



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



Gamze ÇAKIR

Serik (Antalya) İlçesinde Yerel Halkın Sosyal Turizme Karşı Tutumları

Coğrafya Ana Bilim Dalı
Yüksek Lisans Tezi

Antalya, 2023



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



Gamze ÇAKIR

Serik (Antalya) İlçesinde Yerel Halkın Sosyal Turizme Karşı Tutumları

DANIŞMAN

PROF.DR. CEMALİ SARI

Coğrafya Ana Bilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

Antalya, 2023

T.C.
Akdeniz Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne,

Gamze ÇAKIR'ın bu çalışması, jürimiz tarafından Coğrafya Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Programı tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan : Doç. Dr. Hüseyin MERTOL (İmza)

Üye (Danışmanı) : Prof.Dr. Cemali SARI (İmza)

Üye : Dr. Öğr. Üyesi Halil HADİMLİ (İmza)

Tez Başlığı: “ Serik (Antalya) İlçesinde Yerel Halkın Sosyal Turizme Karşı Tutumları”

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

Tez Savunma Tarihi : 16.06.2023

Mezuniyet Tarihi : 03/08/2023

(İmza)
Prof. Dr. Engin KARADAĞ
Müdür

AKADEMİK BEYAN

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “Serik (Antalya) İlçesinde Yerel Halkın Sosyal Turizme Karşı Tutumları” adlı bu çalışmanın, akademik kural ve etik değerlere uygun bir biçimde tarafımdan yazıldığını, yararlandığım bütün eserlerin kaynakçada gösterildiğini ve çalışma içerisinde bu eserlere atıf yapıldığını belirtir; bunu şerefimle doğrularım.

Gamze ÇAKIR





AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU BEYAN BELGESİ

Öğrenci Bilgileri	
Adı-Soyadı	Gamze ÇAKIR
Öğrenci Numarası	202152064006
Anabilim Dalı	Coğrafya
Programı	Tezli Yüksek Lisans
Danışman Öğretim Üyesi Bilgileri	
Unvanı, Adı-Soyadı	Prof. Dr. Cemali SARI
Yüksek Lisans Tez Başlığı	Serik (Antalya) İlçesinde Yerel Halkın Sosyal Turizme Karşı Tutumları
Turnitin Bilgileri	
Ödev Numarası	2120292762
Rapor Tarihi	21.06.2023
Benzerlik Oranı	Alıntılar hariç: % 11 Alıntılar dâhil: %29
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE, Yukarıda bilgileri bulunan öğrenciye ait tez çalışmasının a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana Bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 238 sayfalık kısmına ilişkin olarak Turnitin adlı intihal tespit programından Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Çalışması Orijinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esaslarında belirlenen filtrelemeler uygulanarak yukarıdaki detayları verilen ve ekte sunulan rapor alınmıştır. Danışman tarafından uygun olan seçenek işaretlenmelidir: (X) Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşmıyor ise: Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporunun doğruluğunu onaylarım. () Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşıyor, ancak tez/dönem projesi danışmanı intihal yapılmadığı kanısında ise: Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporunun doğruluğunu onaylar ve Uygulama Esaslarında öngörülen yüzdelik sınırlarının aşılmasına karşın, aşağıda belirtilen gerekçe ile intihal yapılmadığı kanısında olduğumu beyan ederim.	
Gerekçe:	
Benzerlik taraması yukarıda verilen ölçütlere uygun olarak tarafımca yapılmıştır. İlgili tezin orijinallik raporunun uygun olduğunu beyan ederim. Danışman Öğretim Üyesi Unvanı, Adı-Soyadı Prof.Dr. Cemali SARI İmza	

İÇİNDEKİLER

FOTOĞRAFLAR LİSTESİ	vii
TABLolar LİSTESİ	x
GRAFİKLER LİSTESİ	xiv
ŞEKİLLER LİSTESİ	xviii
HARİTALAR LİSTESİ	xix
KISALTMALAR DİZİNİ.....	xx
ÖZET	xxii
SUMMARY	xxiii
ÖN SÖZ	xxiv
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN GENEL ÇERÇEVESİ

1.1.Araştırmanın Amacı ve Önemi.....	3
1.2. Araştırma Soruları	3
1.3 Araştırmanın Hipotezleri	4
1.4. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi.....	5
1.5. Araştırmanın Sınırlılıkları	6
1.6. Araştırma Sahasının Yeri ve Sınırları.....	7
1.7. Araştırmanın Yöntemi ve Metodu	10
1.7.1. Veri Toplama Tekniği	11
1.7.2. Pilot Çalışması.....	12
1.7.3. Veri Toplama Süreci.....	13
1.7.4. Verilerin Analizi	13
1.8. Araştırmanın Varsayımları	13
1.9. Araştırma Sahası ile İlgili Yapılmış Çalışmalar	14

İKİNCİ BÖLÜM

TURİZM VE TURİZM'İN GELİŞİMİ

2.1. Turizm Kavramı	16
2.2. Turist, Günübirlikçi ve Ziyaretçi Kavramı	18
2.3. Yerel Halk Kavramı ve Turizmle İlişkisi	19
2.4. Turizm'in Gelişimi	20

2.5. Turizmin Etkileri	23
2.5.1. Turizmin Ekonomik Etkileri.....	23
2.5.2. Turizmin Çevresel Etkileri	27
2.5.3. Turizmin Sosyo- Kültürel Etkileri.....	29
2.6. Turizm Çeşitleri.....	30
2.6.1. Turistin Geldiği Yere Göre Turizm	31
2.6.1.1. İç Turizm	31
2.6.1.2. Dış Turizm.....	31
2.6.2. Turist Sayısına Göre Turizm	31
2.6.2.1. Bireysel Turizm	31
2.6.2.2. Kolektif Turizm	31
2.6.2.3. Kitle Turizmi	32
2.6.3. Seçilen Zamana Göre Turizm.....	32
2.6.3.1. Yaz Turizmi.....	32
2.6.3.2. Kış Turizmi.....	32
2.6.3.3. Sezon İçi Turizmi	32
2.6.3.4. Sezon Dışı Turizmi.....	32
2.6.4. Süreye Göre Turizm	32
2.6.4.1. Kısa Süreli Turizm	33
2.6.4.2. Uzun Süreli Turizm	33
2.6.5. Ulaşım Araçlarına Göre Turizm	33
2.6.5.1. Karavan Turizmi.....	33
2.6.5.2. Kruvaziyer (Gemi) Turizmi.....	33
2.6.5.3. Yat Turizmi	33
2.6.5.4. Demiryolu (Tren) Turizmi.....	34
2.6.6. Örgütlenme Şekline Göre Turizm	34
2.6.6.1. Bağımsız Turizm	34
2.6.6.2. Bağımlı Turizm	34
2.6.7. Konaklama Biçimine Göre Turizm	34
2.6.8. Sosyal Niteliklere Göre Turizm.....	34
2.6.8.1. Gençlik Turizmi.....	34
2.6.8.2. Üçüncü Yaş Turizmi.....	34
2.6.8.3. Lüks Turizmi	35
2.6.8.4. Geleneksel Turizm (Orta Sınıf Turizmi)	35

2.6.8.5. Sosyal Turizm.....	35
-----------------------------	----

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

SOSYAL TURİZM

3.1. Sosyal Turizm Kavramı.....	36
3.1.1.Fakir Turizmi.....	37
3.1.2. Kitle Turizmi	38
3.1.3. İşçi Turizmi	38
3.1.4. Halk Turizmi	38
3.2.Sosyal Turizmin Özellikleri	39
3.3. Sosyal Turizmin Amaçları ve Hedefleri.....	40
3.4. Sosyal Turizmin Ortaya Çıkışı ve Tarihsel Gelişimi.....	41
3.4.1. Avrupa’da Sosyal Turizmin Gelişimi.....	42
3.4.2. Türkiye’de Sosyal Turizmin Gelişimi	43
3.5. Sosyal Turizm Üzerinde Rol Oynayan Etkenler	45
3.5.1. Sosyal Turizmde Temel Etkenler	46
3.5.1.1. Sosyal Politika	46
3.5.1.2. Gelir	49
3.5.1.3. Demografik Yapı	50
3.5.1.4. Sanayileşme ve Çevre Kirlenmesi	52
3.5.2. Sosyal Turizmde Geliştirici Etkenler	53
3.5.2.1. Ekonomik Yardımlar ve Kolaylıklar	53
3.5.2.2. Sosyal Yatırımlar	54
3.5.2.3. Üçüncü Yaş Turizmi.....	54
3.5.2.4. Ulaştırmanın Gelişmesi	56
3.5.3. Sosyal Turizmde Kısıtlayıcı Etkenler.....	58
3.5.3.1. Ekonomik Yetersizlik	58
3.5.3.2. Mevsimlik Konsantrasyon	58
3.6. Sosyal Turizm Modelleri	60
3.6.1. Katılım Modeli	61
3.6.2. Adaptasyon Modeli	61
3.6.3. İçerme (İçer(il)me) Modeli.....	61
3.6.4. Harekete Geçirme (Teşvik) Modeli	62
3.7. Sosyal Turizm Uygulamaları.....	62
3.7.1. Tatil Kredisi	62

3.7.2. Tatil Çekleri (Fişleri) Uygulaması.....	65
3.7.3. Seyahat Pulları.....	65
3.7.4. Biriktirme Sandıkları.....	65
3.7.5. Sigortalar.....	67
3.7.6. Vergi Muafiyeti.....	67
3.7.7. Borç Alma.....	67
3.7.8. Ücretli Tatiller.....	67
3.7.9. Sosyal Tesisler.....	68
3.7.10. Aile Kartı Uygulaması.....	71
3.7.11. Erken Rezervasyon Kampanyası.....	71
3.7.12. Medya İletişim Araçlarında Sosyal Turizme Yer Verilmesi.....	72
3.7.13. Okul Müfredatına “Zorunlu Kayak Haftası” Ekleme.....	73
3.7.14. Öğretmenlere Tatil Fırsatı Kampanyası.....	74
3.7.15. Mutlu Yaş Seyahat Acentası/ Tur Operatörü ve Bilet Uygulaması (Happy Age Travel Agency - Tour Operator).....	75
3.8. Sosyal Turizm Kuruluşları.....	76
3.8.1. The Sunshine Fund (Güneş Işığı Fonu).....	76
3.8.2. The Family Fund.....	78
3.8.3. EUFED (European Union Federation of Youth Hostel Associations).....	80
3.8.4. Agence Nationale pour les Chèques-Vacances (ANCV).....	81
3.8.5. Polish Tourist Country-Lovers' Society (PTTK).....	84
3.8.6. ISTO (Organisation Internationale du Tourisme Social) (Uluslararası Sosyal Turizm Örgütü).....	85
3.8.7. INATEL Vakfı.....	87
3.8.8. SAVATOU.....	88
3.8.9. Family Holiday Charity (Aile Tatil Derneği).....	89
3.8.10. Düşler Akademisi.....	91
3.9. Sosyal Turizm Projeleri.....	95
3.9.1. Calypso Projesi.....	95
3.9.2. SOWELL (Social Tourism Opportunities in Wellness and Leisure Activities) (Sağlık ve Boş Zaman Faaliyetlerinde Sosyal Turizm Fırsatları) Projesi.....	96
3.9.3. STEEP (The Social Tourism European Exchanges Platform) (Sosyal Turizm Avrupa Değişim Platformu) Projesi.....	96
3.9.4. Ulusal Sosyal Turizm Projesi.....	97

3.9.5. ‘Bu Kampta Hayat Var’ Projesi.....	97
3.5.6. IMSERSO (Instituto de Mayores y Servicios Sociales-Institute for Older Persons and Social Services)	98
3.10. Uluslararası Belgelerde Sosyal Turizmin Yeri.....	99
3.10.1. Viyana Sözleşmesi.....	99
3.10.2. Montreal Bildirgesi.....	99
3.10.3. Aubagne Kongresi	100
3.10.4. Barselona Bildirgesi	101
3.10.5. Manila Bildirgesi	101
3.10.6. Rimini Kongresi	101
3.11. Sosyal Turizm ile İlgili Meydana Gelen Kazanımlar.....	102
3.11.1. Sosyal Turizm’in Bireylere Kazanımları.....	102
3.11.2. Sosyal Turizm’in Turizm Sektörüne Kazanımları.....	103
3.13.3. Sosyal Turizm’in Devlet’e Kazanımları.....	103

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

SERİK İLÇESİNİN GENEL COĞRAFİ ÖZELLİKLERİ

4.1. Fiziki Coğrafya Özellikleri.....	104
4.1.1. Topoğrafik Yapısı.....	104
4.1.2. İklimi	105
4.1.2.1. Sıcaklık	105
4.1.2.2. Yağış.....	106
4.1.2.3. Nem	107
4.1.3. Bitki Örtüsü	108
4.1.4. Hidrografik Özellikler	109
4.2. Beşeri Coğrafya Özellikleri.....	110
4.2.1. Serik İlçesi’nin Tarihi ve İsmi	110
4.2.2. Nüfus Özellikleri	111
4.2.2.1. Nüfusun Gelişimi.....	112
4.3. Ekonomik Coğrafya Özellikleri	114
4.3.1. Tarım	114
4.3.2. Hayvancılık.....	115
4.3.3. Turizm	116

BEŞİNCİ BÖLÜM

BULGULAR

5.1. Yerel Halkın Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular	118
5.2. Yerel Halkın Tatille İlgili Tutumlarına İlişkin Bulgular	125
5.3. Yerel Halkın Sosyal Turizme Yönelik Tutumlarına İlişkin Bulgular	163
SONUÇ	174
KAYNAKÇA.....	179
EK 1 - Serik (Antalya) İlçesinde Yerel Halkın Sosyal Turizmine Karşı Tutumlarına Yönelik Anket Formu.....	199
EK 2- Fotoğraflar	205
ÖZ GEÇMİŞ	208



FOTOĞRAFLAR LİSTESİ

Fotoğraf 2.1: Sosyal Turizme Katılım Sağlayan Dezavantajlı Bireyler	35
Fotoğraf 3.1: İsviçre ve Avusturyada sosyal turizmin ilk yuvaları (Tabiat Dostları Evi).....	50
Fotoğraf 3.2: Bireylerin tatile çıkabilmesi amacıyla gerçekleştirilen “tatil kredisi” reklamından bir kesit.	63
Fotoğraf 3.3: Avusturya’nın Seyahat Kuponu	66
Fotoğraf 3.4: Hollanda’da Çift Kat Çadır Bezinden Yapılmış Tatil Evleri.	69
Fotoğraf 3.5: İngiliz demiryollarının “ Camping Coacehes” vagon evleri	70
Fotoğraf 3.6: İngiliz demiryollarının “ Camping Coacehes” vagon evlerindeki yemek odası ve arka sol planda mutfak yer almaktadır.	70
Fotoğraf 3.7: “Yerinizi Şimdi Ayırın Erken Rezervasyon Fırsatını Kaçırmayın” sloganı ile başlatılan kampanya’ya ait afiş.....	71
Fotoğraf 3.8: “Düş Peşine” Düşler Akademisinde çekilerek farkındalık oluşturulması açısından önemli bir rol oynamıştır.	72
Fotoğraf 3.9: 1-8 Nisan 2023 Tarihinde gerçekleştirilen kayak haftasında çocuklar ebeveynlerinden ayrı yeni deneyimler kazanmaktadır.	73
Fotoğraf 3.10: “Zorunlu Kayak Haftası” çocukların arkadaşlarıyla ve öğretmenleriyle kaynaşmalarını ve beraber keyifli zaman geçirmelerini sağlamaktadır.	73
Fotoğraf 3.11: “Bu yaz kendinizi Sardunyada fethetmeye hazır mısınız? Ücretsiz ve düşük maliyetli gemilerle tekliflerimize göz atmaya başlayın!” sloganı ile başlatılan kampanyanın afişi	75
Fotoğraf 3.12: Yerel hayır kurumları ve gönüllü gruplar tarafından yapılan değerli çalışmaları takdir etmek amacıyla 2003 yılından itibaren ödüller veren “Otobüs Topluluğu Destek Programı” 2011 yılında Güneş Işığı Fonuna ödül vermiştir. Bu bağlamda otobüs hizmet ağının arkasına Güneş Işığı Fonu ile ilgili posterler yayınlamışlardır.....	77
Fotoğraf 3.13: The Sunshine Fund kuruluşunun Tatil Merkezi olan Sunshine House da çocukların oynaması için hazırlamış olan 5 dönümlük arazisinden bir kesit.	77
Fotoğraf 3.14: "Family Fund'ın desteğiyle, özel bir üç tekerlekli bisiklete sahip olan Zeyna’nın (Hereditör spastik parapleji hastası) mutluluğu ve aile “hibenin aktif olmanın dışında daha fazla zaman geçirmememizi sağlıyor” ifadesine yer verilmiştir.	78
Fotoğraf 3.15: Dandy Walker sendromu olan Logan’a bakımı kolaylaştıran “Mobility Support” (araç kiralama) uygulaması sonucunda aile bireyleri “Geçenlerde onu araca aldığımızdan beri ilk tatiline çıkardık. Onu mutlu görmek bizi mutlu etti” ifadesini kullanmıştır.	78

Fotoğraf 3.16: Down Sendromu ve Hirschsprung hastalığı olan Christian'ın ebeveynlerinin ayrılmış ve maddi imkânsızlıklardan dolayı tatile çıkması pek mümkün değilken hibe desteği sağlanarak tatile çıkması sağlanmıştır. Aile bireylerinden birisi “ Christan bana bir insan olarak o kadar çok şey öğretti ve hala her gün bir kitabı kapağına göre yargılamayacağımızı öğretiyor. Asla ama asla yapmayın” ifadesini vurgulamıştır.	79
Fotoğraf 3.17: ANCV Tatil Kuponu	81
Fotoğraf 3.18: Yaşlı bireylere ANCV aracılığıyla tatil yapma fırsatı	82
Fotoğraf 3.19: Tatil Dayanışma Bursu (BSV) programıyla Lans en Vercors'ta kızakla kayma etkinliğine görürülen çocuklar	83
Fotoğraf 3.20: Tatil Dayanışma Bursu (BSV) programıyla Rosa Parks'ta dev kapla çevresinde aile akşamı etkinliği.....	83
Fotoğraf 3.21: Kış Dağ Rozeti Almaya Hak Kazanan Bir Genç Birey.....	85
Fotoğraf 3.22: İSTO özel ve kamu kuruluşları ile beraber işbirliği gerçekleştirirken hoşgörü ve barışın geliştirilmesinde turizmin önemli bir rol oynayacağını ifade etmektedir.	86
Fotoğraf 3.23: Dinlenmek ve eğlenmek herkesin hakkı olması sebebiyle erişebilirlik probleminin ortadan kaldırılmasına yönelik İSTO çalışmalar gerçekleştirmektedir.....	86
Fotoğraf 3.24: ANCAV- SAVATOU indirim kartı	88
Fotoğraf 3.25: Tatil'in bireyler üzerindeki etkisi ('İlk kez bir aile olarak Londra'nın dışına çıktık, denize dokunduk veya gökyüzünde berrak yıldızlar gördük Sabah 5'te uyanır ve hep birlikte pijamalarımızla sahile inerdik, böylece birlikte güneşin doğuşunu izleyebilirdik. Bu asla unutamayacağım bir hatıra')	90
Fotoğraf 3.26: Düşler Akademisinde (Kaş/Antalya) gönüllü katılımcılar ile gerçekleştirilen dans etkinliklerden birisi ve gönüllü katılımcılar “volunteer” adlı tişört giymektedir.....	91
Fotoğraf 3.27: Düşler Mutfağı	92
Fotoğraf 3.28: Düşler Akademisi (Ataşehir/İstanbul) Kütüphanesinin kampüsü ve Yüksek parkur alanı	94
Fotoğraf 3.29: Düşler Akademisi'nin "Engelsiz Bir Yaşam Mümkün!" mottosu ile gerçekleştirdiği etkinlik	94
Fotoğraf 3.30: Türkiye’de sadece engellilere özel tek tesis unvanına sahip Samsun Büyükşehir Belediyesi Mavi Işıklar Eğitim, Dinlenme ve Rehabilitasyon Merkezi.....	97
Fotoğraf 3.31: "Engelli bireylerin tatil yapmalarını engelleyen faktörlerin tesislerde ortadan kaldırılmasına yönelik yapılan çalışmalar ile bireylerin engelsiz bir şekilde tatil yapmaları sağlanmaktadır.....	98
Fotoğraf 4.1: Köprü Çayı ve çevresindeki yeşil alanların görünümü	109

Fotoğraf 4.2: Sillyon Antik Kenti	116
Fotoğraf 4.3: Aspendos Antik Tiyatrosu.....	116
Fotoğraf 4.4: Aspendos Su Kemerini	117
Fotoğraf 5.1: Kumköy Çardakları, 5 yıldızlı otellerin bulunduğu bölgeye yakın bir konumda yer almaktadır.	148
Fotoğraf 5.2: Kumköy Çardakları içerisinde bireylerin elektrikleri, güneş enerjileri ve mutfakları gibi birçok ihtiyaçlarını karşılayabilecekleri alanlar içerisinde yer almaktadır....	148



TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1.1: Kabul Edilebilir Örnek Büyüklükleri.....	6
Tablo 1.2: Serik İlçesinin Kırsal Mahalleri	9
Tablo 1.3: Serik İlçesinin Kentsel Mahalleri.....	10
Tablo 1.4: Nicel Araştırma Yöntemi	10
Tablo 1.5: Araştırmanın Tasarımı.....	11
Tablo 2.1: Turizm Kavramı ile İlgili Bazı Tanımlamalar.....	17
Tablo 2.2: Turizm Sektörünün Gelişme Süreci	21
Tablo 2.3 : Turizmin Gelişmesine Etki Eden Unsurlar	23
Tablo 2.4: Ülkelerin Yıllara Göre Milli Gelirleri ve Turizm Gelirleri.....	24
Tablo 2.5: Turizm Gelirlerinin Dış Ticaret Açıklarını Kapama Payı.....	26
Tablo 2.6: Turizmin Çevre Üzerindeki Olumsuz Etkileri	27
Tablo 2.7: Turizmin Çevre Üzerindeki Olumlu Etkileri	28
Tablo 2.8: Turizmin Sosyal ve Kültürel Yapı Üzerindeki Etkileri.....	29
Tablo 3.1: Sosyal Turizm Tanımları.....	36
Tablo 3.2: Demografik Değişkenlere Göre Tatil İçin Tercih Edilen Bölgeler	51
Tablo 3.3: Çeşitli Yıllarda Fransa’da Tatile Çıkanlarla Demografik Yapı Arasındaki İlişki ..	51
Tablo 3.4: Fransa’da 1961-1975 yılları arasında Tatile Çıkan Bireylerin Yaş Gruplarına Göre Dağılımı.....	55
Tablo 3.5: Yaşlı Turistlerin Seyahatlerini Engelleyen Bazı Ekonomik ve Sosyo-Kültürel Faktörler	56
Tablo 3.6: Yolcu Taşımacılığın Ulaştırma Türlerine Göre Dağılımı	57
Tablo 3.7: Türkiye’nin 2021 yılı TÜİK verilerine aylık turizm gelirleri, ziyaretçi sayısı ve kişi başı ortalama harcama miktarı.....	59
Tablo 3.8: Sosyal Fayda ile Ekonomik Fayda Açısından Sosyal Turizm Modelleri.....	60
Tablo 3.9: Adaptasyon Modeline Örnekler	61
Tablo 3.10: 1974 ile 1983 Yılları Arasında Tatil Kredilerinden Yararlan Birey Sayısı ve Bireylerin Kredi Ödemeleri.....	63
Tablo 3.11: Biriktirme Sandıklarına Örnekler.....	66
Tablo 3.12: Türkiye’deki Bireylerin Faydalandığı Bazı Sosyal Tesis İmkânları.....	69
Tablo 3.13: Öğretmenlere Tatil Fırsatı Kampanyası Programının Tatil Fiyatları	74
Tablo 3.14: Sosyal Turizm Kurum ve Kuruluşlarına Örnekler	76
Tablo 3.15: Avrupa Gençlik Yurdu Dernekleri.....	80

Tablo 3.16: ANCV, konaklama fiyatları	82
Tablo 3.17: Net Vergiye Tabi Gelirleri (Mali yardım tablo belirtilen tutardan az olan bireylere verilir)	83
Tablo 3.18: PTTK'nın Małopolskie Voyvodship'taki Faaliyeti.....	84
Tablo 3.19: INATEL Vakfı'nın Sürdürülebilir Kalkınma Kapsamındaki Taahhütleri, Üyelikleri ve Ortaklıkları.....	87
Tablo 3.20: SAVATOU derneğinin gerçekleştirdiği etkinliklerde uygun fiyat olanakları ve konaklama süreleri.....	88
Tablo 3.21: Tatil Yoluyla Mekân ve Zaman Armağanı Almış Olan Kişiler ile Bir Tatilin Keyfini Çıkaran Ailelerin İfadeleri	90
Tablo 3.22: Düşler Akademisinde Gerçekleştirilen Etkinlikler ve Faaliyetler	92
Tablo 3.23: Calypso Projesine Katılan Ülkeler	95
Tablo 3.24: İMSERSO programı tatil fiyatları	98
Tablo 4.1: 2022 yılı verilerine göre ortalama sıcaklıkların dağılışı.....	106
Tablo 4.2: 2022 yılına Ait Aylık Ortalama Yağış Değerleri	107
Tablo 4.3: 2022 yılına Ait Ortalama Aylık Nem Değerleri.....	107
Tablo 4.4: Serik İlçesinde Görülen Bitki Türleri ve Kapladıkları Alanların Oranları	108
Tablo 4.5: Antalya'nın İlçeleri ile Toplam Nüfus Miktarları	111
Tablo 4.6: Serik ilçesinin yıllara göre nüfusu.....	112
Tablo 4.7: 2021 yılı TÜİK verilerine göre nüfusun cinsiyet ve yaş dağılımı.....	113
Tablo 5.1: Araştırmaya Katılan Yerel Halkın Demografik Özellikleri	118
Tablo 5.2: Araştırmaya Katılan Yerel Halkın 2022 yılı ve daha öncesinde tatile çıkma fırsatı bulma durumu.....	125
Tablo 5.3: Araştırmaya Katılan Yerel Halkın 2022 yılı ve daha öncesinde tatile gidememe nedenleri	126
Tablo 5.4: : Araştırmaya katılan yerel halkın tatile gitme sıklığı.....	141
Tablo 5.5: Araştırmaya Katılan Yerel Halkın Yılda Kaç Kez Tatile Çıkma fırsatı bulma durumu	142
Tablo 5.6: Araştırmaya Katılan Yerel Halkın Yılda Ortalama Tatil Yapma Süresi.....	143
Tablo 5.7: Araştırmaya Katılan Yerel Halkın Tatil Yapma Nedenleri.....	144
Tablo 5.8: Araştırmaya katılan yerel halkın tatili kiminle birlikte geçirdikleri bireyler	145
Tablo 5.9: Araştırmaya katılan yerel halkın tatile giderken tercih ettikleri ulaşım araçları ..	146
Tablo 5.10 : Araştırmaya katılan yerel halkın tatil için mekan tercihleri	147

Tablo 5.11: Araştırmaya katılan yerel halkın mekân tercihiniz üzerinde etkili olan faktörler	149
Tablo 5.12: Araştırmaya katılan yerel halkın 1 haftalık tatil için bir ailenin ne kadar bütçe ayırması gerektiğine dair görüşleri	150
Tablo 5.13: Araştırmaya katılan yerel halkın bir haftalık tatil için ayırabildikleri bütçe miktarı	151
Tablo 5.14: Araştırmaya katılan yerel halkın tatil için mevsim tercihleri.....	152
Tablo 5.15: Araştırmaya katılan yerel halkın tatile gideceği mevsimi tercih etmesinde etkili olan kriterler	153
Tablo 5.16: Araştırmaya katılan yerel halkın tatil deneyimlerinde veya tatile çıkma fikirlerinde onlarda en çok endişe uyandıran faktörler.....	154
Tablo 5.17: Araştırmaya katılan yerel halkın tatile gitmesine engel olan faktörler	155
Tablo 5.18: Araştırmaya katılan yerel halkın tatil tercihlerinde öncelikleri.....	156
Tablo 5.19 : Araştırmaya katılan yerel halkın yabancı turistler ile aynı düzeyde tatil yapabildiğini düşünme durumu	157
Tablo 5.20: Araştırmaya katılan yerel halkın yabancı turistler ile aynı düzeyde tatil yapamadığını düşünmesinde etkili olan faktörler.....	158
Tablo 5.21: Araştırmaya katılan yerel halkın tatil yapmak amacıyla daha önce Serik turizm bölgesine gitme fırsatı bulma durumu	159
Tablo 5.22 : Araştırmaya katılan yerel halkın Serik’de bir işletmede konaklama durumu...	159
Tablo 5.23 : Araştırmaya katılan yerel halkın Serik’de tercih ettikleri konaklama türleri....	160
Tablo 5.24 : Araştırmaya katılan yerel halkın konaklama türü tercihlerinde etkili olan faktörler	161
Tablo 5.25: Araştırmaya katılan yerel halkın Serik’deki bir işletlemede konaklama süresi .	162
Tablo 5.26: Araştırmaya katılan yerel halkın tatile çıkmak için çeşitli kurum ve kuruluşlardan destek alma durumu.....	163
Tablo 5.27: Araştırmaya katılan yerel halkın tatile çıkmak için destek aldığı çeşitli kurum ve kuruluşlar.....	163
Tablo 5.28: Araştırmaya katılan yerel halkın yararlanmış olduğu uygulamalar	164
Tablo 5.29 : Araştırmaya katılan yerel halkın sosyal turizmi destekleyen kurum ve kuruluşları yeterli bulma durumları	165
Tablo 5.30: Yerel halkın tatile çıkabilmesi için kurum ve kuruluşların hangi kitleye destek vermesi gerektiğine dair araştırmaya katılan yerel halkın görüşleri.....	166

Tablo 5.31: Araştırmaya katılan yerel halkın sosyal turizm faaliyetlerine katılım oranının artırılabilmesi için hangi kurum ve kuruluşlarının destek ve teşvik politikaları uygulaması gerektiğine dair araştırmaya katılan yerel halkın görüşleri	168
Tablo 5.32: Yerel halkın sosyal turizm faaliyetlerine katılımlarının sağlanabilmesi için kurum ve kuruluşların nasıl destek verilmesi gerektiğine dair araştırmaya katılan yerel halkın görüşleri	169
Tablo 5.33: Araştırmaya katılan yerel halkın ülkemizde devlet ya da sosyal kurum ve kuruluşları tatil yapılması amacıyla destek verirse başvurma durumu.....	171
Tablo 5.34: Araştırmaya katılan yerel halkın ülkemizde devlet ya da sosyal kurum ve kuruluşları tatil yapılması amacıyla destek verirse başvurmamaları üzerinde rol oynayan faktörler	172



GRAFİKLER LİSTESİ

Grafik 2.1: 2000-2020 Yılları Arası Türkiye’ye Gelen Turist Sayısı ve Turizm Gelirleri	26
Grafik 3.1: Dünya’da Çeşitli Ülkelerdeki Haftalık Çalışma Saatleri (2020)	47
Grafik 3.2: Dünya’da çeşitli ülkelerdeki ana işinde haftada 60 veya daha fazla saat çalışanların oranı (2020)	48
Grafik 3.3: Kişi Başına Düşen Milli Gelir (2021).....	49
Grafik 3.4: Türkiye’nin 2021 yılı TÜİK verilerine aylık turizm gelirleri.....	60
Grafik 3.5: Birleşik Krallık’taki Aile Tatil Derneğinden destek alan bireylerin toplam Birleşik Krallık’taki bağımlı çocukları olan ve 1 haftalık tatili karşılayamayan ailelere oranı.....	89
Grafik 4.1: Sıcaklık Değerlerinin Mevsimlere Dağılımı(2022)	106
Grafik 4.2: 2022 yılına Ait Aylık Ortalama Yağış Değerleri (2022)	107
Grafik 4.3: Serik ilçesinin nüfus piramidi	113
Grafik 5.1: Araştırmaya Katılan Yerel Halkın Cinsiyet Dağılımı	119
Grafik 5.2: Araştırmaya Katılan Yerel Halkın Yaş Dağılımı.....	119
Grafik 5.3: Araştırmaya Katılan Yerel Halkın Eğitim Düzeyi.....	120
Grafik 5.4: Araştırmaya Katılan Yerel Halkın Medeni Durumu	121
Grafik 5.5: Araştırmaya Katılan Yerel Halkın Sahip Olduğu Çocuk Sayısı.....	121
Grafik 5.6: Araştırmaya Katılan Yerel Halkın Memleketleri	122
Grafik 5.7: Araştırmaya Katılan Yerel Halkın Serik’de Ortalama Yaşam Süresi	123
Grafik 5.8: Araştırmaya Katılan Yerel Halkın Meslek Grupları Dağılımı	123
Grafik 5.9: Araştırmaya Katılan Yerel Halkın Aylık Geliri.....	124
Grafik 5.10: Araştırmaya katılan yerel halkın 2022 yılı ve daha öncesinde tatile çıkma fırsatı bulma durumu.....	125
Grafik 5.11: Araştırmaya katılan yerel halkın sosyal ortamlarda mutlu olmaması durumuna dair görüşleri.....	127
Grafik 5.12: Araştırmaya katılan yerel halkın yeterli miktarda paranın olmaması durumuna dair görüşleri.....	127
Grafik 5.13: Araştırmaya katılan yerel halkın tatil alışkanlığının olmaması durumuna dair görüşleri.....	128
Grafik 5.14: Araştırmaya katılan yerel halkın program zamanlarının uygun olmaması durumuna dair görüşleri.....	129
Grafik 5.15: Araştırmaya katılan yerel halkın sağlık problemleri durumuna dair görüşleri.....	129

Grafik 5.16: Araştırmaya katılan yerel halkın eve yakın imkânlarının olmaması durumuna dair görüşleri.....	130
Grafik 5.17: Araştırmaya katılan yerel halkın ulaşımın zaman alması durumuna dair görüşleri	131
Grafik 5.18: Araştırmaya katılan yerel halkın iş/çalışma zamanının yoğun olması durumuna dair görüşleri.....	131
Grafik 5.19: Araştırmaya katılan yerel halkın arabasının olmaması durumuna dair görüşleri	132
Grafik 5.20: Araştırmaya katılan yerel halkın beraber katılacak kimsenin olmaması durumuna dair görüşleri.....	133
Grafik 5.21: Araştırmaya katılan yerel halkın aile için zaman ayırmak zorunda olmak durumuna dair görüşleri.....	133
Grafik 5.22: Araştırmaya katılan yerel halkın kendini güvende hissetmemesi durumuna dair görüşleri.....	134
Grafik 5.23: Araştırmaya katılan yerel halkın yorgunluk hissi vermesi durumuna dair görüşleri	135
Grafik 5.24: Araştırmaya katılan yerel halkın tesislerin kalabalık olması durumuna dair görüşleri.....	135
Grafik 5.25: Araştırmaya katılan yerel halkın sunulan hizmetleri beğenilmemesi durumuna dair görüşleri.....	136
Grafik 5.26: Araştırmaya katılan yerel halkın destinasyonları bilmemesi durumuna dair görüşleri.....	137
Grafik 5.27: Araştırmaya katılan yerel halkın ne yapılması gerektiğinin bilmemesi durumuna dair görüşleri.....	137
Grafik 5.28: Araştırmaya katılan yerel halkın bu tür faaliyetlere katılmaktan arkadaşlarının/çevremin hoşlanmaması durumuna dair görüşleri.....	138
Grafik 5.29: Araştırmaya katılan yerel halkın rutin programı bozmak istememesi durumuna dair görüşleri.....	139
Grafik 5.30: Araştırmaya katılan yerel halkın hijyen koşulları durumuna dair görüşleri.....	139
Grafik 5.31: Araştırmaya katılan yerel halkın yabancı turistler ile aynı düzeyde tatil yapamama düşüncesinin hâkim olması durumuna dair görüşleri	140
Grafik 5.32: Araştırmaya katılan yerel halkın konaklama imkânı durumuna dair görüşleri	141
Grafik 5.33: Araştırmaya katılan yerel halkın tatile gitme sıklığı.....	142

Grafik 5.34: Araştırmaya katılan yerel halkın yılda kaç kez tatile çıkma fırsatı bulma durumu	143
Grafik 5.35: Araştırmaya katılan yerel halkın yılda ortalama tatil yapma süresi	144
Grafik 5.36: Araştırmaya Katılan Yerel Halkın Tatil Yapma Nedenleri	145
Grafik 5.37: Araştırmaya katılan yerel halkın tatili kiminle birlikte geçirdikleri bireyler....	146
Grafik 5.38: Araştırmaya katılan yerel halkın tatile giderken tercih ettikleri ulaşım araçları	147
Grafik 5.39 : Araştırmaya katılan yerel halkın tatil için mekan tercihleri	149
Grafik 5.40: Araştırmaya katılan yerel halkın mekân tercihiniz üzerinde etkili olan faktörler	150
Grafik 5.41: Araştırmaya katılan yerel halkın 1 haftalık tatil için bir ailenin ne kadar bütçe ayırması gerektiğine dair görüşleri	151
Grafik 5.42: Araştırmaya katılan yerel halkın bir haftalık tatil için ayırabildikleri bütçe miktarı	152
Grafik 5.43: Araştırmaya katılan yerel halkın tatil için mevsim tercihleri	153
Grafik 5.44: Araştırmaya katılan yerel halkın tatile gideceği mevsimi tercih etmesinde etkili olan kriterler	154
Grafik 5.45: Araştırmaya katılan yerel halkın tatil deneyimlerinde veya tatile çıkma fikirlerinde onlarda en çok endişe uyandıran faktörler.....	155
Grafik 5.46: Araştırmaya katılan yerel halkın tatile gitmesine engel olan faktörler.....	156
Grafik 5.47: Araştırmaya katılan yerel halkın tatil tercihlerinde öncelikleri	157
Grafik 5.48 : Araştırmaya katılan yerel halkın yabancı turistler ile aynı düzeyde tatil yapabildiğini düşünme durumu	158
Grafik 5.49: Araştırmaya katılan yerel halkın yabancı turistler ile aynı düzeyde tatil yapamadığını düşünmesinde etkili olan faktörler.....	158
Grafik 5.50: Araştırmaya katılan yerel halkın tatil yapmak amacıyla daha önce Serik turizm bölgesine gitme fırsatı bulma durumu	159
Grafik 5.51 : Araştırmaya katılan yerel halkın Serik’de bir işletmede konaklama durumu .	160
Grafik 5.52 : Araştırmaya katılan yerel halkın Serik’de tercih ettiği konaklama türleri	161
Grafik 5.53 : Araştırmaya katılan yerel halkın konaklama tercihinde etkili olan faktörler ..	162
Grafik 5.54: Araştırmaya katılan yerel halkın Serik’deki bir işletlemede konaklama süresi	162
Grafik 5.55: Araştırmaya katılan yerel halkın tatile çıkmak için çeşitli kurum ve kuruluşlardan destek alma durumu.....	163

Grafik 5.56: Araştırmaya katılan yerel halkın tatile çıkmak için destek aldığı çeşitli kurum ve kuruluşlar.....	164
Grafik 5.57: Araştırmaya katılan yerel halkın yararlanmış olduğu uygulamalar.....	164
Grafik 5.58: Araştırmaya katılan yerel halkın sosyal turizmi destekleyen kurum ve kuruluşları yeterli bulma durumları	165
Grafik 5.59: Yerel halkın tatile çıkabilmesi için kurum ve kuruluşlar hangi kitleye destek vermesi gerektiğine dair araştırmaya katılan yerel halkın görüşleri.....	167
Grafik 5.60: Araştırmaya katılan yerel halkın sosyal turizm faaliyetlerine katılım oranının artırılabilmesi için hangi kurum ve kuruluşlarının destek ve teşvik politikaları uygulaması gerektiğine dair araştırmaya katılan yerel halkın görüşleri	169
Grafik 5.61: Yerel halkın sosyal turizm faaliyetlerine katılımlarının sağlanabilmesi için kurum ve kuruluşların nasıl destek verilmesi gerektiğine dair araştırmaya katılan yerel halkın görüşleri	170
Grafik 5.62: Araştırmaya katılan yerel halkın ülkemizde devlet ya da sosyal kurum ve kuruluşları tatil yapılması amacıyla destek verirse başvurma durumu.....	171
Grafik 5.63 : Araştırmaya katılan yerel halkın ülkemizde devlet ya da sosyal kurum ve kuruluşları tatil yapılması amacıyla destek verirse başvurmamaları üzerinde rol oynayan faktörler	173

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 2.1: Yerel Halkın Turizme Yönelik Tutum ve Davranışları	19
Şekil 2.2: Turizm Çeşitleri	30
Şekil 3.1: Sosyal Turizm Üzerinde Rol Oynayan Etkenler	46
Şekil 3.2: Dünya’da Yaş Gruplarına Göre Nüfusun Oranı (1950–2050).....	55
Şekil 3.3: Tatil Kredisinin Acente ve Müşterilere Faydaları	64



HARİTALAR LİSTESİ

Harita 1.1: Serik İlçesinin Yeri ve Sınırları	8
Harita 1.2: Serik İlçesinin Şehirsel ve Kırsal Mahalleri	9
Harita 4.1: Serik İlçesinin Fiziki Haritası	104



KISALTMALAR DİZİNİ

A.Ş. : Anonim Şirket

AIENT: Uluslararası Bilimsel Turizm Uzmanları Örgütü

ANCAV: Association Nationale de Coordination des Activités de Vacances des Comités d'Entreprise, Associations de Tourisme Social et Autres Collectivités

ANCV: Agence Nationale pour les Chèques-Vacances (Ulusal Tatil Kuponu Ajansı)

APV: Tatil Projeleri için Yardım

ASBL: Association Sans But Lucratif (Kâr Amacı Gütmeyen Kuruluş)

BİTS: Bureau International du Tourisme Social (Uluslararası Sosyal Turizm Ofisi)

BSV: Bourse Solidaire Vacances (Tatil Dayanışma Bursu)

CNAF: Caisse Nationale d'Allocation Familiale (Ulusal Aile Yardım Sandığı)

DESA: Department of Economic and Social Affairs (Ekonomik ve Sosyal İşler Dairesi)

DSÖ: Dünya Sağlık Örgütü

DTA: Dış Ticaret Açığı

EESC: European Economic and Social Committee (Avrupa Ekonomik ve Sosyal Komitesi)

EU FED: European Union Federation of Youth Hostel Associations

EUROSTAT: Avrupa İstatistik Ofisi

FHA: Family Holiday Association (Aile Tatil Kurumu)

FNAT: Ulusal Çalışma Sevinci Vakfı

HI: Hostelling International

ILO: Uluslararası Çalışma Örgütü

IMERSO: Instituto de Mayores y Servicios Sociales (The Institute of Senior and Social Services) (İspanyol Yaşlılar ve Sosyal Hizmetler Enstitüsü)

IUOTO: International Union of Official Travel Organizations (Uluslararası Resmi Seyahat Organizasyonları Birliği)

NBFA: The National Benevolent Fund For The Aged

OITS/ISTO/BITS: Organisation International du Tourism Social/ International Social Tourism Organisation/ Bureau International du Tourisme Social (Uluslararası Sosyal Turizm Örgütü)

PREDIF: Plataforma Representativa Estatal de Personas con Discapacidad Física (Devlet Fiziksel Engelliler Temsilcisi Platformu)

SESC: Social Service of Commerce (Brezilya'nın Sosyal Hizmet veren Ticaret Kurumu)

SEV: Yaşlılar Tatilde

SOWELL: Social Tourism Opportunities in Wellness and Leisure Activities (Sosyal Sağlık ve Boş Zaman Faaliyetlerinde Turizm Fırsatları)

STEEP: The Social Tourism European Exchanges Platform (Sosyal Turizm Avrupa Değişim Platformu)

STK: Sivil Toplum Kuruluşu

TCDD: Türkiye Cumhuriyeti Devlet Demiryolları

TDK: Türk Dil Kurumu

TÜİK: Türkiye İstatistik Kurumu

TÜROB: Türkiye Otelciler Birliği

TÜROFED: Türkiye Otelciler Federasyonu

TÜRSAB: Türkiye Seyahat Acentaları Birliği

UNAT: Ulusal Sosyal Turizm Dernekleri Birliği

UNWTO: Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü

UW: Unison Welfare

WTO: Dünya Ticaret Örgütü

AB: Avrupa Birliği

USTB: Uluslararası Sosyal Turizm Bürosu

PTTK: Polish Tourist Country-Lovers' Society

PACS: Pacte civil de solidarité

ÖZET

Turizm sektörü, en fazla döviz girdisinin meydana gelmesini sağlayan sektörlerin başında gelmesi sebebiyle ülkelerin kalkınmasında önem arz etmektedir. Bu nedenle ülkelerin daha fazla yabancı turist ağırlayabilmek amacıyla çeşitli çalışmalar ve yatırımlar yaptıkları görülmektedir. Fakat turizm sektörünün çok boyutlu olması sebebiyle çevresel, kültürel ve sosyal yapının yerel halk üzerindeki olumlu ve olumsuz etkilerinde incelenmesi gerekmektedir. Bu nedenle bu araştırmada ağırladığı turist bakımından Türkiye'nin turizm başkenti olarak ifade edilen Antalya ilinin önemli destinasyon noktalarından birisini oluşturan Serik ilçesinin şehrsel ve kırsal mahallelerdeki yaşayan yerel halkın turizm faaliyetlerine katılım durumları ile katılmalarına engel olan unsurlar varsa onların ortaya konulması amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda nicel araştırma yöntemine başvurulmuştur. Çalışmada 63 sorudan oluşan anket formundan veriler elde edilmiştir. Saha çalışmaları 2022 ve 2023 yıllarının Aralık ve Nisan ayları arasında görüşmeyi kabul eden 466 kişiye anket uygulanmış ve 49 adet anket formu ön kabul koşulları sağlamadığı gerekçesiyle, 33 adet anket formu ise pilot çalışmayı oluşturması sebebiyle analize dâhil edilmemiştir. Toplamda 384 katılımcının verileri SPSS paket programında analiz edilmiştir. Elde edilen bulgulara göre Serik ilçesinin şehrsel ve kırsal mahallelerinde yaşayan halkın %44,8'nin 2022 yılı ve daha öncesinde tatile çıkma fırsatının olmadığı, %55,2'sinin ise tatile çıkma fırsatı olduğu görülmüştür. Bireylerin tatile çıkamamaları üzerinde rol oynayan en önemli üç faktörün sırasıyla maddi imkânlarının iyi olmaması, yabancı turistler ile aynı düzeyde tatil yapamama düşüncesine hâkim bulunulması ve konaklama imkânı probleminin geldiği görülmüştür. 2022 yılı ve öncesinde tatile çıkma imkânı bulan bireylerin ise tatile çıkma fikirlerinde finansal endişeler, ulaşım sorunu ve ne yapılması gerektiğinin bilinmemesi en çok endişe uyandıran üç faktör olduğu görülmüştür. Ülkemizde devlet ya da sosyal kurum ve kuruluşları tatil yapılması amacıyla destek verirse bireylerin %81'nin başvuracağı, %19'luk kesimin ise başvurmayacağı görülmüştür. Bireylerin başvurmama nedenleri incelendiğinde en fazla maddi imkânlarının iyi olması ardından ise tatile çıkma alışkanlığının olmaması ve destek aldığının duyulduğunda insanlardan gelecek tepkilerden çekinme duygusunun geldiğinin görülmüştür. Bu nedenle yerel halkın sosyal turizm konusunda bilinçlendirilmesi gerektiği ve turizm faaliyetlerine katılım oranının artmasının sağlanabilmesi için çeşitli kurum ve kuruluşlar tarafından bireylerin desteklenmesi gerektiği görülmüştür.

Anahtar kelimeler: Sosyal Turizm, Yerel halk, Serik, Antalya.

SUMMARY

Attitudes Of Local People Towards Social Tourism In Serik (Antalya) District

The tourism sector is important in the development of countries, as it is one of the sectors that provide the most foreign currency input. For this reason, it is seen that countries make various studies and investments in order to host more foreign tourists. However, due to the multidimensional nature of the tourism sector, it is necessary to examine the positive and negative effects of environmental, cultural and social structure on the local people. For this reason, in this research, it is aimed to reveal the participation status of the local people in urban and rural neighborhoods living in Serik district, which is one of the important destination points of Antalya province, which is expressed as the tourism capital, and if there are factors that prevent them from participating in tourism activities. For this purpose, quantitative research method was used. In the study, data were obtained from a questionnaire consisting of 63 questions. Field studies were applied to 466 people who agreed to be interviewed between December and April of 2022 and 2023, and 49 questionnaires were not included in the analysis because they did not meet the pre-acceptance conditions, and 33 questionnaires were not included in the analysis because they constituted the pilot study. In total, the data of 384 participants were analyzed in the statistical package program. According to the findings, it was seen that 44.8% of the people living in the urban and rural neighborhoods of Serik district did not have the opportunity to go on a vacation in 2022 and before, while 55.2% had the opportunity to go on a vacation. It has been seen that the three most important factors that play a role in the inability of individuals to go on holiday are the lack of financial opportunities, the idea of not being able to have a holiday at the same level as foreign tourists, and the problem of accommodation. It has been seen that financial concerns, transportation problem and not knowing what to do are the three most worrying factors in the ideas of going on a holiday in 2022 and before. It has been observed that if the state or social institutions and organizations in our country provide support for a holiday, 81% of individuals will apply, while 19% will not apply. When the reasons for not applying are examined, it is seen that the most financial means are good, followed by the fact that I do not have the habit of going on vacation and that I feel afraid of people's reactions when it is heard that I have received support. For this reason, it has been seen that the local people should be made aware of social tourism and individuals should be supported by various institutions and organizations in order to increase their participation in tourism activities.

Keywords: Social Tourism, Local people, Serik, Antalya.

ÖN SÖZ

Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Coğrafya Ana Bilim Dalı yüksek lisans tezi olarak hazırlanan bu araştırmanın konusunu “ Serik (Antalya) İlçesinde Yerel Halkın Sosyal Turizme Karşı Tutumları” oluşturmaktadır. Bu araştırmanın amacı Türkiye’nin turizm başkenti olarak ifade edilen Antalya ilinin önemli destinasyon noktalarından birisi oluşturan Serik ilçesinde yaşayan şehirselleşen ve kırsal mahallelerdeki yerel halkın turizm faaliyetlerine katılım durumları ile katılmalarına engel olan unsurlar varsa onların ortaya konulmasını amaçlanmaktadır. “ Serik (Antalya) İlçesinde Yerel Halkın Sosyal Turizme Karşı Tutumları” adlı tez çalışması sosyal turizm ile ilgili yapılan coğrafi çalışmaların çok az olmasından dolayı literatüre katkı sağlayacaktır.

Bu tez çalışmasının belirlenmesinde ve her aşamasında kıymetli bilgi ve birikimleriyle beni her zaman aydınlatan, sorularıma güler yüzle ve anlayışla bulmuş olduğu çözümlerle beraber hatalarımı kırmadan güzel tekerlemeler ve örnekler ile sabırla anlatan ve öğreten, lisans ve yüksek lisans eğitim hayatım boyunca gelecekteki akademik hayat fikrimin oluşmasında bana ilham olan ve öğrencisi olmaktan her zaman gurur duyduğum ve duyacağım sayın danışman hocam Prof. Dr. Cemali SARI’ya katkıları için sonsuz teşekkürlerimi ve şükranlarımı arz ederim.

Ayrıca lisans ve yüksek lisans eğitim hayatım boyunca kıymetli bilgi ve deneyimlerinden her zaman yararlandığım değerli hocalarım Prof. Dr. Mustafa ERTÜRK’e, Prof. Dr. İhsan BULUT’a, Prof. Dr. Tuncer DEMİR’e, Arş. Gör. Emirhan BERBEROĞLU’na ve Coğrafya Ana Bilim Dalı’ndaki diğer tüm hocalarıma teşekkür ederim. Tez savunmamda eleştirileri ve önerileri ile tezin son halini almasını sağlayan değerli hocalarım Dr. Öğr. Üyesi Halil HADİMLİ’ye ve Doç. Dr. Hüseyin MERTOL’a katkıları için teşekkür ederim.

Veri derleme aşamasında anketör olarak bana yardımcı olan değerli yüksek lisans ve doktora arkadaşlarım Mustafa BAŞKURT, Nehir DELEN, Furkan GENİŞYÜREK, Neva ULU, Saliha ADAR ve Berke DOĞAN’a yardımları için teşekkür ederim. Araştırmamın uygulama sürecinde sıcak ve samimi tavırlarıyla anketleri yanıtlayan Serik halkına teşekkürlerimi borç bilirim. Son olarak öğrenim hayatım boyunca maddi ve manevi hep yanımda olan babam Zafer ÇAKIR, annem Durna ÇAKIR ve kardeşlerim Serhat ÇAKIR ve Ferhat ÇAKIR’a sonsuz teşekkür ederim.

Gamze ÇAKIR

Antalya,2023

GİRİŞ

Tarihsel süreç içerisinde bireylerin bulundukları yerlerden başka bir coğrafi mekâna hareket etmeleri turizm kavramını ortaya çıkarmıştır. Özellikle 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren turizm sektörü, dünya genelinde hızlı bir gelişme göstererek hem ülkelerin ulusal ve uluslararası boyutlarda turizm hareketliliklerini etkilemiş hem de dünya ihracatının %30'undan fazlasını oluşturarak ülkelerin ekonomik olarak kalkınmaları üzerinde önemli bir rol oynamıştır. Ancak turizm sektörünün ikame edilebilirliği özelliği nedeniyle sektörün şu anki gelirlerden önemli bir pay alan ülkelerin, gelecekte ne kadar pay alacakları veya sektörün neresinde olacakları konusu bilinmemektedir. Bu nedenle zamanın şartlarına ve bireylerin ekonomik durumlarına bağlı olarak şekillenen etkiler, (tüketici davranışları, talepleri ve beklentileri) sektör paydaşlarının eğilimlerinin değişmesine ve pek çok sektör gibi turizm sektörünü de “birey” odaklı olmaya mecbur bırakmıştır (Ünlüöner,2014). Bu etkiler kimi zaman turizm sürecini yavaşlatarak meydana gelebilecek olan turistik hareketlilikleri engellemiş kimi zaman ise turizm çeşitleri içerisinde eğilim dengesini değiştirmiştir. Bu dengenin değiştiği süreç içerisinde bazı bilim insanları tarafından sosyal turizm faaliyetlerine ağırlık verilmesi gerekliliği vurgulanmıştır. Bu durumun en önemli nedenleri ise sosyal turizmin sürdürülebilir turizm içerisinde ifade edilmesi, ülkelerin iç pazarında sosyal turizmin (*Sosyal turizm iyi tanımlanmış sosyal yöntemler sayesinde nüfusun düşük gelirli kısımlarının turizmde iştirak etmesinden doğan tüm kavram ve olayları ifade etmektedir*) hareketlenmeleri oluşturarak sirkülasyonunun devam etmesini sağlaması ve bu hareketlenmeler meydana gelirken sosyal turizmin hedef kitlesini oluşturan gelir seviyesi düşük olan bireylerin (engelli bireyler, gençler, yaşlılar, işçiler, memurlar, kronik hastalıkları olan bireyler) çeşitli kurum ve kuruluşlar tarafından desteklenerek hem turizm faaliyetlerine entegre edilmesinin sağlanması hem de sezon dışı mevsimlerde konaklama tesislerinin atıl kalınmasının önüne geçilerek turizm faaliyetlerinin on iki aya yayılmasının hedeflenmesi etkili olmuştur (Sümer,2010: 34). Fakat sosyal turizmin içerisinde yer alan dezavantajlı bireylerin ekonomik getirilerinin turizm payı içerisindeki yüzdelik dilimlerinin turizm işletmecileri tarafından yetersiz görülmesi sebebiyle sosyal turizmin yıllar içerisinde göz ardı edilmesine ve dezavantajlı kesimin yok sayılmasına sebebiyet vermiştir (Sarı, Çakır, Doğan, 2022: 21). Örneğin sosyal turizmin hedef kitlesi içerisinde yer alan engelli bireylerin sayısı Birleşmiş Milletler Raporu ve Dünya Sağlık Örgütü verilerine göre; 7 milyarı aşan dünya nüfusunun yaklaşık 1 milyarını oluşturmaktadır ve bu sayının ilerleyen süreçlerde artacağı ifade edilmesine rağmen turizm işletmecileri tarafından bu

bireylerin turizm faaliyetlerine katılım sağlayabilmesi amacıyla gerçekleştirmiş oldukları (teşvikler, erişebilirlik problemleri vb.) çalışmaların yetersiz olduğu görülmektedir (Kılıçlar, 2014). Bu durum beraberinde bireylerin en temel ve en doğal haklarından birisi olan tatile çıkma özgürlüğünü sınırlandırmaktadır. Tüm bireylerin tatile çıkabilmesinin sağlanabilmesi ve herkesin tatil yapma hakkı olduğu görüşünün toplum tarafından benimsenmesinin sağlanması amacıyla çeşitli algıların medya iletişim araçları vb. ile oluşturulması ve yaygınlaşması gerekmektedir. Çünkü hayatımızda meydana gelen veya gelebilecek olan engellerin sadece fiziksel olarak var olmadığı temel haklarının kullanılamamasının daha büyük bir engelleri meydana getirdiği unutulmamalıdır.

Hayatı boyunca çeşitli nedenlerden dolayı hiç tatil yapma fırsatı olmayan bireylerin toplumdan kendilerini soyutlamaları, çeşitli kötü alışkanlıkları benimsemeleri, çalışan bireylerin verimliliklerinin düşmesi, turistlere karşı kin, nefret gibi çeşitli duygular beslemelerinde tatile gidememelerinin etkili olduğu yapılan çalışmalar incelendiğinde ortaya konulmuştur. Bu nedenle tüm bireylerin tatile çıkabilmesinin sağlanabilmesi amacıyla çeşitli uygulamaların gerçekleştirilerek topluma entegre edilmesi, paydaşların eğilimlerinin toplumun her kesimine hitap edecek şekilde düzenlemeleri bu bireylerin göz ardı edilmesinin önüne geçilmesini sağlayacaktır. XVI. Benedict'in de ifade ettiği gibi "*Dünyada bir umut sebebi*"nin oluşmasına sosyal turizm imkân sağlayacaktır (Sonuç,2016). Bu bağlamda bu araştırmanın konusunu Antalya ilinin en önemli destinasyon noktalarından birisini oluşturan "*Serik İlçesinde Yaşayan Yerel Halkın Sosyal Turizme Karşı Tutumları*" oluşturmaktadır.

Tezin birinci bölümünde; araştırmanın amacı, önemi, soruları, problemi, hipotezi, evreni ve örnekleme, sınırlılıkları, yöntemi ve araştırma sahasının yeri ve sınırları ele alınarak araştırmanın genel çerçevesi hakkında bilgi verilmiştir. İkinci bölümde; turizm ve turizm'in gelişimi üzerinde durulmuştur. Üçüncü bölümde; sosyal turizm kavramsal çerçevesi çizilmiştir. Dördüncü bölümde; Serik ilçesinin genel coğrafi özellikleri ifade edilmiştir. Beşinci bölümde elde edilen bulgular frekans analizi uygulanarak incelenmiştir. Son olarak sonuç kısmında araştırmanın bulguları tartışılarak açıklanmıştır ve konuyla ilgilenen çeşitli önerilerde bulunulmuştur.

BİRİNCİ BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN GENEL ÇERÇEVESİ

Birinci bölümünde tez konusunun araştırma ve uygulama süreci incelenmiştir. Tezin amacı ve önemi, soruları, hipotezi, evreni ve örnekleme, sınırlılıkları, varsayımları, araştırma sahasının yeri ve sınırları, yöntemi ve metodu, veri toplama tekniği, veri toplama süreci, verilerin analizi ve araştırma sahası ile ilgili çalışmalara yer verilmiştir.

1.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırmada Türkiye'nin turizm başkenti olarak ifade edilen Antalya ilinin önemli destinasyon noktalarından birisi oluşturan Serik ilçesinde yaşayan şehrsel ve kırsal mahallelerdeki yerel halkın turizm faaliyetlerine katılım durumları ile katılmalarına engel olan unsurlar varsa onların ortaya konulmasını amaçlanmaktadır.

Araştırma konusu ile ilgili daha önce yapılan coğrafi çalışmaların çok az olduğu göz önünde alındığında bu çalışmanın hem özgün bir çalışma olduğu hem de yeni bir çalışma özelliği taşıdığı görülmektedir. Sosyal turizm konusunda bu araştırmanın ülkemiz için hem bir örnek teşkil edecek olması hem de tüm bireylerin turizm faaliyetlerine katılıp katılamama durumları üzerinde rol oynayan faktörlerin belirlenmesini sağlayacak olması nedeniyle önem arz etmektedir. Çünkü ülkemizde tüm bireylerin tatile çıkma hakkına sahip bulunmasına rağmen tüm bireylerin tatile çıkamadığı görülmektedir. Bu nedenle bu araştırmanın sektör temsilcilerine rehberlik edecek olması ve alanyazısına katkıda bulunacak olması sebebiyle literatüre katkı sağlayacaktır.

1.2. Araştırma Soruları

Araştırma sürecinin en önemli aşamalarından birisini oluşturan araştırma soruları çalışmanın kapsamı, sınırlılığı ve amacına uygunluğu açısından büyük önem arz etmektedir. Bu doğrultuda bu çalışmadaki araştırma soruları daha önce belirtilen amaçlar ve hedefler doğrultusunda belirlenmiştir (Şahin, 2018: 12). Buna göre turizmin başkenti olarak ifade edilen Antalya ilinin önemli destinasyon noktalarından birisi olan Serik ilçesinin şehrsel ve kırsal mahallerinde yaşayan yerel halkın turizm faaliyetlerine katılım durumlarının hangi ölçüde olduğunu belirleyebilmek ve yerel halkın turizm faaliyetlerine katılmalarına engel olan unsurlar varsa onları ortaya koyabilmek amacıyla araştırma soruları şekillenmiştir.

Bu bağlamda araştırmanın araştırma sorularına aşağıda yer verilmiştir.

1. Serik ilçesinin şehrsel ve kırsal mahallelerde yaşayan yerel halk turizm faaliyetlerine katılabiliyor mu?
2. Serik ilçesinin şehrsel ve kırsal mahallelerde yaşayan yerel halkın turizm faaliyetlerine katılmalarına engel olan unsurlar varsa bunlar nelerdir?
3. Antalya ilinin Serik ilçesinde yaşayan şehrsel ve kırsal mahallelerdeki yerel halkın turizm faaliyetlerine katılmaları üzerinde coğrafi konum, gelenek ve göreneklerin etkisi nedir?
4. Ülkemizdeki ve yaşadıkları yerlerdeki sosyal turizmi destekleyen kurum ve kuruluşları Serik ilçesindeki yaşayan yerel halk biliyor mu ve bu konu hakkındaki görüşleri nelerdir?
5. Serik ilçesinin şehrsel ve kırsal mahallelerde yaşayan yerel halk turizm faaliyetlerine katılım sağlarken sosyal turizm uygulamalarından faydalıyor mu? Bu konu hakkındaki görüşleri nelerdir?
6. 2022 yılına kadar Serik ilçesinin şehrsel ve kırsal mahallelerde tatil yapma fırsatı olmayan yerel halkın topluma tutumu nasıldır?

1.3. Araştırmanın Hipotezleri

Bir araştırmanın hipotezleri oluşturulurken araştırmacının amaçları ve birikimi önemli bir rol oynamaktadır. Bu durumun nedeni hipotezin araştırmanın bilimsel yönlerini büyük ölçüde ortaya koymasından kaynaklanmaktadır (Yüksel, Yanık ve Ayazlar, 2015: 248). Bu bilgilerden hareketle araştırmanın hipotezleri şu şekilde ifade edilebilir:

H: Serik ilçesinde yaşayan yerel halkın turizm faaliyetlerine katılımları üzerinde ekonomik faktörlerin etkisi olumsuz yöndedir.

H: Serik ilçesinde yaşayan yerel halkın sosyal turizm faaliyetlerinin sosyo-kültürel boyutuna yönelik tutumları olumlu yöndedir.

H: Serik ilçesinde yaşayan yerel halkın turizm faaliyetlerine katılımları üzerinde gelenek ve göreneklerin etkisi olumsuz yöndedir.

H: Serik ilçesinde yaşayan yerel halkın turizm faaliyetlerine katılımları üzerinde çevresel faktörlerin etkisi olumlu yöndedir.

H: Serik ilçesinde yaşayan genç nüfus, yaşlı nüfusa oranla turizm faaliyetlerine daha fazla katılım göstermektedir.

H: Serik ilçesinde yaşayan yerel halkın sahip olduğu çocuk sayısı arttıkça tatile çıkma sıklığı azalmaktadır.

H: Serik ilçesinde yaşayan yerel halkın gelir düzeyi arttıkça tatile çıkma sıklığı artmaktadır.

H: Serik ilçesinde yaşayan yerel halk, tatil çıkabilmek amacıyla çeşitli kurum ve kuruluşlardan destek almamaktadır.

H: Serik ilçesinde yaşayan yerel halk, ülkemizdeki sosyal turizmi destekleyen kurum ve kuruluşları yeterli bulmamaktadır.

H: Serik ilçesinde yaşayan yerel halk, ülkemizde devlet kurumları veya kuruluşları bireylerin tatil yapabilmesi amacıyla destek kampanyaları gerçekleştirilirse başvuru yapacaktır.

1.4. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Evren, araştırma sonuçlarının genellenmek istendiği elemanlar bütünü ifade etmektedir. Evrenin soyut bir kavram olmasından dolayı da tanımlanmasının kolay olduğu fakat ulaşılmasının güç olduğu ifade edilmektedir. Bu nedenle çoğu zaman ulaşılması pek mümkün olamamaktadır. Bu bağlamda araştırmalarda belli bir evrenden, belli kurallara göre seçilmiş ve seçildiği evreni temsil ettiği kabul edilen bir örneklem belirlenmektedir (Karasar, 2020: 147-148). Bu araştırmanın evreni; Antalya ilinin Serik ilçesinin kentsel (Karadayı, Kürüş, Akçaalan, Gedik...) ve kırsal (Aşağıkocayatak, Eminciler, Çakallık ...) mahallerinde yaşayan yerel halk oluşturmaktadır. Fakat kıyıda yer alan Belek, Kadriye, Boğazkent mahaleleri bulunmuş oldukları coğrafi konumlarından dolayı araştırmaya dâhil edilmemiştir. Evrendeki toplam nüfus 2021 TÜİK verilerine göre 134.953'tür. Araştırma evrenindeki tüm yerel halka ulaşmanın mümkün olmamasından dolayı, araştırmada bütünü temsil ettiği kabul edilen bir örnekleme yoluna gidilmiştir. Araştırmada veri toplama aracı olarak anket kullanılacağından dolayı daha geçerli ve güvenilir verilere ulaşabilmek amacıyla kolayda örnekleme yoluyla araştırmanın örnekleme belirlenmiştir. Bu yöntemde örneklem büyüklüğüne ulaşmaya kadar veri toplanılmaya devam edilmektedir (Coşkun, Altunışık ve Yıldırım, 2017: 148). Araştırmanın asıl amacı çok fazla veri toplamaktan ziyade geçerli ve güvenilir veriler elde edebilmektir. Bu nedenle örneklem büyüklüğünü belirleyebilmek amacıyla yaygın olarak kullanılan Sekaran formülünden faydalanılmıştır. Bu formülünden hareketle ana kütle için uygun olan örneklem büyüklüğünü hem saptaya bilmek hem de hesaplanan örneklem büyüklüğünü ortaya konulabilmek amacıyla aşağıda faydalanılan formüle yer verilmiştir.

$$n = \frac{\pi(1 - \pi)}{(e/Z)^z} = \frac{0,50.(1 - 0,50)}{(0,05 / 1,95)^z} = 384$$

Çalışma %95 güven aralığında (Z) ve ±%5 hata payı (e) bulunmaktadır. 500.000' den küçük ana kütlelerde aranan niteliğin evrendeki sıklığının %50 olduğu ifade edilmektedir (Kurtuluş, 2004: 191). Bu bağlamda büyük ana kütlelerin kabul edilebilir örneklem büyüklüğü olarak 384 yeterli sayılmaktadır (Sekaran, 2003). Sekaran'ın kabul edilebilir örnek

büyükliğünden hareketle araştırmanın örneklem büyüklüğü 384 olarak kabul edilmiştir (Tablo 1.1 bkz.). Bu çalışmada toplam 466 kişiye anket uygulanmıştır. Ancak 384 anket analize tabi tutulmuştur.

Tablo 1.1: Kabul Edilebilir Örnek Büyüklükleri

N	S	N	S	N	S	N	S
10	10	190	127	1100	285	5000	357
20	19	200	132	1200	291	6000	361
30	28	250	152	1300	297	7000	364
40	36	300	169	1400	302	8000	367
50	44	350	185	1500	306	9000	368
60	52	400	196	1600	310	10000	370
70	59	450	212	1700	313	15000	375
80	66	500	217	1800	317	20000	377
90	73	550	226	1900	320	30000	379
100	80	600	234	2000	322	40000	380
110	86	650	242	2200	327	50000	381
120	92	700	248	2400	331	75000	382
130	97	750	254	2600	335	100.000	384
140	103	800	260	2800	338	1.000.000	384
150	108	850	265	3000	341	10.000.000	384
160	113	900	269	3500	346		
170	118	950	274	4000	351		
180	123	1000	278	4500	354		

(N= Evren Büyüklüğü; S= Gerekli Örneklem Büyüklüğü)

Kaynak: Sekaran, U. (2003). Research methods for business a skill building approach. (4. Baskı). John Wiley& Sons, Inc.

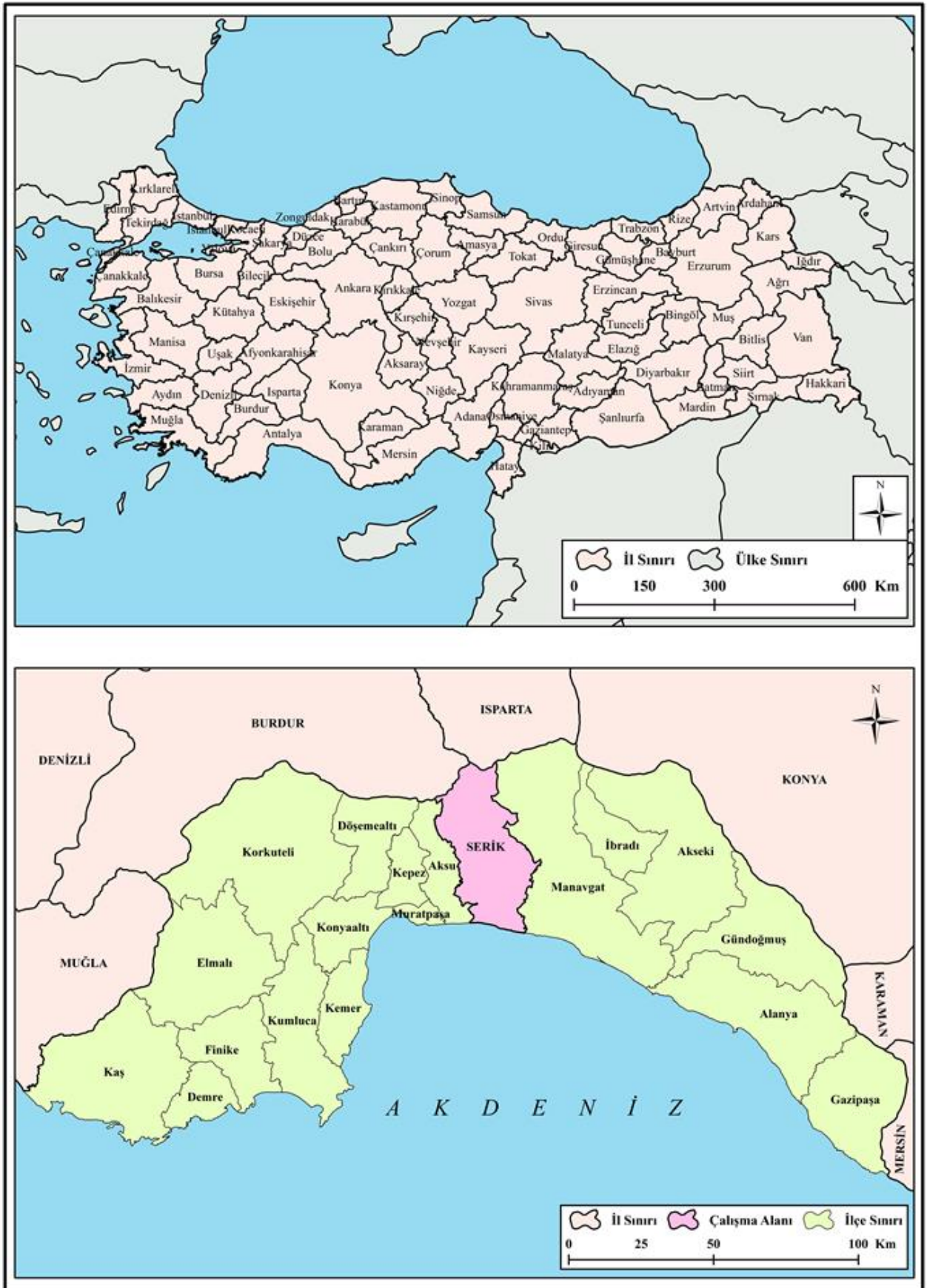
1.5. Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırmanın sınırlılıklarını beş başlık altında toplamak mümkündür. Bunlardan ilki zaman faktörüne bağlı olarak araştırmanın anket metodu ile sınırlandırılmasıdır. İkincisi sosyal turizm ile ilgili genelde ve özelde yeterli istatistiğin olmamasıdır. Üçüncüsü sosyal turizme katılan bütün bireylerin istatistiksel verilerini toplayan bir kuruluşun olmaması sebebiyle uluslararası olarak kabul edilmiş kriterlerin bulunmamasıdır. Bu nedenle sosyal turizm üzerine çalışmalar gerçekleştiren sivil toplum kuruluşlarının farklı kriterler uygulayarak projeleri harekete geçirmeleri nedeniyle veriler arasında ve seçilen kitleler arasında farklılıklar bulunmaktadır. Bu durum beraberinde araştırmanın doğru veri teminini ve kullanımını zorlaştırmaktadır. Dördüncüsü Avrupa'daki kadar sosyal turizmin ülkemizde yaygın olmaması nedeniyle kurum ve kuruluşlarının yeterli bilgiye ve veriye sahip olmaması sınırlılıkları meydana getirmektedir. Beşincisi ise 2022-2023 yılları arasında Antalya ili Serik ilçesi idari sınırları içerisinde yer alan Abdurrahmanlar, Çandır, Orta, Kozağacı, Belkıs, Akbaş, Çatallar, Tekke, Kozan, Akçaalan, Demirciler, Kökez, Akçapınar, Deniztepesi, Kuşlar, Alacami, Dikmen, Kürüş, Aşağıçatma, Dorumlar, Merkez, Gebiz, Aşağıkocayatak,

Eminceler, Nebiler, Aşağıoba, Eskiyrük, Etler, Pınarcık, Gedik, Sarıabalı, Belpınar, Şatırlı, Berendi, Gökçepınar, Kayaburnu, Bilginler, Hacıosmanlar, Töngüşlü, Çakallık, Yeni, Hasdümen, Üründü, Bozdoğan, Haskızılören, Yanköy, Bucakköy, Karataş, Haspınar, Burmahancı, Yeşilvadi, Büğüş, Karadayı, Yeşilyurt, Cumalı, Yukarıçatma, Yumaklar, Çanakçı, Kırbaş, Cumhuriyet, Karıncalı, Yukarıkocayatak, Zırlankaya mahallelerinde yaşayan 18 yaş ve üzerindeki yerel halka anketlerin uygulanması, turizm sektöründe çalışan bazı bireylerin sosyal turizm hakkında ankete katılmak istememesi, bazı bireylerin 2019 yılında ortaya çıkan COVID-19 pandemisinden dolayı anket çalışmasına katılmakta çekimser kalması, anket çalışması sırasında bireylerin ankete katılmak istememesi veya adreslerinde bulunmamaları, bireylerin isimlerinin belirlenmesinden çekinmeleri, araştırmanın siyasi içerikli olabileceği düşüncesine ve ekonomik çıkar amacıyla anketlerin yapıldığı görüşüne sahip bulunmaları, bilimsel çalışma gerekçesini kullanarak yerel halkın dolandırılması sebebiyle ankete katılmayı reddetmeleri araştırmanın sınırlılıklarını oluşturmaktadır. Bu durumlar aynı zamanda zaman kayıplarının da meydana gelmesine sebep olmuştur.

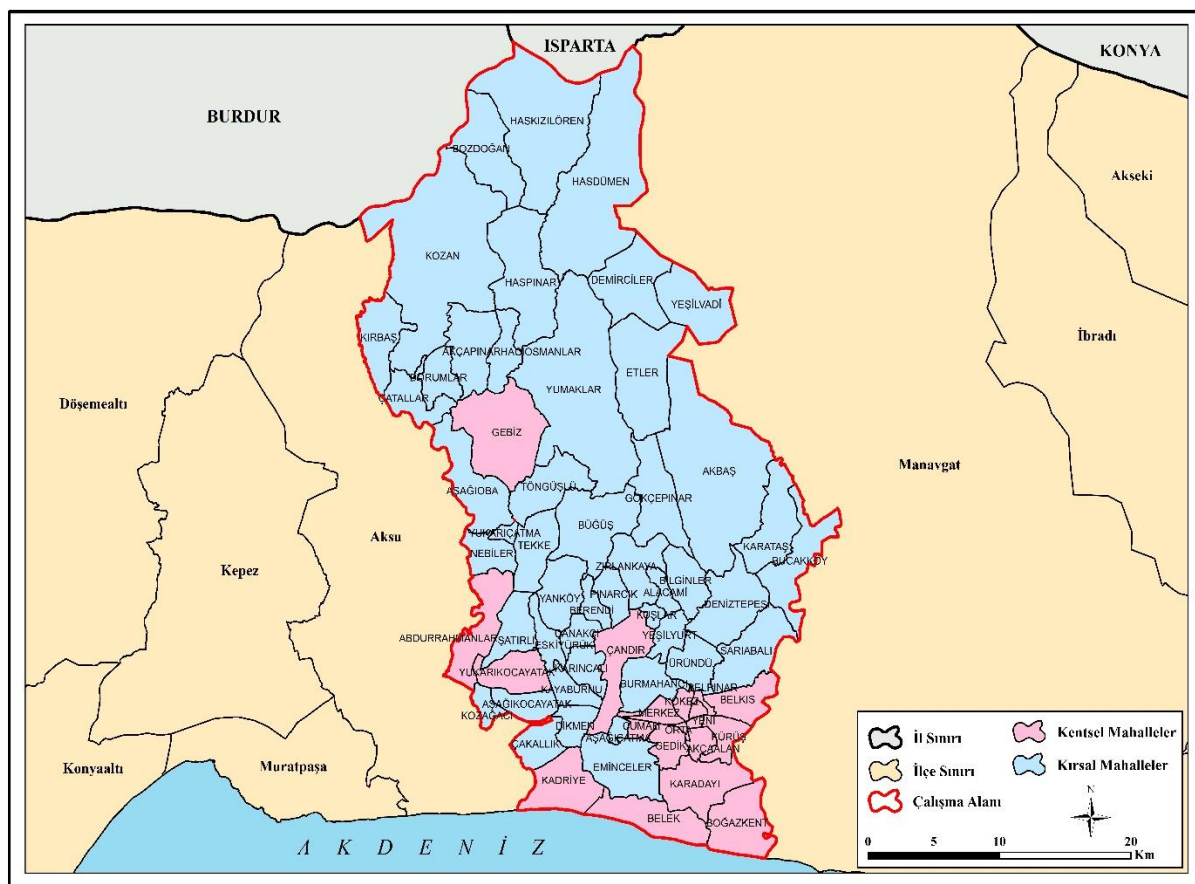
1.6. Araştırma Sahasının Yeri ve Sınırları

Araştırma sahası, Akdeniz Bölgesinin Antalya Bölümü içerisinde yer alan Serik ilçesidir. İl merkezinin 38 kilometre doğusunda yer alan ilçe kısmen dalgalı ovalık bir arazi üzerinde kurulmuştur ve matematiksel konum olarak $36^{\circ} 55' 19''$ kuzey enlemi ile $31^{\circ} 6' 5''$ doğu boylamları arasında yer almaktadır. İlçenin batısında Aksu, doğusunda Manavgat, güneyinde 21 km uzunluğundaki sahil şeridi ile Akdeniz, kuzeyinde ise Burdur'un Bucak ilçesi ile Isparta'nın Sütçüler ilçesi bulunmaktadır. İlçenin doğal sınırlarını doğuda Köprüçayı, batıda Aksu Çayı, güneyde Akdeniz, kuzeyde ise Bozburun Dağı'nın (İlçenin en yüksek noktasını 2.505 m) kuzeybatısında kalan Sanlı Yaylası sınırlarındaki Şahan Beli belirlemektedir (T.C Antalya Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2012; 456, Aydın, 2020; 17, Pancar & Gökce, 2022; 231, Ak, 2018; 3). Harita Genel Müdürlüğü verilerine göre Antalya il topraklarının toplam yüzölçümü 20177 km²'dir. Serik İlçesi, 1263 km²'lik yüzölçümü ile Antalya ili topraklarının % 6'sını oluşturmaktadır (<https://www.harita.gov.tr/il-ve-ilce-yuzolcumleri>) ve Korkuteli, Manavgat, Kaş, Alanya, Akseki ve Elmalı ilçelerinden sonra Serik ilçesi yüzölçümü bakımından il sınırları içerisinde yedinci sırada yer almaktadır (<https://www.harita.gov.tr/il-ve-ilce-yuzolcumleri>).



Harita 1.1: Serik İlçesinin Yeri ve Sınırları

Muhtarlık İşleri Dairesi Başkanlığı ve Kırsal Kalkınma Daire Başkanlığı verilerine göre 30 Mart 2014 tarihinde yapılan mahalli idareler genel seçiminden önce Serik ilçesinin 47 köyü ve 9 beldesi (Kadriye, Abdurrahmanlar, Karadayı, Belek, Belkıs, Çandır, Gebiz, Boğazkent, Yukarıkocayatak) bulunmakta olduğu ifade edilmiştir. Fakat Türkiye’deki büyükşehirlerin sınırları içindeki köylerin statüsü, 12 Kasım 2012’de çıkartılan yasayla beraber köylerin mahalleye dönüştürülmesi kanunu 2014 yılında yürürlüğe konulmasıyla ilçenin bugün 47 kırsal mahallesi ve 19 şehirsel mahallesi olmak üzere toplam 66 mahallesi bulunmakta olduğu beyan edilmiştir.



Harita 1.2: Serik İlçesinin Şehirsel ve Kırsal Mahalleri

Tablo 1.2: Serik İlçesinin Kırsal Mahalleri

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

Tablo 1.3: Serik İlçesinin Kentsel Mahalleri

SERİK İLÇESİNİN KENTSEL MAHALLERİ				
Akçaalan	Orta	Kökez	Kadriye	Yukarıkocayatak
Belpınar	Kürüş	Abdurrahmanlar	Gebiz	Yeni
Cumhuriyet	Merkez	Belek	Boğazkent	Karadayı
Gedik	Cumalı	Belkıs	Çandır	

1.7. Araştırmanın Yöntemi ve Metodu

Turizmle ilgili konuların araştırılmasında birbirinden çok farklı yöntemler izlenmektedir (Emekli, 1998). Bu araştırma nicel araştırma yöntemi kullanılarak hazırlanmıştır. Nicel araştırma yöntemi, sayısal olarak ölçülebilen verilerin istatistiksel çözümler aracılığıyla sosyal olguları inceleyen ve bu olgular arasındaki neden-sonuç ilişkilerini ortaya koyan ve sosyal düzenin kanunlarını keşfetmeyi amaçlayan araştırmalar olduğu ifade edilmektedir (<https://www.bingol.edu.tr/media/204988/sayt-bolum8-Sosyolojide-Nicel-ve-Nitel-Arastirma-Yontemleri.pdf>).

Tablo 1.4: Nicel Araştırma Yöntemi

Nicel Araştırma Yöntemi	• İstatistiksel Analiz • Güvenilirlik, kilit faktör • Mesafeli Araştırmacı • Değişkenlere odaklanılır • Değer bağımsız • Birbirinden bağımsız kuram ve veri • Pek çok örnek olay, konu • Nesnel olguları ölçer
--	---

Kaynak: Crewsell (1994), Denzin & Lincoln (2005), Guva & Lincoln (1994), Marvasti (2004) ve Tashakkori & Teddie (1998), Akt.; Neuman, 2020, 53.

Öncelikli olarak nicel araştırma yöntemini kullanan araştırmalarda konu belirlenmekte daha sonra belirlenen konu üzerine literatür taraması yapılarak spesifik problem tespit edilmektedir (Arıkan, 2011; Neuman, 2012). Bu araştırmanın konusu olarak “Serik (Antalya) İlçesinde Yerel Halkın Sosyal Turizme Karşı Tutumları” isimli çalışma belirlenmiştir. Saha ve konunun kuramsal çerçevesine uygun olarak literatür taraması yapılmıştır. Yapılan literatür taramasını takiben, konunun genişliği ve çok boyutluluğundan dolayı birçok disiplini ilgilendiren yerel ve yabancı düzeyde çeşitli makaleler, süreli ve süresiz yayınlar, bildiriler, bültenler, kitaplar, çeşitli kurum ve kuruluşların resmi internet siteleri, gazeteler, yüksek lisans ve doktora tezleri gözden geçirilerek konu ile ilgili kısımları titizlikle incelenmiştir. Çalışmalardan hareketle araştırmanın problemi tespit edilmiştir. Turizmin başkenti olarak ifade edilen Antalya ilinin önemli turizm merkezlerinden birisini oluşturan Serik ilçesinin kırsal ve şehrsel mahallerinde yaşayan yerel halkın sosyal turizme karşı tutumları ortaya konulmak istenmiştir. Bu nedenle Serik ilçesinde yaşayan şehrsel ve kırsal mahallelerdeki yerel halkın

turizm faaliyetlerine katılım durumları ile turizm faaliyetlerine katılmalarına engel olan unsurlar varsa onları tespit etmek amacıyla nicel araştırma yöntemine ihtiyaç olduğu belirlenmiştir. Yerel halkın tutumlarının belirlenmesi turizmin sahadaki gelişiminin ve sonrasındaki planlama çalışmalarına katkısı bakımından oldukça önemlidir. Bu bakımdan nicel araştırma yöntemi, araştırmacıya çeşitli imkânlar sunmaktadır. Nicel çalışmalarda kullanacağımız yaklaşımlar, araştırma problemimizi ve sorumuzu nasıl formüle edeceğimizi belirlemektedir. Bu yüzden herhangi bir araştırmada çalışmanın problemi ve amacıyla ilişkili bir araştırma deseninin seçilmesi oldukça önemlidir (Merriam, 2018). Bu nedenle çalışmasının araştırma deseni olarak betimsel analiz bakış açısı belirlenmiştir.

Tablo 1.5: Araştırmanın Tasarımı

Araştırmanın Tasarımı	Konunun Belirlenmesi (literatür taraması/problem tespiti)
	Araştırma Probleminin/Amacının/Öneminin Belirlenmesi
	Araştırma Sorularının Oluşturulması
	Literatür Değerlendirmesi
	Hipotezlerin Oluşturulması
	Kavramsal ve Kuramsal Çerçevenin Araştırmanın Amacına ve Çerçevesine Uygun Olarak Oluşturulması
	Veri Toplama ve Yöntem (Birincil Veri-Anket: Anket Formunun Hazırlanması-Anketin Uygulanması-Veri Analizi-Bulguların Yorumlanması) (İkincil Veri-TÜİK İstatistikleri-Meteoroloji Genel Müdürlüğü İstatistikleri: Analiz- Bulguların Yorumlanması)
	Tartışma ve Sonuç

Kaynak: Şahin (2018). “Bilgi Yoğun İş Hizmetlerinin Yer Seçim Tercihleri ve İnovasyon Dinamikleri: Ankara Metropol Kenti Örneği” adlı doktora tezinden faydalanılarak düzenlenmiştir.

1.7.1. Veri Toplama Tekniği

Araştırmanın bilimsel geçerlik ve güvenilirliğini sağlamak amacıyla araştırmada veri toplama tekniği olarak anket tekniği kullanılmıştır. Anket formu hazırlanırken ilgili bazı çalışmaların ölçekleri incelenmiş “*Sosyal Turizm Unutuluyor, Turizmin Tek Amacı Döviz Kazanmak Mıdır?*” makalesi değerlendirilmiş ve gerekli izinler makalenin yazarlarından alınarak araştırmada faydalanılmıştır. “*Serik (Antalya) İlçesinde Yerel Halkın Sosyal Turizme Karşı Tutumları*”nı ortaya koyabilmek amacıyla anket formu üzerinde düzenlemelere gidilmiş ve anket formu 3 bölümden oluşturmuştur.

Birinci bölümde Serikte yaşayan yerel halkın demografik bilgilerini ortaya koyabilmek amacıyla dokuz soruya yer verilmiştir. Bu bölümde; yerel halkın cinsiyeti, yaşı, medeni durumu, eğitim durumu, mesleği ve aylık gelir durumlarına dair sorulara yer verilmiştir.

İkinci bölümde yerel halkın tatille ilgili tutumlarını belirlemeye yönelik sorulara yer verilmiştir. Tatile katılanlar ve katılamayanlar arasında daha güvenilir sonuçlar elde edebilmek amacıyla ikinci bölümün ilk sorusunda ayrıma gidilmiştir. Bu durumu Neuman, “bir soruya verilen yanıtı dayanarak katılımcıya başka bir soruya gitmesini sağlama ya da soruyu atlama talimatı”nın verilmesi olarak tanımlamıştır (Neuman, 2012). Bu bağlamda 2022 yılı ve daha önceki yıllarda tatil yapma fırsatı olan yerel halk için çoktan seçmeli birbiri ile bağlantılı toplam 20 soruya, 2022 yılı ve daha önceki yıllarda tatil yapma fırsatı olmayan yerel halk için ise 5’li Likert ölçeği kullanılarak oluşturulan birbiri ile bağlantılı toplam 22 soruya yer verilmiştir. Likert ölçeğine göre “Kesinlikle Katılıyorum”, “Katılıyorum”, “Kararsızım”, “Katılmıyorum” ve “Kesinlikle Katılmıyorum” şeklinde ifade edilen seçenekleri işaretlemeleri istenerek yerel halkın bu zamana kadar tatile katılma fırsatı elde edememe nedenlerinin değerlendirmeleri istenmiştir.

Üçüncü bölümde ise yerel halkın sosyal turizme yönelik tutumlarını belirlemeye yönelik dokuz soruya yer verilmiştir. Bu bölümde sosyal turizmden faydalanan bireylerin hangi uygulamadan faydalandıkları, sosyal turizm kuruluşlarına dair bilgi düzeylerine yönelik sorular ve gerekli destekler sağlanırsa sosyal turizme katılıp veya katılmayacaklarsa bu durumun nedenlerini ortaya koymaya yönelik sorulara yer verilmiştir. Veri toplamada kullanılan anketin örneği Ek 1’ de sunulmuştur.

1.7.2. Pilot Çalışması

Araştırma sahasında ilerleyen süreçlerde sorun oluşmaması ve bütün değişkenlerin hesaba katılıp katılmadığını test etmek amacıyla pilot çalışmaların yapılması oldukça önemlidir. Aynı zamanda pilot çalışmaları, araştırmanın uygulanabilirliğinin ön görülebilmesini, anlaşılabilirlik düzeyini ve gereksiz maliyetlerden kaçınılması adına önem arz etmektedir. Bu nedenle ilk pilot çalışma, 2022 yılının Aralık ayında Serik ilçesinin Yeni, Merkez, Burmanhancı ve Üründü mahallelerinde gerçekleştirilmiştir. Toplam 33 kişiyle yüz yüze anket çalışması yapılmış ve bireylere okuduklarında kafalarında soru işareti kalan veya tam anlamadıkları kelimeleri belirtmeleri istenmiştir. Bireylerin ifade ettikleri kelimeler not edilmiş ve pilot çalışması sonrasında anket formu üzerinde düzenlemeye gidilmiştir. Bu nedenle yüzyüze uygulanan toplam 33 anket çalışması araştırmaya dâhil edilmemiştir.

1.7.3. Veri Toplama Süreci

Anket formu 2022 ve 2023 yıllarının Aralık ve Nisan ayları arasında Serik ilçesindeki yerel halka uygulanmıştır. Anketler yüz yüze ve birebir olarak araştırmacı tarafından Serik ilçesindeki 18 yaş ve üzeri yerel halka gönüllülük esası çerçevesinde yapılmıştır. Veri toplama sürecinin sonunda toplamda 466 anket toplanmış ve bu anketlerin 33 tanesini pilot çalışma oluşma oluşması, 49 tanesinde ise eksik veri olmasından dolayı toplam 384 anket işleme tabi tutulmuştur.

1.7.4. Verilerin Analizi

Bu araştırmanın verileri analiz edilirken sosyal bilimlerde sık sık kullanılan SPSS Paket İstatistik Programından faydalanılmıştır. Saha çalışmalarından elde edilen veriler öncelikle excele girilmiş ardından SPSS paket programına aktarılmıştır. Bulgularının analizinde turizmin ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel etkilerinin Serik ilçesinde yaşayan yerel halkın demografik özelliklere göre farklılık gösterip göstermediğini ortaya koymak amacıyla “Frekans Analizi” uygulanmış ve betimsel analiz yöntemi ile ele edilen veriler açıklanmıştır. Aynı zamanda yerel halkın tatille ilgili tutumlarını ortaya koymak amacıyla likert tipli ölçeklerde sıklıkla kullanılan Cronbach alfa, tatile çıkamayan bireylere uygulanmış ve Cronbach alfa değeri 0,862 olduğu görülmüştür. Cronbach alfa değerleri; $0 < R^2 < 0.40$ arasında olan çalışmanın güvenilir olmadığı $0.40 < R^2 < 0.60$ arasında olan çalışmanın düşük güvenilirlikte olduğu, $0.60 < R^2 < 0.80$ arasında olan çalışmanın oldukça güvenilir olduğu, $0.80 < R^2 < 1.00$ arasında olan çalışmanın yüksek güvenilirlikte” olduğu ifade edilmektedir (Uzunsakal ve Yıldız, 2018: 19). Bu nedenle Cronbach değeri araştırmamızın $0.80 < R^2 < 1.00$ arasında olmasından dolayı verilerinin yüksek güvenilirlikte olduğu ifade edilebilmektedir. Elde edilen veriler ise betimsel analiz yoluyla ortaya konulmuştur.

1.8. Araştırmanın Varsayımları

Bu araştırmanın varsayımları, hipotezleri test etmek amacıyla kullanılan istatistik analizin yeterli olduğu, ankete katılım sağlayan yerel halkın anket sorularını doğru ve aynı şekilde algıladıkları, sorularda rastgele işaretleme yapmadıkları ve verdikleri cevaplarda dürüst davrandıkları ve bu cevapların gerçeği yansıttığı kabul edilmiştir. Araştırmanın diğer bir varsayımı ise Antalya ili Serik İlçesinin 63 mahallesinde yaşayan yerel halka yapılan anket uygulamasının evreni temsil ettiği.

1.9. Araştırma Sahası ile İlgili Yapılmış Çalışmalar

Serik ilçesinde sosyal turizm alanında yapılmış çalışmalar araştırılırken; sosyal turizm, işçi turizmi ve halk turizmi anahtar kelimeleri kullanılmıştır. Fakat anahtar kelimeler ile ilgili sahada daha önce çalışma yapılmadığı görülmüştür. Bu nedenle sahada daha önce turizm ile ilgili yapılan çalışmalar incelenmiştir. Bu çalışmalara aşağıda yer verilmiştir.

Altunyüzük (2022) yaptığı çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden faydalananarak Serik ilçesinin Belek mahallesi ile bütünleşen kongre turizminin Belek'teki gelişim sürecini ve etkilerini, bölgenin coğrafi özellikleri ile birlikte açıklayarak ortaya koymayı amaçlamıştır. Elde edilen bulgulara göre önemli turizm destinasyon noktalarından birisi olan Belek mahallesinin coğrafi özellikleri ve tesisleri ile Türkiye'nin önemli kongre turizm destinasyon alanlarından birisi olduğu ve bu alanda gerçekleştirdiği organizasyonlar ile kanıtlamış olduğunu ifade etmektedir. Bölgede özellikle son 20 ile 25 yıl içerisinde ise gerçekleştirilen kongre turizminde Belek ilçesinin büyük gelişme kaydedilerek uluslararası kongre ve toplantı organizasyonlarında İstanbul'dan sonra ikinci sırada geldiği ortaya konulmuştur. Ayrıca Türkiye'de ulusal kongre ve toplantı organizasyonlarının en fazla yapıldığı yer olduğunu yapılan çalışma sonucunda ortaya konulmuştur. Ayrıca uluslararası kongreler de düşünüldüğünde, gelecek yıllarda araştırma sahasının Türkiye'nin uluslararası kongre merkezi olacağını ifade edilmiştir.

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

Bulut, Fural ve Özoğul (2019) yaptığı çalışmada, nitel araştırma yöntemlerinden gözlem ve derinlemesine görüşmelerden faydalananarak Serik İlçesinin Akbaş kırsal mahallesindeki alternatif ve yeni bir turizm çeşidi olan Buggy Cross turizmine ilişkin genel bilgiler vermeyi ve bilimsel bir tanıtım gerçekleştirmeyi amaçlamışlardır. Elde edilen bulgulara göre Akbaş Buggy Cross merkezi kısa sürede turizme dayalı olarak hızlı bir gelişme göstererek hem turizm anlamında hem de sanayi anlamında alternatif bir ekonomik faaliyet merkezi olarak yerini

aldığını ve bunda turizm sektörünün etkili olduğu ortaya konulmuştur. Gerekli teşvikler ve tanıtım sayesinde kırsal kesimde benzer yatırımlara kapının aralanacağını ifade etmişlerdir.

Ak (2018) yaptığı çalışmada, doküman analizinden ve saha çalışmalarından faydalanarak Serik İlçesi'nin doğal ve beşerî turizm kaynaklarını ve bu kaynaklara bağlı faaliyetlerin turizm açısından değerlendirilmesini amaçlamıştır. Elde edilen bulgulara göre ilçenin doğal ve kültürel zenginliklerinin çeşitli alternatif turizm faaliyetlerine olanak sağlamasına rağmen ilçe 'de en fazla gerçekleştirilen turizm faaliyetlerinin deniz turizmi olduğu ve kıyı bandında yer alan tarihi öneme sahip yerlerde gerçekleştiği ifade edilmiştir. İlçenin iç bölgelerindeki zenginliklerin ise turizmden beklenen payını alamadıkları ifade edilmiştir. İç bölgelerdeki halk ise yeterince pay alamamalarının nedeni olarak dil bilmemelerinin etkili olduğunu ifade etmişlerdir. Bu nedenle ilçenin her türlü kaynağın turizme kazandırılabilmesi için halkın bilinçlendirilmesi gerekliliği, tanıtım faaliyetlerinin yapılması gerekliliği ve turizm kaynaklarının bulunduğu yerlerde turistlerin ihtiyaçlarını giderebilecekleri tesisler kurulması gerekliliği belirtilmiştir. Bu faktörler sağlandığında turizm sezonunun yaz sezonu ile sınırlanmayacağı gibi küçük ölçekte yöre, büyük ölçekte de ülke ekonomisine ilçenin ciddi bir katkı sağlanabileceği ifade edilmiştir.

Gündüz (2017) yaptığı çalışmada, nicel araştırma yöntemlerinden anket veri toplama tekniğini kullanarak Antalya ilinin Belek Bölgesindeki yerel halkın golf turizmi ile ilgili algılarını ortaya koymayı amaçlamıştır. Elde edilen bulgulara göre yerel halkın golf turizmi ile ilgili algılarının orta düzeyde olduğunu ve katılımcıların golf turizmi algısına etki eden 5 farklı faktör boyutunun (golf turizminin olumsuz etkileri, sürdürülebilirlik uygulamaları, golf turizmi ile etkileşim, golf turizminin olumlu etkileri ve golf turizminin ekonomik etkileri) olduğunu tespit edilmiştir. Faktör boyutlarındaki artışın golf turizmi algısının artmasına neden olacağını, düşüşün ise algının azalmasına neden olacağını ifade etmiştir.

İKİNCİ BÖLÜM

TURİZM VE TURİZM'İN GELİŞİMİ

Turizm ile ilgili bir çalışmaya başlarken, herkesin kabul edebileceği bir turizm tanımı yapmak ve turizmin turistler ile yerel halk üzerindeki etkilerini ifade etmek turizm çalışmasını kolaylaştırmak için önemli bir noktayı oluşturmaktadır (Sarı, 2007: 18). Bu bağlamda 2000'li yıllara doğru dünyada gittikçe yaygınlaşan ve ülkelerin kalkınmasında önemli bir araç olarak görülen turizm kavramı ve turizmin gelişimi bu bölümde incelenmiştir (TDBB, 1991).

2.1. Turizm Kavramı

İnsanlara özgü bir sosyal olay olarak ifade edilen turizm kavramı, geçmişten günümüze çeşitli nedenlerden dolayı insanların bulundukları yerlerden başka bir coğrafi mekâna hareket etmeleri sonucunda ortaya çıkmıştır. Turizm teriminin etimolojik kökeni incelendiğinde ise İbranice kökenli “öğrenme, araştırma” anlamına gelen “torah” kelimesinden turizm kavramının türemiş olduğu ifade edilmektedir. Bazı kaynaklara göre ise Latince kökenli “tornus” kelimesinden turizm kavramının türetilmiş olduğu ve kelimenin “dönme, hareket etme, dönüp dolaşmak bir insanın bir yerden ayrıldıktan sonra dönüp dolaşıp aynı yere gelmesi” anlamına geldiği ifade edilmektedir (Evliyaoğlu, 1989). Kelime zamanla başta Fransızca ve İngilizce olmak üzere farklı dillere “tour” şeklinde geçmiştir. Tour kelimesi ilk defa 1643 yılında “insanların doğal güzellikleri, tarihi ve kültürel yerleri görme, dinlenme, eğlenme vb. amaçlarla yapılan gezileri” ifade etmek için kullanılmıştır. Kavramsal bir nitelik taşıyan her olgu gibi “turizm kavramı” da zamanla içerisinde kelime anlamının yanında yaygın bir şekilde kullanımı ile beraber terimsel bir anlam kazanmış ve kavram ile ilgili çeşitli tanımlamalar yapılmıştır (Özhan Öztürk, 2022: 3).

1905 yılında turizm kavramının ilk tanımını yapan Guyer-Feuler turizmi “*giderek artan hava değişimi ve dinlenme ihtiyaçlarına, doğa ve sanatla beslenen ilgi çekici güzellikleri tanıma isteğine ve doğanın insanlara mutluluk verdiği görüşüne dayanmakta olduğunu ve özellikle ticaret ve sanayinin gelişmesi ile ulaşım araçlarının giderek gelişmesi kusursuz hale gelmelerinin bir neticesi olarak milletlerin ve insan topluluklarının birbirlerine daha çok yaklaşmasına imkân veren modern çağa özgü bir olay*” olarak ifade etmiştir (Guyer-Feuler 'den aktaran Kozak vd., 2010: 1). Geçmişten günümüze turizm kavramını açıklamak için birçok özel ve teknik tanım yapılmış olması nedeniyle bu tanımlardan bazılarını aşağıdaki tabloda verilmiş ve arasındaki farklılıklar incelenmiştir (Tablo 2.1 bkz.).

Tablo 2.1: Turizm Kavramı ile İlgili Bazı Tanımlamalar

TURİZM TANIMLARI	
Hermann Von Schullar	“Başka bir ülkeden, şehir veya bölgeden yabancıların gelmesi ve geçici süre kalmalarıyla ortaya çıkan hareketin ekonomik yönünü ilgilendiren faaliyetlerin tümü”dür (Kozak vd., 2001:1-2).
M.Meyer	“Her insanın değişik derecelerde bulunan kaçma ve uzaklaşma isteklerinden ortaya çıkan psikolojik kaynaklı yer değiştirme faaliyeti”dir (Kozak vd., 2001: 2).
Krapf	“Para kazanma ve yerleşme maksadına dayanmamak üzere, daimi oturlan yer dışındaki yolculuk ve konaklamalardan doğan olay ve münasebetlerin bütünü”dür (AIEST yayınları, Hunziker, Krapf, 1942: 21).
Burkart ve Medlik (1974)	“Turizm, insanların normalde bulundukları ve çalıştıkları yerin dışına geçici ve kısa süreli olarak hareket etmeleri ve gittikleri bu yerlerde yaptıkları aktiviteler” dir (Sarı Çallı,2015:136).
Davidson (1993)	Turizm, insanların kendi yaşadıkları alanlardan uzaklaştıkları, çeşitli niyetlerle yapılan geçici ve kısa süreli ziyaretlerdir (Davidson, T. L., 1993).
Bal (1995)	“Herhangi bir yerde geçici olarak bulunan ve oraya yerleşmemiş insanlarla yerel halk arasındaki ilişkilerin bütünüdür” (Bal, 1995: 16).
Jenning (2001)	“Turizm, ulusal ve uluslararası düzeyde özellikle teknolojik kaynakların bulunmadığı bölgelerde ekonomik gelişimi sağlayan bir hizmet endüstrisi”dir (Jenning, G., 2001).
Tekeli (2001)	Turizm, dinlenme ya da iş amaçlı bir yöreden yola çıkarak belli bir destinasyona yönelen bir insani faaliyettir. Seyahatin başlangıcından itibaren ekonomik, kültürel, sosyal ve teknolojik öğelerin karmaşık bir bütünüdür (Tekeli, H., 2001: 3).
Medlik (2003:vii)	“Turizm, insanların normalde bulundukları çevrenin dışına yönelik, belirli amaçlarla geçici ve kısa dönemli hareketleri ile aktiviteler”dir (Medlik, 2003: vii).
Hunziker	“Yabancıların bir yere yaptıkları yolculuklarından ve devamlı kalma, para kazanma amacı gütmeyen konaklamalarından doğan ilişkilerin tümü” dür (Kozak vd., 2001: 3).
Hans Poser	Turizm yabancıların geçici bir konaklama nedeniyle mahalli ve bölgesel toplanmalarıdır. Söz konusu konaklama, yabancılar ile mahalli halk, konaklanan mahal ve arazi arasındaki karşılıklı etkilerin tamamını ihtiva eder (Toskay; T.; 1983: 28).
Usta (2008)	“Sürekli yaşanan yer dışında, ticari kazanç amacına dayanmayan nedenlerle gerçekleştirilen ve yirmi dört saati aşan veya en az bir gecelemeden oluşan geçici seyahat ve konaklamaların meydana getirdiği ekonomik ve sosyal nitelikli olay ve ilişkilerin tümü” dür (Usta,2008: 7).
Ivanovic ve Khunou (2009)	“İnsanların iş dışında herhangi bir amaçla ikamet ettikleri yerden hareket etmeleri ile ilgilidir. Turizm, ekonomik bir faaliyettir ve göç etme anlamına gelmemektedir” (Ivanovic ve Khunou, 2009: 25).
Uçar (2010)	“Yabancı ya da aynı toplum üyelerinin serbest zamanlarını değerlendirmek amacıyla, sürekli yaşadıkları ve çalıştıkları yerlerin dışına doğru yaptıkları, gelir sağlamayı amaçlamayan, seyahat ve konaklamalardaki mal ve hizmetlerin üretimi ve tüketimi sürecinde gerçekleşen çok yönlü insan eylemlerinin toplamı”dır (Uçar,2010: 5)
IUOTO'nun 1963 tarihli Birleşmiş Milletler tanımına göre	“24 saatten az olmamak, sürekli olarak bir kalışa dönüşmemek ve maddi gelir sağlayıcı herhangi bir uğraşta bulunmamak şartı ile bireyin yolculuk ve/veya konaklamalarından doğan olay ve ilişkilerin tamamıdır.” (Olalı ve Timur, 1986: 5–6).
Öztaş (2002), AIEST'e göre	“İnsanların devamlı ikamet ettikleri, çalıştıkları ve her zamanki olağan ihtiyaçlarını karşıladıkları yerlerin dışına seyahatleri ve buradaki, genellikle turizm işletmelerinin ürettiği mal ve hizmetleri talep ederek, geçici konaklamalarından doğan olaylar ve ilişkiler bütünü”dür (Kavak, 2015: 15).
WTO göre	“Gelir getirici etkinlikler dışında kalan, boş zamanların hemen hepsini içine alan bir seyahat, bundan doğan konaklama, yeme-içme, ulaşım, eğlence gibi hizmetler ve ilişkiler” dir (Şerefoglu,2009: 19)
Türk Dil Kurumuna göre	Turizm kavramı; dinlenme, eğlenme, görme, tanıma vb. amaçlarla yapılan gezileri ifade etmektedir (https://sozluk.gov.tr/ Erişim Tarihi:26.11.2022).

Yukarıdaki tanımlar incelendiğinde yazarların turizm kavramını ilk olarak ekonomik boyutu ile ele aldığı (Hermann Von Schullar vd.) ve bu çerçevede tanımlar yapmış olduğu görülmektedir. Zaman içerisinde turizmin sadece ekonomik faaliyetlerle sınırlanmadığı sosyal boyutunun da (Ball, TDK vd.) olduğu fark eden yazarların tanımlamalarında şekillendirmeye gittikleri, 1930-1936 yılları arasında Morgenroth, Bormann, Gölden, Norval, Ogilvie vd. turizmi tanımlamak için ulaştırmayı hareket noktası olarak aldıkları ve tanımlarında yer değiştirme, şahıs ulaştırması vb. olaylara yer vermiş oldukları görülmektedir. 1938- 1960 döneminde Römer, Leveillé- Nizerolle, Kolaczek vd. turistik tüketim fonksiyonunu temel alarak turizmi aile bütçesinden yapılan tüketim harcamalarına bağlayarak tanımlamalar yapmış oldukları, AIEST, WTO, Mathiot, Glücksmann, Bernecker, Hunziker ve Krapf vd. ise turizmi, kurumsal açıdan ele alarak geçici yer değiştirme, seyahat, konaklama, tüketim fonksiyonu bölümlerini içeren tanımlamalar yapmış oldukları görülmektedir (Tunç ve Saç, 1998, 14 & Bayer, 1992: 3-4).

Tüm bu tanımlamalardan yola çıkarak turizm kavramının özünde insanın olması, turizmin farklı amaçlarla gerçekleştirilen yer değiştirme hareketlerini içerisinde barındırması, sosyal, psikolojik, ekonomik, politik gibi unsurların turizm sektörü üzerinde etkisinin bulunması ve turizmin birçok disiplinle ilişkisinin bulunması XIX. yüzyıla kadar ortak bir turizm tanımının yapılamaması üzerinde etkili olmuştur (Sarı, 2007 & Şentürk, 2019: 4).

2.2. Turist, Günöbirlikçi ve Ziyaretçi Kavramı

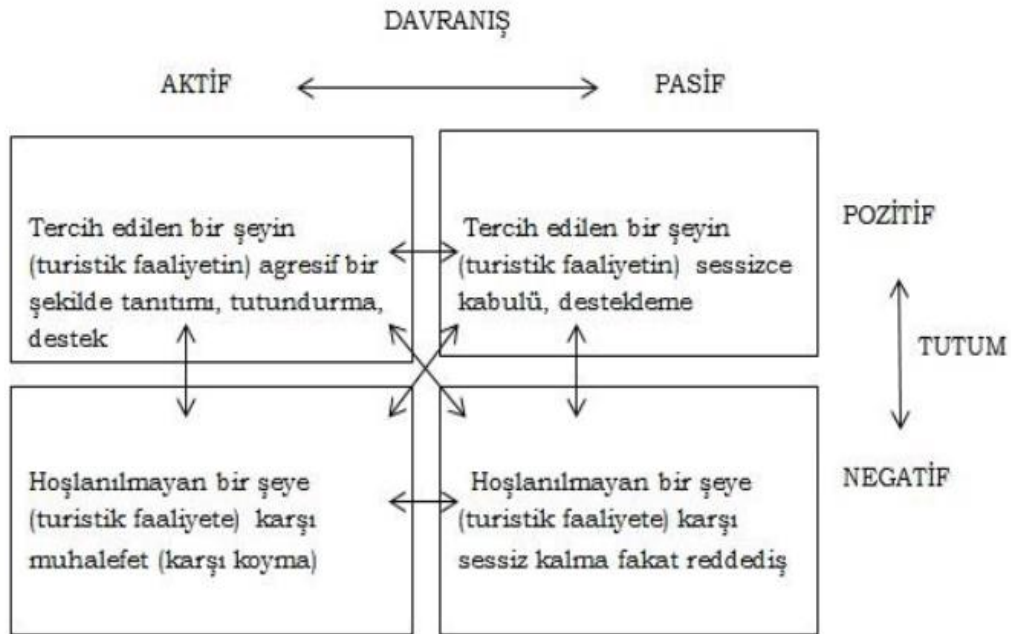
Turizmin öneminin gittikçe artması ve turizm hareketliliğinin hacmini belirlemek amacıyla turist kavramının tanımının yapılması oldukça önemlidir (Kozak vd.,2019). Bu nedenle bilim insanları tarafından çeşitli tanımlar ortaya atılmıştır. XVII. yüzyılda Ogilvy turist kavramını, sürekli oturduğu yerden en çok bir yıl süre ile ayrılan ve geçici olarak gittiği yerlerde buralarda kazanmadığı parayı harcayan kimse olarak tanımlamıştır (Kozak, N. ve diğerleri; 2001: 5). Norval ise 1936 yılında, sürekli kalmak ve maddi kazanç elde etme amacı olmadan farklı bir ülkeye giden ve geçici bir süre kalacağı bu ülkede parasını harcayan kişilerin turist kavramı ile ifade edilmesi gerektiğini beyan etmiştir (Kozak ve Kayar, 2007: 66). Fransızca kökenli olan turist kavramını ise Türk Dil Kurumu; “ dinlenme, eğlenme, görme, tanıma vb. amaçlarla geziye çıkan kimse, gezgin, gezmen, seyyah” olarak tanımlamıştır (<https://www.tdk.gov.tr/>).

Yapılan tanımlardan hareketle turist kavramı, yaşadığı yere dönmek üzere en az 24 saat seyahat eden, para kazanma dışında bir amacı olan, az zamanda çok yerler görmek isteyen,

harcama yapan, satın alma gücüne sahip olan ekonomik anlamda tüketicileri ifade etmektedir (Bakan ve Erşahan, 2007: 28). Ziyaret edilen ülkede 24 saatten az kalan veya ülkenin bir konaklama tesisinde bir geceleme yapmayan kişiler ise günübirlikçi (ekskürsionist) olarak tanımlanmaktadır (Doğanay, 2001: 10, Kozak vd. 2001: 7, Olalı, 1990: 12). Devamlı ikamet ettiği yerden başka bir yeri bir gelir elde etme amacı dışında herhangi bir nedenle ziyaret eden kişiler ise ziyaretçi olarak tanımlanmaktadır. Bu bilgilerden hareketle her turist bir ziyaretçidir ama her ziyaretçi bir turist olmadığı anlaşılmaktadır (Emekli, 2001).

2.3. Yerel Halk Kavramı ve Turizmle İlişkisi

Yerel halk kavramı, belirli bir sınırlar içerisinde yaşayan bireylerin geleneklerini, göreneklerini, yaşam tarzlarını, yemek kültürlerini, el sanatlarını, sanat ve mimarisini, nüfus yapısını, toplum olarak örgütlenme biçimlerini, kadınların iş hayatındaki yerlerini, din, dil, ahlak kurallarını, eğitim düzeylerini vb. yansıtan ve diğer bölgelerde yaşayan bireylerden onları ayıran özgün değerlerini ifade etmektedir (Avcıkurt, 2003: 22). Bu bağlamda turistlerin, yerel halkların yaşam tarzlarını, yemek kültürlerini vb. merak etmelerinden dolayı turizm faaliyetlerine katılmaları, turistler ve yerel halk arasında etkileşimlerin meydana gelmesini sağlamaktadır (Çelikkanat, Güçer ve Evren, 2014: 272). Dolayısıyla turizmin yapısı gereği farklı sosyal ve kültürel değerlere sahip olan bireyleri bir araya getirebildiği ifade edilebilmektedir.



Şekil 2.1: Yerel Halkın Turizme Yönelik Tutum ve Davranışları

Kaynak: Abler vd., 1975'den uyarlayarak Akt.; Filiz ve Yılmaz, 2017.

Yukarıdaki şekil 2.1 incelendiğinde, meydana gelen bu etkileşimin yerel halkın turizme yönelik tutumları üzerinde pozitif ve negatif etkileri meydana getirmekte olduğu görülmektedir. Bireylerin istedikleri durumlar karşısında olumlu tutum sergiledikleri, istemedikleri durumlar karşısında ise olumsuz tutum sergilemekte oldukları görülmektedir. Bu nedenle bir bölgenin turistik faaliyetlere açılmadan önce yerel halkın görüşlerinin alınması ve yerel halkın turizm faaliyetlerinden kâr edebilmelerine yönelik çalışmalar yapılması veya faydalanabilmelerinin sağlanması oldukça önemlidir. Çünkü yapılan çalışmalar incelendiğinde turizmin herhangi bir kolunda veya paydaşlarında istihdam eden bireyler ile işveren bireylerin turizme karşı daha olumlu bir algıya sahip oldukları ve turizmin gelişimine destek verdikleri görülürken turizmin herhangi bir kolunda veya paydaşlarında istihdam etmeyen bireylerin tam tersi bir algıya sahip oldukları görülmüştür (Avcıkurt, 2017 & Pizam, 1978). Beraberinde Doxey'in tolerans modelinde de ifade edildiği üzere turizmin ilk bölgede ortaya çıktığında yerel halk tarafından mutluga sebep olduğu ardından ilgisizliğe bu duygunun dönüştüğü ve en son öfke ve kine yerini bıraktığı görülmektedir (Doxey, 1975). Bu nedenle önemli turizm destinasyon alanlarında meydana gelen olumsuz tutumların ortadan kaldırılabilmesi amacıyla ve yerel halkın turizm faaliyetlerine katılım sağlayabilmesi için turizm politikaları içerisinde sosyal turizm faaliyetlerine yönelik maddelerin, teşviklerin ve uygulamaların yer alması hem ülkeye hem de yerel halka yarar sağlayacaktır. Bu durum beraberinde turistlere karşı olan olumsuz duyguların azalmasına sebebiyet verecektir.

2.4. Turizm'in Gelişimi

İnsanlar yüzyıllar boyunca çeşitli neden ve amaçlarla bulundukları yerlerin dışındaki başka bir coğrafi mekâna hareket etmelerinde dolayı turizmin gelişimi, insanoğlunun dünya üzerinde varlık göstermeye başladığı ilk dönemlere kadar uzanmaktadır (Sarı, 2007: 18 & Solmaz, 2019: 868). Bu durumdan dolayı bilim insanları arasında görüş farklılıklarının bulunması, turizmin gelişim sürecinin farklı şekillerde ele alınarak sınıflandırmasına sebep olmuştur. Bu çalışmada Kozak ve Bahçe'nin sınıflandırması ele alınarak turizmin gelişimi 6 ana dönemde incelenmiştir. Bu dönemler;

- Medeniyetler dönemi,
- Ticaret dönemi,
- Endüstri ve teknoloji dönemi,
- Kitle turizmin yoğun yaşandığı dönem,
- Turizmin olgunluk dönemidir.

Bu dönemler tablo 2.2'de detaylı olarak gösterilmiştir.

Tablo 2.2: Turizm Sektörünün Gelişme Süreci

Medeniyetler Dönemi	Ticaret Dönemi	Endüstri ve Teknoloji Dönemi	Turizmin Gelişme Dönemi	Kitle Turizminin Yoğun Yaşandığı Dönem	Turizmin Olgunluk Dönemi
M.Ö. 8000-İsa'nın Doğumu	İsa'nın Doğumu-M.S. 1700	1700- 1900	1910- 1945	1946- 1990	1990 ve sonrası
İlk medeniyetlerin ortaya çıkması, etnik, dinsel ve ulusal değerlerin oluşmaya başlaması	Medeniyetlerin ortaya çıkmasıyla ticaretin başlaması, seyahatlerin yalnızca soylular ve ticaret adamları tarafından gerçekleştirilmesi, ticaret kolonilerinin ortaya çıkması	Endüstri Devrimi, feodal yapının çöküşü, teknolojinin ilerleme göstermesi, Grand Tour, kitle turizminin ilk olarak görülmeye başlandığı turlar	Birinci Dünya Savaşı'nın getirdiği teknolojik ilerlemelerin ekonomik buhran yıllarında iyi değerlendirilmemesi, ekonomik, politik, sosyal ve yasal güçlerin dengesinin bozulması	Yeni bilim dallarının ortaya çıkışı ve teknolojiadaki köklü ilerlemeler sonucunda kitle turizminin yoğun olarak yaşanmaya başlanması	1970 ve 1980'lerde turizm faaliyetlerine yoğun bir katılımın görülmesi, hizmet kalitesine ve alternatif turizm türlerine odaklanması

Kaynak: Kozak, M.A. ve Bahçe, S. (2009). Özel İlgi Turizmi. Ankara: Detay Yayıncılık.5.

M.Ö. 8000 ile Hz. İsa'nın doğumu arasındaki dönemde ilk medeniyetlerin ortaya çıkması ve beraberinde etnik, dinsel ve ulusal değerlerin oluşmaya başlaması turizm sektörünün temeli oluşturmuştur (Kozak ve Bahçe, 2009: 5). İsa'nın doğumu ve M.S. 1700 yılları arasındaki dönemde ise medeniyetlerin ortaya çıkmasıyla beraber ticaretin başlaması, seyahatlerin yalnızca soylular ve ticaret adamları tarafından gerçekleştirilmesi ve ticaret kolonilerinin ortaya çıkması turizm faaliyetlerinin başlamasında etkili olmuştur (Evliyaoğlu, 1989). Bugünkü anlamda turizm olayı ise Romalılar tarafından Akdeniz Havzası'nda yapıldığı ifade edilmektedir. Bu durumun nedeni olarak Romalıların sahip oldukları ulaşım ve iktisadi imkânları sayesinde Mısır'daki piramlara ve tapınaklara gitmeleri, Yunanistan'daki festivallere ve olimpiyatlara katılmalarının etkili olduğu ifade edilmektedir. Aynı zamanda Romalıların merak, eğlenme, tedavi, spor, kültür vb. faktörlere bağlı olarak yılın belirli dönemlerinde, sürekli olarak yaşadıkları yerlerden ayrılarak seyahate çıkmış olmaları turizmin gelişmesinde etkili olmuştur (Bahar ve Kozak, 2005: 5, Bayraktar, 2019: 7). 1830 yıllarda ise çalışma hayatında meydana gelen birtakım gelişmeler aracılığıyla günlük çalışma saatlerinin azaltılması, cumartesi günü yarım işgünü olarak belirlenmiş olması ve bu dönem içerisinde yaz tatili kavramının ortaya çıkması bireylerin daha fazla seyahatlere çıkmalarına olanak sağlamıştır. Özellikle de 1700-1900 yılları arasında teknolojiye ilerlemelerin görülmesi bireylerin seyahata çıkma oranında artışların meydana gelmesi üzerinde önemli bir rol oynamıştır. Thomas Cook'un 5 Temmuz 1841 yılında 485 kişilik grubu Derby-Rugby tren hattından, 1 şilin karşılığında Leicester'den Loughborough'a getirip götürmüş olması hem ilk

paket tur organizasyonunu (Grand Tour) gerçekleştirmesine hem de ilk kitle turizm hareketinin öncüsü olmasında etkili olmuştur. İlk paket tur organizasyonunu gerçekleştirdikten 4 yıl sonra (1845) Thomas Cook, ilk turizm bürosunu açmış ve seyahat acentacılığının da öncüsü olmuştur (Güleryüz, 2020: 1434, Bayer, 1982: 26). Norma (2003) yaptığı çalışmada farklı seyahat acentalarının (Amerika’da 1848 yılında “American Express Company”, 1896 yılında “Wagons-Lift” vb.) ilerleyen yıllarda oluşturulduğunu beyan etse de soylu çocuklarının Büyük Tur’u (Grand Tour) tercih ettiğini ve bu durumun sebebi ise zengin ve soylu İngiliz ailelerinin çocuklarının bilgi ve görgülerini artırmak ve eğitimlerini tamamlamak için düzenlenen ve moda haline gelen bir organizasyon olarak Büyük Turu görmeleri etkili olduğunu ifade etmiştir (Çoruh, 1969: 3). Bu durum imtiyazlı ve satın alma gücü yüksek olan bireyler ile satın alma gücü zayıf olan bireylerin arasındaki aristokratik yapının belirginleşmesine yol açmıştır. 1910-1945 yıllar arasındaki dönemde Birinci Dünya Savaşı’nın getirmiş olduğu teknolojik ilerlemelerin ekonomik buhran yıllarında iyi değerlendirilmemesi, ekonomik, politik, sosyal ve yasal güçlerin dengesinin bozulması vb. faktörler turizm sektörünü kesintiye uğramasına sebebiyet vermiştir. Beraberinde bu süreç seyahatlerinde giderek artan oranlarda yaygınlaşma sürecini 1. Dünya Savaşı ile kesintiye uğratmıştır. 1914 yılında Ford’un ilk otomobili üretmesiyle beraber bireysel geziler süreci başlamış ve seyahatler yeniden ivme kazanmıştır. Ancak bu durum 2. Dünya Savaşı’ndan sonraki süreç içerisinde ancak etkisini gösterebilmiştir. 1918-1920 yılları arasında modern anlamda turizm hareketi, oteller, plajlar, eğlence ve spor alanları, ulaşım araçları ve yolları, konaklama tesisleri vb. oluşturulması sonucunda büyük bir sektör haline gelebilmiştir (Evliyaoğlu, 1994: 7). 1946- 1990 yılları arasındaki dönemde ise yeni bilim dallarının ortaya çıkışı ve teknolojiadaki köklü ilerlemeler sonucunda kitle turizminin yoğun olarak yaşanmaya başlanması, turizmin sektörünün hem hareketlenmesine hem de bu süreç içerisinde turizm faaliyetlerine katılan bireyler arasındaki farkın azalmasını sağlamıştır. 1950’lerde uzak mesafelere yolculuğu mümkün kılan jet uçaklarının geliştirilmesiyle beraber uluslararası seyahatler yaygınlaşmış, bu durum da beraberinde turizm sektörünün büyük ve yeni bir endüstri olarak adlandırılmasına yol açmıştır (Theobald, 2005). Hatta 1974 ve 1979 yıllarında yaşanan petrol krizi dünya genelinde olumsuz etkilere neden olmuş olsa da, turizm sektörü en az etkilenen sektörlerden birisi olmuştur. Ekonomik büyümenin yavaşladığı yıllarda dahi boş zamanları değerlendirmek amacıyla yapılan seyahatler sadece bir azalmadan çok sadece daha yavaş bir büyüme hızı sürdürmüştür (Gürdal, 1995: 60). 1990 yıllardan itibaren turizmin gelişmesinde 1970 ve 1980’lerde turizm faaliyetlerine yoğun bir katılımın görülmesi ile hizmet kalitesine ve alternatif turizm türlerine odaklanılmasının etkisi görülmüştür.

Tablo 2.3 : Turizmin Gelişmesine Etki Eden Unsurlar

TURİZMİN GELİŞMESİNE ETKİ EDEN UNSURLAR	
Boş Zamanın Artması	Gelir Düzeyinin Artması
Kültür ve Eğitim Düzeyinin Artması	Sosyal Güvenlik
Turizm Bilincinin Oluşması	İnsan Ömrünün Uzaması
Teknolojik Gelişmeler	Kentleşme ve Nüfus Artışı
Ücretli Tatil Hakkı	Seyahat Özgürlüğü

Kaynak: Kozak vd., 2014: 43

Sonuç olarak turizm sektöründe meydana gelen gelişmeler (gelir düzeyinin artması, aristokratik yapının ortadan kalkması, teknolojik ilerlemeler, turizm bilincinin oluşması, yaşam standartlarında iyileşmeler, küreselleşmeyle beraber seyahat özgürlüğü, ücretli tatil hakkı gibi faktörler) turizm aktivitelerine katılan birey sayısının hızla artmasına yol açmıştır (Milne, Ateljevic, 2001:371, Kozak vd., 2014: 43). Bu süreç içerisinde de turizm sektörü dünyanın en hızlı gelişen sektörlerinden biri haline gelmiştir. Günümüzde ise insan kitlelerinin yaşama nedenlerinden birisini oluşturmaktadır ve ülkelerin kalkınmasında önemli bir role sahip bulunmaktadır (Hunziker, 1951: 7).

2.5. Turizmin Etkileri

Turizm'in bulunduğu çevreyi geniş ölçüde düzenlenmesi ve faaliyetlerin bütünü etkilemesi (endüstrinin uzun dönemli başarısını koruması ve sürekliliğini sağlayabilmesi gibi) sebebiyle turizmin bireyler, sosyal yapı ve kültür üzerindeki etkilerinin incelenmesi, toplumsal yapı üzerinde meydana gelen veya gelebilecek olan değişimlerin anlaşılabilmesi açısından oldukça önemlidir (Bertan, 2010: 84, Diedrich & Garcia-Buades, 2009: 512, Avcıkurt, 2007: 38). Bu bağlamda birçok araştırmacı turizmin etkilerini farklı şekillerde ele alarak sınıflandırmıştır. Örneğin Perdue ekonomik olarak ele alırken, King, Pizam, Milman sosyal olarak, Murphy kültürel olarak, Liu vd. ise çevresel olarak ele almıştır (Perdue vd., 1990: 7 & King, Pizam & Milman 1993: 656 & Murphy, 1985: 65 & Liu vd., 1987:18). Ayrıca bu etkilerinde toplumdan topluma değişiklik gösterebileceği yapılan çalışmalarda ifade edilmektedir (Dyer, vd., 2007: 411). Bu bağlamda bu çalışmada turizm etkileri Boyne'nin sınıflandırmasına göre incelenmiştir.

2.5.1. Turizmin Ekonomik Etkileri

Ülke ekonomilerinin yoğun rekabet ortamında devamlı büyüme sağlayabilmesi, yüksek katma değerine ve çarpan katsayısı değişkenlerinde başarı gösterebilmesine bağlı bulunmaktadır (Sarı, vd., 2011: 127). Dolayısıyla pek çok ülke, turizmin ekonomik faydalarını kısa süre içerisinde göstermesinden ve yatırım hazırlık aşamalarının diğer sektörlerle oranla daha kısa sürmesinden dolayı 1980'li yıllardan itibaren turizmi ekonomik ve kitlesel bir olgu

olarak değerlendirmiştir (Kar, vd., 2004: 88, Önal, vd., 2006: 14). Dünya genelinde turizm sektöründe istihdam eden kişi sayısının günümüzde yaklaşık 300 milyon kişi olduğu yani her 16 çalışandan birisinin turizm sektöründe çalıştığı ve uluslararası sermaye yatırımların yaklaşık %7'sinin turizm sektörüne yaptığı düşünüldüğünde turizm sektörünün milli gelir içerisindeki katma değerinin yüksek olduğu ifade edilmektedir (Özdemir ve Kervankıran, 2011: 3).

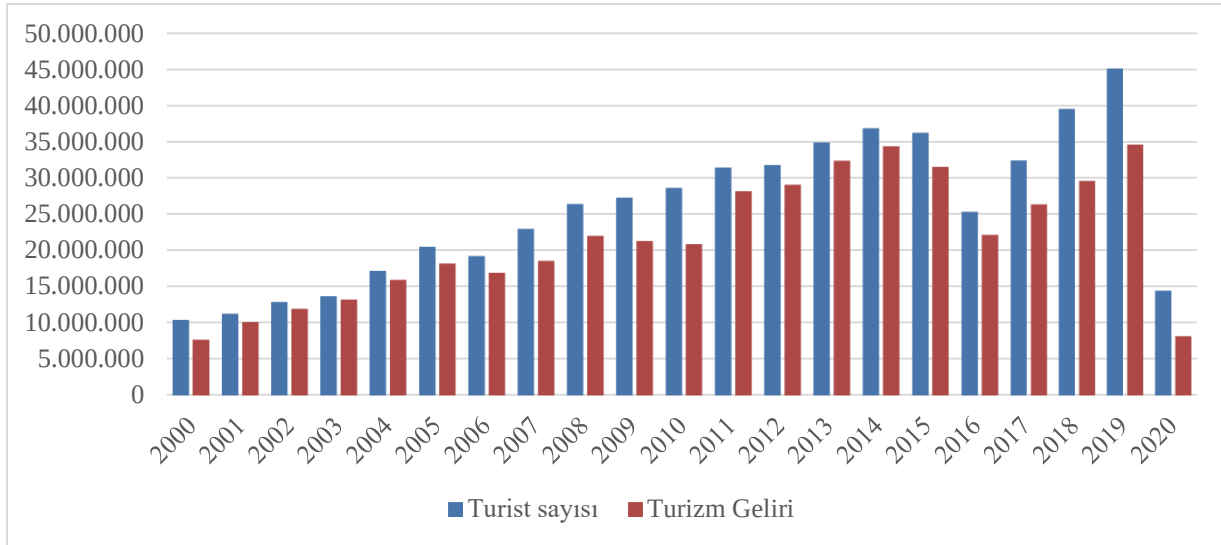
Tablo 2.4: Ülkelerin Yıllara Göre Milli Gelirleri ve Turizm Gelirleri

Ülkeler	Ülkelerin Yıllara Göre Milli Gelirleri (Milyar \$)			
	2005	2010	2015	2019
Arnavutluk	8.052	11.926	11.386	15.279
Bosna- Hersek	11.222	17.176	16.211	20.164
Cezayir	103.198	161.155	166.361	171.091
Mısır	89.600	218.983	329.366	303.092
Fransa	2.196.126	2.642.609	2.438.207	2.715.518
Yunanistan	247.783	299.361	196.591	209.852
Hırvatistan	45.376	59.918	49.525	60.752
Ürdün	12.588	27.133	38.587	44.502
Lübnan	21.497	38.443	49.939	51.991
Fas	62.343	93.216	101.179	119.700
Kuzey Makedonya	6.258	9.407	10.064	12.547
Slovenya	36.206	48.161	43.090	54.174
Tunus	32.273	44.050	43.173	38.796
Türkiye	506.314	776.967	864.314	761.425
Ülkeler	Ülkelerin Yıllara Göre Turizm Gelirleri (Milyon \$)			
	2005	2010	2015	2019
Arnavutluk	880	1.778	1.613	2.458
Bosna-Hersek	557	662	794	1.226
Cezayir	477	324	347	140
Mısır	7.206	13.633	6.897	14.256
Fransa	52.126	56.178	66.441	71.011
Yunanistan	13.455	13.455	17.547	23.003
Hırvatistan	7.625	8.299	8.207	11.987
Ürdün	1.759	4.390	4.968	6.864
Lübnan	5.969	8.026	7.087	8.717
Fas	5.426	8.176	7.765	10.013
Kuzey Makedonya	116	199	268	401
Slovenya	1.894	2.808	2.594	3.240
Tunus	2.800	3.477	1.869	2.683
Türkiye	20.760	26.318	35.648	42.350

Kaynak: World Bank Turizm İstatistiklerinden derlenmiştir, <https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.RCPT.CD> Akt.; Karakaş & Türkseven, 2022 .

Tablo 2.4 incelendiğinde 2005 yılında en yüksek milli gelire sahip olan ülkenin Fransa olduğu ardından Türkiye, Yunanistan, Cezayir, Mısır, Fas, Hırvatistan, Slovenya, Tunus, Lübnan, Ürdün, Bosna-Hersek, Arnavutluk ve Kuzey Makedonya'nın geldiği görülmektedir. Ülkelerin turizm gelirleri içerisinde ise en fazla turizm gelirin sahip olan ülkenin Fransa olduğu ardından Türkiye, Yunanistan, Hırvatistan, Lübnan, Fas, Tunus, Slovenya, Ürdün, Arnavutluk, Bosna-Hersek, Cezayir ve Kuzey Makedonya geldiği görülmektedir. 2010 yılında en yüksek milli gelire sahip olan ülkenin Fransa olduğu ardından Türkiye, Mısır, Yunanistan, Cezayir, Fas, Hırvatistan, Slovenya, Lübnan, Ürdün, Tunus, Bosna-Hersek, Arnavutluk ve en

son Kuzey Makedonyanın geldiği görülmektedir. Ülkelerin turizm gelirleri içerisinde ise en fazla turizm gelirin sahip olan ülkenin Fransa olduğu ardından Türkiye, Yunanistan, Mısır, Cezayir, Hırvatistan, Fas, Lübnan, Ürdün, Tunus, Slovenya, Arnavutluk, Bosna-Hersek, Cezayir ve en son Kuzey Makedonyanın geldiği görülmektedir. 2015 yılında en yüksek milli gelire sahip olan ülkenin Fransa olduğu ardından Türkiye, Mısır, Yunanistan, Cezayir, Fas, Lübnan, Hırvatistan, Tunus, Slovenya, Ürdün, Bosna-Hersek, Arnavutluk ve Kuzey Makedonyanın geldiği görülmektedir. Ülkelerin turizm gelirleri içerisinde ise en fazla turizm gelirin sahip olan ülkenin Fransa olduğu ardından Türkiye, Yunanistan, Hırvatistan, Fas, Lübnan, Mısır, Tunus, Slovenya, Ürdün, Arnavutluk, Bosna-Hersek, Cezayir ve Kuzey Makedonya geldiği görülmektedir. 2019 yılında ise en yüksek milli gelire sahip olan ülkenin Fransa olduğu ardından Türkiye, Mısır, Yunanistan, Cezayir, Fas, Hırvatistan, Slovenya, Lübnan, Ürdün, Tunus, Bosna-Hersek, Arnavutluk ve en son Kuzey Makedonyanın geldiği görülmektedir. Ülkelerin turizm gelirleri içerisinde ise en fazla turizm gelirin sahip olan ülkenin Fransa olduğu ardından Türkiye, Yunanistan, Mısır, Cezayir, Hırvatistan, Fas, Lübnan, Ürdün, Tunus, Slovenya, Arnavutluk, Bosna-Hersek, Kuzey Makedonya ve en son Cezayir'in geldiği görülmektedir. Tablo 2.4' den hareketle 2005 ve 2019 yılları arasında turizm gelirlerinin ve milli gelirin en fazla olduğu ülkenin Fransa olduğu, en az gelirin ise 2019 yılı haricinde Kuzey Makedonyaya ait olduğu görülmektedir. Beraberinde 2010 ve 2019 yılında ülkelerin milli gelirleri içerisinde ise sıralamaları aynı olmasına rağmen turizm gelirlerinin farklı olduğu (Slovenya ve Tunus arasında dokuzuncu ve onuncu sıralamanın değiştiği, Kuzey Makedonya ve Cezayir arasında ise on üçüncü ve on dördüncü sıralamanın değiştiği görülmektedir) görülmektedir. Ülkelerin milli gelirleri içerisinde turizm gelirlerinin oranı hesaplandığında ise turizm sektörünün milli gelir içinde önemli bir rol oynamakta olduğu görülmektedir. Bu nedenle ülke ekonomilerinin karşılaştığı ulusal ve uluslararası ekonomik sorunların çözümünde ve darboğazların aşılmasında turizmin, dinamik ve ekonomik getirisinin fazla olması sebebiyle ülkeler için adeta bir çıkış noktası oluşturduğu ifade edilebilir (Çımat ve Bahar, 2003). Ancak pandemi, savaş, afet vb. olaylar ülkelerin ekonomileri üzerinde olumsuz sonuçların meydana gelmesine sebebiyet verebilmektedir. Örneğin grafik 2.1 incelendiğinde Türkiyede 2000-2020 yılları arasında turist sayısının ve turizm gelirlerinin bazı dalgalanmalar olsa da 2019 yılının mart ayında ortaya çıkan Covid-19 pandemisi ile beraber hükümetlerin uygulamış oldukları “evde kal” propagandası gibi kısıtlamalar ile ağırlanan turist sayısında ve gelirinde 2020 yılında büyük bir oranda azalmanın meydana geldiği hatta 2000-2020 yılları arasında en az turizm gelirinin ve DTA kapatma payının en düşük seviyede olduğu yılın 2020 yılında olduğu görülmektedir (Grafik 2.1 ve Tablo 2.4 bkz.).



Grafik 2.1: 2000-2020 Yılları Arası Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı ve Turizm Gelirleri

Kaynak: <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-9851/turizm-istatistikleri.html>

Grafik 2.1 incelendiğinde 2019 yılında ülkemizde gelen turist sayısının oranı %76'dan, 2020 yılında % 24' e gerilemiş olduğu ve bu durumun beraberinde 2019 yılında elde edilen turizm gelir oranının % 81'den 2020 yılında % 19'a gerilemesine ve ülkemizin ekonomik büyümesi üzerinde turizmin beklenen (turizmin cari açığın azaltılmasında beklenen pozitif ve döviz getirici rolü) etkisinin gerçekleşmemesine sebebiyet verdiği görülmektedir.

Tablo 2.5: Turizm Gelirlerinin Dış Ticaret Açıklarının Kapatma Payı

Yıllar	Dış Ticaret Açığı (DTA) \$	Turizm Geliri	Turizm Gelirinin DTA Kapatma payı (%)
2000	26.727.914	9.990.841	37,3
2001	10.064.867	13.450.127	133,6
2002	15.494.708	15.214.514	98,1
2003	22.086.856	16.302.053	73,8
2004	34.372.613	20.262.640	58,9
2005	43.297.743	24.124.501	55,7
2006	54.041.498	23.148.669	42,8
2007	62.790.965	27.214.988	43,3
2008	69.936.378	30.979.979	44,3
2009	38.785.809	32.006.149	82,5
2010	71.661.113	33.027.943	46,0
2011	105.934.807	36.151.328	34,1
2012	84.066.659	36.776.645	43,7
2013	99.858.613	32.308.991	32,3
2014	84.508.918	34.305.903	40,5
2015	63.268.398	31.464.777	49,7
2016	55.995.686	22.107.440	39,4
2017	76.736.291	26.283.656	34,2
2018	55.015.647	29.512.926	28,4
2019	31.174.000	34.520.332	43,5
2020	49.915.000	8.145.600	30,9

Kaynak: <https://www.tursab.org.tr/istatistikler-icerik/dis-ticaret-aciklarinin-kapatmada-payi> (Erişim

Tarihi:30.11.2022, TÜİK 2020, Türofed Turizm Raporu, 2019, https://bigpara.hurriyet.com.tr/haberler/ekonomi-haberleri/2019-yili-dis-ticaret-verileri-aciklandi_ID1459925/ Erişim Tarihi:30.11.2022)

Tablo 2.5 incelendiğinde 2000-2020 yılları arasında meydana gelen değişimler, sürdürülebilirliğinin ve bu oranının tehlikeli boyutlara ulaşip ulaşmadığını sorgulanmasına da yol açmıştır (Yayar ve Demir, 2014: 129). Çünkü turizmin sağlıklı bir şekilde gelişebilmesi için ülkelerin öncelikle iç turizmde başarılı olmaları ve doyuma ulaşmaları gerekmektedir (Güzel, 2011). Aksi takdir de ülkelerin dış turizm hareketliliği arasında denge sağlanamamasına ve turizm gelirlerinin istenilen seviyelere ulaşamamasına neden olacaktır. Bu nedenle ülkemizde de gerekli stratejik adımların atılması gerekmektedir. Beraberinde 2020 yılında ülkemizden çıkış yapan ziyaretçi sayısının 15 milyon 826 bin 266 kişi olduğu ve bu kişilerin gittikleri ülkelere döviz girdisi sağladığı ülkemizden ise döviz çıktısının meydana gelmesine sebep olduğu hesaba katıldığında döviz çıktısını en az seviyeye indirecek çalışmaların yapılması gerektiğinin oldukça elzem olduğu görülmektedir.

2.5.2. Turizmin Çevresel Etkileri

Çevre kavramı, insanların yaşamlarını sürdürebilmek için çeşitli amaçlarla kullandığı, insanı etkilediği kadar kendisinin de etkilendiği, doğal ve kültürel elemanlardan ve karşılıklı ilişkilerden oluşan bütünsel bir mekân olarak ifade edilebilir. Bu mekâna en fazla gereksinim duyan hatta onun varlık nedeni olan sektör ise “turizm”dir (Soykan, 2003). Turizmin devam edebilmesi diğer bir ifade ile sürdürülebilir olması için bu doğal kaynakların korunması ve beraberinde sonraki kuşaklara taşınması gerekmektedir (www.tursab.org.tr). Fakat yoğun ve kalabalık nüfusun arazi kullanımı üzerindeki baskısı, bir destinasyona yoğun olarak yaşanan turist akını, bilinçsiz turistik tesislerin inşa edilmesi, gidilen destinasyonlarda çevreye çöplerin atılması ve kamp, piknik vb. ateşlerin söndürülmemesi, bilinçsiz avlanma gibi faktörler çevresel problemlerin oluşmasına sebep olmaktadır (Tablo 2.6 bkz.).

Tablo 2.6: Turizmin Çevre Üzerindeki Olumsuz Etkileri

Etmenler	Açıklama	Doğal Çevre Üzerindeki Etkisi
Aşırı kalabalık	Rahatsızlık ve kalitede azalma	Çevresel stres, hayvanlarda görülen davranış değişiklikleri
Aşırı gelişme	Plansız kentleşmenin getirdiği sorunlar	Köy-kentlerin ortaya çıkması Aşırı yapılaşma
Rekreasyon *Hız botları *Balıkçılık *Av safarileri	Ses kirlenmesi Aşırı kullanma Yavrulama döneminde daha korunmasız olma	Yabani yaşamın yok edilmesi Diğer kaynakları tüketme
Kirlenme *Ses *Atık *Kötü kullanma	Yabani yaşam unsurları rahatsız etme Türleri tehlikeyi atma Doğal özellikleri yok edilmesi	Doğal seslerin bozumu Doğal çevrenin yok edilmesi Yabani yaşam yerlerini çöplüğe çevirme
Yaban hayvanlarının beslenmesi	Orada yaşayan hayvanların bölgeden ayrılmaları	Davranış değişikliği (turistler için tehlike arz etme)

Motorlu araçlar *Hızlı kullanım *Otoyollar harici kullanım	Ekolojik değişiklikler, yabani yaşam üzerinde rahatsızlık	Doğal yaşamın yok olması Toprak ve bitki örtüsüne zarar verme
Diğerleri *Hatıra toplama *Kamp ateşleri *Yollar ve kazılar *Yapay su delikleri, tuz üretimi *Egzotik bitkiler ve hayvan yetiştirme	Deniz kabukları, tropikler, nadir bitki koleksiyonları Doğal enerji akımının kesintiye uğraması Gereksinin duyulan toprağın başka yere taşınması	Doğal çekiciliklerin yitirilmesi Doğal süreçlerin kesintiye uğratılması Yaban hayatın çeşitliliğinde azalma Hayvan çevresinin yıkımı ve kaybı Doğal olmayan bir yabani hayatın ortaya çıkarılması Bitki örtüsüne zarar verme Vahşi hayvanlarla rekabet

Kaynak: Kahraman ve Türkay, 2012.

Özellikle kırılgan ekosistemlerin olduğu destinasyonlarda turizmin çarpan etkisinin daha büyük olması sebebiyle turizmin varlığını devam ettirmesi adına turizmin gelişimini ve planlanmasını zora sokabilmektedir (Ionnaides vd., 2001). Buna rağmen turizmin ekonomik kazanç sağlaması sebebiyle çevre üzerinde meydana getirdiği olumsuz etkilerinin göz ardı edilmesi doğal, tarihi ve arkeolojik çevrenin tahrip edilmesine sebebiyet verebilmektedir. Beraberinde bu değerlerin korunmasına yönelik önemli tedbirlerin alınması üzerinde turizmden ekonomik kazanç elde edilebilmesinin önemli bir rolü bulunmaktadır. Bu nedenle turizm gelişebilmesi ve paydaşların ekonomik kazanç elde edebilmelerinin devamlılığı sağlanabilmesi için çevre bilincini arttırmaya yönelik çalışmaların yapılması, çevrenin öneminin vurgulanması, doğal alanların ve yaban hayatının korunması, çevreye verilen zararın azalmasına yönelik bilinçlendirme çalışmalarının yapılması ve yaptırımların uygulanması vb. faktörler çevre üzerinde olumlu etkilerin meydana gelmesine imkân sağlayacaktır (Kozak, Kozak ve Kozak, 2000: 104; Öztaş, 2002: 41).

Tablo 2.7: Turizmin Çevre Üzerindeki Olumlu Etkileri

Etmenler	Açıklama	Doğal Çevre Üzerindeki Etkisi
Turizmin gelişimi	Deniz yaşamı, ulusal ve bölgesel parkların geliştirilmesi	Doğal alanların ve yaban hayatının korunmasına yardımcı olma
Turistik açıdan otantik çekim merkezleri oluşturma	Mevcut tarihi yöre, anıt ve yapıların restorasyonunun yapılması veya iyileştirilmesi	Turistler için çekicilik taşıyan arkeolojik ve tarihi yerlerin korunmasını sağlama
Politikalar	Milli parklar, koruma alanları vb. alanların korunmasına yönelik politikalar geliştirilme Yerel halk, kamu yönetimi, turizm işletmeleri vb. üzerinde çevre bilincini arttırarak çevrenin önemine dikkatlerini çekme	Doğal çevreye fazla ilgi duymadığı ve korunması için fazla özen gösterilmeyen alanların korunmasını sağlama
İyileştirme	Yollar, havaalanları, su temini, kanalizasyon ve iletişim imkânları gibi altyapı donanımları ve hizmetlerin geliştirilmesi	Çevreye verilen zararın azalmasını sağlama

Kaynak: Dinçer Şen, 2010: 35-36-37.

Bu bağlamda tablo 2.6 ve tablo 2.7’de ifade edilen karşılıklı etkileşimler, turizm ve çevre ilişkisini kısaca ortaya koymaktadır.

2.5.3. Turizmin Sosyo- Kültürel Etkileri

Turizm'in bireysel davranışlar, aile içi ilişkiler, ahlaki kurallar, değer sistemleri, turizmin mevcut toplumsal değerleri ve örf ve adetler üzerindeki etkileri toplumun sosyo-kültürel yapısı üzerindeki etkilerini ifade etmektedir (Doğan ve Üngüren, 2010: 397). Bu nedenle, turizmin etkilerini değerlendirirken sadece ekonomik etkileri değerlendirmek doğru değildir. Çünkü bir destinasyonu ziyaret eden turist ile o destinasyonda yaşayan yerel halkın karşılıklı olarak birbirleri ile iletişim kurmaması neredeyse imkânsızdır. Hatta farklı sosyal yapıya sahip bulunan bireyler turizm sayesinde bir araya gelmekte ve kaynaşmaktadırlar. Gerçekleşen etkileşime bağlı olarak turizm üzerinde sosyo-kültürel etkiler hem olumlu hem de olumsuz sonuçların doğmasına sebep olabilmektedir. Örneğin bazı turistlerin kendi toplumlarından çok farklı bir toplumun içine girmelerinden dolayı bölgenin gelenekleri, görenekleri, dini yapısı, ahlaki yapıları vb. üzerinde bilgi sahibi olmamaları nedeniyle farklı davranışlar sergilemeleri ev sahibi yerel halk tarafından farklı algılanabilir. Yerel halk tarafından davranışların yanlış anlaşılması işletme veya yöre turizminin sona erdirilmesine sebep olabilir (Civelek, 2010: 333). Aynı zamanda turistler ile yerel halk arasında farklı görüşlere ve inanışlara sahip bulunan bireyler arasında meydana gelen etkileşim hoşgörü ve saygı ortamının gelişmesini de sağlayabilir. Gelişen saygı ve hoşgörü ortamı beraberinde merak duygusunun oluşmasına turizm hareketliliğinin meydana gelmesine sebep olabilmektedir. Hatta festivaller, şenlikler, panayırılar vb. bu durumun en güzel örnekleri içerisinde yer almaktadır. Fakat literatür incelendiğinde turizmin ekonomik etkilerini ele alan çalışmaların (Brougham ve Butler, 1981; Duffield, 1982; Milman ve Pizam, 1988; King vd., 1993; Lindberg ve Johnson, 1997 vb.) daha fazla olduğu hatta turizmin “bacasız sanayi” olarak ifade edilmesi, sosyal ve kültürel etkilerin ekonomik etkilere göre daha fazla göz ardı edildiğini ortaya koymaktadır.

Tablo 2.8: Turizmin Sosyal ve Kültürel Yapı Üzerindeki Etkileri

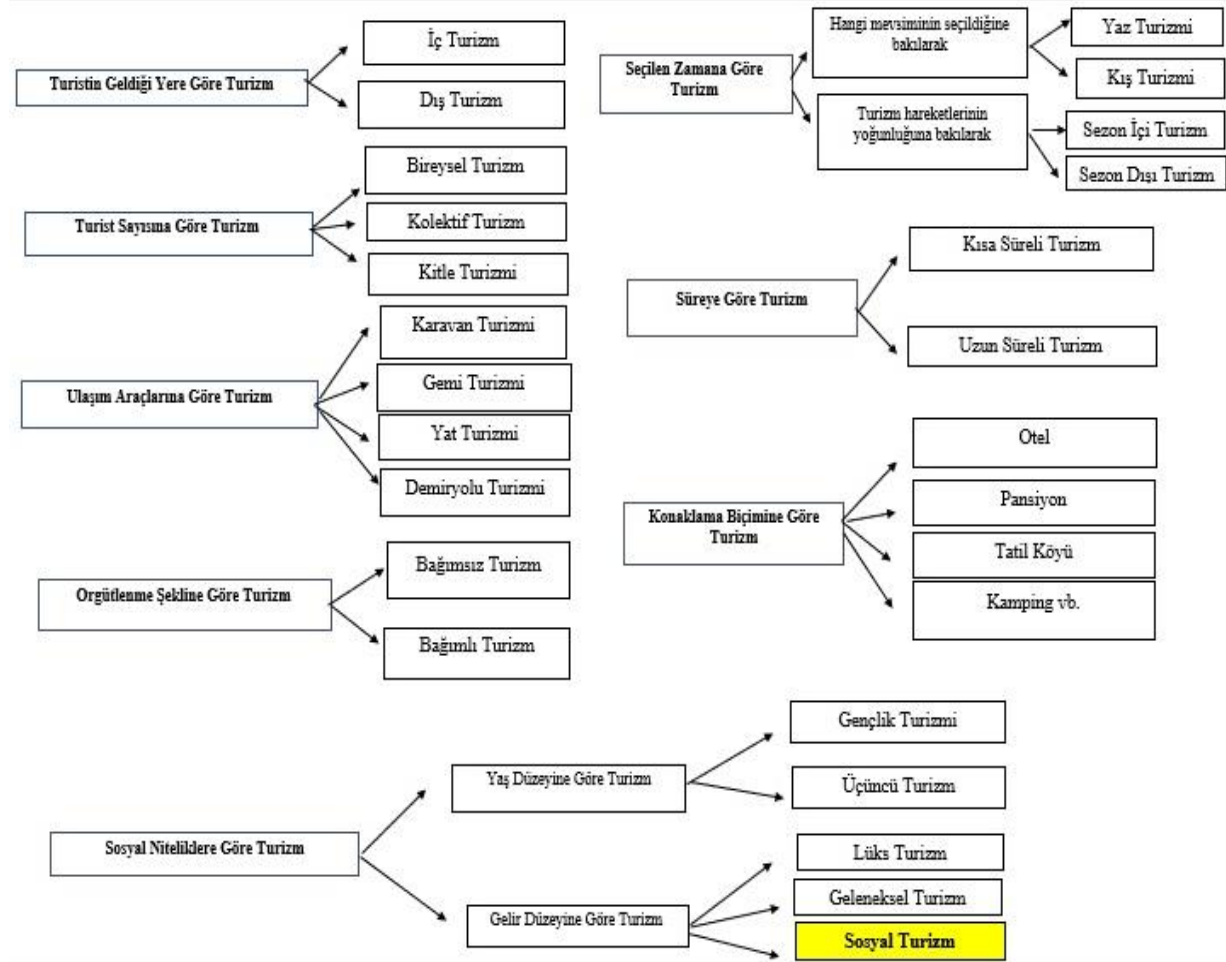
Turizmin Sosyal Yapı Üzerindeki Etkileri	
Eğitim Üzerindeki Etkiler	Hayat Standartları Üzerindeki Etkiler
Birey ve Aile Yapısı Üzerindeki Etkiler	Demografik Etkiler
Toplum Üzerindeki Etkiler	Sosyal Sınıflar Üzerindeki Etkiler
Turizmin Kültürel Yapı Üzerindeki Etkileri	
Turizmin Kültürün Bir Parçası Haline Gelmesi	Yabancı Yaşam Biçimlerinin Benimsenmesi
Yerel Sanatın İşlevinin ve Anlamının Değişmesi	Ahlaki Değer ve Davranışların Değişmesi
Yerel Halkın Dilinde Yabancı Sözcüklerin Sayısının Artması	Dini İnanç ve Davranışların Değişmesi

Kaynak: Gülü, Ö. (2011).

2.6. Turizm Çeşitleri

Turizm çeşitlerinin sınıflandırılması üzerine birçok yaklaşım bulunmaktadır. Çeşitli turizm tipolojileri için Paul Bernecker (1962), Cohen (1972), Plog (1977), Wahab (1978), Eralp (1983), Smith (1989), Amerikan Express (1989), Barutçugil (1986), Urry (1990), McKercher (2016) gibi birçok yazar sınıflandırma yapmıştır. Bu durumun temel nedeni ise turizmin çok kapsamlı ve birbiriyle yakın ilişkili pek çok konudan oluşmasıdır. Bundan dolayı kesin bir ayırım yapılması oldukça güçtür (Sarı, 2007: 46). Bu nedenle turizmi sınıflandırılırken; turistin geldiği yer, turist sayısı, seçilen zaman, sosyal nitelikler, turist yaşı, konaklama yeri, ulaşım araçları, örgütlenme şekli, konaklama biçimi, konaklama şekli, planlı gelişim yaklaşımı, hareketin şekli, sezon, ulaştırma şekli vb. kriterlerden faydalanılmış olması etkili olmuştur (Usta,2014: 13-14-15). Bu çalışmada ise Usta'nın sınıflandırmasına göre turizm çeşitleri incelenmiştir.

Şekil 2.2: Turizm Çeşitleri



Kaynak: Usta, Ö. (2014). “Turizm Genel ve Yapısal Yaklaşım” kitabından faydalanılarak oluşturulmuştur.

2.6.1. Turistin Geldiği Yere Göre Turizm

Turistin geldiği yere göre iç ve dış turizm olmak üzere ikiye ayrılmaktadır.

2.6.1.1. İç Turizm

İç turizm, vatandaşlarının kendi ülke sınırları içerisinde gerçekleştirmiş oldukları turizm faaliyetlerini ifade etmektedir. Pasaport, vize, yabancı dil ve döviz işlemleri gibi işlemleri gerektirmemektedir. Bununla birlikte turizm, bir ülkenin ulusal gelirinin bölgeler arasında eşit bir şekilde dağılımında önemli katkılar sağlamaktadır. Ekonomik olarak bu katkıların yanı sıra, turizme katılan bireylerin kendi ülkelerinin doğal ve kültürel değerlerini öğrenmelerini, iş yaşamlarındaki verimliliklerini artırmalarını sağlayan ve yüksek sosyal fayda sağlayan bir turizm biçimidir (Kozak vd., 2019: 23).

2.6.1.2. Dış Turizm

Dış turizm bir ülkenin sınırları dışında gerçekleştirilen faaliyetleri ifade eder. Bu turizm iç turizmden farklı olarak pasaport, vize, yabancı dil ve döviz işlemleri gibi gereksinimleri beraberinde getirmektedir. Ayrıca dış turizm ülke ekonomisine döviz girdisi ve çıktısı sağlayarak katkı sağlamaktadır. Dış turizm ülkeler arasında barış ortamının sağlanmasına, farklı kültürlerin öğrenilmesine, ulusal kültürlerin yanı sıra diğer kültürlerle karşı saygı bilincinin yaygınlaşmasına katkı sağlar (Kozak vd., 2009: 13). Dış turizmi kendi içerisinde pasif turizm ve aktif turizm olmak üzere iki farklı kategoride incelemek mümkündür.

2.6.2. Turist Sayısına Göre Turizm

Turizm, katılan turist sayısına göre bireysel, kolektif ve kitle turizmi olmak üzere üçe ayrılmaktadır.

2.6.2.1. Bireysel Turizm

Bireysel turizm, bireylerin tek başlarına yaptıkları seyahatleri ve konaklamaları ifade eden turizm hareketidir.

2.6.2.2. Kolektif Turizm

Kolektif turizm, genellikle belirli bir çevreden olanların belirli bir plan ve program dahilinde düzenlediği turizm türüdür (Tunç & Saç, 2008: 31).

2.6.2.3. Kitle Turizmi

Kitle turizmi, gelir durumu ve toplumsal düzeyleri ayrı olmasına rağmen geniş halk tabakalarının turizme katılması ile oluşan turizm hareketidir (Ercan, 2014: 47).

2.6.3. Seçilen Zamana Göre Turizm

Turizm faaliyetleri, hangi mevsim seçildiğine bakılarak (yaz ve kış turizmi) ve turizm hareketlerinin yoğunluğu niteliklerine (sezon içi ve sezon dışı turizm) bakılarak sınıflandırılabilir.

2.6.3.1. Yaz Turizmi

Yaz turizmi, genellikle deniz turizmi ile ilişkilendirilen ve sıcak iklimlerde gerçekleştirilen boş zaman ve rekreasyon etkinliklerini içeren bir turizm şeklidir (www.tursab.org.tr).

2.6.3.2. Kış Turizmi

Kış turizmi, temel olarak karın bulunduğu alanlarda ve kış sporlarının öncelikli olarak geliştiği merkez ve alanlar üzerinde yoğunlaşan bir turizm şeklidir (Ülker,1992: 12, Ülker, 2006: 21).

2.6.3.3. Sezon İçi Turizm

Sezon içi turizm, yaz mevsiminde deniz, güneş ve kum turizmine bağlı ortaya çıkan bir turizm şeklidir.

2.6.3.4. Sezon Dışı Turizm

Sezon ve sezon dışı kavramı genellikle yaz ve yaz mevsimi dışında gerçekleşen turizm faaliyetlerini ifade etmektedir. Ancak farklı ülkelerden farklı turizm türleri gelişme gösterebilir. Örneğin, bir ülkede kış turizmi ana turizm faaliyetideyken, sezon turizmi kavramı ‘kış turizmi’ olarak adlandırılır. Sezon dışı ise yaz aylarında katılan turizm türlerini ifade etmektedir (Kozak vd.,2009).

2.6.4. Süreye Göre Turizm

Turizm kapsadığı süre açısından kısa süreli ve uzun süreli turizm olmak üzere ikiye ayrılır.

2.6.4.1. Kısa Süreli Turizm

Kısa süreli turizm, hafta sonu tatili veya bir başka yere yolculuk sırasında çoğunlukla dört gecelemeden az olan konaklama ile gerçekleşen turizm şeklidir (Usta, 2014: 14).

2.6.4.2. Uzun Süreli Turizm

Uzun süreli turizm, sürekli yerleşme yeri dışında en az dört geceleme konaklama ile gerçekleşen turizm şeklidir (Usta, 2014: 14).

2.6.5. Ulaşım Araçlarına Göre Turizm

Bireylerin bir turizm faaliyetine katılmak için bulundukları mevcut yerlerden başka yerlere seyahat etmelerini ifade eden bir turizm şeklidir (Taştan ve Kızılırmak, 2019: 46). Bu aşamada turizm ulaşım araçlarının türüne bağlı olarak karavan, gemi, yat ve demiryolu turizmi olmak üzere dört ana gruba göre sınıflandırmaktadır.

2.6.5.1. Karavan Turizmi

Karavan turizminde insanlar bulundukları yerlerden karavanları ile seyahat etmekte ve istedikleri yerlerde konaklama imkânı bulabilmektedir. Bu açıdan bakıldığında karavan turizmi, insanların ulaşım, konaklama, bir dereceye kadar yeme ve içme ihtiyaçlarını kendileri karşılayarak, değişik ülkeler görüp tanımak amacıyla karavanlar ile yaptıkları seyahatleri ifade etmektedir. Aynı zamanda karavanla yapılan tatil, daha çok daha gelişmiş ülkelerdeki turistlerin tercih ettikleri, bununla beraber gelişmekte olan ülkelerde de yaygınlaşmaya başlayan bir tatil şeklidir (Usta, 2014: 15).

2.6.5.2. Kruvaziyer (Gemi) Turizmi

Kruvaziyer turizmi, belirlenmiş bir rota üzerinde seyreden gemilerin sunduğu olanaklar ile gemi üzerindeki olanakları ve rota üzerindeki destinasyonlara gerçekleştirilen turistik faaliyetleri (kara turları, dalış aktiviteleri vs.) kapsayan bir turizm türüdür (Bayazıt, 2015: 22).

2.6.5.3. Yat Turizmi

Yat turizmi, deniz üzerinde seyahat etmek ve eğlenmek amacıyla yatlarla, yat limanları, koylar, körfezler ve barınaklar arasında konaklama ve diğer hizmetlerinde gerçekleştirildiği bir turizm türüdür (Sezer, 2013: 105). Bu yatlar, genellikle spor ve gezi amaçlı olarak kullanılırlar ve 150 gros tondan daha küçük, 33 metreden daha kısa ve 12'den daha fazla yolcu sayısına sahip deniz araçları olarak ifade edilmektedir (Doğaner, 2001: 38).

2.6.5.4. Demiryolu (Tren) Turizmi

Tren turizmi, bir veya birden fazla özelliği olan trenlerle ya da nostaljik özelliğe sahip bulunan trenler aracılığıyla belirli güzergahlara yapılan seyahatleri ifade etmektedir. Bu turizm çeşidi kendi içerisinde konaklama ve ağırlama hizmetlerini sunmaktadır.

2.6.6. Örgütlenme Şekline Göre Turizm

Turizm, örgütlenme şekillerine göre kişisel olarak veya araçlarla yapılmasına bağlı olarak ikiye ayrılır.

2.6.6.1. Bağımsız Turizm

Bağımsız turizm, kişilerin kendi yaptıkları programa göre seyahat etme hareketlerini ifade etmektedir (Usta, 2014: 15).

2.6.6.2. Bağımlı Turizm

Bağımlı turizm, kişilerin seyahat acentesi veya tur operatörleri aracılığı ile yaptıkları seyahatleri ifade etmektedir (Usta, 2014: 15).

2.6.7. Konaklama Biçimine Göre Turizm

Konaklama faaliyetlerinde bulunan hizmet kalitesinin ve tesislerinin kuruluş yerlerinin farklılığına göre otel, pansiyon, kamping tatil köyü gibi çeşitli bölümlere ayrılan bir turizm şeklidir (Usta, 2014: 15).

2.6.8. Sosyal Niteliklere Göre Turizm

Sosyal niteliklere göre turizm, gençlik ve üçüncü yaş turizmi gibi yaş gruplarına göre ve lüks, geleneksel ve sosyal turizm gibi gelir düzeylerine bağlı olarak iki katogoride incelenmektedir.

2.6.8.1. Gençlik Turizmi

Gençlik turizmi, 15-25 yaş grubunda yer alan bireylerin aileleri olmaksızın bireysel ya da grup olarak, yurt içinde veya yurt dışında gerçekleştirdikleri turizm hareketidir (Öztürk & Yazıcıoğlu, 2002: 9).

2.6.8.2. Üçüncü Yaş Turizmi

Üçüncü yaş turizmi, 50 yaş ve üzerindeki bireylerin evlerinden, iş yerlerinden ve günlük ihtiyaçlarını karşıladıkları yerlerden uzaklaşarak yaptıkları seyahatleri ve bu seyahatler

sırasında turizm işletmelerinin sunduğu ürün ve hizmetlere talep ederek geçici ve kısa süreli konaklamalarını içeren bir turizm türünü ifade etmektedir (Yıldırım, 1997: 77).

2.6.8.3. Lüks Turizmi

Lüks turizm, genellikle yüksek gelir düzeyine sahip bireylerin ya da küçük grupların tercih ettikleri bir turizm türüdür. Bu bireyler, genellikle çok pahalı konaklama tesislerinde konaklama faaliyeti gerçekleştirilmektedir ve lüks ulaşım araçlarını seyahatlerinde tercih etmektedirler. Özellikle büyük ve lüks kumarhaneler, bu turizm türüne katılan bireylerin en çok tercih etmiş oldukları mekânları oluşturmaktadır (Taştan ve Kızılırmak, 2019: 46).

2.6.8.4. Geleneksel Turizm (Orta Sınıf Turizmi)

Geleneksel turizm diğer bir ifade ile orta sınıf turizmi turistik tüketim hizmetlerine sahip bulunan ve geleneksel seyahat ve konaklama işletmelerinin sunduğu hizmetlerden faydalanan ve bu bireylerin ailelerinde faydalandığı bir turizm türüdür (Usta, 2014: 15).

2.6.8.5. Sosyal Turizm

Sosyal turizm kar amacı güden ve gütmeyen kurum ve kuruluşların girişimleri olmadan tatil yapamayacak olan bireyleri içeren bir turizm türüdür ve çeşitli farklı girişimlerin etkileşimi sonucunda ortaya çıkmıştır (Minnaert, Maitland ve Miller, 2009: 316). Detaylı olarak araştırma konumuz olan sosyal turizm üçüncü bölümde incelenmiştir.



Fotoğraf 2.1 : Sosyal Turizme Katılım Sağlayan Dezavantajlı Bireyler

Kaynak: <https://www.turizmebakis.com/sosyal-turizm/> (Erişim Tarihi:11.01.2023).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

SOSYAL TURİZM’İN GENEL ÇERÇEVESİ

3.1. Sosyal Turizm Kavramı

Sosyal turizm kavramı, ekonomik güçleri nispeten zayıf olan kesimin birtakım kolaylaştırıcılar yoluyla turizm hareketine katılmaları ve bundan doğan ilişkilerin bütünü olarak ifade edilmektedir (Usta, 1982: 7). Sosyal turizmin en eski tanımlardan birini yapan Hunziker 1951 yılında sosyal turizmi “*toplum içinde yaşayan dezavantajlı grupların ya da ekonomik açıdan zayıf kesimlerin turizm faaliyetine katılımları noktasında ortaya çıkan bir tür fenomen ve/veya ilişkiler*” olarak ifade etmiştir (Hunziker,1951;1). Hunziker daha sonraki yıllarda ise sosyal turizm kavramının içeriğinde birtakım yorumlamalarla zenginleştirmeler yaparak sosyal turizmi “*Özel/moral hizmetlere bağımlı, düşük gelir sahibi bireylerin katılımları ile nitelik kazanan özel bir turizm türü*” şeklinde tanımlamıştır (Hunziker, 1957’den Akt. ; Minnaert vd., 2012: 20).

Sosyal turizmle ilgili yapılmış çeşitli tanımlar tablo 3.1’ de verilmiştir.

Tablo 3.1: Sosyal Turizm Tanımları

Sosyal Turizm Tanımları	
Haulat (1964)	Sosyal turizm kavramı; satın alma gücü zayıf olan halk tabakaların turizme katılmalarından doğan olay ve ilişkilerin tümünü ifade etmektedir.
Akoğlu (1971)	Sosyal turizm, satın alma gücü (ekonomik gücü) az veya sınırlı olan halk tabakalarının birtakım özel tedbirler ile turizm olayına katılmalarından doğan ilgilerin bütünüdür.
Caspar (1976)	Bazı özel kolaylıklarla az gelirli kişilerin turizme katılmalarıdır.
Yılmaz (1984)	Sosyal turizm iktisaden zayıf kitlelerin bir takım özel tedbirler ve kolaylaştırıcılar yolu ile turizm faaliyetine katılmalarının sağlanmasından doğan ilişkilerin tümüdür
Olalı (1984)	Sosyal turizm, zamanımızın sosyal gelişme anlayışı içinde, ekonomik güçleri nispeten zayıf olan memur, işçi ve öğrenci gibi kitleler tarafından yapılan seyahatlerin meydana getirdiği iş ve ilişkilerdir.
Hall (2000)	Toplumdaki ekonomik olarak zayıf ya da başka dezavantajları olanların seyahate katılmalarının sonucunda turizm alanında ortaya çıkan ilişkiler ve olgulardır (Hall, 2000: 141).
ISTO(2003)	Sosyal turizm, iyi tanımlanmış sosyal yöntemler sayesinde, nüfusun düşük gelirli kısımlarının turizme iştirak etmesinden doğan tüm kavram ve olaylardır.
BITS (2003) göre	Turizme katılımdan ve daha özel olarak düşük gelirli grupların katılımından kaynaklanan etkiler ve olgulardır.
Minnaert, Maitland ve Miller (2011)	Sosyal turizmi, katma ahlaki değeri olan ve birincil amacı turizm alışverişinde ev sahibine veya ziyaretçiye fayda sağlamak olan turizm olarak tanımlamaktadır.
Bıçkı, Ak, Özgökçeler ve (2013)	Sosyal turizm, turizmi özel gereksinimleri olan bireyler (engelliler, gençler, çocuklar, yaşlılar, tek ebeveynli aileler vb.) için daha “erişilebilir” hâle getiren tüm girişimleri ihtiva eden; çeşitli sektörler, aktiviteler ve gruplar için sosyal ve ekonomik faydalar üreten bir turizm türüdür.
Turizm Bürosuna (USTB) göre	Sosyal turizm, iyi tanımlanmış sosyal yöntemler sayesinde nüfusun düşük gelirli kısımlarının turizmde iştirak etmesinden doğan tüm kavram ve olayları ifade etmektedir (Sümer,2010: 34).

Yukarıdaki yapılan tanımlar çerçevesinde bir faaliyetin sosyal turizm olarak ifade edilebilmesi için EESC üç koşulun yerine gelmesi gerektiği ifade etmektedir. Bu koşullar maddeler halinde aşağıda ifade edilmiştir (EESC, 2006).

- Birincisi, kitlelerin içinde bulunduğu hayat şartlarının turizm hakkını kısmen veya tamamen kullanmayı imkânsız hale getirmesi gerekmektedir. Bu durum; ekonomik koşullar, fiziksel veya akli yetersizlik, kişisel veya ailevi yalnızlık, düşük hareketlilik, coğrafi zorluklar ve gerçek bir engel teşkil eden çeşitli sebeplerden dolayı kaynaklanması gerekmektedir.
- İkincisi, bir kişi, bir kamu kurumu veya özel kuruluş, bir şirket veya en azından örgütlenmiş bir grup insanın, insanların turizm haklarını kullanmaları önündeki engelin ortadan kaldırılması için harekete geçmeye karar vermiş olması gerekmektedir.
- Üçüncüsü, bu hareketin etkili olması ve bir grup insanın sürdürülebilirlik, erişilebilirlik ve dayanışma değerlerine saygı duyan bir şekilde turizme iştirak edebilmesine yardımcı olunması gerekmektedir.

Yukarıda ifade edilen koşullar sebebiyle sosyal turizm, fakir turizmi, işçi turizmi, halk turizmi ve kitle turizmi kavramları ile bazı bilim insanları tarafından eş anlamlı olarak kullanılmıştır. Fakat bu kavramların anlam karşılıklığına yol açması sebebiyle aşağıda açıklanarak anlam karışıklığının ortadan kaldırılması ve sınırlayıcı ifadeler ile sosyal turizmin tanımlanmasının önlenilmesi hedeflenmiştir (Usta, 1982, Bıçkılı vd., 2013: 49, Sonuç, 2016, Minnaert vd., 2011).

3.1.1. Fakir Turizmi

Sosyal turizmin hedef kitlesini oluşturan bireylerin ekonomik gücü zayıf olması sebebiyle çeşitli kar amacı gütmeyen kurum ve kuruluşlar tarafından bu bireylerin tatile çıkabilmesi için desteklenmesi gerekmektedir. Bu nedenle bazı bilim insanları tarafından sosyal turizm, fakir turizmi olarak adlandırılmıştır. Ancak sosyal turizmin bireyler arasında eşitliği sağlanması, herkesin tatile çıkma hakkının bulunduğu görüşüne sahip olması ve adil turizm olarak da ifade edilmesinden dolayı bireyler arasında ayrıcalık ifade eden kelimelerin kullanılması, bireylerin duygusal olarak kendilerini kötü hissetmelerine sebebiyet verebilmektedir. Beraberinde bu durum bireylerin turizm faaliyetlerine katılım oranlarının azalmasına ve toplumdan kendilerini dışlanmış hissetmelerine neden olmaktadır. Bu bağlamda sosyal turizm yerine fakir turizm kavramının kullanılmasının doğru olmadığı görülmektedir.

3.1.2. Kitle Turizmi

Sosyal turizm kavramı yerine geçmişte daha çok “kitle turizmi” kavramı kullanılmıştır. Kitle kavramı incelendiğinde 2 temel anlamının olduğu ortaya konulmuştur (Hunzinker,1951: 11). Birincisi, kitle halinde insanların turizm faaliyetlerine katılmasıdır. Bu açıdan kitle kavramına bakıldığında; niceliksel bir kavram özelliği taşıdığı ancak turizm hareketlerinin niteliksel bakımından açıklanması yönünden de uzak kalmakta olduğu görülmüştür. Kitle kavramının ikinci anlamı incelendiğinde ise organik bir oluşumu ifade ettiği belirtilmiştir. Bu bağlamda bireysel turistik hareketlerin karşısını ifade etmek amacıyla kitle kavramının kullanılmakta olduğu görülmüştür (Usta, 1982).

İki temel anlamından hareketle kitle turizmi ifadesi turizm faaliyetlerine gruplar halinde bütün bireylerin katılabileceğini ifade etmesi nedeniyle özel bir turizm türü olan ve bireylerin tek başlarına da katılabileceği “sosyal turizm” kavramı ile eş anlamlı olarak kullanılamayacağı görülmektedir (Caspar, 1976: 5).

3.1.3. İşçi Turizmi

Sosyal turizm kavramı bazı bilim insanları tarafından işçi turizmi olarak ifade edilmiştir. Ancak işçi turizmi, sosyal turizmin bünyesinde yer alan bir turizm türüdür. Bu nedenle işçi turizmini sosyal turizmle eş anlamlı olarak kullanmak, sosyal turizmin kapsamını daraltılmasına diğer bir ifade ile dezavantajlı diğer bireylerin (iktisadi güçleri nispeten zayıf olan yaşlılar, çocuklar, emekliler vb.) yok sayılmasına sebebiyet vermektedir (Yılmaz, 1984: 10). Bu nedenle sosyal turizm kavramı ile işçi turizmi kavramı eş anlamlı olarak kullanılmamalıdır.

3.1.4. Halk Turizmi

Sosyal turizm kavramı yerine geçmişte “halk turizmi” kavramının kullanılması gerektiği genellikle ifade edilmiş ve bu durumdan dolayı yoğun biçimde bilimsel tartışmalar gerçekleştirilmiştir. Fakat sosyal turizmin ayırt edici özelliklerinden birisi olan “gelir seviyesi düşük olan halk tabakalarını” içermesi ve “halk” kavramının tüm dünya dillerinde toplumun bütününe ifade etmesi sebebiyle sosyal turizm kavramının yerine kullanılması uygun değildir (Usta, 1982: 5). Çünkü toplumun bütün bireylerinin ekonomik seviyesi aynı olmaması sebebiyle ekonomik gelir seviyesi yüksek olan bireylerin çeşitli kurum ve kuruluşlar tarafından desteklenerek tatile çıkma gereksinimi duymamamaktadırlar. Fakat ekonomik gelir seviyesi düşük olan bireyler çeşitli kurum ve kuruluşlar tarafından desteklenilmezse hayatları boyunca

belki de tatile çıkamamayacaktır. Bu nedenle ekonomik gelir seviyesine göre farklı çalışmaların yapılması gerekmektedir.

Yukarıda tanımlamalardan hareketle sosyal turizmin, işçi turizmi, halk turizmi, kitle turizmi ve fakir turizmi türlerinden farklılık göstermekte olduğu görülmektedir. Çünkü kitle turizminin amacının genel olarak toplu halde yapılıyor olması, işçi turizminin sosyal turizm içerisinde sadece işçi kesimi içerisinde kalan bireyleri ifade etmesi, fakir turizmin sosyal turizmin özellikleri ile çatışması ve halk turizminin belirli bir kesimi ifade etmeyip tüm bireyleri kapsaması nedeniyle bu turizm türleri sosyal turizmden ayrılmaktadır. Kısaca sosyal turizm kavramı *“gelir düzeyi düşük olan bireylerin, sabit ve sınırlı kazançlarıyla turizm hareketlerine katılmaya her zaman imkân bulamaması veya turizm faaliyetlerine tamamıyla uzak kalan kitlelerin turizme katılmalarına yönelik özel bir turizm türü”* olarak ifade edilebilir (Usta, 1982).

3.2. Sosyal Turizmin Özellikleri

Sosyal turizm, ekonomik gelir seviyesi düşük olan dezavantajlı bireylerin tatile çıkabilmesini kendine misyon olarak belirlemiştir. Bu nedenle belli başlı özellikleri bulunmaktadır. Bu özellikler maddeler halinde aşağıda kısaca açıklanmıştır (Demirkol, 1835: 4-5 & Akgün, 1993: 7);

1. Sosyal turizm, iktisadi güçleri sınırlı olan kitlelere hitap etmesi gerekmektedir. Bu kitleler; emekliler, işçiler, ev hanımları, memurlar, gençler, yaşlılar, engelli bireyler, çiftçiler, esnaflar ve zanaatkârlar gibi gelir seviyesi düşük olan bireylerden oluşmalıdır.
2. Sosyal turizm içerisinde yer alan bireyler, sosyal anlayış içerisinde turizm faaliyetlerine katılmaları gerekmektedir.
3. Dezavantajlı bireylerin turizm faaliyetlerine katılmalarının zor olmasından dolayı çeşitli önlemler ve uygulamalar aracılığıyla bireylerin turizm faaliyetlerine katılımlarına yardımcı olunması gerekmektedir. Bu nedenle devlet tarafından kredilerin verilmesi, sendika girişimlerinin gerçekleştirilmesi, özel indirimler sağlanması, tasarruf sandıkları, kooperatifler ve özel konaklama tesislerinin kurulması gibi başlıca faaliyetlerin gerçekleştirilmesi gerekmektedir.
4. Turizmden geniş kitlelerin yararlanabilmesi için turizm faaliyetlerinin erişebilir olması veya oldurulması gerekmektedir.

Yukarıdaki özelliklerden hareketle dezavantajlı bireylerin topluma entegre edilmesi, tatile çıkabilmesinin sağlanması ve tatile çıkabilmeleri için çeşitlili imkanların ve fırsatların bireylere sunulması gerekmekte olduğu görülmektedir.

3.3. Sosyal Turizmin Amaçları ve Hedefleri

Sosyal turizmin temel amacı, ekonomik gücü zayıf olan kesimin turizm faaliyetlerine katılımının sağlanmasıdır. Bu doğrultuda sosyal turizm, ekonomik gücü zayıf olan bireylerin bütününe turizm faaliyetlerine katılımının sağlanmasını, bireylerin fiziksel yorgunluğunun giderilmesini, ruh sağlıklarının kazanılması veya iyileşmesini, doğadan daha çok yararlanılmasını ve çeşitli eğlence imkânlarının bireylere sunulması gibi boş zamanlardaki temel ihtiyaçlara yöneliminin gerçekleşmesini sağlamayı hedeflemektedir. Özellikle çalışma nedeniyle meydana gelen yıpranmaya bir tepki olarak ortaya çıkan sosyal turizm, günlük alışılmış yaşantılardan uzaklaşmaya, elverişli özel ortam içinde huzur bulmaya, sessizlik ve dinlenme olanakları sağlamayı kendisine misyon olarak belirlemiştir. Bu nedenle sosyal turizmin sunduğu tatiller, fiziksel bir dinleme özelliği de taşıdığı ifade edilebilmektedir. Diğer amaçları ise şu şekilde sıralanabilir (Usta, 2014: 49 & Usta, 1982: 12):

- İnsanların, özellikle çalışan kesimin düşünce ve değer yargılarının genişletilmesi,
- Sosyal kaynaşmanın sağlanması,
- Kötü alışkanlıkların azaltılmasının sağlanması,
- Bireylerin daha iyi yaşam şartlarına sahip olabilmesinin sağlanması,
- Bireylerin kendi ülkelerini tanımasına olanak sağlanması,
- Bireyler arasında yakınlaşma ve dostluk duygularının geliştirilmesi,
- Turistlere karşı bireylerin tatile çıkamaması nedeniyle beslenen kin, nefret, öfke gibi duyguların önlenmesi veya azaltılabilmesi,
- Sosyal eşitliğin sağlanması ve bu durumun sosyo-ekonomik yapı içinde yayılması,
- Yaşlılar için yeniden aktif bir yaşam ortamının yaratılması vb. amaçlamaktadır.

Avrupa’da uygulanan sosyal turizm örneklerinde bahsi geçen amaçlar değişik şekillerde gerçekleştirilmekte olduğu yapılan çalışmalar incelendiğinde görülmüştür. Örneğin, Fransa’da uygulanan tatil çeki sistemi, bütün toplumda tatil faaliyetlerine katılan insan sayısını arttırmaya yöneliktir (Diekmann vd. , 2012: 37). İspanya’daki IMSERSO programı yaşlıların yaşam kalitelerini iyileştirme, turizm sektöründeki işsizlikle mücadele etme gibi çeşitli amaçlara sahip bulunmaktadır (Flanders Belgium Tourism Notebook, 2009: 80).

Morgan vd. (2015) ise yaptığı çalışmada, ekonomik olarak dezavantajlı olan yaşlıların sosyal turizm faaliyetlerine katılması sonucunda sosyal turizmi, kaçış, dinlenme, arkadaşlık edinme, anıları hatırlama ve eşin ölümüyle birlikte kimliklerini yeniden ortaya çıkarma fırsatları bulduklarını ortaya koymuştur. Ferrer vd. (2015) yaptığı çalışmada sosyal turizm faaliyetlerine katılım sağlayan bireyler ile bireylerin sağlık koşulları arasında bir ilişki olup olmadığı

araştırmıştır. Araştırma sonucunda turizme katılan yaşlıların, turizme katılmayanlara göre daha aktif ve sağlıklı oldukları ortaya koymuştur. Bu nedenle sosyal turizmin amaçlarının gerçekleştirilebilmesi amacıyla çeşitli kanunlar ve kurum ve kuruluşlar aracılığıyla desteklenmesi ve yapılan çalışmalar artırılarak toplumun refah seviyesi yükseltilmelidir.

Sosyal Turizm'in özellikleri ve amaçları doğrultusunda sosyal turizmin hedefleri kısaca maddeler halinde şu şekilde ifade edilebilir (Akgün, 1993: 18):

- Turizmin iktisadi güçleri zayıf kitlelere ulaştırılması,
- Bireylerin kendi ülkelerini tanıma fırsatı sağlaması ve yeni tanıdığı insanlara dostluk, arkadaşlık vb. bağların kurulmasının sağlanması,
- İktisadi güçleri zayıf kitlelerin düşünce ve değer yargılarının gelişmesi,
- İnsanların diğer insanlara kendisini karşılaştırmasının önüne geçilmesi,
- Barış içinde yaşama bilincinin gelişmesi ve geniş kitlelere ulaştırılması,
- Yaşlılar için yeni bir yaşam ortamının hazırlanması,
- Bireyler arasında sosyal dengenin sağlanması,
- Sürdürülebilir turizm faaliyetlerinin gerçekleştirilebilmesi,
- Bireylere alışılmışın dışında, değişik yaşam ortamı, huzur, sessizlik ve dinlenme imkânları sunulması ve sağlanması hedeflenmektedir.

Yukarıda ifade edilen hedeflerin gerçekleşmesi beraberinde dayanışma turizmi üzerinde etkisini göstermektedir. Çünkü gelir seviyesi yüksek olan bireylere göre dezavantajlı bireylerin alışverişlerini daha faklı yerlerden yapmaları, harcama yaptıkları alanlarda düşük gelirli yerel halka ekonomik kazanç elde edilebilmesini sağlamaktadır ve bu durum beraberinde o bireylerinde turizm faaliyetlerine katılımlarına olanak sağlamaktadır (Minnaert, Maitland ve Miller, 2011). Dolayısıyla sosyal turizmin çok çeşitli hedef kitlesi, ürün tipi, öngörülen getiri ve motivasyonlarının olması sebebiyle Minnaert vd. sosyal turizmin tanımı üzerinde zenginleştirmeler yaparak sosyal turizmi; *“Öncelikli amacı turizm mübadelesinde ya evsahibi ya da ziyaretçiye fayda sağlamak olan, ek bir etik değer taşıyan turizm”* olarak tanımlamışlardır (Minnaert vd., 2007; 2009a; 2011).

3.4. Sosyal Turizmin Ortaya Çıkışı ve Tarihsel Gelişimi

Sosyal turizmin hangi tarihte ve hangi koşullar altında ortaya çıktığına dair net bir bilgi bulunmamasından dolayı iki farklı görüş bulunmaktadır. Birincisi; sosyal turizmin 18. yüzyılda ortaya çıkan sanayi devriminin bir sonucu olarak 19. yüzyılda çağın en gelişmiş endüstrisine sahip bulunan İngilterede ortaya çıktığı görüşüdür. Bu görüşün nedeni ise sanayi devrimi ile

beraber fabrikaların, atölyelerin hızla çoğalması ve çalışan kitlelerin dinlenme, eğlenme vb. sosyal ihtiyaçların ortaya çıkmasıdır. Sosyal ihtiyaçların ortaya çıkmasıyla beraber işverenlerin çalışan bireylerine yıllık izinler vermeye başlaması, daha sonra ücretli izin hakkını çalışan bireylerine tanıması ve toplu seyahatler düzenlemeleri sosyal turizmin ortaya çıkmasında etkili olduğu ifade edilmektedir (Usta,1982 & Gülersoy,1962). İkinci görüş ise sosyal turizm'in 20. yüzyılın başlarında rakımı yüksek olan yerlerde, beden egzersizlerine dayanan tatillerde uzmanlaşmış kurumlar tarafından ortaya çıktığı ya da İsviçre ve Fransa'daki yoksul ailelerin çocukları için kurulan tatil kampları ile başladığı olduğu görüşüdür (Bıçkıcı vd., 2013: 58). Sosyal turizmin ilk formlarına ise resmî makamlar, İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra dâhil olmaya başlamıştır. Bu katılım, Birleşik Krallık, Hollanda gibi ülkeler tarafından müdahaleyi tercih etmeyen bir tutum altında sergilenmiş olmasına rağmen sosyal turizm faaliyetlerini organize eden Fransa, İtalya, Portekiz ve İspanya gibi ülkelerde işçi hareketleri ile sıkı bir ilişki içerisinde gerçekleşmiştir (Bıçkıcı vd., 2013: 55). Sosyal turizmi teşvik etme çabaları özellikle 1950'li ve 1960'lı yıllarda hız kazanmaya başlamış ve merkezi Brüksel'de olan ve bugün hâlen geniş çaplı tanıtım ve temsil işleriyle uğraşan ISTO de dâhil birçok kurum, kuruluş, birlik ile eşgüdüm sağlayan bu oluşum bu dönemlerde ortaya çıkmıştır (EESC, 2006). 1894 yılında ise ilk defa Avusturyada sosyal turizm ile ilgili çalışmalar yapmak için kurulan "Naturfreunde" derneği sosyal turizmin öncülüğünü yapmıştır ve bu derneğin çeşitli ülkelere hatta kıtalara yayılması sonucunda sosyal turizmin gelişmesinde önemli bir rol oynamıştır (Usta,1982: 9). Uluslararası Sosyal Turizm Bürosu tarafından 1994 yılında Sosyal Turizm Bildirgesi yayımlanmıştır. Bu bildirgede sosyal turizmin genel çerçevesini belirlenmiş ve sosyal turizm toplumu şekillendiren, ekonomik büyümeyi teşvik eden ve küresel kalkınma programlarında bir ortak olarak rol oynayacağı vurgulanmıştır (ISTO, 1996). Daha sonrasında birçok ülke sosyal turizmi kalkınma planları içerisine dâhil etmiştir.

3.4.1. Avrupa'da Sosyal Turizmin Gelişimi

Sosyal turizmin özel şartları bulunmaktadır. Bu nedenle Usta, sosyal turizmin Avrupa'da doğduğunu ve Avrupa'nın toplumsal yapısı içerisinde şekillendiğini ifade etmektedir. Bu durumun nedeninin ise Avrupada yaşayan bireylerin ortaçağlardan günümüze kadar turizm hareketliliklerindeki rolleri ile sanayi devrimi sonucunda sosyal politikaların ilk olarak Avrupada uygulanmaya başlanmasının etkili olduğunu ifade etmektedir (Usta, 1982). Beraberinde;

- İngiltere'de 1890 yılında ilk ücretli izinin "London and North-Western Railways" şirketi tarafından verilmesi,

- 1891 yılında modern anlamda ilk sosyal turizm kuruluşunun kurulması,
- 1894 yılında “Naturfreunde” derneğinin kurulması,
- 1903 yılında ücretli tatil hakkının Bern (İsveç) Kantonunda yasalaşması,
- 1919 yılında Avusturya’nın ücretli tatil hakkını bireylerine tanınması,
- 1925 yılında İsveç, Norveç ve Almanya’da ücretli tatil hakkının bireylere tanınması,
- 1935 yılında İrlanda’da The Sunshine Fund’un (Güneş Işığı Fonu) 7 ile 10 yaş arasındaki çocuklara yaz tatili düzenlemesi,
- 1936 yılında uluslararası anlamda ücretli yıllık izinlerin düzenlenmesi,
- 1938 yılında Almanya’da devlet tarafından “Alman İş Cephesinin” Kurulması,
- 1950 yılından itibaren Polish Tourist and Country Lovers’ Society (Polonya Turist ve Ülkeyi Sevenler Topluluğu) kuruluşunun doğal ve tarihi güzelliklerin korunması ve yurt içi turizmin canlandırması amacıyla seyahatler düzenlemesi,
- 1975 yılında Birleşik Krallık’ta Family Holiday Association (Aile Tatil Birliği) kurulması,
- 1982 yılında Fransa’da “Fransız Ulusal Tatil Fişleri Acentesi’nin kurulması,
- Çeşitli sosyal turizm projelerinin Avrupa’da gerçekleştirilmesi vb. durumlar etkili olmuştur.

Yukarıda ifade edilen bilgilerden hareketle sosyal turizm ile ilgili çalışmaların ilklerinin ve çoğunun Avrupa’da yapılmış olması nedeniyle sosyal turizm Avrupa’da daha hızlı bir gelişme göstermiş olduğu ifade edilmektedir.

3.4.2. Türkiye’de Sosyal Turizmin Gelişimi

Ülkemizde sosyal turizmin gelişimi diğer Avrupa ülkelerine göre çok yeni bir olgudur ve 1960 yılından itibaren (Gülersoy, 1962 & Çoruh, 1971 & Usta, 1978) ülkemizde gündeme gelmeye başlamıştır (Yılmaz,1984: 8, Küyük,2012). Özellikle 1960 yılında yürürlüğe konan “*Yıllık Ücretli İzin Kanunu*” ile işçilerin boş zaman kavramının oluşmaya başlaması, bireylerin sosyal ihtiyaçlarına zaman ayırabilme fırsatını oluşturmuştur (Yılmaz,1984: 8). Bu nedenle sosyal turizmin ülkemizde gündeme gelmeye başlamasında “Yıllık Ücretli İzin Kanunu”nun önemli bir rolü olduğu ifade edilebilmektedir. Akabinde 1963 yılında ortaya konulan “*Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı*” içerisinde iç turizmin gelişmesine yönelik yapılan çalışmalara bağlı olarak sosyal turizm devlet kurum ve kuruluşlarında gündeme gelmeye başlamıştır (Demir, 2012). Fakat ülkemizde iç turizm gelişmesine yönelik olarak sosyal turizmin bir alternatif olarak görülmesi sebebiyle 1975 yılına kadar sosyal turizmin gelişmesine yönelik herhangi bir

uygulama gerçekleştirilmemiştir. Ancak 1965 yılında yürürlüğe konan “*devlet memurları kanunu*” ile azami çalışma süresinin (40 saat) düzenlenmesi, bu düzenlemenin ardından çalışma süresinin haftada 5 güne indirilmesi sonucunda “*haftasonu tatilleri*”nin meydana gelmesi, “*bayram tatili*” izinlerinin verilmesi vb. uygulamalar ülkemizde tatil katılım oranlarının artmasını sağlamıştır (Demir, 2012 & Yılmaz, 1984 & Mugan Ertuğral ve Kızılırmak, 2012). Fakat gerçekleştirilen bu uygulamalar, ülkemizin elverişli bir ortama sahip bulunulmasına rağmen sosyal turizmin ülkemizde gelişmesi için yeterli olmamıştır (Bıçkı vd., 2013: 64). Bu durumun nedeni ise ülkemizde “*engel kanuna*” göre bireylerin gelirlerinin zorunlu ihtiyaçlara ayrılan kısmının, yüzdelik dilim içersinde düşük gelirli gruplarda daha yüksek bir orana sahip bulunmasıdır (Yılmaz, 1984: 29). Bu nedenle “*Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı*” (1973-1977) içerisinde sosyal turizmden direk olarak bahsedilerek toplumun bir kesiminin değil tamamının tatile katılım sağlanabilmesi için çeşitli uygulamalara ve maddelere (“*Turizm faaliyetlerinin bütünü içinde sosyal turizmin gelişmesine önem verileceği ve kamu personellerinin sosyal turizm faaliyetlerine iştirak eden konaklama tesislerinde geçirecekleri tesislerin maliyetinin düşürüleceği*” ifade edilmiştir) plan içerisinde yer verilmiştir (Bıçkı vd., 2013 & Kalkınma Bakanlığı).

Sosyal turizmin gelişmesine yönelik ilk uygulama olan “*tatil kredisi*” uygulanması 1975 ve 1984 yılları arasında T.C. Turizm Bankası A.Ş.’nin öncülüğünde gerçekleştirilmeye başlanmıştır. 1992 yılından itibaren ise gençlere yönelik olarak Kültür Turizm Bakanlığı tarafından ücretlerin kurum tarafından karşılandığı gençlik kampları, etkinlikler gibi çeşitli uygulamalar gerçekleştirilmeye başlamıştır. TCDD İşletmesi de toplumun çeşitli kesimlerine yönelik olarak Aile İndirimi, Grup Taşımaları, Uluslararası Gençlik Taşınması, Euro Mini Grup, Inter Rail, Euro Domino ve Öğrenci İndirimi vb. uygulamalar ve teşvikler gerçekleştirerek bireylerin turizm faaliyetlerine katılabilmelerine olanak sağlamıştır (Kozak, 2009, 25). Turizm Bakanlığı da 1993 yılında kamu kamplarını turizme açmayı amaçlayan çalışmalar yapmış ve kamu kamplarının envanteri oluşturulmuştur (Kozak, 2012: 21-22). Ancak ilerleyen süreçlerde kamu kamplarının özelleştirilmesi, dezavantajlı bireylerin turizm faaliyetlerine katılımlarında konaklama faaliyetlerinin tatil masraflarının %60’nı oluşması sebebiyle kısıtlayıcı bir etkenin ortadan kalkmasını sağlayamamıştır (Usta, 1982). Çünkü dezavantajlı olarak ifade ettiğimiz kesimin büyük bir bölümü bu uygulamalardan özelleştirilmesi sebebiyle faydalanamamıştır.

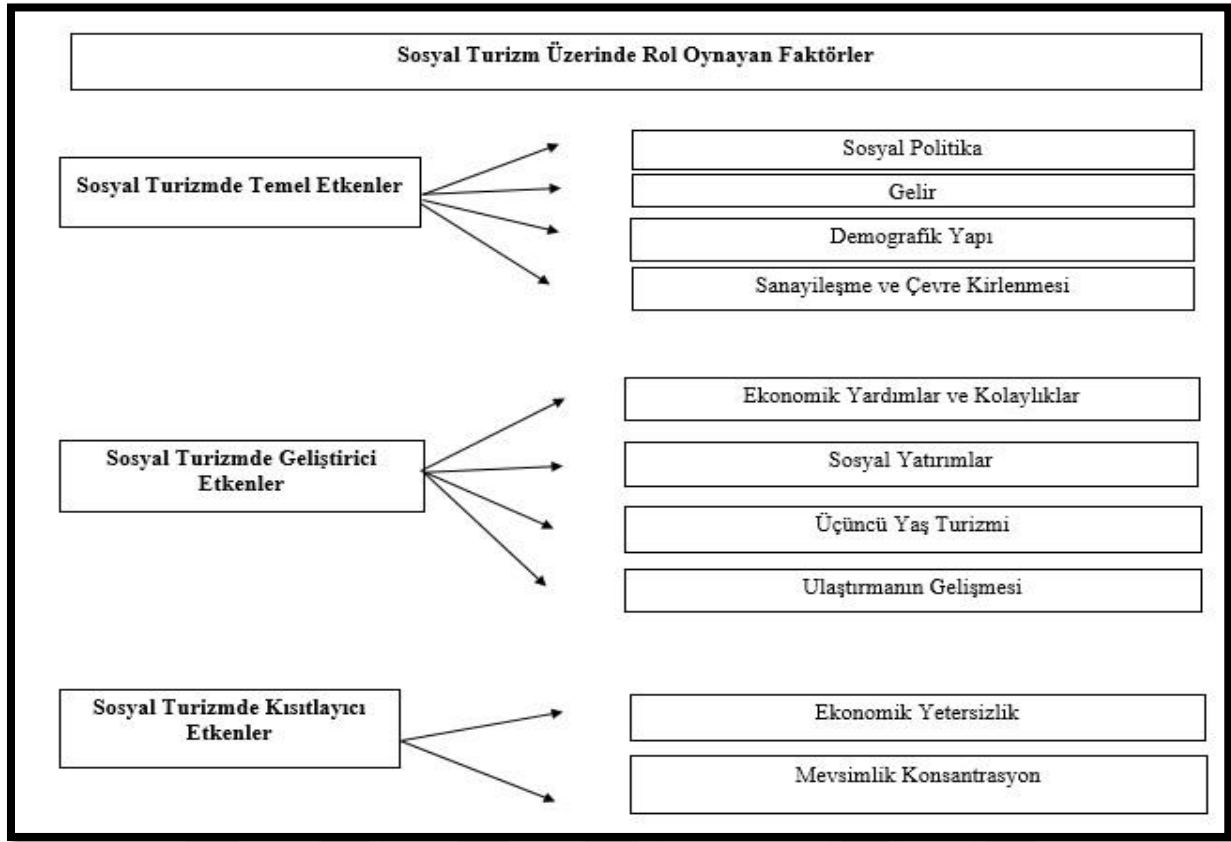
Master Card tarafından 2009 yılında ülkemizde 1000 kişiye uygulanan MasterIndex Yaz Tatili Araştırması sonucunda bireylerin %60’lık bir kesimin turizm hareketine katılmadığı, katılan bireylerin ise %35’nin akrabalarının veya tanıdıklarının yanında tatillerini geçirdikleri, bireylerin % 25’nin ise evde oturarak tatillerini geçirdikleri ortaya konulmuştur (Bıçkı vd.

2013). Bu bağlamda bireylerin tatile katılımları üzerinde konaklama faaliyetlerinin ne kadar önemli bir rol oynadığı görülmektedir. Antalya ilinin önemli destinasyon noktalarından birisi olan Konyaaltı ilçesinde ise 2022 yılında yerel halkın turizm faaliyetlerine katılım durumları ile katılımlarına engel olan unsurlar varsa ortaya koymak amacıyla yapılan bir çalışmada araştırmaya katılan 72 katılımcının 2022 yılı ve öncesinde tatil yapmak amacıyla %72,8'inin Konyaaltı turizm bölgesine gelemediği, %60,2'sinin ise tatile çıkmalarına engel oluşturan en önemli faktörün maddi imkansızlıklar olduğu ortaya konulmuştur. Beraberinde bireylere sosyal turizm ile ilgili görüşleri sorulduğunda %98,6'sının ülkemizde gerçekleştirilen sosyal turizm ile ilgili çalışmaları yeterli bulmadıkları görülmüştür (Sarı vd. 2022: 32). Bu bağlamda turizmin sadece imtiyazlı ve satın alma gücü yüksek olan varlıklı bireylerin katılımına uygun bir faaliyet olmadığı, toplumun farklı kesimlerinde katılım sağlayabilmesi amacıyla sosyal turizm faaliyetlerine ağırlık verilmesi gerekmekte olduğu yapılan çalışmalar incelendiğinde görülmektedir. Bu nedenle Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Eylem Planında ve Onbirinci Kalkınma Planında (2019-2023) dezavantajlı bireyler ile gençlerin daha fazla turizm faaliyetlerine katılım sağlayabilmeleri ve yararlanabilmelerine yönelik olarak belirtilen çeşitli sosyal turizm projelerinin (İkincil Konutların Turizme Kazandırılması Projesi), kamu ve özel sektör işbirliği ile harekete geçirilmesi gerektiğinin ne kadar elzem olduğu görülmektedir (Türkiye Turizm Stratejisi 2023, 2007: 9-10). Fakat bu projeler harekete geçirilirken daha önce yapılan hatalar (2023 yılına kadar ki süreçte ülkemizde iç turizm çoğunlukla kriz dönemlerinde dış turizmin alternatifi olarak gündeme gelmesi, sosyal turizmin yalnızca çeşitli kurum ve kuruluşlarda çalışan bireylere yoğunlaşması, 1975 ve 1984 yılları arasında sosyal turizmin gelişmesine yönelik ilk uygulama olan Türkiye Cumhuriyeti Turizm Bankası Anonim Şirketi'nin uygulamaya başladığı "tatil kredisi" uygulamasının belirli bir süre sonra sona erdirilmesi vb.) ile toplumumuzun özellikleri (insanların çoğunluğunun tarım ekonomik faaliyeti ile uğraşması ve bundan dolayı yaz turizmine katılma fırsatı bulamaması vb.) dikkate alınarak sürdürülebilir adımların atılması, ülkemizde sosyal turizmin gelişmesi ve bireylerin turizm faaliyetlerine katılım oranlarının hem artmasını sağlayacak hem de refah seviyesinin yükselmesi üzerinde önemli bir rol oynayacaktır (<http://egitek.meb.gov.tr> , Bıçkılı, vd. ,2013: 65, Mugan Ertuğral ve Kızılırmak,2012, Usta, 1978: 160).

3.5. Sosyal Turizm Üzerinde Rol Oynayan Etkenler

Turizm türleri üzerinde rol oynayan etkenler ile sosyal turizm türünün gerçekleşmesi üzerinde rol oynayan etkenler arasında bazı farklılıkları bulunmaktadır. Bu farklılıkların nedeni ise sosyal turizm'in kendine özgü yapısal özelliklere sahip bulunmasıdır (Usta, 1982: 13). Bu

bağlamda sosyal turizm üzerinde rol oynayan faktörler Usta'nın sınıflandırmasına göre bu bölümde incelenmiştir (Şekil 3.1 bkz).



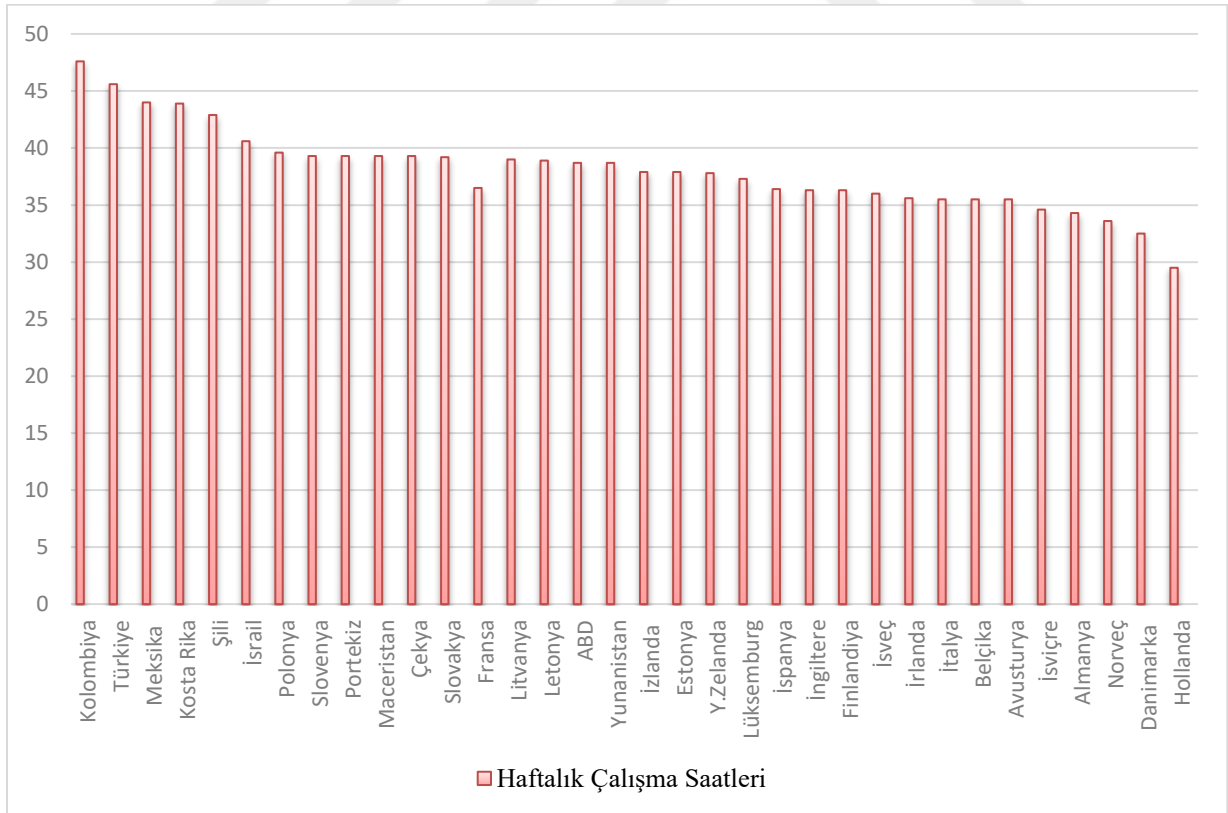
Şekil 3.1: Sosyal Turizm Üzerinde Rol Oynayan Etkenler
Kaynak: Usta,1982.

3.5.1. Sosyal Turizmde Temel Etkenler

3.5.1.1. Sosyal Politika

Sosyal politika kavramı, devletlerin belirlenen toplumsal amaçlarına ve hedeflerine ulaşabilmek amacıyla aldığı kararlar ile yürüttüğü uygulamaların bütünüdür (file:///C:/Users/gmzck/Downloads/Sosyal%20Politikaya%20Giri%C5%9F%20Ders%20Notu%201.pdf). Bu bağlamda devletlerin sosyal politikalar aracılığıyla günlük ve haftalık maksimum çalışma saatlerini düzenlemesi, eşit işe eşit ücret ilkesinin tanınması, bireylerin yaşam koşullarını sağlayabilecekleri bir ücreti belirlemesi ve yasalar ile güvence altına alması, iş sırasında meydana gelen veya gelebilecek olan kazalara karşı işçilerin haklarını koruyan maddelere yer vermesi gibi çeşitli uygulamaları gerçekleştirilmesi adaletsizliğin ve yoksulluk sınırında yaşayan bireylerin çalışma koşulları üzerinde iyileştirmeler meydana getirmiştir (https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---europe/---ro-geneva/---ilo-ankara/documents/publication/wcms_412382.pdf).

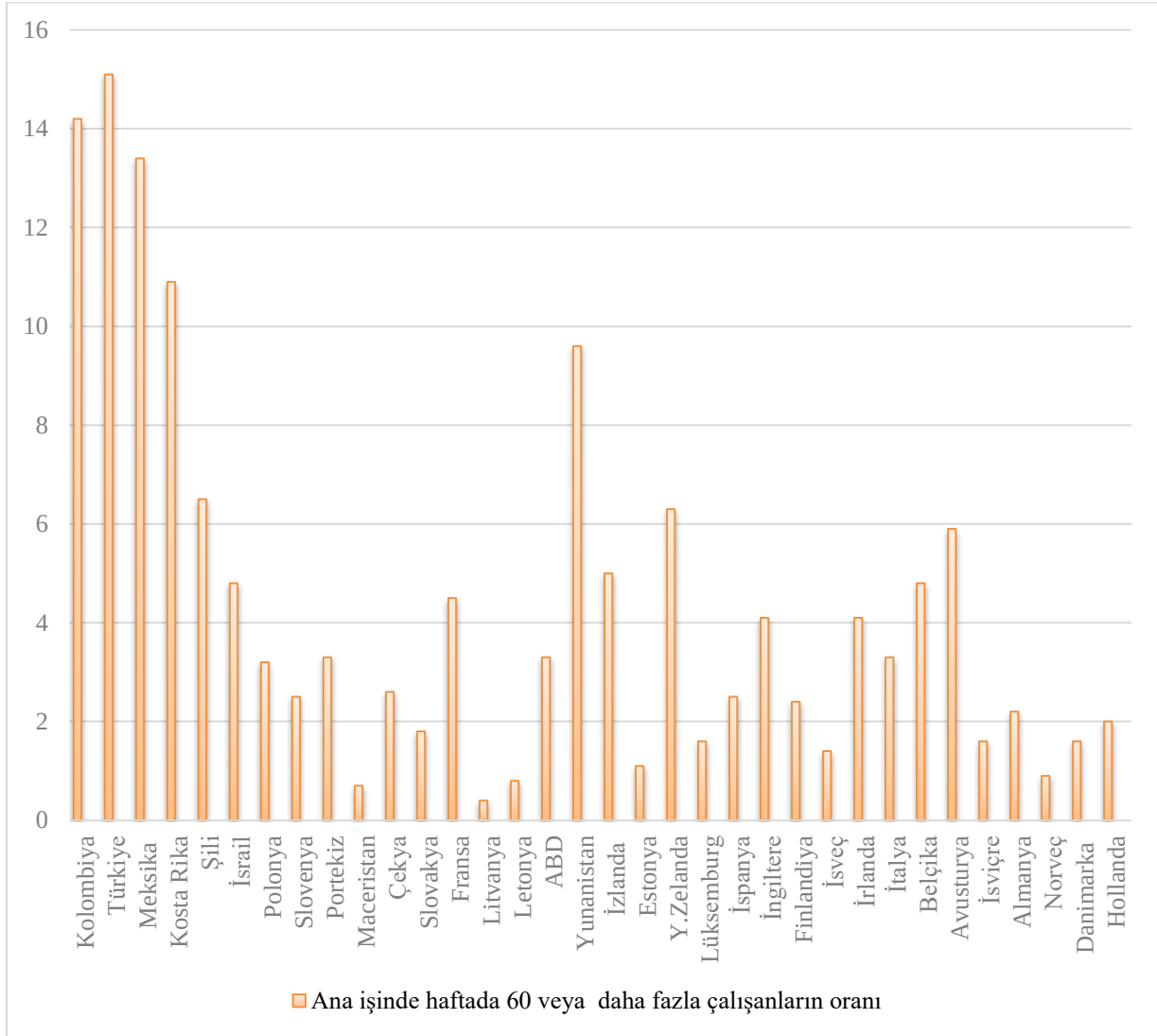
Özellikle batıda 19. yüzyılın ikinci yarısından 20. yüzyılın başlarına kadar ki süreçte sanayileşmenin olumsuz etkilerinden işçi kesimini korumak amacıyla toplumların iş ve ekonomik hayatına yönelik devletin müdahalesi aracılığıyla alınan tedbirlerin bütünü işçi kesiminin haklarının korunmasında ve sağlanmasında kilit bir rol oynamıştır (Usta, 1982: 14). Çünkü dezavantajlı bireylerin tatil, izin vb. uygulamalar ile ancak boş zamanları meydana gelebilmektedir. İlerleyen süreçlerde bireylerin haklarını daha fazla koruyabilmek amacıyla uluslararası açıdan da çeşitli düzenlemeler ile beraber anayasa maddeleri içerisinde bu bireylerin çalışma koşullarına yönelik iyileştirmelere daha fazla yer vermeye başlanmıştır. Çeşitli anlaşmalar ve çalışmalar ile de desteklenmiştir. Örneğin ILOYüksek Akı Taraflar, Uluslararası Çalışma Örgütü'nün “İşbu Anayasası” örnek olarak verilebilir (https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---europe/---ro-geneva/---ilo-ankara/documents/publication/wcms_412382.pdf). Bu uluslararası ve ulusal çalışmalar ile yaş sınırlarının uygulanması, ücretlerin belirlenmesi, sosyal güvenliğin sağlanması, tatil haklarının verilmesi gibi birçok hak dezavantajlı bireylerin sosyal ihtiyaçlarını gerçekleştirebilmelerine olanak sağlanmıştır. Aynı zamanda sürekli çalışan bireyler üzerinde meydana gelen yorucu etkiler, sağlık sorunları, iş üzerindeki ilgi ve verim seviyesinin düşmesine sebebiyet oluşturan etkenlerin ortadan kalkmasına olanak sağlanmıştır.



Grafik 3.1: Dünya’da Çeşitli Ülkelerdeki Haftalık Çalışma Saatleri (2020)

Kaynak: Eurostat (Erişim Tarihi: 20.12.2022).

Grafik 3.1 incelendiğinde 2020 yılında haftalık çalışma saatlerinin en az olduğu ilk ülkenin sırasıyla Hollanda (29,5), Danimarka (32,5) ve Norveçte (33,6) olduğu, en fazla çalışma saatlerine sahip olan ilk üç ülkenin de Kolombiya (47,6), Türkiye (45,6) ve Meksika (44,0) olduğu görülmektedir. Yapılan incelendiğinde ise çalışma saatlerinin daha az olduğu ülkelerde bireylerin daha fazla turizm faaliyetlerine katıldığını, iş verimliliğin daha yüksek olduğu görülmüştür.

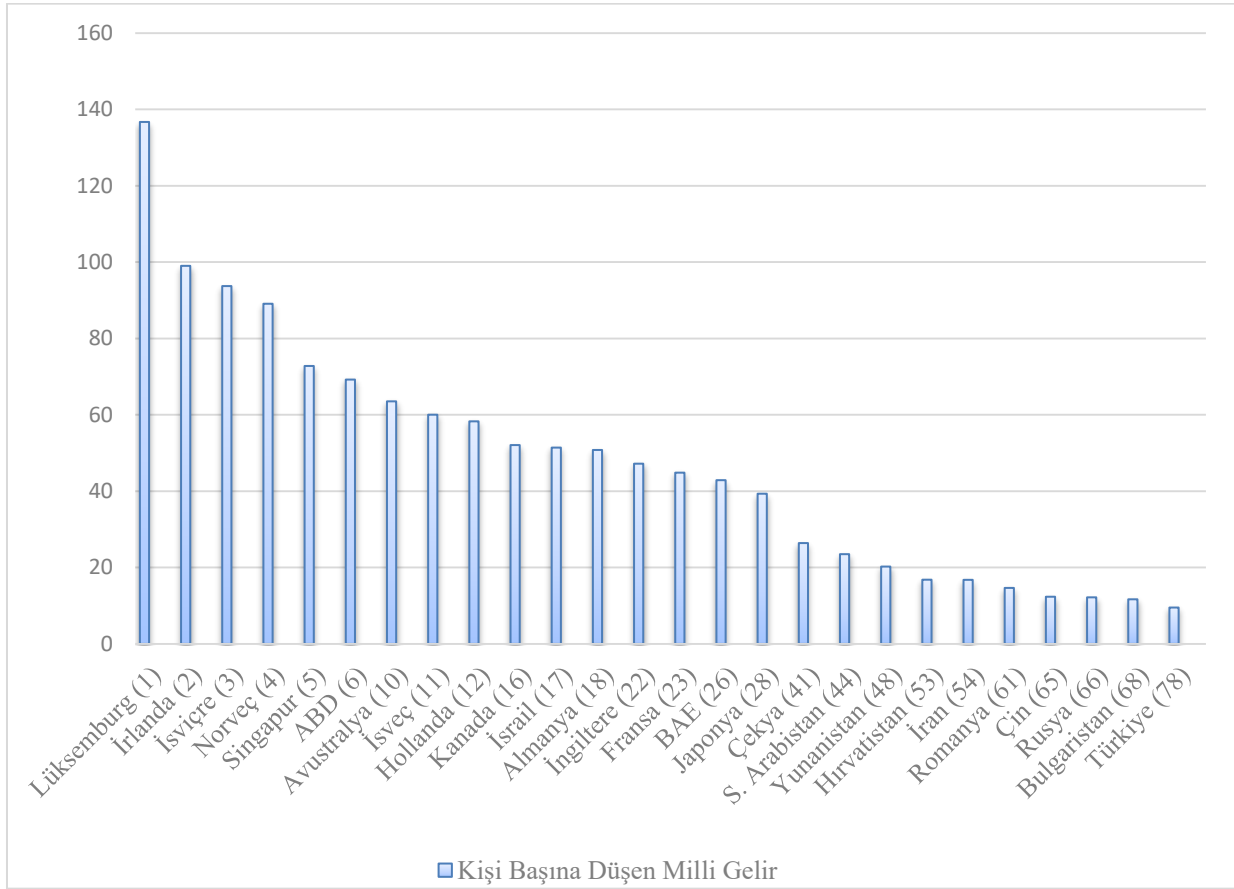


Grafik 3.2: Dünya’da çeşitli ülkelerdeki ana işinde haftada 60 veya daha fazla saat çalışanların oranı (2020)
Kaynak: Eurostat (Erişim Tarihi: 20.12.2022).

Grafik 3.2 incelendiğinde ana işinde haftada 60 veya daha fazla çalışan oranlarının en az olduğu ilk üç ülkenin ise sırasıyla Litvanya (0,4), Macaristan (0,7) ve Norveç (0,9) olduğu, en fazla olduğu ilk üç ülkenin de sırasıyla Türkiye (15,1), Kolombiya (14,2) ve Meksika (13,4) olduğu görülmektedir.

3.5.1.2. Gelir

Bireylerin turizm faaliyetlerine katılım sağlayabilmeleri için GSYH ve kişi başına düşen milli gelir dağılımlarının önemli bir rolü bulunmaktadır.



Grafik 3.3: Kişi Başına Düşen Milli Gelir (2021)

Kaynak: IMF (GSYH,Nisan 2022)

Grafik 3.3 incelendiğinde kişi başına düşen milli gelir seviyesinin en fazla olduğu ilk beş ülkenin sırasıyla Lüksemburg, İrlanda, İsviçre, Norveç ve Singapur olduğu görülmektedir (Grafik 3.3 bkz). Bu ülkelerde sosyal turizm faaliyetlerine olanak sağlayan kurum ve kuruluşların yapılan çalışmalarda incelendiğinde daha fazla olduğu ve ilk sosyal turizm çalışmalarına yönelik faaliyetlerin bu ülkelerde başladığı görülmüştür. Bu durumun nedeni ise gelir düzeyi düşük olan ülkelere, bireyler öncelikli olarak beslenme, barınma, konaklama vb. temel ihtiyaçlara öncelik vermelerinin etkili olduğu ifade edilebilir. Yılmaz (1984) yaptığı çalışmada, bireylerin“engel kanuna” göre gelirlerinin zorunlu ihtiyaçlara ayrılan kısmının, yüzde olarak, düşük gelirli gruplarda daha yüksek olduğunu, yüksek gelirli gruplarda ise bu durum tam tersi seyir ettiğini ifade etmiştir (Yılmaz,1984: 29). Bu nedenle gelir seviyesi ile bireylerin turizm faaliyetlerine katılım oranı arasında doğru bir ilişkinin olduğu ifade edilebilir.



Fotoğraf 3.1: İsviçre ve Avusturyada sosyal turizmin ilk yuvaları (Tabiat Dostları Evi).
Kaynak: Gülersoy, 1962: 13.

3.5.1.3. Demografik Yapı

Bireylerin yaşları, cinsiyet durumları, eğitim düzeyleri ve ekonomik durumları gibi bireysel, sosyal ve ekonomik özellikleri, rekreasyon alanı seçiminde ve türünde oldukça önemli bir role sahip bulunmaktadır. Bireylerin turizm faaliyetlerine katılımını demografik özellikler, hem sınırlayabilmekte hem de artırabilmektedir. Beraberinde bireylerin yönlendirilmesi ve zevklerinin oluşması üzerinde etkiler meydana getirmektedir. Bu bağlamda doğrudan ya da dolaylı olarak rekreasyonel alanların tercihinde demografik yapı etkili olmaktadır. Bu nedenle demografik yapının belirlenmesi yapılan çalışmalarda önem arz etmektedir (Şişman, Özyavuz ve Gültürk, 2019: 591).

Tablo 3.2: Demografik Değişkenlere Göre Tatil İçin Tercih Edilen Bölgeler

Değişkenler		Tatile Çıkarken Tercih Edilen Bölgeler							Toplam	Ki-kare
		Marmara Bölgesi (%)	Ege Bölgesi (%)	Akdeniz Bölgesi (%)	İç Anadolu Bölgesi (%)	K. deniz Bölgesi (%)	Doğu Anadolu Bölgesi (%)	G. D. Anadolu Bölgesi (%)		
Cinsiyet	Kadın	8,7	22,7	12,7	2,3	3,3	3,7	0,7	53,8	0,49
	Erkek	8,3	11,7	13,3	3	3,3	3,7	2,7	46,2	
Yaş	18 - 29	4,3	11	5,7	1,7	1,7	0,7	0	24,9	0,01**
	30 - 39	6	11,3	10,3	1	1,7	0,7	0,3	31,6	
	40 - 49	3	5,7	6	1,3	1,7	3,7	0,3	21,6	
	50 - 59	3	4,7	2,3	1	0,7	2	1	14,6	
	60 - 69	0,7	1	1	0,3	1	0	1,7	5,6	
	70 ve üstü	0	0,7	0,7	0	0	0,3	0	1,7	
Medeni Durum	Evli	8,7	20,7	12,7	4,7	4,3	6,7	2,7	60,5	0,01**
	Bekâr	5	10,7	10	0,7	1	0,7	0,3	28,2	
	Boşanmış	3,3	3	3,3	0	1,3	0	0,3	11,3	
Eğitim	İlköğretim	2,7	2	0,7	0,7	0,7	2,7	0,3	9,6	0,01**
	Lise	8,0	12,7	6,3	2	2,3	1,7	1,7	34,9	
	Ön lisans	3,3	7	6	0,7	2	0,7	0,3	19,9	
	Lisans	2,3	11,7	11,3	1,7	1,7	2,3	0,7	31,6	
	Lisansüstü	0,7	1	1,7	0,3	0	0	0,3	4	
Gelir	2000 ve altı	5	9,3	5,3	1,7	2,3	3,3	0	26,9	0,05*
	2001 – 5000	11,3	15,3	13,3	2,3	3	3,3	2	50,5	
	5001–10000	0,7	8	5	1,3	1	0,7	1	17,9	
	10000 üstü	0	1,7	2,3	0	0,3	0	0,3	4,7	
Tercübe	Evet	6,3	18	16,3	2,7	4	2	1,3	50,8	0,05*
	Hayır	10,7	16,3	9,7	2,7	2,7	5,3	2	49,2	

Kaynak: Bezirgan, 2018:556.

Tablo 3.2 incelendiğinde Bezirgan'ın 2018 yılında yaptığı çalışmada, kadın katılımcıların % 22,7'sinin tatile çıkarken Ege bölgesini tercih ettiği, erkek katılımcıların ise % 13,3'ünün Akdeniz bölgesini tercih etmiş oldukları görülmektedir. Katılımcıların tatil için tercih ettikleri bölgeler medeni durumlarına göre ele alındığında ise boşanmış bireylerin en fazla Marmara ve Akdeniz bölgesini tercih ettiği, evli ve bekâr bireylerin ise Ege ve Marmara bölgesini tercih ettiği tespit edilmiştir. Eğitim durumlarına göre incelendiğinde ön lisans, lisans ve lise mezunu olan bireylerin en fazla Ege bölgesini, ilköğretim mezunu olan bireylerin en fazla Marmara bölgesini, lisansüstü mezun olan bireyler ise en fazla Akdeniz bölgesini tercih ettiği görülmektedir (Tablo 3.2 Bkz.).

Tablo 3.3: Çeşitli Yıllarda Fransa'da Tatile Çıkanlarla Demografik Yapı Arasındaki İlişki

Nüfus Miktarına Göre Yerleşim Kategorileri	Tatile Çıkma Oranları			
	1969	1973	1974	1975
Tarımsal Yörelere	19,3	25,3	25,5	27,5
20.000'e kadar	38,3	40,8	43,6	47,4
20.000-100.000	51,4	53,7	52,4	57,0
100.000'den fazla (Paris Bölgesi hariç)	55,7	59,8	61,2	63,0
Paris Bölgesi (Paris hariç)	74,6	77,6	79,0	78,7
Paris	82,8	78,9	79,2	82,6
Ortalama	45,0	49,2	50,1	52,5

Kaynak: Les Vacances des Français en 1975, Secrétariat d'Etat Au Tourisme, No:10, Paris, 1976:36.

Fransa’da tatile çıkan bireyler ile demografik yapı arasındaki ilişki incelendiğinde tatile çıkma oranlarının bütün yıllarda tarımsal yörelerde daha az olduğu görülmüştür (Tablo 3.3 bkz.). Nüfusun artış gösterdiği ve yoğunluğunun fazla olduğu yörelere doğru gidildikçe ise tatile çıkma eğiliminin artış göstermiş olduğu yapılan çalışmalar incelendiğinde görülmüştür. Bu eğilimin temelinde ise nüfus arttıkça kentleşme olayının etkisini artırması ve bireyleri daha çok seyahatte, tatile çıkmaya sevk etmesinin önemli bir rol oynadığı ortaya konulmuştur (Usta, 1962: 27).

Bütün bu verilerden hareketle demografik yapının ortaya konulması, devletlerin turizm faaliyetlerine en fazla ve en az hangi gelir grubunun katılım sağlabildiği tespit edebilmesi, kırsal ve kentsel nüfusun turizm faaliyetlerine katılımında yaş grubu dağılımının ortaya konulabilmesi, bireylerin tatile çıkıp veya çıkamama durumunda etkili olan faktörlerin tespit edilmesi gibi çeşitli birçok özelliği ortaya koyması nedeniyle kilit bir rol oynamaktadır. Bu özelliklere bağlı olarak kamu ve özel sektör iyileştirme çalışmaları gerçekleştirilebilir.

3.5.1.4. Sanayileşme ve Çevre Kirlenmesi

Sanayi devrimi ile beraber bireyler turizm hareketlerine daha fazla katılma imkânı bulmuşlardır. Bireylerin turizm hareketlerine daha fazla katılmaları ve sanayi devriminin meydana getirmiş olduğu sorunlar (daha yoğun çalışma temposu, hava ve çevre kirliliği gibi) bireylerin tatile çıkma nedenleri üzerinde değişikliklerin meydana gelmesine sebebiyet vermiştir. Schwarz, “bugün bireylerin başlıca tatile çıkma nedenleri arasında ortam değişikliği, dinlenme, kendini bulma ve tanıma, değişiklik, başkalarıyla ilişki kurmak, özgürlüğü tatmak, sağlık gibi amaçların bulunmuş” olduğunu ifade etmiştir (Schwarz,1976: 163). Usta ise özellikle ortam değişikliğinin kentsel ve endüstriyel bölgelerde şiddetle ihtiyaç duyulan bir zorunluluk haline geldiğini vurgulamıştır. Başka bir ifade ile kent yaşamının baskıcı bir ortamın oluşmasına sebebiyet vermesi nedeniyle bireylerin bu ortamdan uzaklaşmak ve huzur bulmak amacıyla seyahat etmelerine neden olmuştur (Usta, 1982: 29). Dezavantajlı kesimin ise daha fazla çalışmak zorunda olması nedeniyle ortamdaki uzaklaşmaması, çalışmalarında düşüşlerin görülmesine, sosyal ilişkileri üzerinde ve psikolojileri üzerinde baskı hissetmelerine, kötü alışkanlıklar edinmelerine ve suç işleme oranında artışların yaşanmasına (Yiğit, Güven, Yılmaz & Temizkan, 2021, Gülersoy,1962 vb.) yalnızlaşmalarına ve tatile çıkan bireyler hakkında olumsuz düşünceler ile duygular beslemelerine sebebiyet vermiştir.

3.5.2. Sosyal Turizmde Geliştirici Etkenler

Dezavantajlı bireylerin imkânlarının sınırlı olması nedeniyle temel imkânların yanında birtakım kolaylaştırıcılarında sağlanması gerekmektedir. Bu nedenle geliştirici etkenler bu bölümde ayrı ayrı ele alınarak incelenmiştir.

3.5.2.1. Ekonomik Yardımlar ve Kolaylıklar

Dezavantajlı bireyler, çeşitli kurum ve kuruluşlar tarafından ekonomik yardım almadan veya bu bireylerinin tatile çıkabilmesi için çeşitli kolaylıklar sağlanmadığı takdirde tatile çıkabilmeleri pek mümkün değildir. Bu nedenle çeşitli engellerin ortadan kaldırılabilmesine yönelik uygulamaların gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Geçmişten günümüze sosyal turizm faaliyetlerinin gerçekleştirilebilmesi ve yaygınlaşması amacıyla uygulanan çeşitli uygulamalardan bazıları aşağıda maddeler halinde ifade edilmiştir. Bunlar;

- Özel seyahat veya tatil çeklerinin verilmesi,
- Tatil kredilerinin sağlanması,
- Taksitle tatil seçeneğinin sunulması,
- Erken rezervasyonların yaptırılabilmesi,
- Tatil köylerinin kurulması,
- Seyehat kuponlarının verilmesi,
- Tabiat dostları evleri, çift kat çadır bezinden yapılmış tatil evleri vb. tesislerin yaygınlaştırılması,
- Ulaşım araçlarında tatile çıkacak bireylere indirimli fiyatların uygulanması,
- Birden fazla çocuklu ailelere ekstra indirimlerin sağlanması,
- Sezon dışı mevsimlerde ulusal ve uluslararası turizm faaliyetlerinin propaganda yolu ile tanıtılması ve fiyat indirimlerinin (%10-30 arası) sağlanması,
- Sloganlar, televizyon vb. araçlarla her mevsim tatil yapılabileceği algısının oluşturulması,
- Çeşitli programlarda sosyal turizme yer verilmesi veya hazırlanması (Düşler Peşinde),
- Konaklama tesisleri ile sosyal turizm bireyleri arasında iletişimin ve bağlantının sağlanması (indirimli özel anlaşmalar vb.),
- Tasarruf sandıklarının (tatil sandıkları) kurulması ve yaygınlaştırılması,
- Öğrenci yurtlarının, özellikle gençlik turizmine yönelik olarak tatil döneminde kullanılması,
- Belediyelerin ilköğretim ve orta öğretim öğrencileri başta olmak üzere, gençler, kadınlar ve gelir düzeyi düşük olan insanlara yönelik şehir içi ve yakın çevredeki turistik çekiciliğe sahip yörelere çeşitli seyahatlerin ve aktivitelerin düzenlemesi,

- Birbirini tamamlayan işletmeler, fabrikalar ve iş kollarının plan oluşturarak farklı zamanlarda tatile çıkılmasının sağlanması,
- İzin haklarını yoğun çalışma zamanları dışında kullanan bireylere tatil imkânı sağlanması veya haftalık izinlerine ilaveten ekstra 2 gün daha izin verilmesi,
- Kamu kamplarında konaklamak isteyen tüm dezavantajlı bireylere kamu kamplarında konaklama hizmetinin sunulması gibi uygulamalar gerçekleştirilmiştir.

Yukarıda ifade edilen uygulamaların gerçekleştirilmesi hem bireyler arasında eşitliğin sağlanmasını hem de iç turizmin gelişmesini ve desteklenmesi yönünde önemli adımların atılmasında kilit bir rol oynamıştır (Kozak vd., 2014: 16, Gülersoy, 1962, Kızılırmak vd.,2012: 51-52).

3.5.2.2. Sosyal Yatırımlar

Sosyal yatırımlar başta sosyal girişimler olmak üzere kâr amacı gütmeyen kuruluşların finansmanı için son zamanlarda yaygın bir şekilde kullanılan yeni bir modeldir. Bu modelin misyonu sosyal, kültürel veya çevresel etkileri hesaplamaktadır. Bu etkiler hesaplanarak dezavantajlı bireylerin ihtiyaçlarına yönelik imkânların sağlanması ve sosyal sorunların ortadan kaldırılmasına hizmet etmektedir. Aynı zamanda kâr etme potansiyeli taşıyan iş modellerinin finansmanında bu modelden faydalanılmaktadır. Bu özelliklere sahip iş modelleri olumlu sosyal etkiler ve çalışmaları ile ölçekli bir şekilde büyütme imkânını sağlamakla beraber dezavantajlı bireylerin sosyal turizmin özelliklerine uygun olarak mümkün olabildiğince cüzi rakamlar ile tatil yapabilmesini sağlamaktadır (<https://degisimicinbagis.org/sosyal-yatirim-modelleri-ve-girisimcilik-filantropisi/>).

3.5.2.3. Üçüncü Yaş Turizmi

UNWTO üçüncü yaş turizmini, *“maaş kazanma ve çocuk yetiştirme gibi ikinci yaş evresindeki zorunlulukları büyük oranda azalmış veya tamamıyla sona ermiş, çoğunlukla boş zaman değerlendirme amaçlı olarak seyahat eden ve seyahatlerinde ticari turizm ağlarından ve tesislerinden faydalanan 50 yaş ve üstü bireyler”* olarak tanımlamaktadır (www.unwto.org).

Üçüncü yaş olarak ifade edilen bu bireylerin, yaş sınırı çeşitli çalışmalarda (en alt sınırı 50, 55, 60 ve 65) farklılık göstermesi sebebiyle ulusal ve uluslararası yapılan çalışmalarda genel olarak DSÖ'nün tanımı (*“65 yaş ve üzeri”* bireyler) esas almaktadır (Akoğlu, Acar& Zencir,2019:101). Bu bilgilerden hareketle tablo 3.4 incelendiğinde 65 ile 69 yaş arasındaki bireylerin 1961 yılında tatile çıkma oranı %20,4 olduğu, 1964 yılında tatile çıkma oranı %25,4 olduğu, 1969 yılında tatile çıkma oranı %30,3 olduğu, 1973 yılında tatile çıkma oranı %33,5

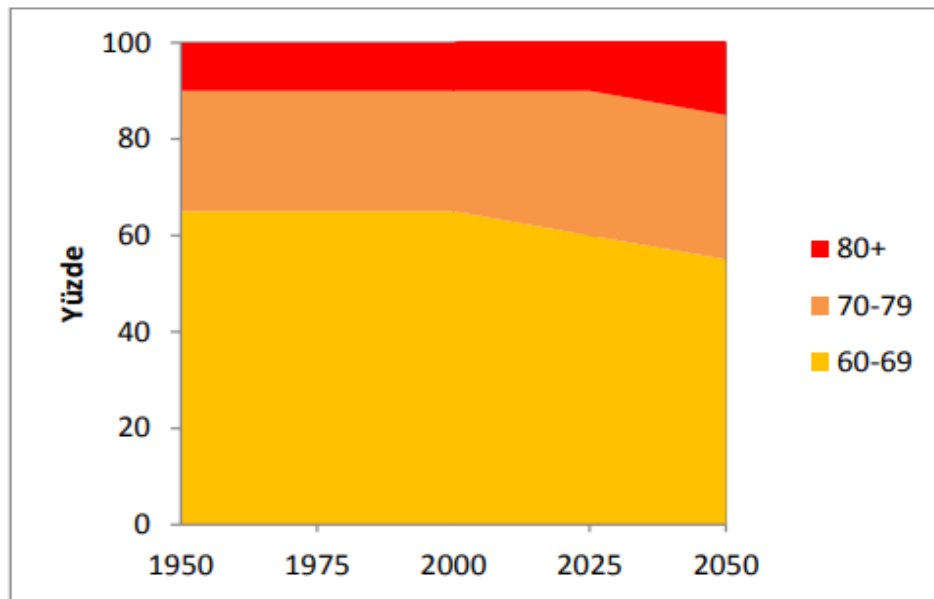
olduğu, 1974 yılında tatile çıkma oranı %33,6 olduğu, 1975 yılında tatile çıkma oranı % 36,5 olduğu görülmektedir. 70 yaş ve üzeri bireylerin 1961 ve 1964 yıllarında tatile çıkmadığı, 1969 yılında tatile çıkma oranının %22,7 olduğu, 1973 yılında tatile çıkma oranı %26,1 olduğu, 1974 yılında %24,5 olduğu ve 1975 yılında ise tatile çıkma oranı %26,2'ye yükseldiği görülmektedir (Tablo 3.4 bkz).

Tablo 3.4: Fransa'da 1961-1975 yılları arasında Tatile Çıkan Bireylerin Yaş Gruplarına Göre Dağılımı

Yaş Grupları	Yıllar					
	1961 (%)	1964 (%)	1969 (%)	1973 (%)	1974 (%)	1975 (%)
0-13	-	50,4	50,8	54,1	56,1	60,0
14-19	47,4	48,9	49,5	52,2	51,5	55,7
20-24	-	-	51,6	53,5	54,5	55,4
25-29	44,7	49,3	55,2	62,5	59,8	61,7
30-39	43,8	48,2	50,4	59,5	61,4	62,3
40-49	39,4	45,4	45,6	50,3	50,9	53,3
50-54	34,4	37,0	44,7	45,4	44,3	47,7
55-59	-	-	39,9	44,4	46,9	48,4
60-64	29,9	32,5	36,0	39,4	39,4	39,2
65-69	20,4	25,4	30,3	33,5	33,6	36,5
70 ve üzeri	-	-	22,7	26,1	24,5	26,2

Kaynak: Les Vacances des Français En 1975, Secrétariat d'Etat Au Tourisme, Statistiques du Tourisme, No:10, Paris, 1976, 36.

Bu bireylerin tatile çıkma oranları üzerinde meydana gelen değişim, ekonomik düzeni etkilemekle beraber tüm dünyada 65 yaş ve üstü bireylerin birçok işletme ve endüstri açısından önemli bir pazar olarak kabul edilmesinde etkili olmuştur (Çavuşgil Köse, 2015: 92). Özellikle de üçüncü yaş turizminin önemli bir pazar haline gelmesi üzerinde boş zaman kavramlarının bu bireylerde daha fazla olması, sezondışı mevsimlerde tatile çıkabilme fırsatlarının bulunması ve dünya nüfusunun günden güne yaşlanmasının da etkisi bulunmaktadır.



Şekil 3.2: Dünya'da Yaş Gruplarına Göre Nüfusun Oranı (1950-2050)

Kaynak: United Nations, World Population Ageing Report 2013, s.31, New York.

DESA tarafından hazırlanan rapora göre dünyanın gelişmiş bölümlerinde nüfusun %23'ü şimdiden 60 yaş ve üstündedir (Aydemir ve Kılıç, 2017) ve 2050 yılında her beş kişiden birinin 60 yaşında olacağının tahmin edilmesi, 80 yaş üstü birey sayısının da 392 milyon kişiye ulaşacağı öngörülmesi üçüncü yaş turizmine yapılan yatırımların artması gerektiği düşüncesinin yaygınlaştırılmasında etkili olmuştur (Lai, C., Li, X. ve Harrill, R. 2013, World Population Ageing Report, 2013) (Şekil 3.2 bkz.). Bu bağlamda yaşlı turistlerin seyahatlerini engelleyen bazı ekonomik ve sosyo-kültürel faktörlerin ortadan kaldırılması turist kabul eden ülkelerin hem bu pazardan daha büyük paylar alabilmeleri üzerinde hem de rakabet üstünlüğü sağlayabilmeleri üzerinde etkili olacağı ifade edilmektedir. Hatta Demunter'ın 2012 yılında yaptığı çalışmada, 65 yaş ve üstü bireylerin ortalama para harcama miktarının düşük olmasına rağmen 2006 ve 2011 yılları arasındaki (kriz süreci) süreçte turizm endüstrisinin ayakta kalabilmesi üzerinde önemli bir rol oynadığı ifade edilmiştir. Bu durumun nedeni ise 65 yaş ve üstü bireylerin turizm faaliyetlerine diğer yaş gruplarının aksine katılımlarının düzenli olarak artış göstermesi, daha uzun geceleme ve konaklama faaliyetleri gerçekleştirmeleri gibi faktörlerin etkili olduğu ortaya konulmuştur (Demunter, 2012: 3).

Tablo 3.5: Yaşlı Turistlerin Seyahatlerini Engelleyen Bazı Ekonomik ve Sosyo-Kültürel Faktörler

Yaşlı turistlerin seyahatlerini engelleyen bazı ekonomik ve sosyo-kültürel faktörler	
Yabancı dil problemi	Seyahat sigortaları
Bilgi eksikliği	Erişilebilirlik
Yaşlılar için özel olarak hazırlanmış ürün ve hizmet eksikliği	Yaşlılara uygun olarak hazırlanmış tesis eksikliği
Yaş ayrımcılığı	Seyahat veya organizasyon şartları
Finansal sorunlar	Yaşlı turistler için turistik çekiciliklerin eksikliği
Sağlık bakımı ve acil durumlar	Ulaşım yetersizliği

Kaynak: European Commission Enterprise and Industry Directorate-General, 2014: 6.

Avrupa ülkeleri de yaşlı turistlerin seyahatlerini engelleyen bazı ekonomik ve sosyo-kültürel faktörlerin etkisini azaltabilmek amacıyla çeşitli sosyal turizm programlarına (“Yaşlılar için en iyi destinasyon, Avrupa”, “Aktif Yaşlılık Programı” Sağlıklı Yaşlı Dostu Evler Programı (Healthy Age Friendly Homes Programme) vb. sloganlar ve uygulamalar) destek vermektedir. Bu sayede sezondışı mevsimlerde iç turizm faaliyetlerinde hareketlendirmeler meydana getirerek önemli bir gelir sirkülasyonunun gerçekleşmesini sağlamaktadır.

3.5.2.4. Ulaştırmanın Gelişmesi

Ulaştırma sistemleri, bireylerin seyahatleri mümkün hale getirmesinden dolayı turizm sektörünün önemli bir parçasını oluşturmaktadır (Doğaner, 2012: 19). Özellikle 19.yüzyılın ikinci yarısında demiryolu taşımacılığının başlaması, 20. yüzyıl boyunca otomobilin yaygınlaşması, 1970’li yıllardan sonra ise havayolu ulaşımının yaygınlaşması, turizmin

gelişmesine ve beraberinde de bireylerin daha fazla turizm faaliyetlerine katılımına olanak sağlamıştır (Pamelard, 2009).

Tablo 3.6: Yolcu Taşımacılığın Ulaştırma Türlerine Göre Dağılımı

Yıllar	Ulaşım Türü			
	Karayolu	Demiryolu	Denizyolu	Havayolu
1950	50,3	42,2	7,5	0
1960	72,9	24,3	2	0,8
1970	91,4	7,6	0,3	0,7
2000	96	2,2	0	1,8
2010	97,8	1,6	0,7	-
2015	89,2	1,1	0,6	9,1
2021	92,7	0,6	0,4	6,3

Kaynak: TCDD İşletmesi Genel Müdürlüğü, (2017). Demiryolu Sektör Raporu 2016,TC. Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı. Ulaşan ve Erişen Türkiye (2002-2022) Karayolu Sektör Raporu.

Tablo 3.6 incelendiğinde 1950 yılında karayolu ile seyahat eden kişi sayısının %50,3 olduğu, demiryolu ile seyahat eden kişi sayısının %42,2 olduğu, denizyolu ile seyahat eden kişi sayısının %7,5 olduğu görülmektedir. 1950 yılına oranla 1960 yılında karayolu ile seyahat eden kişi sayısının %22,6 arttığı, demiryolu ile seyahat eden kişi sayısının %17,9 azaldığı ve denizyolu ile seyahat eden kişi sayısının %5,5 azaldığı, havayolu ile seyahat eden kişi sayısının ise %0,8 arttığı görülmektedir. 1960 yılına oranla ise 1970 yılında karayolu ile seyahat eden kişi sayısının %18,5 arttığı, demiryolu ile seyahat eden kişi sayısının %16,7 azaldığı, denizyolu ile seyahat eden kişi sayısının %1,7 azaldığı ve havayolu ile seyahat eden kişi sayısının %0,1 azaldığı görülmektedir. 1970 yılına oranla 2000 yılında karayolu ile seyahat eden kişi sayısının %4,6 arttığı, demiryolu ile seyahat eden kişi sayısının %5,4 azaldığı, denizyolu ile seyahat eden kişi sayısının %0,3 azaldığı, havayolu ile seyahat eden kişi sayısının ise %1,1 arttığı görülmektedir. 2000 yılına oranla 2010 yılında karayolu ile seyahat eden kişi sayısının %1,8 arttığı, demiryolu ile seyahat eden kişi sayısının %0,6 azaldığı, denizyolu ile seyahat eden kişi sayısının %0,7 arttığı görülmektedir. 2010 yılına oranla 2015 yılında karayolu ile seyahat eden kişi sayısının %8,6 azaldığı, demiryolu ile seyahat eden kişi sayısının %0,5 azaldığı ve denizyolu ile seyahat eden kişi sayısının ise %0,1 azaldığı görülmektedir. 2015 yılında havayolu ile seyahat eden kişi sayısının ise 1950 ile 2021 yıllarında en yüksek değere ulaştığı görülmektedir. 2015 yılına oranla 2021 yılında karayolu ile seyahat eden kişi sayısının %3,5 arttığı, demiryolu seyahat eden kişi sayısının %0,5 azaldığı, denizyolu ile seyahat eden kişi sayısının %0,2 azaldığı ve havayolu ile seyahat eden kişi sayısının %2,8 azaldığı görülmektedir. 1950 ile 2021 yılları arasında bireylerin seyahat tercihlerinde demiryolu ve denizyolu ulaşım sistemlerinde azalmaların meydana geldiği, karayolu ve havayolu ulaşım sistemlerinde ise genel olarak tercihlerde artışların meydana geldiği görülmektedir.

Ulaşım sistemlerinde meydana gelen bu değişiklikler ve gelişmeler zengin zümrelerin genel olarak tatile çıkma hakkı olduğu görüşünün ortadan kalkmasına olanak sağlamıştır. Çünkü 19. yüzyıl öncesinde belli sezonlarda kapasitenin hızlı bir şekilde dolması nedeniyle fiyat artışlarının meydana gelmesi, bir ailenin tatil masraflarının yaklaşık % 40'ını seyahat masraflarına ayırmak zorunda olması ve ulaşım sistemlerindeki çeşitliliğin de az olması sebebiyle dezavantajlı kesimin tatile çıkmasını imkasız hale getirmekteydi (Güral, 1979: 49). Bu nedenle ulaştırma sistemlerinde meydana gelen bu çeşitlilikler ve teknolojik yenilikler fiyat skalasını, seyahat süresini, hızını ve konfor düzeyini değiştirerek ve geliştirerek turizm faaliyetlerine katılım oranlarının artması üzerinde etkili olmuştur.

3.5.3. Sosyal Turizmde Kısıtlayıcı Etkenler

Dezavantajlı bireylerin tatile çıkabilmesi üzerinde (engel kanununa göre) bazı zorluklar bulunmaktadır. Bu nedenle bu bireylerin turizm faaliyetlerine katılımını kısıtlayan etkenler bu bölümde tek tek ele alınarak incelenmiştir.

3.5.3.1. Ekonomik Yetersizlik

Bireyler arasında gelir farklılıklarının bulunması, gelir düzeyi düşük olan bireylerin turizm faaliyetlerine katılımına engel oluşturan unsurları meydana getirmektedir. Bu nedenle bu bireylerin tatile çıkabilmeleri için öncelikle tasaruf yapmalarını gerekmektedir. Fakat engel kanununa göre bu bireylerin tasaruf yapabilmeleri için oldukça uzun bir zaman gerektirmektedir ve bu süre zarfında planlarındaki tatile çıkabilmeleri için fiyat skalasında değişimlerinde meydana gelmemesi gerekmektedir. Fiyat skalasındaki meydana gelebilecek değişimler bu sürenin uzamasına ya da bireylerin tatile çıkmasına engel oluşturan unsurların oluşmasına sebebiyet verecektir. Bu nedenle sosyal turizm faaliyetleri, bireyler arasındaki finansal farklılıkları ortadan kaldırılarak ya da minimum seviyeye düşürerek bütün bireylerin tatile çıkabilmesini hedeflemektedir.

3.5.3.2. Mevsimlik Konsantrasyon

Turizm sektörünün iklime duyarlılığı çok yüksektir (Somuncu, 2018: 751). Bu nedenle mevsimlerin hem turizm işletmeleri üzerinde hem de bireylerin destinasyon tercihleri üzerinde belirleyici bir rol oynaması sebebiyle belirli sezonlarda yoğunlukların meydana gelmesine sebebiyet vermektedir.

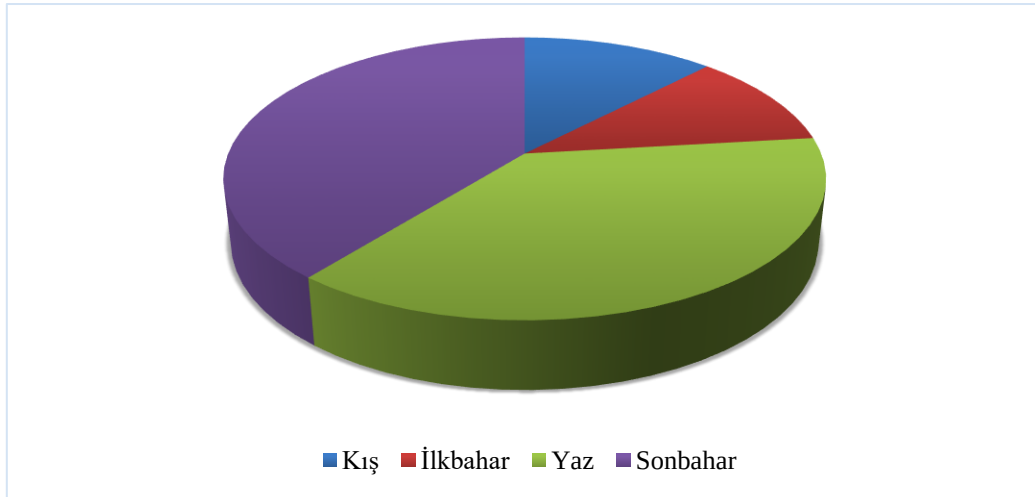
Tablo 3.7: Türkiye'nin 2021 yılı TÜİK verilerine aylık turizm gelirleri, ziyaretçi sayısı ve kişi başı ortalama harcama miktarı

AYLAR	Turizm Geliri (\$)	Ziyaretçi Sayısı	Kişi Başı Ort. Harcama (\$)
OCAK	854.475	829.932	1030
ŞUBAT	722.424	727.126	994
MART	1.059.071	1.043.411	1015
NİSAN	1.198.135	1.179.562	1016
MAYIS	1.035.086	1.025.559	1009
HAZİRAN	1.870.861	1 861.089	1005
TEMMUZ	3.844.761	3.735.532	1029
AĞUSTOS	5.641.288	5.499.057	1026
EYLÜL	4.640.682	4.406.083	1053
EKİM	4.678.158	4.406.796	1062
KASIM	2.511.421	2.466.682	1018
ARALIK	2.117.226	2.176.634	973
TOPLAM	30.173.587	29.357.463	1028

Kaynak: TÜİK-2021.

Tablo 3.7 incelendiğinde ocak ayındaki ziyaretçi sayısının 829.932 kişi olduğu, şubat ayındaki ziyaretçi sayısının 727.126 kişi olduğu, mart ayındaki ziyaretçi sayısının 1.043.411 kişi olduğu, nisan ayındaki ziyaretçi sayısının 1.179.562 kişi olduğu, mayıs ayındaki ziyaretçi sayısının 1.025.559 kişi olduğu, haziran ayındaki ziyaretçi sayısının 1 861.089 kişi olduğu, temmuz ayındaki ziyaretçi sayısının 3.735.532 kişi olduğu, ağustos ayındaki ziyaretçi sayısının 5.499.057 kişi olduğu, eylül ayındaki ziyaretçi sayısının 4.406.083 kişi olduğu, ekim ayındaki ziyaretçi sayısının 4.406.796 kişi olduğu, kasım ayındaki ziyaretçi sayısının 2.466.682 kişi olduğu, aralık ayındaki ziyaretçi sayısının ise 2.176.634 kişi olduğu görülmektedir.

Türkiye'ye en fazla ziyaretçinin geldiği üç ay sırasıyla ağustos, ekim ve eylül ayları olduğu, en az ziyaretçinin geldiği ayların ise sırasıyla şubat, ocak ve mayıs aylarının olduğu görülmektedir. Kişi başı ortalama harcamaların en yüksek olduğu ayların ise Türkiye'ye en fazla ziyaretçinin geldiği ekim ve eylül ayı ile en az ziyaretçinin geldiği aylardan biri olan ocak ayında elde edildiği görülmektedir. Kişi başı ortalama harcamaların en düşük olduğu ayların (aralık, şubat, haziran) ise en az ziyaretçi geldiği aylardan farklı olduğu görülmektedir. Hatta en fazla ziyaretçinin geldiği aylardan biri olan haziran ayında kişi başı ortalama harcamaların en az olduğu üçüncü ay olduğu görülmektedir. Turizm gelirlerinin ise en fazla ve en az ziyaretçi sayısı bağlı olarak artıp azaldığı görülmektedir. Fakat gelen ziyaretçi sayısı ile elde edilen gelirlerin bütün yılda doğru orantılı olarak artıp azalmadığı bazı istisnaların olduğu Tablo 3.7 incelendiğinde görülmektedir.



Grafik 3.4: Türkiye'nin 2021 yılı TÜİK verilerine aylık turizm gelirleri

Grafik 3.4 incelendiğinde ise en fazla turizm gelirinin elde edilgi mevsimin sonbahar (%39) olduğu, ikinci mevsimin yaz (%38), üçüncü mevsimin kış (%12), en az turizm gelirinin ise ilkbahar (%11) mevsimi olduğu görülmektedir.

Bireylerin tercihlerinin belirli sezonlarda yoğunlaşması hem gelir seviyesi düşük olan bireylerin tatile çıkmasını kısıtlamakta hem de turizm işletmelerinin sezondışı mevsimlerde gelir kaybı yaşamlarına sebebiyet vermektedir. Bu nedenle sezondışı mevsimlerde farklı fiyatlandırmalarla destinasyonların cazip hale getirilmesi önemli çekim merkezlerinin oluşmasına ve beraberinde gelir seviyesi düşük olan bireylerin de tatile çıkabilmesi için fırsatların oluşmasına olanak sağlayacaktır. Fakat izin durumu, bireylerin genelinde tatile yazın çıkılır algısına sahip bulunması, aile bireyleri içerisinde okuyan bireylerin bulunması, yaz sezonu dışında tatile gidecek zamanı bulunmayan ailelerin tatile çıkmasını iklim faktörü kısıtlarken son zamanlarda iklim değişikliği nedeniyle kış mevsiminde de deniz turizmi faaliyetlerine katılım sağlayabilmek amacıyla turizm işletmelerinin yoğun taleplerin bulunması dezavantajlı grupların tatile çıkabilmesini daha fazla kısıtlamaktadır.

3.6. Sosyal Turizm Modelleri

Sosyal turizm modelleri kendi içerisinde genel olarak ikiye ayrılmaktadır. Bu modeller; sosyal fayda açısından sosyal turizm modeli (Katılım Modeli, Adaptasyon Modeli) ve ekonomik fayda açısından sosyal turizm modeli (İçerme Modeli, Harekete Geçirme Modeli) dir (Minnaert, Maitland ve Miller, 2011: 405) (Tablo 3.8. Bkz.).

Tablo 3.8: Sosyal Fayda ile Ekonomik Fayda Açısından Sosyal Turizm Modelleri

Sosyal Fayda ile Ekonomik Fayda Açısından Sosyal Turizm Modelleri		
Ürün	Sadece Sosyal Turizm Kullanıcıları	Sosyal Turizm Kullanıcıları ve Diğer Kullanıcılar
Standart Ürün	Katılım Modeli	İçerme Modeli
Özel Ürün	Adaptasyon Modeli	Harekete Geçirme Modeli

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

Modeller uygulandığı bölgelere ve çevrelere bağlı olarak farklılık göstermesi sebebiyle modeller arasında geçişlilik görülebilmektedir. Örneğin İspanyada uygulanan IMERSO programı, harekete geçirme modeli ve adaptasyon modelinin birleştiği noktada geçişlilik özelliği görülmektedir (Sonuç, 2016: 14).

3.6.1. Katılım Modeli

Katılım modeli, dezavantajlı bireylerin turizm deneyimleri yaşabilmelerini amaçlayan bir sosyal turizm modelidir. Bu modele Belçika’da Flanders şehrinde bulunan Tatil Katılım Merkezi vb. örnek olarak verilebilir. Bu katılım merkezleri dezavantajlı bireylere çeşitli kurum ve kuruluşlar ile işbirliği yaparak indirimli fiyatlar sunmaktadır. Fakat bireylere “sınırlı programlar” oluşturmaktadır (Minnaert vd. , 2011).

3.6.2. Adaptasyon Modeli

Adaptasyon modeli özellikle ekonomik ve farklı dezavantajları olan bireyler için tasarlanmış bir modeldir. Bu modelde sosyal turizm bireylerine göre uyarlanmış özel hizmet ve ürünler sunulmaktadır (Minnaert vd., 2011).

Tablo 3.9: Adaptasyon Modeline Örnekler

Ülkeler	Kurum ve Kuruluşlar	Hitap Ettikleri Kesimler
Birleşik Krallık	“Break” (Tatil)	Öğrenme zorluğu olan çocuklara ve ailelerine odaklanmaktadır.
Birleşik Krallık	Yaşlılar için Ulusal Yardımseverler 18 Fonu (National Benevolent Fund for the Aged, UK)	Yaşlı bireylere odaklanmaktadır.
Fransa	Fondation de France (Fransa Vakfı)	Uzun süreli hastalıkları olan çocuklara odaklanmaktadır.
Belçika	CRZ kurumu	Genç ebeveynlere odaklanmaktadır.

Kaynak: Sonuç, 2016: 17-18.

Tablo 3.9 incelendiğinde Birleşik Krallık’ta “Break” bakım yapabilecek uzmanların bulunduğu dört tatil merkezi ile öğrenme zorluğu olan çocuklara ve ailelere hizmet sunmaktadır. Fransa’daki ilk hayırseverlik ağı olan Fondation de France (Fransa Vakfı) ise 50 yıldır uzun süreli hastalıkları olan çocuklara hizmet sunmaktadır. NBFA ise yaşlı bireylere hizmet sunmakla beraber acil durum telefon alarmları ve TENS ağrı kesici makineleri vb. uygulamalarlada pratik yardımları yaşlı bireylere sağlamaktadır.

3.6.3. İçerme (İçer(il)me) Modeli

İçerme modeli, sosyal turizm kullanıcılarından ziyade diğer bireyleri de içermesi sebebiyle tatil çekleri gibi farklı sübvansiyon olanakları sağlayarak toplumun birçok kesiminin turizme katılımını amaçlayan bir sosyal turizm modelidir (Sonuç, 2016). Örnek olarak Fransa’daki ANCV kuruluşu, Tatil (Seyahat) Çekleri ile toplum içindeki her katmandan bireyin

tatil etkinliklerine katılımını cüzi rakamlarla çıkmasını sağlamaktadır. Dağıtılan tatil çeklerinin dört katı kadar bireylerin toplam harcama yapıldığı tahmin edilmektedir (Minnaert, Quinn, Griffen ve Stacey, 2010).

3.6.4. Harekete Geçirme (Teşvik) Modeli

Harekete geçirme modeli, açıklanan diğer modellerinden farklı olarak toplumsal faydayı temel ilke olarak kabul edilmektedir (Bıçkıcı vd., 2013: 54). Bu modelde omuz sezonla (yüksek sezonla sezon dışı arasında kalan dönemde) beraber sezondışı mevsimlerde atıl kalan turistik tesislerin ve merkezlerin cazip kampanyalarla ve fırsatlarla dezavantajlı bireylere, bu kurumlarda çalışanlara ve sahiplerine fayda sağlamayı hedefleyen bir modeldir (Sonuç,2016). Örnek olarak İspanya'daki IMERSO programı verilebilir. Bu program ile tatil finansmanının %70'ini sosyal turizm tüketicisi karşılamaktadır. Kalan %30'luk kısmını ise devlet tarafından finanse edilerek karşılanmaktadır (<https://www.hurriyet.com.tr/yazarlar/yalcin-bayer/iste-bir-sosyal-devlet-uygulamasi>).

3.7. Sosyal Turizm Uygulamaları

Turizm sektörü, seyahat ve turizmi herkes için erişilebilir kılmayı sağlamak amacıyla birçok uygulamaya gerçekleştirmiştir (https://www.accessibletourism.org/?i=enat.en.enat_projects_and_good_practices). Fakat ülkemizde gerçekleştirilen sosyal turizm uygulamalarının Avrupa ülkelerine kıyasla yetersiz olduğu görülmektedir. Bu nedenle dezavantajlı bireylerin tatile çıkabilmesinin yaygınlaştırılabilmesi ve gelişebilmesinin sağlanabilmesi amacıyla Avrupa'da ve Türkiye'de gerçekleştirilen sosyal turizm uygulamalarının kamu ve özel sektör tarafından daha iyi bilinebilmesi, kullanılabilmesi ve yol göstermesi açısından bazı sosyal turizm uygulamaları bu bölümde tek tek ele alınarak incelenmiştir.

3.7.1. Tatil Kredisi

Dezavantajlı bireylerin (3659 ve 440 sayılı kanunların kapsamında kamu iktisadi ve teşebbüsleri ve diğer bütün kurumlar, bankalar, ortaklık müesseseleri ile tarım kredi ve tarım satış kooperatifleri birlikleri, özel sektördeki bankalar ve sigorta şirketlerinde en az 1 senedir çalışmakta olan memurlar ve geçici olmayan işçiler, Sosyal Sigorta Kurumu ve T.C. Emekli Sandığı tarafından kendilerine maaş bağlanan emekli işçiler ve memurlar ve bunların boşanmış bireyleri ile yetimleri) tatile çıkabilmesinin sağlanabilmesi amacıyla çeşitli kurum ve

kuruluşlar tarafından sağlanan finansman kolaylıklarından bir tanesini tatil kredileri oluşturmaktadır (T.C. Turizm Bankası A.Ş. Genel Müdürlüğü, 1982: 1).



Fotoğraf 3.2: Bireylerin tatile çıkabilmesi amacıyla gerçekleştirilen “tatil kredisi” reklamından bir kesit.

Kaynak: <https://www.vakifbank.com.tr/tatil-kredisi.aspx?pageID=134&nID=633>

Tatil kredileri aracılığıyla bireylere düşük faiz uygulamalarının gerçekleştirilmesi, taksit ertelemeli ödeme fırsatının sunulması veya faiz uygulanılmadan uzun süreli vade seçeneklerinin sunulması gibi uygulamaların varlığı finansman endişelerden dolayı tatile çıkamayan dezavantajlı kesimin tatile çıkabilmesini uygulama çeşitli avantajlar meydana getirmesi sebebiyle olanak sağlamaktadır. Seyahat acenteleri ile tur operatörleri ise “*önce gez sonra öde*” sloganı ile bireylere tatili daha cazip hale getirebilmek amacıyla çalışmalar gerçekleştirmiştir (Turizm Araştırması Raporu, 1972: 115).

Tablo 3.10: 1974 ile 1983 Yılları Arasında Tatil Kredilerinden Yararlan Birey Sayısı ve Bireylerin Kredi Ödemeleri

Yıllar	Krediden Yararlanan Bireylerin Sayısı	Kredi Ödemeleri (TL)	Kredi Limitleri
1974	70	143	3.500
1975	563	1.826	3.500
1976	783	2.439	3.500
1977	1.162	3.688	3.500
1978	1.340	4.616	3.500
1979	1.006	3.421	3.500
1980	1.816	12.577	7.000
1981	2.523	36.691	15.000
1982	2.530	72.555	30.000
1983	3.500	100.000	60.000
Toplam	15.293	237.947	-

Kaynak: T.C. Turizm Bankası A.Ş., Faaliyet Raporu, 1982, Ankara, 35.

Tablo 3.10 incelendiğinde 1974 yılında krediden yararlanan birey sayısının 70 olduğu, 1975 yılında krediden yararlanan birey sayısının 563 olduğu, 1976 yılında krediden yararlanan birey sayısının 783 olduğu, 1977 yılında krediden yararlanan birey sayısının 1.162 olduğu, 1978 yılında krediden yararlanan birey sayısının 1340 olduğu, 1979 yılında krediden yararlanan birey sayısının 1006 olduğu, 1980 yılında krediden yararlanan birey sayısının 1816 olduğu, 1981 yılında krediden yararlanan birey sayısının 2523 olduğu, 1982 yılında krediden yararlanan birey sayısının 2530 olduğu, 1983 yılında krediden yararlanan birey sayısının ise 3500 olduğu görülmektedir. 1979 yılı haricinde tatil kredilerinden yararlanan birey sayısının ve kredi ödemelerinin genel olarak artışı ifade edilebilir. Günümüzde de bu sayı giderek artmaktadır.



Şekil 3.3: Tatil Kredisinin Acente ve Müşterilere Faydaları

Kaynak: <https://www.tursab.org.tr/apps/Images/Content/22428e80-f9f4-414d-8483-3fe2ce1b14b7-thumb.jp>

TÜRSAB ve özel bir bankanın 2022 yılında işbirliği gerçekleştirmiş olduğu proje ile hem iç turizmde hareketlenmelerin meydana gelmesi hem de 100 bin kişinin tatile çıkabilmesi hedeflenmiştir. Bu nedenle proje için 1.5 milyar TL’lik “tatil kredisi” finansmanı sağlamıştır ve bu fırsatlardan yararlanmak isteyen bireylerde sadece TÜRSAB üyesi olan seyahat acentası müşterisi olma özelliği aranmıştır. Bu şarta uyan bireylere 50 bin TL’ye kadar tatil kredisi başvurusunda bulunabilme fırsatı ve uzun vadeli, kolay ödeme alternatifli, taksitlendirebilme seçenekleri (24 aya kadar) sunulmuştur. Tatil Kredisini kullanımlarını da kolaylaştıran bu seçenekler ile daha büyük kitlelere ulaşılması ve tüm bireylerin tatile çıkabilmesi hedeflenmiştir (<https://www.fibabanka.com.tr/docs/default-source/basin-bultenleri/2022/tu-rsab-fibabanka-tatil-kredisiec210d2-1937-4b41-815b-2268d42886da.pdf?Sfvrn=a06499247>).

3.7.2. Tatil Çekleri (Fişleri) Uygulaması

Tatil Çekleri uygulaması veya diğer bir ifade ile tatil fişleri uygulaması Ulusal Tatil Çeki Ajansı (ANCV) tarafından 1982 yılından itibaren yürütülmektedir. İşverenler tarafından ANCV'den satın alınan çekler, çalışanlara verilerek bireylerin hem sosyal hakları desteklenmekte hem de işverenlerin vergilerinden düşürülerek uygulamaların her iki taraf için cazip hale getirilerek yaygınlaştırılması hedeflenmektedir. Bu çekler; Konaklama, yeme ve içme, kültürel faaliyetler, seyahat ve ulaşım, eğlence faaliyetleri gibi birçok alanda kullanılabilir. 2008 yılında “*Tatil Yardımı Projesi*” kapsamında 3,6 milyon tatil çeki dağıtılmıştır. Tatil çeklerinin bedelinden yaklaşık 4 katı kadar turistik harcamanın yapıldığı proje sonunda ortaya konulmuştur (Küyük, 2012: 35).

3.7.3. Seyahat Pulları

Seyahat pulları, bütün yıl bireyler tarafından istedikleri zamanlarda kullanılabilen fakat hemen kullanılamayan bir sosyal turizm uygulamasıdır. Seyahat pulları aracılığıyla bireylere konaklama, yeme-içme, ulaşım vb. tatil ihtiyaçlarına yönelik ekstra %30 indirimler sağlamaktadır. Bu pulların satışa çıkarılması ise dolu olmayan mevsimlere göre ayarlanarak bireylerin hizmetine sunulmaktadır (Olalı,1969: 79).

3.7.4. Biriktirme Sandıkları

Biriktirme sandıkları, diğer sosyal turizm uygulamalarına kıyasla bireylerin taleplerine finansman desteği bakımından en geniş ve gelişmiş hizmeti sunmaktadır (Gülersoy,1962: 69). Sandık uygulamalarını, bireylere seyahat çekleri ve pulları dağıtarak gerçekleştirmektedir. Seyahat çekleri ve pullar aracılığıyla bireylere konaklama, yeme-içme, ulaşım vb. tatil ihtiyaçlarına yönelik indirimler sağlamakla beraber bu pullarla ödeme yapma seçeneği sunulmaktadır (Demirkol,1835: 64).



Fotoğraf 3.3: Avusturya'nın Seyahat Kuponu

Kaynak: Gülersoy, 1962: 70.

Bireylere sunulan bu fırsatlardan ve uygulamalardan dolayı yoğun taleplerin mevsimsel koşullara bağlı olarak meydana gelmesi bireylerin sıraya konulmasına sebebiyet vermiştir. Ayrıca bu uygulama ile her mevsim sosyal konaklama tesislerinin hizmete açık olması ve bireyler arasında eşitlik sağlanması bireyler üzerinde olumlu etkilerin görülmesini sağlamıştır (Usta, 1982: 60).

Tablo 3.11: Biriktirme Sandıklarına Örnekler

Ülkeler	Kuruluş Yılı	Biriktirme Sandıkları İsimleri
İsviçre	1934	(İsviçre Biriktirme Sandığı)
İsviçre	1939	Caisse suisse de voyage
Almanya	1951	Gemeinschaft für Sozialtouristik und Reisesparen
Avusturya	1953	Österreichischer Verband für Sozialtourismus
Fransa	1945	Caisse Nationale d'Allocation Familiale
Fransa	1850	Caisse Retraite (Emekli Sandığı)

Tablo 3.11 incelendiğinde İsviçrede Caisse suisse de voyage, Almanya'da Gemeinschaft für Sozialtouristik und Reisesparen, Avusturya'da Österreichischer Verband für Sozialtourismus, Fransa'da Caisse Retraite ve CNAF vb. sosyal turizm yatırımlarına devletin de aracılığıyla kurum ve kişilere karşılıksız mali yardımlarda bulunmakta olduğu görülmektedir (Tablo 3.11 bkz.). Fakat sandıkların tam manasıyla işleyebilmesi ve bireyleri destekleyebilmesi için işveren kuruluşları ve dernekleri tarafınca düzenli olarak desteklenmesi ve çeşitli ulaştırma ve konaklama tesisleri ile gerekli anlaşmaların sürekli olarak yapılması gerekmektedir (Demirkol, 1835: 66). Aksi takdirde bireylerin tatile çıkabilmesi amacıyla desteklenmesi zorlaşacaktır.

3.7.5. Sigortalar

Sigortalar, bireylerin karşılaşılabilecekleri problemler karşısında meydana gelen veya gelebilecek olan zararların en aza indirilebilmesi açısından bireylere kolaylıklar sağlamaktadır. Özellikle kür tedavisinin sağlık turizminde önemli bir rolü bulunması nedeni ile sağlık açısından bazı tedavilerin gerçekleştirilebilmesi için kür tedavisi zorunlu tutulmaktadır. Böyle bir durumda bireylerin tüm masraflarının sosyal sigortalar kurumu tarafından karşılanması, dezavantajlı bireylerin hem tatile çıkabilmesine hem de turizm talebinin finansmana katkı sağladığı ortaya konulmuştur (Usta, 1982: 79).

3.7.6. Vergi Muafiyeti

Dezavantajlı bireylerin tatile çıkabilmesi amacıyla sosyal turizmi destekleyen ve çalışmalar yapan kurum ve kuruluşlar devlet tarafından belli vergilerden muaf tutulmaktadır. Bu uygulama ile sosyal turizmin gelişmesi hedeflenmektedir. Örneğin Fransa’da bulunan ANVC kuruluşu “taxe sur les salaires” (bordro vergisi) vergisinden muaf tutulmaktadır ve ANVC, tatil kuponları aracılığıyla yaklaşık 4,5 milyon çalışanın tatil bütçesi oluşturmalarına kuruluş olarak sağlamıştır (<https://www.lefigaro.fr/flash-eco/les-cheques-vacances-seront-totalement-dematerialises-de-but-2020-20190326>).

3.7.7. Borç Alma

Bazı kuruluşlar tarafından çalışanlarının tatile çıkabilmesini sağlamak amacıyla borç verilmesi ve bu borçların faiz uygulamadan veya çok az faiz uygulayarak gerçekleştirilmesi, çalışanlarının hem motivasyonlarının artmasına hem de tatile çıkabilmelerini sağlaması sebebiyle bazı kuruluşlar tarafından uygulanan bir sosyal turizm uygulamasıdır.

3.7.8. Ücretli Tatiller

Tüm bireylerin dinlenebilmesini ve tatile çıkabilmesini sağlamak amacıyla İnsan Hakları Evrensel Beyanname'si'nin 24. maddesinde ve anayasamızın 50. maddesinde (Dinlenmek çalışanların hakkıdır) ücretli izinlerin ve izin haklarının hukuki maddeleri içerisindeki önemi ifade edilmiştir (<https://isto.international/themes/>). Beraberinde 4857 sayılı İş Kanunu ile Yıllık İzin Yönetmeliği’nde de net bir şekilde tanımlanan ücretli izinler ile çalışanların tatil, dinlenme gibi kişisel zamana ihtiyaç duydukları dönemlerde veya iş dışındaki özel durumlarda kullanabileceği ve ücretinden kesinti yapılamayan izinler genel olarak ücretli izin olarak adlandırılmıştır (<https://multinet.com.tr/blog/insan-kaynaklari/ucretli-izin-nedir-yillik-ucretli-izin-yonetmeli>). Bu sayede bireylerin kendilerini bedensel ve ruhsal olarak iyi

hissetmedikleri süreçlerde maddi nedenlerden dolayı dinlenmeyi ve ortamdan uzaklaşmayı ertelemelerinin önüne geçilmesinde ücretli tatillerin önemli bir rol oynadığı ifade edilebilir.

3.7.9. Sosyal Tesisler

Turizmdeki üç temel unsurdan ve arz kaynaklarından birisini konaklama faaliyetleri oluşturmaktadır (Özgüç, 2007). Konaklama terimi; otel, motel, oberj, pansiyon, kamplar, tatil köyleri gibi çeşitli barınma ve geceleme yerlerini ifade etmektedir (Akgün,1993). Bireyler, tatile çıkma planı oluştururken çeşitli faktörlere (hizmet, hijen koşulları, yakınlık, ücret vb.) bağlı olarak kendilerine en uygun olan konaklama türünü seçmektedirler ve bireylerin tercihleri üzerinde konaklama faaliyetlerinin tatil masraflarının %60'nı oluşturması sebebiyle önem arz etmektedir. Bu sebeple gelir seviyesi düşük olan bireylerin her geçen gün ekonomik gelir seviyesi yüksek olan bireylerin taleplerinin artış göstermesi sebebiyle tatil masraflarının da beraberinde artış göstermesi bu bireylerin tatile çıkabilmelerini zorlaştırmaktadır. Bu bağlamda ekonomik gelir seviyesi düşük olan bireylerin de tatile çıkabilmesinin sağlanması amacıyla kamu ve özel sektör çeşitli uygulamalar gerçekleştirmiştir. Örneğin çeşitli sosyal tesisler inşa edilerek bireylerin hizmetine sunulmuştur. Bu tesislerin diğer konaklama tesislerinden hizmet bakımından farkı olmayıp sadece fiyat skalası üzerinde dezavantajlı bireylere çeşitli kolaylıklar sunmaktadır. Bazı tesisler ise bireylerin tatile katılım sağlayabilmesi amacıyla çeşitli kâr amacı gütmeyen kuruluşlarla işbirliği içerisinde hareket ederek bireylerden ücret talep etmeden hizmet vermektedir. Bu tesislere örnek olarak;

- Tatil katılım merkezleri,
- Tabiat dostları evleri,
- Çeşitli kamp alanları,
- Sosyal turizme hizmet eden tatil köyleri,
- İngiliz demiryollarının “Camping Coacehes” vagon evleri,
- ANCAV ve SAVATOU’nun sağlamış olduğu indirim kartları aracılığıyla geçerli olan tesislerde indirimlerin elde edilmesi,
- Gençlik ve Spor Bakanlığının gerçekleştirmiş olduğu “Gençlik Kampları”,
- Yazın 18 ve 30 yaş arasındaki gençlerin gezebilmesini sağlamak amacıyla ülkemizdeki yurtlarda gençlere ücretsiz konaklama fırsatlarının sunulması,
- Bireylerin diğer tesislere göre indirimli kalmalarını sağlayan ordu evleri, öğretmen evleri, polisevleri vb. ifade edilebilir.

Bu sosyal tesisler aracılığıyla tatile çıkamayan bireylerin tatile giden arkadaşları, dostları vb. karşısında kompleks kurmalarının önüne geçilmesi amacıyla çeşitli alternatifler tatile çıkamayan bireylere sunulmuştur (Güignand, 1967: 35). Ancak Tablo 3.12 incelendiğinde ülkemizde bireylerin tatile çıkabilmesi için gerçekleştirilen tatil imkânlarının genellikle belirli bir tabakadaki bireylere hitap etmesi ve özelleştirilmesi sebebiyle Avrupadaki uygulamalara göre ülkemizdeki sosyal turizm tesislerinin yetersiz kaldığı ifade edilebilir.

Tablo 3.12: Türkiye’deki Bireylerin Faydalandığı Bazı Sosyal Tesis İmkânları

Hedef Kitle	Uygulamalar
Özel şirketler	Bazı özel şirketlerin çalışanlarına kendi tesislerinde ya da anlaştıkları bir tesiste indirimli tatil imkânı sunması
Sendika üyeleri	Sendikaların tatil ve dinlenme tesislerinde ve anlaşmalı tesislerde tatil imkânı sunması
Banka personeli	Bankaların tatil ve dinlenme tesislerinde, çalışan ve emekli personele tatil imkânı sunması
Kamu personeli	Kamu Kampları; Eğitim, Dinleme ve Sosyal Tesislerinde kurum mevzuatı uyarınca seçilen personele tatil imkânı sunması
Gençler	Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü’nün ücretsiz yaz kampları sağlaması
	Kızılay’ın ücretsiz yaz kampları fırsatı
	Milli Eğitim Bakanlığı’nın ücretsiz ve eğitici yaz kampları düzenlemesi
	Belediyelerin yaz kamplarının olması
Yaşlılar	Türkiye Emekliler Derneği Eğitim ve Sosyal Tesislerinde üyelere ücretsiz tatil imkânı sunması

Kaynak: Küyük,2012: 52.

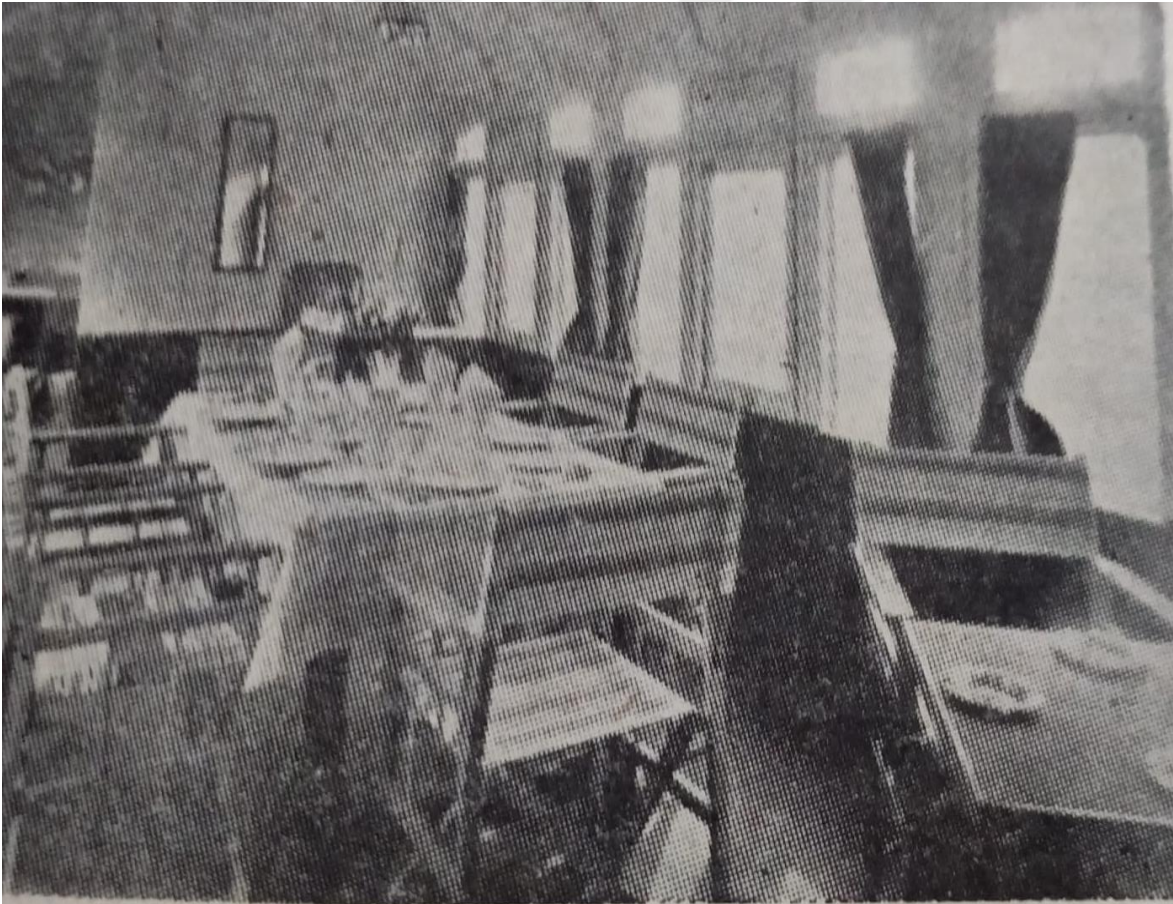


Fotoğraf 3.4: Hollanda’da Çift Kat Çadır Bezinden Yapılmış Tatil Evleri.

Kaynak: Gülersoy,1962: 83.



Fotoğraf 3.5: İngiliz demiryollarının “ Camping Coaches” vagon evleri
Kaynak: Gülersoy,1962: 89.



Fotoğraf 3.6: İngiliz demiryollarının “ Camping Coaches” vagon evlerindeki yemek odası ve arka sol planda mutfak yer almaktadır.
Kaynak: Gülersoy,1962: 89.

3.7.10. Aile Kartı Uygulaması

Aile kartı uygulaması, Yukarı Avusturya, Tirol, Salzburg ve Vorarlberg eyaletlerinde uygulanmaktadır. Kart en az bir çocuğa sahip ailelerin faydalanabildiği bir indirim kartı özelliğine sahiptir. Bu kart ile aile dergisinde (Dergi iki yılda bir yenilenmektedir) yer alan belli kalite standartına sahip olan işletmelerden konaklama indirimi, ücretsiz içecek hakkı vb. haklar elde edilmektedir (Küyük, 2012: 42).

3.7.11. Erken Rezervasyon Kampanyası

2009 yılından itibaren ülkemizde “Erken Rezervasyon Kampanyası” (yaz sezonunun başlangıcında sadece kampanya sona ermektedir) gerçekleştirilmektedir. Konaklama ve ulaşım gibi maliyetler bireylerin tatile çıkmalarına engel oluşturmaktadır. Bu unsurların ortadan kaldırılabilmesi amacıyla turizm kuruluşlarıyla işbirliği gerçekleştirilmesi, indirimlerin sağlanması, taksitli veya taksit ertelemeli seçeneklerin sunulması tüm bireyler için tatilin cazip hale gelmesine olanak sağlamaktadır (Sonuç, 2016: 75).



Fotoğraf 3.7: “Yerinizi Şimdi Ayırın Erken Rezervasyon Fırsatını Kaçırmayın” sloganı ile başlatılan kampanya’ya ait afiş.

Kaynak: <https://www.turizmuncel.com/haber/erken-rezervasyon-donemi-resmen-basladi-hedef-2-milyon-tatilci-h8605.html> (Erişim Tarihi:3.01.2023).

Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜROB, TÜROFED, TÜRSAB ve THY öncülüğünde diğer havayollarının ve bankaların katılımı ile gerçekleştirilen “erken rezervasyon kampanyası” seyahat acentelerinin satışlarında % 50'ye varan oranda artışın meydana getirmiş olması sosyal turizm uygulamaları içerisinde erken rezervasyon kampanyalarının önemli bir rolünün bulunduğunu ortaya koymaktadır (Küyük, 2012: 58).

3.7.12. Medya İletişim Araçlarında Sosyal Turizme Yer Verilmesi

Medya iletişim araçları, bireylerin isteklerinin ve düşüncelerinin yönlendirebilmesinde önemli bir role sahip bulunmaktadır (Karakök ve Çakmak, 2021 & Koçer ve Gürer, 2021, Akyurt ve Göktaş,2021 vd.). Özellikle dizi ve filmlerin toplumların algılarını yönlendirmesi, bireylerin hafızalarında yer edinmesi, istenilen duyguları izleyicilere geçirebilmesi ve hem kulağa hem göze hitap etmesi sebebiyle oldukça önemli bir role sahip bulunmaktadır (Karakök ve Çakmak,2021: 200). Ayrıca değişimin her zaman var olduğunun yansıtmasında medya iletişim araçları etkili olmaktadır Bu nedenle sosyal turizme sinema ve televizyonda yer verilmesi sosyal turizm algısının bireylerde oluşturulabilmesi açısından önemlidir. Örneğin 14 Ocak 2022’ de vizyona giren ünlü isimlerinde yer aldığı “Düş Peşine”, Düşler Akademesinin kapanmasını engellemeye çalışan bireylerin hikâyesini konu edinerek farkındalık oluşmasında rol oynamıştır.



Fotoğraf 3.8: “Düş Peşine” Düşler Akademesinde çekilerek farkındalık oluşturulması açısından önemli bir rol oynamıştır.

Kaynak: <https://www.youtube.com/watch?v=Vt2zT9iGSos> (Erişim Tarihi:24.02.2023).

3.7.13. Okul Müfredatına “Zorunlu Kayak Haftası” Ekleme

Aile ve Gençlik Bakanlığı ve Avusturya Federal Ekonomi Odası’nın ortak çalışması ile sosyal bakımından dezavantajlı olarak ifade edebileceğimiz çocukların ve göçmen olan çocukların desteklenmesini sağlamak amacıyla Avusturyada okul müfredatlarına “zorunlu kayak haftası” eklenmiştir. Bu uygulama ile hem çocukların sosyal içirme ve bütünleşmesini sağlamak hem de kayak sporu aracılığıyla çocukların sağlıklarında iyileşmelerin meydana gelmesi hedeflenmiştir (Küyük, 2012).



Fotoğraf 3.9: 1-8 Nisan 2023 Tarihinde gerçekleştirilen kayak haftasında çocuklar ebeveynlerinden ayrı yeni deneyimler kazanmaktadır.

Kaynak: <http://www.campion.northants.sch.uk/40/school-news/article/537/ski-trip-austria-2023>(Erişim Tarihi:04.03.2023).



Fotoğraf 3.10: “Zorunlu Kayak Haftası” çocukların arkadaşlarıyla ve öğretmenleriyle kaynaşmalarını ve beraber keyifli zaman geçirmelerini sağlamaktadır.

Kaynak: http://www.swissinfo.ch/eng/society/sport-and-education_swiss-schools-stand-by-their-ski-camps/45489090 (Erişim Tarihi:04.03.2023).

3.7.14. Öğretmenlere Tatil Fırsatı Kampanyası

2010 yılında ülkemizde öğretmenlerin tatile çıkabilmesi amacıyla Milli Eğitim Bakanlığı, TÜRSAB, TÜROFED ve Kültür ve Turizm Bakanlığı işbirliği içerisinde “öğretmenlere tatil fırsatı” kampanyası düzenlenmiştir. Kampanyanın düzenlenmesinde Eğitim-Bir-Sen’in gerçekleştirmiş olduğu “öğretmenlerin tatil alışkanlıkları araştırması” sonucunda elde edilen verilere göre % 32,6 öğretmenin yaz tatili için bütçe ayıramadığı, % 40 oranında ise öğretmenlerin kısmen ayırabildiğinin görülmesi etkili olmuştur (Küyük,2012: 59). Bu nedenle 2010 yılının sömestr tatilinde (23 Ocak-7 Şubat) yaklaşık 140 otel ve sekiz tur şirketinin işbirliği ile çeşitli bölgelerden (Karadeniz, Akdeniz, Güneydoğu vd.) ve destinasyonlardan (Kapadokya, Nemrut vd.) alternatifler, devlet ve özel sektörde çalışan öğretmenlere ve birinci derecelerindeki yakınlarına sunulmuştur (Kültür ve Turizm Bakanlığı Tanıtma Genel Müdürlüğü). Sunulan bu alternatifler hedef kitlenin tatil yapabilmesi amacıyla kış fiyatları üzerinden % 50'ye varan indirimlerle beraber 2 ile 5 yıldız arasında değişen konaklama seçenekleri ile her bütçeye hitap edebilmesi amaçlanmıştır.

Tablo 3.13: Öğretmenlere Tatil Fırsatı Kampanyası Programının Tatil Fiyatları

İller	Konaklama Yerleri	Konaklama Süresi	Toplam Ücret (1 kişi) (her şey dâhil)
Karabük	3 yıldızlı bir otel	1 gün	50
Sinop	3 yıldızlı bir otel	5 gün	175
Adıyaman	4 yıldızlı bir otel	5 gün	250
Trabzon	Yayla tatil köyü	5 gün	275
Muğla	5 yıldızlı bir otel	5 gün	250
Antalya	5 yıldızlı bir otel	5 gün	200

Kaynak: <https://www.turizminsesi.com/haber/ogretmenlere-tatil-firsati-5695.htm> (06.03.2023).

Tablo 3.13 incelendiğinde Karabükte 3 yıldızlı bir otelde 1 gün tatil yapmak isteyen bir öğretmenin 50 TL'ye tatil yapabileceği, Sinopta 3 yıldızlı bir otelde 5 gün boyunca tatil yapmak isteyen bir öğretmenin 175 TL'ye tatil yapabileceği, Antalyada 5 yıldızlı bir otelde 5 gün boyunca tatil yapmak isteyen bir öğretmenin toplam 200 TL'ye tatil yapabileceği, Adıyamanda 4 yıldızlı bir otelde 5 gün boyunca tatil yapmak isteyen bir öğretmenin toplam 250 TL'ye tatil yapabileceği, Muğlada 5 yıldızlı bir otelde 5 gün boyunca bir öğretmenin 250 TL'ye tatil yapabileceği, Trabzon'da bir yayla tatil köyünde 5 gün boyunca tatil yapmak isteyen bir öğretmenin toplam 275 TL'ye tatil yapabileceği görülmektedir. Bu seçenekler ile hem öğretmenlerin tatile çıkabilmesinin sağlanması hem de öğretmenlerin tatil katılım oranlarının artırılabilmesi hedeflenmiştir.

3.7.15. Mutlu Yaş Seyahat Acentası/ Tur Operatörü ve Bilet Uygulaması (Happy Age Travel Agency - Tour Operator)

Mutlu Yaş Tur Operatörü, 2001 yılında Massimiliano Monti tarafından İtalyada kurulmuştur (<https://www.astoi.com/soci/happy-age.html>). Operatör, özellikle İtalya'daki yaşlıların, sosyal turizm tesisleri ve fırsatlara ile ilgili bilgilenmesine yardımcı olmak amacıyla bir platform oluşturmuştur (Küyük, 2012). İlerleyen süreçte belediyeler, dernekler ve iş konseyleri ile işbirliğini artırarak 4 milyon varlığa ulaşan operatör, daha fazla bireye (İtalya ve yurt dışında yaşayn 55 yaş üstü ve aileler, gençler, büyükanne / büyükbaba ve torunları) ulaşabilmek amacıyla bilet uygulamasını operatörüne dâhil etmiştir. Bu uygulama ile çeşitli bütçelere göre her şey dâhil tatil organizyonları sunan operatör, portal aracılığı ile bilet alan bireylere, katılım sayısına bağlı olarak bireylere çeşitli indirimler sağlamaktadır (<https://www.happyage.it/>). Son zamanlarda da yaşlılar için tatil organizasyonlarını daha da fazla geliştirerek şirketin daha sağlam ekonomik ve finansal temeller üzerine oturtulmasını sağlamıştır (https://www.isto.international/isto_members/happy-age/). Fotoğraf 3.11 incelendiğinde düzenlenen tatilin yetkililerin turizmi canlandırmak amacıyla harekete geçtiği adalardan birisi olması da dikkat çekicidir.



Fotoğraf 3.11: “Bu yaz kendinizi Sardunyada fethetmeye hazır mısınız? Ücretsiz ve düşük maliyetli gemilerle tekliflerimize göz atmaya başlayın!” sloganı ile başlatılan kampanyanın afişi

Kaynak :<https://www.facebook.com/photo/?fbid=720045633041183&set=pb.100051072593784.-2207520000>

(Erişim Tarihi:12.03.2023).

3.8. Sosyal Turizm Kuruluşları

Dezavantajlı bireylerin tatile çıkabilmesi amacıyla kar amacı gütmeyen faaliyet gösteren kuruluşlar “sosyal turizm kuruluşları” olarak ifade edilmektedir. Bazı vakıflar, doğayı koruma ve gençlik kuruluşları, sendikalar, çeşitli turizm dernekleri, kooperatifler vb. sosyal turizm kuruluşlarına örnek olarak verilebilir (Tablo 3.14 bkz.).

Tablo 3.14: Sosyal Turizm Kurum ve Kuruluşlarına Örnekler

Ülkeler	Sosyal Turizm Kurum ve Kuruluşları
Belçika	Vocances et Loisirs
	Floreal
	EUFED
	OITS-ISTO
	Inter-Environnement Wallonie
Fransa	Vocances Pour Tours
	Leucemie Espoir
	Fondation de France
	EUFED
	SAVATOU
	ANCAV
Norveç	Norsk Folke Ferie
Brezilya	SESC
Almanya	Alman İş Cephesi
	Caritas Holiday
İtalya	Opera Nazionale Dovolapolo
İspanya	IMSERSO
	PREDIF
Birleşik Krallık	Family Holiday Association
	UW
	The Family Fund
	FHA
	Break
	National Benevolent Fund for the Aged, UK
Danimarka	Labour Market Holiday Fund
İrlanda	The Sunshine Fund
Polonya	Polish Tourist and Country Lovers' Society
Türkiye	AYDER
	Düşler Akademisi
İsviçre	Pro Juventute Ferien
Hollanda	Vakantie Anders
Avusturya	Kinderhotels Europa

3.8.1. The Sunshine Fund (Güneş Işığı Fonu)

The Sunshine Fund, İrlanda'nın başkenti Dublin'de 7 ile 10 yaş arasındaki çocuklara yaz tatili imkânı sunan ve kar amacı gütmeyen bir sivil toplum kuruluşudur. Dublin'in dezavantajlı bölgelerinden ve çevre ilçelerden gelen çocuklara 1935 yılından itibaren tatiller düzenleyen kuruluş, 1920 ve 1930 yılları arasında Dublin'deki bebek ve çocuk ölümlerinin çok yüksek olması vb. nedenlerden dolayı 1928'de, Saint Vincent de Paul Cemiyeti'nden özel bir grup

birey'in şehirden uzakta çocuklara tatil sağlamanın bu çocuklara iyi geleceğini düşünmesi sebebiyle kurulmuştur. Bu nedenle Kuzey Dublin'in Balbriggan bölgesinde plaja kısa bir yürüyüş mesafesinde amaca yönelik olarak inşa edilmiş bir tatil evi işleterek çocuklara kuruluş hizmet vermektedir (<https://www.sunshinefund.ie/about-the-sunshine-fund/history/>).

The Sunshine Fund, düzenlediği tatillerle çocukların birbirleriyle kaynaşabilmelerini ve çocukların keyifli zaman geçirebilmelerini sağlamak amacıyla kapalı oyun merkezi, iyileştirilmiş spor salonu, kapsamlı oyun merkezi vb. tatil merkezinin bahçesine kurmuştur (<https://www.sunshinefund.ie/about-the-sunshine-fund/>). Fon 1935 yılından itibaren 100.000'den daha fazla çocuk ağırlayarak tatil yapmalarına olanak sağlamıştır (Macmahon, 2012: 104-106).



Fotoğraf 3.12: Yerel hayır kurumları ve gönüllü gruplar tarafından yapılan değerli çalışmalarını takdir etmek amacıyla 2003 yılından itibaren ödüller veren “Otobüs Topluluğu Destek Programı” 2011 yılında Güneş Işığı Fonuna ödül vermiştir. Bu bağlamda otobüs hizmet ağına arkasına Güneş Işığı Fonu ile ilgili posterler yayınlamışlardır.

Kaynak: <https://www.sunshinefund.ie/about-the-sunshine-fund/awards/>



Fotoğraf 3.13: The Sunshine Fund kuruluşunun Tatil Merkezi olan Sunshine House da çocukların oynaması için hazırlamış olan 5 dönümlük arazisinden bir kesit.

Kaynak: <https://www.sunshinefund.ie/wp-content/uploads/2012/04/facilities3.jpg>

3.8.2. The Family Fund

The Family Fund, Birleşik Krallık'ta engelli ve ağır hasta çocuk ve genç yetiştiren ailelere destek sağlayan bir kuruluştur. Bu kuruluş, ailelerin sorunlarının sesini duymaya ve onların sesi olmak amacıyla çeşitli kuruluşlar ile işbirliği yaparak daha çok bireye ulaşmaya ve farkındalık oluşturmaya çalışmaktadır. Bu misyonuyla engelli çocuklar, gençler ve onların ebeveynleri tatil yapabilme imkânı bulabilmektedir. Aynı zamanda bu bireylerin sosyal becerilerinin geliştirmesini ve pozitif deneyimler yaşamasına kuruluş imkân sağlamaktadır (Kassa, 2012: 142-144).



Fotoğraf 3.14: "Family Fund'ın desteğiyle, özel bir üç tekerlekli bisiklete sahip olan Zeyna'nın (Hereditör spastik parapleji hastası) mutluluğu ve aile *"hibenin aktif olmanın dışında daha fazla zaman geçirebilmemizi sağlıyor"* ifadesine yer verilmiştir.

Kaynak: <https://www.familyfund.org.uk/blog/xenas-story> (Erişim Tarihi:31.12.2022).



Fotoğraf 0.15: Dandy Walker sendromu olan Logan'a bakımı kolaylaştıran "Mobility Support" (araç kiralama) uygulaması sonucunda aile bireyleri *"Geçenlerde onu araca aldığımızdan beri ilk tatiline çıkardık. Onu mutlu görmek bizi mutlu etti"* ifadesini kullanmıştır.

Kaynak: <https://www.familyfund.org.uk/blog/logans-story> (Erişim Tarihi:31.12.2022).



Fotoğraf 3.16: Down Sendromu ve Hirschsprung hastalığı olan Christian'ın ebeveynlerinin ayrılmış ve maddi imkânsızlıklardan dolayı tatile çıkması pek mümkün değilken hibe desteği sağlanarak tatile çıkması sağlanmıştır. Aile bireylerinden birisi “ *Christan bana bir insan olarak o kadar çok şey öğretti ve hala her gün bir kitabı kapağına göre yargılamayacağımızı öğretiyor. Asla ama asla yapmayın*” ifadesini vurgulamıştır. **Kaynak:** <https://www.familyfund.org.uk/blog/mccain-podcasts-family-stories-episode-4-katie> (Erişim Tarihi: 12.01.2023)

Kuruluşun sağladığı imkânlar, bireylerin hayallerini gerçekleştirebilmeleri ve toplumdan kendilerinin dışlanma hislerinin oluşmasının ortadan kaldırılmasında sağlamış olduğu hibelerin kanıksanamaz derecede önemli bir rol oynadığı ifade edilebilir. Yardım alan ailelerin ve bireylerin görüşleri bu durumu desteklemektedir. Bu görüşlerden bazıları şunlardır:

“Aile olarak dışarı çıkıp birlikte kaliteli zaman geçirmekten, sahile gitmekten ve yeni yerler ziyaret etmekten keyif alıyoruz ama bunların hiçbirisi Aile Fonu'nun arabası olmadan mümkün olmazdı.”

“Geçenlerde arabayı aldığımızdan beri onu ilk tatiline çıkardık. Galler'e gittik ve kesinlikle onu sevdi! Onu mutlu görmek beni mutlu etti. Aile Fonu gerçekten harika, onlar için ne kadar minnettar olduğumu kelimelerle ifade edemem.”

“Söylediklerimizi gerçekten dinleyen ve yaşadığımız mücadeleleri anlayan birinin olduğunu hissettim.”

“...Christian'ı neredeyse hiç görmedim çünkü o her zaman futbol sahasının içindeydi, tam bir futbol fanatığı ama bu bana Christian'ın bağımsız olabileceğini gösterdi. Bu benim için kesinlikle paha biçilemezdi. Tatilin en heyecan verici kısmıydı, Christian'ın büyümesini ve kendi bağımsızlığını kazanmasını izlemek, Aile Fonu buna yardımcı oldu... Aile Fonu'nun desteği olmasaydı Christian bu fırsatlara sahip olamazdı.”

Dezavantajlı kesimin yaşadıkları zorlukların farkında olan ve onların sesi olmak amacıyla hareket eden kuruluş, gerçekleştirmiş olduğu çalışmalar ile birçok bireyin hayallerinin gerçekleşmesine vesile olmakta ve bu konuda çalışmalar gerçekleştirmeye devam etmektedir.

3.8.3. EUFED (European Union Federation of Youth Hostel Associations)

1987 yılında Fransa'nın Strasbourg şehrinde kurulmuş olan EUFED kar amacı gütmeyen bir sivil toplum kuruluşudur. 2004 yılında Belçika yasalarına göre ASBL olarak tescil edilen kuruluşun merkezi Brükselde bulunmaktadır ve bu kuruluş her milletten gencin özellikle de sınırlı imkânlarla sahip gençlerin ülkelerini tanımları, sevmeleri, bilgi düzeylerinin artmasının sağlanmasını ve eğitim düzeylerinin yükselmesini amaçlamıştır. Ayrıca köken, milliyet, din, cinsiyet, sınıf veya siyasi görüş farkı gözetmeksizin gençlere hostel ve diğer konaklama imkânı sağlamayı kendisine misyon olarak belirlemiştir (<http://www.eufed.org/about-eufed>, Bıçkı vd.,2013: 63). Kuruluş, yaptığı çalışmalar ile yılda yaklaşık 20 milyon gecelik konaklama imkânını dezavantajlı genç bireylere sunmaktadır (<https://destinet.eu/who-who/civil-society-ngos/ecotrans/membership/ecotrans-members/european-union-federation-youth-hostel>).

Tablo 3.15: Avrupa Gençlik Yurdu Dernekleri

Avrupa Gençlik Yurdu Dernekleri	
Avusturya	OEJHV
Avusturya	OJHW
Bosna-Hersek	Ferijalni Savez BiH
Yunanistan	HI Yunanistan
Hollanda	Stayokay
Malta	NSTS
Lüksemburg	Les NSTS Auberges de Jeunesse Luxembourgeoises
İtalya	AIG Yurtları
İsrail	HI İsrail/ANA/ITYHA
İrlanda	HI Ireland - An Oige
İzlanda	HI İzlanda
Belçika	VJH
Belçika	LAJ
İngiltere- Hostelling İskoçya	SYHA
BK- Hostelling International Kuzey İrlanda	HINI
Birleşik Krallık - İngiltere ve Galler	YHA
İsviçre	Hostelling International Swiss Youth Hostels
İsveç	Svenska Turistforeningen
İspanya	REAJ/HI Espana
Slovenya	HI Slovenya
Sırbistan	Ferijalni i Hostelski savez Srbije
Romanya	Romen Hostelling
Portekiz	Movijovem
Polonya	PTSM
Norveç	HI Norveç
Danimarka	Danhostel
Hırvatistan	HI Hırvatistan
Çek Cumhuriyeti	HI Çek Cumhuriyeti
Finlandiya	HI Finlandiya
Fransa	HI Fransa/FUAJ
Almanya	DJH

Kaynak: <http://www.eufed.org/contacts/european-youth-hostel-associations> (Erişim Tarihi:31.12.2022).

3.8.4. Agence Nationale pour les Chèques-Vacances (ANCV)

ANCV, Fransa'da özellikle tek ebeveynli ailelerin, gençlerin, yaşlıların, bekâr yetişkinlerin ve aile payı 900 euro'dan az olan engelli bireylerin tatile çıkmasını amaçlayan ticari ve sınıai bir kuruluştur (<https://www.ancv.com/les-aides-aux-projets-vacances-apv>, https://isto.international/isto_members/agence-nationale-pour-les-cheques-vacances-ancv/).



Fotoğraf 3.17: ANCV Tatil Kuponu

Kaynak: <https://www.speed-ball.fr/cheque-sante-sport-et-autres-dispositifs-equivalents/> (Erişim Tarihi: 7.01.2023)

Kuruluş, tatil kuponları aracılığıyla bireylerin tatile çıkabilmesini ve bu kuponların kırsal alanlarda turizm faaliyetlerinin gelişmesine katkıda bulunmasını kendisine misyon olarak belirlemesinden dolayı “taxe sur les salaires” vergisinden muaf tutulmaktadır. Aynı zamanda ANCV çeşitli programlar (Tatil Projeleri için Yardım (APV), Tatil Dayanışma Bursu (BSV), Yaşlılar Tatilde (SEV) ve Kalkis 18.25 programları) aracılığıyla sosyal uyuma ve Fransa'da tatile gitme kültürünün oluşması ve teşvik edilmesi üzerinde çalışmalar gerçekleştirmektedir (<https://www-entreprises-gouv-fr.translate.goog/fr/tourisme/tourisme-pour-tous-et-accessibilite/l-agence-nationale-pour-cheques-vacances?>, <https://fr-m-wikipedia-org.translate.goog/wiki/Ch%C3%A8que-vacances?>).

SEV “Yaşlılar Tatilde” programı aracılığıyla kuruluş, ekonomik veya sosyal açıdan savunmasız durumdaki yaşlı bireylerin tatil yapabilmeleri için konaklama sürelerini kendilerinin belirledikleri cüzi rakamlar ve mali yardımlarla tatile gitmelerine olanak sağlamaktadır (<https://www.ancv.com/les-aides-aux-projets-vacances-apv>).

Tablo 3.16: ANCV, konaklama fiyatları

	ANCV yardımı olmadan Toplam Konaklama Fiyatı (Euro)	ANCV Yardımı ile Toplam Konaklama Fiyatı (Euro)
8 gün 7 gece	410 veya 230	180
5 gün 4 gece	343 veya 193	150

Kaynak: <https://www.ancv.com/seniors-en-vacances> (04.01.2023)

Tablo 3.16 incelendiğinde kuruluş aracılığıyla yaşlı bireyler, 8 gün 7 gecelik tatili 180 euroya, 5 gün 4 gecelik tatili ise 150 euroya yapabilme imkânı bulabilmektedirler ve günümüze kadar tatil kuponları aracılığıyla yaklaşık 4,5 milyon çalışanın tatil bütçesi oluşturmalarına kuruluş olarak sağlamıştır (<https://www.lefigaro.fr/flash-eco/les-cheques-vacances-seront-totalement-dematerialises-de-but-2020-20190326>).

**Fotoğraf 3.18: Yaşlı bireylere ANCV aracılığıyla tatil yapma fırsatı**

Kaynak: <https://www.senior-vacances.com/ancv-toutes-les-offres-pour-voyager/> (Erişim Tarihi: 7.01.2023)

12 ay boyunca çeşitli destinasyonlarda (kırsal kesim, Avrupa, dağlık alanlar ve deniz kenarı) dezavantajlı bireylerin uygun fiyatlarda tatil yapabilmesine olanak sağlayan kuruluş, bireylerin engel durumları vb. koşullarına bağlı olarak nerelerde ne kadar süre tatil yapabileceklerini içeren bilgileri web siteleri aracılığıyla bireylere sunarak bireylerin programlarını ona göre ayarlayabilmelerine olanak sağlamaktadır. Bu fırsatlardan yararlanacak bireyleri belirlerken ise kuruluş, net vergiye tabi gelirlerine göre hareket etmektedir (Tablo 3.17 bkz.).

Tablo 3.17: Net Vergiye Tabi Gelirleri (Mali yardım tablo belirtilen tutardan az olan bireylere verilir)

	1	1,5	2	2,5	3	3,5	4	4,5	5	5,5	6
Bekâr	14.961	20.002	25.044	30.085	35.127	40.168	45.210	50.251	55.293	60.334	65.376
Evli veya PACS çifti	-	-	28235	33276	38318	43359	48401	53442	58484	63525	68567

Kaynak: <https://www.ancv.com/seniors-en-vacances> (04.01.2023)

**Fotoğraf 3.19: Tatil Dayanışma Bursu (BSV) programıyla Lans en Vercors'ta kızakla kayma etkinliğine görürülen çocuklar**

Kaynak: <https://centresocialgerardphilipe.fr/lenfance/> (Erişim Tarihi:26.01.2023).

**Fotoğraf 3.20: Tatil Dayanışma Bursu (BSV) programıyla Rosa Parks'ta dev kapla çevresinde aile akşamı etkinliği**

Kaynak: <https://centresocialgerardphilipe.fr/lenfance/> (Erişim Tarihi:26.01.2023).

3.8.5. Polish Tourist Country-Lovers' Society (PTTK)

PTTK, turistlerin ve gezi meraklılarının ülke içinde ve yurt dışında dolaşmasını kolaylaştırmayı amaçlayan Polonya'daki en eski turist ve gezi derneğidir (<https://www.pttk.pl/o-nas/o-nas-o-pttk/o-nas-o-pttk-kim-jestesmy.html>). Dernek aynı zamanda dışlanmaya maruz kalabilecek olan ekonomik gelir düzeyi düşük çocuklara ve gençlere yönelik projeler sürdürmektedir (Bıçkıcı vd. 2013).

Tablo 3.18: PTTK'nın Malopolskie Voyvodship'taki Faaliyeti

	2006	2007
Şubeler	30	29
Çevreler ve kulüpler	240	226
Üyeler	6688	6580
İlkokul ve ortaokul öğrencileri	2095	2056
Profesyonel Turizm		
Geziler ve etkinlikler	2410	2388
Katılımcılar	72988	67058
Düzenli Turizm		
Geziler ve etkinlikler	937	816
Katılımcılar	21189	16486

Kaynak: file:///C:/Users/gmzck/Desktop/ASSETS_turystyka_2007_2.2.3._polish_tourist.pdf (Erişim Tarihi:03.01.2023).

Tablo 3.18 incelendiğinde PTTK tarafından 2006 yılında düzenlenen ve profesyonel turizmin hazırlamış olduğu geziler ve etkinliklere katılan toplam birey sayısı 72.988'dir. Bu etkinliklere katılan bireylerin yaklaşık 30.400 ilkokul ve ortaokul öğrencisi iken 800 kişisini engelli bireyler oluşturmaktadır. 2007 yılında ise profesyonel turizmin hazırlamış olduğu gezilere ve etkinliklere katılan toplam birey sayısı 67.058'dir. Bu bireylerin yaklaşık 27.500'ü ilkokul ve ortaokul öğrencisi iken 700 kişisini engelli bireyler oluşturmaktadır ve bu bireylerin %50'den fazlası dağ yürüyüşü gezilerine ve etkinliklerine katılmayı tercih etmiş oldukları görülmüştür. Bu bireylerin 1420 kişisine Dağ Turizmi Rozeti, 269 kişisine Dağda At Binme Turizmi Rozeti, 227 kişisine Yürüyüş Turizmi Rozeti ve 24 kişisine Turist Bisiklet Rozeti verilmiştir. 2006 yılına göre geziler ve etkinliklere katılan birey sayısında ve bu duruma bağlı olarak verilen rozet sayısında azalmanın meydana geldiği görülmüştür. PTTK, günümüze kadar sosyal turizm alanında 30.000'den fazla organizasyon düzenlenleyerek gençlerin ve çocukların organizasyonlara katılmasına olanak sağlamıştır (Zan, 2012: 122-123).



Fotoğraf 3.21: Kış Dağ Rozeti Almaya Hak Kazanan Bir Genç Birey

Kaynak: https://www.pttk.pl/images/PDF_uchwaly/odznakiwszystkie/regulamin_zimowej_odznaki_gorkiej_cotg.pdf (Erişim Tarihi:26.01.2023).

3.8.6. ISTO (Organisation Internationale du Tourisme Social) (Uluslararası Sosyal Turizm Örgütü)

Uluslararası Sosyal Turizm Örgütü, 1963 yılında Uluslararası Sosyal Turizm Bürosu (BITS) adı altında Belçikada kurulmuş kar amacı gütmeyen uluslararası bir kuruluştur. Gençlerin, ailelerin, yaşlıların ve engellilerin tatile ve turizme erişimini sağlamayı kendisine misyon olarak belirleyen kuruluş “Herkes İçin Turizm” sloganıyla hareket etmektedir. Ayrıca, yerel halka fayda sağlayabilmek amacıyla sürdürülebilir turizmi ve dayanışma turizmini teşvik etmeye yönelik çalışmalar ile beraber sorumlu turizm faaliyetleri üzerine de çalışmalar gerçekleştirmektedir. Bu nedenle kar amacı güden veya gütmeyen özel ve kamu kuruluşları ile beraber ISTO işbirliği gerçekleştirmektedir (<https://www.coe.int/en/web/cultural-routes/-/international-social-tourism-organization-isto>).



Fotoğraf 3.22: İSTO özel ve kamu kuruluşları ile beraber işbirliği gerçekleştirirken hoşgörü ve barışın geliştirilmesinde turizmin önemli bir rol oynayacağını ifade etmektedir.

Kaynak: <https://isto.international/themes/> (Erişim Tarihi:26.01.2023).



Fotoğraf 3.23: Dinlenmek ve eğlenmek herkesin hakkı olması sebebiyle erişebilirlik probleminin ortadan kaldırılmasına yönelik İSTO çalışmalar gerçekleştirmektedir.

Kaynak: <https://isto.international/themes/> (26.01.2023).

3.8.7. INATEL Vakfı

1935 yılında Ulusal Çalışma Sevinci Vakfı (FNAT) adıyla kurulan INATEL Vakfı günümüzde Çalışma, Dayanışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığına bağlı bulunmaktadır ([https://www.inatel.pt/Fundacao/INATEL-\(2\)/Fundacao.aspx](https://www.inatel.pt/Fundacao/INATEL-(2)/Fundacao.aspx)). Vakıf özellikle Portekizde yaşayan gençlerin, işçilerin ve emeklilerin boş zamanlarını değerlendirebilmesi amacıyla çeşitli organizasyonlar düzenleyemeyi kendisine misyon olarak belirlemiştir. Bu misyonunu daha iyi bir gelecek inşa edebilmek adına sürdürülebilir kalkınmayı esas alan uygulamalarla ve her bölgenin karakteristik özelliklerinin bölgenin gelişimine katkıda bulunarak gerçekleştirmeyi hedeflemektedir (Tablo 3.19 bkz.). Bu nedenle kamu sektörü, özel sektör ve akademi ile ortaklıklar kurarak geniş kitlelere ulaşmaya çalışmaktadır ([https://www.inatel.pt/Fundacao/INATEL-\(2\)/Fundacao/Desenvolvimento-sustentavel/Declaracao-de-Compromisso-da-Fundacao-INATEL-com-o.aspx](https://www.inatel.pt/Fundacao/INATEL-(2)/Fundacao/Desenvolvimento-sustentavel/Declaracao-de-Compromisso-da-Fundacao-INATEL-com-o.aspx)).

Tablo 3.19: INATEL Vakfı'nın Sürdürülebilir Kalkınma Kapsamındaki Taahhütleri, Üyelikleri ve Ortaklıkları

INATEL Vakfı'nın Sürdürülebilir Kalkınma Kapsamındaki Taahhütleri, Üyelikleri ve Ortaklıkları
Erişilebilir Portekiz - Erişilebilir TUR4all (Albufeira, Cerveira, Linhares da Beira, Manteigas, Palace São Pedro do Sul, Piódão, Vila Ruiva , Porto Santo otel birimleri ile ortak)
Tarihi Köyler Derneği (Linhares da Beira, Piódão otelleri ile Kurucu Üye)
Ulusal Biyosfer Rezervleri Ağı (Ortak , Flores, Graciosa, Porto Santo'daki otellerle)
Associação das Termas de Portekiz (Üye , Entre-os-Rios, Luso, Manteigas, São Pedro do Sul otelleriyle)
Sıfır Atık (UH Albufeira, Caparica, Castelo de Vide, Oeiras, São Pedro do Sul ile ortak)
Natural.pt (Ortak , UH Castelo de Vide, Linhares da Beira, Manteigas ve Piódão ile birlikte)
Associação Geoparque Estrela (Linhares da Beira, Manteigas, Vila Ruiva otelleriyle ortak)
Ciência Viva (Albufeira, Albufeira Praia, Cerveira, Linhares da Beira, Manteigas, Palace São Pedro do Sul, Piódão, Porto Santo, Vila Ruiva otel birimleri ile ortak)
CSIT - Confédération Sportive Internationale Travailleuse et Amateur (Üye)
ISCA - Uluslararası Spor ve Kültür Derneği (Üye)
Ulusal Spor Konseyi (Genel Kurul Üyesi)
Azorlar Sürdürülebilirlik Kitaplığı (Abone Olan Kuruluş . Azorlar'da sürdürülebilir kalkınma üzerine düşünme Forumu)
Portekiz Olimpiyat Komitesi (Olağanüstü Üye)
Uluslararası Dans Konseyi CID (Üye)
Uluslararası Folklor ve Popüler Sanatlar Organizasyonu IOV (Üye)
AIUTA, Uluslararası Üçüncü Çağ Üniversiteleri Birliği (Üye)
Taahhüt Lizbon Avrupa Yeşil Başkenti 2020 – İklim Eylemi Lizbon 2030 (Bağlı Kuruluş)
UNESCO / Kültür Bakanlığı Kültür ve Somut Olmayan Miras Konseyi (Danışman . 2010 yılında, Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması için Hükümetlerarası Komite'ye danışmanlık hizmetleri sağlayabilecek bir kuruluş olarak akredite edilen ilk Portekiz STK'sı).
CIOFF® Portekiz, Uluslararası Folklor Festivali Organizasyonları Konseyi (1992'den beri etkin üye, halen başkanlığını yürütmektedir)
UNWTO – Dünya Turizm Örgütü (Üye)
ISTO, Uluslararası Sosyal Turizm Organizasyonu (Üye. Halen Yönetim Kurulu Komitesindedir)

Kaynak:[https://www.inatel.pt/Fundacao/INATEL-\(2\)/Fundacao/Desenvolvimento-sustentavel/Declaracao-de-Compromisso-da-Fundacao-INATEL-com-o.aspx](https://www.inatel.pt/Fundacao/INATEL-(2)/Fundacao/Desenvolvimento-sustentavel/Declaracao-de-Compromisso-da-Fundacao-INATEL-com-o.aspx) (Erişim Tarihi:19.01.2023).

3.8.8. SAVATOU

SAVATOU, Fransada yaşayan bütün insanların boş zamanlarını spora, kültüre, tatillere vb. erişimlerini sağlamayı kendisine misyon olarak belirlemiş kâr amacı gütmeyen bir dernektir. Dernek bu misyonunu gerçekleştirebilmek amacıyla Leisure vb. kartlar ile bireylerin gerçekleştirecekleri etkinliklere yönelik çok çeşitli imkânlar sunmaktadır ve bireylerin etkinlikleri gerçekleştirdikleri süresince sigortalarını da yapmaktadır.



Fotoğraf 3.24: ANCAV- SAVATOU indirim kartı

Kaynak: <https://www.savatou.fr/45-outils-de-communication> (Erişim Tarihi:26.01.2023)

Bireylerin kartların sağlamış olduğu imkânlardan faydalanabilmesi için derneğe üye olmaları gerekmektedir ve derneğe üyelik ücretleri çeşitli koşullara bağlı olarak değişiklik göstermekle beraber genel olarak ücretler ise şu şekildedir:

- Aile Üyeliği 42 euro (25 yaşın altındaki çocuklar vergiye tabidir),
- Çift Üyeliği 38 euro (2 yetişkin veya 1 ebeveyn + 1 veya daha fazla çocuk),
- Bireysel Üyelik 33 euro,
- İşsiz, Öğrenci (25 yaş altı) ve engelli Kişi ve bakıcı üyeliği ise 14 eurodur (<https://www.savatou.fr/8-comment-adherer-a-savatou>).

Derneğe üye olan kişiler Morges’ de Lale Festivali etkinliğine 34-50 euro arasında değişen ücretlerle, 8 gün 7 gecelik olan Portekiz’e Gidiyor etkinliğine 1199 euroya (yemek-içmek vb. dâhil) gidebilme imkânı bulabilmektedir. Geçekleştirilen bazı etkinlikler tablo 3.20’de verilmiştir.

Tablo 3.20: SAVATOU derneğinin gerçekleştirdiği etkinliklerde uygun fiyat olanakları ve konaklama süreleri

Etkinlikler	Konaklama Süresi	Ücret (€)
Morges'de Lale Festivali	-	34-50
Konstanz Gölü	4 gün 3 gece	Çift kişilik odada kişi başı 679
Périgord'un Hazineleleri	8 gün 7 gece	Çift kişilik odada kişi başı 1069
Versay ve Çeşmeler Gösterisi	-	429
Orta Çağ'a dönüş	2 gün 1 gece	Çift kişilik odada kişi başı 199
Portekiz'e Gidiyor	8 gün 7 gece	Çift kişilik odada kişi başı 1199

Kaynak: <https://www.savatou.fr/categorie/18-voyages-organises> (Erişim Tarihi:26.01.2023).

Bireylerin etkinlikler haricinde farklı tatil programı oluşturabilmesi amacıyla da tatil köyleri (%3-20 indirim), oteller (%10-25 indirim), minibüs kiralama (%10 indirim) vb. ile işbirliği içerisinde bulunmaktadır ve SAVATOU'nun bu imkânların geçerli olduğu yerleri gösteren bir uygulaması mevcuttur. Aynı zamanda dernek, Ulusal Sosyal Turizm Dernekleri Birliği'nin (UNAT) bir üyesidir ve Atout France tarafından verilen turizm onayına sahip bulunmaktadır (<https://www.savatou.fr/6-association-savatou>) .

3.8.9. Family Holiday Charity (Aile Tatil Derneği)

Family Holiday Charity, Birleşik Krallık'taki özellikle çocuklar ve ailelerinin yaşam kalitelerini yükseltebilmek ve yoksulluk nedeniyle bireylerin erişemedikleri tatil ve diğer rekreasyonel aktivitelere erişme imkânlarını arttırmayı kendine misyon olarak belirlemiş bir hayır kurumudur (Bıçkı vd. ,2013: 60). Bu kurum'un, sağlamış olduğu avantajlardan yararlanacak olan ebeveynlerde aranan özelliklere aşağıda yer verilmiştir (Joldesma, 2012: 49-50);

- Ailelerin 18 yaş ve altı en az bir çocuğu olmalı,
- Aile düşük gelire sahip olmalı (hane geliri 24.000 £'dan az),
- Ailenin koşullarına hâkim olan doktor, sosyal hizmet uzmanı, öğretmen, öğretmen asistanı vb. bireyler tarafından önerilmeli,
- Aile son dört yıl içinde tatile çıkmamış olması gerekmektedir.

Yukarıdaki şartları sağlayan Birleşik Krallık'taki toplam aile sayısının günümüzde 2.200.000 olduğu kurum tarafından ifade edilmiştir ve bu bireylerden sadece tatil yoluyla mekân ve zaman armağanı almış olan kişi sayısının 216.395 olduğu, bir tatilin keyfini çıkaran aile sayısının ise 53.531 olduğu ifade edilmiştir (<https://familyholidaycharity.org.uk/>).



Grafik 3.5: Birleşik Krallık'taki Aile Tatil Derneğinden destek alan bireylerin toplam Birleşik Krallık'taki bağımlı çocukları olan ve 1 haftalık tatili karşılayamayan ailelere oranı

Kaynak: <https://familyholidaycharity.org.uk/> (Erişim Tarihi:29.01.2023).

Grafik 3.5 incelendiğinde ise Birleşik Krallık'ta bağımlı çocukları olan ve 1 haftalık tatili karşılayamayan ailelerin sayısının oranının (% 89) tatil yoluyla mekân ve zaman armağanı almış kişi sayısı oranı (% 9) ile bir tatilin keyfini çıkaran aile sayısının oranına (% 2) göre çok yüksek olduğu görülmektedir. Bu bireyler arasında tatile erişim sağlayabilen bireyler ile yapılan görüşmeler sonucunda bireylerin eve döndükleri andan itibaren aile bireyleri ile daha iyi anlaştıkları, birlikte daha çok zaman geçirdikleri ve daha az endişe duydukları, çocukların okula daha düzenli gittikleri, bireylerin tatil öncesindeki durumlarına göre daha az izole oldukları ve topluluklara daha fazla dâhil oldukları, ruh sağlıklarının daha iyi olduğu çalışma sonucunda ortaya konulmuştur (<https://familyholidaycharity.org.uk/our-story/long-term-impact-holiday>) (Tablo 3.21 bkz.). Bu bilgilerden hareketle tatile erişimin bireyler üzerinde (sosyo-kültürel, psikolojik gibi) kilit bir rol oynadığı ifade edilebilir.

Tablo 3.21: Tatil Yoluyla Mekân ve Zaman Armağanı Almış Olan Kişiler ile Bir Tatilin Keyfini Çıkaran Ailelerin İfadeleri

Bireylerin İfadeleri	Oranı (%)
Bireylerin eve döndükleri andan itibaren aile bireyleri ile daha iyi anlaştıklarını, birlikte daha çok zaman geçirdiklerini ve daha az endişe duyduklarını ifade etmişlerdir.	90 ve üzeri
Çocukların okula daha düzenli gittiklerini ifade etmişlerdir.	85
Bireylerin tatil öncesindeki durumlarına göre daha az izole oldukları ve topluluklara daha fazla dâhil olduklarını ifade etmişlerdir.	84
Ruh sağlıklarının daha iyi olduğunu ifade etmişlerdir.	83

Kaynak: <https://familyholidaycharity.org.uk/our-story/long-term-impact-holiday> (Erişim Tarihi:29.01.2023).



Fotoğraf 3.25: Tatil'in bireyler üzerindeki etkisi ('İlk kez bir aile olarak Londra'nın dışına çıktık, denize dokunduk veya gökyüzünde berrak yıldızlar gördük Sabah 5'te uyanır ve hep birlikte pijamalarımızla sahile inerdik, böylece birlikte güneşin doğuşunu izleyebildik. Bu asla unutamayacağım bir hatıra')

Kaynak: <https://familyholidaycharity.org.uk/our-story/impact/holidays-matter-research> (Erişim Tarihi: 29.01.2023).

3.8.10. Düşler Akademisi

Düşler Akademisi, Türkiye’de özellikle engelli bireyler ile toplumsal dışlanmaya maruz kalan gençlerin sanat ve spor yoluyla entegrasyonunu sağlamak amacıyla 2013 yılında kurulmuş bir köy akademisidir (https://www.kasgezirehberi.com/nm-D%C3%BC%C5%9Fler_Akademisi-cp-815). Türkiye Vodafone Vakfı, Alternatif Yaşam Derneği ve Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı işbirliği ile hayata geçirilen “Düşler Akademisi” nin sayısı günümüzde ikidir ve bugüne kadar yaklaşık 20 bin gönüllü ile 6 bin gencin engellerini aşmasına akademi katkıda bulunmuştur ve katkıda bulunmaya devam etmektedir (<https://turkiyevodafonevakfi.org.tr/dusler-akademisi-projesi-10-yilda-binlerce-engelli-gence-umut-oldu/>).



Fotoğraf 3.26: Düşler Akademisinde (Kaş/Antalya) gönüllü katılımcılar ile gerçekleştirilen dans etkinliklerinden birisi ve gönüllü katılımcılar “volunteer” adlı tişört giymektedir.

Kaynak:<https://odul.fongogo.com/Project/engelsiz-esit-yasamisanat-ve-sporla-mumkun-kilan-yer-dusler-akademisi-kas#Story> (Erişim Tarihi:12.01.2023).

Tablo3.22: Düşler Akademisinde Gerçekleştirilen Etkinlikler ve Faaliyetler

Düşler Akademisinde Gerçekleştirilen Etkinlikler ve Faaliyetler
Engelsiz Yaşam Laboratuvarı
Çamur –Resim- Sanat-Düşünce-Türk İşaret Dili Atölyeleri
Düşler Mutfağı
Sesimelimapp (Türk İşaret Dili Eğitimi Mobil Uygulaması) Uygulaması
Sürdürülebilir Gelecek Kampları
SHERO Kampı
Tarım ve Okul Müzesi
Phellos Yürüyüşü
Takas, Yerel Ürünler ve İkinci El Şenliği
Alternatif Müzik Platformu
Eşitsizliklerin Azaltılmasına Yönelik Projeler
“Çöpten Sanata, Plastik Dünya ve Yaşam Ağacı” konulu Resim Sergisi
Emine ÇAĞLAR bir bahar sergisi
Engelsiz Yaşam Çözümleri Haritası Projeleri
Sürdürülebilir Projeler
Social Inclusion Band (Karsu, Serkan Keskin vb. sanatçılar yer almıştır)

Akademide haftalık periyodlarla yaz boyunca alternatif kamplar düzenlenmektedir (Tablo 3.22 Bkz.). Örneğin hem gerçekleştirilen faaliyetlerden biri olan hem de akademinin bir alt projesi olarak da harekete geçirilen Düşler Mutfağında (bir sosyal işletme modeli) hazırlanan yiyecek, içecek vb. ürünler belli bir ücret karşılığında bireylere ve kuruluşlara internet sitesi aracılığıyla satılmaktadır. Bu sayede bireylerin hem entegrasyonunun sağlanması hem de elde edilen gelirlerin tamamı düşler akademisine bağışlanarak daha fazla bireye ulaşılması hedeflenmektedir.

**Fotoğraf 3.27: Düşler Mutfağı**

Kaynak: <https://www.alternatifmagaza.com/product-category/mutfaktan/> (Erişim Tarihi:30.01.2023).

Akademi aynı zamanda Avrupa'nın en büyük outdoor engelli kampıdır. Kaş'ta hazırlanan özel bir programda "Düşler Akademisi" müzik grubu Social Inclusion Band, söz ve müziği Ogün Sanlısoy'a ait olan "Düşlesen Yeter" adlı şarkıyı seslendirmiştir (<https://turkiyevodafonevakfi.org.tr/dusler-akademisi-projesi-10-yilda-binlerce-engelli-gence-umut-oldu/>). Bu şarkının sözleri şu şekildedir (<https://www.youtube.com/watch?v=JvKXbAccq8Q>):

DÜŞLESEN YETER

Her şey geçti
Güneş parlıyor hala
Durma tekrar dene
Başlıyor hayat

Parıldarız teker teker
Yıldızlar bizim olsun
Hayat sevmeye değer
Hepsi bu

Hallederiz birer birer
Gönlümüz ferah olsun
Hayal gerçeğe döner
Düşlesen yeter

Hallederiz birer birer
Gönlümüz ferah olsun
Hayal gerçeğe döner
Düşlesen yeter

Muhteşem güne
Hallederiz birer birer
Gönlümüz ferah olsun
Hayal gerçeğe döner
Düşlesen yeter

Herkes sessiz
Rüzgâr dolanıyor hala
Dinlen tekrar dene
Dağılıyor bak şarkın her yöne
Düşlesen yeter

Parıldarız teker teker
Yıldızlar bizim olsun
Hayat sevmeye değer
Hepsi bu
Düşlesen yeter

Gerçekleştirilen etkinlikler ve faaliyetler sosyal faydanın bir kelime grubundan çok daha fazlası olduğunu, bireylere ve bireylerin yaşam çabalarına daha farkında bir bakış açısıyla bakılmasını gerektiğini, bir sosyal işletme modeli olarak hayatının içine tüm bireylerin entegre edilebileceğini akademi ortaya koymaktadır.



Fotoğraf 3.28: Düşler Akademisi (Ataşehir/İstanbul) Kütüphanesinin kampüsü ve Yüksek parkur alanı
 Kaynak: <https://www.bizevdeyokuz.com/toplum-gonulluluk-dusler-akademisi> (Erişim Tarihi:12.01.2023)



Fotoğraf 3.29: Düşler Akademisi'nin "Engelsiz Bir Yaşam Mümkün!" mottosu ile gerçekleştirdiği etkinlik
 Kaynak: <https://odul.fongogo.com/Project/engelsiz-esit-yasamisanat-ve-sporla-mumkun-kilan-yer-dusler-akademisi-kas#Story> (Erişim Tarihi:12.01.2023).

3.9. Sosyal Turizm Projeleri

Sosyal turizm ile ilgili gerçekleştirilmiş olan bazı projeler bu bölümde incelenmiştir.

3.9.1. Calypso Projesi

Calypso, Avrupa Komisyonunun üç yıllık (2009-2011) sosyal turizmi teşvik etmek amacıyla 2008 yılında kabul etmiş olduğu bir projedir. Bu projenin hedef grubu; 18 ile 30 yaş arasındaki gençler, engelliler, yaşlılar ve dar gelirli aileler oluşturmaktadır. Söz konusu hedef kitlenin tatil imkanlarını arttırarak sosyal eşitsizliğin azaltılması, ölü sezonda bireylerin yurtdışına tatile çıkabilmesinin sağlanarak Avrupa’da ekonomik büyüme yaratılması ve en önemlisi turizm sektöründe daha iyi ve kalıcı istihdam yaratarak herkesin kazançlı çıkmasını proje amaçlamaktadır (Minnaert vd., 2011: 411, <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/a1887a07-91be-4ac5-b190-6360523180bc/language-tr/format-PDF>). Bu amaca ulaşmak için OITS, Rimini’de üniversiteler, akademiler ve araştırma enstitüleri ile işbirliği kararı alınmış ve bu işbirliği ile sosyal turizm ve dayanışma alanında bilginin arttırılması ve fırsatların oluşturulabilmesi için Calypso projesi “*Herkes İçin Turizm*” sloganı ile hareket edilmiştir (Sonuç, 2016: 47).

Tablo 3.23: Calypso Projesine Katılan Ülkeler

Belçika	Polonya	Macaristan	Malta	İtalya	Portekiz	Hırvatistan
Çek Cumhuriyeti	Avusturya	Litvanya	İrlanda	Fransa	Yunanistan	Romanya
İspanya	Bulgaristan	Slovenya	Letonya	Kıbrıs	Türkiye	Slovakya

Kaynak: https://summary_report_final_en.pdf

Avrupa Birliği’ne turizm ile ilgili yetki veren Lizbon Anlaşmasının akabinde, 2009 ile 2011 yılları (Calypso projesinin 2009 ve 2010 faaliyet yılları olarak ifade edilmektedir) arasında her yıl 1 Milyon Euro’luk bütçesiyle toplam 3 Milyon Euro’luk proje onaylanmıştır (Sonuç, 2016: 48). Projeye 21 AB üyesi ülke ve aday ülkeler imza atmıştır (Aslan & Akın, 2016: 166). Bu ülkeler içerisinde yer alan Portekiz ve Finlandiya arasında ilk pilot değişim grupları kurulmuş ve 23-26 Eylül 2011 tarihleri arasında Portekizden Finlandiyaya, 26-29 Kasım 2011 tarihlerinde ise Finlandiyadan Portekize olmak üzere değişim programları organize edilmiştir (https://summary_report_final_en.pdf). Bu organizeler ile engelli bireylerin ve yakınlarının, yoğun olmayan turizm sezonlarında ulusal ve bölgesel yetkililerinde teşvikiyle bireylerin daha rahat bir şekilde tatil deneyimlerini gerçekleştirebilmesi hedeflenmiştir. Ayrıca ve ekonomik bir şekilde paylaşımlarında bu durumdan faydalanabilmelerinin sağlanabilmesi için çalışmalar gerçekleştirilmiştir (https://summary_report_final_en.pdf). Akabinde diğer ülkeler arasında uygulanılacak olan pilot değişim programlarının organizasyonunun sağlanabilmesi

için görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Beraberinde arz ve taleplerin iletilmesi amacıyla projenin bir web tabanlı platform oluşturulması fikri bulunmaktadır.

3.9.2. SOWELL (Social Tourism Opportunities in Wellness and Leisure Activities) (Sağlık ve Boş Zaman Faaliyetlerinde Sosyal Turizm Fırsatları) Projesi

SOWELL projesi, Avrupa Birliği (AB) destekli bir Calypso projesidir. Bu projenin hedef grubunu yaşlılar ve gençler oluşturmaktadır. Söz konusu hedef kitleyi hem sosyal hem de spa turizmi ile birleştirerek ölü sezon dönemlerinde herkes için erişilebilirliğin sağlandığı sürdürülebilir bir sosyal turizm faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi hedeflenmektedir. Proje, ayrıca Avrupa hareketliliğine izin vererek, ortak faydalanıcılar arasında sosyal ve spa turizmi alanlarında uluslararası işbirliğinin geliştirmesini ve teşvik edilmesini amaçlamaktadır (www.sowell-project.eu/). Bu nedenle yıl boyunca Avrupa bölgelerinin ve topraklarının daha dengeli bir şekilde ekonomik kalkınmasını sağlamak amacıyla Fransa, İspanya, İtalya ve Çek Cumhuriyeti ile OITS, Consorci Viles Termals de Catalunya (Katalan Bölgesi Kaplıca (Spa) Kasabaları), Regione Puglia (Puglia Bölgesi), Legambiente Turismo kuruluşları ile ortak olarak hareket etmektedir (Nil, 2016: 48).

3.9.3. STEEP (The Social Tourism European Exchanges Platform) (Sosyal Turizm Avrupa Değişim Platformu) Projesi

STEEP Projesi, ölü sezon dönemlerinde Avrupa'da uluslararası turizmi kolaylaştırmak ve geliştirmek amacıyla gerçekleştirilen bir web tabanlı platformdur (www.ecalypso.eu). Bu platformun hedef grubunu; gençler, zor sosyal ve/veya finansal koşullarla karşı karşıya olan aileler, yaşlılar ve engelli bireyler oluşturmaktadır. Söz konusu olan hedef grup ile Avrupa'daki uluslararası işletmeleri tek bir platformda toplamayı proje amaçlamaktadır (www.ecalypso.eu). Bu nedenle hedef kitlenin konaklama ve turizm ürünlerine yönelik talepleri doğrultusunda ölü sezon dönemlerinde arzı karşılayacak olan (konaklama vb.) uluslararası Avrupa'daki işletmelere sahip olan bireylere mevcut arzı büyük ölçüde tanıtabilmeyi, sezon dışı doluluk oranlarının iyileştirilebilmesi amacıyla işletmelerin bu durumu fırsata çevirebileceklerini ve benzerleriyle etkileşimlerde bulunabileceklerini ve değiş tokuş yapabilmelerine olanak sağlayacak bir platformu proje oluşturmayı amaçlamaktadır. Ayrıca proje, müşteriler adına hareket eden aracılar arasındaki iş fırsatlarını kolaylaştırarak turizm KOBİ'lerinin de rekabet gücünü artırmayı amaçlamaktadır (https://www.accessibletourism.org/?i=enat.en.enat_projects_and_good_practices.1311). Bu bağlamda İspanya'da Segittur, İtalya'da Legacoop Ulaşılabilir Turizm için Avrupa Ağı (European Network for Accessible Tourism), Fransa'da

Ulusal Turizm Kurumları Birliği (Union Nationale des Associations de Tourisme), İtalya’da Consorzio Siena Hotel Promotion, Belçika’da Joie & Vacances Asbl kuruluşları ile ortak olarak hareket etmektedir (Nil, 2016: 49).

3.9.4. Ulusal Sosyal Turizm Projesi

Ulusal Sosyal Turizm Projesi, Malta’da bir web tabanlı platform aracılığıyla bireylere hizmet sunmaktadır. Bu platform, turizm sektörü ve sendikaların ortaklığıyla beraber hayata geçirilen çevrimiçi web portalı aracılığıyla sendikasından “sosyal turizm promosyon kodu” alan kişilerin linkleriyle beraber siteye erişim sağlamaları sonucunda %10 ve % 20 indirimli tatil yapma fırsatını bireylere sunmaktadır (Küyük, 2012: 41).

3.9.5. ‘Bu Kampta Hayat Var’ Projesi

Türkiye’de sadece engellilere özel tek tesis unvanına sahip Samsun Büyükşehir Belediyesi Mavi Işıklar Eğitim, Dinlenme ve Rehabilitasyon Merkezi, Bu Kampta Hayat Var projesi ile engelli bireylere ve ailelerine tatil fırsatı sunmaktadır (<https://samsun.bel.tr/haberler/bu-kampta-hayat-var>). Bu proje kapsamında, 1 Haziran ve 30 Eylül tarihleri arasında 4 günlük kamplara katılmak isteyen engelli bireyler, özel donanımlı araçlarla evlerinden alınarak tatil merkezine getirilmektedir ve şehrin tarihi, kültürel ve turistik mekânları bireylere gezdirilerek ücretsiz bir şekilde bireylerin tatil yapılmalarına imkân sağlanılmaktadır. Tatil merkezi içersinde ise ‘Engelsiz Çocuk Evi’, yüzme havuzu, spor ve rekreasyon alanları vb. bulunan tesis 17 oda ve 34 yatak kapasitesi ile yılda yaklaşık 1500 engelli bireye konaklama hizmeti vermektedir (<https://samsun.bel.tr/haberler/bu-kampta-hayat-var>).



Fotoğraf 3.30: Türkiye’de sadece engellilere özel tek tesis unvanına sahip Samsun Büyükşehir Belediyesi Mavi Işıklar Eğitim, Dinlenme ve Rehabilitasyon Merkezi

Kaynak: <https://www.amisoshaber.com/samsun-haberleri/bu-kampta-hayat-var/25557/> (Erişim Tarihi: 12.03.2023).



Fotoğraf 3.31: "Engelli bireylerin tatil yapmalarını engelleyen faktörlerin tesislerde ortadan kaldırılmasına yönelik yapılan çalışmalar ile bireylerin engelsiz bir şekilde tatil yapmaları sağlanmaktadır"

Kaynak: <https://samsun.bel.tr/haberler/down-sendromlu-cocuklar-icin-en-eglencler-kamp#images-8> (Erişim Tarihi:12.03.2023).

3.5.6. IMSERSO (Instituto de Mayores y Servicios Sociales-Institute for Older Persons and Social Services)

IMSERSO, İspanya'nın kıyı bölgelerindeki turistik merkezlerde yoğun turizm sezonu ile sezondışı dönemlerde engelli ve yaşlı bireylere sosyal turizm olanaklarını sağlayan bir programdır. Devlet bu program aracılığıyla kış döneminde otellerin açık kalmasını sağlayarak hem sektöre destek olurken hem de sosyal devlet politikalarının işletilebilmesini sağlamaktadır. Bu kapsamda İspanya'nın her bölgesindeki otellerin kış döneminde açık kalmaları karşılığında devlet, konaklama tesisleri ile uygun fiyatlar üzerinden anlaşmalar yaparak sözleşme imzalamaktadır (Bıçkı vd., 2013: 54). Bu program'ın finansmanının %70'ini sosyal turizm tüketicisi, kalan %30'luk kısım ise devlet tarafından karşılanmaktadır (<https://www.hurriyet.com.tr/yazarlar/yalcin-bayer/iste-bir-sosyal-devlet-uygulamasi>).

Tablo 3.24: İMSERSO programı tatil fiyatları

Destinasyon	Süre	Günlük Fiyat (Euro)	Toplam Fiyatı (Euro)
Endülüs, Katalonya, Murcia ve Valenciya (ulaşım dâhil)	10 gün 9 gece	30	269
	8 gün 7 gece	30	212
Yarımada Kıyı Bölgesi: Endülüs, Valenciya, (Ulaşım hariç)	10 gün 9 gece	29.5	238
	8 gün 7 gece	28	196
1. Kıyı Bölgesi	11 gün 10 gece	30	308
	8 gün 7 gece	34	248
2. Kıyı Bölgesi	10 gün 9 gece	26	236
	8 gün 7 gece	27	195
	9 gün 8 gece	50	405
	8 gün 7 gece	47	330
3. Kıyı Bölgesi	10 gün 9 gece	26	235
	8 gün 7 gece	28	195
Şehir Gezileri - Bölge Başkent şehirleri	5 gün 4 gece	66	266
	5 gün 4 gece	28	115

Kaynak: <https://www.turizm gazetesi.com/haber/ispanya-da-yabancıya-tatil-300-kendi-emeklisine-116-avro/>

83601 (Erişim Tarihi:28.12.2022).

Tablo 3.24 incelendiğinde Endülüs, Katalonya, Murcia ve Valenciya destinasyonlarında 10 gün 9 gecelik tatilin ulaşım masrafları ile beraber toplam 269 euro olduğu görülmektedir. Yarımada Kıyı Bölgesi içerisinde yer alan Endülüs, Valenciya'da ulaşım masrafları hariç 10 gün 9 gecelik tatil'in toplam 212 euro olduğu, Kıyı Bölgesinde 11 gün 10 gecelik tatil'in 308 euro olduğu daha kısa süre tatil yapmak isteyen bireyler için 8 gün 7 gecelik tatil ise 248 euro olarak belirlendiği görülmektedir. Bölgeler arasında fiyat ve süre farklılıkları belirlenerek bireylerin tatile çıkma fırsatı oluşturulmuş olduğu görülmektedir.

3.10. Uluslararası Belgelerde Sosyal Turizmin Yeri

Ülkeler dış politika ve menfaatleri doğrultusunda birbirleriyle çok çeşitli anlaşmalar (siyasi, askeri, ekonomik, kültürel-turizm ve bilimsel antlaşmalar vb.) yapmaktadır (Esenkal Çözeli, Bal, Tümen, Yaşar, Aydemir, 2016: 563). Bu anlaşmalardan bir tanesi de “sosyal turizm” anlaşmaları oluşturmaktadır. Bu bölümde sosyal turizm ile ilgili yapılmış bazı sözleşmeler, bildiriler ve kongreler incelenmiştir.

3.10.1. Viyana Sözleşmesi

Sosyal turizm'in temel ilkelerini belirlemek amacıyla BITS, 1972 yılında Viyana'daki genel kurul toplantısında, uluslararası ortak kavramları (tatillerin genişletilmesi, okul tatilleri, altyapının düşük sezondaki sınırlı kullanımı vb. konular) hem ortaya koymuş hem de “herkes için turizm” anlayışını desteklenmiştir. Bu nedenle Viyana şartı belgesi, “*sosyal turizm'in anayasası*” olarak nitelendirilmektedir (Yılmaz,1984: 8, BITS, 1972).

3.10.2. Montreal Bildirgesi

12 Eylül 1996 tarihinde kabul edilen Montreal Bildirgesi “*sosyal turizmin gelişiminin başlangıcı*” olarak kabul edilmektedir (BITS, 1996). Aynı zamanda bildirge “*Turizmin hümanist ve sosyal vizyonuna doğru*” ismini taşımaktadır (BITS, declaration-eng.pdf). Bildirgede; sosyal trizmin toplumu şekillendirme üzerindeki rolü, kriterleri, ayrımcılık ve entegrasyon zorluğu karşısındaki yüksek idealleri hususlarından bahsedilmiştir. Toplumun dezavantajlı kesiminin turizme erişimini desteklemek amacıyla çeşitli maddelere yer verilmiştir. Bu maddelerden bazıları ise şunlardır (BITS, declaration-eng. pdf) ;

- 1. Maddede İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi, tüm insanların dinlenme, boş zaman, çalışma saatlerinin sınırlandırılması ve ücretli tatil hakkına sahip olduğunu belirtir. Bu hak evrensel olarak kabul edilmekten çok uzaktır, temel amacı her zaman herkes için seyahat ve eğlence fırsatlarına erişim olan sosyal turizmin hâlihazırda

alevlendirdiği yolda, boş zaman ve turizmin insan ihtiyaçlarının hizmetine boyun eğdirilmesi şiddetle takip edilmelidir.

- 2. Maddede tüm turizm geliştirme girişimlerinin ana hedefi, her bir kişi hem de bir vatandaş olarak her bireyin potansiyelinin tam olarak gerçekleştirilmesi olmalıdır.
- 6. Maddede turizm tüm topluma fayda sağlamalıdır. Faydaları, bölgelerin ve vatandaşların bir bütün olarak sosyal ve ekonomik kalkınmasına katkıda bulunmalıdır. Turizm sektörü hem istihdam sağlamalı hem de tüm çalışanların temel haklarını güvence altına almalıdır.
- 9. Maddede turizm, pek çok kırılgan ekonomi için umudu temsil edebilir ve etmelidir. Doğal çevrenin korunması, ticari veya kişisel kazanç amacı güden kuruluşlardan veya bireylerden gelen açgözlü baskıya dayanmalıdır.
- 10. Maddede turizm geliştirme projelerinin girişimcisi ve yöneticisi olarak sosyal turizm, turistler açısından kilit bir rol oynamaktadır. Görevi, bilinçlendirmek, bilgilendirmek ve çevreye ve yerel topluluklara saygıyı aşılmasıdır.

Montreal bildirgesiyle, sosyal turizme sürdürülebilirlik ve dayanışma ilkelerinin de katılması, sosyal turizmi daha geniş ve talep edici bir turizm kavramı yaratmış ve daha da zenginleştirilmiştir (Sonuç, 2016: 44).

3.10.3. Aubagne Kongresi

1996 yılında kabul edilen Montreal Bildirgesi'nin güncelliği ve ilişkisini yeniden belirtmek amacıyla 2006 yılının mayıs ayında Aubagne Kongresi gerçekleştirilmiştir. Geçleştirilen kongre'nin başlığı "*Kalkınma ve Dayanışmaya Dayalı Turizmine Doğru*"dur (<https://www.festtravel.com/oits-montreal-sosyal-turizm-bildirgesi-1996-ve-ekleri>, BITS, 2006). Aubagne Kongresinde sosyal turizm ile ilgili çeşitli maddelere yer verilmiştir. Kongrede yer alan maddeler incelendiğinde sosyal turizm ile ilgili çalışmalar yapan kurum veya kuruluşların cesaretlendirilmesi amacıyla çalışmaların yapılması gerekliliği, ücretli izin hakkı, kar amacı gütmeyen sivil toplum kuruluşları ile düşük faizli kredi veren kurumların birleştirilmesi için çalışmaların yapılması gerekliliği, mesai saatleri, İşçi Organizasyonu vb. tarafından belirlenen ilkelere saygı duyulmasının gerekliliği, sosyal uyumun gerçekleşebilmesi ve sürdürülebilmesi için sosyal turizme özel bir ilgi gösterilmesi ile ilgili hususlar üzerinde durulmuştur (<https://www.festtravel.com/oits-montreal-sosyal-turizm-bildirgesi-1996-ve-ekleri>).

3.10.4. Barselona Bildirgesi

Avrupa Ekonomik ve Sosyal Komitesi, 19 Ocak 2006 tarihinde, Çalışma Kurallarının 29 (2) maddesi uyarınca Avrupa'da sosyal turizm ile ilgili görüşlerin belirtilmesi kararı almıştır. Bu bağlamda 13 ve 14 Eylül 2006 tarihlerinde (14 Eylül toplantısı) kabul edilen Barselona Bildirgesi, Avrupa Ekonomik ve Sosyal Komitesi'nin Avrupa'da Sosyal Turizm ile ilgili görüşünü belirten temel bir belge niteliği taşıdığı ifade edilebilmektedir (Official Journal of the European Union, 23.11.2006, Sonuç, 2016: 44). Bildirgede; sosyal turizmin kökeni, gelişimi, tarihi, kuruluşları, Avrupa'da sosyal turizmi geliştirilmesi için yapılması gerekenler, “herkes için turizm” mottosu ile turizm faaliyetlerini herkes için erişilebilir kılmak amacıyla kamu ve özel kuruluşlara yönelik tavsiyeler, Avrupa'da sosyal turizm ile ilgili gerçekleştirilen bazı projeler ve uygulamalar, Türkiye'deki mevcut durumun analizi, turizm sektörünün gelecekte karşılaşılabileceği sorunlar ve sosyal turizmin bu durum karşısındaki rolü, sosyal turizmin istihdama ve sosyal politikalara katkısı, EESC'nin “Herkes için Sosyal Sürdürülebilir Turizm” ile ilgili görüşü ve sürdürülebilir turizm için yapılması gerekenler, sosyal turizmin temelleri ve küresel kalkınmaya katkısı gibi hususlara yer verilmiştir (Official Journal of the European Union, 23.11.2006).

3.10.5. Manila Bildirgesi

27 Eylül ile 10 Ekim 1980 tarihleri arasında UNWTO tarafından Filipinler'in başkenti Manila'da, 91 devletten 107 heyetin katılımı ile Manila Turizm Konferansı gerçekleştirilmiştir. Konferansda sosyal turizm ile ilgili gelir düzeyi düşük ülkelerin ve toplulukların turizmden, ekonomik ve sosyal açıdan nasıl faydalanabileceklerine ilişkin konulara yer verilmiş ve özetle aşağıda belirtilen hususlarda anlaşmaya varılmıştır (Esenkal Çözeli vd., 2016: 568-570).

- Ekonomik sebeplerle turizme katılamayan bireylerin sosyal turizm uygulamaları aracılığıyla turizme katılabilmeleri sağlanmalıdır.
- Özellikle sabit gelirli çalışan bireylerin sosyal turizm aracılığıyla turizme katılımları sağlanırsa, kazanılacak olan moral, motivasyon ve dinlenme neticesinde iş verimlilikleri ve performansları artacaktır.

3.10.6. Rimini Kongresi

19. yüzyıldan 23 Eylül 2010 tarihine kadar “Sosyal Turizm Kongresi” Riminide gerçekleştirilmiştir. En son 19-23 Eylül tarihleri arasında Riminide gerçekleştirilen kongrenin temasını “*Turizm: sosyal politikalar zamanı*” oluşturmuştur. Bu kongrede; sosyal turizmin yeri, önemi, sosyal turizmin paydaşlara etkisi, dünya çapında yasalara, sosyal politikalara ve

programlara genel bir bakış, yarın için hangi sosyal politikaların gerekliliği olduğu gibi hususlara yer verilmiştir (www.socialtourismworldcongress.org).

3.11. Sosyal Turizm ile İlgili Meydana Gelen Kazanımlar

Sosyal turizm, dezavantajlı bütün bireylerin tatile çıkabilmesini kendisine misyon olarak belirlemesinden dolayı uzun vadede sosyo-ekonomik ilişkilerin artmasını, toplumsal bağların güçlenmesini ve iletişim artmasını sağlamaktadır (Sonuç, 2016, Minnaert, Maitland ve Miller, 2009a ve 2009b). Bu nedenle sosyal turizm'in bireylere, turizm sektörüne ve devlet'e kazanımları bulunmaktadır. Bu bölümde meydana gelen kazanımlar tek tek ele alınarak incelenmiştir.

3.11.1. Sosyal Turizm'in Bireylere Kazanımları

Sosyal turizm, dezavantajlı olarak ifade edilen bütün bireylerin tatile çıkabilme hakkının olduğu görüşüne sahip bulunmaktadır. Bu nedenle çeşitli kar amacı gütmeyen kurum ve kuruluşlarla işbirliği içerisinde çalışmalar gerçekleştirerek bireylerin tatile çıkabilmesine olanak sağlamaktadır. Yapılan çalışmalar incelendiğinde ise tatil yapma imkânı bulan kişilerde meydana gelen kazanımlar şu şekildedir (Minnaert ve ark., 2006:16 ve 2011:411, Sosyal Turizm Araştırması, 1993:27, Hunter-Jones, 2011, (Minnaert ve Schapmans, 2009; Minnaert vd., 2007; Minnaert vd., 2009a);

- Öz güvenlerinde artış,
- Bireylerin iletişimlerinin daha olumlu ve ılımlı hale gelmesi,
- Aile ilişkilerinde iyileşmeler,
- Ebeveynlik becerilerinde gelişme,
- Yaşam kalitelerinde artış,
- Seyahat ufuklarında genişleme,
- Toplumsal bağlarının güçlenmesi,
- İş verimliklerinde artışların görülmesi,
- Bağımsızlık ve güvenlik gibi duygularında artış,
- Hayata karşı daha istekli bir tutum sergileme,
- Eğitim ve istihdama katılım oranlarında meydana gelen iyileşme,
- Fiziksel ya da ruhsal rahatsızlıklarda iyileşme,
- Bireyler arasındaki eşitliksizliğin ortadan kalkması vb. sağlamaktadır.

Bireyler üzerinde meydana gelen kazanımlar incelendiğinde sosyal turizmin bireyler üzerinde olumlu etkiler meydana getirdiği ifade edilebilmektedir.

3.11.2. Sosyal Turizm'in Turizm Sektörüne Kazanımları

Sosyal turizm, ölü sezonda hareketlemeleri meydana getirerek hem dezavantajlı bireyler üzerinde hem de paydaşlar üzerinde önemli bir role sahip bulunması sebebiyle turizm sektörü üzerinde önemli bir role sahip bulunmaktadır. Özellikle sezondışı mevsimlerde düşük fiyat avantajları sayesinde ölü sezonun değerlendirilmesi turizm faaliyetlerinin on iki aya dağılmasına, kitlelerin turizme katılım oranlarının artmasına, konaklama tesislerinin atıl kalınılmasının önüne geçilmesine, vasıflı personelin muhafaza edilmesine, iç turizm faaliyetlerine katılım oranlarının artmasına ve bu nedenle de ülke içerisinde para sirkülasyonunun devam etmesini sağlanması nedeniyle turizm sektörü üzerinde önemli bir role sahip bulunmaktadır (Sosyal Turizm Araştırması, 1993: 74).

3.13.3. Sosyal Turizm'in Devlet'e Kazanımları

Sosyal turizmin bireylerin sosyal ihtiyaçlarına karşılık gelmesi, istihdamı artırması, iç turizmin gelişmesine olanak sağlaması, toplumun bütün bireylerinin turizm faaliyetlerine katılımına olanak sağlanması, sosyal kaynaklara eşit erişim ve güçsüzlerin ortadan kaldırmasını hedeflemesi vb. misyonundan dolayı sosyal turizm, devletin sorumlulukları üzerinde olumlu bir etkiye sahip bulunmaktadır (Hjalager, 2008). Aynı zamanda üretimi, ticareti ve pasif tasarrufları harekete geçirerek ekonominin gelişmesi üzerinde de olumlu etkiler meydana getirmektedir (Hacıoğlu,1981: 6). Bu nedenle birçok AB üyesi ülkede sosyal turizm devlete çok düşük bir bedele mal olmaktadır. Hatta bir yandan yerel ekonomiyi hareketlendirirken, diğer yandan vergileri ve işsizlikleri azaltarak devletin gelirlerinin artmasına ve istihdam sorunun azalmasına olanak sağlamaktadır (Minnaert ve ark., 2011:404- 405). Bu bağlamda devletlerin sosyal turizm gelişmesine yönelik olarak gerçekleştirmiş oldukları anlaşmalar, sözleşmeler ve görüşmeler toplumun refah seviyesinin artmasına, ülke içerisinde turizm faaliyetlerine katılım oranlarının artmasına, suç oranlarının azalmasına olanak sağlamasından dolayı devletlerin üzerinde olumlu etkiler meydana getirmektedir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

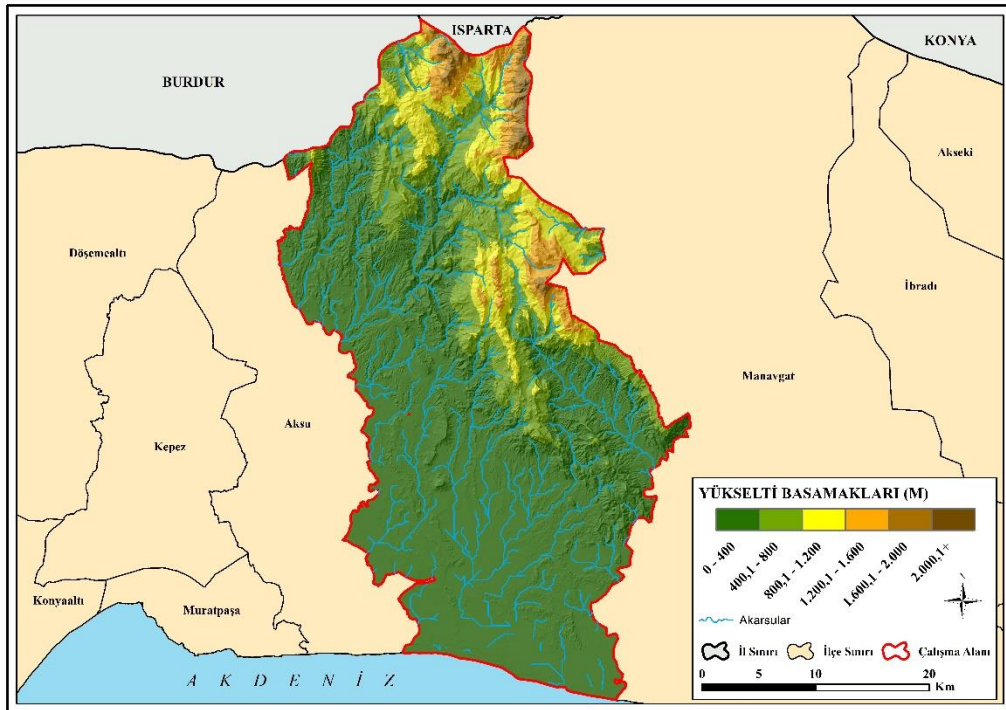
SERİK İLÇESİNİN GENEL COĞRAFI ÖZELLİKLERİ

4.1. Fiziki Coğrafya Özellikleri

Serik ilçesinde turizmin gelişmesinde araştırma sahasının iklimi, doğal güzellikleri ve coğrafi konumunun önemli bir payı bulunmaktadır. Bu nedenle araştırma sahasının fiziki coğrafya özellikleri genel hatlarıyla bu bölümde incelenmiştir.

4.1.1. Topoğrafik Yapısı

Araştırma sahası, Antalya ovasının doğuya doğru uzanan bir parçasını teşkil etmektedir. Yükseltinin 0 ile 2.500 metre arasında değiştiği araştırma sahasında topoğrafik yapı kıyı düzlüklerinden, dağlık alanlara ve dik kayalıklara kadar büyük çeşitlilik göstermektedir (Kanabakan, 2013). Özellikle araştırma sahasının Bozdoğan, Hasdümen ve Haskızılören mahallelerinde yükselti 2.000 metrenin üzerine çıkmaktadır. Boğazkent, Belek mahallelerinde ise yükselti fazla olmamakla beraber batıda Aksu çayı, doğuda ise Köprüçay'ın getirmiş olduğu alüvyonlar ile oluşmuş bir kıyı ovası niteliğindedir (Kanabakan, 2013). Sarıabalı ve Deniztepesi mahallelerinden itibaren ise kuzeye doğru gidildikçe yerleşmelerin vadi tabanlarına doğru kaydığı görülmüştür. Bu durumun sebebi ise kireçtaşlarının bu alanlarda kayalıklar oluşturmasıdır (Sargın, 2019: 11).



Harita 4.1: Serik İlçesinin Fiziki Haritası

Araştırma sahasında Kuvaterner dönemine ait alüvyon, kumul, Miyosen dönemine ait kireçtaşı ve Neojen dönemine ait konglomera ile volkanik kayalardan oluşan bir litolojik yapının hâkim olduğu görülmektedir. En geniş alana yayılım gösteren kayaç tipi ise alüvyondur. Serik ovası ve ilçe merkezi kuzeyindeki akarsu vadi tabanlarında yayılış gösteren alüvyal örtü formasyonları üzerinde tarım yapılmaktadır. İlçe merkezinin kuzeydoğu kesimleri kireçtaşı ve konglomera formasyonları ile kaplıdır. Bu sahalarda karst topografyasına ait çeşitli jeomorfolojik şekiller bulunmaktadır. Bunlar içerisinde en önemlisi Akbaş mahallesinde yer alan Zeytintaşı Mağarası'dır. İlçede bulunan konglomera formasyonları antik dönemde inşa edilen birçok yapıda ana malzeme olarak kullanılmış hem de günümüze kadar ayakta kalmayı başaran konglomera bloklarından inşa edilmiş olan su kemerleri ve antik kentler ilçenin kültürel peyzajını zenginleşmesinde etkili olmuştur (Bulut vd.,2019:220). Araştırma sahası'nın coğrafi yapısı, iklimi, nehir yatakları, barındırdığı dezavantajlı nüfusu, turizme dayalı gelişimi, yatayda gerçekleşen kentsel büyüme, geçirimli yüzeylerin azlığı, yetersiz altyapı kapasitesi vb. nedenlerden dolayı sel ve taşkın risklerine karşı kırılgan bir kıyı yerleşimi olarak da ifade edilmektedir (Pancar & Gökce, 2022;231).

4.1.2. İklimi

Araştırma sahasının bulunmuş olduğu coğrafi konumundan dolayı yazlar sıcak ve kurak, kışlar ise ılık ve yağışlı geçen Akdeniz iklimi hâkimiyeti altında bulunmaktadır. Yazların sıcak ve kurak, kışların ise ılık ve yağışlı geçmesi sebebiyle beşeri faaliyetler ilçede çeşitlilik göstermiştir. Aynı zamanda iklim koşullarının turizm sezonunun süresini, turizm türünü ve etkinliklerini belirleyen en önemli faktörlerden birisini oluşturması sebebiyle araştırma sahasının iklim elemanları incelenirken T.C. Çevre, Şehircilik ve İklim Bakanlığı Meteoroloji Genel Müdürlüğü 18306 nolu (Serik) istasyonundan elde edilen meteorolojik verilerden faydalanılarak incelemeler yapılmıştır.

4.1.2.1. Sıcaklık

Termik rejimin ortaya konulabilmesi için sıcaklığın yıl içerisindeki dağılışı oldukça önemlidir. Serik Meteoroloji İstasyonu verilerine göre yıllık ortalama sıcaklık 20.0°C'dir. Tipik Akdeniz ikliminin sıcaklık ortalamasının alt sınırından ilçenin yıllık ortalama sıcaklığının daha yüksek bir değere sahip bulunmakta olduğu ifade edilebilir. Aylık ortalama sıcaklığın en düşük olduğu ay 9.0°C ile ocak ayı, en yüksek olduğu ay 31.0°C ile temmuz ayıdır. Ortalama maksimum sıcaklığın en düşük olduğu ay 19.8°C ile şubat ayı, en yüksek olduğu ay 42.0°C ile

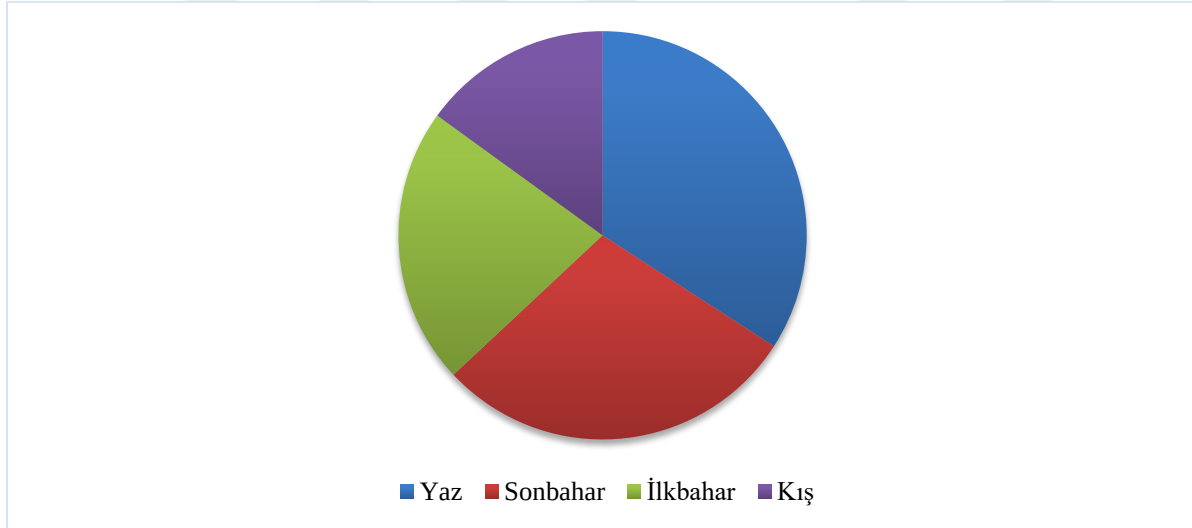
temmuz ayıdır. Ortalama minimum sıcaklığın en düşük olduğu ay -2.0°C ile ocak ayı, en yüksek olduğu 22.5°C ile temmuz ayıdır (Tablo 4.1 bkz.).

Tablo 4.1: 2022 yılı verilerine göre ortalama sıcaklıkların dağılışı

Aylar	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Yıllık
Ortalama Sıcaklık	9.0	11.7	10.4	18.3	22.6	26.3	31.0	28.7	26.7	23.0	17.8	14.5	20.0
Ortalama Maksimum Sıcaklık	19.9	19.8	23.1	33.6	39.2	38.1	42.0	36.4	38.1	40.6	29.2	22.3	31.8
Ortalama Minimum Sıcaklık	-2.0	2.2	0.0	7.9	13.5	18.7	22.5	21.3	17.7	13.3	9.7	6.7	10.9

Kaynak: Serik Meteoroloji İstasyonu

Araştırma sahasının yıllık sıcaklık ortalamalarının mevsimlere dağılımı incelendiğinde en fazla sıcaklık değeri %26,6 ile yaz ayında görülmektedir. İkinci sırada % 22,5 ile sonbahar, üçüncü sırada % 17,1 ile ilkbahar ve son olarak %11,7 kış mevsimini yer aldığı görülmektedir (Grafik 4.1 bkz.). Bununla birlikte kış mevsiminde görülen sıcaklık değeri tipik Akdeniz ikliminin kışlık ortalama sıcaklık sınırından daha yüksek bir ortalamaya sahip bulunmakta olduğu ifade edilebilmektedir. Bu bağlamda kış mevsiminde dahi deniz girme fırsatı ilçede bulunmaktadır. Bu nedenle yerli ve yabancı turistler tarafından araştırma sahası deniz turizmi başta olmak üzere çeşitli turizm türleri açısından iklim koşullarının meydana getirmiş olduğu avantajlar sebebiyle önemli destinasyon noktalarından birisini oluşturmaktadır.



Grafik 4.1: Sıcaklık Değerlerinin Mevsimlere Dağılımı(2022)

Kaynak: Serik Meteoroloji İstasyonu

4.1.2.2. Yağış

Serik Meteoroloji İstasyonu verilerine göre 2022 yılı yıllık ortalama yağış miktarı 79.8 mm'dir. Yıl içinde en fazla yağış 241.6 mm ile ocak ayında düşmüştür ve ocak ayından itibaren

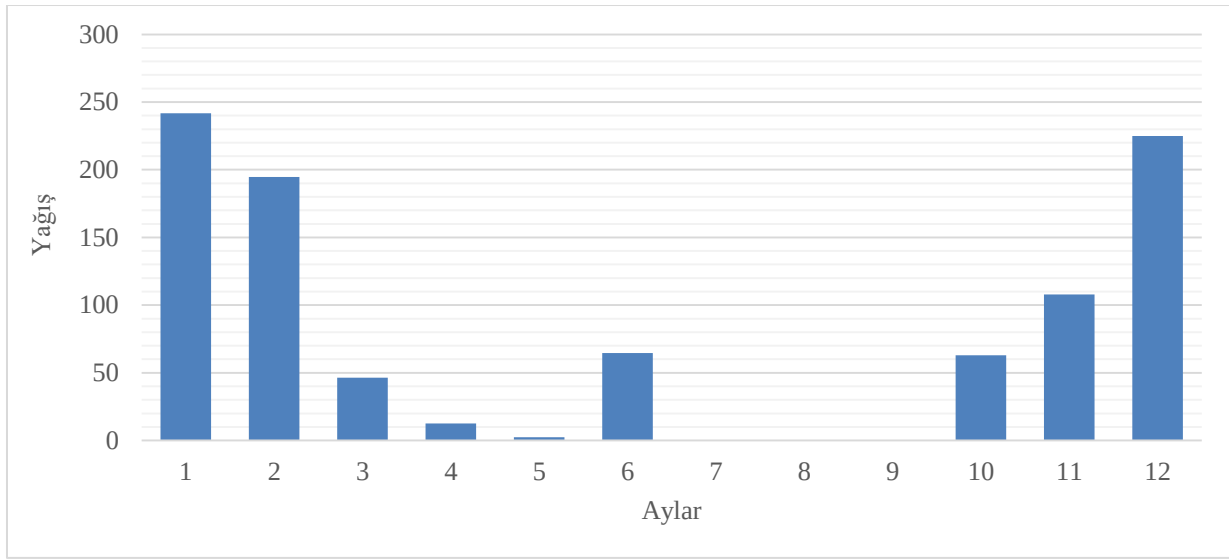
yağışlar aralık ayına kadar düşüş eğilimi göstermiştir. Temmuz, Ağustos ve Eylül aylarında ise bölgeye hiç yağış düşmemiştir (Tablo 4.2 bkz.).

Tablo 4.2: 2022 yılına Ait Aylık Ortalama Yağış Değerleri

Aylar	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Yıllık
Ortalama Yağış	241.6	194.7	46.4	12.6	2.5	64.7	0.0	0.0	0	63.0	107.9	224.9	79.8

Kaynak: Serik Meteoroloji İstasyonu

Araştırma sahasının 2022 yılı aylık ortalama yağış miktarı incelendiğinde en fazla yağış % 220,4 oranla kış mevsiminde düşmektedir. İkinci sırada sonbahar mevsimi % 56,9 oranla takip ederken % 21,5 oranla yaz mevsimi üçüncü sırada yer almaktadır. En son ise %20,5 oranla ilkbahar mevsimi gelmektedir (Grafik 4.2 bkz.).



Grafik 4.2: 2022 yılına Ait Aylık Ortalama Yağış Değerleri (2022)

Kaynak: Serik Meteoroloji İstasyonu

İlçenin ortalama yağış miktarı güneyden kuzeye doğru kademeli olarak artış eğilimi göstermektedir ve Bozburun Dağı zirvesinde 2.600 mm'ye çıkmaktadır. Kısa mesafelerde ise gerçekleşen sıcaklık ve yağış farkları ilçe sınırları içerisinde farklı ekolojik koşulların oluşmasına imkan vermektedir (Bulut vd., 2019: 220).

4.1.2.3. Nem

Araştırma sahasının 2022 yılı, yıllık ortalama nispi nem miktarı %57,4'tür. Yıllık ortalama nispi nemin 7 ay ortalamasının üstünde değerlere sahip olduğu diğer aylarda (Mart, Mayıs, Temmuz, Eylül, Ekim) ise ortalamasının altında seyir ettiği görülmektedir (Tablo 4.3 bkz.).

Tablo 4.3: 2022 yılına Ait Ortalama Aylık Nem Değerleri

Aylar	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Yıllık
Ortalama Nem	61.7	66.7	48.6	58.2	50.8	63.3	38.8	70.2	55.5	48.0	57.8	70.1	57,4

Kaynak: Serik Meteoroloji İstasyonu

4.1.3. Bitki Örtüsü

Araştırma sahası floristik çeşitliliğin ve endemizmin zengin olduğu yerlerden birisi olması sebebiyle ilçenin turizm potansiyeli artmaktadır. Araştırma sahasında karasallık ve yükselti faktörüne bağlı olarak yüksek kesimlerde İran-Turan florasına ait bitkiler görülürken kıyı ve kıyı gerisinde tipik Akdeniz türleri görülmektedir.

Tablo 4.4: Serik İlçesinde Görülen Bitki Türleri ve Kapladıkları Alanların Oranları

Vejetasyon Tipleri	Alan (Hektar)	Oran (%)
Herdemyeşil Ormanlar		
Kızılçam (<i>Pinus brutia</i>)	390.606	32,60
Ardıç (<i>Juniperus sempervires</i>)	16.360	1,36
Karaçam (<i>Pinus nigra</i>)	4.872	0,40
Servi (<i>Cupressus sempervires</i>)	3.412	0,28
Fıstık çamı (<i>Pinus pinea</i>)	12.583	1,05
Sedir-Göknar (<i>Cedrus sp.-Abies</i>)	6.107	0,51
Sedir (<i>Cedrus sempervires</i>)	9.307	0,77
Karışık Ormanlar		
Karışık yaprak döken ormanlar	12.579	1,05
Karışık herdemyeşil ormanlar	5.193	0,43
Karışık servi ormanları	5.911	0,49
Meşe (<i>Quercus sp.</i>)	1.128	0,09
Kültürel Bitki Örtüsü		
Kent parkları ve ev bahçeleri	18.595	1,55
Turizm tesis bahçeleri	5.392	0,45
Tarım alanları kültürel bitkileri	520.278	43,42
Ağaçlandırma alanı	1.140	0,09
Diğer		
Orman kayalığı	129.379	10,79
Maki	44.971	3,75
Orman açıklığı	5.209	0,43
Dere yatağı vejetasyonu	2.457	0,20
Kıyı kumulu	1.822	0,15
Akarsu koridoru	859	0,07

Kaynak: Kanabakan,2013: 23

Tablo 4.4 incelendiğinde kızılçam (% 32,60), ardıç (% 1,36), fıstıkçamı (% 1,05), sedir (% 0,77), servi (% 0,28), karaçam (% 0,40) gibi herdem yeşil ormanların bölgede yaygın olarak dağılım gösterdiği görülmektedir. Akdeniz ekosisteminde önemli ağaç türlerinden birisi olan Servi'nin (*Cupressus sempervires*) yayılış alanı dar olmasına rağmen Serik ilçesinde topluluklar halinde görülmektedir (Berberoğlu, Ertürk,2020: 222). Fıstıkçamıda (*Pinus pinea*) kıyıya yakın sahil kumullarında (Side ile Serik arasında) topluluklar halinde yayılış göstermektedir (Günel, 2001: 5). Belek mahallesinde ise dünyada sadece burada görülen ve relikt bir bitki türü olan Serik Armudu (*Pyrus Serikensis*) yetişmektedir (<http://www.serik.gov.tr/serik-doga>). Bu nedenle araştırma sahasının bitki örtüsü bakımından zengin olması sebebiyle yerli ve yabancı turistler tarafından botanik hayat gözlemlemek ve doğanın keyfine varmak amacıyla tercih edilmektedir.

Bölgenin kültürel bitki örtüsü büyük bir oranında (%43,42) tarım alanlarından meydana gelmektedir (Kanabakan, 2013: 22). Bu durum otel işletmecileri için yerli ve yabancı turistlerin yeme-içme ihtiyaçlarının büyük bir kısmının ilçeden gerçekleşmesi fırsatı sunmaktadır ve tarım ürünlerinin çeşitlilik arz etmesi turizm talebimini de olumlu etkilemektedir. Beraberinde ilçenin iç kesimlerde tarım turizmine yönelik çeşitli çalışmalar (hasat festivalleri, kendin topla etkinlikleri vb.) gerçekleştirilebilir.

4.1.4. Hidrografik Özellikler

Araştırma sahası, Aksu çayı ile Köprü çayı arasında yer almaktadır. Köprü Çayı Isparta ilinin Aksu ilçesinden kaynağını alarak Beşkonak'ın güneyinden itibaren Manavgat ilçesi ile Serik ilçesinin doğal sınırını oluşturarak buradan Akdeniz'e ulaşmaktadır ve Köprü çay, Manavgat yönünde Bucakköy, Sarıabalı, Belkıs, Karadayı ve Boğazkent köylerinin sınırlarını oluşturmaktadır (Fural, 2016: 77, Kanabakan, 2013: 20).



Fotoğraf 4.1: Köprü Çayı ve çevresindeki yeşil alanların görünümü

Köprü çayın rafting sporuna hem olanak sağlaması hem de doğal güzelliklerin içerisinde akarsu ve çevrelerinde kurulan işletmeler, yaz aylarında turistlerin ilgisini çekerek ilçenin turistik bir destinasyon noktası haline gelmesinde etkili olmuştur.

Aksu Çayı da Isparta ilinin Eğirdir ilçesinden kaynağını alarak Kırbaş köyünden sahil şeridine kadar Aksu ilçesi ile Serik ilçesinin doğal sınırını oluşturarak Akdeniz’e ulaşmaktadır ve Kırbaş, Çatallar, Aşağıoba, Nebiler, Abdurrahmanlar, Yukarıkocayatak, Kozağaç, Aşağıkocayatak, Çakallık ve Kadriye köylerinin sınırlarını oluşturmaktadır (Bulut vd.,2019:224, Kanabakan, 2013: 20). İlçe sınırları içerisinde Beşgöz, Acısu, Üründü ve Akbaş dereleri gibi önemli küçük ve büyük dereler de yer almaktadır. Yüksek dağlık kesimlerdeki karstik yapı sayesinde birçok akar ve kuru küçük dere oluşmuştur. Benzer şekilde, bölgenin orta ve güneydoğu kesimlerinde de birçok pınar ilçede bulunmaktadır (<http://www.serik.bel.tr/>). Bu bağlamda araştırmaya sahasının hidrografik özellikleri ilçeye gelen yerli ve yabancı turistler için çeşitli alternatif turizm türlerine olanak sağlamaktadır.

4.2. Beşeri Coğrafya Özellikleri

Beşeri coğrafya özelliklerin incelenmesi sosyal yapının turizm üzerindeki etkilerin ortaya konulmasında önemli bir rol oynamaktadır. Bu nedenle bu bölümde Serik İlçesi’nin beşeri coğrafya özellikleri genel hatları ile incelenmiştir.

4.2.1. Serik İlçesi’nin Tarihi ve İsmi

Serik ilçesi, ilkçağlarda “Bütün Halkların Ülkesi” anlamı gelen Pamfilya bölgesi içerisinde yer almaktadır ve ilçenin sınırları içerisinde Aspendos (Belkıs) ve Sillyon (Yanköy yakınlarında bulunan Koçhisar Tepesi’nde) gibi tarihi kentler yer almaktadır (Güçlü, 2000). Türkiye Selçuklu Devletinin 1207 yılında Antalya’yı, 1221 yılında da Alanya’yı fethetmesi sonucunda bu iki şehir arasında kalan Sillyon kenti Türklerin eline geçmiş ve Türk hâkimiyetine geçen yöreye yoğun bir şekilde Türk göçü başlamıştır (<https://www.serged.org/post/1-seri-k-i-n-tari-h%C3%A7e>). 13. yüzyılın ikinci yarısından itibaren ise bölgede artan Moğol baskısı sonucunda Türkiye Selçuklu hâkimiyetini kaybetmiş ve bir asır boyunca Hamidoğulları hâkimiyetine bölge girmiştir. 1390 yılında Osmanlı Devleti’nin hâkimiyetine bölge geçmesine rağmen 1402 yılında yaşanan Ankara Savaşı’ndan sonrasında tekrar elden çıkmıştır. Fakat 1423 yılında II. Murat döneminde kesin olarak hâkimiyet sağlanmış ve Osmanlı Devleti idari yapılanması içerisinde yer alan Serik’e Antalya merkezli Teke Sancağı kurulmuştur (Ak, 2015: 3). Ayrıca Teke Sancağı idari yapılanması içerisinde yer alan Serik adı, yörede 15. yüzyıldan beri var olan ve bünyesinde birçok oymağı barındıran Serik Yörüklerinden adının geldiği ifade edilmektedir (Ak, 2018: 9). Fakat araştırma sahası tarihi boyunca birçok medeniyete ev sahipliği yapmış olması sebebiyle dönemler boyunca farklı isimlerle de anılmıştır. Bu nedenle ilçenin isminin nereden geldiğine dair çeşitli görüşler bulunmaktadır. Bu görüşlerden birisi;

Büyük İskender’in Hindistan seferi sonrasında bölgeye ulaşan ipek’in zaman içerisinde bölgede anlam kazanması sonucunda ipek kelimesinin kökünden Serik isminin türediği ifade edilmektedir (Sargın, 2019: 64). Başka bir görüş ise, Serik isminin Zerk adından türemiş olduğu görüşüdür. Fakat bu görüş kanıtlanamaması sebebiyle kabul görmemiştir (Sargın, 2019: 64).

1817 yıllarında yerleşim bölgelerinin çok aralıklı olması nedeni ile ilçenin önceleri “Seyrek” diye anıldığı zaman içerisinde ise Serik’ dönüşmüş olabileceğide ifade edilmektedir (T.C Antalya Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2012: 444). Resmi kaynaklarda ise Devlet’in XIX. yüzyılın sonlarında Rumeli’den gelen göçmenleri Kökez çevresine yerleştirmesi ve yerleştirildiği yere “Şevketiye köyü” adını vermesi sonucunda devletin verdiği bu ismi benimseyen halkın, “Kökez” ismini yerleştikleri bölge için kullanmaya başlaması anlam karışıklığına yol açmış ve bu nedenle Cumhuriyetin ilk yıllarından itibaren anlam karışıklığının önüne geçilmesi amacıyla ilçenin merkezi Kökez olarak belirlenmiş ve ilçeye “Serik” ismi verilmiştir (Güçlü, 2000, Sargın, 2019). Günümüzde de hâlâ Serik ismi kullanılmaktadır.

4.2.2. Nüfus Özellikleri

Serik İlçesi, Antalya’ya bağlı ilçeler içerisinde nüfus bakımından 2021 yılı TÜİK verilerine göre Kepez, Muratpaşa, Alanya, Manavgat ve Serik’den sonra 134.953 nüfus ile altıncı sırada yer almaktadır (Tablo 4.5 bkz.).

Tablo 4.5: Antalya’nın İlçeleri ile Toplam Nüfus Miktarları

Antalya’nın İlçeleri ile Toplam Nüfus Miktarları		
1.	AKSEKİ	10.575
2.	AKSU	75.633
3.	ALANYA	350.636
4.	DEMRE	27.150
5.	DÖŞEMEALTI	73.809
6.	ELMALI	40.614
7.	FİNİKE	49.407
8.	GAZİPAŞA	52.126
9.	GÜNDOĞMUŞ	7.170
10.	İBRADI	2.868
11.	KAŞ	61.488
12.	KEMER	46.615
13.	KEPEZ	591.895
14.	SERİK	199.609
15.	KORKUTELİ	55.883
16.	KUMLUCA	72.478
17.	MANAVGAT	245.740
18.	MURATPAŞA	521.183
19.	SERİK	134.953

Kaynak: TÜİK,2021.

İlçede km²’ye 106 kişi düşmektedir ve bu oran, Türkiye ortalamasına yakındır.

4.2.2.1. Nüfusun Gelişimi

Serik ilçesinin nüfusu 1923 yılı ile 2021 yılları arasında (1985 ve 2007 yılı haricinde) düzenli olarak artış eğilimi gösterdiği ifade edilebilir (Tablo 4.6 bkz.).

Tablo 4.6: Serik ilçesinin yıllara göre nüfusu

Yıllar	Nüfusu	Kadın	Erkek
1923	7.991	4219	3775
1935	17.701	9092	8609
1940	18.491	9341	9150
1945	21.789	10888	10901
1950	26.784	-	-
1955	32.259	16.101	16158
1960	38.753	19.435	19318
1965	49.406	24.685	24921
1970	59.720	30.667	29053
1975	71.812	36.630	35182
1980	71.481	37.156	34325
1985	77.321	39.364	37957
1990	84.755	42.595	42160
2000	109.360	52.662	56698
2007	105.755	50.371	55384
2010	106.880	52.431	54449
2015	120.111	58.878	61233
2017	122.032	59.692	62340
2020	130.589	63.900	66689
2021	134.953	66.239	68714

Kaynak: Güçlü,2000 & TÜİK.

Tablo 4.6 incelendiğinde 1923 yılında ilçenin toplam nüfusu 7991'dir. Nüfusun 4219 kişisini kadın, 3775 kişisini ise erkek nüfus oluşturmaktadır. 1935 yılında ilçenin nüfusu 17.701'dir ve nüfusun 8609 kişisini erkek, 9092 kişisini de kadın nüfus oluşturmaktadır. 1940 yılında nüfus 18.491'dir ve nüfusun 9150 kişisi erkek, 9341 kişisini de kadın nüfus oluşturmaktadır. 1945 yılında ise nüfus 21.789'dur ve nüfusun 10.901 kişisini erkek, 10.888 kişisini ise kadın nüfus oluşturmaktadır. 1923 yılından 1945 yılına kadar ki süreçte kadın nüfus daha fazla iken 1945 yılında ilçede erkek nüfusun daha fazla olduğu görülmüştür. Cinsiyet oranındaki dengesizlik 1950'li yıllara kadar sürmüştür. Bu durumun meydana gelmesinde I. ve II. Dünya Savaşlarının önemli bir rolü bulunmaktadır. Nüfus üzerindeki dengesizlik yıllar içerisinde azalmıştır (Ak, 2018: 41).

İlçenin 1985 yılından 2017 yılına kadar geçen süre içerisinde nüfusu %36,6 oranında artış göstermiştir. Bu yıllar içerisindeki nüfus verilerine göre en yüksek nüfusa sahip olan dört mahalle; Merkez, Orta, Akçaalan ve Yeni Mahalle'dir. En düşük nüfusa sahip olan beş mahalle ise ilçe merkezinin uzağında yer alan Yeşilvadi, Bozdoğan, Demirciler, Haspınar ve Kırbas Mahalleleri'dir (Sargın, 2019: 11-12). İlçe'nin, turizm açısından ilin önemli destinasyon noktalarından birisini oluşturması ve verimli tarım alanlarına sahip bulunması nedeniyle ilçe sürekli olarak göç almıştır. Özellikle 1985 yılında Belek mahallesinin nüfusu 699 iken 1990

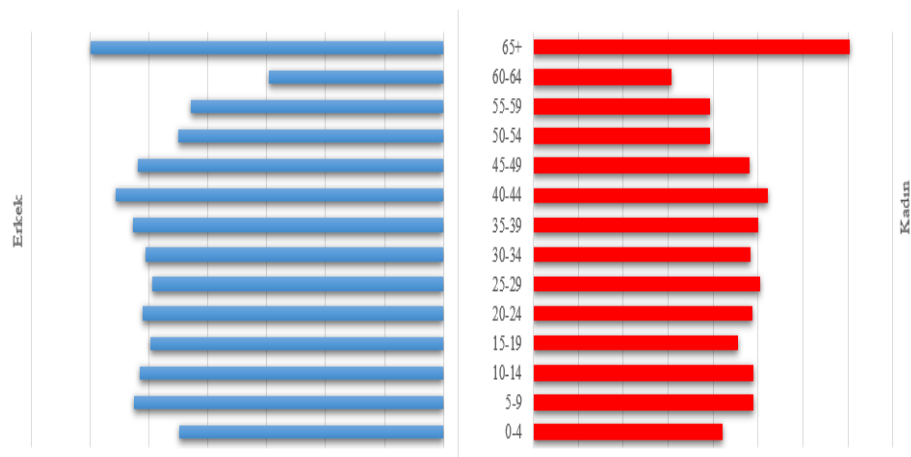
yılında nüfusunun 856'ya, Kadriye mahallesinin nüfusunun ise 1985 yılında 1.554 iken 1990 yılında nüfusunun 3.030'a çıkmasında turizm faaliyetlerinin önemli bir rolü bulunmaktadır (Ak, 2018). Göç alan yerlerde erkek nüfus, göç veren yerlerde ise kadın nüfus oranlarının fazlalığı düşünülecek olursa son yıllarda ilçede erkek nüfusun fazlalığının göç almasıyla alakalı olduğu söylenebilir (Ak, 2018: 14). 2021 yılında ise ilçenin nüfusu 134.953'dür ve erkek nüfus kadın nüfusa oranla %1 daha fazla olduğu ifade edilebilir.

Tablo 4.7: 2021 yılı TÜİK verilerine göre nüfusun cinsiyet ve yaş dağılımı

Yaş Aralığı	Toplam	Kadın	Erkek
0-4	8.696	4.206	4.490
5-9	10.128	4.882	5.246
10-14	10.041	4.895	5.146
15-19	9.514	4.544	4.970
20-24	9.981	4.871	5.110
25-29	9.977	5.044	4.933
30-34	9.884	4.833	5.051
35-39	10.269	5.002	5.267
40-44	10.788	5.220	5.568
45-49	9.980	4.795	5.185
50-54	8.429	3.927	4.502
55-59	8.217	3.923	4.294
60-64	6.025	3.066	2.959
65+	13.024	7.031	5.993
Toplam	134.953	66.239	68.714

Kaynak: TÜİK

Tablo 4.7 incelendiğinde 2021 yılında Serik'te 0-4 yaş aralığındaki nüfus 8.696, 5-9 yaş aralığındaki nüfus 10.128, 10-14 yaş aralığındaki nüfus 10.041, 15-19 yaş aralığındaki nüfus 9.514, 20-24 yaş aralığındaki nüfus 9.981, 25-29 yaş aralığındaki nüfus 9.977, 30-34 yaş aralığındaki nüfus 9.884, 35-39 yaş aralığındaki nüfus 10.269, 40-44 yaş aralığındaki nüfus 10.788, 45-49 yaş aralığındaki nüfus 9.980, 50-54 yaş aralığındaki nüfus 8.429, 55-59 yaş aralığındaki nüfus 8.217, 60-64 yaş aralığındaki nüfus 6.025, 65+ yaş ve üzeri nüfusun ise 13.024 kişi olduğu görülmektedir. Kadın ve erkek nüfusun en fazla olduğu yaş aralığının 65 yaş ve üzeri olduğu, en az olduğu yaş aralığının ise 60 ile 64 yaş arası olduğu görülmektedir.



Grafik 4.3: Serik ilçesinin nüfus piramidi

Grafik 4.3 incelendiğinde Serik'te 0-4 yaş arası kadın nüfus 4.206, 0-4 yaş arası erkek nüfus ise 4.490, 5-9 yaş aralığındaki kadın nüfus 4.882, 5-9 yaş arası erkek nüfus ise 5.246, 10-14 yaş aralığındaki kadın nüfus 4.895, 10-14 yaş arası erkek nüfus ise 5.146, 15-19 yaş arası kadın nüfus 4.544, 15-19 yaş arası erkek nüfus ise 4.970, 20-24 yaş aralığındaki kadın nüfus 4.871, 20-24 yaş arası erkek nüfus ise 5.110, 25-29 yaş aralığındaki kadın nüfus 5.044, 25-29 yaş arası erkek nüfus ise 4.933, 30-34 yaş aralığındaki kadın nüfus 4.833, 30-34 yaş arası erkek nüfus ise 5.051, 35-39 yaş aralığındaki kadın nüfus 5.002, 35-39 yaş arası erkek nüfus ise 5.267, 40-44 yaş aralığındaki kadın nüfus 5.220, 40-44 yaş arası erkek nüfus ise 5.568, 45-49 yaş aralığındaki kadın nüfus 4.795, 45-49 yaş arası erkek nüfus ise 5.185, 50-54 yaş aralığındaki kadın nüfus 3.927, 50-54 yaş arası erkek nüfus ise 4.502, 55-59 yaş aralığındaki kadın nüfus 3.923, 55-59 yaş arası erkek nüfus ise 4.294, 60-64 yaş aralığındaki kadın nüfus 3.066, 60-64 yaş arası erkek nüfus ise 2.959, 65+ yaş ve üzeri kadın nüfus 7.031, 65+ yaş ve üzeri erkek nüfus ise 5.993'dür (Grafik 4.3 bkz.) Yaş gruplarını incelediğimiz zaman kadın nüfusunun 25-29, 60-64 ve 65 yaş üzerindeki yaş aralıklarında erkek nüfusundan daha fazla olduğu görülmektedir.

4.3. Ekonomik Coğrafya Özellikleri

Ekonomik coğrafya özelliklerinin incelenmesi turizm üzerinde meydana gelen etkilerin ortaya konulmasında önemli bir rol oynamaktadır. Bu nedenle bu bölümde Serik ilçesinin ekonomik coğrafya özellikleri genel hatlarıyla incelenmiştir.

4.3.1. Tarım

Serik İlçesi'nin sahil kesimlerinde turizm faaliyetleri, iç kesimlerinde ise modern yöntemlerle tarımsal faaliyetler yapılmaktadır (Ak,2018: 15). Örtü altı tarım, ilçenin önemli tarımsal üretim alanıdır. Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı 2020 yılı verilerine göre domates, çilek, biber, patlıcan, salatalık gibi tarımsal ürünler ilçedeki örtü altı üretiminde en çok üretilen ilk beş ürün arasında yer almaktadır. İlçede yapılan örtü altı üretiminde karpuz, kabak, kavun, muz gibi ekonomik değeri yüksek olan tarımsal ürünlerde yetiştirilmektedir (Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı: 2021: 18).

Kadriye Mahallesi, örtü altı çilek üretimi ile ön plana çıkmaktadır. İç kesimlerde ise kuru tarım yapılmaktadır. İlçede kuru tarım yapılan sahalarda en fazla yetiştirilen tahıl ürünü buğdaydır. Hayvancılık yapılan sahalarda ise arpa, yulaf ve yonca ekimi yapılmaktadır. İlçede bulunan çiftçiler hasat dönemlerinin kısa olduğu zamanlarda tarlalarına ikinci ürün olarak

genellikle ekonomik değeri yüksek olan mısır, susam ve karpuz gibi ürünleri ekmektedir. İlçede nar, zeytin, üzüm ve turunçgil üretimi de yapılmaktadır (Ak, 2018: 16).

Serik ilçesinin 2019 yılı bitkisel üretim değerlerine baktığımız zaman 369.409' da üretim alanından toplam 1.130.006 ton üretim miktarı elde edilmiştir. Bu üretim miktarı ülke ekonomisine 2.467.603.197 TL katkı sağlamıştır (Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı, 2021: 17). Tarımsal ürünlerin pazarlama koşulları ihracata yöneliktir. İlçede bulunan çiftçiler üretmiş olduğu tarım ürünlerini Antalya ve ilçe merkezlerinde bulunan hal pazarlarına satmaktadır.

4.3.2. Hayvancılık

Serik İlçesi'nde küçükbaş, büyükbaş, kümes hayvancılığı, arıcılık ve balıkçılık faaliyetleri yapılmaktadır. İlçede en fazla küçükbaş hayvancılık yapılmaktadır. Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı 2020 yılı verilerine göre ilçede 99.695 adet küçükbaş hayvan bulunmaktadır (Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı, 2021: 19). İlçedeki Yörük nüfusunun yoğunluğuna bağlı olarak hayvancılık önemli bir ekonomik faaliyet olarak kabul edilmektedir. Çakal, Eskiörük, Gebizli, Hacısalı, Hayta, Honamlı, Karahacılı, Karakoyunlu, Töngüşlü gibi Yörük oymakları, yaylacılık faaliyetlerinde bulundukları için küçükbaş hayvan sürüleri beslemektedir. İlçede beslenen en fazla küçükbaş hayvan türü kıl keçisi ırkı olan Honamlı ırkı keçiler ve Merinos, Sakız, Akkaraman, Morbaş, Karakoyun ırkından olan koyunlardır (Ak,2018: 16).

Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı 2020 yılı verilerine göre ilçede 16.005 adet büyükbaş hayvan bulunmaktadır (Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı, 2021: 19). Çiftçiler süt, tereyağı, peynir gibi ihtiyaçlarını karşılamak ve satmak amacıyla büyükbaş hayvancılık faaliyetleri yapmaktadırlar. Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı 2020 yılı verilerine göre, Serik İlçesi'nde 20.036 arı kovanı bulunmaktadır (Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı, 2021: 19). Bölgenin iklimi ve bitki örtüsü özellikleri, arıcılık faaliyetlerinin yoğun bir şekilde yapıldığına işaret etmektedir. Arıcılık faaliyetleri sonucunda, yerel halk çiçek balı, çam balı ve kekik balı gibi çeşitli ballar üretmektedir. Bölgede farklı bal çeşitleri üreten halk, bu ürünleri satarak arıcılık faaliyetinden ekonomik kazanç elde etmektedirler (Ak, 2018: 16). Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı 2020 yılı verilerine göre, Serik İlçesi'nde 4 adet alabalık tesisi bulunmaktadır (Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı, 2021: 19). Bu tesislerde alabalık satışları yapılmaktadır. Serik ilçesinin 2019 yılı hayvansal üretim değerlerine baktığımız zaman 1.506 ton üretim miktarı elde edilmiştir. Bu üretim miktarı ülke ekonomisine 127.067.004 TL katkı sağlamıştır (Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı, 2021: 17).

4.3.3. Turizm

Serik, Antalya'nın önemli turizm merkezlerinden biridir. İlçe, Antalya merkeze yakın konumu ve sahip olmuş olduğu doğal güzellikleriyle turistlerin ilgisini çekmektedir. İlçede 2022 yılı verilerine göre toplam 8 adet 5 yıldızlı tatil köyü, 47 adet 5 yıldızlı otel, 10 adet 4 yıldızlı otel, 3 adet 3 yıldızlı otel, 1 adet 2 yıldızlı otel, 11 adet golf tesisi, 1 adet özel konaklama tesisi, 1 adet turizm kompleksi bulunmaktadır (<http://www.serik.gov.tr/serik-turizm>).

Serik'in turistik yerleri arasında Aspendos Antik Tiyatrosu ve Su Kemerleri, Sillyon Antik Kenti, Kozan Köyünde Pednelissos Kent Harabeleri, Etler Köyü'nde Kısık Harabeleri, Yumaklar Köyü'nde Harius Antik Kenti Harabeleri, Gökçepınar Antik Yerleşimi, Zeytintaşı Mağarası, Uçansu Şelalesi, Tarihi Aspendos (Belkıs) Köprüsü yer almaktadır (T.C. Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2012: 444).



Fotoğraf 4.2: Sillyon Antik Kenti



Fotoğraf 4.3: Aspendos Antik Tiyatrosu



Fotoğraf 4.4: Aspendos Su Kemer

Serik ilçesinin Belek mahallesinde 10 adet golf sahası bulunmaktadır. İlçe sahip olmuş olduğu saha özellikleri sayesinde birçok golf turnuvası ve futbol hazırlık kamplarına ev sahipliği yapmaktadır. İlçe sahip olduğu saha, altyapı ve kalite hizmet özellikleri sayesinde küresel anlamda spor turizm merkezleri arasında yer almaktadır. Spor turizmi dışında ilçe içerisinde yayla, akarsu, spa, kongre ve toplantı gibi turizm çeşitlerinde gelişmiştir. Serik ilçesi sahip olmuş olduğu doğal ve beşeri turizm kaynakları nedeniyle birçok turistlerin uğrak noktası olmuştur (<http://www.serik.gov.tr/serik-turizm>).

BEŞİNCİ BÖLÜM

BULGULAR

Araştırmanın bu bölümde ankete katılan yerel halkın demografik özelliklerine ilişkin bulgular, tatille ilgili tutumları ve sosyal turizme ilişkin tutumları incelenmiştir.

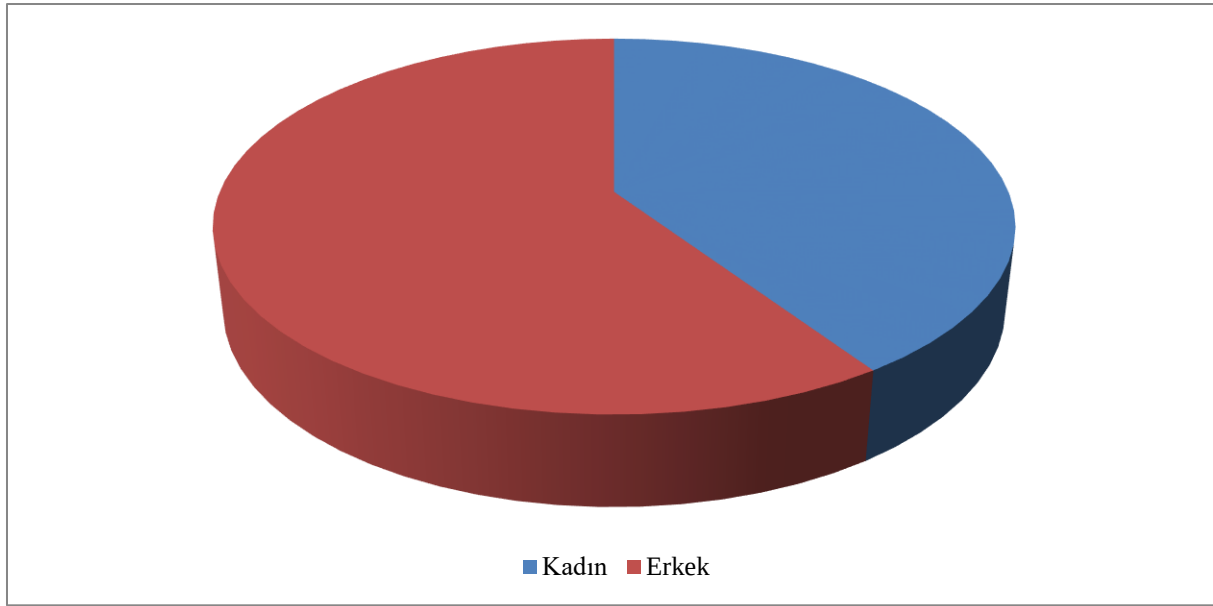
5.1. Yerel Halkın Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Bu araştırmanın örneklemini, 2022 ve 2023 yılının Aralık ve Nisan aylarında Antalya ilinin Serik ilçesindeki görüşmeyi kabul eden şehrsel ve kırsal mahallelerinde yaşayan yerel halk (384 katılımcı) oluşturmaktadır. Örneklemin demografik özellikleri ile ilgili betimsel veriler aşağıdaki tablolarda verilmiştir.

Tablo 5.1: Araştırmaya Katılan Yerel Halkın Demografik Özellikleri

<u>CİNSİYET</u>	<u>F</u>	<u>%</u>	<u>YAS</u>	<u>F</u>	<u>%</u>	<u>MEDENİ DURUM</u>	<u>F</u>	<u>%</u>
Erkek	228	59,4	18-23	68	17,7	Evli	251	65,4
Kadın	156	40,26	24-29	40	10,74	Bekâr	124	32,3
<u>EĞİTİM</u>	<u>F</u>	<u>%</u>	30-35	51	13,3	Boşanmış	9	2,3
İlköğretim	134	35,7	36-41	54	14,1	<u>COCUK SAYISI</u>	<u>F</u>	<u>%</u>
Ortaöğretim	140	36,5	42-46	42	10,9	Çocuğu yok	157	40,9
Lise	61	15,9	47-52	37	9,6	1	67	17,4
Ön Lisans	39	10,2	53-58	34	8,9	2	78	20,3
Lisans	7	1,8	59-64	27	7,0	3	54	14,1
<u>DOĞUM YERİ</u>	<u>F</u>	<u>%</u>	65+	31	8,1	4+	28	7,3
Antalya	318	82,8	<u>MESLEK</u>	<u>F</u>	<u>%</u>	<u>AYLIK GELİR</u>	<u>N</u>	<u>%</u>
Diğer	66	17,3	Çiftçi	74	19,3	Gelir yok	87	22,7
<u>İ.B.S*</u>	<u>F</u>	<u>%</u>	Esnaf	56	14,6	3.500-5.000	37	9,6
1-10	17	4,4	Memur	23	6,0	5.001-7.500	79	20,6
11-20	66	17,2	Ev Hanımı	30	7,8	7.501-10.000	53	13,8
21-30	61	15,9	Emekli	64	16,7	10.001-12.000	40	10,4
31-40	61	15,9	İşçi	36	9,4	12.001-15.000	36	9,4
41-50	75	19,5	Öğrenci	57	14,8	15.001+	52	13,5
51-60	39	10,2	Diğer	44	11,5	<u>ARAŞTIRMADAKİ TOPLAM KATILIMCI SAYISI</u>		
61+	65	16,9						
			384			100		

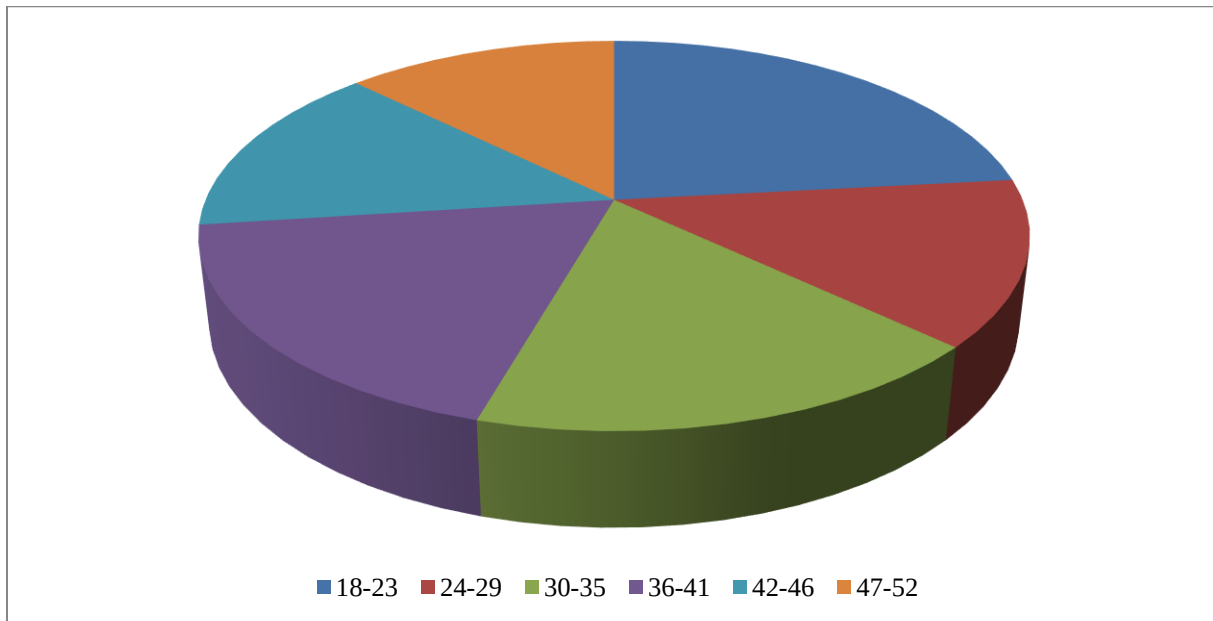
Araştırmaya katılan yerel halkın, cinsiyet özellikleri incelendiğinde katılımcıların 228'i erkek, 156'sının ise kadın katılımcılardan oluştuğu görülmektedir (Tablo 5.1 bkz.).



Grafik 5.1: Araştırmaya Katılan Yerel Halkın Cinsiyet Dağılımı

Erkek katılımcılar toplamın % 59,4'üne, kadın katılımcılar ise toplamın % 40,6'sına denk gelmektedir (Grafik 5.1 bkz.).

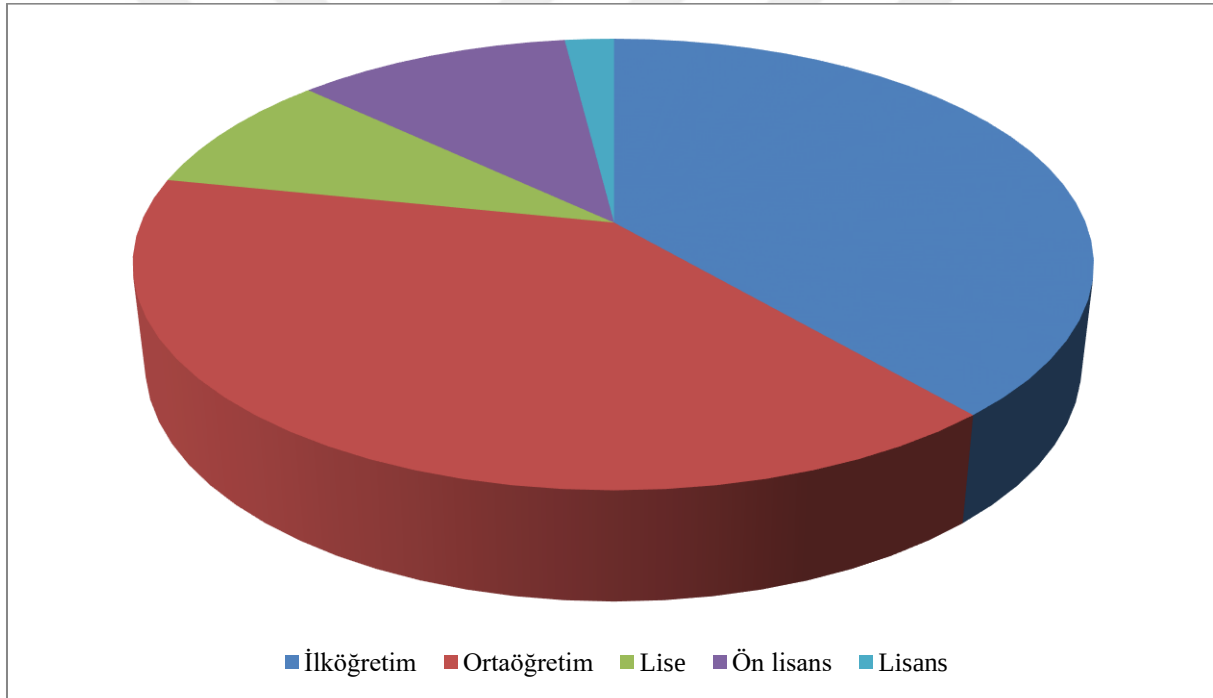
Tablo incelendiğinde 18-23 yaş aralığındaki birey sayısının 68, 24-29 yaş aralığındaki birey sayısının 40, 30-35 yaş aralığındaki kişi sayısı 51, 36-41 yaş aralığındaki birey sayısının 54, 42-46 yaş aralığındaki birey sayısının 42, 47-52 yaş aralığındaki birey sayısının 37, 53-58 yaş aralığındaki birey sayısının 34, 59-64 yaş aralığındaki birey sayısının 27, 65 ve üstü yaş aralığındaki birey sayısının ise 31 olduğu görülmektedir. En fazla katılımcının bulunduğu yaş aralığının 18-23 yaş arası olduğu görülmektedir. En az katılımcının bulunduğu yaş aralığı ise 59-64 yaş aralığıdır (Tablo 5.1 bkz.).



Grafik 5.2: Araştırmaya Katılan Yerel Halkın Yaş Dağılımı

18-23 yaş aralığındaki bireyler toplam rakamın % 17,7'sine, 24-29 yaş aralığındaki bireyler toplam rakamın %10,4'üne 30-35 yaş aralığındaki bireyler toplam rakamın %13,3'üne, 36-41 yaş aralığındaki bireyler toplam rakamın %14,1'ine, 42-46 yaş aralığındaki bireyler toplam rakamın %10,9'una, 47-52 yaş aralığındaki bireyler toplam rakamın %9,6'sına, 53-58 yaş aralığındaki bireyler toplam rakamın %8,9'una, 59-64 yaş aralığındaki bireyler toplam rakamın %7,0'sine, 65 ve üstü yaştaki bireyler ise toplam rakamın %8,1'ine denk gelmektedir (Grafik 5.2 bkz.).

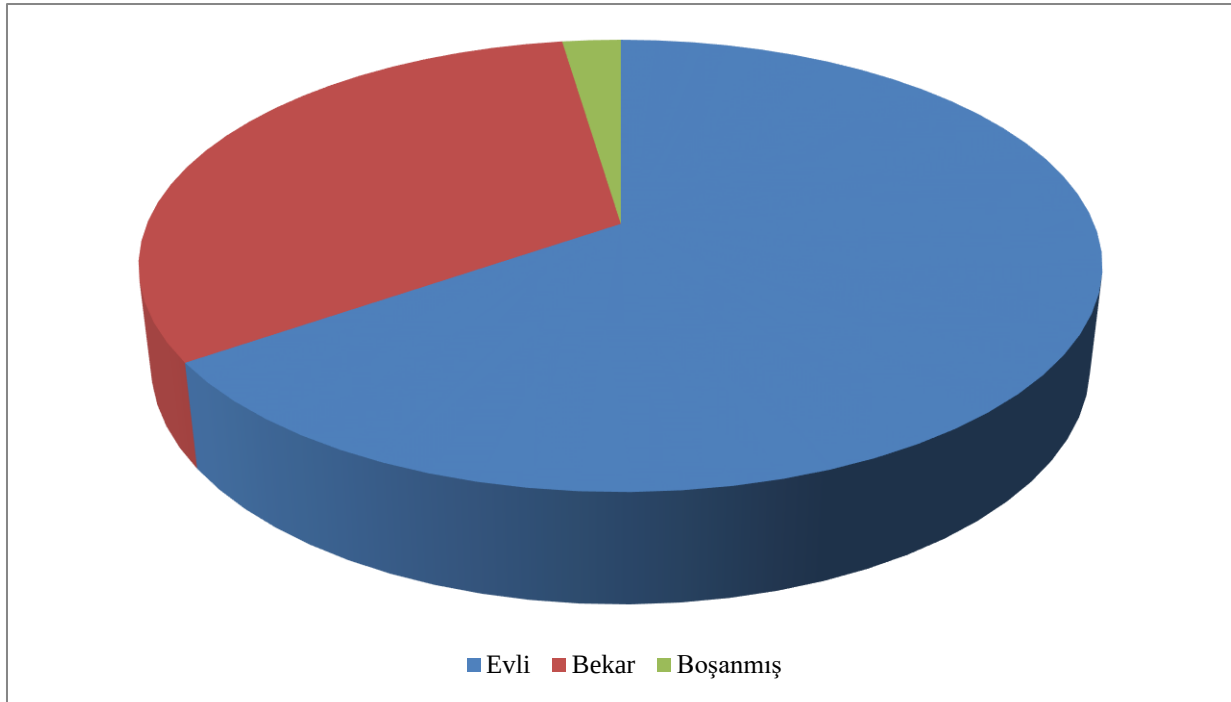
Katılımcıların eğitim durumu incelendiğinde ilköğretim mezunu olan birey sayısının 137, ortaöğretim mezunu olan birey sayısının 140, lise mezunu olan birey sayısının 61, ön lisans mezunu olan birey sayısının 39, lisans mezunu olan birey sayısının ise 7 olduğu görülmektedir. Bu bağlamda araştırmaya katılan yerel halkın en fazla ortaöğretim mezunu olduğu, en az ise lisans mezunu olduğu görülmektedir (Tablo 5.1 bkz.).



Grafik 5.3: Araştırmaya Katılan Yerel Halkın Eğitim Düzeyi

İlköğretim mezunu olan bireyler toplam rakamın %35,7'sine, ortaöğretim mezunu olan bireyler toplam rakamın %36,5'ine, lise mezunu olan bireyler toplam rakamın %15,9'sine, ön lisans mezunu olan bireyler toplam rakamın %10,2'sine, lisans mezunu olan bireyler toplam rakamın %1,8'ine denk gelmektedir (Grafik 5.3 bkz.).

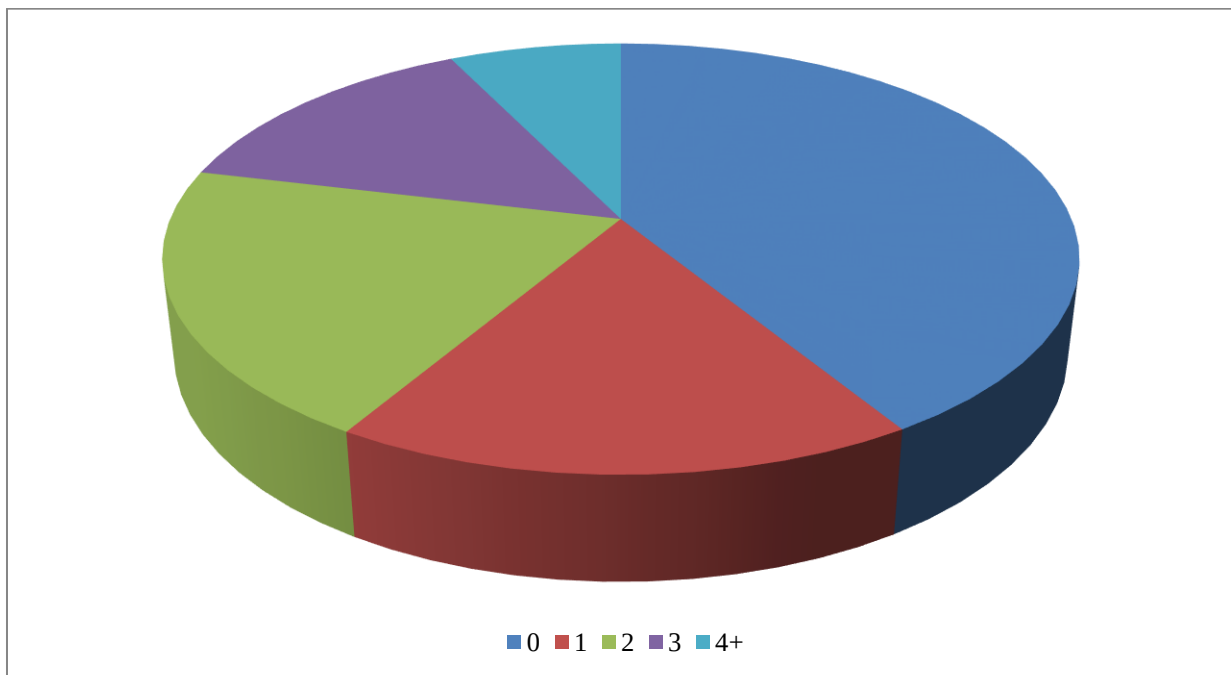
Araştırmaya katılan yerel halkın, medeni durumu incelendiğinde bireylerin 251'nin evli, 124'nin bekâr, 9 kişinin ise boşanmış olduğu görülmektedir (Tablo 5.1 bkz.).



Grafik 5.4: Araştırmaya Katılan Yerel Halkın Medeni Durumu

Evli olan bireyler toplam rakamın %65,4'üne, bekâr olan bireyler toplam rakamın %32,3'üne, boşanmış olan bireyler toplam rakamın 2,3'üne denk gelmektedir (Grafik 5.4bkz.).

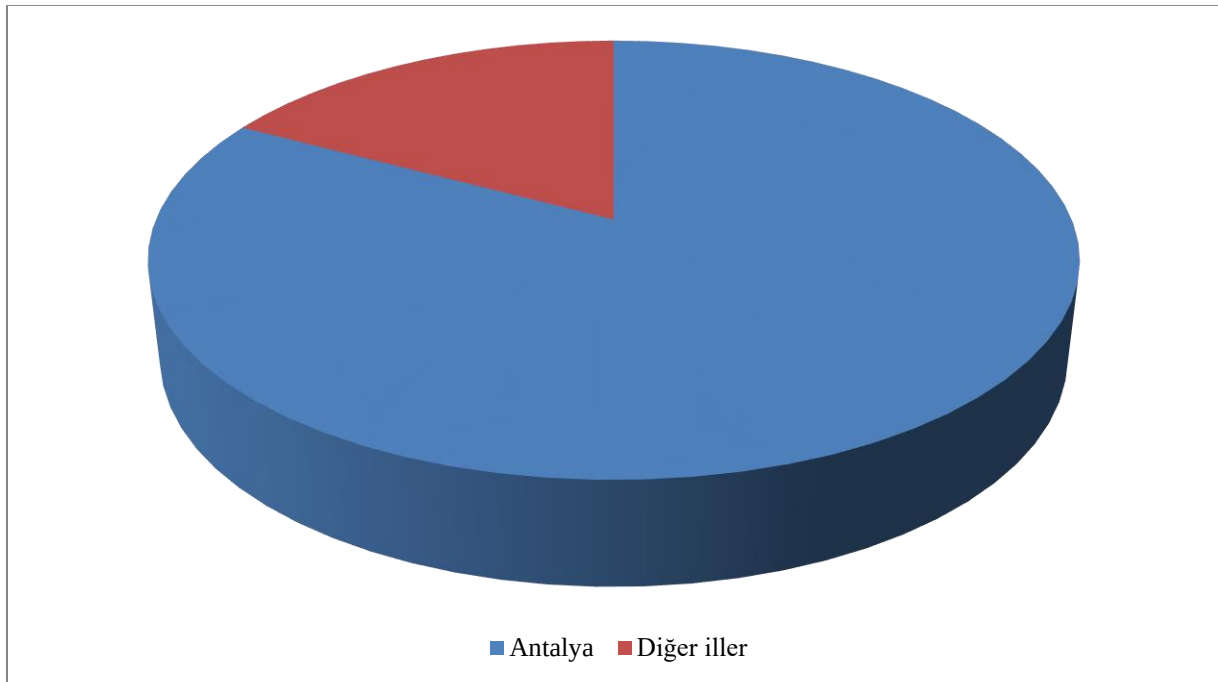
Araştırmaya katılan yerel halkın sahip oldukları çocuk sayıları incelendiğinde çocuğu olmayan birey sayısının 157, 1 çocuğa sahip birey sayısının 67, 2 çocuğa sahip birey sayısının 78, 3 çocuğa sahip birey sayısının 54, 4 ve üzeri çocuğa sahip birey sayısının 28'dir (Tablo 5.1 bkz.). Araştırmaya katılan bireylerin büyük bir çoğunluğunun çocuğu olmadığı ifade edilebilir.



Grafik 5.5: Araştırmaya Katılan Yerel Halkın Sahip Olduğu Çocuk Sayısı

Çocuk sahibi olmayan kişiler toplam rakamın %40,9'una, 1 çocuk sahibi olan kişiler toplam rakamın %17,4'üne, 2 çocuk sahibi olan kişiler toplam rakamın %20,3'üne, 3 çocuk sahibi olan kişiler toplam rakamın %14,1'ine, 4 çocuk ve üzerine sahip olan kişiler toplam rakamın % 7,3'üne denk gelmektedir (Grafik 5.5 bkz.).

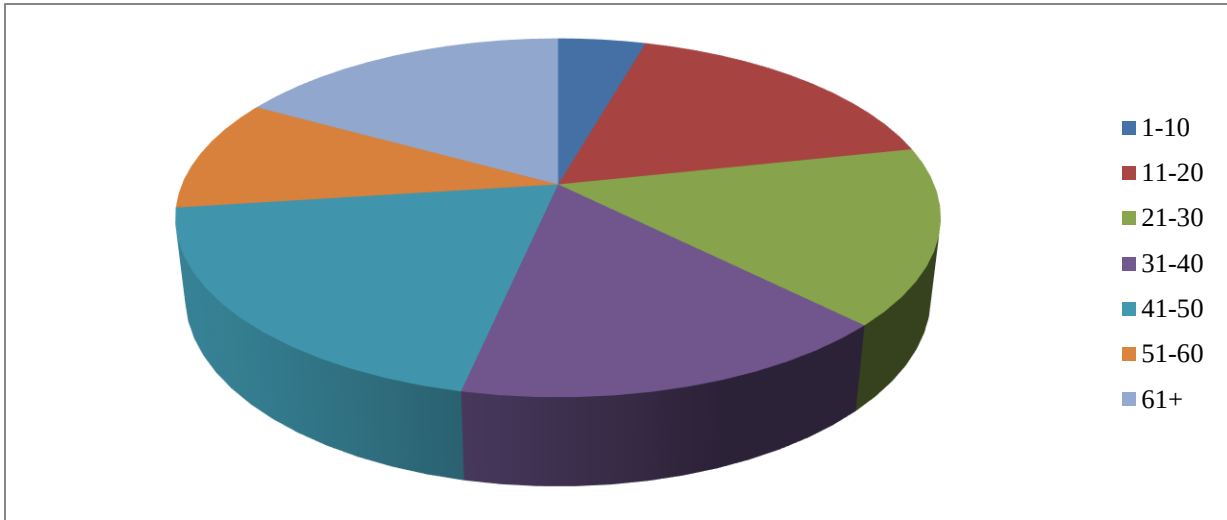
Araştırmaya katılan yerel halkın memleketleri incelendiğinde Antalyalı olan birey sayısının 318, diğer illerde veya ülkelerde doğan birey sayısının ise 66 olduğu görülmektedir. Diğer illerde veya ülkelerde doğan bireyler genellikle daha önce ziyaretleri sırasında Antalya iline hayran kaldıklarını ve istihdam olanaklarının fazla olmasından dolayı bölgeye gelip yerleşmiş olduklarını ifade etmişlerdir (Tablo 5.1 bkz.).



Grafik 5.6: Araştırmaya Katılan Yerel Halkın Memleketleri

Memleketleri Antalya olan kişiler toplam rakamın %82,8'ine, doğum yerleri farklı olan kişi sayısı ise %17,3'üne denk gelmektedir (Grafik 5.6 bkz.).

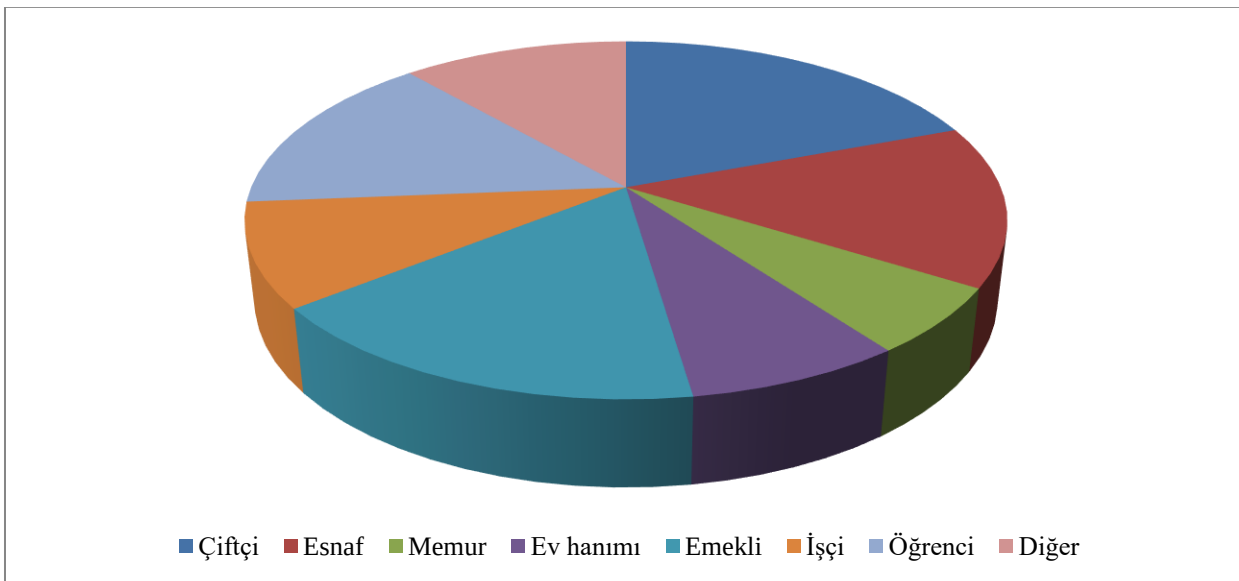
Araştırmaya katılan yerel halkın Serik'de ne kadar süredir yaşadıkları incelendiğinde 1-10 yıl arasında yaşayan birey sayısı 17, 11-20 yıl arasında yaşayan birey sayısı 66, 21-30 yıl arasında yaşayan birey sayısı 61, 31-40 yıl arasında yaşayan birey sayısı 61, 41-50 yıl arasında yaşayan birey sayısı 75, 51-60 yıl arasında yaşayan birey sayısı 39, 61 yıl ve üzerinde yaşayan birey sayısı ise 65'dir. Serik'de yaşayan birey sayısının en fazla olduğu aralık 41-50 yıl arasındadır. En az olduğu aralık ise 1-10 yıl arasındır (Tablo 5.1 bkz.).



Grafik 5.7: Araştırmaya Katılan Yerel Halkın Serik’de Ortalama Yaşam Süresi

Serik’de 1- 10 yıl arasında yaşayan kişi sayısı toplam rakamın %4,4 ’üne, 11-20 yıl arasında yaşayan kişi sayısı %17,2 ’sine, 21-30 yıl arasında yaşayan kişi sayısı toplam rakamın %15,9 ’una, 31-40 yıl arasında yaşayan kişi sayısı toplam rakamın % 15,9 ’una, 41-50 yıl arasında yaşayan kişi sayısı toplam rakamın %19,5 ’ine, 51-60 yıl arasında yaşayan kişi sayısı toplam rakamın %10,2 ’sine, 61 yıl ve üzerinde yaşayan kişi sayısı toplam rakamın %16,9 ’una denk gelmektedir (Grafik 5.7 bkz.).

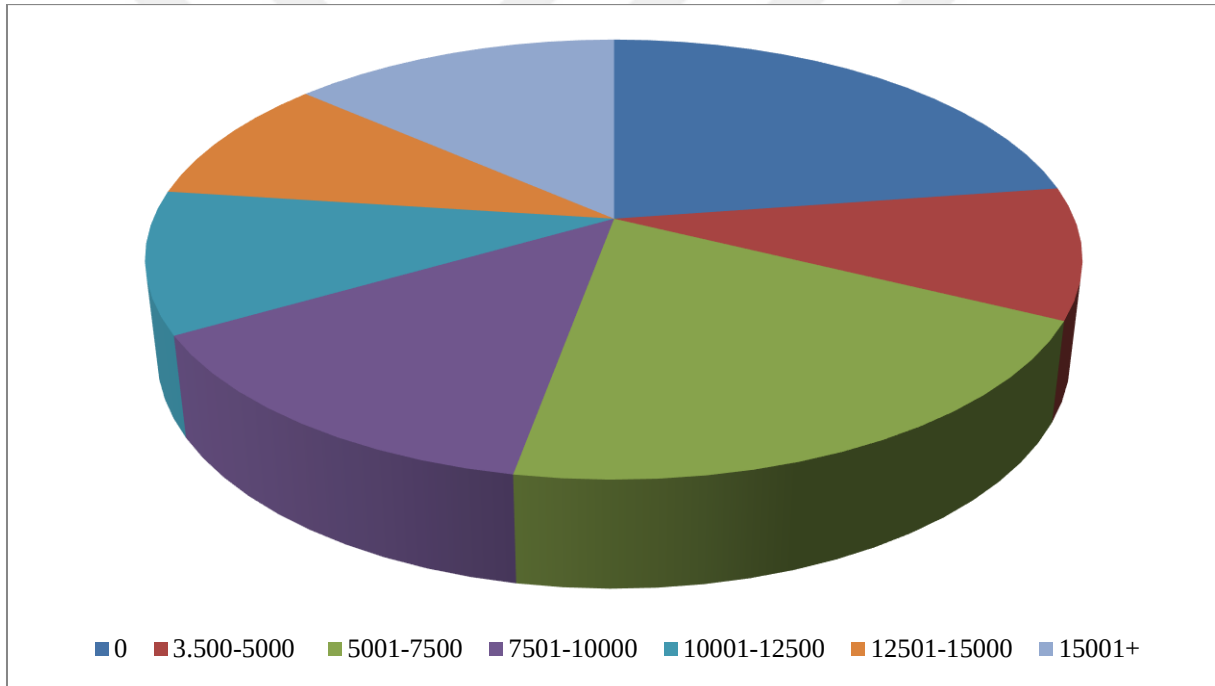
Araştırmaya katılan yerel halkın meslekleri incelendiğinde çiftçi olan kişi sayısı 74, emekli olan kişi sayısı 64, öğrenci olan kişi sayısı 57, esnaf olan kişi sayısı 56, işçi olan kişi sayısı 36, ev hanımı olan kişi sayısı 30, memur olan kişi sayısı 23, diğer meslek gruplarından olan (turist rehberi, avukat, öğretmen, zabıta, tamirci, bankacı, muhasebeci, şoför, polis, kasiyer, mühendis, satış temsilcisi vb.) kişi sayısı ise 44’dür. Araştırmaya katılan yerel halkın en fazla çiftçi olduğu görülmektedir (Tablo 5.1 bkz.).



Grafik 5.8: Araştırmaya Katılan Yerel Halkın Meslek Grupları Dağılımı

Çiftçi olan kişi sayısı toplam rakamın %19,3'üne, emekli olan kişi sayısı toplam rakamın %16,7 'sine, öğrenci olan kişi sayısı toplam rakamın %14,8'ine, esnaf olan kişi sayısı toplam rakamın %14,6'sına, işçi olan kişi sayısı toplam rakamın % 9,4'üne, memur olan kişi sayısı toplam rakamın %6,0' sına, ev hanımı olan kişi sayısı toplam rakamın %7,8'sine, diğer meslekleri yapan kişiler ise toplam rakamın %11,5'ine denk gelmektedir (Grafik 5.8 bkz.).

Araştırmaya katılan yerel halkın gelir durumu incelendiğinde herhangi bir geliri olmayan kişi sayısı 87, 3,500-5000 TL arası olan 37 kişi, 5001-7500 TL arası olan kişi sayısı 79, 7501-10.000 TL arası olan kişi sayısı 53, 10.001-12.500 TL arası olan kişi sayısı 40, 12.501-15.000 TL arası olan kişi sayısı 36, 15.001 TL ve üstü olan kişi sayısı ise 52'dir. Herhangi bir gelire sahip bulunmayan kişi sayısının en fazla olduğu görülmektedir. 12.501 TL ve 15.000 TL arası gelire sahip bulunan kişi sayısının ise en az olduğu görülmektedir (Tablo 5.1 bkz.).



Grafik 5.9: Araştırmaya Katılan Yerel Halkın Aylık Geliri

Herhangi bir gelire sahip olmayan kişi sayısı toplam rakamın %22,7'sine 3,500-5000 TL arası maaş alan kişi sayısı toplam rakamın % 9,6'sına, 5001-7500 TL arası maaş alan kişi sayısı toplam rakamın % 20,6'sına, 7501-10.000 TL arası maaş alan kişi sayısı toplam rakamın % 13,8'ine, 10.001-12.500 TL arası maaş alan kişi sayısı toplam rakamın % 10,4'üne, 12.501-15.000 TL arası maaş alan kişi sayısı toplam rakamın %9,4'üne, 15.001 TL ve üstü maaş alan kişi sayısı toplam rakamın % 13,5'ine denk gelmektedir (Grafik 5.9 bkz.).

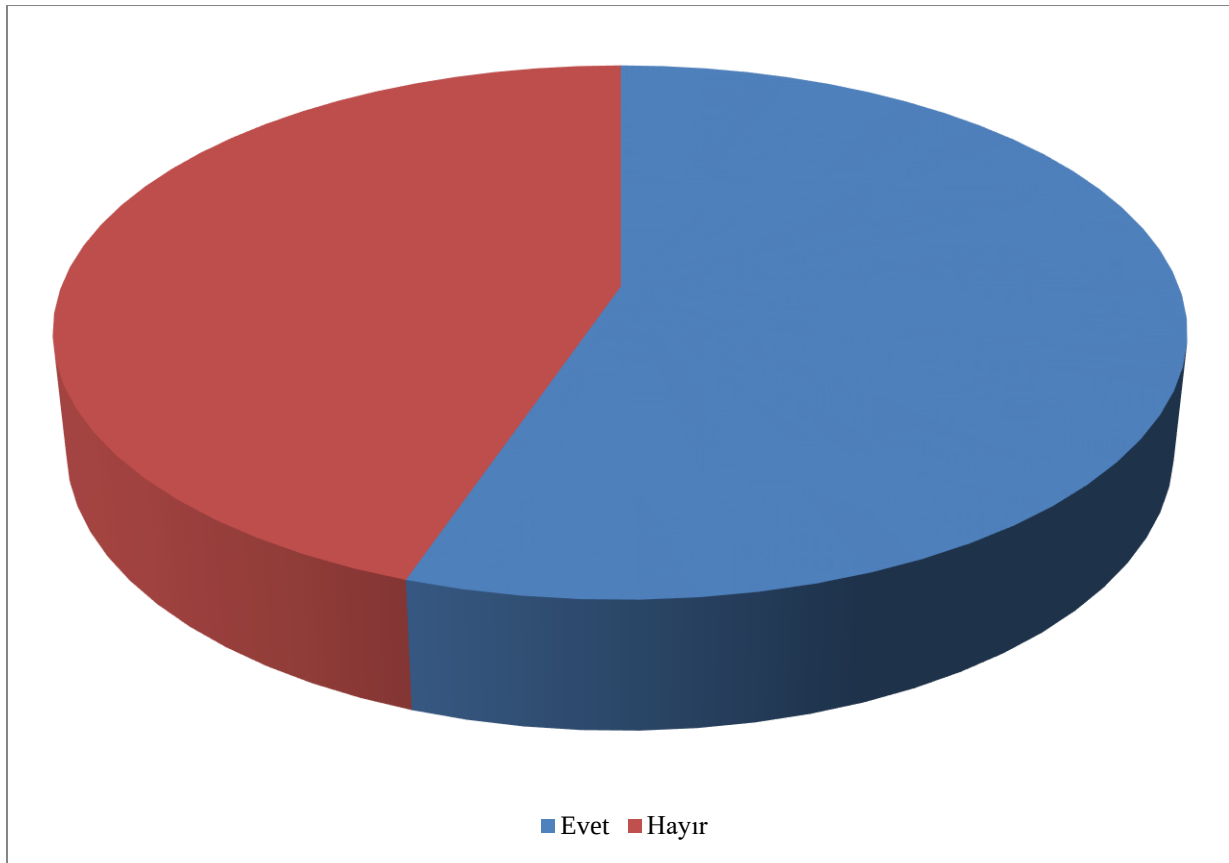
5.2. Yerel Halkın Tatille İlgili Tutumlarına İlişkin Bulgular

Anketin ikinci bölümünde yerel halkın tatille ilgili tutumları incelenmiştir. Bireylerin 2022 yılı ve daha öncesinde tatile çıkma fırsatı bulup bulamama durumları ayrı ayrı ele alınarak bu bölümde detaylı olarak açıklanmıştır.

Tablo 5.2: Araştırmaya Katılan Yerel Halkın 2022 yılı ve daha öncesinde tatile çıkma fırsatı bulma durumu

	Kişi (F)	Yüzde (%)
Evet	212	55,2
Hayır	172	44,8
Toplam	384	100,0

Tablo incelendiğinde 212 bireyin tatil yapma fırsatı bulduğu, 172 bireyin ise 2022 yılı ve daha öncesinde tatile çıkma fırsatı bulamadığı görülmektedir (Tablo 5.2 bkz.).



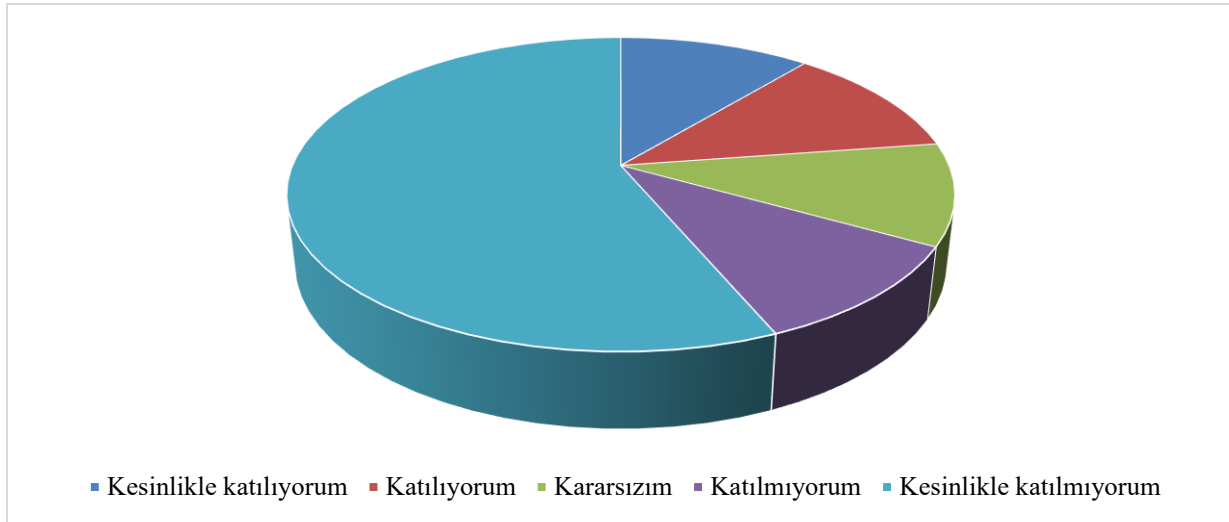
Grafik 5.10: Araştırmaya katılan yerel halkın 2022 yılı ve daha öncesinde tatile çıkma fırsatı bulma durumu

2022 yılı ve daha öncesinde tatile çıkma fırsatı bulan birey sayısı toplam rakamın % 55,2'sini, 2022 yılı ve daha öncesinde tatile çıkma fırsatı bulamayan kişi sayısı toplam rakamın % 44,8'ine denk gelmektedir (Grafik 5.10 bkz.). Araştırma'ya katılan yerel halkın 2022 yılı ve daha öncesinde tatile çıkamayan bireylere göre tatile çıkma fırsatı bulan bireylerin %10,4 oranında daha fazla olduğu görülmektedir. Tatile çıkamayan bireylerin tatile çıkamama nedenleri ise tablo 5.3'de incelenmiştir.

Tablo 5.3: Araştırmaya Katılan Yerel Halkın 2022 yılı ve daha öncesinde tatile gidememe nedenleri

	Kesinlikle katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
Sosyal ortamlarda mutlu olmamak	19	20	18	18	97
Yeterli miktarda paranın olmaması	80	20	7	21	44
Tatil alışkanlığının olmaması	47	23	20	29	53
Program zamanlarının uygun olmaması	42	31	15	23	61
Sağlık problemleri	24	21	-	35	92
Eve yakın imkânların olmaması	48	27	25	17	55
Ulaşımın zaman alması	54	24	16	31	47
İş/çalışma zamanının yoğun olması	55	23	13	26	55
Arabamın olmaması	34	20	5	29	84
Beraber katılacak kimsenin olmaması	16	11	14	20	111
Aile için zaman ayırmak zorunda olmak	31	26	13	20	82
Kendini güvende hissetmemek	19	16	10	19	108
Yorgunluk hissi vermesi	23	15	9	10	115
Tesislerin kalabalık olması	17	13	14	23	105
Sunulan hizmetleri beğenmemek	18	21	18	20	95
Destinasyonları Bilmemek	33	16	22	32	69
Ne Yapılması Gerektiğini Bilmemek	23	33	24	28	64
Bu tür faaliyetlere katılmaktan arkadaşlarımla/ çevremle hoşlanmaması	24	15	39	24	70
Rutin programı bozmak istememek	34	17	18	36	67
Hijyen koşulları	27	23	40	25	57
Yabancı turistler ile aynı düzeyde tatil yapamama düşüncesinin hâkim olması	90	23	22	6	31
Konaklama imkânı	68	20	19	18	47

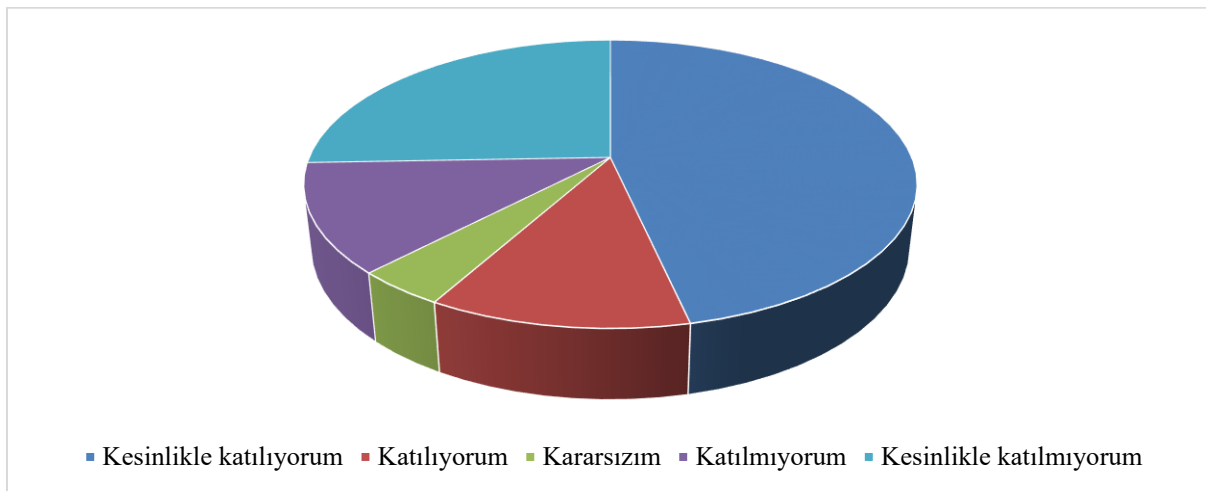
Tablo 5.3 incelendiğinde sosyal ortamlardan mutlu olmama görüşüne “kesinlikle katılıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı’nın 19, “katılıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı’nın 20, “kararsızım” ifadesini kullanan birey sayısı 18, “katılmıyorum” ifadesini kullanan ifadesini kullanan birey sayısı’nın 18, “kesinlikle katılmıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı’nın 94 olduğu görülmektedir. Bireylerin en fazla “kesinlikle katılmıyorum” cevabını vermiş görülmüştür.



Grafik 5.11: Araştırmaya katılan yerel halkın sosyal ortamlarda mutlu olmaması durumuna dair görüşleri

Grafik incelendiğinde sosyal ortamlardan mutlu olmama görüşüne kesinlikle katılan birey sayısı toplam rakamın %11,0'ini, katılan birey sayısı toplam rakamın %11,6'sını, kararsız olan birey sayısı toplam rakamın %10,5'ini, katılmayan birey sayısı toplam rakamın %10,5'ini ve kesinlikle katılmayan birey sayısı toplam rakamın %56,4'ünü oluşturduğu görülmektedir (Grafik 5.11 bkz.).

Yeterli miktarda paranın olmaması durumuna “kesinlikle katılıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı 80, “katılıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı 20, “kararsızım” ifadesini kullanan birey sayısı 7, “katılmıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı 21, “kesinlikle katılmıyorum” ifadesini kullanan birey sayısının ise 44 olduğu görülmektedir. Yeterli miktarda paranın olmaması durumuna en fazla bireyler, “kesinlikle katılmıyorum” cevabını vermiştir (Tablo 5.3 bkz.).

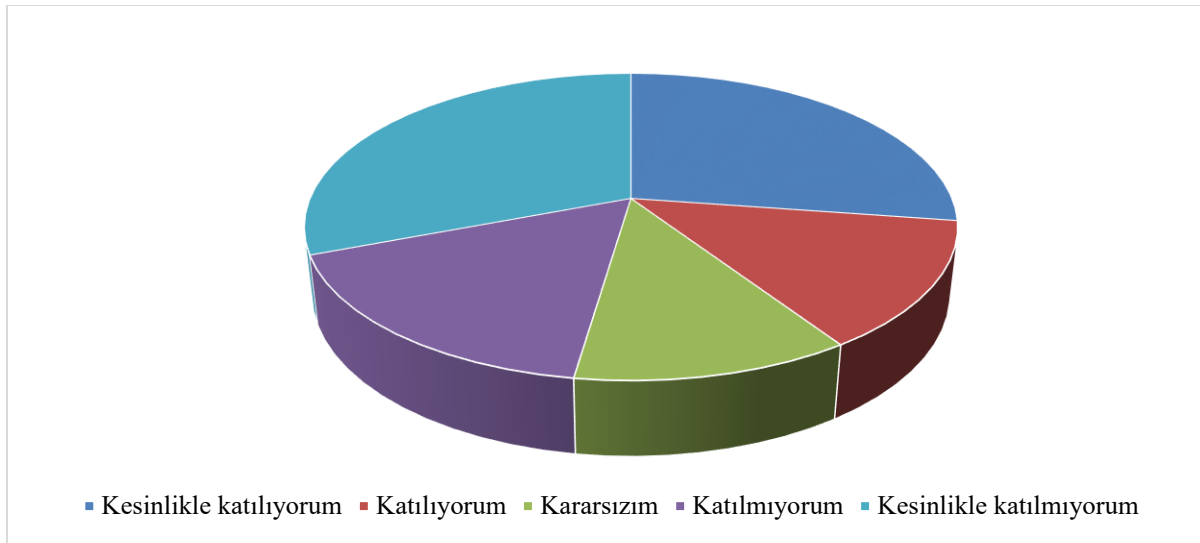


Grafik 5.12: Araştırmaya katılan yerel halkın yeterli miktarda paranın olmaması durumuna dair görüşleri

Grafik incelendiğinde yeterli miktarda paranın olmaması durumuna kesinlikle katılan birey sayısı toplam rakamın %46,5'ini, katılan birey sayısı toplam rakamın %11,6'sını, kararsız olan birey sayısı toplam rakamın %4,1'ini, katılmayan birey sayısı toplam rakamın %12,2'sini,

kesinlikle katılmayan birey sayısı ise toplam rakamın %25,6'sını oluşturduğu görülmektedir (Grafik 5.12 bkz.).

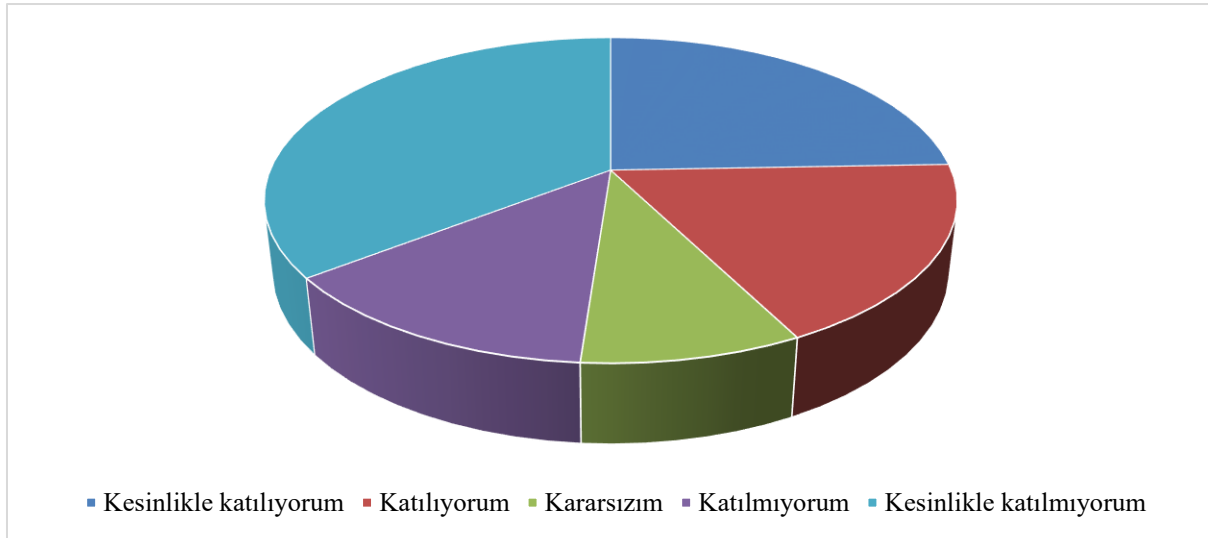
Tatil alışkanlığının olmaması durumuna “kesinlikle katılıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı 47, “katılıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı 23, “kararsızım” ifadesini kullanan birey sayısı 20, “katılmıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı 29, kesinlikle katılmıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı’nın ise 53 olduğu görülmektedir. Bireylerin tatil alışkanlığının olmaması durumuna verdikleri cevaplar incelendiğinde dikkat çeken bir unsurlardan birisi en fazla “kesinlikle katılmıyorum” cevabının ardından ikinci sırada “kesinlikle “katılıyorum” ifadesini kullanan” cevabının verilmiş olmasıdır (Tablo 5.3 bkz.).



Grafik 5.13: Araştırmaya katılan yerel halkın tatil alışkanlığının olmaması durumuna dair görüşleri

Grafik incelendiğinde tatil alışkanlığının olmaması durumuna kesinlikle katılan birey sayısı toplam rakamın %27,3'ünü, katılan birey sayısı toplam rakamın %13,4'ünü, kararsız olan birey sayısı'nın toplam rakamın %11,6'sını, katılmayan birey sayısı toplam rakamın %16,9'unu ve kesinlikle katılmayan birey sayısı ise toplam rakamın %30,8'ini oluşturduğu görülmektedir (Grafik 5.13 bkz.).

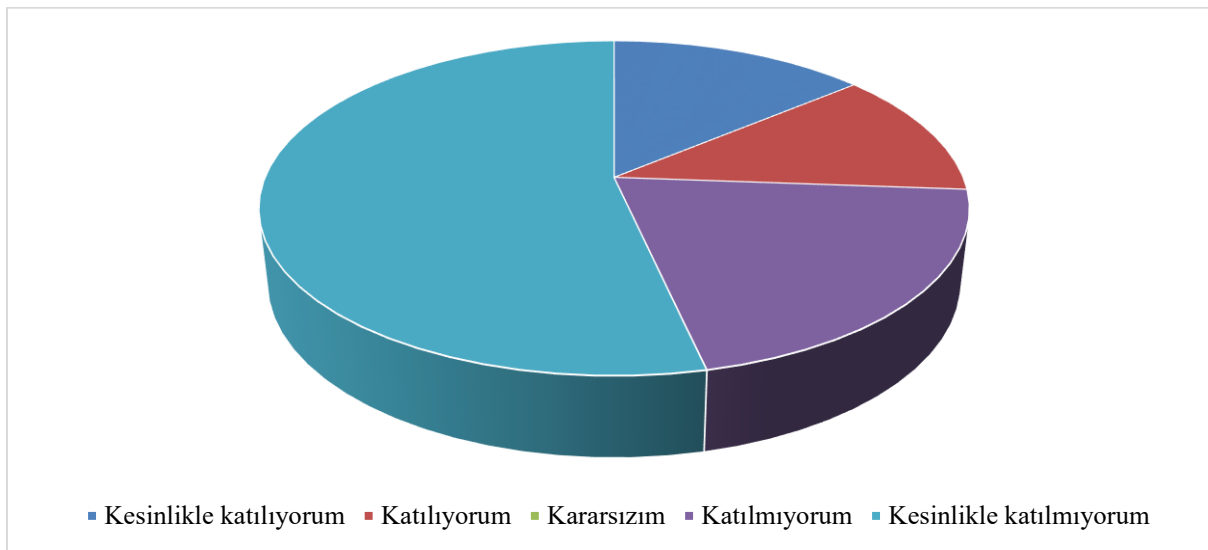
Program zamanlarının uygun olmaması görüşüne “kesinlikle katılıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı 42, “katılıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı 31, “kararsızım” ifadesini kullanan birey sayısı 15, “katılmıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı 23, “kesinlikle katılmıyorum” ifadesinin kullanan birey sayısı ise 61 olduğu görülmektedir. Bireyler en fazla “kesinlikle katılıyorum”, en az ise “kararsızım” ifadelerini kullanmıştır (Tablo 5.3 bkz.).



Grafik 5.14: Araştırmaya katılan yerel halkın program zamanlarının uygun olmaması durumuna dair görüşleri

Grafik incelendiğinde program zamanlarının uygun olmaması görüşüne kesinlikle katılan birey sayısı toplam rakamın %24,4’ünü, katılan birey sayısı toplam rakamın %18’ini, kararsız olan birey sayısı toplam rakamın %8,7’sini, katılmayan birey sayısı toplam rakamın %13,4’ünü ve kesinlikle katılmayan birey sayısı toplam rakamın %35,5’ini oluşturduğu görülmektedir (Grafik 5.14 bkz.).

Sağlık problemleri durumunun etkili olduğuna “kesinlikle katılıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı 24, “katılıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı 21, “katılmıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı 35, “kesinlikle katılmıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı ise 92 olduğu görülmektedir. Bireyler en fazla “kesinlikle katılmıyorum” ifadesini kullanmıştır (Tablo 5.3 bkz.).

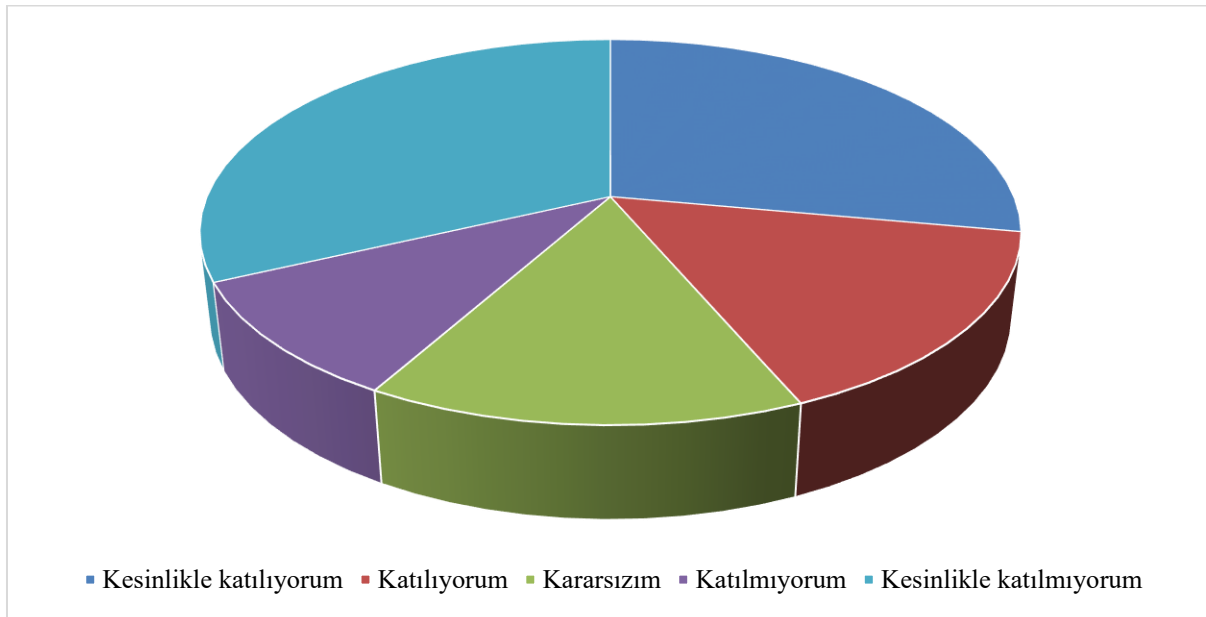


Grafik 5.15: Araştırmaya katılan yerel halkın sağlık problemleri durumuna dair görüşleri

Grafik incelendiğinde sağlık problemleri durumunun etkili olduğuna kesinlikle katılan birey sayısı toplam rakamın %14’ünü, katılan birey sayısı toplam rakamın %12,2’sini,

katılmayan birey sayısı toplam rakamın %20,4'ünü ve kesinlikle katılmayan birey sayısı toplam rakamın %53,5'ini oluşturduğu görülmektedir (Grafik 5.15 bkz.).

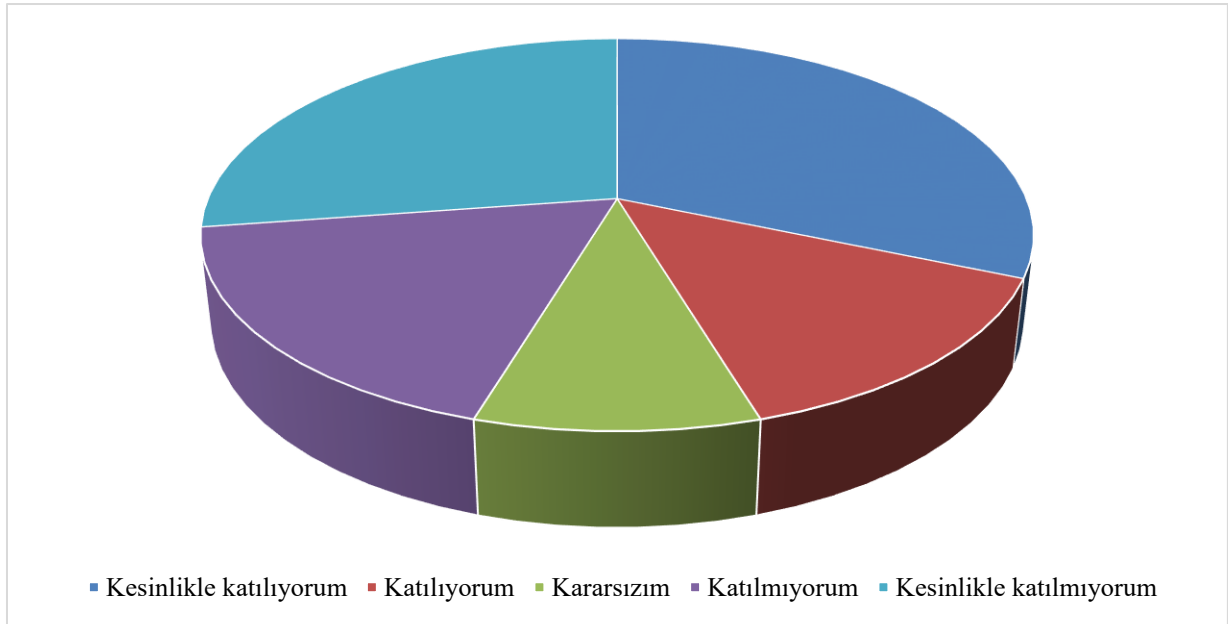
Eve yakın imkânlarının olmaması görüşüne “kesinlikle katılıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı 48, “katılıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı 27, “kararsızım” ifadesini kullanan birey sayısı 25, “katılmıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı 17, “kesinlikle katılmıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı ise 55’tir. Bireylerin en fazla “kesinlikle katılmıyorum” ifadesini kullandığı, ardından “kesinlikle katılıyorum” ifadesini kullanmış oldukları görülmektedir (Tablo 5.3 bkz.).



Grafik 5.16: Araştırmaya katılan yerel halkın eve yakın imkânlarının olmaması durumuna dair görüşleri

Grafik incelendiğinde eve yakın imkânlarının olmaması görüşüne kesinlikle katılan birey sayısı toplam rakamın %27,9'unu, katılan birey sayısı toplam rakamın %15,7'sini, kararsız olan birey sayısı toplam rakamın %14,5'ini, katılmayan birey sayısı toplam rakamın %9,9'unu, kesinlikle katılmayan birey sayısı toplam rakamın %32'sini oluşturduğu görülmektedir (Grafik 5.16 bkz.).

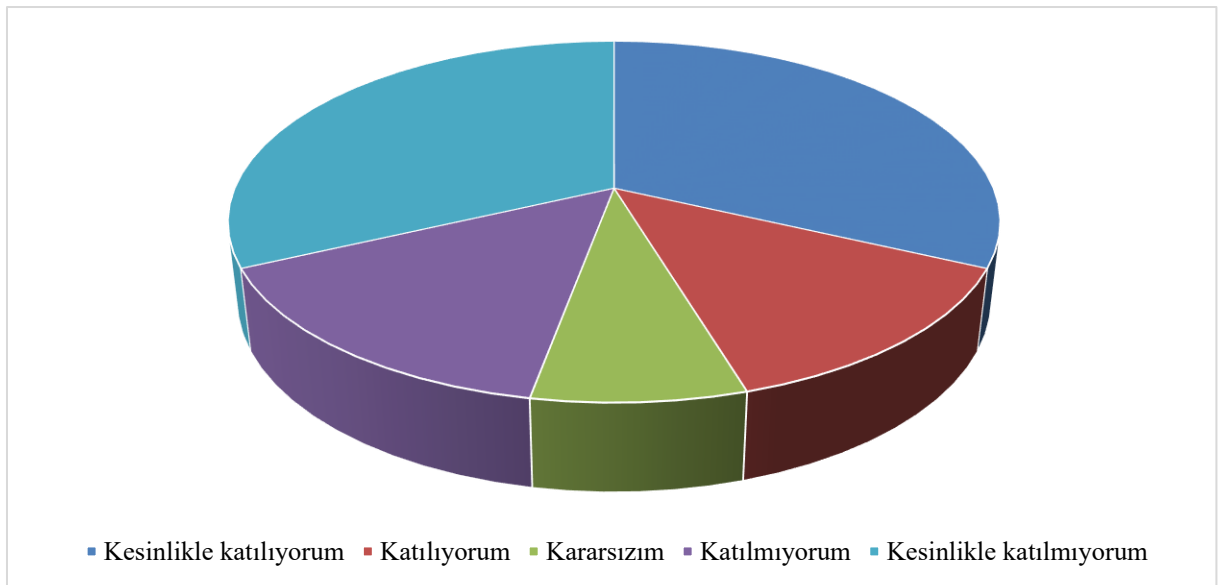
Ulaşımın zaman alması görüşüne “kesinlikle katılıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı 54, “katılıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı 24, “kararsızım” ifadesini kullanan birey sayısı 16, “katılmıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı 31, “kesinlikle katılmıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı 47’dir. Bireylerin en fazla “kesinlikle katılıyorum” ifadesini kullandığı, en az ise “kararsızım” ifadesini kullandıkları görülmektedir (Tablo 5.3 bkz.).



Grafik 5.17: Araştırmaya katılan yerel halkın ulaşımın zaman alması durumuna dair görüşleri

Grafik incelendiğinde ulaşımın zaman alması görüşüne kesinlikle katılan birey sayısı toplam rakamın %31,4'ünü, katılan birey sayısı toplam rakamın %14'ünü, kararsız olan birey sayısı toplam rakamın %9,3'ünü, katılmayan birey sayısı toplam rakamın %18'ini ve kesinlikle katılmayan birey sayısı toplam rakamın %27,3'ünü oluşturduğu görülmektedir (Grafik 5.17 bkz.).

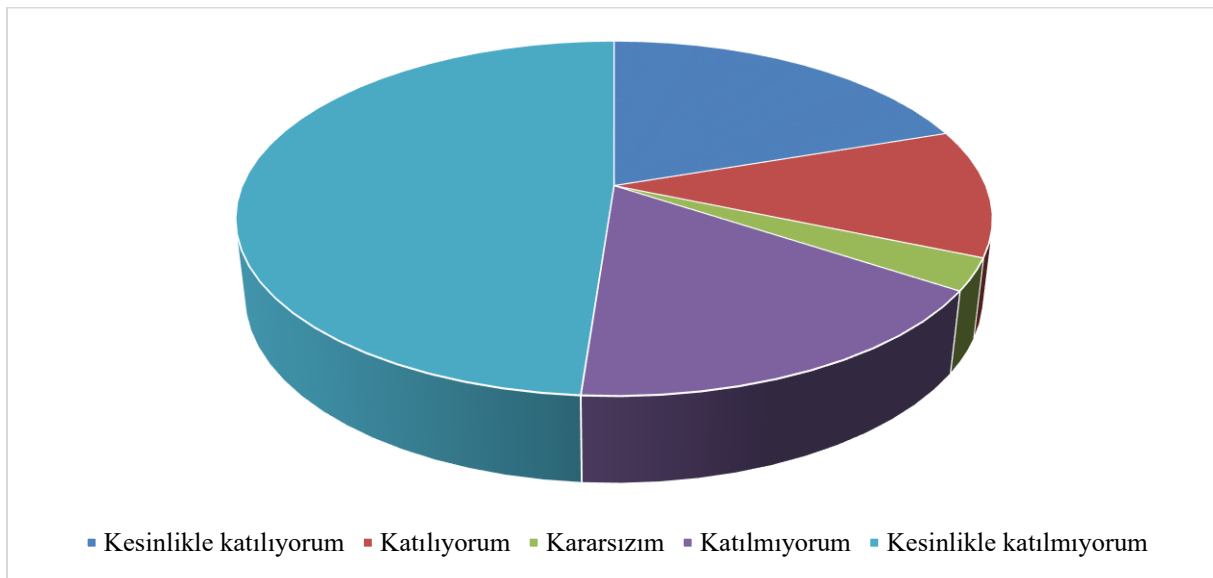
İş/çalışma zamanının yoğun olması görüşüne “kesinlikle “katılıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı 55, “katılıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı 23, “kararsızım” ifadesini kullanan birey sayısı 13, “katılmıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı 26, “kesinlikle katılmıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı 55 ‘dir. En fazla “kesinlikle katılıyorum” ve “kesinlikle katılmıyorum” ifadeleri kullanılmıştır (Tablo 5.3 bkz.).



Grafik 5.18: Araştırmaya katılan yerel halkın iş/çalışma zamanının yoğun olması durumuna dair görüşleri

Grafik incelendiğinde iş/çalışma zamanının yoğun olması görüşüne kesinlikle katılan birey sayısı toplam rakamın %32'sini, katılan birey sayısı toplam rakamın %13,4'ünü, kararsız olan birey sayısı toplam rakamın %7,6'sını, katılmayan birey sayısı toplam rakamın %15,1'ini ve kesinlikle katılmayan birey sayısı toplam rakamın %32'sini oluşturduğu görülmektedir (Grafik 5.18 bkz.).

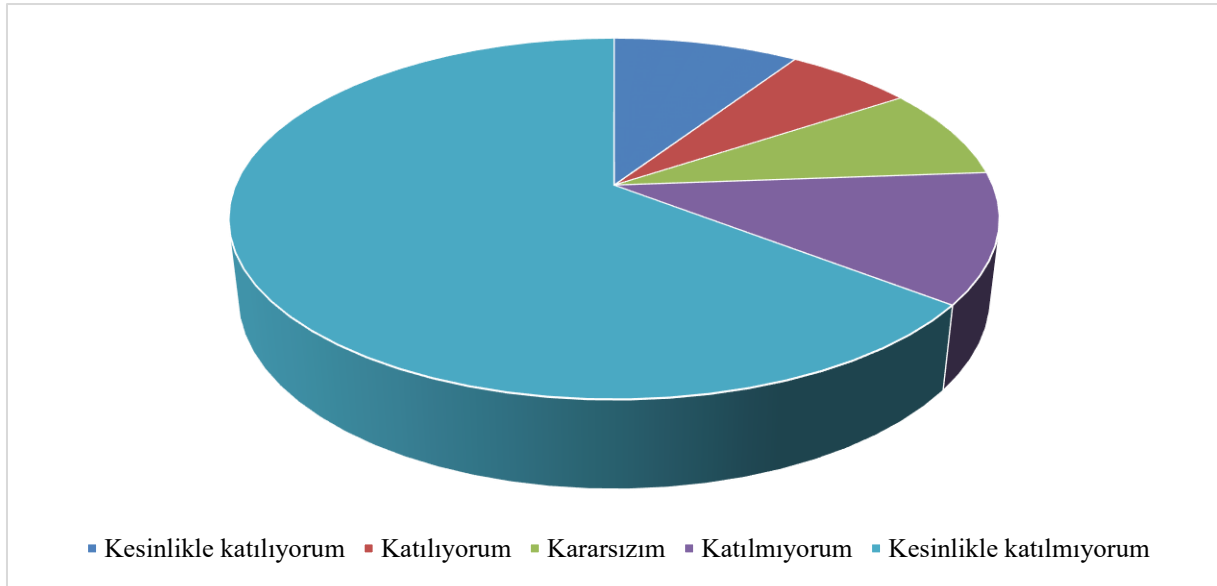
Arabasının olmaması durumuna “kesinlikle katılıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı 34, “katılıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı 20, “kararsızım” ifadesini kullanan birey sayısı 5, “katılmıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı 29, “kesinlikle katılmıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı 84'tür. En fazla “kesinlikle katılmıyorum” ifadesi ile en az “kararsızım” ifadeleri kullanılmıştır (Tablo 5.3 bkz.).



Grafik 5.19: Araştırmaya katılan yerel halkın arabasının olmaması durumuna dair görüşleri

Grafik incelendiğinde arabasının olmaması durumuna kesinlikle katılan birey sayısı toplam rakamın %19,8'ini, katılan birey sayısı toplam rakamın %11,6'sını, kararsız olan birey sayısı toplam rakamın %2,9'unu, katılmayan birey sayısı toplam rakamın %16,9'u, kesinlikle katılmayan birey sayısı toplam rakamın %48,8'ini oluşturduğu görülmektedir (Grafik 5.19 bkz.).

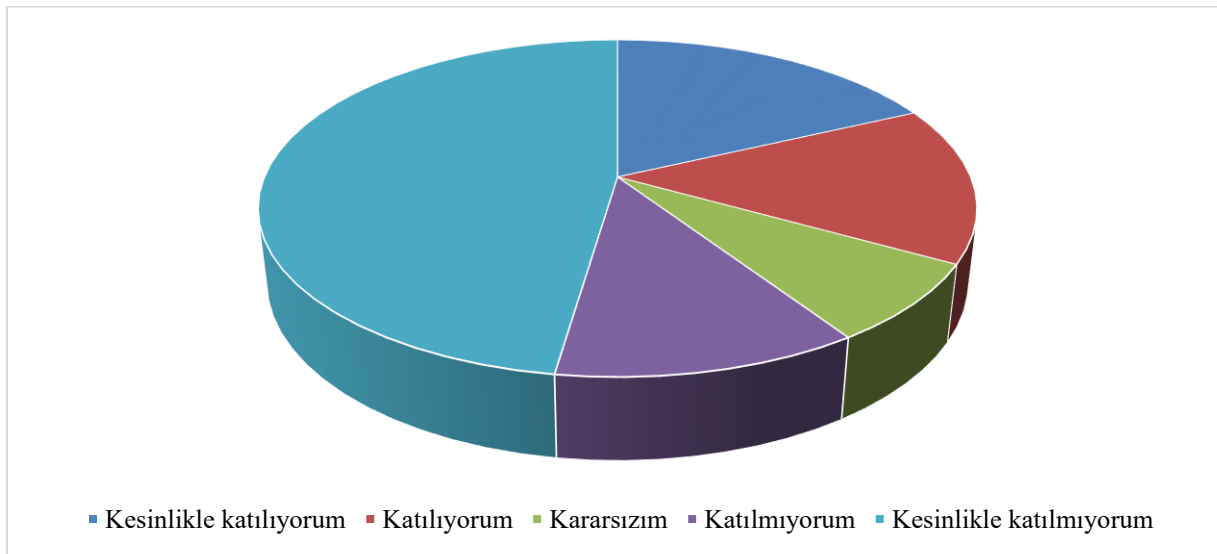
Beraber katılacak kimsenin olmaması durumuna “kesinlikle katılıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı 16, “katılıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı 11, “kararsızım” ifadesini kullanan birey sayısı 14, “katılmıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı 20, “kesinlikle katılmıyorum” birey sayısı 111'dir. Bireylerin en fazla “kesinlikle katılmıyorum” ifadesini kullandığı görülmektedir (Tablo 5.3 bkz.).



Grafik 5.20: Araştırmaya katılan yerel halkın beraber katılacak kimsenin olmaması durumuna dair görüşleri

Grafik incelendiğinde beraber katılacak kimsenin olmaması durumuna kesinlikle katılan birey sayısı toplam rakamın %9,3'ünü, katılan birey sayısı toplam rakamın %6,4'sini, kararsız olan birey sayısı toplam rakamın %8,1'ini, katılmayan birey sayısı toplam rakamın %11,6'sını, kesinlikle katılmayan birey sayısı toplam rakamın %64,5'ini oluşturduğu görülmektedir (Grafik 5.20 bkz.).

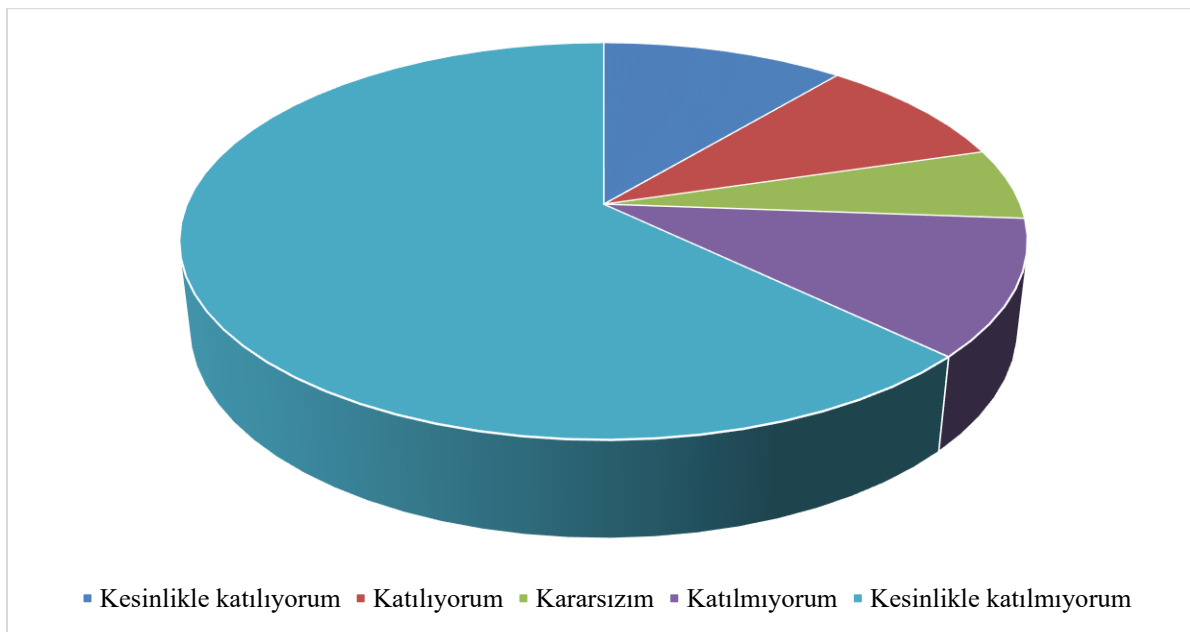
Aile için zaman ayırmak zorunda olması durumuna “kesinlikle katılıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı 31, “katılıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı 26, “kararsızım” ifadesini kullanan birey sayısı 13, “katılmıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı 20, “kesinlikle katılmıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı 82'dir. Bireylerin en fazla “kesinlikle katılmıyorum” ifadesini kullandığı görülmektedir (Tablo 5.3 bkz.).



Grafik 5.21: Araştırmaya katılan yerel halkın aile için zaman ayırmak zorunda olmak durumuna dair görüşleri

Grafik incelendiğinde aile için zaman ayırmak zorunda olmak görüşüne kesinlikle katılan birey sayısı toplam rakamın %18'ini, katılan birey sayısı toplam rakamın %15,1'ini, kararsız olan birey sayısı toplam rakamın %7,6'sını, katılmayan birey sayısı toplam rakamın %11,6'sını ve kesinlikle katılmayan birey sayısı toplam rakamın %47,7'sini oluşturduğu görülmektedir (Grafik 5.21 bkz.).

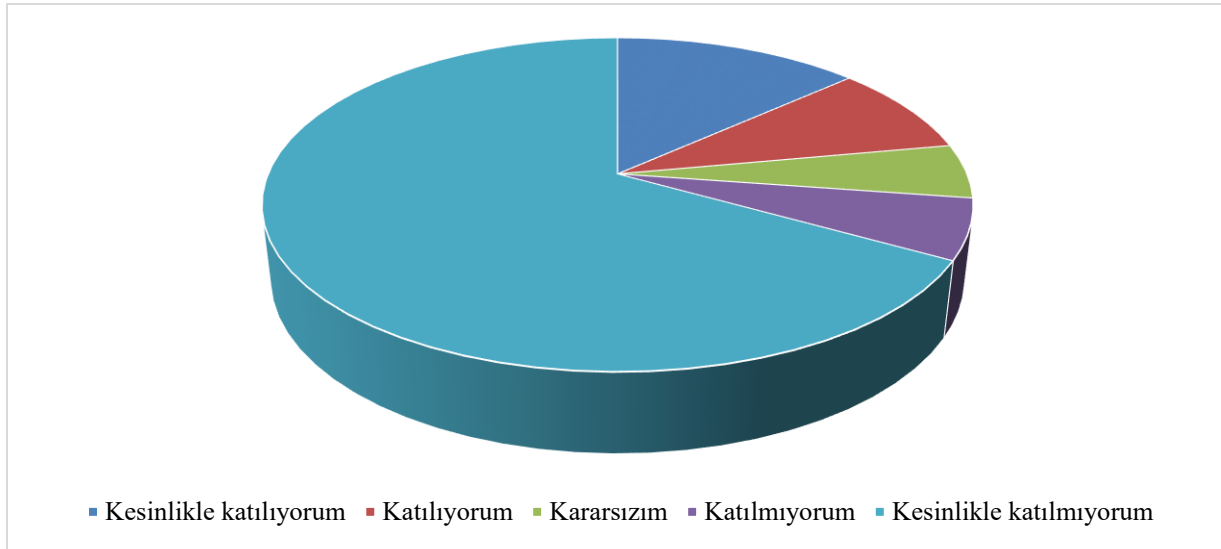
Kendini güvende hissetmeme durumuna “kesinlikle katılıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı 19, “katılıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı 16, “kararsızım” ifadesini kullanan olan birey sayısı 10, “katılmıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı 19, “kesinlikle katılmıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı 108'dir. Bireylerin en fazla “kesinlikle katılmıyorum” ifadesini kullandığı görülmektedir (Tablo 5.3 bkz.).



Grafik 5.22: Araştırmaya katılan yerel halkın kendini güvende hissetmemesi durumuna dair görüşleri

Grafik incelendiğinde kendini güvende hissetmeme durumuna kesinlikle katılan birey sayısı toplam rakamın %11'ini, katılan birey sayısı toplam rakamın %9,3'ünü, kararsız olan birey sayısı toplam rakamın %5,8'ini, katılmayan birey sayısı toplam rakamın %11'ini ve kesinlikle katılmayan birey sayısı toplam rakamın %62,8'ini oluşturduğu görülmektedir (Grafik 5.22 bkz.).

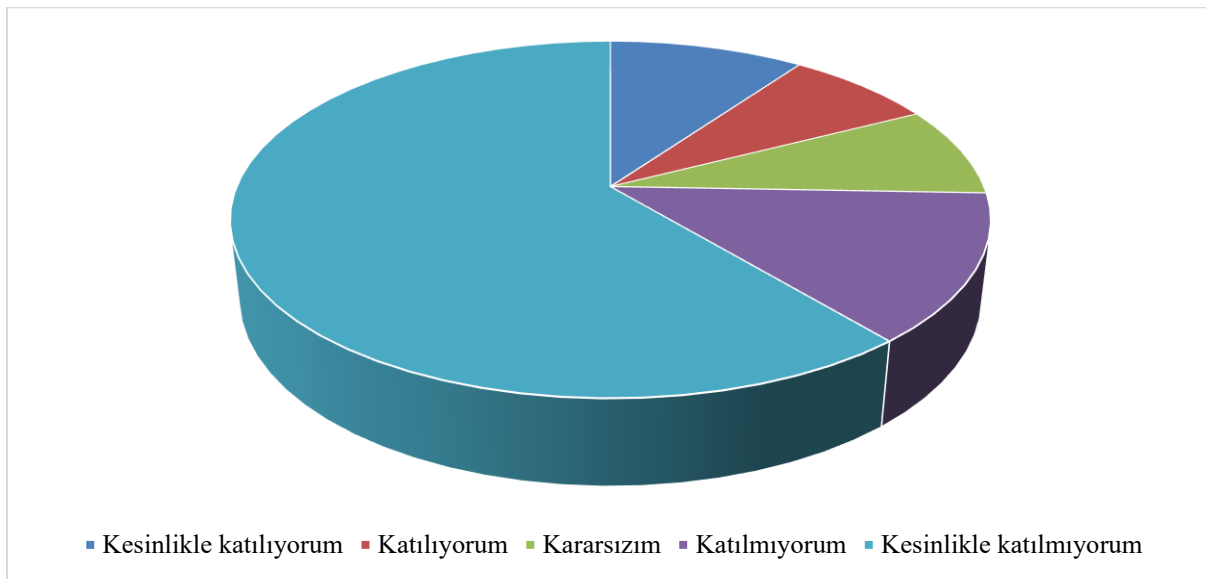
Yorgunluk hissi vermesi durumuna “kesinlikle katılıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı 23, “katılıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı 15, kararsızım” ifadesini kullanan birey sayısı 9, “katılmıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı 10, “kesinlikle katılmıyorum” birey sayısı 115'dir. Bireylerin en fazla “kesinlikle katılmıyorum” ifadesini kullandığı görülmektedir (Tablo 5.3 bkz.).



Grafik 5.23: Araştırmaya katılan yerel halkın yorgunluk hissi vermesi durumuna dair görüşleri

Grafik incelendiğinde yorgunluk hissi vermesi durumuna kesinlikle katılan birey sayısı toplam rakamın %13,4'ünü, katılan birey sayısı toplam rakamın %8,7'sini, kararsız olan birey sayısı toplam rakamın %5,2'sini, katılmayan birey sayısı toplam rakamın %5,8'sini ve kesinlikle katılmayan birey sayısı toplam rakamın %66,9'unu oluşturduğu görülmektedir (Grafik 5.23 bkz.).

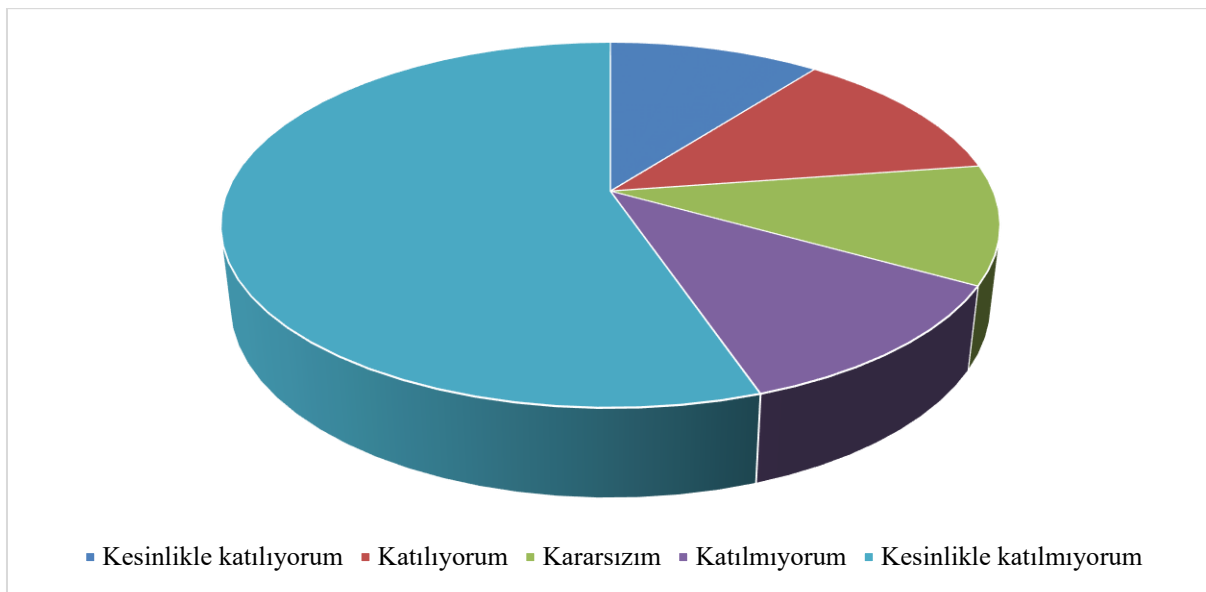
Tesislerin kalabalık olması görüşüne “kesinlikle katılıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı 17, “katılıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı 13, “kararsızım” ifadesini kullanan birey sayısı 14, “katılmıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı 23, “kesinlikle katılmıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı 105'dir Bireylerin en fazla “kesinlikle katılmıyorum” ifadesini kullandığı görülmektedir (Tablo 5.3 bkz.).



Grafik 5.24: Araştırmaya katılan yerel halkın tesislerin kalabalık olması durumuna dair görüşleri

Grafik incelendiğinde tesislerin kalabalık olması görüşüne kesinlikle katılan birey sayısı toplam rakamın % 9,9'unu, katılan birey sayısı toplam rakamın %7,6'sını, kararsız olan birey sayısı toplam rakamın %8,1'ini, katılmayan birey sayısı toplam rakamın %13,4'ünü ve kesinlikle katılmayan birey sayısı toplam rakamın %61'ini oluşturduğu görülmektedir (Grafik 5.24 bkz.).

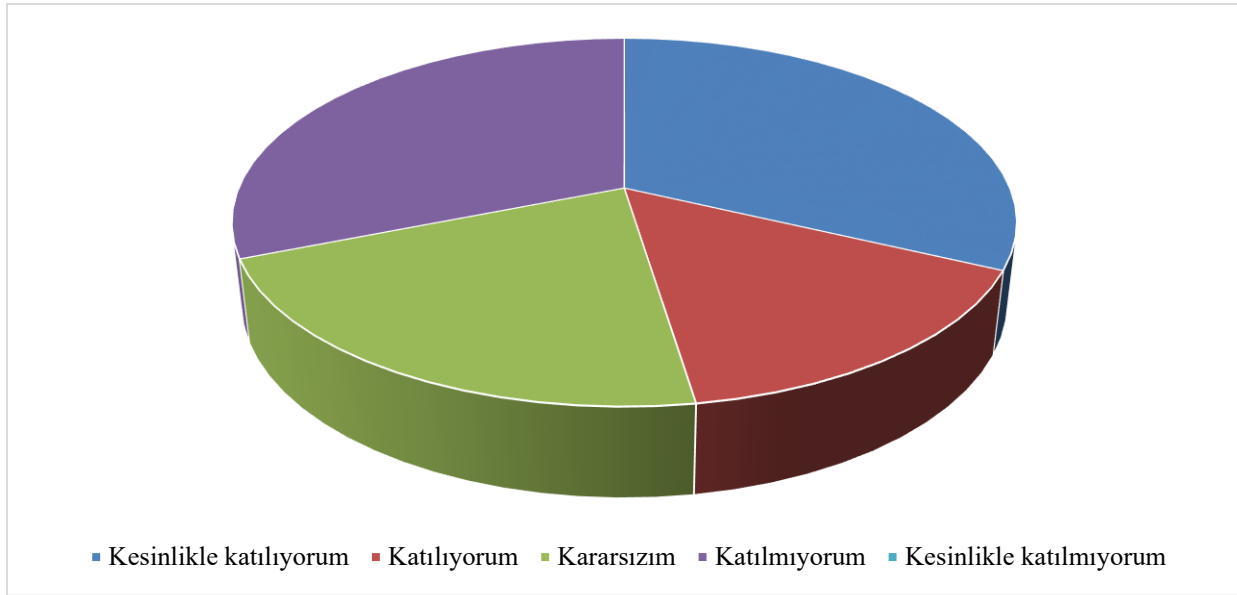
Sunulan hizmetlerin beğenilmemesi görüşüne “kesinlikle katılıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı 18, “katılıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı 21, “kararsızım” ifadesini kullanan birey sayısı 18, “katılmıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı 20, “kesinlikle katılmıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı 95’dir. Bireylerin en fazla “kesinlikle katılmıyorum” ifadesini kullandığı görülmektedir (Tablo 5.3 bkz.).



Grafik 5.25: Araştırmaya katılan yerel halkın sunulan hizmetleri beğenilmemesi durumuna dair görüşleri

Grafik incelendiğinde sunulan hizmetlerin beğenilmemesi görüşüne kesinlikle katılan birey sayısı toplam rakamın %10,5'ini, katılan birey sayısı toplam rakamın %12,2'sini, kararsız olan birey sayısı toplam rakamın %10,5'ini, katılmayan birey sayısı toplam rakamın %11,6'sını, kesinlikle katılmayan birey sayısı toplam rakamın %55,2'sini oluşturduğu görülmektedir (Grafik 5.25 bkz.).

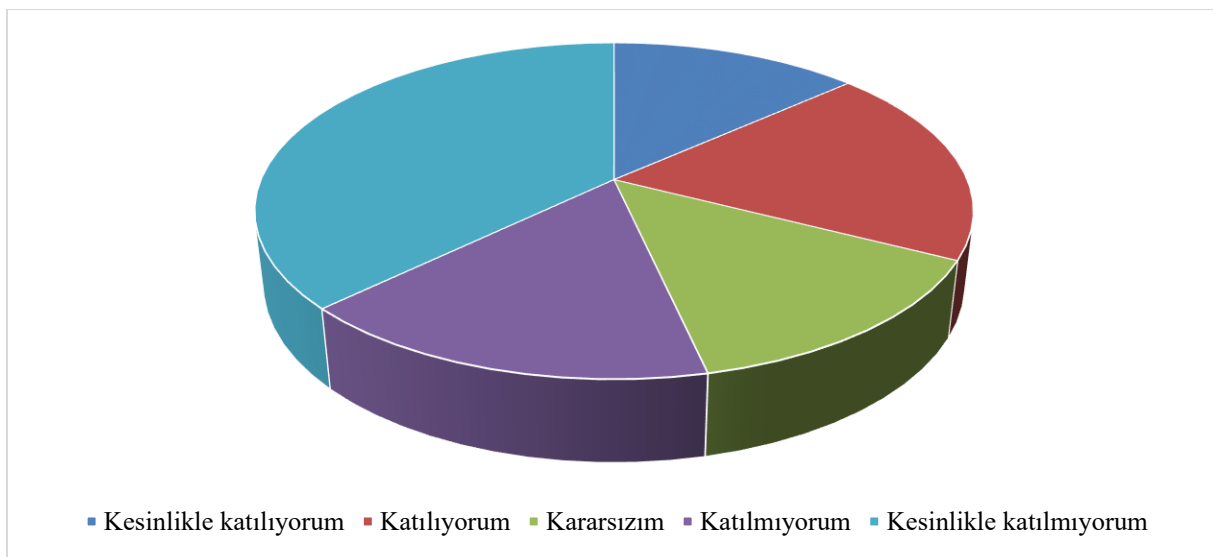
Destinasyonları bilmemesi görüşüne “kesinlikle katılıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı 33, “katılıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı 16, “kararsızım” ifadesini kullanan birey sayısı 22, “katılmıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı 32, “kesinlikle katılmıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı 69’dur. Bireylerin en fazla “kesinlikle katılmıyorum” ifadesini kullandığı görülmektedir (Tablo 5.3 bkz.).



Grafik 5.26: Araştırmaya katılan yerel halkın destinasyonları bilmemesi durumuna dair görüşleri

Grafik incelendiğinde destinasyonları bilmemesi görüşüne kesinlikle katılan birey sayısı toplam rakamın %19,2'sini, katılan birey sayısı toplam rakamın %9,3'ünü, kararsız olan birey sayısı toplam rakamın %12,8'ini, katılmayan birey sayısı toplam rakamın %18,6'sını ve kesinlikle katılmayan birey sayısı toplam rakamın %40,1'ni oluşturduğu görülmektedir (Grafik 5.26 bkz.).

Ne yapılması gerektiğinin bilmemesi durumuna “kesinlikle katılıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı 23, “katılıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı 33, “kararsızım” ifadesini kullanan birey sayısı 24, “katılmıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı 28, “kesinlikle katılmıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı 64'dür. Bireylerin en fazla “kesinlikle katılmıyorum” ifadesini kullandığı görülmektedir (Tablo 5.3 bkz.).

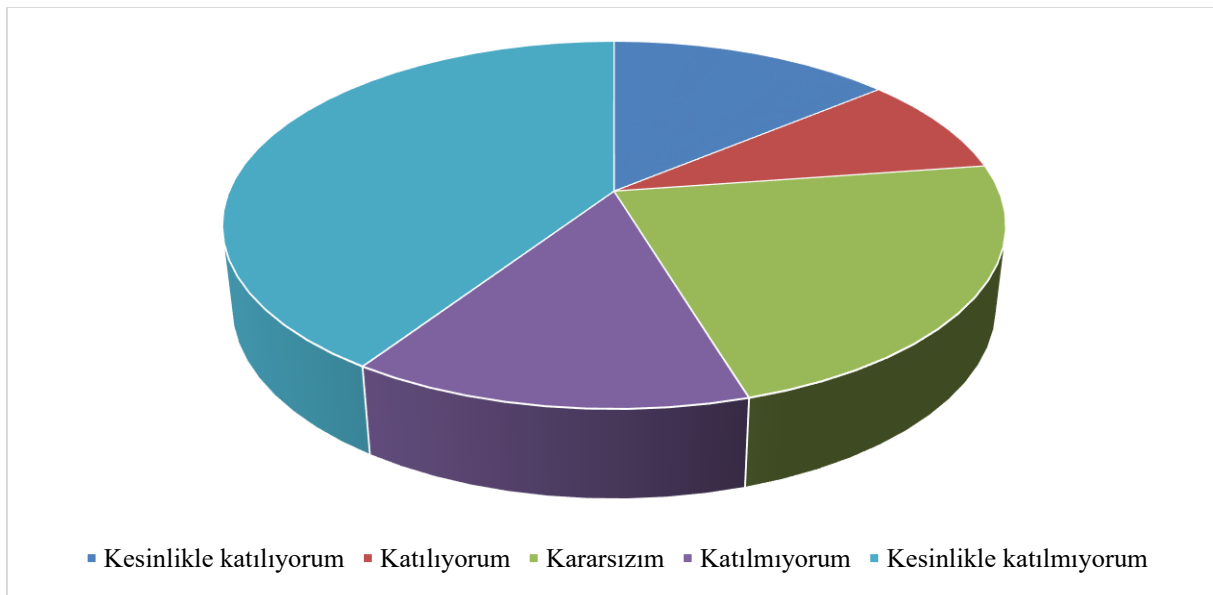


Grafik 5.27: Araştırmaya katılan yerel halkın ne yapılması gerektiğinin bilmemesi durumuna dair görüşleri

Grafik incelendiğinde ne yapılması gerektiğinin bilmemesi durumuna kesinlikle katılan birey sayısı toplam rakamın %13,4'ünü, katılan birey sayısı toplam rakamın %19,2'sini,

kararsız olan birey sayısı toplam rakamın %14'ünü, katılmayan birey sayısı toplam rakamın %16,3'ünü ve kesinlikle katılmayan birey sayısı toplam rakamın %37,2'sini oluşturduğu görülmektedir (Grafik 5.27 bkz.).

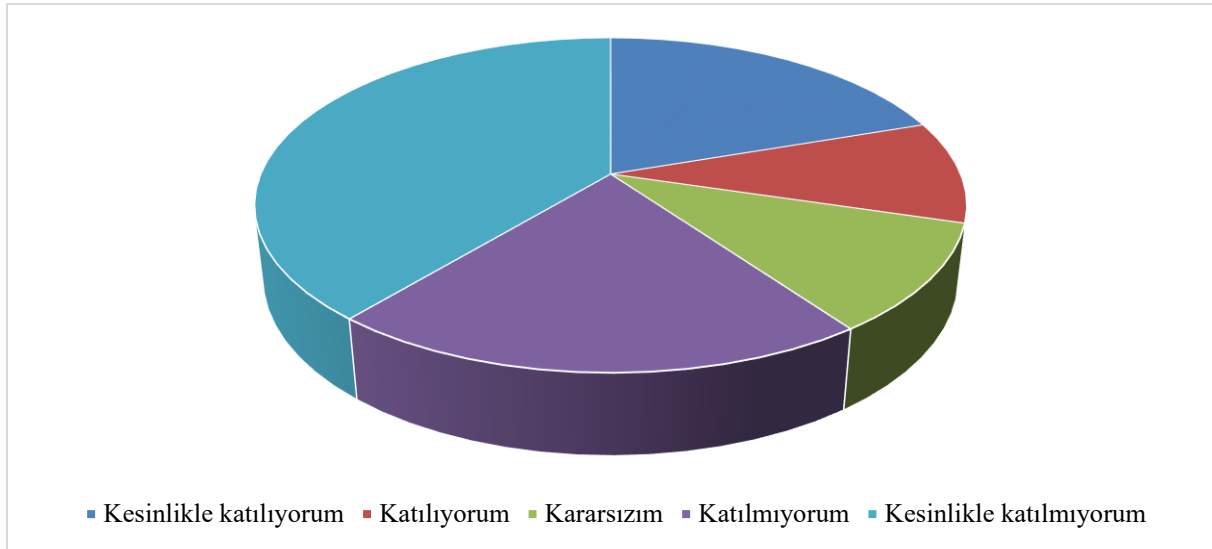
Bu tür faaliyetlere katılmaktan arkadaşlarımla/çevremle hoşlanmaması durumuna “kesinlikle katılıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı 24, “katılıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı 15, “kararsızım” ifadesini kullanan birey sayısı 39, “katılmıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı 24, “kesinlikle katılmıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı 70'dir. Bireylerin en fazla “kesinlikle katılmıyorum” ifadesini kullandığı ardından “kararsızım” ifadesini kullandıkları görülmüştür (Tablo 5.3 bkz.).



Grafik 5.28: Araştırmaya katılan yerel halkın bu tür faaliyetlere katılmaktan arkadaşlarımla/çevremle hoşlanmaması durumuna dair görüşleri

Grafik incelendiğinde bu tür faaliyetlere katılmaktan arkadaşlarımla/çevremle hoşlanmaması durumuna kesinlikle katılan birey sayısı toplam rakamın %14'ünü, katılan birey sayısı toplam rakamın %8,7'sini, kararsız olan birey sayısı toplam rakamın %22,7'sini, katılmayan birey sayısı toplam rakamın %14'ünü ve kesinlikle katılmayan birey sayısı toplam rakamın %40,7'sini oluşturduğu görülmektedir (Grafik 5.28 bkz.).

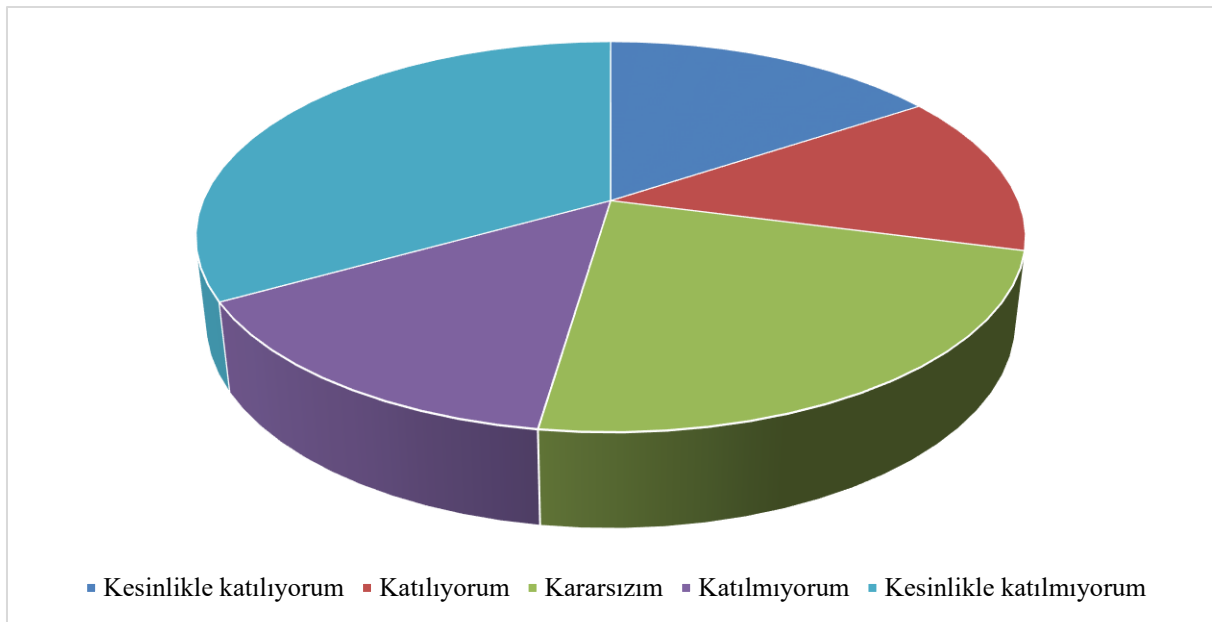
Rutin programı bozmak istememe durumuna “kesinlikle katılıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı 34, “katılıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı 17, “kararsızım” ifadesini kullanan birey sayısı 18, “katılmıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı 36, “kesinlikle katılmıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı 67'dir. Bireylerin en fazla “kesinlikle katılmıyorum” ifadesini kullandığı görülmektedir (Tablo 5.3 bkz.).



Grafik 5.29: Araştırmaya katılan yerel halkın rutin programı bozmak istememesi durumuna dair görüşleri

Grafik incelendiğinde rutin programı bozmak istememe durumuna kesinlikle katılan birey sayısı toplam rakamın %19,8’ini, katılan birey sayısı toplam rakamın %9,9’unu, kararsız olan birey sayısı toplam rakamın %10,5’ini, katılmayan birey sayısı toplam rakamın %20,9’unu, kesinlikle katılmayan birey sayısı toplam rakamın %39’unu oluşturduğu görülmektedir (Grafik 5.29 bkz.).

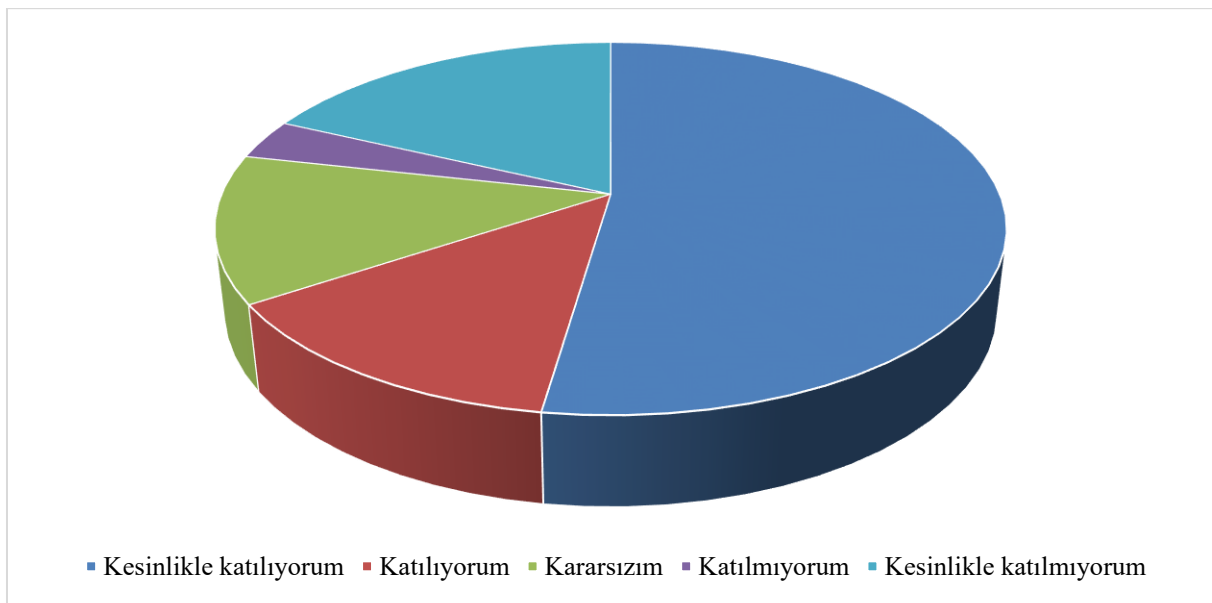
Hijyen koşulları durumuna “kesinlikle katılıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı 27, “katılıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı 23, “kararsızım” ifadesini kullanan birey sayısı 40, “katılmıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı 25, “kesinlikle katılmıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı 57’dir. Bireylerin en fazla “kesinlikle katılmıyorum” ifadesini kullandığı görülmektedir (Tablo 5.3 bkz.).



Grafik 5.30: Araştırmaya katılan yerel halkın hijyen koşulları durumuna dair görüşleri

Grafik incelendiğinde hijyen koşulları durumuna kesinlikle katılan birey sayısı toplam rakamın %15,7'sini, katılan birey sayısı toplam rakamın %13,4'ünü, kararsız olan birey sayısı toplam rakamın %23,3'ünü, katılmayan birey sayısı toplam rakamın %14,5'ini ve kesinlikle katılmayan birey sayısı toplam rakamın %33,1'ini oluşturduğu görülmektedir (Grafik 5.30 bkz.).

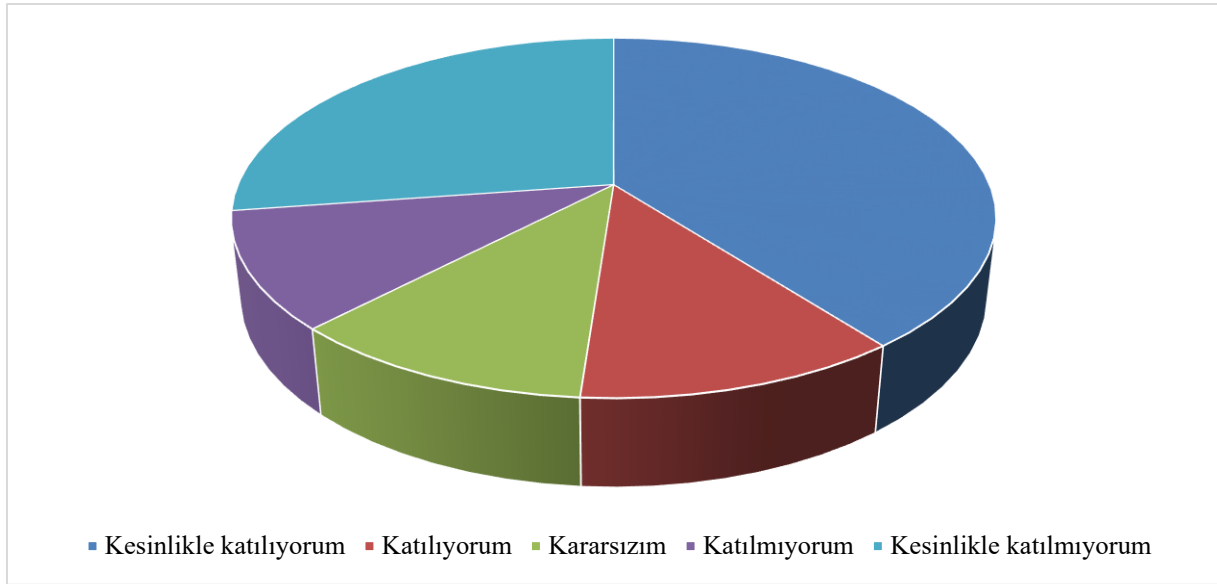
Yabancı turistler ile aynı düzeyde tatil yapamama düşüncesinin hâkim olması durumuna “kesinlikle katılıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı 90, “katılıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı 23, “kararsızım” ifadesini kullanan birey sayısı 22, “katılmıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı 6, “kesinlikle katılmıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı 31'dir. Bireylerin en fazla “kesinlikle katılıyorum” ifadesini kullandığı görülmektedir (Tablo 5.3 bkz.).



Grafik 5.31: Araştırmaya katılan yerel halkın yabancı turistler ile aynı düzeyde tatil yapamama düşüncesinin hâkim olması durumuna dair görüşleri

Grafik incelendiğinde yabancı turistler ile aynı düzeyde tatil yapamama düşüncesinin hâkim olması durumuna kesinlikle katılan birey sayısı toplam rakamın %52,3'ünü, katılan birey sayısı toplam rakamın %13,4'ünü, kararsız olan birey sayısı toplam rakamın %12,8'ini, katılmayan birey sayısı toplam rakamın %3,5'ini ve kesinlikle katılmayan birey sayısı toplam rakamın %18'ini oluşturduğu görülmektedir (Grafik 5.31 bkz.).

Konaklama imkânı durumuna “kesinlikle katılıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı 68, “katılıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı 20, kararsızım” ifadesini kullanan birey sayısı 19, “katılmıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı 18, “kesinlikle katılmıyorum” ifadesini kullanan birey sayısı 47'dir. Bireylerin en fazla “kesinlikle katılıyorum” ifadesini kullandığı görülmektedir (Tablo 5.3 bkz.).



Grafik 5.32: Araştırmaya katılan yerel halkın konaklama imkânı durumuna dair görüşleri

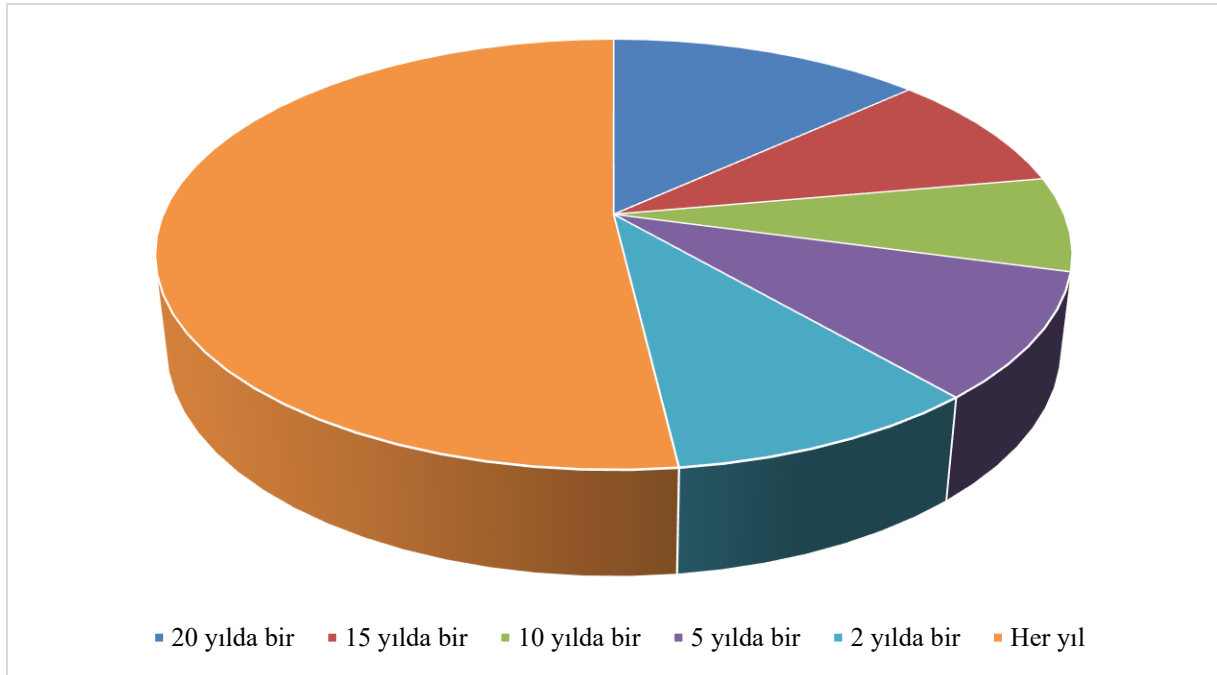
Grafik incelendiğinde konaklama imkânı durumuna kesinlikle katılan birey sayısı toplam rakamın %39,5'ini, katılan birey sayısı toplam rakamın %11,6'sını, kararsız olan birey sayısı toplam rakamın %11'ini, katılmayan birey sayısı toplam rakamın %10,5'ini, kesinlikle katılmayan birey sayısı toplam rakamın %27,3'ünü oluşturduğu görülmektedir (Grafik 5.32 bkz.).

2022 yılı ve daha öncesinde yerel halkın tatile gidememesi üzerinde sırasıyla en fazla rol oynayan üç faktörün maddi imkânların yeterli olmaması, yabancı turistlerle aynı düzeyde tatil yapamama düşüncesinin hâkim olması ve konaklama imkânı problemi olduğu görülmüştür (Tablo 5.3 bkz.).

Tatile çıkma fırsatı olan bireylerin ise tatile çıkma sıklığı incelendiğinde toplam 110 kişinin her yıl çıktığı, 28 kişinin 20 yılda bir çıkma fırsatı bulduğu, 20 kişinin 5 yılda bir tatile çıkma fırsatı, 20 kişinin 2 yılda bir tatile çıkma bulduğu, 15 kişinin ise 10 yılda bir tatile çıkma fırsatı bulduğu görülmektedir. En fazla tatile çıkma aralığının her yıl olduğu ardından ise 20 yılda bir tatile çıkma aralığının görülmesi dikkat çekicidir. En az tatile çıkma aralığının ise 10 yılda bir olduğu görülmektedir (Tablo 5.4 bkz.).

Tablo 5.4: : Araştırmaya katılan yerel halkın tatile gitme sıklığı

	F	%
20 yılda bir	28	13,2
15 yılda bir	19	9,0
10 yılda bir	15	7,1
5 yılda bir	20	9,4
2 yılda bir	20	9,4
Her yıl	110	51,9
Toplam	212	100,0



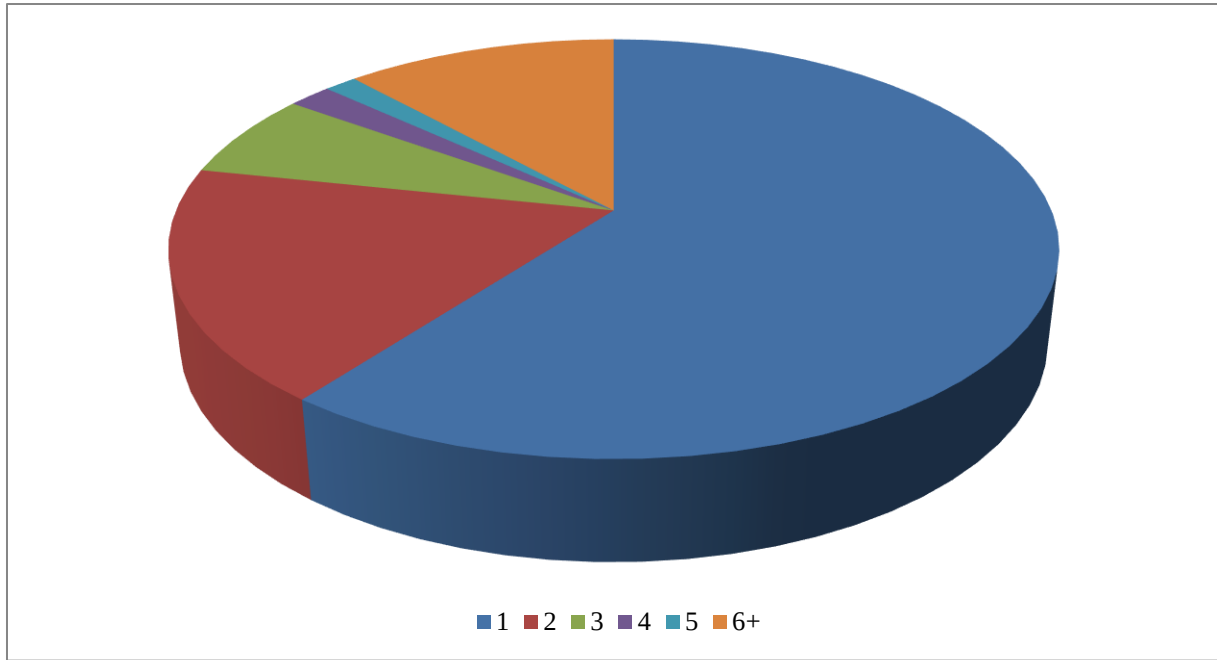
Grafik 5.33: Araştırmaya katılan yerel halkın tatile gitme sıklığı

20 yılda bir tatile giden birey sayısı toplam rakamın % 13,2'sini, 15 yılda bir tatile giden birey sayısı toplam rakamın %9'unu, 10 yılda bir tatile giden birey sayısı toplam rakamın %7,1'ini, 5 yılda bir tatile giden birey sayısı % 9,4'ünü, 2 yılda bir tatile giden birey sayısı % 9,4'ünü, her yıl tatile giden birey sayısı toplam rakamın %51,9'unu oluşturmaktadır (Grafik 5.33 bkz.).

Tablo 5.5: Araştırmaya Katılan Yerel Halkın Yılda Kaç Kez Tatile Çıkma fırsatı bulma durumu

	F	%
1	128	60,4
2	38	17,9
3	14	6,6
4	4	1,9
5	3	1,4
6 ve üzeri	25	11,8
Toplam	212	100,0

Araştırmaya katılan yerel halkın yılda kaç kez tatile çıkma fırsatı bulabildiğinin durumu incelendiğinde yılda 1 kez tatile çıkma fırsatı bulan kişi sayısı 128, yılda 2 kez tatile çıkma fırsatı bulan kişi sayısı 38, yılda 3 kez tatile çıkma fırsatı bulan kişi sayısı 14, yılda 4 kez tatile çıkma fırsatı bulan kişi sayısı 4, yılda 5 kez tatile çıkma fırsatı bulan kişi sayısı 1,4, yılda 6 ve üzeri daha çıkma üzeri tatile çıkma fırsatı bulan kişi sayısı'nın 28 olduğu göstermektedir (Tablo 5.5 bkz.).



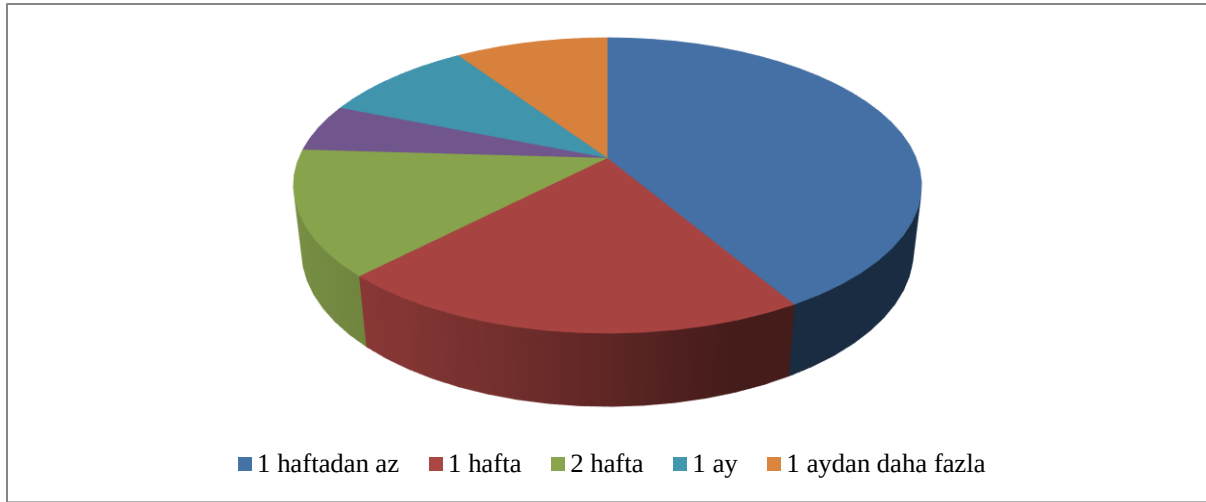
Grafik 5.34: Araştırmaya katılan yerel halkın yılda kaç kez tatile çıkma fırsatı bulma durumu

Yılda 1 kez tatile çıkma fırsatı bulan birey sayısı toplam rakamın % 60,4'ünü, yılda 2 kez tatile çıkma fırsatı bulan birey sayısının toplam rakamın %17,9'unu, yılda 3 kez tatile çıkma fırsatı bulan birey sayısı toplam rakamın %6,6'sını, yılda 4 kez tatile çıkma fırsatı bulan birey sayısı toplam rakamın % 1,9'unu, yılda 5 kez tatile çıkma fırsatı bulan birey sayısı toplam rakamın % 1,4'üne, 6 ve üzeri tatile çıkma fırsatı bulan birey sayısı ise toplam rakamın % 11,8'sine denk gelmektedir (Grafik 5.34 bkz.).

Tablo 5.6: Araştırmaya Katılan Yerel Halkın Yılda Ortalama Tatil Yapma Süresi

	F	%
1 haftadan az	88	41,5
1 hafta	44	20,8
2 hafta	29	13,7
3 hafta	11	5,2
1 ay	20	9,4
1 aydan daha fazla	20	9,4
Toplam	212	100,0

Araştırmaya katılan yerel halkın yılda ortalama olarak yapmış oldukları tatil yapma süreleri incelendiğinde 1 haftadan az tatil yapan birey sayısı 88, 1 hafta tatil yapan birey sayısı 44, 2 hafta tatil yapan birey sayısı 29, 3 hafta tatil yapan birey sayısı 11, bir ay tatil yapan birey sayısı 20, bir aydan daha fazla tatil yapan birey sayısının ise 20 olduğu görülmektedir (Tablo 5.6 bkz.). En fazla bireylerin 1 haftadan az tatil yapmış oldukları, en az ise üç hafta tatil yapmış oldukları görülmektedir.



Grafik 5.35: Araştırmaya katılan yerel halkın yılda ortalama tatil yapma süresi

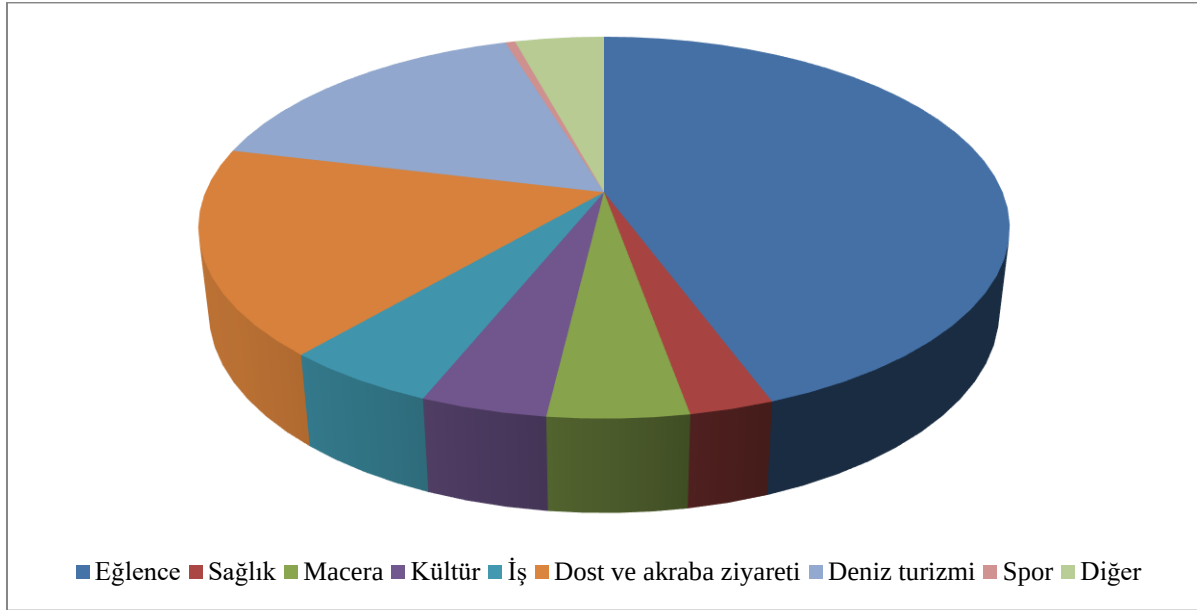
1 haftadan az tatil yapan birey sayısı toplam rakamın % 41,5'ine, 1 hafta tatil yapan birey sayısı toplam rakamın %20,8'sine, 2 hafta tatil yapan birey sayısı toplam rakamın %13,7'sine, 3 hafta tatil yapan birey sayısı toplam rakamın %5,2'sine, bir ay tatil yapan birey sayısı toplam rakamın %9,4'üne, bir aydan daha fazla tatil yapan birey sayısı ise toplam rakamın %9,4'üne denk gelmektedir (Grafik 5.35 bkz.).

Tablo 5.7: Araştırmaya Katılan Yerel Halkın Tatil Yapma Nedenleri

	F	%
Eğlence	94	44,3
Sağlık	6	2,8
Macera	10	4,7
Kültür	9	4,2
İş	11	5,2
Dost ve akraba ziyareti	37	17,5
Deniz turizmi	35	16,5
Spor	1	0,5
Diğer	9	4,2
Toplam	212	100,0

Araştırmaya katılan yerel halkın tatil yapma nedenleri incelendiğinde eğlence amaçlı tatil yapan birey sayısı 94, sağlık amaçlı tatil yapan birey sayısı 6, macera amaçlı tatil yapan birey sayısı 10, kültür amaçlı tatil yapan birey sayısı 9, iş amaçlı tatil yapan birey sayısı 11, dost ve akraba ziyareti gerçekleştirmek amacıyla tatil yapan birey sayısı 37, deniz turizmi amacıyla tatil tatilini geçiren birey sayısı 35, spor amaçlı tatil yapan birey sayısının 1, diğer (kafa dinlemek, keyif yapmak, sakinlemek, doğada vakit geçirmekten mutlu olmak, balayı tatili

yapmak, yaylaya gitmek vb.) amaçlarla tatil yapan birey sayısı'nın ise 9 olduğu görülmektedir (Tablo 5.7 bkz.). Bireylerin en fazla eğlenmek amacıyla tatil yaptığı görülmektedir.



Grafik 5.36: Araştırmaya Katılan Yerel Halkın Tatil Yapma Nedenleri

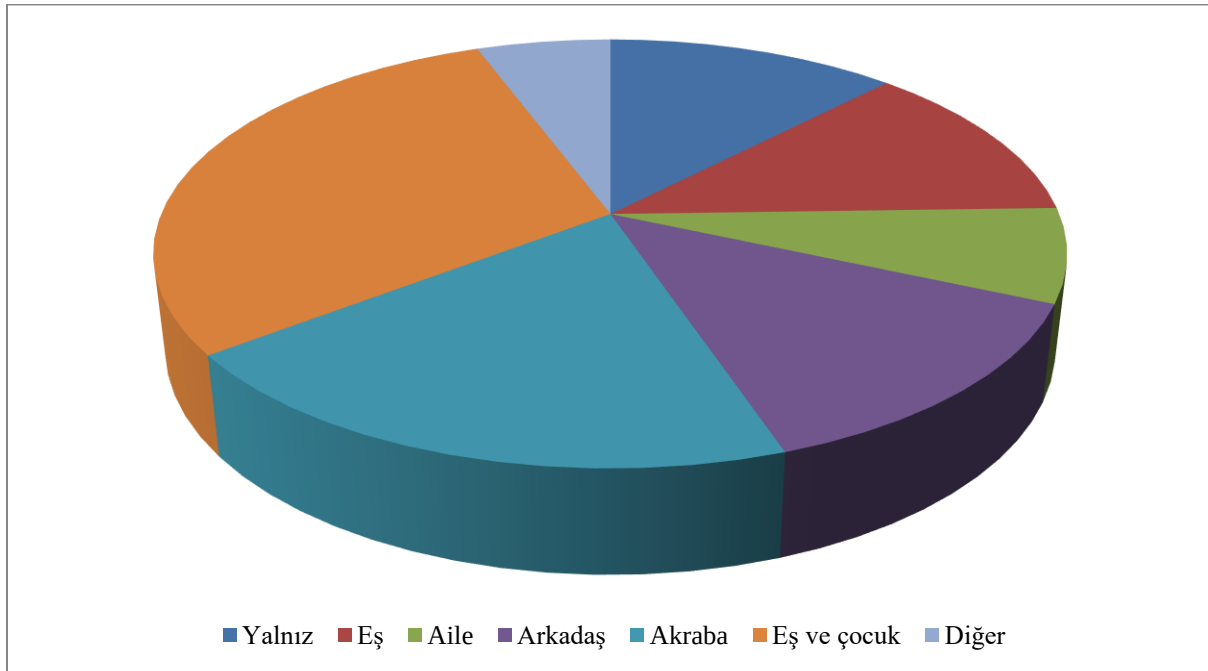
Eğlence amaçlı tatil yapan kişi sayısı toplam rakamın %44,3'üne, dost ve akraba ziyareti gerçekleştirmek amacıyla tatil yapan birey sayısı toplam rakamın %17,5'ine, kültür amaçlı tatil yapan birey sayısı toplam rakamın % 4,2'sine, deniz turizmi amacıyla tatil yapan birey sayısı toplam rakamın %16,5 'ine, macera amaçlı tatil yapan birey sayısı toplam rakamın % 4,7'sine, iş amaçlı tatil yapan birey sayısı %5,2'sine, sağlık amaçlı tatil yapan birey sayısı toplam rakamın %2,8'ine, spor amaçlı tatil yapan birey sayısı toplam rakamın %0,5 'ine, diğer amaçlarla tatile giden sayısı toplam rakamın % 4,2 'sine denk gelmektedir (Grafik 5.36 bkz.).

Tablo 5.8: Araştırmaya katılan yerel halkın tatili kiminle birlikte geçirdikleri bireyler

	F	%
Yalnız	26	12,3
Eş	26	12,3
Eş ve çocuk(lar)	63	29,7
Aile	15	7,1
Arkadaş	28	13,2
Akraba	42	19,8
Diğer	12	5,6
Toplam	212	100,0

Araştırmaya katılan yerel halkın tatillerini kiminle geçirdikleri incelendiğinde ailesiyle tatilini geçiren toplam birey sayısı 15, yalnız tatilini geçiren toplam birey sayısı 26, eşi ve çocuklarıyla tatil yapan birey sayısı 63, arkadaşlarıyla tatilini geçiren birey sayısı 28, eşiyle tatilini geçiren birey sayısı 26, akrabalarıyla yapan birey sayısı 42, diğer bireyler ile tatil yapan

kişi sayısının ise 12 olduğu görülmektedir (Tablo 5.8 bkz.). Bireylerin en fazla eşi ve çocuklarıyla beraber tatillerini geçirmiş oldukları görülmektedir.



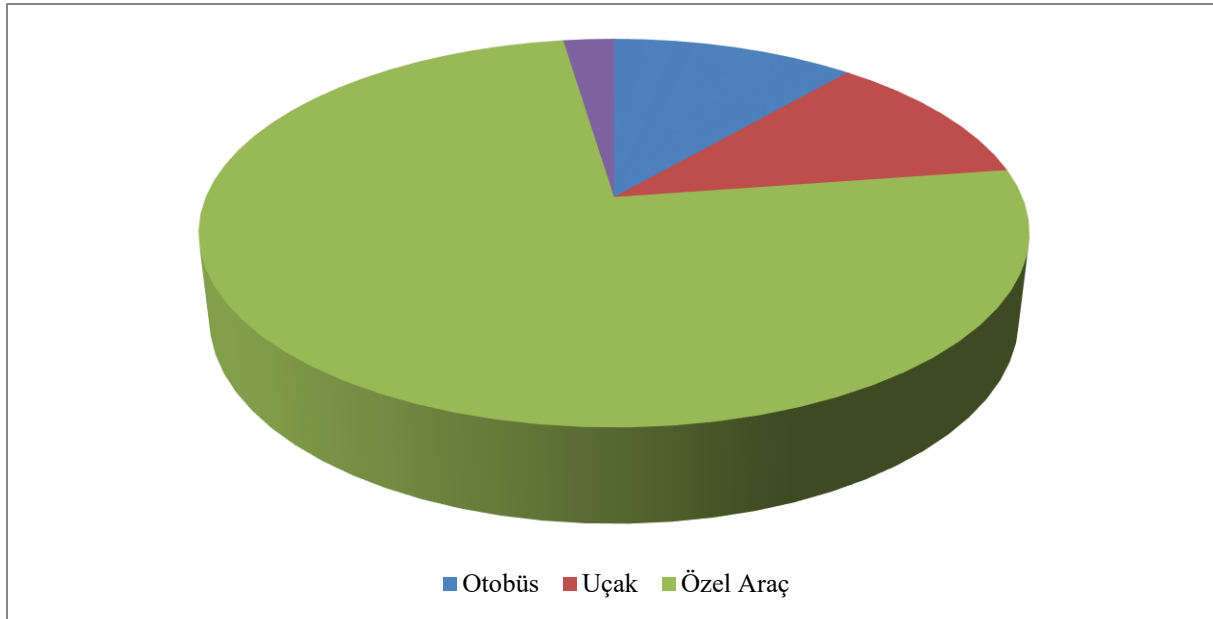
Grafik 5.37: Araştırmaya katılan yerel halkın tatili kiminle birlikte geçirdikleri bireyler

Ailesiyle tatil yapan birey sayısı toplam rakamın % 7,1 'ine, yalnız başına tatil yapan birey sayısı toplam rakamın %12,3'üne, arkadaşlarıyla tatil yapan birey sayısı toplam rakamın %13,2'sine, eşi ve çocuklarıyla tatil yapan birey sayısı toplam rakamın %29,7'sine, akrabalarıyla tatil yapan birey sayısı toplam rakamın %19,8'sine, diğer kişilerle tatil yapan birey sayısı toplam rakamın %5,6'sına denk gelmektedir (Grafik 5.37 bkz.).

Tablo 5.9: Araştırmaya katılan yerel halkın tatile giderken tercih ettikleri ulaşım araçları

	F	%
Otobüs	24	11,3
Uçak	24	11,3
Özel Araç	159	75,0
Diğer	5	2,4
Toplam	212	100

Araştırmaya katılan yerel halkın tatile giderken tercih ettikleri ulaşım araçları incelendiğinde özel araç tercih eden kişi sayısı 159, otobüs tercih eden kişi sayısı 24, uçak tercih eden kişi sayısı 24, diğer araçları (otostop, dolmuş vb.) tercih eden kişi sayısının 5 olduğu görülmektedir. Bireylerin en fazla özel araçları tercih ettiği ifade edilebilir (Tablo 5.9 bkz.).



Grafik 5.38: Araştırmaya katılan yerel halkın tatile giderken tercih ettikleri ulaşım araçları

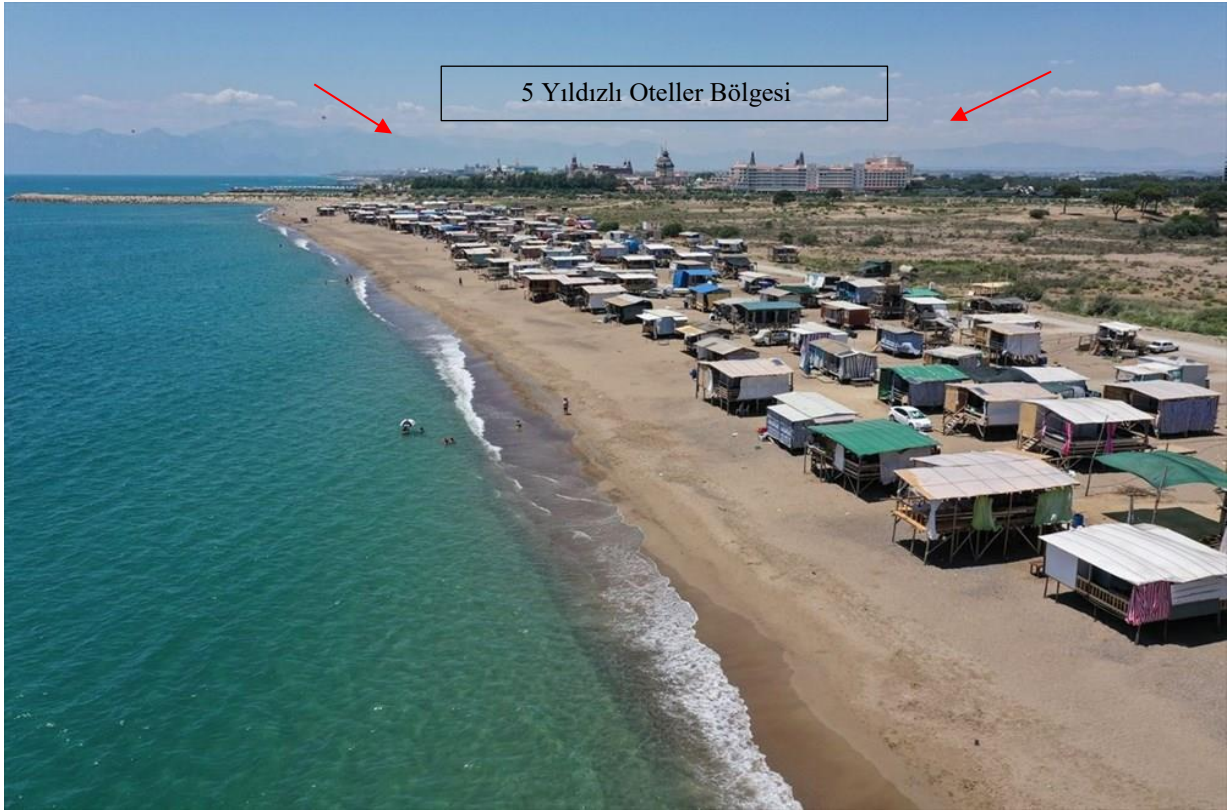
Özel araç tercih eden birey sayısı toplam rakamın %75'ine, otobüs tercih eden birey sayısı toplam rakamın %11,3'üne, uçak tercih eden birey sayısı toplam rakamın %11,3'üne, diğer araçları tercih eden birey sayısı toplam rakamın %2,4'üne denk gelmektedir (Grafik 5.38 bkz.).

Tablo 5.10 : Araştırmaya katılan yerel halkın tatil için mekan tercihleri

	F	%
Akraba	46	21,7
Otel	35	16,5
Kamp	35	16,5
Arkadaş	27	12,7
Yazlık	19	9,0
Misafirhane	5	2,4
Devre Mülk	2	0,9
Kumköy Çardakları (Oba)	43	20,3
Toplam	212	100,0

Araştırmaya katılan yerel halkın tatil için hangi mekânı tercih ettikleri incelendiğinde akrabalarında konaklamayı tercih eden birey sayısının 46, otelde konaklamayı tercih eden birey sayısının 35, kamp alanlarında konaklamayı tercih eden birey sayısının 35, arkadaşlarında konaklamayı tercih eden birey sayısı'nın 27, yazlıkta konaklamayı tercih eden birey sayısının 19, misafirhanelerde konaklamayı tercih eden birey sayısının 5, devre mülk'te konaklamayı tercih eden birey sayısının 2, Aksu'da bulunan Kumköy çardaklarında konaklamayı tercih eden birey sayısının ise 43 olduğu görülmektedir (Tablo 5.10 bkz.). Bireylerin en fazla tatil mekânı

olarak akrabalarında konaklamayı tercih ettikleri ikinci sırada ise Kumköy çardaklarını tercih etmesi dikkat çekicidir.



Fotoğraf 5.1: Kumköy Çardakları, 5 yıldızlı otellerin bulunduğu bölgeye yakın bir konumda yer almaktadır.

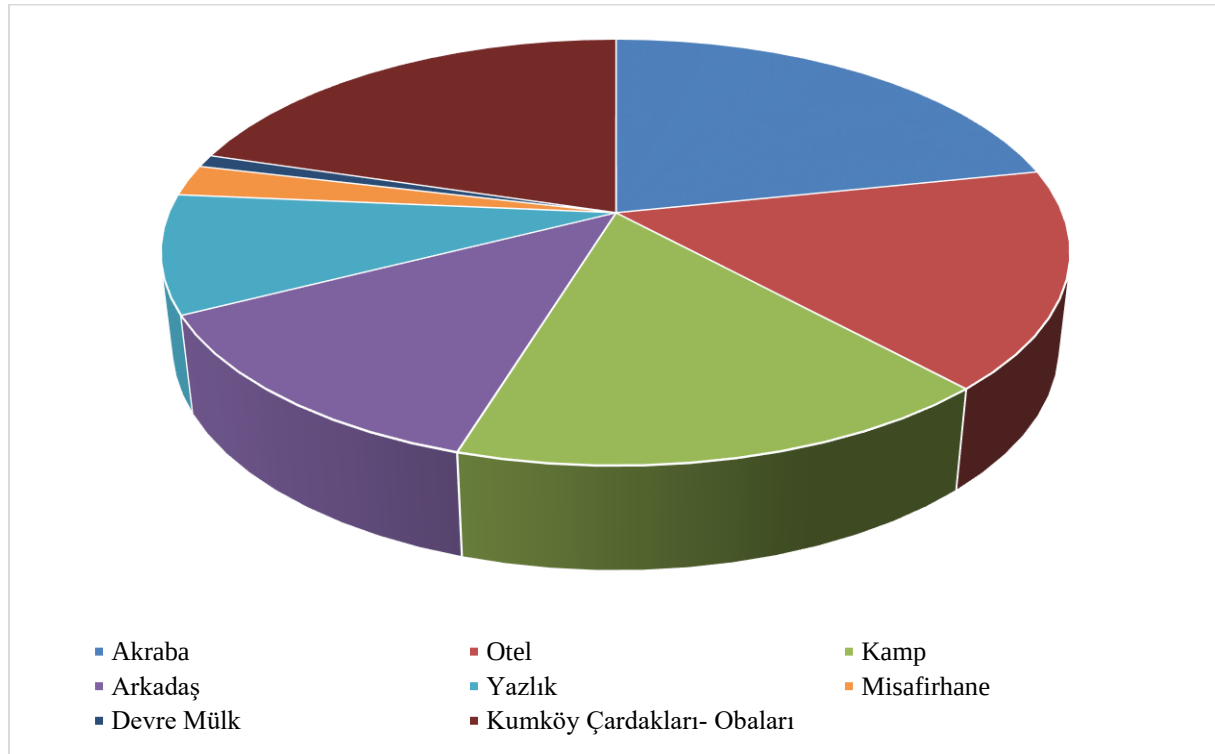
Kaynak: https://www.ntv.com.tr/galeri/seyahat/antalyada-denize-sifir-bedava-tatil-cardak-beach,YN7szFL_aUu36-d4YOLlag/vurhqh4AsUW1EUra6Us6cw (Erişim Tarihi:01.04.2023).



Fotoğraf 5.2: Kumköy Çardakları içerisinde bireylerin elektrikleri, güneş enejileri ve mutfakları gibi birçok ihtiyaçlarını karşılayabilecekleri alanlar içerisinde yer almaktadır.

Kaynak: https://www.ntv.com.tr/galeri/seyahat/antalyada-denize-sifir-bedava-tatil-cardak-beach,YN7szFL_aUu36-d4YOLlag/vurhqh4AsUW1EUra6Us6cw (Erişim Tarihi:01.04.2023).

Özellikle Kumköy çardaklarını Aşağıkocayatak, Yukarıkocayatak, Kayaburnu ve Çakkallık mahallerinde yaşayan bireylerin tercih ettikleri görülmüştür.



Grafik 5.39 : Araştırmaya katılan yerel halkın tatil için mekan tercihleri

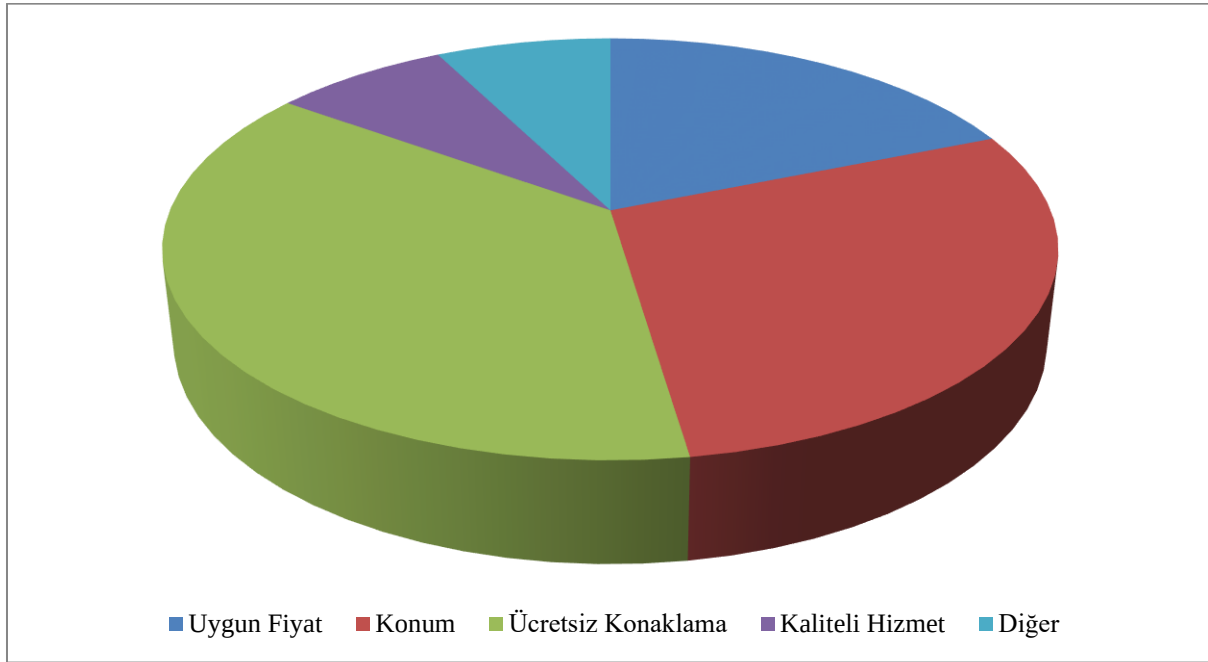
Akrabalarında konaklamayı tercih eden birey sayısı toplam rakamın %21,7'sini, Kumköy çardaklarında konaklamayı tercih eden birey sayısı toplam rakamın %20,3'ü, otelde konaklamayı tercih eden birey sayısı toplam rakamın %16,5'ini, kamp alanlarında konaklamayı tercih eden birey sayısı toplam rakamın %16,5'ini, arkadaşlarında konaklamayı tercih eden birey sayısı toplam rakamın %12,7'sini, yazlıkta konaklamayı tercih eden birey sayısı toplam rakamın %9'una, misafirhanede konaklamayı tercih eden birey sayısı'nın toplam rakamın %2,4'ünü, devre mülkte konaklama yapan kişi sayısı toplam rakamın %0,9'una denk gelmektedir (Grafik 5.39 bkz.).

Tablo 5.11: Araştırmaya katılan yerel halkın mekân tercihiniz üzerinde etkili olan faktörler

	F	%
Uygun Fiyat	40	18,9
Konum	61	28,8
Ücretsiz Konaklama	79	37,3
Kaliteli Hizmet	16	7,5
Diğer	16	7,5
Toplam	212	100,0

Araştırmaya katılan yerel halkın mekân tercihlerinde etkili olan faktörler incelendiğinde ücretsiz konaklamanın etkili olduğunu ifade eden birey sayısı 79, uygun fiyat'ın etkili olduğunu

ifade eden birey sayısı 40, kaliteli hizmet etkili olduğunu ifade eden birey sayısı 16, konumun etkili olduğunu ifade eden birey sayısı 16, diğer faktörlerin etkili olduğu ifade eden birey sayısı ise 16'dır (Tablo 5.11 bkz.).



Grafik 5.40: Araştırmaya katılan yerel halkın mekân tercihiniz üzerinde etkili olan faktörler

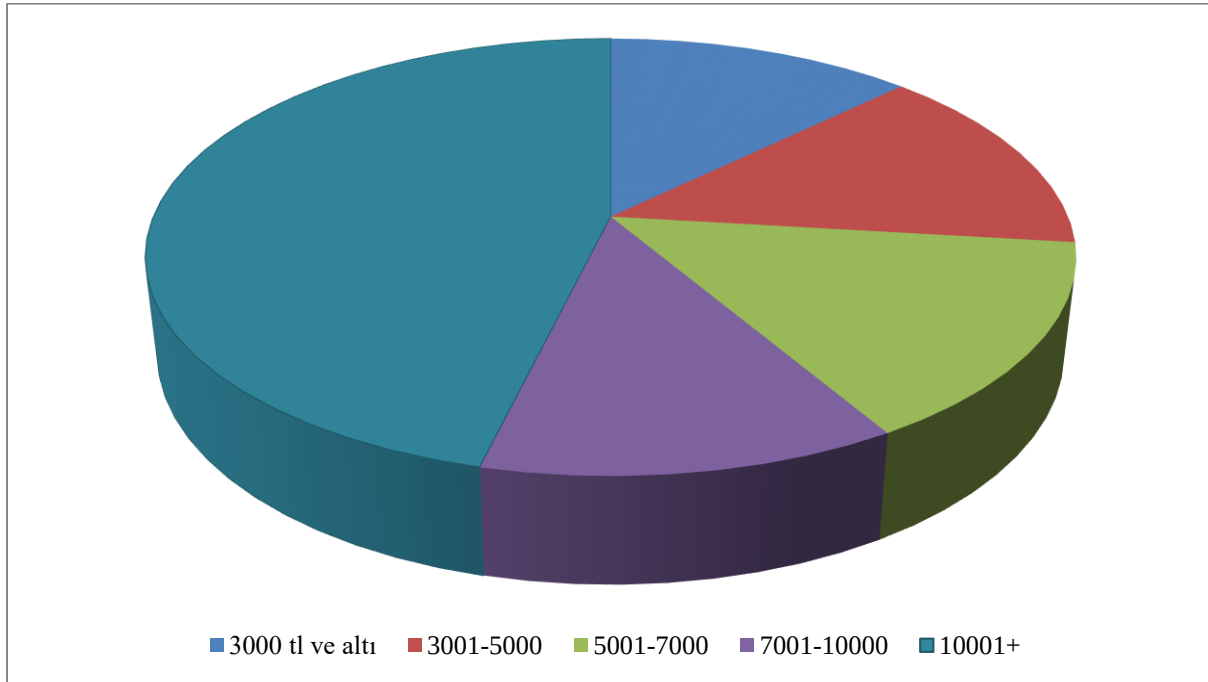
Mekân tercihinde ücretsiz konaklamanın etkili olduğunu ifade eden birey sayısı toplam rakamın %37,3'üne, %28,8'ine, uygun fiyat etkili olan birey sayısı toplam rakamın %18,9'una, kaliteli hizmet etkili olan birey sayısı toplam rakamın % 7,5'ine, konumun etkili olan birey sayısı toplam rakamın % 28,8'ine, diğer faktörlerin etkili olduğunu ifade eden birey sayısı toplam rakamın %7,5'ine denk gelmektedir (Grafik 5.40 bkz.).

Tablo 5.12: Araştırmaya katılan yerel halkın 1 haftalık tatil için bir ailenin ne kadar bütçe ayırması gerektiğine dair görüşleri

	F	%
3000 ve altı	27	12,7
3.001-5.000	30	14,2
5.001-7.000	31	14,6
7001-10.000	26	12,3
10.001 +	98	46,3
Toplam	212	100,0

Araştırmaya katılan yerel halkın 1 haftalık tatil için sizce bir ailenin ne kadar bütçe ayırması gerektiğine dair görüşleri incelendiğinde 10.000 TL ve üzeri bütçe ayrılması gerektiğini düşünen birey sayısı 98, 5.001-7.000 TL arası bütçe ayrılması gerektiğini düşünen birey sayısı 31, 3.001-5.000 arası bütçe ayrılması gerektiğini düşünen birey sayısı 30, 3000 TL ve altı bütçe ayrılması gerektiğini düşünen birey sayısı 27, 7.001-10.000 TL arası bütçe

ayrılması gerektiğini düşünen birey sayısı'nın ise 26 olduğu görülmektedir (Tablo 5.12 bkz). Bireylerin en fazla bir haftalık tatil için 10.001 TL ve üzeri miktarda paranın ayrılması gerektiğini ifade etmiş oldukları görülmüştür.



Grafik 5.41: Araştırmaya katılan yerel halkın 1 haftalık tatil için bir ailenin ne kadar bütçe ayırması gerektiğine dair görüşleri

3000 TL ve altı ayrılması gerektiğini ifade eden birey sayısı toplam rakamın %12,7'sine, 3001-5000TL arası ayrılması gerektiğini ifade eden birey sayısı toplam rakamın %14,2'sine, 5001-7000 TL arası ayrılması gerektiğini ifade eden birey sayısı toplam rakamın % 14,6'sına, 7001-10.000 TL arası ayrılması gerektiğini ifade eden birey sayısı toplam rakamın %12,3'üne, 10001TL ve üzeri ayrılması gerektiğini ifade eden birey sayısı toplam rakamın %46,3'üne denk geldiği görülmektedir (Grafik 5.41 bkz.).

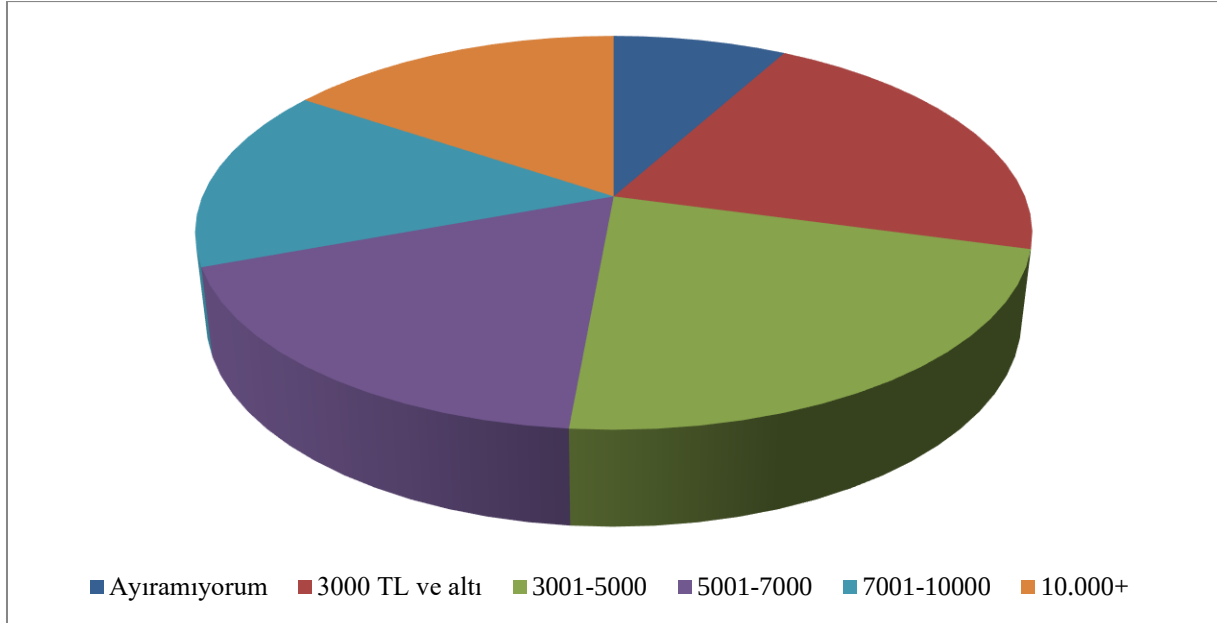
Tablo 5.13: Araştırmaya katılan yerel halkın bir haftalık tatil için ayırabildikleri bütçe miktarı

	F	%
Ayrıramıyorum	17	8,0
3000 TL ve altı	45	21,2
3001-5000	47	22,2
5001-7000	38	17,9
7001-10.000	32	15,1
10.001+	33	15,6
Toplam	212	100,0

Araştırmaya katılan yerel halkın bir haftalık tatil için ne kadar bütçe ayırabildiklerini gösteren durumu incelendiğinde bütçe ayıramayan kişi sayısının 17, 3001-5000 TL arası bütçe ayıran birey sayısının 47, 3000 TL ve altı bütçe ayıran birey sayısının 45, 5001-7000 TL arası

bütçe ayıran birey sayısının 38, 10.001 TL ve üzeri bütçe ayıran birey sayısının 33, 7001-10.000 TL arası bütçe sayısı birey sayısı'nın ise 32 olduğu görülmektedir (Tablo 5.13 bkz.).

Bir haftalık tatil için bireylerin en fazla 10.001 TL ve üzeri ayrılması gerektiğini ifade ettiği görülürken bireylerin ayırabildikleri miktarın en fazla 3001 ve 5000 TL arası olduğu görülmüştür.



Grafik 5.42: Araştırmaya katılan yerel halkın bir haftalık tatil için ayırabildikleri bütçe miktarı

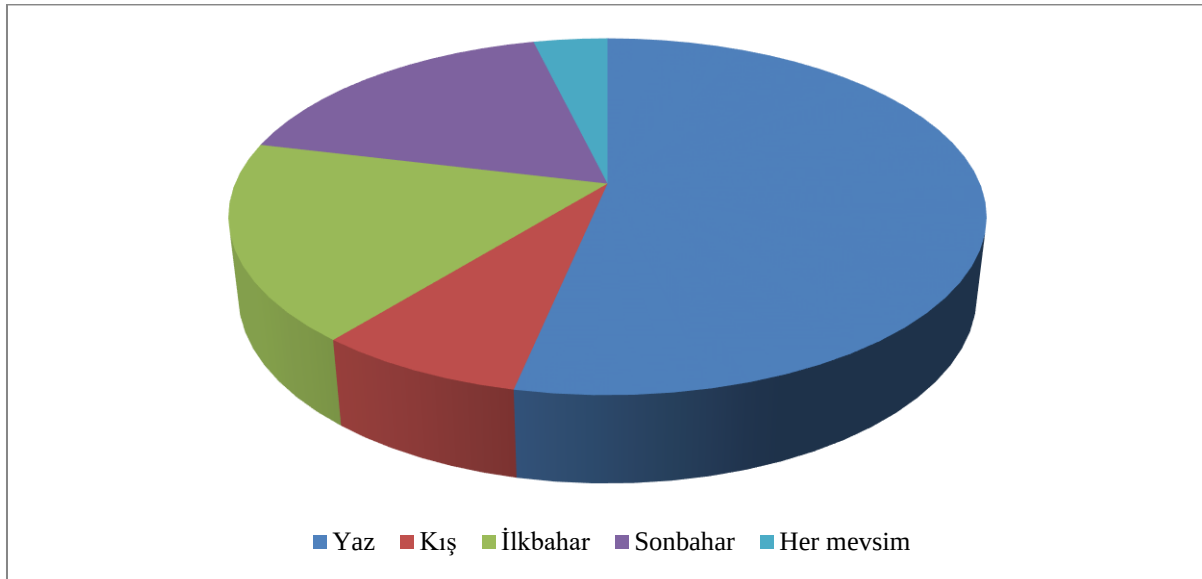
Tatile gitmek için bütçe ayıramayan birey sayısı toplam rakamın % 8'sine, 3000 TL ve altı bütçe ayıran birey sayısı toplam rakamın % 21,2'sine, 3001-5000 TL arası bütçe ayıran birey sayısı toplam rakamın %22,2'sine, 5001-7000 TL arası bütçe ayıran birey sayısı toplam rakamın %17,9'una, 7001-10000 TL arası bütçe ayıran birey sayısı toplam rakamın %15,1'ine, 10.001 TL ve üzeri bütçe ayıran birey sayısı toplam rakamın %15,6'sına denk gelmektedir (Grafik 5.42 bkz.).

Tablo 5.14: Araştırmaya katılan yerel halkın tatil için mevsim tercihleri

	F	%
Yaz	113	53,3
Kış	16	7,5
İlkbahar	38	17,9
Sonbahar	37	17,5
Her mevsim	8	3,8
Toplam	212	100,0

Araştırmaya katılan yerel halkın tatile çıkmak için hangi mevsimi tercih ettikleri incelendiğinde yaz mevsimini tercih eden birey sayısı 113, ilkbahar mevsimini tercih eden birey sayısı 38, kış mevsimini tercihini eden birey sayısı 16, sonbahar mevsimini tercih eden birey

sayısı 37, her mevsim tatile çıkan birey sayısı'nın ise 8 olduğu görülmektedir (Tablo 5.14 bkz.). Bireylerin en fazla yaz mevsimini tercih ettikleri görülmüştür.



Grafik 5.43: Araştırmaya katılan yerel halkın tatil için mevsim tercihleri

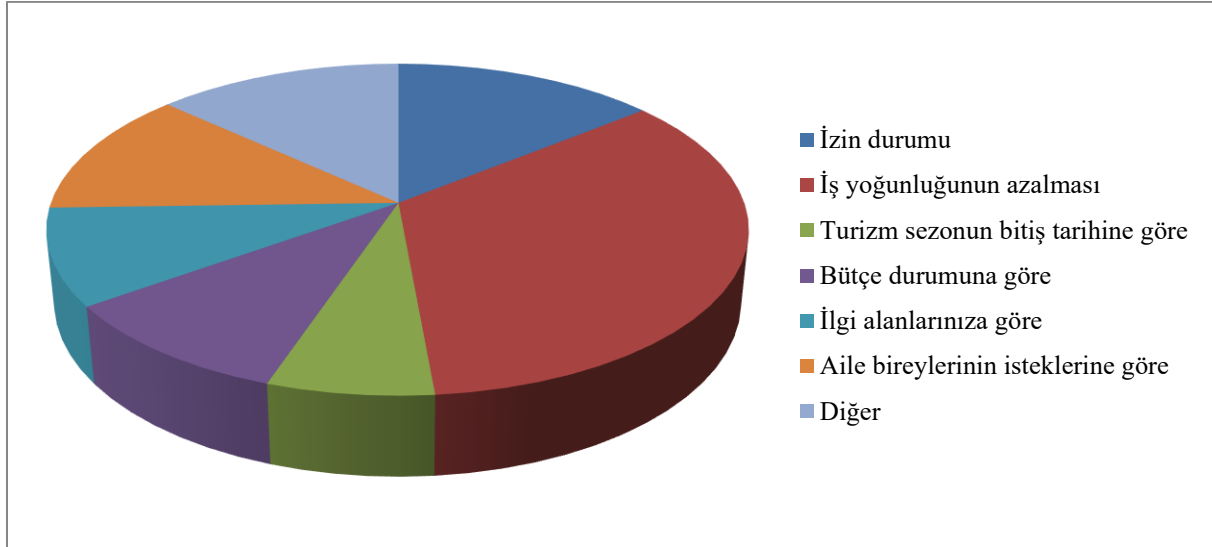
Tatile çıkmak için yaz mevsimini tercih eden birey sayısı toplam rakamın %53,3'ünü, ilkbahar mevsimini tercih eden birey sayısı toplam rakamın %17,9'unu, sonbahar mevsimini tercih eden birey sayısı toplam rakamın %17,5'ini, kış mevsimini tercih eden birey sayısı toplam rakamın %7,5'ine, her mevsim tatile çıkan birey sayısı ise toplam rakamın %3,8'ine denk gelmektedir (Grafik 5.43 bkz.).

Tablo 5.15: Araştırmaya katılan yerel halkın tatile gideceği mevsimi tercih etmesinde etkili olan kriterler

	F	%
İzin durumu	30	14,2
İş yoğunluğunun azalması	73	34,4
Turizm sezonun bitiş tarihine göre	14	6,6
Bütçe durumuna göre	21	9,9
İlgi alanlarınıza göre	20	9,4
Aile bireylerinin isteklerine göre	26	12,3
Diğer	28	13,2
Toplam	212	100,0

Araştırmaya katılan yerel halkın tatile çıkma mevsimini hangi kriterlere bağlı olarak tercih ettikleri incelendiğinde izin durumuna bağlı olarak tercih eden birey sayısının 30, iş yoğunluğuna göre tercih eden birey sayısı 73, turizm sezonunun bitiş tarihine göre tercih eden birey sayısı 14, aile bireylerinin isteklerine göre tercih eden birey sayısı 26, bütçe durumuna göre tercih eden birey sayısı 21, diğer faktörlere bağlı olarak tercih eden birey sayısı'nın (paket

tur tarihleri, tatile yazın gidilir düşüncesi, okulların yazın tatil olması, iklim faktörüne bağlı olarak yaylaya çıkma zamanının geldiğinin ifade edilmesi vb.) ise 28 olduğu görülmektedir (Tablo 5.15 bkz.). Bireylerin en fazla iş yoğunluğunun azalması durumuna bağlı olarak tatil mevsimini belirlemiş oldukları görülmüştür.



Grafik 5.44: Araştırmaya katılan yerel halkın tatile gideceği mevsimi tercih etmesinde etkili olan kriterler

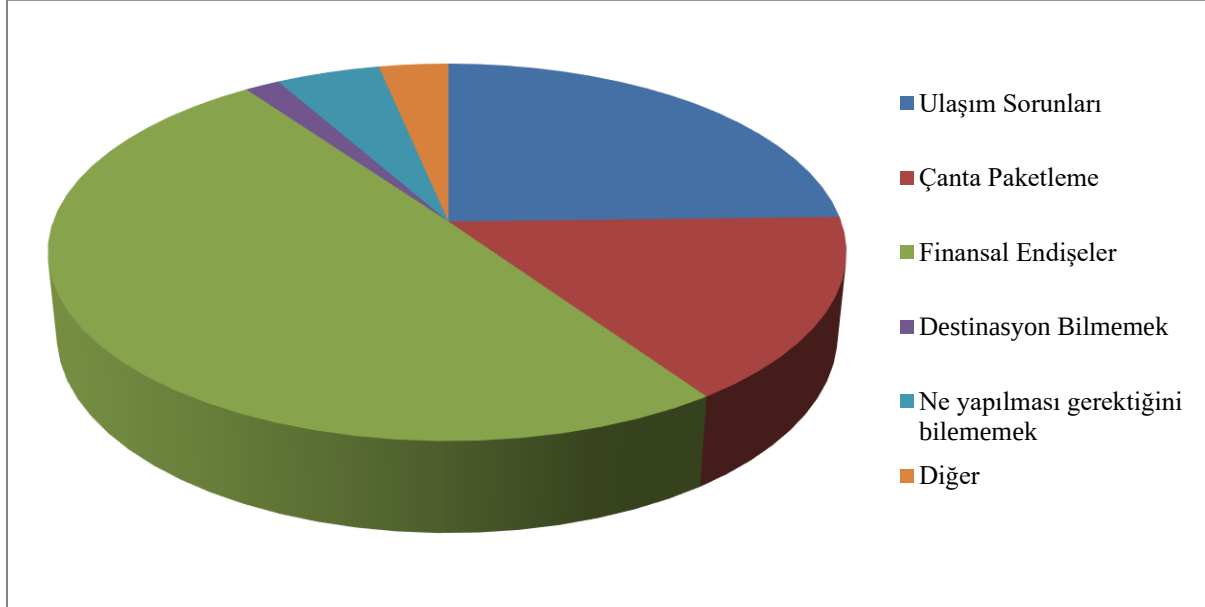
Tatile gideceği mevsimi izin durumuna göre belirleyen birey sayısı toplam rakamın %14,2'sine, iş yoğunluğunun azaldığı zamana bağlı olarak belirleyen birey sayısı toplam rakamın % 34,4'üne, turizm sezonunun bitiş tarihine göre belirleyen birey sayısı toplam rakamın %6,6'sına, aile bireylerinin isteklerine göre belirleyen birey sayısı toplam rakamın %12,3'üne, bütçe durumuna göre belirleyen birey sayısı toplam rakamın % 9,9'una, diğer faktörlere bağlı olarak tercih eden birey sayısı'nın ise toplam rakamın %13,2'sine denk geldiği görülmektedir (Grafik 5.44 bkz.).

Tablo 5.16: Araştırmaya katılan yerel halkın tatil deneyimlerinde veya tatile çıkma fikirlerinde onlarda en çok endişe uyandıran faktörler

	F	%
Ulaşım Sorunları	45	21,2
Çanta Paketleme	29	13,7
Finansal Endişeler	91	42,9
Destinasyon Bilmemek	3	1,4
Ne Yapılması Gerektiğini Bilememek	33	15,6
Diğer	5	5,2
Toplam	212	100,0

Araştırmaya katılan yerel halkın tatil deneyimlerinde veya tatile çıkma fikirlerinde onlarda en çok endişe uyandıran faktörler incelendiğinde finansal endişelere bağlı olan birey

sayısının 91, ne yapılması gerektiğinin bilinmemesine bağlı olan birey sayısının 33, ulaşım sorunlarına bağlı olan birey sayısının 45, destinasyon bilmeme faktörüne bağlı olan birey sayısının 3, çanta paketleme faktörüne bağlı olan birey sayısının 29, diğer faktörlere bağlı olan birey sayısının ise 5 olduğu görülmektedir (Tablo 5.16 bkz.).



Grafik 5.45: Araştırmaya katılan yerel halkın tatil deneyimlerinde veya tatile çıkma fikirlerinde onlarda en çok endişe uyandıran faktörler

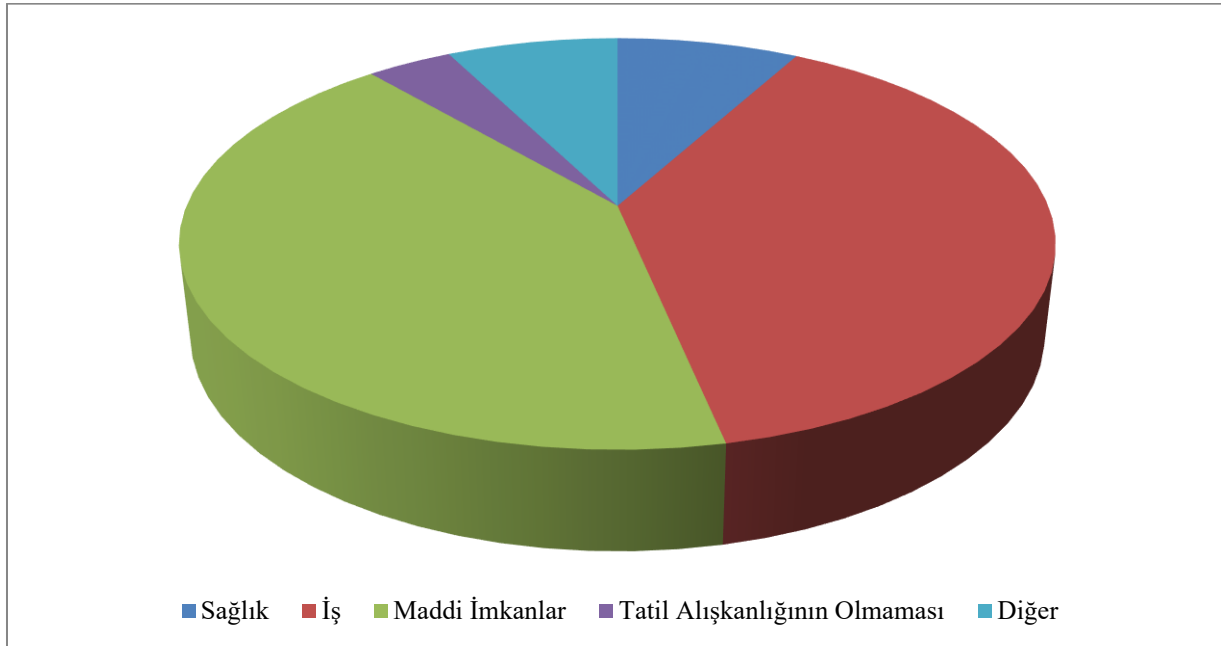
Finansal endişeler faktörüne bağlı olarak endişelenen birey sayısı toplam rakamın %42,9'una, ne yapılması gerektiğini bilmeme faktörüne bağlı olarak endişelenen birey sayısı toplam rakamın %15,6'sına, ulaşım sorunları faktörüne bağlı olarak endişelenen birey sayısı toplam rakamın %21,2'sine, destinasyon bilmeme faktörüne bağlı olarak endişelenen birey sayısı toplam rakamın %1,4'üne, çanta paketleme faktörüne bağlı olarak endişelenen birey sayısı toplam rakamın % 13,7'sine, diğer faktörlere bağlı olarak endişelenen birey sayısı toplam rakamın %5,2'sine denk geldiği görülmektedir (Grafik 5.45 bkz.).

Tablo 5.17: Araştırmaya katılan yerel halkın tatile gitmesine engel olan faktörler

	F	%
Sağlık	17	8,0
İş	82	38,7
Maddi imkânlar	89	42,0
Tatil alışkanlığının olmaması	8	3,8
Diğer	16	7,5
Toplam	212	100,0

Araştırmaya katılan yerel halkın tatile gitmesine engel olan faktörler incelendiğinde maddi imkânlarla bağlı olan birey sayısı 89, iş faktörüne bağlı olan birey sayısı 82, sağlık koşullarına bağlı olan birey sayısı 17, tatil alışkanlığının olmaması faktörüne bağlı olan birey

sayısı 8, diğer faktörlere bağlı olan birey sayısının ise 16 olduğu görülmektedir (Tablo 5.17 bkz.). En fazla bireylerin tatile gitmesine engel olan faktörün maddi imkânlar olduğu, en az ise tatil alışkanlığının olmaması görüşünün hâkim olduğu görülmüştür.



Grafik 5.46: Araştırmaya katılan yerel halkın tatile gitmesine engel olan faktörler

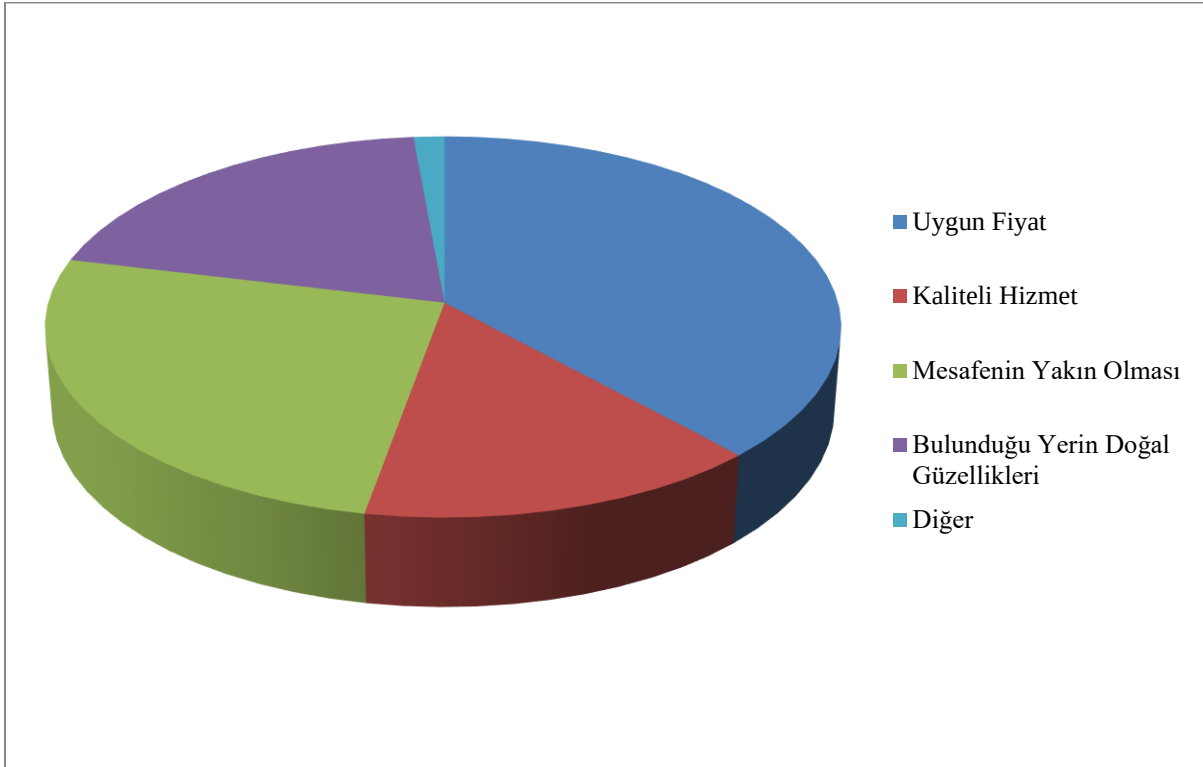
Maddi imkânlarla bağlı olarak tatile çıkamayan birey sayısı toplam rakamın % 42'sine, iş faktörüne bağlı olarak tatile çıkamayan birey sayısı toplam rakamın % 38,7'sine, sağlık faktörüne bağlı olarak tatile çıkamayan birey sayısı toplam rakamın %8'ine, tatil alışkanlığının olmaması faktörüne bağlı olarak tatile çıkamayan kişi sayısı toplam rakamın %3,8'ine, diğer faktörlere bağlı olarak tatile çıkamayan kişi sayısı ise %7,5'ine denk gelmektedir (Grafik 5.46 bkz.).

Tablo 5.18: Araştırmaya katılan yerel halkın tatil tercihlerinde öncelikleri

	F	%
Uygun Fiyat	81	38,2
Kaliteli Hizmet	31	14,6
Mesafenin yakın olması	55	25,9
Bulunduğu yerin doğal güzellikleri	42	19,8
Diğer	3	1,4
Toplam	212	100,0

Araştırmaya katılan yerel halkın tatil tercihlerindeki öncelikleri incelendiğinde bulunduğu yerin doğal güzelliklerine bağlı olan birey sayısının 42, uygun fiyata bağlı olan birey sayısının 81, kaliteli hizmete bağlı olan birey sayısının 31, mesafenin yakın olma koşuluna bağlı

olan birey sayısının ise 55 olduğu görülmektedir (Tablo 5.18 bkz.). Bireylerin tatil tercihlerinde en fazla uygun fiyata öncelik verdiği, en az ise kaliteli hizmete öncelik verdikleri görülmüştür.



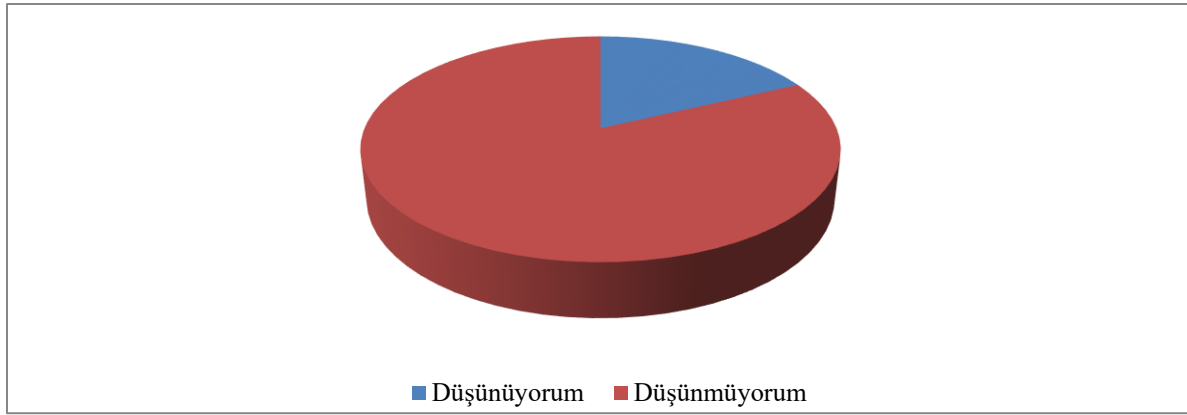
Grafik 5.47: Araştırmaya katılan yerel halkın tatil tercihlerinde öncelikleri

Tatil tercihlerinde öncelikleri bulunduğu yerin doğal güzellikleri olan birey sayısı toplam rakamın %19,8'ini, uygun fiyat olan birey sayısı toplam rakamın %38,2'sini, kaliteli hizmet olan birey sayısı toplam rakamın %14,6'sını, mesafenin yakın olması koşuluna bağlı olan birey sayısı ise %25,9'una denk gelmektedir (Grafik 5.47 bkz.).

Tablo 5.19 :Araştırmaya katılan yerel halkın yabancı turistler ile aynı düzeyde tatil yapabildiğini düşünme durumu

	F	%
Düşünüyorum	38	17,9
Düşünmüyorum	174	82,1
Toplam	212	100,0

Araştırmaya katılan yerel halkın yabancı turistler ile aynı düzeyde tatil yapabildiğini düşünme durumu incelendiğinde 174 bireyin aynı düzeyde tatil yapamadığını düşündüğü, 38 bireyin ise aynı düzeyde tatil yapabildiğini düşündüğü görülmektedir (Tablo 5.19 bkz.). Bireylerin büyük bir çoğunluğunun yabancı turistler ile aynı düzeyde tatil yapamadıklarını ifade etmiş oldukları görülmektedir.



Grafik 5.48 : Araştırmaya katılan yerel halkın yabancı turistler ile aynı düzeyde tatil yapabildiğini düşünme durumu

Araştırmaya katılan bireyler içerisinde yabancı turistler ile aynı düzeyde tatil yapabildiğini düşünen birey sayısı toplam rakamın % 17,9'unu, aynı düzeyde tatil yapamadığı düşünen birey sayısı ise toplam rakamın % 82,1'ine denk gelmektedir (Grafik 5.48 bkz.).

Tablo 5.20: Araştırmaya katılan yerel halkın yabancı turistler ile aynı düzeyde tatil yapamadığını düşünmesinde etkili olan faktörler

	F	%
Yabancı turistlere göre daha fazla düzenlemelerin olması	13	7,5
Finansal farklılıkların olması	123	92,5
Toplam	136	100,0

Araştırmaya katılan yerel halk içerisinde yabancı turistler ile aynı düzeyde tatil yapamadıklarını ifade eden 136 bireyin, 123'ü finansal farklılıklara bağlı olarak aynı düzeyde tatil yapamadıklarını, bireylerin 13'ü ise yabancı turistlere göre daha fazla düzenlemelerin olmasından kaynaklı olarak yabancı turistler ile aynı düzeyde tatil yapamadıklarını ifade etmiş oldukları görülmüştür (Tablo 5.20 bkz.).



Grafik 5.49: Araştırmaya katılan yerel halkın yabancı turistler ile aynı düzeyde tatil yapamadığını düşünmesinde etkili olan faktörler

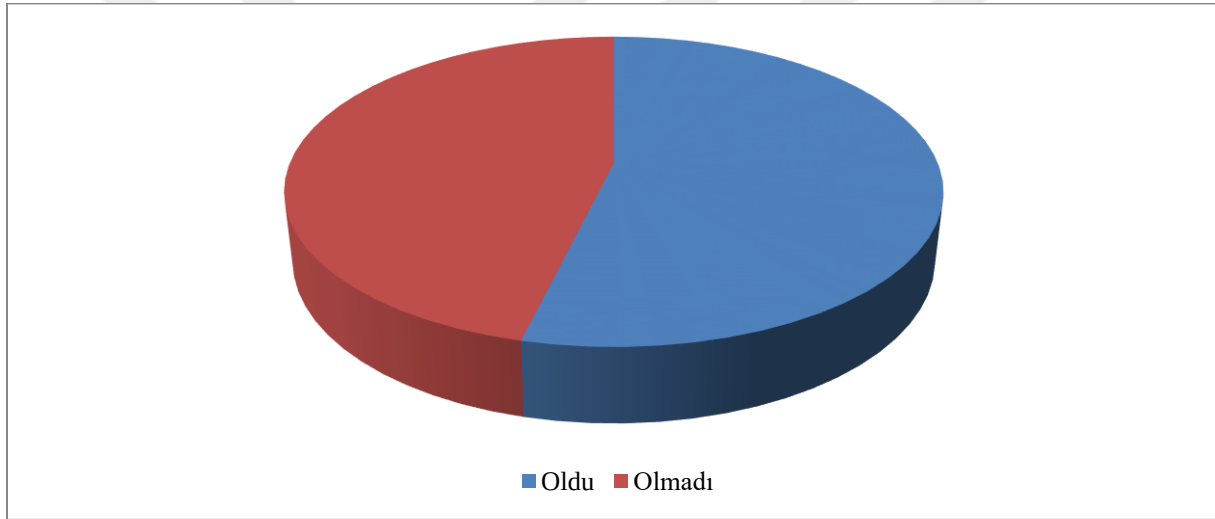
Finansal farklılıklara bağlı olarak yabancı turistlerle aynı düzeyde tatil yapamadıklarını ifade eden kişi sayısı toplam rakamın %92,5'ine, yabancı turistlere göre daha fazla

düzenlemelerin olmasından dolayı aynı düzeyde tatil yapamadıklarını ifade eden kişi sayısı toplam rakamın %7,5'ine denk gelmektedir (Grafik 5.49 bkz.).

Tablo 5.21: Araştırmaya katılan yerel halkın tatil yapmak amacıyla daha önce Serik turizm bölgesine gitme fırsatı bulma durumu

	F	%
Oldu	114	53,8
Olmadı	98	46,2
Toplam	212	100,0

Araştırmaya katılan yerel halkın tatil yapmak amacıyla daha önce Serik turizm bölgesine gelme fırsatı bulma durumları incelendiğinde 114 kişinin tatil yapmak amacıyla gelme fırsatı bulduğu, 98 kişinin ise tatil yapmak amacıyla gelme fırsatı bulamadığı görülmektedir (Tablo 5.21 bkz.).



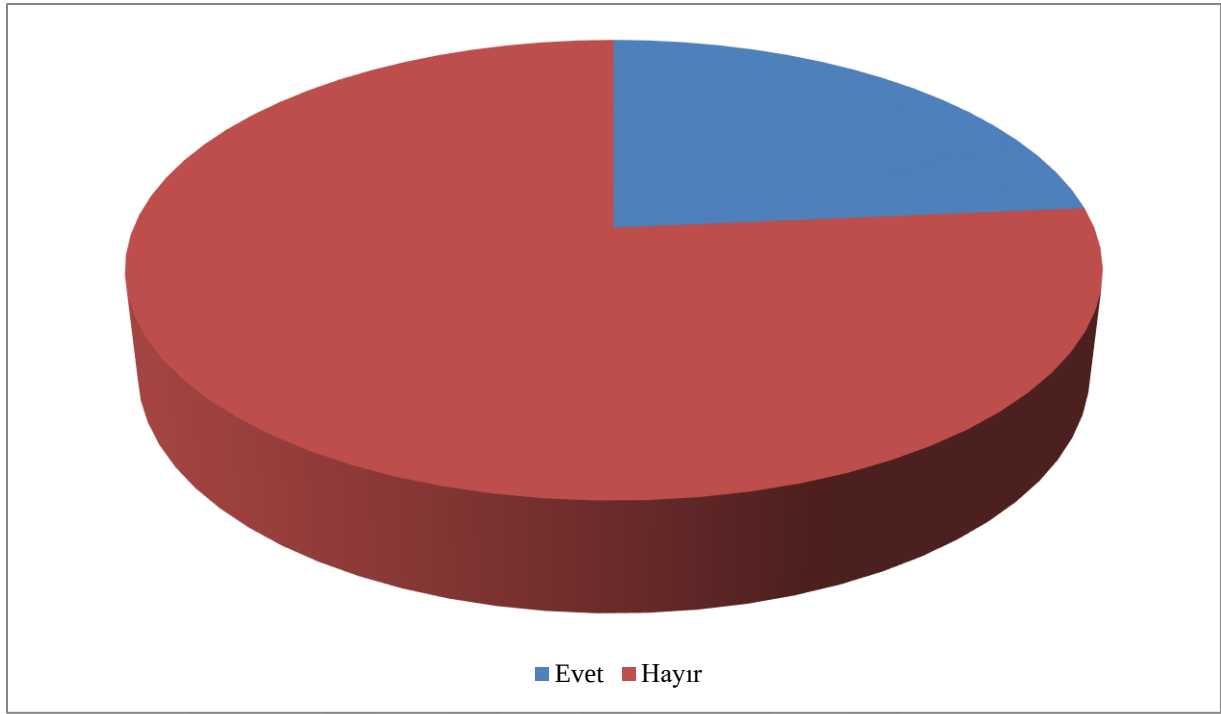
Grafik 5.50: Araştırmaya katılan yerel halkın tatil yapmak amacıyla daha önce Serik turizm bölgesine gitme fırsatı bulma durumu

Serik turizm bölgesine daha önce tatil yapmak amacıyla gelme fırsatı bulan kişi sayısı toplam rakamın %53,8'sine, tatil yapmak amacıyla gelme fırsatı bulamayan kişi sayısı ise toplam rakamın %46,2'sine denk gelmektedir (Grafik 5.50 bkz.).

Tablo 5.22 : Araştırmaya katılan yerel halkın Serik'de bir işletmede konaklama durumu

	F	%
Evet	50	23,6
Hayır	162	76,4
Toplam	212	100,0

Araştırmaya katılan yerel halkın Serik'de bir işletmede konaklama durumu incelendiğinde 162 kişinin konaklama yaptığını, 50 kişinin ise konaklama yapmadığını görülmektedir (Tablo 5.22 bkz.).



Grafik5.51 : Araştırmaya katılan yerel halkın Serik’de bir işletmede konaklama durumu

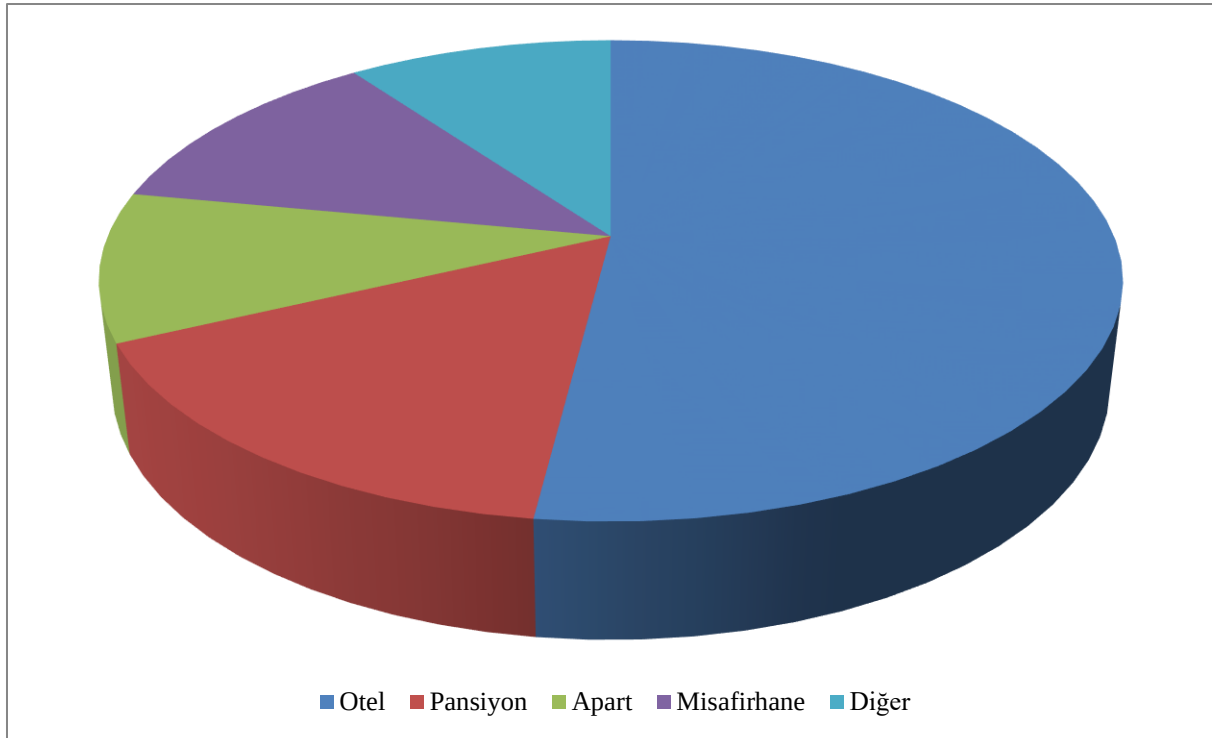
Serik’de bir işletmede konaklama yapan birey sayısı toplam rakamın %23,6’sına, bir işletmede konaklama yapmayan birey sayısı toplam rakamın %76,4’üne denk gelmektedir (Grafik 5.51 bkz.).

Araştırmaya katılan bireylerin 114 kişisi turizm bölgesinde tatil yapma fırsatı bulunurken sadece bir işletmede konaklama faaliyeti gerçektiren birey sayısı 50’dir. Bu farklılığın meydana gelmesinde Kumköy Çardaklarında tatillerini geçiren birey sayısının önemli bir rol oynadığı ifade edilebilir.

Tablo 5.23 : Araştırmaya katılan yerel halkın Serik’de tercih ettikleri konaklama türleri

	F	%
Otel	26	52,0
Pansiyon	8	16,0
Apart	5	10,0
Misafirhane	6	12,0
Diğer	5	10,0
Toplam	50	100,0

Araştırmaya katılan bireylerin Serik’de tercih ettikleri konaklama türleri incelendiğinde otelde konaklayan birey sayısı 26, pansiyonda konaklayan birey sayısı 8, apart da konaklayan birey sayısı 5, misafirhanede konaklayan birey sayısı 6, diğer işletmelerde konaklayan birey sayısının ise 5 olduğu görülmektedir (Tablo 5.23 bkz.).



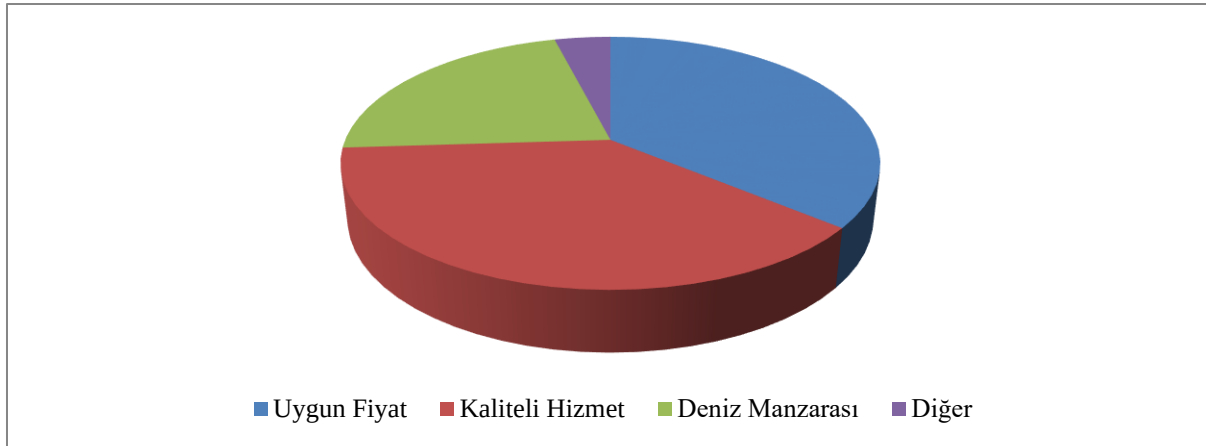
Grafik 5.52 : Araştırmaya katılan yerel halkın Serik’de tercih ettiği konaklama türleri

Serik’de bir otelde konaklayan birey sayısı toplam rakamın %52’sine, pansiyonda konaklayan birey sayısı toplam rakamın % 16’sına, apart da konaklayan birey sayısı toplam rakamın % 10’una, misafirhanede konaklayan birey sayısı toplam rakamın %12’sine, diğer işletmelerde konaklayan birey sayısı ise toplam rakamın %10 ’una denk gelmektedir (Grafik 5.52 bkz.).

Tablo 5.24 : Araştırmaya katılan yerel halkın konaklama türü tercihlerinde etkili olan faktörler

	F	%
Uygun Fiyat	18	36,0
Kaliteli Hizmet	19	38,0
Deniz Manzarası	11	22,0
Diğer	2	4,0
Toplam	50	100,0

Araştırmaya katılan yerel halkın konaklama türü tercihleri üzerinde etkili olan faktörler incelendiğinde uygun fiyata bağlı olan birey sayısı 18, kaliteli hizmete bağlı olan birey sayısı 19, deniz manzarasına bağlı olan birey sayısı’nın 11, diğer faktörlere bağlı olan kişi sayısı’nın ise 2 olduğu görülmektedir (Tablo 5.24 bkz.).



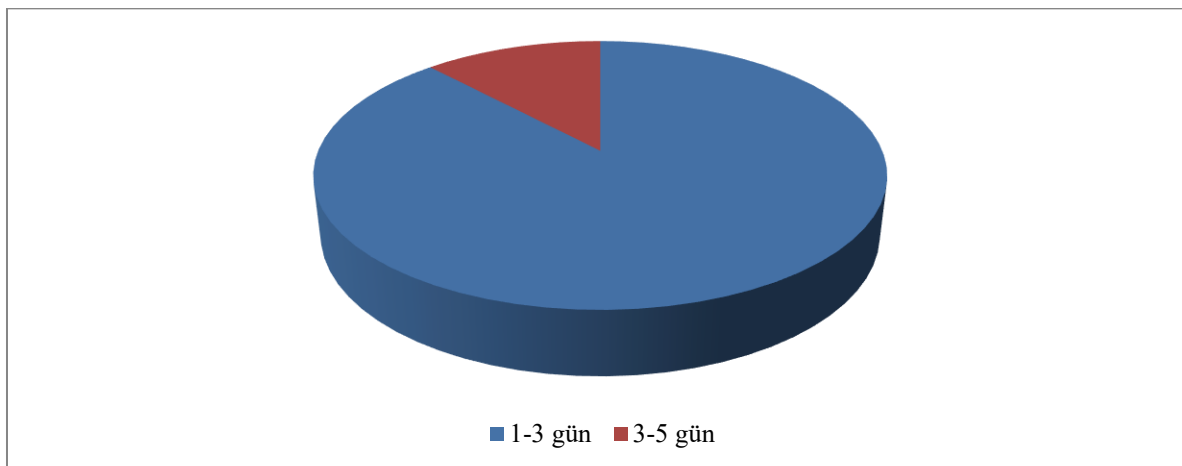
Grafik 5.53 : Araştırmaya katılan yerel halkın konaklama tercihinde etkili olan faktörler

Konaklama tercihinde uygun fiyat'ın etkili olduğunu ifade eden birey sayısı toplam rakamın %36'sına, kaliteli hizmet etkili olduğunu ifade eden birey sayısı toplam rakamın %38'ine, deniz manzarasının etkili olduğunu ifade eden birey sayısı toplam rakamın %22'sine, diğer faktörlerin etkili olduğunu ifade eden birey sayısı toplam rakamın %4'e denk gelmektedir (Grafik 5.53 bkz.).

Tablo 5.25: Araştırmaya katılan yerel halkın Serik'deki bir işletlemede konaklama süresi

	F	%
1-3 gün	44	88,0
3-5 gün	6	12,0
Toplam	50	100,0

Araştırmaya katılan yerel halkın Serik'deki bir işletlemede konaklama süresi incelendiğinde 1-3 gün arası konaklayan birey sayısı 44, 3-5 gün konaklayan birey sayısının ise 6 olduğu görülmektedir (Tablo 5.25 bkz.).



Grafik 5.54: Araştırmaya katılan yerel halkın Serik'deki bir işletlemede konaklama süresi

1-3 gün arası konaklama yapan birey sayısı toplam rakamın %88'ine, 3-5 gün konaklama yapan birey sayısı ise toplam rakamın %12'sine denk gelmektedir (Grafik 5.54 bkz.).

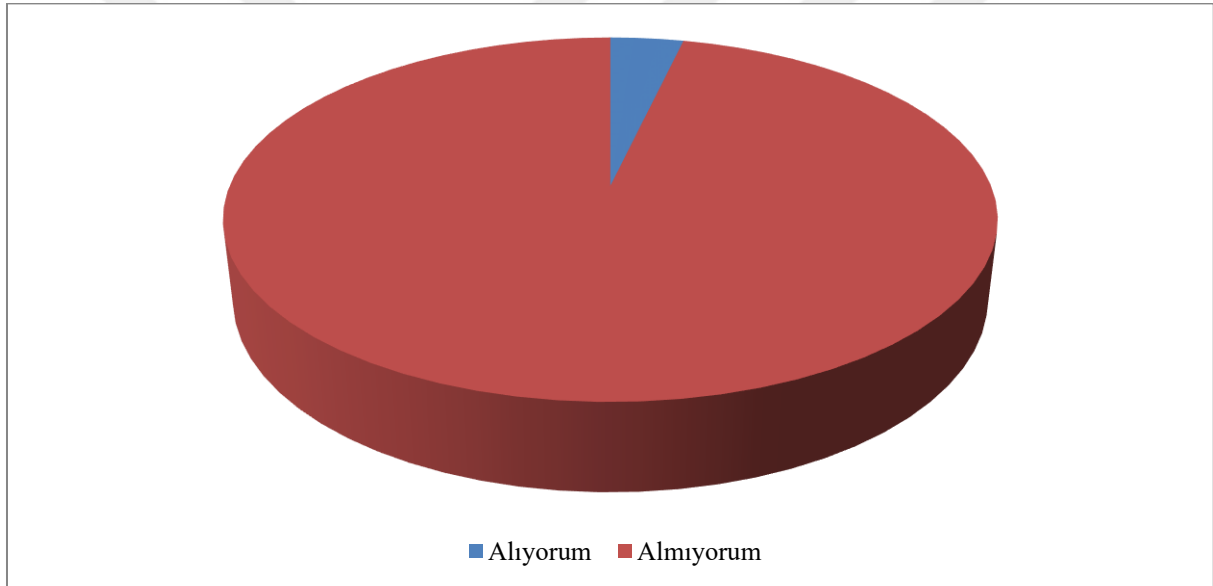
5.3. Yerel Halkın Sosyal Turizme Yönelik Tutumlarına İlişkin Bulgular

Serik ilçesinde yaşayan yerel halkın sosyal turizme yönelik tutumlarına ilişkin bulguları bu bölümde incelenmiştir.

Tablo 5.26: Araştırmaya katılan yerel halkın tatile çıkmak için çeşitli kurum ve kuruluşlardan destek alma durumu

	F	%
Evet	14	3,6
Hayır	370	96,4
Toplam	384	100,0

Araştırmaya katılan yerel halkın tatile çıkmak için çeşitli kurum ve kuruluşlardan destek alma durumları incelendiğinde 14 kişinin destek aldığı, 370 kişinin ise almadığını görülmektedir (Tablo 5.26 bkz.).



Grafik 5.55: Araştırmaya katılan yerel halkın tatile çıkmak için çeşitli kurum ve kuruluşlardan destek alma durumu

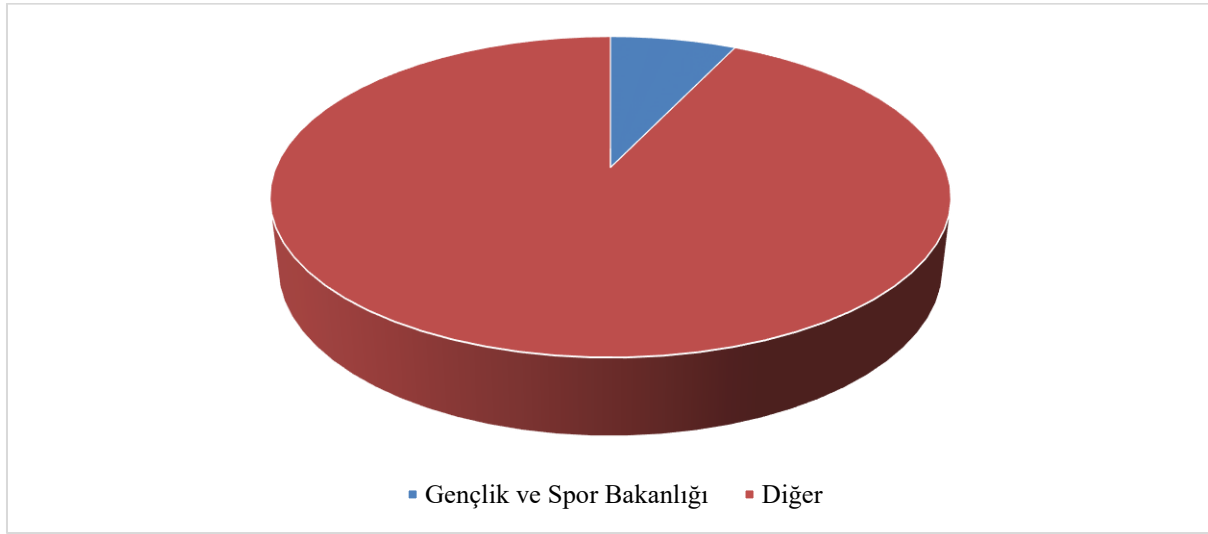
Tatile çıkmak için çeşitli kurum ve kuruluşlardan destek alan birey sayısı toplam rakamın %3,6'sına, almayan birey sayısı ise toplam rakamın %96,4'üne denk gelmektedir (Grafik 5.55 bkz.).

Tablo 5.27: Araştırmaya katılan yerel halkın tatile çıkmak için destek aldığı çeşitli kurum ve kuruluşlar

	F	%
Gençlik ve Spor Bakanlığı	1	7,1
Diğer	13	92,9
Toplam	14	100,0

Tatile çıkmak için çeşitli kurum ve kuruluşlardan destek alan bireylerin 1'si Gençlik ve Spor Bakanlığından, diğer 14 kişisi ise "diğer" seçtiğini işaretmiş ancak söyledikleri zaman

başvuran kişinin artabileceği, kurumun ismini vermek istemiyorum gibi faktörlere bağlı olarak belirtmek istemediklerini ifade etmişlerdir. Gençlik ve Spor Bakanlığından destek aldığını ifade eden kişi ise gönüllü kamp lideri olduğunu ifade etmiştir (Tablo 5.27 bkz.).

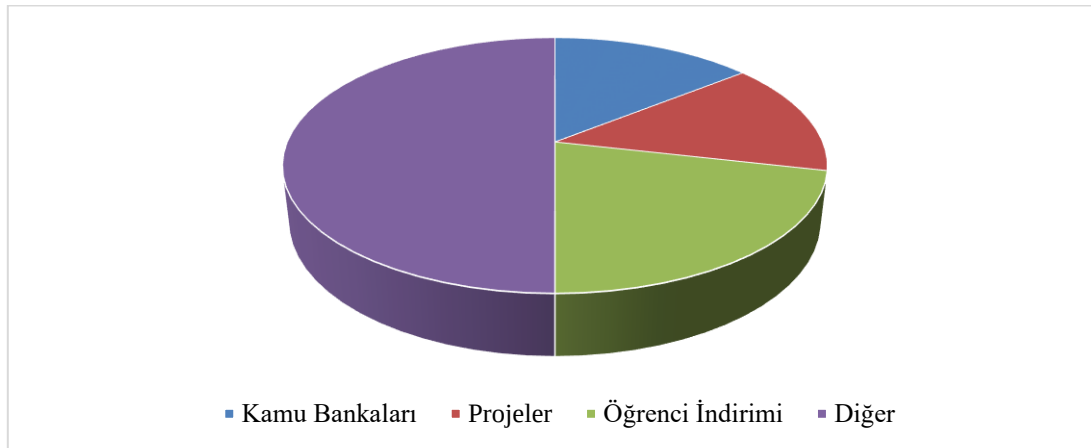


Grafik 5.56: Araştırmaya katılan yerel halkın tatile çıkmak için destek aldığı çeşitli kurum ve kuruluşlar
Gençlik ve Spor Bakanlığından destek aldığını ifade eden birey sayısı toplam rakamın % 7,1'ini, diğerleri ise %92,9'una denk gelmektedir (Grafik 5.56 bkz.).

Tablo 5.28: Araştırmaya katılan yerel halkın yararlanmış olduğu uygulamalar

	F	%
Kamu Bankaları	2	14,3
Projeler	2	14,3
Öğrenci İndirimi	3	21,4
Diğer	7	50,0
Toplam	14	100,0

Kamu bankalarından yararlandığını ifade eden birey sayısının 2, projelerden yararlandığını ifade eden kişi sayısının 2, öğrenci indiriminden yararlandığını ifade eden kişi sayısının 3, diğer indirimlerden yararlandığını ifade eden birey sayısının 7 olduğu görülmektedir (Tablo 5.28 bkz.).



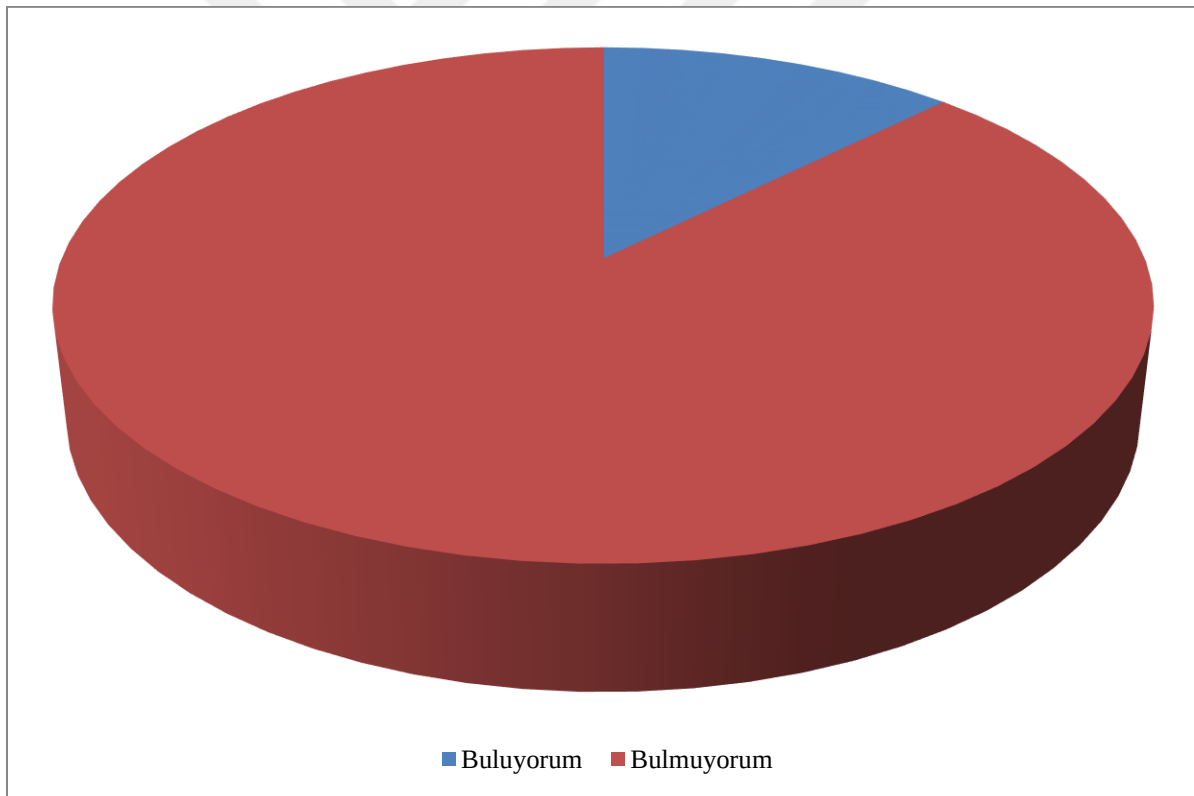
Grafik 5.57: Araştırmaya katılan yerel halkın yararlanmış olduğu uygulamalar

Kamu bankalarından yararlandığını ifade eden birey sayısı toplam rakamın %14,3'üne, projelerden yararlandığını ifade eden birey sayısı toplam rakamın %14,3'üne, öğrenci indiriminden yararlandığını ifade eden birey sayısı toplam rakamın %21,4'üne, diğer indirimlerden yararlandığını ifade eden birey sayısı toplam rakamın %50'sine denk gelmektedir (Grafik 5.57 bkz.).

Tablo 5.29 : Araştırmaya katılan yerel halkın sosyal turizmi destekleyen kurum ve kuruluşları yeterli bulma durumları

	F	%
Buluyorum	48	12,5
Bulmuyorum	336	87,5
Toplam	384	100,0

Araştırmaya katılan yerel halkın sosyal turizmi destekleyen kurum ve kuruluşları yeterli bulma durumları incelendiğinde 48 kişinin yeterli bulduğu, 336 kişinin ise yeterli bulmadığı görülmektedir (Tablo 5.29 bkz.).



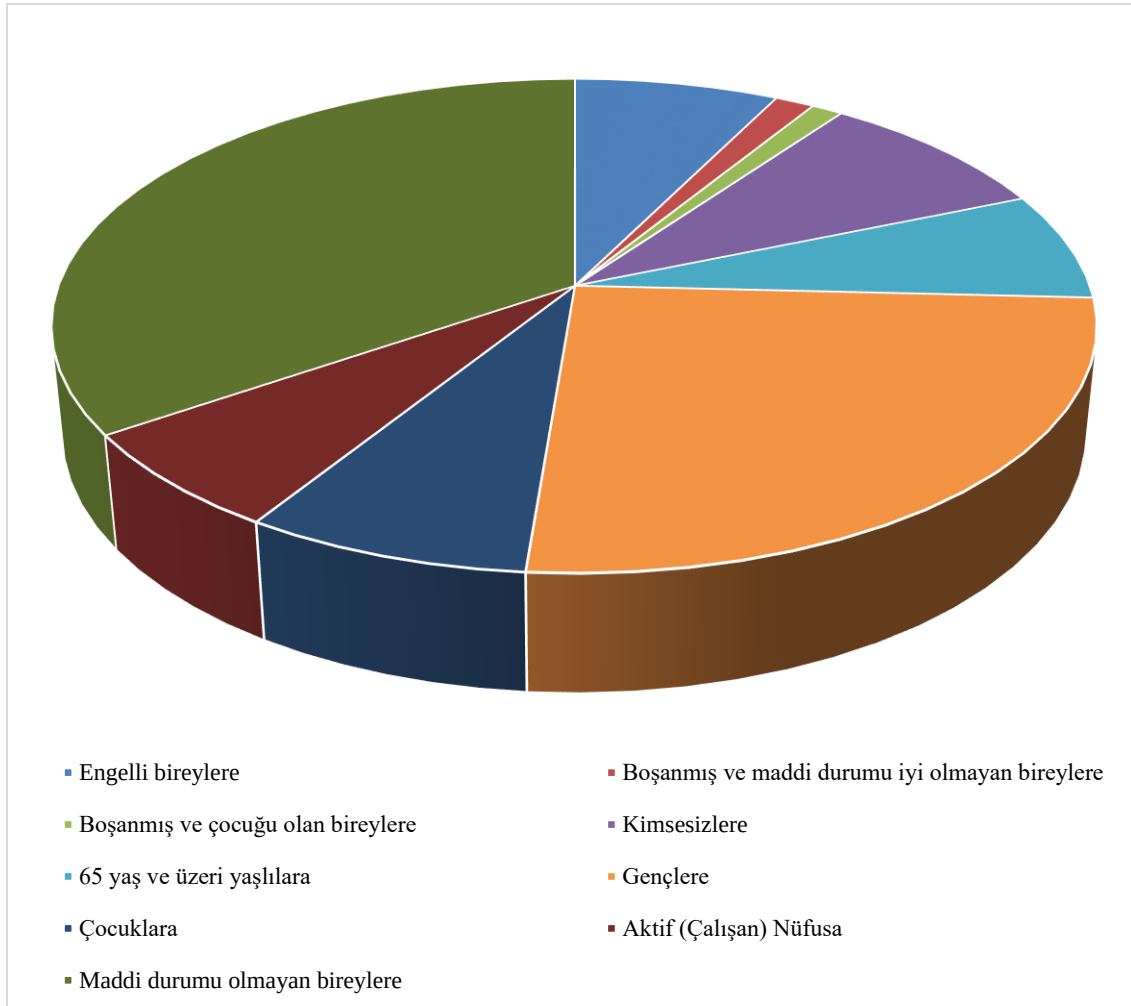
Grafik 5.58: Araştırmaya katılan yerel halkın sosyal turizmi destekleyen kurum ve kuruluşları yeterli bulma durumları

Sosyal turizmi destekleyen kurum ve kuruluşları yeterli bulan birey sayısı toplam rakamın %12,5'ine, yeterli bulmayan birey sayısı ise toplam rakamın %87,5'ne denk gelmektedir (Grafik 5.58 bkz.).

Tablo 5.30: Yerel halkın tatile çıkabilmesi için kurum ve kuruluşların hangi kitleye destek vermesi gerektiğine dair araştırmaya katılan yerel halkın görüşleri

	F	%
Engelli bireylere	26	6,8
Boşanmış ve maddi durumu iyi olmayan bireylere	5	1,3
Boşanmış ve çocuğu olan bireylere	4	1,0
Kimsesizlere	31	8,1
65 yaş ve üzeri yaşlılara	25	6,5
Gençlere	90	23,4
Çocuklara	27	7,0
Aktif (Çalışan) Nüfusa	23	6,0
Maddi durumu olmayan bireylere	122	31,8
Diğer	27	8,1
Toplam	384	100,0

Yerel halkın tatile çıkabilmesi amacıyla kurum ve kuruluşların hangi kitleye destek vermesi gerektiğine dair bireylerin görüşleri incelendiğinde gençlere destek verilmesini gerektiğini ifade eden birey sayısı 90, maddi durumu olmayan bireylere destek verilmesini gerektiğini ifade eden kişi sayısı 122, engelli bireylere destek verilmesini gerektiğini ifade eden kişi sayısı 26, kimsesizlere destek verilmesini gerektiğini ifade eden kişi sayısı 31, 65 ve üzeri yaşlılara destek verilmesini gerektiğini ifade eden kişi sayısı 25, çocuklara destek verilmesini gerektiğini ifade eden kişi sayısı 27, aktif (çalışan) nüfusa destek verilmesini gerektiğini ifade eden kişi sayısı 23, boşanmış ve maddi durumu iyi olmayan bireylere destek verilmesini gerektiğini ifade eden kişi sayısı 4, boşanmış ve çocuğu olan bireylere destek verilmesini gerektiğini ifade eden kişi sayısı 5, diğerlerine (herkese, daha önce tatil yapma fırsatı olmayan bireylere, 1 yıl içerisinde düzenli bir işte çalışmış tüm bireylere, yeni evlenmiş ve daha önce tatil yapma fırsatı olmayan bireylere vb.) verilmesi gerektiğini ifade eden kişi sayısı'nın ise 27 olduğu görülmektedir (Tablo 5.30 bkz). Bireylerin en fazla maddi durumu iyi olmayanlara verilmesi gerektiğini ifade ettiği ardından ise gençlere verilmesi gerektiğini ifade etmiş oldukları görülmüştür. En az ise boşanmış ve çocuğu olan bireylere ardından ise boşanmış ve maddi durumu iyi olmayan bireylere verilmesi gerektiğini bireyler ifade etmişlerdir.



Grafik 5.59: Yerel halkın tatile çıkabilmesi için kurum ve kuruluşlar hangi kitleye destek vermesi gerektiğine dair araştırmaya katılan yerel halkın görüşleri

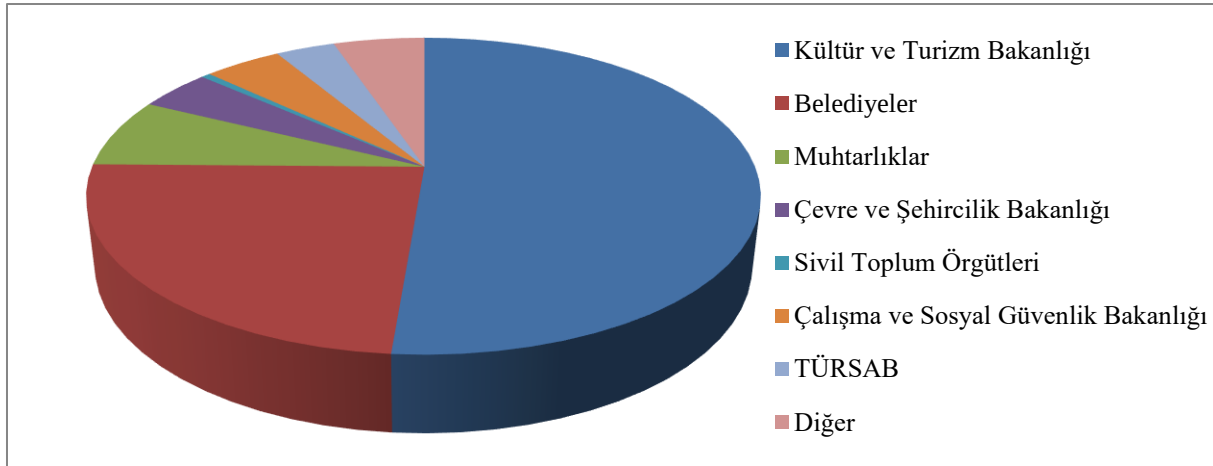
Sosyal turizm faaliyetlerine bireylerin katılım sağlayabilmesi için kurum ve kuruluşların gençlere destek verilmesini gerektiğini ifade eden kişi sayısı toplam rakamın %7'sine, maddi durumu olmayan bireylere destek verilmesini gerektiğini ifade eden kişi sayısı toplam rakamın % 31,8'ine, engelli bireylere destek verilmesini gerektiğini ifade eden kişi sayısı toplam rakamın % 6,8'ine, kimsesizlere destek verilmesini gerektiğini ifade eden kişi sayısı toplam rakamın %8,1'ine, 65 yaş ve üzerine destek verilmesini gerektiğini ifade eden kişi sayısı toplam rakamın %6,5'ine, çocuklara destek verilmesini gerektiğini ifade eden kişi sayısı toplam rakamın %7'sine, aktif nüfusa destek verilmesini gerektiğini ifade eden kişi sayısı toplam rakamın %6'sına, boşanmış ve maddi durumu iyi olmayan bireylere destek verilmesini gerektiğini ifade eden kişi sayısı toplam rakamın %1,3'e, boşanmış ve çocuğu olan bireylere destek verilmesini gerektiğini ifade eden kişi sayısı toplam rakamın %1'e, diğerlerine destek verilmesi gerektiğini ifade eden kişi sayısı toplam rakamın %8,1'ne denk gelmektedir (Grafik 5.59 bkz.).

Tablo 5.31: Araştırmaya katılan yerel halkın sosyal turizm faaliyetlerine katılım oranının artırılabilmesi için hangi kurum ve kuruluşlarının destek ve teşvik politikaları uygulaması gerektiğine dair araştırmaya katılan yerel halkın görüşleri

	F	%
Kültür ve Turizm Bakanlığı	197	51,3
Belediyeler	92	24,0
Muhtarlıklar	27	7,0
Çevre ve Şehircilik Bakanlığı	16	4,2
Sivil Toplum Örgütleri	2	0,5
Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı	17	4,4
TÜRSAB	13	3,4
Diğer	20	8,1
Toplam	384	100,0

Sosyal turizm faaliyetlerine katılım oranının artırılabilmesi için hangi kurum ve kuruluşların destek ve teşvik politikaları uygulaması gerektiğine dair bireylerin görüşleri incelendiğinde Kültür ve Turizm Bakanlığının uygulaması gerektiğini düşünen kişi sayısı 197, belediyelerin uygulaması gerektiğini düşünen kişi sayısı 92, muhtarların uygulaması gerektiğini düşünen kişi sayısı 27, Çevre ve Şehircilik Bakanlığının uygulaması gerektiğini düşünen kişi sayısı 16, Sivil Toplum Örgütlerinin uygulaması gerektiğini düşünen kişi sayısı 2, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığının uygulaması gerektiğini düşünen kişi sayısı 17, Türkiye Seyahat Acentaları Birliği'nin uygulaması gerektiğini düşünen kişi sayısı 13, diğer kurum ve kuruluşların uygulaması (Gençlik ve Spor Bakanlığı, hükümet, tüm kuruluşlar, kaymakamlık vb.) gerektiğini düşünen kişi sayısı'nın ise 20 olduğu görülmektedir (Tablo5.31 bkz.).

Bireylerin en fazla Kültür ve Turizm Bakanlığının uygulaması gerektiğini ifade ettiği görülürken, en az Sivil toplum örgütlerinin yapması gerektiğini ifade etmiş oldukları görülmektedir. Avrupa'da ise en fazla sosyal turizm faaliyetlerine katılım oranlarının artması için Sivil toplum kuruluşlarının çalışmalar yaptığı düşünüldüğünde araştırmaya katılan yerel halkın en az Sivil toplum kuruluşların yapması gerektiğine dair görüşleri dikkat çekicidir.



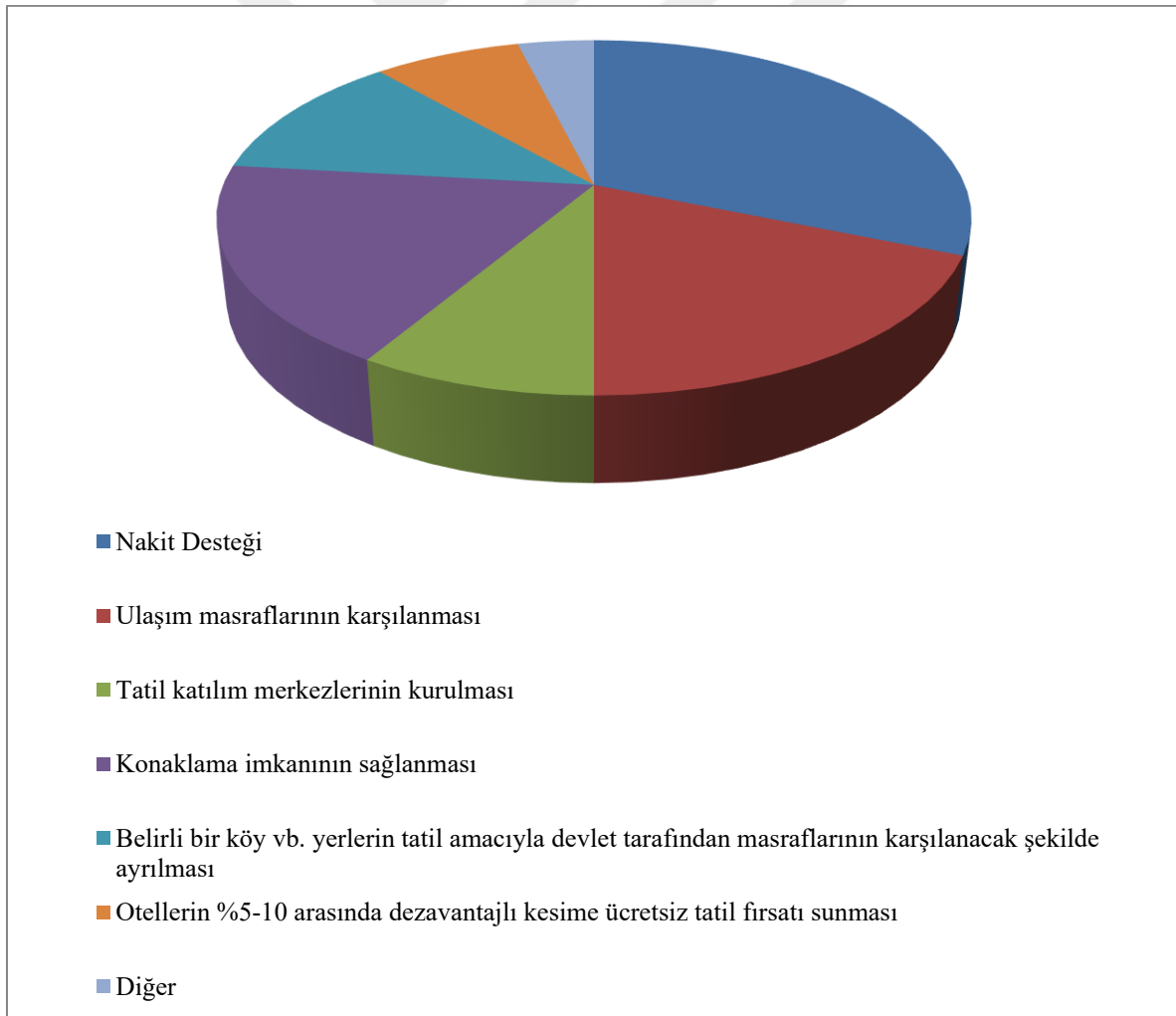
Grafik 5.60: Araştırmaya katılan yerel halkın sosyal turizm faaliyetlerine katılım oranının artırılabilmesi için hangi kurum ve kuruluşlarının destek ve teşvik politikaları uygulaması gerektiğine dair araştırmaya katılan yerel halkın görüşleri

Sosyal turizm faaliyetlerine katılım oranının artması için destek ve teşvik politikalarını Kültür ve Turizm Bakanlığının uygulaması gerektiğini düşünen kişi sayısı toplam rakamın %51,3'ne, Belediyelerin uygulaması gerektiğini düşünen kişi sayısı toplam rakamın %24'ne, muhtarların uygulaması gerektiğini düşünen kişi sayısı toplam rakamın %7'sine, Çevre ve Şehircilik Bakanlığının uygulaması gerektiğini düşünen kişi sayısı toplam rakamın %4,2'sine, Türkiye Seyahat Acentaları Birliği'nin uygulaması gerektiğini düşünen kişi sayısı toplam rakamın %3,4'üne, Sivil Toplum Örgütlerinin uygulaması gerektiğini düşünen kişi sayısı toplam rakamın %0,5'ine, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığının uygulaması gerektiğini düşünen kişi sayısı toplam rakamın %4,4'üne, diğer kurum ve kuruluşların uygulaması gerektiğini düşünen kişi sayısı ise toplam rakamın %8,1'ine denk gelmektedir (Grafik 5.60 bkz.).

Tablo 5.32: Yerel halkın sosyal turizm faaliyetlerine katılımlarının sağlanabilmesi için kurum ve kuruluşların nasıl destek verilmesi gerektiğine dair araştırmaya katılan yerel halkın görüşleri

	F	%
Nakit Desteği	120	31,3
Ulaşım Masraflarının Karşılanması	72	18,8
Tatil Katılım Merkezlerinin Kurulması	33	8,6
Konaklama İmkânının Sağlanması	70	18,2
Belirli bir köy vb. yerlerin tatil amacıyla devlet tarafından masrafların karşılanacak şekilde ayrılması	45	11,7
Otellerin %5-10 arasında dezavantajlı kesime ücretsiz tatil fırsatı sunması	29	7,6
Diğer	15	3,9
Toplam	384	100,0

Araştırmaya katılan yerel halkın sosyal turizm faaliyetlerine bireylerin katılım sağlayabilmesi için kurum ve kuruluşların nasıl destek vermesi gerektiği konusunda görüşleri incelendiğinde konaklama imkânının sağlanması gerektiğini ifade eden kişi sayısı 70, ulaşım masraflarının karşılanması 72, nakit desteği verilmesi gerektiğini ifade eden kişi sayısı 120, belirli bir köy vb. yerlerin tatil amacıyla devlet tarafından masrafların karşılanacak şekilde ayrılması gerektiğini ifade eden kişi sayısı 45, tatil katılım merkezlerinin kurulmasını ifade eden kişi sayısı 33, Otellerin %5-10 arasında dezavantajlı kesime ücretsiz tatil fırsatı sunması gerektiğini ifade eden kişi sayısı 29, diğer (tatil kartı, bireylerin maaşlarından yıl boyunca tatil destek paketi başlığı altında bireylerin onaylarına bağlı olarak belirli bir ücret kesilmesi ve sene sonunda tatil destek paketine devletin maddi destek vermesi, tatil vergisi kesilmesi, haftasonu için şirketlerin çalışan bireylerine otellerde her şey dâhil tatil fırsatı sunması vb.) cevabını veren kişi sayısı'nın 15 olduğu görülmektedir (Tablo 5.32 bkz.).



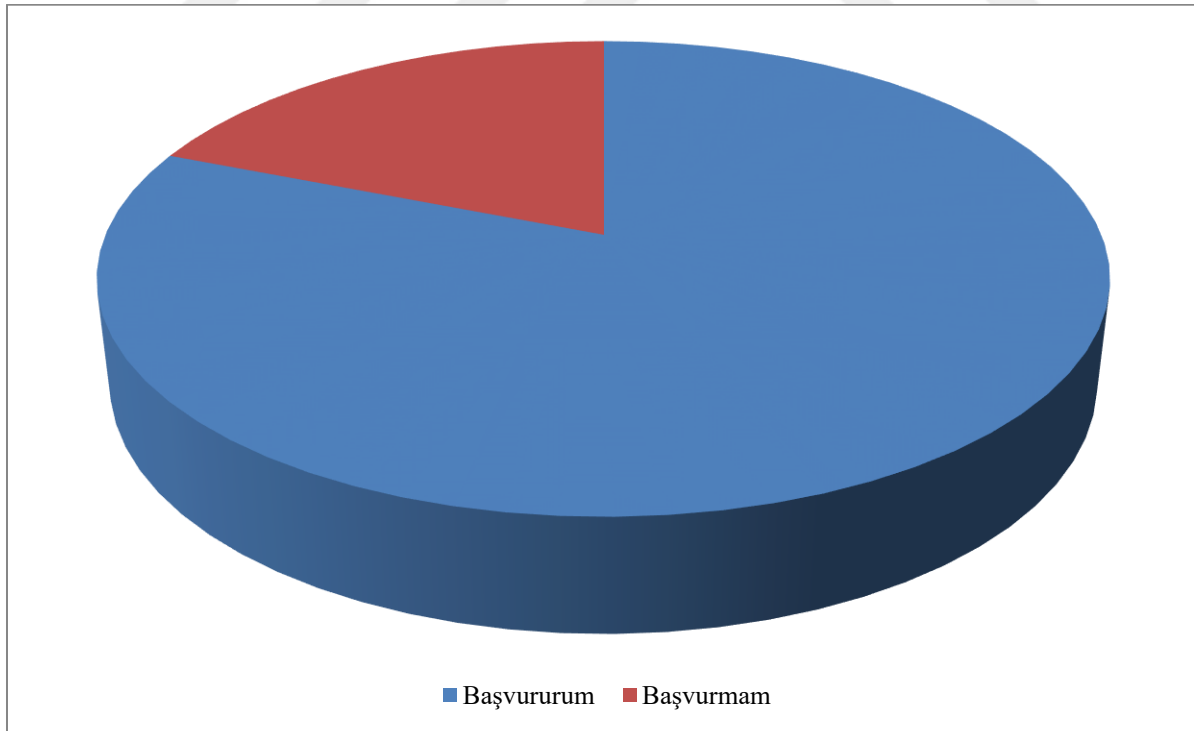
Grafik 5.61: Yerel halkın sosyal turizm faaliyetlerine katılımlarının sağlanabilmesi için kurum ve kuruluşların nasıl destek verilmesi gerektiğine dair araştırmaya katılan yerel halkın görüşleri

Sosyal turizm faaliyetlerine bireylerin katılım sağlayabilmesi için kurum ve kuruluşların konaklama imkânının sağlanması gerektiğini ifade eden kişi sayısı toplam rakamın %18,2'sine, ulaşım masraflarının karşılanması gerektiğini ifade eden kişi sayısı toplam rakamın %18,8'ine, nakit desteği verilmesi gerektiğini ifade eden kişi sayısı gerektiğini ifade eden kişi sayısı toplam rakamın % 31,3'üne, belirli bir köy vb. yerlerin tatil amacıyla devlet tarafından masrafların karşılanacak şekilde ayrılması gerektiğini ifade eden kişi sayısı toplam rakamın %11,7'sini, tatil katılım merkezlerinin kurulması gerektiğini ifade eden kişi sayısı toplam rakamın % 8,6'sını, otellerin %5-10 arasında dezavantajlı kesime ücretsiz tatil fırsatı sunması gerektiğini ifade eden kişi sayısı toplam rakamın ise %3,9'una denk gelmektedir (Grafik 5.61 bkz.).

Tablo 5.33: Araştırmaya katılan yerel halkın ülkemizde devlet ya da sosyal kurum ve kuruluşları tatil yapılması amacıyla destek verirse başvurma durumu

	F	%
Başvururum	311	81,0
Başvurmam	73	19,0
Toplam	384	100,0

Araştırmaya katılan yerel halkın ülkemizde devlet ya da sosyal kurum ve kuruluşları tatil yapılması amacıyla destek verirse başvurma durumları incelendiğinde 311 kişinin başvuracağı, 73 kişinin ise başvurmayacağı görülmektedir (Tablo 5.33 bkz.).



Grafik 5.62: Araştırmaya katılan yerel halkın ülkemizde devlet ya da sosyal kurum ve kuruluşları tatil yapılması amacıyla destek verirse başvurma durumu

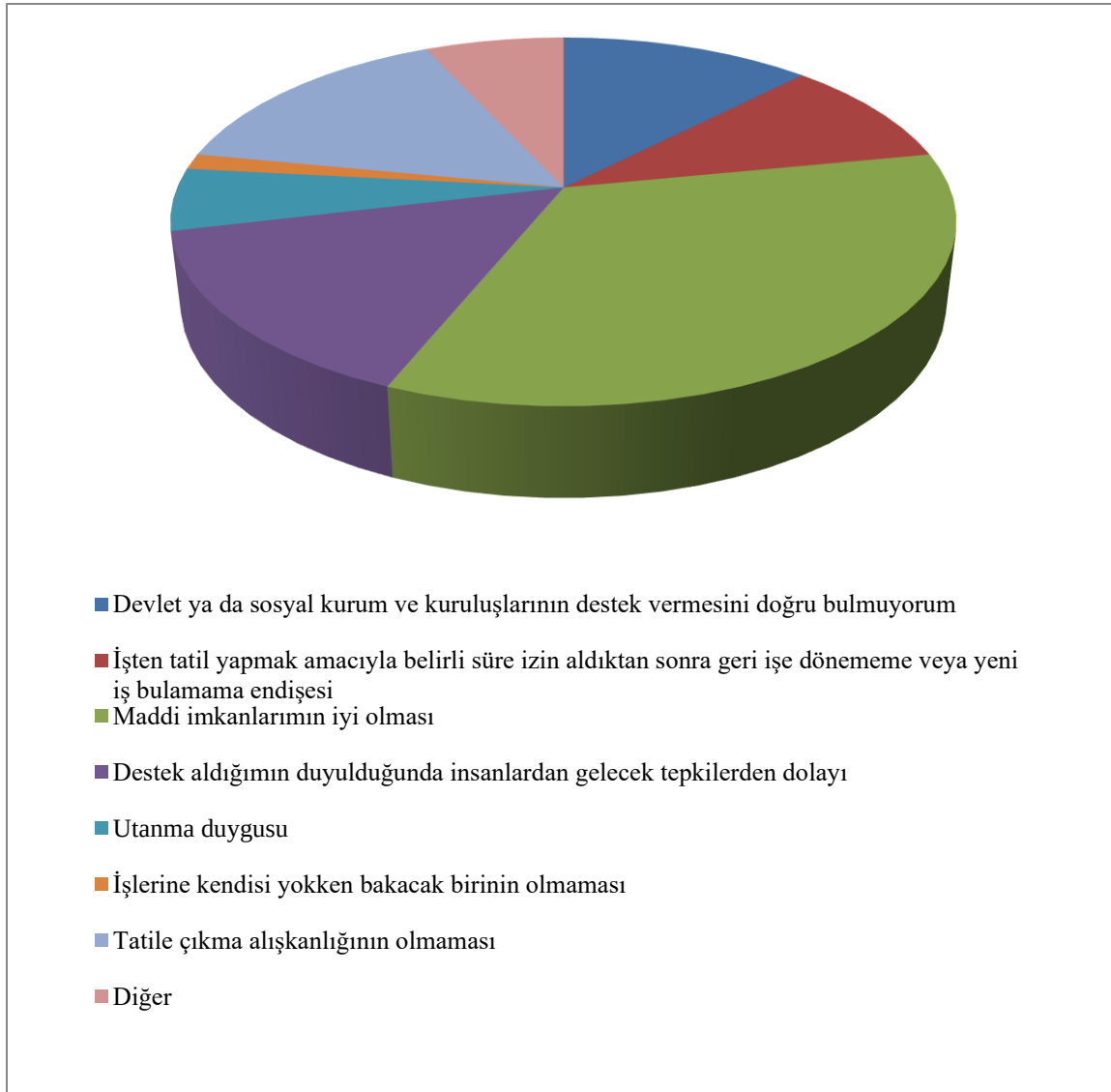
Ülkemizde devlet ya da sosyal kurum ve kuruluşları tatil yapılması amacıyla destek verirse başvururum diyen kişi sayısı toplam rakamın %81'ini, başvurmam diyen kişi sayısı ise toplam rakamın %19'una denk gelmektedir (Grafik 5.62 bkz.).

Tablo 5.34: Araştırmaya katılan yerel halkın ülkemizde devlet ya da sosyal kurum ve kuruluşları tatil yapılması amacıyla destek verirse başvurmamaları üzerinde rol oynayan faktörler

	F	%
Devlet ya da sosyal kurum ve kuruluşlarının destek vermesini doğru bulmuyorum	9	12,3
İşten tatil yapmak amacıyla belirli süre izin aldıktan sonra geri işe dönememe veya yeni iş bulamama endişesi	7	9,6
Maddi imkânlarımın iyi olması	25	34,2
Destek aldığımı duyulduğunda insanlardan gelecek tepkilerden çekinme	11	15,1
Utanma duygusu	4	5,5
İşlerine kendisi yokken bakacak birinin olmaması	1	1,4
Tatile çıkma alışkanlığımın olmaması	11	15,1
Diğer	5	6,8
Toplam	73	100

Araştırmaya katılan yerel halkın ülkemizde devlet ya da sosyal kurum ve kuruluşları tatil yapılması amacıyla destek verirse başvurmamaları üzerinde rol oynayan faktörler incelendiğinde utanma duygusuna bağlı olan kişi sayısı'nın 4, işlerine kendisi yokken bakacak birinin olmaması durumuna bağlı olan kişi sayısı'nın 1, maddi imkânları iyi olan kişi sayısı'nın 25, destek aldığımı duyulduğunda insanlardan gelecek olan tepkilerden çekinme durumuna bağlı olan kişi sayısı'nın 11, işten tatil yapmak amacıyla belirli süre izin aldıktan sonra geri işe dönememe veya yeni iş bulamama endişesine bağlı olan kişi sayısı'nın 7, tatile çıkma alışkanlığımın olmaması faktörüne bağlı olan kişi sayısı'nın 11, diğer faktörlere (destek alma durumlarında daha sonra geri ödeme talebinin geleceği düşüncesinin olması, 2 tane engelli çocuğum var ama benden daha çok ihtiyacı olanlara verilmesi gerektiğini düşüncesinin hâkim olması, bu yaşa kadar biz zaten tatile gidemedik en azından gençler gidebilmesi amacıyla başvurmayacaklarını ifade etmeleri vb. durumları bireylerin beyan etmiş oldukları görülmüştür) bağlı olan kişi sayısı ise 5 olduğu görülmektedir (Tablo 5.34 bkz.).

Bireylerin en fazla maddi imkânlarının iyi olması nedeniyle başvurmadığı görülmektedir. Ardından ise tatile çıkma alışkanlığımın olmaması ve destek aldığımı duyulduğunda insanlardan gelecek tepkilerden çekinme duygusunun geldiğinin görülmesi dikkat çekicidir. En az ise işlerine bakacak birinin olmaması faktörüne bağlı olarak bireylerin başvurmadıklarını ifade etmiş oldukları görülmektedir.



Grafik 5.63 : Araştırmaya katılan yerel halkın ülkemizde devlet ya da sosyal kurum ve kuruluşları tatil yapılması amacıyla destek verirse başvurmamaları üzerinde rol oynayan faktörler

Devlet ya da sosyal kurum ve kuruluşları tatil yapılması amacıyla destek verirse başvurmamaları üzere maddi imkânlarının iyi olma koşuluna bağlı olan kişi sayısı toplam rakamın %34,2'sine, destek aldığının duyulduğunda insanlardan gelecek tepkilerden çekinme durumuna bağlı olan kişi sayısı toplam rakamın%15,1'ne, utanma duygusuna bağlı olan kişi sayısı toplam rakamın %5,5'ine, işlerine kendisi yokken bakacak birinin olmaması durumuna bağlı olan kişi sayısı toplam rakamın %1,4'üne, işten tatil yapmak amacıyla belirli süre izin aldıktan sonra geri işe dönememe veya yeni iş bulamama endişesine bağlı olan kişi sayısı toplam rakamın %9,6'sına, tatile çıkma alışkanlığının olmaması faktörüne bağlı olan kişi sayısı toplam rakamın %15,1'ne, diğer faktörlere bağlı olan kişi sayısı ise toplam rakamın %6,8'ne denk gelmektedir (Grafik 5.63 bkz.).

SONUÇ

Turizm sektörünün bulunduğu çevreyi geniş ölçüde düzenlenmesi ve faaliyetlerin bütününe etkilemesi (endüstrinin uzun dönemli başarısını koruması ve sürekliliğini sağlayabilmesi gibi) sebebiyle turizmin bireyler, sosyal yapı ve kültür üzerindeki etkilerinin incelenmesi, toplumsal yapı üzerinde meydana gelen veya gelebilecek olan değişimlerin anlaşılabilmesi açısından oldukça önemlidir (Bertan, 2010: 84, Diedrich & Garcia-Buades, 2009: 512, Avcıkurt, 2007: 38). Zira yerel halkın değerlerinin ve beklentilerinin dikkate alınmadan, yapılan salt ekonomik planlama yaklaşımları başarılı olamamakta ve olamayacaktır (Sarı, 2007: 397). Bu nedenle sürdürülebilir bir turizm şeklinin gerçekleştirilmesi ve olumlu etkilerin en üst düzeye çıkarılması için planlama çalışmalarına mutlaka yerel halkın dâhil edilmesi ve onların görüş ve önerileri doğrultusunda turizm çalışmaları üzerinde planlama çalışmalarının yapılması gerekmektedir (Gunn, 1988).

Türkiye'de özellikle yabancı turistlerin en fazla tercih ettiği iller içerisinde yer alan Antalya ili 2022 yılında 13.508.628 turist ağırlamıştır (<https://www.tuik.gov.tr>) ve Dünya Turizm Örgütünün raporuna göre Antalya ili Avrupa sınıflandırmasında yer alan 39 ülkeden daha fazla turizm gelirin sahip bulunmaktadır (<https://www.matso.org.tr/haberler/manavgatin-turizm-geliri-28-ulkeden-fazla.html>). Fakat 2022 yılında yapılan bir çalışmada Antalya'da turizm faaliyetlerinin başlamasının üzerinden yarım asıra yakın bir süre geçmesine rağmen Antalyanın merkez ilçelerinden birisi olan Konyaaltı ilçesinin şehirselle ve kırsal mahallerinde yaşayan yerel halkın %72,8'si tatil yapmak amacıyla Konyaaltı turizm bölgesine gelemediği, beraberinde katılımcıların % 23,6'sının ise Türkiye'nin önemli turizm ve rekreasyon alanları içerisinde yer alan Konyaaltı sahiline daha hiç gelme fırsatı olmadığı görülmüştür (Sarı vd.,2022: 35). Bu nedenle bu çalışmada turizm başkenti olarak ifade edilen Antalya ilinin önemli destinasyon noktalarından birisi oluşturan Serik ilçesinde yaşayan şehirselle ve kırsal mahallelerdeki yerel halkın turizm faaliyetlerine katılım durumları ile katılmalarına engel olan unsurlar varsa onların ortaya konulmasını amaçlanmaktadır. Bu bağlamda nicel araştırma yöntemine başvurulmuş ve sosyal bilimlerde sık sık kullanılan anket tekniğinden faydalanılmıştır. Araştırmanın örneklemini, 2022 ve 2023 yıllarının Aralık ve Nisan ayları arasında Serik ilçesinin şehirselle ve kırsal mahallerinde yaşayan yerel halktan görüşmeyi kabul eden 384 katılımcı oluşturmaktadır.

2022 yılı ve daha öncesinde katılımcıların %55,2'sinin tatile çıkma fırsatı olduğu, %44,8'nin tatile çıkma fırsatı olmadığı görülmüştür. Özellikle Orta, Çakallık, Yukarıkocayatak,

Aşağıkocayatak mahallerinde yaşayan katılımcıların tatile çıkma fırsatı olduğu, Tekke, Yanköy, Hasdümen, Dorumlar kırsal mahallerinde yaşayan katılımcıların tatile çıkma fırsatı olmadığı görülmüştür. Katılımcıların tatile çıkamamaları üzerinde rol oynayan en önemli üç faktörün sırasıyla maddi imkânların iyi olmaması, yabancı turistler ile aynı düzeyde tatil yapamama düşüncesine sahip bulunulması ve konaklama imkânı probleminin geldiği görülmüştür. Bu nedenle çeşitli kurum ve kuruluşlar tarafından dezavantajlı kesiminin tatile çıkabilmesinin sağlanması amacıyla desteklenmesi gerekmektedir. 2022 yılı ve öncesinde tatile çıkma imkânı bulan katılımcıların ise günümüzde tatile gitmelerine engel olan en önemli faktörün %38,7 oranında maddi imkân problemleri'nin olduğu ve tatile çıkma fikirlerinde sırasıyla finansal endişeler, ulaşım sorunu ve ne yapılması gerektiğinin bilinmemesi en çok endişe uyandıran en önemli faktörler olduğu görülmüştür. Bu nedenle katılımcılar üzerinde endişe uyandıran faktörlerin ortadan kaldırılabilmesi veya en az seviyeye indirilmesi amacıyla çeşitli kamu kuruluşları tarafından çalışmaların yapılması gerekmekte olduğu ifade edilebilir. Katılımcıların %46,3'ü bir haftalık tatil için 10.001 TL ve üzeri ücret ayrılması gerektiğini ifade etmiştir. Ancak katılımcıların çoğunluğunun (%22,2) ise 3001-5000 TL arasında tatile bütçe ayırabildikleri, %8'inin ise artık tatile gitmek için bütçe ayıramadıkları görülmüştür. Yerel halkın tatile gitme sıklığı incelendiğinde ise %51,9'u her yıl, %13,2'si yirmi yılda bir, %9,4'ü beş yılda bir, %9,4'ü iki yılda bir ve %9'nun on beş yılda bir gidebildiği görülmüştür.

Konyaaltı ilçesinde 2022 yılında yapılan bir çalışmaya göre tatil sürecinde konaklama faaliyetlerini gerçekleştirmek için bireylerin çoğunluğunun akrabalarında konaklamayı (%35,9) tercih ettikleri ve tercihleri üzerinde en fazla ücretsiz konaklama faktörünün etkili olduğunu ifade etmiş oldukları görülmüştür (Sarı vd., 2022: 35). Bu çalışmada da bireylerin en fazla akrabalarında konaklamayı (%21,7) tercih ettikleri ve tercihleri üzerinde en fazla ücretsiz konaklama faktörünün etkili olduğu görülmüştür. Ayrıca katılımcıların konaklama tercihlerinde geleneksel mevsimlik konutların bir çeşidi olan deniz obalarının son örnekleri içerisinde yer alan Kumköy obalarının, katılımcıların tabiri ile Kumköy çardaklarının bireylerin konaklama tercihlerinde ikinci sırada yer aldığı görülmüştür. Kumköy obalarının beş yıldızlı otellerin bulunmuş olduğu sahada kıyı boyunca uzanması katılımcıların %53,8'nin Serik turizm bölgesine gitme fırsatını oluşturmuştur. Beraberinde katılımcıların %23,6'sının otel, pansiyon, apart vb. yerlerde konaklama faaliyetlerini gerçekleştirildiğinin görülmesi, Serik ilçesinde gerçekleştirilen turizm faaliyetleri üzerinde Kumköy obalarının önemli bir rol oynadığını ortaya koymaktadır. Özellikle Kumköy obalarını Aşağıkocayatak, Yukarıkocayatak, Kayaburnu ve Çakallık mahallerinde yaşayan katılımcıların tercih ettikleri görülmüştür. Katılımcıların %53,3'ünün tatile yazın gittiği ve bireylerin çoğunluğunun (%44,3'ün) tatil yapma nedeninin

eğlence olduğu görülmüştür. Katılımcıların tatile gideceği mevsimi belirlemelerinde etkili olan en önemli faktörün %34,4 oranında iş yoğunluğunun azalması kriterinin etkili olduğu görülmüştür. Katılımcıların tatile gideceği mevsimi belirlemelerinde ilçenin ekonomisinin tarım ve turizm sektörüne dayalı olması ve halkın %90'nın turizm ve tarımla meşgul olması bu durumu etkilediği ifade edilebilir (Aydın,2020: 17). Katılımcıların yabancı turistler ile aynı düzeyde tatil yapabilme durumları sorgulandığında ise yabancı turistler ile aynı düzeyde tatil yapmadığını düşünen %82,1 oranında katılımcının olduğu görülmüştür ve bu durumun sebebi sorgulandığında ise %92,5 oranında finansal farklılıklar olduğu görülmüştür.

Tatile çıkabilmek amacıyla çeşitli kurum ve kuruluşlardan % 96,4 oranında katılımcıların destek almadıkları, destek alan katılımcıların çoğunluğu ise nereden ve hangi uygulamadan yararlandıkları söylediklerinde yardımın kesileceği düşüncesine hâkim olması sebebiyle belirtmek istememiş oldukları görülmüştür. Katılımcıların %87,2'sinin sosyal turizmi destekleyen kurum ve kuruluşları yeterli bulmadığı, %12,5'inin ise yeterli bulduğu görülmüştür. Katılımcılar destek ve teşvik politikalarını en fazla uygulaması gerektiğini düşündüğü kurum ve kuruluşlar ise sırasıyla Kültür ve Turizm Bakanlığı, Belediyeler, Muhtarlar, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, TÜRSAB, Sivil Toplum Örgütleri ve kuruluşlardır.

Ülkemizde devlet ya da sosyal kurum ve kuruluşları tatil yapılması amacıyla destek verirse katılımcıların %81'i başvuracağını ifade etmiştir. Katılımcıların %19'luk kesiminin ise başvuramaları üzerinde en fazla maddi imkânlarının iyi olması ardından tatile çıkma alışkanlığının olmaması ve destek aldığımdan duyulduğunda insanlardan gelecek tepkilerden çekinme duygusunun geldiği görülmektedir. Bu nedenle yerel halkın yaşam tarzının ve çevresel etkilerinin bireylerin tercihleri üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu ifade edilebilir. Bu bağlamda yerel halkın hem turizm planlamalarında etkin bir rol oynayabilmelerinin sağlanabilmesi hem de sosyal turizm faaliyetlerine azami ölçüde dâhil edilebilmelerinin sağlanabilmesi için yerel halkın bilgilendirilmesinin ne kadar elzem olduğu görülmektedir. Çünkü sosyal turizmin misyonunun imtiyazlı satın alma gücü yüksek olan bireyler ile satın alma gücü zayıf olan kesimin arasındaki farkın ortadan kaldırılmasını amaçlaması ve “bütün bireylerin tatile çıkma hakkı vardır” sloganıyla hareket etmesi nedeniyle sosyal turizmin, sosyal sorumluluk yüklenmiş olduğu ve çevresel anlamda da geliştirilebilir bir turizm türü olması sebebiyle ülkelerin turizm faaliyetlerinde istedikleri seviyeye ulaşabilmeleri için turizm faaliyetlerine mutlaka yerel halkın dâhil edilebilmesinin sağlanması gerekmektedir. Dolayısıyla Serik ilçesindeki yaşayan yerel halkın turizm faaliyetlerine katılım oranının artmasının sağlanabilmesi amacıyla çeşitli öneriler maddeler halinde aşağıda kısaca ifade edilmiştir.

Sosyal turizm ile ilgili kamu ve özel kurumlar tarafından resmi bir web sayfası oluşturularak Serik ilçesindeki bireylerin taleplerinin hem buradan iletebilmesi sağlanmalı hem de bireylerin talepleri doğrultusunda gerçekleştirilen çeşitli uygulamalar hakkındaki görüşler ve deneyimler platformda paylaşılmalıdır.

Sosyal turizm ile ilgili kamu kurumları tarafından resmi bir web sayfası oluşturularak Serik ilçesinde gerçekleştirilen veya gerçekleştirilecek olan etkinliklerin takvimi bu platformda yayınlanmalıdır.

Serik ilçesinde, sosyal turizm kuruluşları başta olmak üzere çeşitli kamu ve özel kurum ve kuruluşlarla iş birliği gerçekleştirilmelidir.

Serik ilçesinde özel işletmelerle anlaşmalar yapılarak bölgede yaşayan yerel halka (dezavantajlı kesim) indirimlerin yapılması sağlanmalıdır.

Serik ilçesinde sosyal turizmin öneminin ortaya konulması amacıyla resmi kurum ve kuruluşlara çeşitli eğitimler gerçekleştirilmeli veya toplantılar yapılmalıdır. Bu toplantılar sonrasında sosyal turizm ile ilgili kurum ve kuruluşlar çalışma yapmak isterlerse o kurumlara teşvikler ve hibeler devlet tarafından verilmelidir.

Serik ilçesindeki dezavantajlı kesimin tatile çıkabilmesi için çeşitli indirimler sağlayan işletmelere vergi indirimi veya belirli vergilerden muaf tutulması sağlanmalıdır.

Serik ilçesindeki dezavantajlı kesimin tatile çıkabilmesi amacıyla özel paket turlar oluşturulmalı veya paket tur organizasyonlarında dezavantajlı kesime belirli indirimlerin yapılması sağlanmalıdır.

Avrupa ülkelerinde oluşturulan çeşitli afişler ve broşürler esas alınarak Serik ilçesinde de sosyal turizm faaliyetlerinin yaygınlaşabilmesi amacıyla sosyo-kültürel, ekonomik ve çevresel kriterler dikkate alınarak çeşitli afişler ve broşürler oluşturulmalıdır.

Serik ilçesinde sosyal turizm ile ilgili kapsamlı analizlerin ve projelerin yapılabilmesi için dezavantajlı kesimin tatile çıkabilmek amacıyla gerçekleştirmiş oldukları faaliyetler, tatil gitmek için seçmiş oldukları yerler veya bölgeler, tatil süreleri vb. takip edilebilmelidir.

Serik ilçesinde yaşayan dezavantajlı kesimin tatile çıkabilmesi amacıyla kamu kurumları tarafından tesis oluşturulabilir. Bu tesisler tüm bireylerin ihtiyaçlarını karşılayabilecek şekilde tam teşekküllü olarak dizayn edilebilir.

Sosyal turizmin diğer turizm türleri içerisinde ayrıcalıklı bir turizm türü olmadığı konusunda Serik ilçesindeki yerel halk bilgilendirilmelidir.

Türkiye’de sadece engellilere özel tek tesis unvanına sahip bulunan Samsun Büyükşehir Belediyesi Mavi Işıklar Eğitim, Dinlenme ve Rehabilitasyon Merkezi, Bu Kampta Hayat Var projesi gibi projeler araştırma sahasında da uygulanması için çalışmalar yapılabilir.

Engelli bireylerin hayatlarını kolaylaştırabilmek amacıyla işletmelere çeşitli zorunluluklar (tekerlekli sandalyeye sahip bireylerin daha rahat işletmelere girebilebilmesinin sağlanabilmesi amacıyla portatif rampa zorunluluğu, sesli katalog seçenekleri vb.) getirilebilir.

Yasal düzenlemeler ile Serik ilçesinde sosyal turizmin gelişmesi için turizm stratejileri yeniden oluşturulabilir.

Serik ilçesindeki oteller bölgesinde sezondışı dönemlerde otellerin hem atıl kalınmasının önüne geçilebilmesi hem de dezavantajlı yerel halkın tatile çıkabilmesi amacıyla cüzi rakamlarla bireylerin tatil yapabilmeleri sağlanabilir.

Serik ilçesinde yaşayan dezavantajlı kesimin tatile çıkabilmesi amacıyla başvurabilecekleri çeşitli sosyal turizm kurum ve kuruluşları hakkında bilgilendirme çalışmaları yapılabilir.

Serik ilçesinde yaşayan dezavantajlı kesimin tatile çıkabilmesi amacıyla belirli kriterler belirlenerek bu kriterlere uyan bireylere resmi kurum veya kuruluşlar tarafından tatil yapabilmeleri için hibeler verilebilir.

Antalya ilinin Kaş ilçesinde özellikle engelli bireyler ile toplumsal dışlanmaya maruz kalan gençlerin sanat ve spor yoluyla entegrasyonunu sağlamak amacıyla 2013 yılından itibaren gönüllü olarak hizmet veren “Düşler Akademisi”, Serik ilçesinde kurulması için çeşitli çalışmalar ve görüşmeler yapılabilir veya benzeri akademiler ilçede kurulabilir.

Serik ilçesinde yaşayan bu zamana kadar tatile gitme fırsatı elde edemeyen dezavantajlı kesimin tatile çıkabilmesi amacıyla belediyenin finansmanını sağladığı tur organizasyonları (bir haftalık tatiller) oluşturulabilir veya ilçenin doğal ve kültürel zenginliklerinin tanıtılabilmesinin sağlanması amacıyla günübirlik turlar yapılabilir.

Serik ilçesinde 2 Nisan 2021 gerçekleştirilen “Otizmli Çocuklarla Farkındalık Günü Balon Uçurma Etkinliği” gibi faaliyetler çoğaltılabilir. Örneğin otizmli çocuklarla beraber bir hafta boyunca kamplar, çeşitli ödülleri olduğu yarışmalar, ilçede bulunan önemli destinasyon merkezlerine ziyaretler gerçekleştirilebilir.

Serik ilçesinde yaşayan engelli bireylerin tatile çıkabilmesini kolaylaştırabilmek amacıyla engelli bireylere çeşitli kolaylıklar sunan otellerde konaklama faaliyetlerini ve tatil boyunca masraflarını karşılayabilmeleri anlaşmalar ile bireylere fonlar sağlanabilir.

KAYNAKÇA

- Abler, R., Janelle, D., Philbrick ve Sommer, J. (1975), *Human Geography in a Shrinking World*, North Scituate, MA, Duxbury Press.
- Adolph, C. (2012). “European Union Federation Of Youth Hostel Associations (EUFED)”. *Social Tourism In Europe: Theory And Practice (178-184)*. Toronto: Channel View Publications.
- Ak, D. , Bıçk, D. & Özgökçeler, S. (2013). “Avrupa’da ve Türkiye’de Sosyal Turizm”. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* , (31) , 49-73.
- Ak, F. (2018). *Serik İlçesi’nin Doğal ve Beşeri Turizm Kaynakları*. Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Ak, M. (2014). *Antalya’da İdari Yapı ve Nüfus (1915)*. Adalya, (XVII): 311-349.
- Ak, M. (2015). *Teke Yörükleri (1800-1900)*. Türk Tarih Kurumu Yayınları, Ankara.
- Akdemir, H. (2020). Sosyal Turizme Yeni Bir Bakış: Türkiye’nin Alternatif Kamp İncelemesi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2):1328-1343.
- Akgün, O. (1993). *Türkiye’ de Sosyal Turizmde Devre Mülkün Önemi*. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Üniversitesi, Ankara.
- Akoğlan, K. M. & Acar, D. & Zencir, Ç. E. (2019). Üçüncü Yaş Turizminin Geliştirilmesinde Yaşlı Dostu Şehir (YDŞ) Teması. *Turizm Akademik Dergisi*, 6 (2), 99-114.
- Akoğlu, T.(1971). *Dünyada ve Bizde Turizm*. İstanbul,124.
- Akyurt, H. & Göktas, C.S. (2021). *Televizyon Programları ve filmlerin Turizm Sektörüne Etkisi*. Sosyal & Beşeri Bilimlerde Araştırma ve Değerlendirmeler – I. 1. Basım, 93-113, Gece Kitaplığı, Ankara.
- Almeida, M. V. (2011). Brezilya’da Sosyal Turizmin Gelişimi. *Current Issues In Tourism*, 483-489.
- Altunyüzük, A.İ. (2022). *Coğrafi Özellikleri Yönüyle Belek’te (Antalya) Kongre Turizmi*. Yüksek Lisans Tezi, Bursa Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa.
- Arıkan, R. (2011). *Araştırma Yöntem ve Teknikleri*. Ankara: Nobel Yayın.
- Aslan, S. ve Akın, G. (2016). “Avrupa Birliği’nin Turizm Politikası Çerçevesinde Yapısal Fonların Değerlendirilmesi”. *Akademik Bakış Dergisi*, (55):158-172.
- Avcıkurt, C. (2017). *Turizm Sosyolojisi: Genel ve Yapısal Yaklaşım*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Avcıkurt, C., (2003). *Turizm Sosyolojisi*, Detay Yayıncılık, Balıkesir.

- Aydemir, B. ve Kılıç, S.N. (2017). “Dünyada ve Türkiye’de Üçüncü Yaş Turizmi”. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1 (3),1-11.
- Aydın, Y.K. (2020). *Antalya İli Serik Ve Aksu İlçesindeki Domates Üreticilerinin Sosyo Ekonomik Durumu*. Yüksek Lisans Tezi, Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Tokat.
- Babazade, R. (2020). *Gastronomi Kültürünün Turizmdeki Yeri: Serik İlçesini Ziyaret Eden Turistler Üzerine Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.
- Bahar, O. ve Kozak, M. (2005). *Küreselleşme Sürecinde Uluslararası Turizm ve Rekabet Edebilirlik*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Bakan, İ. ve Erşahan, B. (2007). *Turizm Sektöründe Kültürel Farklılıkların Yönetimi, Sürdürülebilir Rekabet Avantajı Elde Etmede Sektörel Stratejiler ve Uygulamalar* (319-333), M. Bulu, İ. H. Eraslan (Ed), İstanbul: Uluslararası Rekabet Araştırmaları Derneği Yayınları, 328.
- Bal, H. (1995). *Turizmin Kırsal Toplumda Aile İçi İlişkilere Etkisi*. İstanbul: Doğa-İnsan Yayınları.
- Bas, D. (1993). Sosyal ve Kültürel Turizm. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4 (4) , 13-14.
- Baumgartner, C. (2013). Social Tourism And Sustainability. In L. Minnaert, R. Maitland, & G. Miller, *Social Tourism; Perspectives And Potential*, (166-176). New York: Routledge.
- Bayazıt, Ş. (2015). *Kruvaziyer Pazarı ve Destinasyonlarının Analizi: Türk Yolcuları Ve Kruvaziyer Limanları Hakkında Ampirik Bir Çalışma*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Bayer, M. Z., (1992). *Turizme Giriş*, İstanbul: İşletme Fakültesi Yayın No: 253,.
- Bayer, M.Z. (1982). *Turizme Giriş*. İstanbul, 26.
- Bayraktar, S. (2019). *Kemer’de Esnafın Turizm ve Turist ile İlgili Tutumları*. Yüksek Lisans Tezi. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Belanger, C. E., Jolin, L. (2011). The International Organization Of Social Tourism (ISTO) Working Towards A Right To Holidays And Tourism For All. *Current Issues In Tourism*, 4 (5), 475-482.
- Berberoğlu, E. Ertürk, M. (2020). *Antalya’nın Doğal Bitki Örtüsünün Yıllara Göre Alansal Değişimi*. Antalya Kitabı 3 Antalya’da Doğa ve Medeniyet.217-242.

- Bertan, S. (2010). “Pamukkale’deki Yöre Halkının Turizmi Desteklemesi İle Turizmin Sosyo-Kültürel Etkileri Arasındaki İlişki”. *Uluslararası İktisadi Ve İdari İncelemeler Dergisi*. Yıl: 2, Cilt: 2, Sayı: 4, 83–91.
- Beuten, K. (2012). Floreal (Joie Et Vacances). Social Tourism In Europe: Theory And Practice (S. 89-92). Toronto: Channel View Publications.
- Bezirgan, M. (2018). İç Turizmde Demografik Değişkenlere Göre Tatil Tercihlerinin İncelenmesi: Yerel Halk Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(4), 552-567.
- Bos, L., McCabe, S. And Johnson, S. (2015). Öğrenme Asla Tatile Gitmez: Deneyimsel Öğrenme İçin Bir Bağlam Olarak Sosyal Turizmin Keşfi. *Current Issues In Tourism*, 859-875.
- Boyne, Steven. (2005). New Directions İn Rural Tourism Impact Research. In Derek Hall, Lesley Roberts, Morag Mitchell (Eds.), *New Directions İn Rural Tourism*, (Second Edition). (P.19–37). USA: Ashgate Publishing Limited.
- Brougham, J. E. ve Butler, R. W. (1981). “A Segmentation Analysis Of Resident Attitudes To The Social Impact Of Tourism”, *Annals Of Tourism Research*, 8 (4), 569-590.
- Bulut, İ, Fural, İ, Özoğul, B. (2019). Turizmin Arttırıcı Etkisine Yeni Bir Örnek Akbaşı (Serik-Antalya) Buggy Cross Turizm Noktası Ve Buggy Cross Makinaları Üretimi. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23 (Özel Sayı) , 1889-1903.
- Bulut, İ, Fural, İ, Özoğul, B. “Serik İlçesinin (Antalya) Doğal Ortam Özellikleri ve Kırsal Turizm Potansiyeli”. 4. International Research Congress on Social Sciences (11-13 September 2019).
- Bulut, İ. & Fural, Ş. (2018). Serik Bıçağı’nın Coğrafi İşaret Tescili Kapsamında Değerlendirilmesi. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt: 22 Özel Sayı , 557-580 .
- Burkart, A.J. Ve S. Medlik (1974), *Tourism: Past, Present And Future*, Heinemann, London.
- Carneiro, M.J., Eusébio, C., Kastenholz, E. And Alvelos, H. (2013). Sosyal Turizm Programlarına Katılma Motivasyonları: Kıdemli Pazarın Segmentasyon Analizi. *Anatolia*, 24 (3); 352-366.
- Caspar, C. Le Tourisme,Objet d’Etude Scicantifique” *Revue De Tourism*, No:4 Bern 1976 .
- Cisneros-Martínez, J. D., McCabe, S. Ve Fernandez-Morales, Antonio (2018). Sosyal Turizmin Sürdürülebilir Turizme Katkısı: İspanya’da Mevsimsellikten Arındırılmış Programlara İlişkin Bir Vaka Çalışması. *Sürdürülebilir Turizm Dergisi*, 26 (1).

- Civelek, A. (2014). Turizmin Sosyal Yapıya Ve Sosyal Değişmeye Etkileri. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 13 (1-2) , 331-350.
- Coşkun, R., Altunışık, R. ve Yıldırım, E. (2017). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri Spss Uygulamalı*. (9. Baskı). Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Creswell, John W. (1994). Research design: Qualitative and quantitative approaches. Thousand Oaks, CA:Sage.
- Çamur, S. 1986. Sosyal Turizm, *Planlama Dergisi*, (2), 23-25.
- Çavuşgil Köse, B. (2015). *Turizm Perspektifinde Deneyimsel Pazarlamanın Davranışsal Niyetler ve Tatmin Üzerindeki Etkisi: Üçüncü Yaş Grubu Turistler Üzerinde Bir Araştırma*. Doktora Tezi. Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Trakya.
- Çelebi Karakök, E. & Çakmak, A. (2021). “Sinema ve Dizi Filmlerde Kültür ve Mekân Algısının Turizme Etkisi”. *Süleyman Demirel Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi* , (54) , 199-219.
- Çelikkanat, Nazik, ve Güçer, Evren. (2014). “Yerel Halkın Turizme Bakış Açısı: Bodrum İlçesi Örneği.” 15. Ulusal Turizm Kongresi, Kasım 13-16, Ankara, Türkiye.
- Çımat, A. & Bahar, O. (2003). An Assessment Of Tourism Sector And Its Significance In The Turkish Economy . *Akdeniz İİBF Dergisi* , 3 (6) , 1-19 .
- Çoruh, S. (1969). *Genel Turizm Bilgisi*. Ankara: Güven Matbaası.
- Davidson, T. L., (1993). “Strategic Planning: A Comparative Necesing, Travel and Tourism Research Association, Salt Lake City Graduate School of Business, University of Utah., 103-108, Ankara.
- Demirkol, Ş. (1988). *Sosyal Turizm ve Türk Turizmindeki Yeri*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Demunter, C. (2012), Statistics in focus, Industry, trade and services population and social conditions, 1-8, ISSN 1977-0316.
- Denzin, Norman K. And Yvonna S. Lincon, eds. (1994). Introduction: Entering the field of qualitative research. In Handbook of qualitative research, 1-18. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Diedrich, A., & García-Buades, E. (2009). Local Perceptions Of Tourism As Indicators Of Destination Decline. *Tourism Management*, 30(4), 512–521.
- Diekmann, A. Ve McCabe, S. (2015). Turizm Hakları: Sosyal Turizm ve İnsan Haklarına Yansımalar. *Tourism Recreation Research*,40 (2); 194-204 .
- Diekmann, A., McCabe, S. (2011). Systems Of Social Tourism İn The European Union: A Critical Review. *Current Issues In Tourism*, 14 (5), 417-430.

- Diekmann, A., McCabe, S., Minnaert, L. (2012). Social Tourism Today: Stakeholders, Supply And Demand Factors. Social Tourism In Europe: Theory And Practice (S. 35-47). Toronto: Channel View Publications.
- Dinçer Şen, S. (2010). *Turizmin Çevresel Etkileri ve Bir Çözüm Olarak Ekoturizm*. Yüksek Lisans Tezi. Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Ana Bilim Dalı, Mersin.
- Doğan, Hulusi ve Engin Üngüren. (2010). Alanya Halkının Turizme Sosyokültürel Açından Bakışı. E-Journal Of New World Sciences Academy, 5 (4), 396–415.
- Doğanay, H., (2001), Türkiye Turizm Coğrafyası, Çizgi Kitabevi Yayınları, 3. Baskı, Konya.
- Doğaner, S. (2012). “Türkiye Ulaşım Sistemleri Turizm Ve Çevre İlişkileri”. *Coğrafya Dergisi*, 0 (6).
- Doğaner, S., (2001). *Türkiye Turizm Coğrafyası*, Çantay Kitabevi, İstanbul.
- Doxey, G.V. (1975), “A Causation Theory of Visitor-Resident Irritation: Methodology and Research Inference.” (Bildiri). Proceedings of The 6th Annual Conference of the Travel Research Association. Travel Research Association. (195-98). San Diego, C.A.
- Duffield, B. S. (1982). “Tourism: The Measurement Of Economic And Social Impact”, *Tourism Management*, 3(4), 248-255.
- Dumitru, N., Negricea, C. Andslapac, A. (2009). Social Tourism; A Factor In Cultural, Social And Economic Change. Romanian Economic And Business Review, 4(2), 89-94.
- Dyer, P., Gursoy, D., Sharma, B. Ve Carter, J. (2007). Structural Modeling Of Resident Perceptions Of Tourism And Associated Development On The Sunshine Coast, Australia. *Tourism Management*, 28(2), 409-422.
- Emekli, G. (1998). *Bergama'da Turizm ve Sosyo-ekonomik Etkileri*. Yüksek Lisans Tezi. Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Emekli, G. (2001). Bergama'nın Turizm Coğrafyası ve Turizmin Sosyo-Ekonomik Etkileri Bergama Belediyesi Kültür Yayınları, İzmir.
- Emekli, G. (2008). *Bergama'da Turizm ve Sosyo-Ekonomik Etkileri*. Doktora Tezi. Ege Üniversitesi, İzmir.
- Ercan, P.(2014). *Sürdürülebilir Turizm Çerçevesinde Kitle Turizmi Ve Otel Tasarımlarının İrdelenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Esenkal Çözeli, F., Bal, K., Tümen, N., Yaşar, İ., Aydemir, B. (2016). Uluslararası Turizm Anlaşmalarının Dayandığı Uluslararası Temel Belgeler (Sözleşmeler). 15. Geleneksel Turizm Sempozyumu 2016 Bildiri Kitabı. Detay Yayıncılık, Ankara.

- European Economic And Social Comittee (2006). Opinion Of European Economic And Social Comittee On Social Tourism And Europe, Ofiicial Journal Of The European Union, 2006/C, 318/12.
- Eusébio, C., Carneiro, M. J., Kastenholz, E. And Alvelos, H. (2017).Üst Düzey Pazar İçin Sosyal Turizm Programları: Fayda Segmentasyonu Analizi,15 (1); 59-79.
- Evliyaoğlu, S. (1989). Genel Turizm Bilgileri, Gazi Üniversitesi. Mesleki Eğitim Fakültesi, Ankara.
- Evliyaoğlu, S. (1994), Türkiye Turizm Coğrafyası ve Türkiye Coğrafyasının Ana Hatları. Ofset Reprodüksiyon, Ankara.
- Ferrer, J. G., Sanz, M. F., Ferrandis, E. D., McCabe, S., & García, J. S. (2016). Social Tourism And Healthy Ageing. International Journal Of Tourism Research, 18(4), 297-307. <https://doi.org/10.1002/Jtr.2048>
- Ferri, M., Durál, E. And Garcés, J. (2013). Functional Health Benefits For Elderly People Related To Social Tourism Policy Promotion. International Journal Of Multidisciplinary Social Sciences.
- Filiz, A. ve Yılmaz, Ö. Devrim (2017). Turizm Gelişim Yaklaşımları Kapsamında Yerel Halkın Turizme Yönelik Algı ve Tutumları: Mazı KöyüTürkbükü Karşılaştırmalı Analizi. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10, (2) : 1799-1824.
- Flanders Belgium Tourism Netbook (2009). Tourism Flanders & Brussels Holiday Participation Center.
- Fural, Ş. (2016). *Köprü Çayı Havzası'nın Jeomorfolojik Özelliklerinin Morfometrik Yöntemler İle Analizi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Coğrafya Anabilim Dalı, Balıkesir.
- Guba, E. G., & Lincoln, Y. S. (1994). Competing paradigms in qualitative research. Handbook of qualitative research, 2(163-194), 105.
- Gunn, C. A., (1988), Tourism Planning, Second Edition, Taylor and Francis, New York.
- Güçlü, M. (2000). 1964-1950 Yılları Arasında Serik. Serik Belediyesi Kültür Yayınları, Antalya.
- Güdü, Ö. (2011). *Turizmin Sosyal ve Kültürel Olarak Götürülmesinin Turist Rehberleri Tarafından Algılanması: Trabzon'da Bir Uygulama*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Güleryüz, U. (2020). Thomas Cook Şirketi' nin Tarihçesi ve Batışı. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24 (3) , 1433-1445.

- Günel, N. (2001). Turizmin Kırsal Yerleşme Üzerindeki Etkilerine Tipik Bir Örnek: Kadriye (Antalya). *Türk Coğrafya Dergisi*. Sayı: 37. 1-21.
- Gündüz, H. (2017). The Local People's Perception Of Golf Tourism In The Context Of Sustainable Tourism Values: Instance Of Antalya Belek, Master's Thesis, Isparta.
- Güral, M. (1979). *Turizm Ulaştırması*. Ege Üniversitesi İşletme Fakültesi, Aydın Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksek Okulu, Yayın No:2, Aydın.
- Gürdal, M. (1995). *Turizm Ulaştırması*. İzmir: Karınca Matbaası.
- Güzel, Ö. (2011). Türkiye'de İç Turizm Pazarı Analizi ve Pazarı Canlandırmaya yönelik Alternatif Turizm Olanakları, *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8 (16): 127-144.
- Hacıoğlu, N. (1981). Sosyal Turizm. Balıkesir İşletmecilik Yüksek Okulu Ders Notları,6.
- Hall, C. (2000). *Tourism Planning: Policies, Processes and Relationships*. Harlow, UK: Prentice Hall.
- Haulat, A. *Le Tourisme Social*, Bruxles 1964, 17.
- Haulot, A. (1983). International Bureau Of Social Tourism. *Annals Of Tourism Research*, 10(4), 558-560.
- Haulot, A. (1981). Sosyal Turizm: Mevcut Boyutlar ve Gelecekteki Gelişmeler. *Uluslararası Turizm İşletmeciliği Dergisi*, 2 (3); 207-212.
- Hazel, N. (2006). Holidays For Children And Families In Need: An Exploration Of The Research And Policy Context For Social Tourism In The UK. *Children Society*, 19 (3) ;225-236.
- Hjalager, A. (2005). "Innovation in Tourism from a Welfare State Perspective", (<http://dx.doi.org/10.1080/15022250510014282>), *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 5(2), 46-62.
- Hunter-Jones, P. (2011). "The Role of Charities in Social Tourism", *Current Issues in Tourism*, 14(5), 445-458.
- Hunziker, W. Krapf, K. ve AIEST yayınları (1942). *Grundriss der allg., Fremdenverkehrslehre.*, Zürich, 21.
- Hunziker, W. (1951). *Le Tourisme Social*, Bern.
- Hunziker, W. (1951). *Social Tourism: Its Nature And Problems*. Geneva: International Tourists Alliance Scientific Commission.
- Ivanovic, Milena And Khunou Pula Soloman. (2009). What Is Tourism? In Peter Lague (Eds.), *Fresh Perspectives: Tourism Development* 1 (P.1– 25). Web:

- [Http://Books.Google.Com/Books?İd=8rbwymr4vsmc&Pg=PA295&Dq=The+Socio + Cultural+Effect+Of+Tourism](http://Books.Google.Com/Books?İd=8rbwymr4vsmc&Pg=PA295&Dq=The+Socio + Cultural+Effect+Of+Tourism) Adresinden 15 Aralık 2010'da Alınmıştır
- Jenning, G., (2001), Tourism Research, John Willy and Sons Publihing, Millon, Australia.
- Joldesma, T. (2012). Family Holiday Association. Social Touism In Europe: Theory and Practice. Toronto: Channel View Publications, 48-52.
- Kahraman, N. ve Oğuz Türkay (2012), Turizm ve Çevre, 5. Baskı, Detay Yayıncılık, 112-149-184-185.
- Kakoudakis, K. I., Mccabe, S. And Story, V. (2017). Sosyal Turizm Ve Öz Yeterlilik: Turizm Katılımı, İş Arama ve İşsizlik Arasındaki Bağlantıları Keşfetmek. Turizm Araştırmalarının Yıllıkları, 65; 108-121.
- Kanabakan, A. (2013). *Antalya-Serik Bölgesinin Peyzaj Toponimlerinin İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi. Akdeniz Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Antalya.
- Kar, M., Zorkirişçi, E., Yıldırım, M. (2004). Turizmin Ekonomiye Katkısı Üzerine Ampirik Bir Değerlendirme. *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, (8): 87-112.
- Karakaş, A. & Türkseven, Y. Ç. (2022). Turizm Gelirlerinin Milli Gelir Üzerindeki Etkisi: Akdeniz Havzası Ülkeleri İçin Bir Panel Veri Analizi. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 11 (1) , 341-356.
- Karasar, N. (2020). Bilimsel Araştırma Yöntemi (35.Baskı). Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Kassa, C. (2012). The Family Fund. Social Touism In Europe: Theory and Practice (142-144). Toronto: Channel View Publications.
- Kavak, M. (2015). *Edremit Körfezi Kuzey Kıyılarında Yerel Halkın Ekoturizme Yönelik Bilinç Algısı Ve Tutumları*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Müdürlüğü Ortaöğretim Sosyal Alanlar Eğitimi Anabilim Dalı Coğrafya Öğretmenliği Bilim Dalı, Çanakkale.
- Keleş, H. (2021). *Turizmin Yerel Halkın Yaşam Kalitesi, Memnuniyeti ve Turizme Desteği Üzerindeki Etkileri: Manavgat Örneği*. Yayınlanmış Doktora Tezi, Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- King, B., Pizam, A. Ve Milman, A. (1993). "Social İmpacts Of Tourism: Host Perceptions", *Annals Of Tourism Research*, 20(4), 650-665.
- Kılıçlar, A. (2014). 15. Ulusal Engelsiz Turizm Kongresi, 13-16 Kasım 2014, Ankara.
- Kızılırmak, İ., Ertuğral, S. M. (2012). "Sosyal Turizmin Gelişiminde Yerel Yönetimlerin Rolü Ve Yapılan Uygulamalar". *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1 (2), 33-53.
- King, B., Pizam, A. And Milman, A. (1993). Social İmpacts Of Tourism: Host Perceptions. *Annals Of Tourism Research*, 20(4), 650-665.

- Kitina, O., ve Vorontsova, G. (2015). Aging Population and Tourism: Socially Determined Model of Consumer Behavior in the “Senior Tourism” Segment. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 214, 845–851. <http://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.736>.
- Koçer, S., & Gürer, M. (2021). “Film etkili turizm kapsamında TV dizilerinde destinasyon tanıtımı üzerine örnek olay incelemesi”. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(40), 121-137.
- Kozak, M.A. ve Bahçe, S. (2009). Özel İlgi Turizmi. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak, N, Kozak, M. A. Ve Kozak, M. (2000) Genel Turizm İlkeler-Kavramlar. Geliştirilmiş 4. Baskı, Ankara: Turhan Kitabevi.
- Kozak, N. ve Kayar, H. Ç. (2007). Genel Olarak Turizm Kavramı, “Sürdürülebilir Rekabet Avantajı Elde Etmede Sektörel Stratejiler ve Uygulamalar”, İstanbul: Uluslararası Rekabet Araştırmaları Derneği Yayınları, 64-66.
- Kozak, N., Kozak, M. A. Ve Kozak, M. (2010). Genel Turizm: İlkeler ve Kavramlar. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak, N., Kozak, M. A., & Kozak, M. (2009). *Genel Turizm*. (8. Baskı), Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak, N., Kozak, M. A., & Kozak, M. (2014). *Genel Turizm*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak, N., Kozak, M. A., & Kozak, M. (2019). *Genel Turizm İlkeler-Kavramlar*. (Yenilenmiş 21. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kurtuluş, K. (2004), *Pazarlama Araştırmaları*. İstanbul: Literatür Yayınları.
- Küyük, E.F. (2012). *Sosyal Turizmin Desteklenmesiyle Turizmde Mevsimselliğin Azaltılması: İspanya Örneği*. Uzmanlık Tezi. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı İstanbul Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü.
- Lai, C., Li, X. ve Harrill, R. (2013). “Chinese Outbound Tourists’ Perceived Constraints to Visiting the United States”, *Tourism Management*, No: 37, s. 136-146.
- Lindberg, K. Ve Johnson, R. (1997). “Modeling Resident Attitudes Toward Tourism”, *Annals Of Tourism Research*, 24(2), 402-424.
- Liu, J. C., Sheldon, P. J., & Var, T. (1987). Resident perception of the environmental impacts of tourism. *Annals Of Tourism Research*, 14(1), 17-37.
- Lynn, M., Robert, M. Ve Graham, M. (2006). Sosyal Turizm ve Etik Temelleri. *Tourism Culture & Communication*, 7 (1).
- Macmahon, T. (2012). The Sunshine Fund. Social Tourism In Europe: Theory And Practice (S. 104-107). Toronto: Channel View Publications.

- Mccabe, S. Joldersma, T. Ve Li, C. (2010). Understanding The Benefits Of Social Tourism: Linking Participation To Subjective Well-Being And Quality Of Life. *International Journal Of Tourism Research*.
- Mccabe, S. (2009). Who Needs A Holiday? Evaluating Social Tourism. *Annals Of Tourism Research*, 36 (4) ; 667-688.
- Mccabe, S. (2015). Is The UK Being Left Behind? Current Trends İn Social Tourism İn Europe And Beyond, Commissioned By Family Holiday Association. UK: Laurance Paper Co.
- Mccabe, S. Ve Diekmann, A. (2015). “Turizm Hakları: Sosyal Turizm Ve İnsan Haklarına Yansımalar”. *Turizm Rekreasyon Araştırması*, 194-204.
- Mccabe, S., Minnaert, L. And Diekmann, A.(2012). Social Tourism İn Europe: Theory And Practice. Channel View Publications.
- Mccabe, S. Ve Johnson, S.(2013). Turizmde Mutluluk Faktörü: Subjektif Refah Ve Sosyal Turizm. *Turizm Araştırmalarının Yıllıkları* ,41; 42-65.
- Medlik, S. (2003), Dictionary Of Travel, Tourism & Hospitality, Butterworth-Heinemann, Oxford.
- Merriam, S. B. (2018). *Nitel Araştırma Desen ve Uygulama İçin Bir Rehber (Translator: Selahattin Turan)*. Ankara: Atlas Akademik Basım Yayın Dağıtım.
- Milne, S. & Ateljevğc, I. (2001), “Tourism Economic Development And The Global-Local Nexus: Theory Embracing Complexity”. *Tourism Geographies* 3 (4), Pp. 369-393.
- Minnaert, L., Maitland, R. ve Miller, G. (2006). “Social Tourism and Its Ethical Foundations”, (<http://www.wmin.ac.uk/westminsterresearch>), *Tourism, Culture and Communication*, 7(12), 7-17.
- Minnaert, L., Maitland, R. ve Miller, G. (2011). “What is Social Tourism”, (<http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13683500.2011.568051>), *Current Issues in Tourism*, 14:5, 403-415.
- Minnaert, L., Diekmann, A. Andmccabe, S. (2012). Defining Social Tourism And Its Historical Context. In L. Minnaert, A. Diekmann, Ands. McCabe, Social Tourism İn Europe; Theory And Practice (18-30). Bristol, UK: Channel View Publications.
- Minnaert, L. (2012). “Plansız Öğrenme ve Davranış Değişimi İçin Fırsat Olarak Sosyal Turizm”. *Seyahat Araştırmaları Dergisi*, 51 (5);607-616.
- Minnaert, L. ve Schapmans, M. (2009). Tourism as a Form of Social Intervention: The Holiday Participation Center in Flanders. *Journal of Social Intervention*. 18(3), 42-61.
- Minnaert, L. (2014). Sosyal Turizm Katılımı: Turizm Deneyimsizliği ve Belirsizliğin Rolü. *Turizm Yönetimi*,40; 282-289.

- Minnaert, L., Diekmann, A., McCabe, S. (2012). Defining Social Tourism And Its Historical Context. *Social Tourism In Europe: Theory And Practice* (S. 18-30). Toronto: Channel View Publications.
- Minnaert, L., Maitland, R. ve Miller, G. (2007). "Social Tourism and its Ethical Foundations". *Tourism Culture & Communication*. 7, 7-17.
- Minnaert, L., Maitland, R. ve Miller, G. (2009a). "Tourism and Social Policy, The Value of Social Tourism". *Current Issues in Tourism*. 36(2), 316-334.
- Minnaert, L., Maitland, R. and Miller, G. (2011). "What is Social Tourism?". *Current Issues in Tourism*. 14(5), 403-415.
- Minnaert, L., Maitland, R., Miller, G. (2006). Social Tourism And Its Ethical Foundations *Tourism, Culture And Communication*, 7 (12), 7-17.
- Minnaert, L., Stacey, J., Quinn, B. ve Griffin, K. (2010). "Social Tourism for Low-Income Groups: Benefits in UK and Irish Context". *Tourism and Inequality*. (126- 143). Wallingford: CABI.
- Minnaert, L., Maitland, R. & Miller, G. (2009). "Tourism And Social Policy: The Value Of Social Tourism". *Annals Of Tourism Research*, 36 (2), 316-334.
- Morgan, N., Pritchard, A. Ve Sedgley, D. (2015). Social Tourism And Well-Being In Later Life. *Annals Of Tourism Research*, 52; 1-15.
- Murphy, P. E. (1985). *Tourism. A Community Approach*. New York-London: Methuen.
- Neuman, W. L. (2012). *Toplumsal Araştırma Yöntemleri Nitel ve Nicel Yaklaşımlar* (S. Özge, Trans.). İstanbul: Yayınodası Yayıncılık.
- Neuman, W. L. (2020). *Toplumsal Araştırma Yöntemleri Nitel ve Nicel Yaklaşımlar* (Akkaya, Ö. Trans.), Sekizinci yayın, Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Olalı, H. (1969). *Turizm Pazarlaması*, İzmir, 79.
- Olalı, H. (1984). *Turizm Dersleri*, İzmir, 53.
- Olalı, H. ve Timur, A. (1986). *Turizmin Türk Ekonomisindeki Yeri*. İzmir: Ofis Matbaacılık.
- Olalı, H. ve Timur, A. (1988). *Turizm Ekonomisi*. İzmir: Ofset Matbaacılık San. Ltd. Şti.
- Olalı, H., (1990), *Turizm Politikası ve Planlaması*, İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayın No: 228, Yön Ajans, İstanbul.
- Önal, Y. B., Düzakın, E. Ve Çiftçi, H. (2006). *Ekonomik Büyümenin Yükselen Değeri Turizm ve Türkiye Ekonomisine Etkisinin Analizi* (4. Baskı). İstanbul: Kara Yayınları.
- Özbay, G. ve Çekin, A. (2020). "Turizm, Ulaşım ve Sosyal Medya Etkileşimi: Doğu Ekspresi Ve Kars'taki Konaklama İşletmelerine Yönelik Bir Araştırma". *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(1), 327-344.

- Özdemir, M. A. Ve Kervankıran, İ. (2011). “Turizm Ve Turizmin Etkileri Konusunda Yerel Halkın Yaklaşımlarının Belirlenmesi: Afyonkarahisar Örneği”. *Marmara Coğrafya Dergisi*, 24, 1-25.
- Özgüç, N. (2007) *Turizm Coğrafyası Özellikler ve Bölgeler*. İstanbul: Çantay Kitabevi.
- Özhan Öztürk, G. (2022). *Yerel Halkın Turizm Gelişimine Yönelik Algıları: Mardin Süryani Topluluğu Örneği*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi. Batman Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Batman.
- Öztaş, K. (2002). *Turizm Ekonomisi Genel Turizm Bilgileri*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Öztürk, Y. & Yazıcıolu, İ.(2002). Gelişmekte Olan Ülkeler İçin Alternatif Turizm Faaliyetleri Üzerine Teorik Bir Çalışma. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi* (1-14).
- Pamelard, C. (2009). L'adaptation des moyens de transport pour un tourisme durable: le concept d'écomobilité. M1 Aménagement, urbanisme et développement touristique durables.
- Pancar, Z. B. & Gökce, D. (2022). Hidro - Meteorolojik Karakterli Afet Riski Bulunan Alanlardaki Mevcut Mekânsal Planlama Kararları: Serik (Antalya) Örneği. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 13 (2) , 229-245.
- Pizam, A. (1978). “Tourism's impacts: The social costs to the destination community as perceived by its residents”, *Journal of Travel Research*, 16(4), 8-12.
- R. McIntosh, S. Gupta, (1980). *Tourism : Principles, Practices, Philosophies*, Grid Inc., 3rd. Ed., USA.
- Sargın, K. (2019). *Kültürel Coğrafya Açısından Karahacılı Yörükleri: Serik Örneği*. Yüksek Lisans Tezi. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Sarı Çallı, D. (2015). “Turizm Yazınında Teorik Çerçeve Yaşanan Tartışmalar ve Turizmoloji Üzerine Nitel Bir Değerlendirme”. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7 (1) , 135-142.
- Sarı, C. (2007). *Antalya'nın Alternatif Turizm Kaynakları ve Planlaması*. Doktora Tezi. Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Sarı, C., Çakır, G. & Doğan, B. (2022). “Sosyal Turizm Unutuluyor, Turizmin Tek Amacı Döviz Kazanmak Mıdır?”. *Socrates Journal of Interdisciplinary Social Studies*, 8 (24), 20-37.
- Sarı, Y., Kılıçlar, A. ve Seçilmiş, C. (2011). “Yüksek Hızlı Tren (YHT) Yolcularının Kişisel Değişkenler Açısından Memnuniyet Algılamalarının Değerlendirilmesi”. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 22(2), 127-138.
- Saveriades, A. (2000). “Kıbrıs Cumhuriyeti'nin Doğu Kıyısındaki Turizm Beldeleri İçin Sosyal Turizm Taşıma Kapasitesinin Oluşturulması”, 21(2); 147-156.

- Schwarz, J. (1976). *Dynamique du Tourisme et Marketing*, These, Aiz- Marseille.
- Sekaran, U. (2003). *Research Methots For Business: A Skill Building Approach*, (4th.Ed.), New York: Jonh Wiley & Sons.
- Sezer, İ. (2013). Turistik Fonksiyonları ve Yat Turizmine Etkileri Açısından Didim Yat Limanı (D-Marin Didim) . *Doğu Coğrafya Dergisi*, 17 (28) , 103-124.
- Soler, J., Diaz, M. And Vera, P. (2018). The Accessible Social Tourism: A New Tourist Model. *Cuadernos De Turismo*, 41, 139-155.
- Solmaz, S.A. (2019). “Turizmin Doğuşu: Sosyolojik Bir Olgu Olarak Turizm Nasıltortaya Çıktı?”. *Journal Of Social Humanitiesand Administrative Sciences*, 5(19),867-882.
- Somuncu, M. “İklim Değişikliği Türkiye Turizmi için Bir Tehdit mi, Bir Fırsat mı?” TÜCAUM 30. Yıl Uluslararası Coğrafya Sempozyumu, 3-6 Ekim 2018, Ankara.
- Sonuç, N. (2016). *Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Sosyal Turizm-İzmir Örneği*. Doktora Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Sonuç, N. ve Oral, S. (2017). Sosyal Turizm Gelişimine Sürdürülebilir Bir Yaklaşım: İzmir Kenti Örneği. *Turizm Teori ve Araştırma Dergisi*, 25-42.
- Soykan, F., 2003, Coğrafi Çevrenin Turizm Amaçlı Değerlendirilmesinde Turizm Potansiyelini Saptamanın Önemi, Coğrafi Çevre Koruma ve Turizm Sempozyumu, Ege Üniversitesi Edebiyat Fak. Yayın, İzmir.
- Sümer, G. (2010). *Avrupa Birliği Turizm Politikaları Çerçevesinde Gelişen Sosyal Turizmin İstihdama ve Ekonomik Kalkınmaya Katkısı*. Uzmanlık Tezi, Kültür ve Turizm Bakanlığı Tanıtma Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Şahin, M.T. (2018). *Bilgi Yoğun İş Hizmetlerinin Yer Seçim Tercihleri Ve İnovasyon Dinamikleri: Ankara Metropol Kenti Örneği*. Doktora Tezi. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Ankara.
- Şentürk, B. (2019). *Edremit İlçesi Yerel Halkının Turizm Gelişimine Yönelik Algısı*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm Öğretmenliği Anabilim Dalı.
- Şişman, E.E., Özyavuz, M. Ve Gültürk, P. (2019). Turizm ve Rekreatyonel Tercihlerin Demografik Yapıya Göre Değişiminin Tekirdağ Örneğinde İncelenmesi. *Bartın Orman Fakultesi Dergisi*, 21(3): 589-596.
- Şit, M. (2016). Türkiye’de Turizm Sektörünün İstihdama Katkısı. *Akademik Yaklaşımlar Dergisi*, 7 (1) , 101-117.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2013). *Using Multivariate Statistics* (6th ed.). Boston, MA: Pearson.

- Tashakkori, A., Teddlie, C., & Teddlie, C. B. (1998). Mixed methodology: Combining qualitative and quantitative approaches (Vol. 46). sage.
- Taştan, H., & Kızılırmak, İ., (2019). Turizm Çeşitleri ve Şekilleri. Kavramlar ve Örneklerle Genel Turizm (27-51), Ankara: Detay Yayıncılık.
- Tekeli, H., (2001), Turizm Pazarlaması ve Planlaması, Detay Yayınevi, 4. Baskı, Ankara.
- Theobald, W. F. (2005). The Meaning, Scope, And Measurement Of Travel And Tourism. W. F. Theobald (Ed.) Global Tourism İçinde, (S.23-48). Elsevier Science, Burlington, MA.
- Toskay, T., (1983). *Turizm: Turizm Olayına Genel Yaklaşım*. İstanbul: Der Yayıncılık.
- Tunç, A. & Saç, F. (2008). *Genel Turizm Gelişimi ve Geleceği*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Tunç, A. ve Saç, F. (1998). Genel Turizm, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Uçar, Nazlı. (2010). *Turizmin Kırsal Alana Etkisi: Gökçeada Örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Uğurlu, K. Ve Ar, H. (2014). Engelli Bireylerin Ve Ailelerin Sorunlarının Tespit Edilememesinin Sosyal Turizm Projelerine Engel Teşkil Etmesi: Kırklareli İli Örneği Presented At The 15th National Tourism Conference2014, Ankara, Turkey.
- Usta, Ö. (1982), Sosyal Turizm. İzmir: Yaşar Eğitim ve Kültür Vakfı Yayınları, No:12.
- Usta, Ö. (2008). *Turizm- Genel Ve Yapısal Yaklaşım*. (1. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Usta, Ö. (2014). *Turizm Genel ve Yapısal Yaklaşım*. (4. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Uzunsakal, E., ve Yıldız, D. (2018). “Alan Araştırmalarında Güvenilirlik Testlerinin Karşılaştırılması ve Tarımsal Veriler Üzerine Bir Uygulama”. *Uygulamalı Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(1):14-28.
- Ülker, İ. (1992). Dağ Turizmi: Planlama Yöntemleri, Yüksek Dağlarımız, Kayak Merkezi. Ankara: T.C. Turizm Bakanlığı.
- Ülker, İ. (2006). Dağlarımız: Dağ Sporları ve Dağ Turizmi. Kayak Merkezi. Ankara: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı.
- Ünlüönen, K. (2014). 15. Ulusal Engelsiz Turizm Kongresi, 13-16 Kasım 2014, Ankara.
- Yapar Saçık, S. Akar, G. Gülmez, Z. (20119). “Turizm Gelirlerinin Cari İşlemler Dengesi Üzerindeki Etkisi: Türkiye Örneği”. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (42): 303-316.
- Yayar, R. ve Demir, Y. (2014). Türkiye’de Sürdürülebilir Cari Açık. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 7 (1), 118-148.
- Yıldırım, S. (1997). Üçüncü Yaş Turizmi ve Bunun Türkiye Açısından Değerlendirilmesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, (1-2), 77-81.

- Yılmaz, Y. (1984). *Sosyal Turizm ve Türkiye*. Yüksek Lisans Tezi. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Ankara.
- Yiğit, F. , Güven, E.Ö. , Yılmaz, A. & Temizkan, V. (2021). “Turizmin Sosyo-Ekonomik Etkilerinin Girişimcilerin Turizm Algısına Etkisi”. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9 (2), 744-771.
- Yüksel, A., Yanık, A. ve Ayazlar, R. (2015). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Seçkin Yayınevi, 1. Baskı, Ankara.
- Zan, P. (2012). Polish Tourist Country-Lovers’ Society (PTTK). “*Social Tourism In Europe: Theory and Practice*”. (122-125). Toronto: Channel View Publications.

İnternet Kaynakları

- Demir, E.Ö. 2012. Sosyal Turizm. Erişim: http://www.turizmdebusabah.com/yazar_detayhaber_No~59862~f~sosyal_turizm.htm, (Erişim Tarihi: 15.04.2012).
- <file:///c:/users/gmzck/downloads/sosyal%20politikaya%20giri%c5%9f%20ders%20notu%20.pdf> (Erişim Tarihi: 31.12.2022).
- http://egitek.meb.gov.tr/aok/aok_kitaplar/AolKitaplar/Turizm_1/5.pdf, (Erişim Tarihi: 26.04.2012).
- <http://www.campion.northants.sch.uk/40/school-news/article/537/ski-trip-austria-2023> (Erişim Tarihi: 04.03.2023).
- <http://www.eufed.org/about-eufed> (Erişim Tarihi: 31.12.2022).
- <http://www.eufed.org/contacts/european-youth-hostel-associations> (Erişim Tarihi: 31.12.2022).
- http://www.serik.bel.tr/index.php?option=com_content&view=article&id=16&Itemid=80 (Erişim Tarihi: 29.01.2023).
- <http://www.serik.gov.tr/serik-doga> (Erişim Tarihi: 12.03.2023).
- <http://www.serik.gov.tr/serik-turizm> (Erişim Tarihi: 01.04.2023).
- http://www.swissinfo.ch/eng/society/sport-and-education_swiss-schools-stand-by-their-ski-camps/45489090 (Erişim Tarihi: 04.03.2023).
- <https://antalya.mgm.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 18.01.2023).
- <https://avys.omu.edu.tr/storage/app/public/ayse.atar/131822/Destinasyon%20Tan%C4%B1m%C4%B1%20ve%20%C3%96zellikleri%201.%20Hafta.pptx> (Erişim Tarihi: 11.12.2022).
- https://bigpara.hurriyet.com.tr/haberler/ekonomihaberleri/2019-yili-dis-ticaret-verileri-aciklandi_ID145 (Erişim Tarihi: 30.11.2022).
- <https://centresocialgerardphilipe.fr/lenfance/> (Erişim Tarihi: 26.01.2023).

<https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Dunya-Nufus-Gunu-2022-45552> (Erişim Tarihi: 24.02.2023).

<https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.RCPT.CD>

<https://degisimicinbagis.org/sosyal-yatirim-modelleri-ve-girisimcilik-filantropisi/#:~:text=sosyal%20yat%4%b1r%4%b1m%2c%20sosyal%20etki%20ve,olan%20i%5%9f%20modellerinin%20finansman%4%b1nda%20kullan%4%b1l%4%b1yor.> (Erişim Tarihi:08.01.2023).

<https://destinet.eu/who-who/civil-society-ngos/ecotrans/membership/ecotrans-members/european-union-federation-youth-hostel> (Erişim Tarihi:31.12.2022).

<https://familyholidaycharity.org.uk/> (Erişim Tarihi:29.01.2023).

https://fr-m-wikipedia-org.translate.google.com/wiki/ch%3%a8que-vacances?xtrsl=fr&_x_tr_tl=tr&_x_tr_hl=tr&_x_tr_pto=sc(Erişim Tarihi:07.01.2023)

https://isto.international/isto_members/agence-nationale-pour-les-cheques-vacances-ancv/ (Erişim Tarihi:04.01.2023)

<https://multinet.com.tr/blog/insan-kaynaklari/ucretli-izin-nedir-yillik-ucretli-izin-yonetmeligi>(Erişim Tarihi:31.01.2023).

<https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/a1887a07-91be-4ac5-b190-6360523180bc/language-tr/format-PDF> (Erişim Tarihi:22.02.2023).

<https://samsun.bel.tr/haberler/bu-kampta-hayat-var>(Erişim Tarihi: 12.03.2023).

<https://samsun.bel.tr/haberler/down-sendromlu-cocuklar-icin-en-eglenceli-kamp#images-8> (Erişim Tarihi:12.03.2023).

<https://sozluk.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 26.11.2022).

https://summary_report_final_en.pdf (Erişim Tarihi:22.02.2023).

[https://tr.euronews.com/2022/05/26/oecd-turkiye-haftada-60-saatten-fazla-cal-san-kisi-oran-en-fazla-olanulke#:~:text=haftal%4%b1k%20ortalama%20%3%a7al%4%b1%5%9fma%20saati%20\(2020\)&text=zirvedeki%20kolombiya'da%20ise%20bu,'da%2029%2c5%20saat.](https://tr.euronews.com/2022/05/26/oecd-turkiye-haftada-60-saatten-fazla-cal-san-kisi-oran-en-fazla-olanulke#:~:text=haftal%4%b1k%20ortalama%20%3%a7al%4%b1%5%9fma%20saati%20(2020)&text=zirvedeki%20kolombiya'da%20ise%20bu,'da%2029%2c5%20saat.) (Erişim Tarihi: 20.12.2022).

<https://tr.euronews.com/2022/05/26/oecd-turkiye-haftada-60-saatten-fazla-cal-san-kisi-oran-en-fazla-olan-ulke> (Erişim Tarihi: 20.12.2022).

<https://tr.euronews.com/2022/09/06/turkiyede-kisi-basina-dusen-milli-gelir-kac-dolar-yillar-icinde-nasil-degisti> (Erişim Tarihi:29.01.2023).

https://www.accessibletourism.org/?i=enat.en.enat_projects_and_good_practices.1311 (Erişim Tarihi:27.02.2023).

- https://www.accessibletourism.org/?i=enat.en.enat_projects_and_good_practices (Erişim Tarihi:12.03.2023).
- https://www.aile.gov.tr/media/89041/yasli_nufus_istatistik_bulteni.pdf (Erişim Tarihi:24.02.2023).
- <https://www.alternatifmagaza.com/product-category/mutfaktan/> (Erişim Tarihi:30.01.2023).
- <https://www.amisoshaber.com/samsun-haberleri/bu-kampta-hayat-var/25557/> (Erişim Tarihi:12.03.2023).
- <https://www.ancv.com/les-aides-aux-projets-vacances-apv> (erişim tarihi:04.01.2023)
- <https://www.astoi.com/soci/happy-age.html>(Erişim Tarihi:12.03.2023).
- <https://www.bingol.edu.tr/media/204988/sayt-bolum8-sosyolojide-nicel-ve-nitel-arastirma-yontemleri.pdf> (Erişim Tarihi:31.02.2023).
- <https://www.coe.int/en/web/cultural-routes/-/international-social-tourism-organization-isto>(Erişim Tarihi:26.01.2023).
- <https://www.facebook.com/photo/?fbid=720045633041183&set=pb.100051072593784.-2207520000> (Erişim Tarihi:12.03.2023).
- <https://www.familyfund.org.uk/blog/logans-story> (Erişim Tarihi:31.12.2022).
- <https://www.familyfund.org.uk/blog/xenas-story> (Erişim Tarihi:31.12.2022).
- <https://www.fibabanka.com.tr/docs/default-source/basin-bultenleri/2022/tu-rsab-fibabanka-tatil-kredisiecd210d2-1937-4b41-815b-2268d42886da.pdf?sfvrsn=a06499247>(erişim tarihi:29.01.2023).
- <https://www.haberturk.com/ekonomi/turizm/haber/1059995-2015-yili-ramazan-kurban-bayrami-ve-resmi-tatil-gunleri-belli-oldu> (erişim tarihi:30.12.2022).
- <https://www.happyage.it/>(Erişim Tarihi:12.03.2023).
- <https://www.harita.gov.tr/il-ve-ilce-yuzolcumleri> (Erişim Tarihi:31.12.2022).
- <https://www.hurriyet.com.tr/yazarlar/yalcin-bayer/iste-bir-sosyal-devlet-uygulamasi-42158836#:~:text=h%c3%bck%c3%bcmetin%20ımserso%20program%c4%b1%20ka psam%c4%b1nda%20otellerle,emekliler%20116%20euro'ya%20kullanabiliyor.> (Erişim Tarihi:28.12.2022).
- https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---europe/---ro-geneva/---ilo-ankara/documents/publication/wcms_412382.pdf (Erişim Tarihi:1.01.2023).
- [https://www.inatel.pt/fundacao/inatel-\(2\)/fundacao.aspx](https://www.inatel.pt/fundacao/inatel-(2)/fundacao.aspx) (Erişim Tarihi:19.01.2023).
- https://www.isto.international/isto_members/happy-age/ (Erişim Tarihi:12.03.2023).
- https://www.kasgezirehberi.com/nm-d%c3%bc%c5%9fler_akademisi-cp-815 (Erişim Tarihi:12.01.2023).

- <https://www.lefigaro.fr/flash-eco/les-cheques-vacances-seront-totalement-dematerialises-debut-2020-20190326> (Erişim Tarihi:07.01.2023).
- <https://www.matso.org.tr/haberler/manavgatin-turizm-geliri-28-ulkeden-fazla.html> (Erişim Tarihi:18.11.2022).
- https://www.ntv.com.tr/galeri/seyahat/antalyada-denize-sifir-bedava-tatil-cardak-beach,YN7szFL_aUu36-d4YOLlag/vurhqh4AsUW1EUra6Us6cw (Erişim Tarihi: 01.04.2023).
- https://www.pttk.pl/images/pdf_uchwaly/odznakiwszystkie/regulamin_zimowej_odznaki_gorkiej_cotg.pdf (Erişim Tarihi:26.01.2023).
- <https://www.pttk.pl/o-nas/o-nas-o-pttk/o-nas-o-pttk-kim-jestesmy.html> (Erişim Tarihi: 03.01.2023).
- <https://www.savatou.fr/45-outils-de-communication> (Erişim Tarihi:26.01.2023)
- <https://www.savatou.fr/8-comment-adherer-a-savatou>(Erişim Tarihi:26.01.2023).
- <https://www.savatou.fr/categorie/18-voyages-organises> (Erişim Tarihi:26.01.2023).
- <https://www.serged.org/post/1-seri-k-i-n-tari-h%C3%A7e> (Erişim Tarihi:27.03.2023).
- <https://www.sunshinefund.ie/about-the-sunshine-fund/awards/>(Erişim Tarihi:28.02.2023).
- <https://www.sunshinefund.ie/about-the-sunshine-fund/history/>(Erişim Tarihi:28.02.2023).
- <https://www.sunshinefund.ie/wp-content/uploads/2012/04/facilities3.jpg> (Erişim Tarihi: 28.02.2023).
- <https://www.tdk.gov.tr/>(Erişim Tarihi:29.12.2022).
- <https://www.tuik.gov.tr/>(Erişim Tarihi:18.11.2022).
- <https://www.turizmebakis.com/sosyal-turizm/> (Erişim Tarihi:11.01.2023)
- <https://www.turizmgazetesi.com/haber/ispanya-da-yabanciya-tatil-300-kendi-emeklisine-116-avro/83601> (Erişim Tarihi:28.12.2022).
- <https://www.turizmguncel.com/haber/erken-rezervasyon-donemi-resmen-basladi-hedef-2-milyon-tatilci-h8605.html> (Erişim Tarihi:03.01.2023).
- <https://www.turizmgunlugu.com/2018/03/19/turizmde-trendler-degisiyor/> (Erişim Tarihi: 30.12.2022).
- <https://www.turizminsesi.com/haber/ogretmenlere-tatil-firsati-5695.htm> (06.03.2023).
- <https://www.tursab.org.tr/apps//images/content/22428e80-f9f4-414d-8483-3fe2ce1b14b7-thumb.jpg>(Erişim Tarihi:29.01.2023).
- <https://www.tursab.org.tr/assets/pdf/tursab-akademi/e-egitim/konu-ozetleri/unite-10.pdf>
- <https://www.tursab.org.tr/assets/pdf/tursab-akademi/e-egitim/konu-ozetleri/unite-08.pdf> (Erişim Tarihi:11.12.2022).

<https://www.tursab.org.tr/istatistikler-icerik/dis-ticaret-aciklarinin-kapatmada-payi> (Erişim Tarihi:30.11.2022).

<https://www.youtube.com/watch?v=JvKXbAccq8Q> (Erişim Tarihi:30.01.2023).

<https://www.youtube.com/watch?v=Vt2zT9iGSos> (Erişim Tarihi:24.02.2023).

www.ecalypso.eu (Erişim Tarihi:27.02.2023).

www.socialtourismworldcongress.org (Erişim Tarihi:12.03.2023).

www.sowell-project.eu/ (Erişim Tarihi:27.02.2023).

www.unwto.org (Erişim Tarihi: 20.12.2022).

Raporlar

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

BITS (1996). Montreal Declaration, <http://www.oits-isto.org/oits/public/section.jsf?id=44>.

BITS, Montreal Declaration and Aubagne Addendum, declaration-eng.pdf.

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

European Commission Enterprise and Industry Directorate-General, 2014.

Flanders Belgium Tourism Notebook, 2009.

Guignand, A. “Aile Tatilleri- Sosyal Tatiller” Sosyal Turizm Meseleleri, Turizm Tanıtma Bakanlığı ve Turizm Genel Müdürlüğü sayı 23: 5.

International Social Tourism Organisation And European Commission. (2014). Senior Tourism in the EU: a Growing Market - Partnership and Cooperation with South America, 8th October 2014, Report of the Workshop. SESC Consolação, São Paulo. <http://oitsisto.org/oits/files/resources/198.pdf> adresinden 24.12.2016 tarihinde alındı.

ISTO (1996). <https://isto.international/who-we-are/>.

ISTO (2003). Statutes, Brussels: ISTO.

Kültür ve Turizm Bakanlığı (2012). Türkiye’de Kültür ve Turizm Verileri 2002-2011. Ankara. Official Journal of the European Union, Opinion of the European Economic and Social Committee on Social tourism in Europe (23.11.2006).

T.C. Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Düünden Bugüne Antalya Kitabı, 2012: 444.

T.C. Turizm Bankası A.Ş. Genel Müdürlüğü, 1983 Yılı Tatil Kredisi Uygulama İlkeleri, Ankara, 1982:1.

T.C. Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı. Ulaşan ve Erişen Türkiye (2002-2022) Karayolu Sektör Raporu.<https://www.uab.gov.tr/uploads/pages/karayolu/01-sektor-raporlari-karayolu.pdf>. (Erişim Tarihi:13.01.2023).

- T.C. Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı, Antalya Serik Mevcut Durum Analizi,2021.
- TOBB Turizm Ekonomik ve Sosyal Sorunlar-Çözüm Öneriler Dizisi 2, 1991, 1.
- Turizm Araştırması Raporu, Türkiye Sınai Kankınma Bankası A.Ş. Yayınlarından No:3, İstanbul, 1972:115.
- Turizm Bakanlığı Yatırımlar Genel Müdürlüğü. (1993). Sosyal Turizm Araştırması. Ank ara.
- Türkiye Cumhuriyeti Devlet Demiryolları İşletmesi Genel Müdürlüğü. (2017). Demiryolu Sektör Raporu 2016.
- TÜROFED (Türkiye Otelciler Federasyonu) Turizm Raporu 2019/1. https://www.turofed.org.tr/_files/_pdf/BULTEN/turofed-turizm-bulteni-temmuz2019.pdf (Erişim Tarihi:11.03.2023).
- United Nations Department of Economic and Social Affairs Population Division (2013), World Population Ageing Report 2013, New York.
- Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı, 1973-1977.

EK 1 - Serik (Antalya) İlçesinde Yerel Halkın Sosyal Turizmine Karşı Tutumlarına Yönelik Anket Formu

SERİK (ANTALYA) İLÇESİNDE YEREL HALKIN SOSYAL TURİZMİNE KARŞI TUTUMLARI ANKET FORMU

Değerli Katılımcı;

Bu çalışma; Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Coğrafya Anabilim Dalı Tezli Yüksek Lisans Programı Öğrencisi Gamze ÇAKIR'ın **Serik İlçesinde Yerel Halkın Sosyal Turizmine Karşı Tutumları'nın** belirlenmesi amacıyla Prof Dr Cemali SARI danışmanlığında yapılmaktadır. Ankette bulunan sorulara vereceğiniz cevaplar saklı tutulacak ve tamamen bilimsel amaçlı olarak kullanılacaktır. Görüşme sonuçlarının sağlıklı olabilmesi için soruları samimi ve doğru olarak yanıtlamanız önem taşımaktadır. İlgi ve yardımlarınız için teşekkür ederim.

Çalışmanın sonuçları hakkında e mail adreslerinden bilgi alabilirsiniz.

Araştırmacı:

Gamze ÇAKIR

Akdeniz Üniversitesi,

Sosyal Bilimler Enstitüsü, Coğrafya Anabilim Dalı

Danışman:

Prof. Dr. Cemali SARI

Akdeniz Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Coğrafya Bölümü,

(Görüşme sorularına geçilmeden önce sosyal turizm kavramı açıklanmıştır)

BİRİNCİ BÖLÜM: DEMOGRAFİK ÖZELLİKLER

1. Cinsiyetiniz nedir?

☐ Kadın ☐ Erkek ☐ Belirtmek istemiyorum

2. Yaşınız?

☐ 18 -23 ☐ 24-29 ☐ 30-35 ☐ 36-41 ☐ 42 ve46 ☐ 47-52
☐ 53-58 ☐ 59-64 ☐ 65 ve üzeri

3. Eğitim Durumunuz? (En son mezun olduğunuz okulu işaretleyiniz.)

☐ İlköğretim ☐ Ortaöğretim ☐ Lise ☐ Ön Lisans ☐ Lisans
☐ Yüksek Lisans ☐ Doktora

4. Medeni Durumunuz?

☐ Evli ☐ Bekâr ☐ Boşanmış

5. Aylık geliriniz?

☐ Gelirim yok ☐ 3.500-5.000 TL arası ☐ 5.001-7.500 TL arası ☐ 7.501-10.000 TL arası
☐ 10.001-12.500 TL arası ☐ 12.500-15.000 TL arası ☐ 15.001 ve üzeri

6. Sahip olduğunuz çocuk sayısını işaretler misiniz?

☐ Çocuğum yok ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ve üzeri

7. Mesleğiniz?

☐ Çiftçi ☐ Esnaf ☐ Memur ☐ Ev hanımı ☐ Emekli ☐ İşçi

☐ Diğer (Lütfen belirtiniz).....

8. Doğum yeriniz?.....
9. Kaç yıldır Serik ilçesinde yaşıyorsunuz?.....

İKİNCİ BÖLÜM: YEREL HALKIN TATİLE İLGİLİ TUTUMLARI

10. 2022 yılı ve daha önceki yıllarda tatil yapma fırsatınız oldu mu? (Cevabınız evet ise 12. Sorudan lütfen devam ediniz. Cevabınız hayır ise 11. Soruyu cevaplayınız. Ardından 3. Bölüme Geçiniz)
- ()Evet ()Hayır

11. 2022 yılı ve daha önceki yıllarda tatile gidememe nedenleriniz nelerdir? Aşağıdaki soruların yanında bulunan kutucuklardan size uygun olanını “(X)” olarak işaretleyiniz. (Seçenekler; Kesinlikle Katılıyorum, Katılıyorum, Kararsızım, Katılmıyorum, Kesinlikle Katılmıyorum)

	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
1. Sosyal ortamlarda mutlu olmamak					
2. Yeterli miktarda paranın olmaması					
3. Tatil alışkanlığının olmaması					
4. Program zamanlarının uygun olmaması					
5. Sağlık problemleri					
6. Eve yakın imkânların olmaması					
7. Ulaşımın zaman alması					
8. İş/çalışma zamanının yoğun olması					
9. Arabamın olmaması					
10. Beraber katılacak kimsenin olmaması					
11. Aile için zaman ayırmak zorunda olmak					
12. Kendini güvende hissetmemek					
13. Yorgunluk hissi vermesi					
14. Tesislerin kalabalık olması					
15. Sunulan hizmetleri beğenmemek					
16. Destinasyonları Bilmemek*					
17. Ne Yapılması Gerektiğini Bilmemek					
18. Bu tür faaliyetlere katılmaktan arkadaşlarımla/çevremle hoşlanmaması					
19. Rutin programı bozmak istememek					
20. Hijyen koşulları					
21. Yabancı turistler ile aynı düzeyde tatil yapamama düşüncesinin hâkim olması					
22. Konaklama imkânı					

*Destinasyon kavramı: Coltman’ın (1989) yaptığı tanıma göre destinasyon kavramı, içinde turistler için cazip kabul edilecek farklı doğal çekicilikleri ve özellikleri barındıran yerler olarak tanımlanmaktadır (<https://avys.omu.edu.tr/storage/app/public/ayse.atar/131822/Destinasyon%20Tan%C4%B1m%C4%B1%20ve%20%C3%96zellikleri%201.%20Hafta.pptx>)

12. Tatile ne sık aralıklarla gidiyorsunuz?

() 20 yılda bir () 15 yılda bir () 10 yılda bir () 5 yılda bir () 2 yılda bir () Her yıl

13. Yılda kaç kez tatile gidiyorsunuz?

() 1 () 2 () 3 () 4 () 5 () 6 ve üzeri

14. **Yılda ortalama kaç gün tatil yapıyorsunuz?**
☐ Bir haftadan az ☐ Bir hafta -7 gün ☐ İki hafta -14gün
☐ Üç hafta -21 gün ☐ 1 ay-30 gün ☐ Daha fazla
15. **Tatil yapma nedeniniz nedir?**
☐ Eğlence ☐ Sağlık ☐ Spor ☐ Macera ☐ Kültür ☐ İş
☐ Dost ve akraba ziyareti ☐ Deniz turizmi
☐ Diğer (Lütfen belirtiniz).....
16. **Tatilinizi kiminle birlikte geçiriyorsunuz?**
☐ Yalnız ☐ Eşimle ☐ Eş ve çocuk (lar) ☐ Arkadaşımle ☐ Aile
☐ Akrabamla ☐ Diğer (Lütfen belirtiniz).....
17. **Tatile giderken hangi ulaşım aracını tercih ediyorsunuz?**
☐ Otobüs ☐ Uçak ☐ Özel Araç ☐ Tren ☐ Diğerleri
18. **Tatil için hangi mekânları tercih ediyorsunuz?**
☐ Otel ☐ Kamp alanları ☐ Arkadaş(lar) ☐ Akraba(lar)
☐ Devre Mülk ☐ Yazlık ☐ Misafirhaneler ☐ Kumköy Çardakları
☐ Diğer (Lütfen belirtiniz).....
19. **Mekân tercihiniz üzerinde etkili olan faktör nedir?**
☐ Uygun fiyat ☐ Konum ☐ Ücretsiz konaklama fırsatı ☐ Kaliteli Hizmet
☐ Diğer (Lütfen belirtiniz).....
20. **Tatil için hangi mevsimi tercih ediyorsunuz?**
☐ Yaz ☐ Kış ☐ İlkbahar ☐ Sonbahar ☐ Her mevsim
21. **Tatile gideceğiniz mevsimi hangi kriterlere bağlı olarak tercih ediyorsunuz?**
☐ İzin durumu ☐ İş yoğunluğunun azalması ☐ Turizm sezonun bitiş tarihine göre
☐ Bütçe durumuna göre ☐ İlgi alanlarınıza göre ☐ Aile bireylerinin isteklerine göre
☐ Diğerleri(Lütfen belirtiniz).....
22. **Tatil için sizce bir aile bir haftalık tatil için ne kadar bütçe ayrılması gerekir?**
☐ 3000 TL ve altı ☐ 3001-5000 TL arası ☐ 5001-7000 TL arası
☐ 7001-10.000 TL arası ☐ 10.001 TL ve üzeri
23. **Siz bir haftalık tatil için ne kadar bütçe ayırıyorsunuz?**
☐ Ayıramıyorum
☐ 3000 TL ve altı
☐ 3001-5000 TL arası
☐ 5001-7000 TL arası
☐ 7001-10.000 TL arası
☐ 10.001 TL ve üzeri
24. **Tatil deneyimlerinizde veya tatile çıkma fikrinizde hangi yön sizde daha en çok endişe uyandırıyor?**
☐ Ulaşım Sorunları ☐ Çantaları Paketleme ☐ Finansal Endişeler
☐ Destinasyonları Bilmeme ☐ Ne Yapılması Gerektiğini Bilmeme
☐ Diğerleri (Lütfen belirtiniz).....

25. **Tatile gitmenize engel olan faktör nedir?**
☐Sağlık ☐İş ☐Maddi imkânlar ☐Tatil alışkanlığının olmaması
☐Diğer(Lütfen belirtiniz).....
26. **Tatil tercihlerinizde önceliğiniz nedir?**
☐ Uygun fiyat ☐ Kaliteli hizmet ☐ Mesafenin yakın olması
☐ Bulunduğu yerin doğal güzellikleri
☐Diğerleri(Lütfen belirtiniz).....
27. **Yabancı turistler ile aynı düzeyde tatil yapabildiğinizi düşünüyor musunuz?**
☐ Evet ☐ Hayır
28. **Yabancı turistler ile aynı düzeyde tatil yapamadığınızı düşünmenizde etkili olan faktör nedir?**
☐Yabancı turistlere göre daha fazla düzenlemelerin (reklam, tanıtım, yönlendirme tabelaları, pano vb. farklı dillerde yapılması) olması
☐ Finansal farklılıkların olması
☐Diğer (Lütfen belirtiniz).....
29. **Serik turizm bölgesinde tatil yaptınız mı?**
☐ Evet ☐ Hayır
30. **Serik'te bir işletmede (otel, pansiyon, apart vb.) konaklama yaptınız mı? (Cevabınız hayır ise 30, 31 ve 32. soruları geçiniz.)**
☐ Evet ☐ Hayır
31. **Serik'te hangi işletmede konaklama yaptınız?**
☐Otel ☐Pansiyon ☐Apart ☐Bungalov evler ☐Misafirhane
☐Diğer (Lütfen belirtiniz).....
32. **Konaklama tercihinde etkili olan faktörler nelerdir?**
☐ Uygun fiyat ☐ Kaliteli hizmet ☐Deniz Manzarası
☐Diğer (Lütfen belirtiniz).....
33. **Serik'te işletmede konaklama süreniz ne kadardı?**
☐ 1-3gün arası ☐ 3-5 gün arası ☐1 hafta ☐ 15 gün ☐ 1 ay
☐Diğer (Lütfen belirtiniz).....

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM:

YEREL HALKIN SOSYAL TURİZME YÖNELİK TUTUMLARI

34. **Tatile gitmek için çeşitli kurum ve kuruluşlarından destek alıyor musunuz? (Cevabınız evet ise 34 ve 35 soruyu lütfen cevaplayınız. Hayır ise 36. Sorudan lütfen devam ediniz)**
☐ Evet ☐ Hayır
35. **Tatile gitmek için hangi kurum ve kuruluşlarından destek alıyor musunuz?**
☐ Gençlik Servisleri Merkezi (GSM)
☐ Gençlik ve Spor Bakanlığı
☐ AYDER (Alternatif Yaşam Derneği)
☐ Diğerleri(Lütfen belirtiniz).....
36. **Hangi uygulamalardan faydalandınız?**
☐ Uluslararası Gençlik Taşınması
☐ Kamu Bankalarının Tatil Kredileri
☐ 'Bu Çocuklar Bizim' projesi
☐ Türkiye Cumhuriyeti Devlet Demiryolları'nın (TCDD) düzenlediği Trenle Anadolu Turları
☐ Öğrenci İndirimi
☐ Euro Mini Grup
☐ Grup Taşımalar
☐ Euro Domino
☐ Diğerleri(Lütfen belirtiniz).....
37. **Ülkemizdeki sosyal turizmi destekleyen kurum ve kuruluşları yeterli buluyor musunuz?**
☐ Evet ☐ Hayır
38. **Sizce kurum ve kuruluşlar yerel halkın tatile çıkabilmesi için hangi kitleye destek vermesi gerekir?**
☐ Engelli bireylere ☐ 65yaş ve üzeri yaşlılara
☐ Boşanmış bireylere ☐ Çocuklara
☐ Boşanmış ve çocuğu olan bireylere ☐ Aktif (Çalışan) Nüfusa
☐ Maddi durumu iyi olmayan bireylere ☐ Kimsesizlere
☐ Gençlere
☐ Diğerleri(Lütfen belirtiniz).....
39. **Sizce yerel halkın sosyal turizm faaliyetlerine katılım oranının artırılabilmesi için hangi kurum ve kuruluşlarının destek ve teşvik politikaları uygulaması gerekir?**
☐ Kültür ve Turizm Bakanlığı
☐ Belediyeler
☐ Muhtarlıklar
☐ Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB)
☐ Çevre ve Şehircilik Bakanlığı
☐ Sivil Toplum Örgütleri
☐ Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı
☐ Diğerleri(Lütfen belirtiniz).....

40. Sizce yerel halkın sosyal turizm faaliyetlerine katılımlarının sağlanabilmesi için kurum ve kuruluşların nasıl destek verilmesi gerekiyor?

- ☐ Nakit Desteği
- ☐ Ulaşım Masraflarının Karşılanması
- ☐ Tatil Katılım Merkezlerinin Kurulması
- ☐ Konaklama İmkânının Sağlanması
- ☐ Belirli bir köy vb. yerin tatil amacıyla devlet tarafından masrafların karşılanacak şekilde ayrılması
- ☐ Otellerin %5-10 arasında dezavantajlı kesime ücretsiz tatil fırsatı sunması
- ☐ Diğerleri(Lütfen belirtiniz).....

41. Ülkemizde devlet ya da sosyal kurum ve kuruluşları tatil yapılması amacıyla destek verirse başvurur musunuz?

- ☐ Evet ☐ Hayır

42. Ülkemizde devlet ya da sosyal kurum ve kuruluşları tatil yapılması amacıyla destek verirse başvurmamızda etkili olan etmen nedir? (Cevabınız hayır ise lütfen bu soruyu cevaplayınız)

- ☐ Devlet ya da sosyal kurum ve kuruluşlarının destek vermesini doğru bulmuyorum
- ☐ İşten tatil yapmak amacıyla belirli süre izin aldıktan sonra geri işe dönememe veya yeni iş bulamama endişesi
- ☐ Maddi imkânlarımın iyi olması
- ☐ Destek aldığımı duyulduğunda insanlardan gelecek tepkilerden dolayı
- ☐ Utanma duygusu
- ☐ İşlerime ben yokken bakacak birinin olmaması
- ☐ Tatile çıkma alışkanlığımın olmaması
- ☐ Diğerleri(Lütfen belirtiniz).....

Cevaplarınız için teşekkür ederiz.

EK 2- Fotoğraflar

Fotoğraf: Abdurrahmanlar Mahallesi Aile Çay Bahçesinden bir görünüm



Fotoğraf: Tekke Mahallesinden bir görünüm



Fotoğraf: Çınaraltı Çarşısından bir görünüm



Fotoğraf: Orta Mahallesinden bir görünüm



Fotoğraf: Yeni Mahalleden bir görünüm



Fotoğraf: Yanköy Mahallesinden bir görünüm

ÖZ GEÇMİŞ

Adı ve SOYADI	Gamze ÇAKIR
EĞİTİM DURUMU	
Mezun Olduğu Lise	Pazarcık (Kahramanmaraş) Anadolu Lisesi
Lisans Diploması	Akdeniz Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Coğrafya Ana Bilim Dalı
Tezsiz Yüksek Lisans Diploması	-----
Dönem Proje Konusu	-----
Tezli Yüksek Lisans Diploması	Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Coğrafya Ana Bilim Dalı
Yüksek Lisans Tez Konusu	Serik (Antalya) İlçesinde Yerel Halkın Sosyal Turizme Karşı Tutumları
Yabancı Dil / Diller	İngilizce
BİLİMSEL FAALİYETLER	
Sarı, C., Çakır, G. & Başkurt, M. (2022). “Yerel Halkın İnanç Turizmine Karşı Tutumları: Akçaeniş ve Tekke Köyleri (Elmalı) Örnekleme”. Sosyal & Beşerî Bilimlerde Araştırma ve Değerlendirmeler – I. 1. Basım, 161-185, Gece Kitaplığı, Ankara. Sarı, C., Çakır, G. & Doğan, B. (2022). “Sosyal Turizm Unutuluyor, Turizmin Tek Amacı Döviz Kazanmak Mıdır?” Socrates Journal of Interdisciplinary Social Studies, 8 (24), 20-37. Sarı, C., Çakır, G. & Doğan, B. (2022). “Covid-19 Pandemisinin Seyahat Acenteleri Üzerindeki Etkisi: Antalya Örneği”. (Sözlü Bidiri). Türkiye Coğrafyası Araştırma ve Uygulama Merkezi/Uluslararası Coğrafya Sempozyumu (TÜCAUM),13-14 Ekim 2022, Ankara. Sarı, C., Çakır, G. & Doğan, B. (2022). “Sosyal Turizm Unutuluyor, Turizmin Tek Amacı Döviz Kazanmak Mıdır?”. (Sözlü Bidiri). Türkiye Coğrafyası Araştırma ve Uygulama Merkezi/Uluslararası Coğrafya Sempozyumu (TÜCAUM), 13-14 Ekim 2022, Ankara. Şahin, M.T. , Ertürk, M., Çakır, G. & Doğan, B. (2022). “Yaylacılık Faaliyetlerindeki Sosyo-Kültürel Fonksiyonların İçerik Analizi Yöntemi ile Test Edilmesi: Antalya/Gömbe	

Yaylası Örneği”. (Sözlü Bidiri). 4. Uluslararası Coğrafya Eğitimi Kongresi (UCEK-2022), 07-09 Ekim 2022, Karabük.

Şahin, M.T. , Sarı, C. , Doğan, B. & Çakır, G. (2022). “Covid-19 Pandemisinin Restoranlar Üzerindeki Etkisi: Antalya Örneği”. (Sözlü Bidiri). 4. Uluslararası Coğrafya Eğitimi Kongresi (UCEK-2022), 07-09 Ekim 2022, Karabük.

İŞ DENEYİMİ

Stajlar	Muratpaşa Anadolu Lisesi, Pedagojik Formasyon Eğitimi Stajı
Projeler	-----
Çalıştığı Kurumlar	Bilbaşar Özel Eğitim Kurumu