri	3	3	1/9	1/5	1/7	1/7	1/9	1/5	1

ANKET 7	Ulaşım	Fiyat	Doğal Yaşam	İklim	Kültürel Yapı	Coğrafi Özellikler	Güvenlik	Altyapı	Turizm Tesisleri
Ulaşım	1	7	7	7	7	7	1/7	7	1/7
Fiyat	1/7	1	7	7	1/7	7	1/9	7	7
Doğal Yaşam	1/7	1/7	1	7	7	7	1/9	7	7
İklim	1/7	1/7	1/7	1	7	1/7	1/9	7	1/9
Kültürel Yapı	7	7	1/7	1/7	1	9	1/9	7	1/7
Coğrafi Özellikler	1/7	1/7	1/7	7	1/9	1	1/9	7	1/9
Güvenlik	7	9	9	9	9	9	1	9	9
Altyapı	1/7	1/7	1/7	1/7	1/7	1/7	1/9	1	9
Turizm Tesisleri	7	1/7	1/7	9	7	7	1/9	1/9	1

[illegible]

ANKET 9	Ulaşım	Fiyat	Doğal Yaşam	İklim	Kültürel Yapı	Coğrafi Özellikler	Güvenlik	Altyapı	Turizm Tesisleri
Ulaşım	1	7	7	9	1/9	1/9	9	1/9	1/9
Fiyat	1/7	1	1/9	7	7	1/9	7	1/9	1/9
Doğal Yaşam	1/7	9	1	9	9	9	7	1/9	1/9
İklim	1/9	1/7	1/9	1	1/9	1/9	1/9	1/9	1/9
Kültürel Yapı	9	1/7	1/9	9	1	1/7	9	1/9	1/9
Coğrafi Özellikler	9	9	1/9	1/9	9	1	9	1/9	1/9
Güvenlik	1/9	1/7	1/7	9	1/9	1/9	1	1/9	1/9
Altyapı	9	9	9	9	9	9	9	1	9
Turizm Tesisleri	9	9	9	9	9	9	9	1/9	1

ANKET 10	Ulaşım	Fiyat	Doğal Yaşam	İklim	Kültürel Yapı	Coğrafi Özellikler	Güvenlik	Altyapı	Turizm Tesisleri
Ulaşım	1	9	9	9	9	9	1/9	1/9	1/7
Fiyat	1/9	1	5	5	5	5	1/9	1/9	1/9
Doğal Yaşam	1/9	1/5	1	5	5	5	1/9	1/9	1/9
İklim	1/9	1/5	1/5	1	1/3	3	1/9	1/9	1/9
Kültürel Yapı	1/9	1/5	1/5	3	1	3	1/9	1/9	1/9
Coğrafi Özellikler	1/9	1/5	1/5	1/3	1/3	1	1/9	1/9	1/9
Güvenlik	9	9	9	9	9	9	1	9	7
Altyapı	9	9	9	9	9	9	1/9	1	1/7
Turizm Tesisleri	7	9	9	9	9	9	1/7	7	1

ÖZGEÇMİŞ