

T.C.
DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ PROGRAMI
DOKTORA TEZİ

SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM KAPSAMINDA
SOSYAL TURİZM - İZMİR ÖRNEĞİ

Nil SONUÇ

Danışman
Prof. Dr. Saime ORAL

İZMİR - 2016



YEMİN METNİ

Doktora Tezi olarak sunduğum “Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Sosyal Turizm - İzmir Örneği” adlı çalışmanın, tarafımdan, akademik kurallara ve etik değerlere uygun olarak yazıldığını ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.



Tarih

.../.../.....

Nil SONUÇ

İmza

ÖZET
Doktora Tezi
Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Sosyal Turizm - İzmir Örneği
Nil SONUÇ

Dokuz Eylül Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı
Turizm İşletmeciliği Programı

Sürdürülebilir turizm kapsamında sosyal turizmi araştırmak ve bu konuda İzmir için çözüm önerileri üretmek bu çalışmanın ana amacını oluşturmaktadır. Bu çalışmada, günümüzde dünyada uygulanan çeşitli sosyal turizm politikalarının; fiziksel, finansal gibi çeşitli dezavantajları sebebiyle tatile katılamayan toplum kesimlerinin, sosyal içerme odaklı olarak ve daha insancıl bir yaklaşımla; bireysel ve toplumsal iyi oluş ile yaşam kalitesinin arttırılmasını amaçlamakta olduğuna dikkat çekilmektedir.

Birinci ve ikinci bölümler, sürdürülebilir turizm kapsamında sosyal turizmi konu alan kaynakların bir taramasını; ilgili ulusal ve uluslararası örgütlerin çalışmalarıyla farklı ülkelerdeki yasal düzenleme ve uygulamaları içermektedir. Teorik olan bu bölümlerde dünya ve Türkiye’deki çeşitli sosyal turizm uygulamaları incelenmektedir.

Üçüncü bölüm, tezin uygulama kısmını oluşturan araştırmanın kapsamı ve yöntemini içermektedir. Tezin bu bölümünde, “Türkiye Turizm Stratejisi 2023, Eylem Planı 2007-2013” ün ilgili bölümünde sosyal turizmle ilgili olduğu belirtilen kurum temsilcileriyle yapılan yarı yapılandırılmış görüşmelerden elde edilen veriler, Nvivo11 nitel veri analiz programına tabi tutulup içerik analiziyle yorumlanmıştır. Sonuç olarak tez, sürdürülebilir turizm kapsamında sosyal turizme İzmir açısından bir bakış kazandırmakta, alanyazına katkıda bulunmakta, sektör temsilcilerine yol gösteren somut önerilerle sosyal turizmin sürdürülebilir turizm kapsamında gelişimine yönelik çözüm önerileri getirmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Turizm, Sürdürülebilir Turizm, Dezavantaj, İyi Oluş, Yaşam Kalitesi, Sosyal İçerme, İzmir.



ABSTRACT
Doctoral Thesis
Doctor of Philosophy (PhD)
Social Tourism Within the Scope of Sustainable Tourism - İzmir Example
Nil SONUÇ

Dokuz Eylül University
Graduate School of Social Sciences
Department of Tourism Management
Tourism Management Program

The main purpose of this study is to research social tourism within the scope of sustainable tourism and to produce proposals of solution for İzmir on this issue. It is especially pointed out in this study that, nowadays, very diverse practices of social tourism policies in the world have the objective of increasing individual and social wellbeing and quality of life focusing on the social inclusion with more humanistic point of view for the people who can not participate in holidays because of their physical, financial and alike disadvantages.

The first and second parts include the review of the resources about the social tourism within the scope of sustainable tourism, the concerned studies of national and international organizations, the legal principles and implications in different countries. In these theoretical parts, various social tourism applications in Turkey and in the world are investigated.

The third part, being the practical part, includes the methodology and scope of the research. In this part of the thesis, the data gathered by semi-structured interviews with the representatives of the institutions concerned with social tourism mentioned in the related part of “Turkey Tourism Strategy 2023, Action Plan 2007-2013” is analysed with Nvivo11 qualitative data analysis program and the results and suggestions are inferred with the content analysis. As a result, the thesis brings a perspective to social tourism within the scope of sustainable tourism from İzmir angle, contributes to the literature, brings

concrete suggestions that may lead the representatives of the sector and proposes solutions for the development of social tourism within the scope of sustainable tourism.

Keywords: Social Tourism, Sustainable Tourism, Disadvantage, Well Being, Quality of Life, Social Inclusion, İzmir.



SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM KAPSAMINDA SOSYAL TURİZM - İZMİR ÖRNEĞİ

İÇİNDEKİLER

TEZ ONAY SAYFASI	ii
YEMİN METNİ	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT	vi
İÇİNDEKİLER	viii
KISALTMALAR	xiii
ŞEKİLLER LİSTESİ	xvii
EKLER LİSTESİ	xviii
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

SOSYAL TURİZM VE SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM KAVRAMLARI

1.1. SOSYAL TURİZM KAVRAMI	5
1.1.1. Sosyal Turizmin Tanımı	7
1.1.2. Sosyal Turizmin Türleri	9
1.1.2.1. Ziyaretçi ile Ziyaret Edilen (Evsahibi) Açısından Sosyal Turizm Türleri	12
1.1.2.2. Sosyal Fayda ile Ekonomik Fayda Açısından Sosyal Turizm Modelleri	14
1.1.2.2.1. Katılım Modeli	16
1.1.2.2.2. İçerme Modeli	16

1.1.2.2.3. Adaptasyon Modeli	17
1.1.2.2.4. Harekete Geçirme Modeli	18
1.1.3. Sosyal Turizmin Faydaları	19
1.1.3.1. Sosyal Turizmin Aileye Faydası	19
1.1.3.2. Sosyal Turizmin Toplumun Üyesi Olarak Bireyin Sağlığına ve İyi Oluşuna Faydası	21
1.1.3.3. Sosyal Turizmin Sosyal Politikaya ve Sosyal Ağlara Katkısı	23
1.2.SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM KAVRAMI	27
1.2.1. Sürdürülebilir Turizmin Temel Amaçları	28
1.2.1.1. Sürdürülebilir Turizmin Çevresel Boyutu	29
1.2.1.2. Sürdürülebilir Turizmin Sosyal Boyutu	30
1.2.1.3. Sürdürülebilir Turizmin Ekonomik Boyutu	31
1.2.2. Sürdürülebilir Turizm Algısı	32
1.2.3. Sosyal Turizmin Sürdürülebilir Turizmdeki Yeri	34

İKİNCİ BÖLÜM

SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM KAPSAMINDA SOSYAL TURİZM UYGULAMALARI

2.1. DÜNYADA SOSYAL TURİZMİN DURUMU	41
2.1.1. Sosyal Turizmle İlgili Uluslararası Örgütler ve Yasal Düzenlemeler	41
2.1.1.1. Uluslararası Sosyal Turizm Örgütü (ISTO, OITS, BITS)	42
2.1.1.1.1. Viyana Sözleşmesi	43
2.1.1.1.2. Montreal Bildirgesi	43
2.1.1.1.3. Aubagne Kongresi	44
2.1.1.1.4. Barselona Bildirgesi	44
2.1.1.1.5. Rimini Kongresi	46
2.1.1.2. Avrupa Birliği ve OITS Destekli Sosyal Turizm Uygulamaları	46
2.1.1.2.1. Calypso Projesi	47
2.1.1.2.2. SOWELL Projesi	49

2.1.1.2.3. STEEP Projesi	49
2.1.1.2.4. ENAT (Avrupa Erişilebilir Turizm Ağı	50
2.1.1.2.5. Herkes için Turizm (Tourism for All), ISTO ve Avrupa	50
2.1.2. Sosyal Turizm Paydaşları Açısından Farklı Uygulamalar (Arz Yönü)	52
2.1.2.1. Sosyal Turizm Uygulamalarında Devlet, Tesisler ve Farklı Paydaşların Rolü	53
2.1.2.2.Üçüncü Sektörün Sosyal Turizm için Önemi: Brezilya	55
2.1.2.3.Sosyal Turizmde Tatil Çekleri Uygulaması: Fransa ve Macaristan	58
2.1.3. Sosyal Turizm Kullanıcıları Açısından Farklı Uygulamalar (Talep Yönü)	60
2.1.3.1. Üçüncü Yaş için Sosyal Turizm: Portekiz	60
2.1.3.2. Düşük Gelirli veya Engelli Bireyleri Olan Aileler için Sosyal Turizm: Birleşik Krallık ve Almanya	62
2.1.3.3. Çocuklar ve Gençler için Sosyal Turizm: Polonya, Birleşik Krallık, İsveç, Finlandiya ve Almanya	65
2.2.TÜRKİYE’DE SOSYAL TURİZMİN DURUMU	68
2.2.1.Türkiye’de Sosyal Turizm Uygulamaları	71
2.2.1.1.Turizm Bankası ve Tatil Kredisi	71
2.2.1.2.Ücretli Tatiller	72
2.2.1.3.Sosyal Tesisler	74
2.2.1.4.İç Turizm ve Sosyal Turizm İlişkisi	74
2.2.1.5.Sosyal Turizm ve Uluslararası Turizm İlişkisi	76
2.2.1.6.Gençlik Turizmi ve Sosyal Turizm İlişkisi	76
2.3.İZMİR’DE TURİZM VE SOSYAL TURİZM	77
2.3.1. İzmir’de Turizmin Mevcut Durumu	77
2.3.2. İzmir’de Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Sosyal Turizm Potansiyeli	81

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMA KAPSAMI ve YÖNTEMİ

3.1. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ	84
3.2. ARAŞTIRMANIN AMACI ve KAPSAMI	85
3.3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ	86
3.3.1. Örneklem Belirleme	90
3.3.2. Veri Toplama Yöntemi ve Süreci	92
3.4. ARAŞTIRMANIN BULGULARI ve ANALİZİ	94
3.4.1. Sosyal Turizm Tanımı	94
3.4.2. Sosyal Turizmin Faydaları	99
3.4.3. Sürdürülebilirlik ve Sosyal Turizm	103
3.4.4. Sürdürülebilir Sosyal Turizm Talebi	106
3.4.5. Sosyal Turizm Kullanıcılarının (Talebinin) İhtiyaçları	113
3.4.6. Sürdürülebilir Sosyal Turizm Paydaşları ve Roller	118
3.4.6.1. Kamu ve Özel Sektör İşbirliğinin Önemi	124
3.4.6.2. Sivil Toplum Kuruluşlarının Önemi	125
3.4.6.3. Gönüllülük ve Sponsorluk	126
3.4.7. Sosyal Turizm için Kaynak Kullanımı	127
3.4.7.1. Avrupa Birliği Hibeleri ve Projeleri	127
3.4.7.2. Yabancı Kaynaklı Sosyal Sigorta Kurumları	127
3.4.7.3. Yerli Bireysel/Kurumsal Kaynaklar ile Devlet	128
3.5. SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM KAPSAMINDA SOSYAL TURİZM VE İZMİR	129
3.5.1. İzmir’de Sürdürülebilir Sosyal Turizmi Destekleyen Nedenler	129
3.5.2. İzmir’de Sürdürülebilir Sosyal Turizmin Önündeki Sorunlar ve Çözüm Öneriler	132
3.6. İZMİR İÇİN SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM KAPSAMINDA SOSYAL TURİZM UYGULAMA ÖNERİLERİ	137

3.6.1. İzmir’de Sürdürülebilir Turizm Kapsamında	
Sosyal Turizmin Yapılandırılması	138
3.6.1.1.Arz Yapılandırma ve Yönlendirme Birim	140
3.6.1.1.1. Arz-Pazarlama, İletişim ve Halkla İlişkiler Birimi (A1)	142
3.6.1.1.2. Arz-Inovasyon Rehabilitasyon ve Denetleme Birimi (A2)	142
3.6.1.2.Talep Yapılandırma ve Yönlendirme Birimi	144
3.6.1.2.1. Talep Araştırma - Geliştirme ve Bilgi Birimi (T1)	144
3.6.1.2.2. Talep Operasyon-Aracı Birim (T2)	145
3.6.2. İzmir’de Kullanıcıların İhtiyaçlarına Uyumlu	
Sosyal Turizm Uygulama Önerileri	146
3.6.2.1.İzmir için Birinci Grup: Gençlik	147
3.6.2.2.İzmir İçin İkinci Grup: Çocuklar	149
3.6.2.3.Aileler	149
3.6.2.4.Kadınlar	150
3.6.2.5.Yaşlılar (3.Yaş) ve Engelliler	152
3.6.2.6.Orta ile Üst Gelir Grubu da Dahil Olmak Üzere Tüm Gruplar	154
3.6.2.7.Gençler ve Yaşlıların Kaynaştırılması ile İlgili Programlar	156
SONUÇ VE ÖNERİLER	158
KAYNAKÇA	166
EKLER	

KISALTMALAR

ABAV	Brazilian Association of Travel Agencies (Brezilya Seyahat Acentaları Birliği)
ANCV	Agence Nationale de Cheque des Vacances (Fransa’da Ulusal Tatil ekleri Acentası)
ANCAV	Association Nationale de Coordination des Activit�s de Vacances des Comit�s d’Entreprise, Associations de Tourisme Social et Autres Collectivit�s (Fransa’da �irketlerin, Sosyal Turizm Derneklerinin ve diğer toplulukların tatillerini düzenleyen kurulu�).
BAGFE	Bundesarbeitsgemeinschaft Familienerholung (Almanya’da Aile Dinlenme Federal alı�ma Grubu)
CAF/CNAF	Caisses d’Allocations Familiales / Caisse Nationale des Allocations Familiales: Fransa’da ailelere yardım ve destek sağlayan sosyal yardım kurumunun bir dalı
CEF	Caixa Economica Federal (Brezilya’da Devlet Bankası)
CLSH	Centre de Loisir Sans Hebergement (Fransa’da konaklaması olmayan boş zaman merkezi)
CRZ	Centre for Relationship Building and Pregnancy-Related Problems (Belçika’daki İlişki Kurma ve Hamilelikle ilgi Problemler için Merkez)
ÇSGB	T.C. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı
DEFRA	Department for Environment, Food and Rural Affairs (İngiltere’deki evre, Gıda ve Kırsal İ�lerden Sorumlu Devlet Birimi)
DIY	Do it Yourself
EC	European Commission (Avrupa Komisyonu)
EESC	European Economic and Social Committee (Avrupa Ekonomik ve Sosyal Komitesi)
EMES	European Research Network (Avrupa Araştırma Ağı)

EFFAT	European Federation of Food, Agriculture and Tourism Unions (Avrupa Gıda, Tarım ve Turizm Birlikleri Federasyonu)
EMBRATUR	Instituto Brasileiro de Turismo/ Brazilian Tourist Board (Brezilya Turizm Bakanlığı'na bağlı olan bir acenta)
ETİK	Ege Turistik İşletmeler ve Konaklamalar Birliği
ENAT	European Network for Accessible Tourism (Avrupa Erişilebilir Turizm Ağı)
EU/AB	European Union/ Avrupa Birliği
FF	The Family Fund (Aile Fonu)
FHA	Family Holiday Association (Aile Tatil Kurumu, Birleşik Krallık/İngiltere'de)
FETE	First European Travel Experience (İlk Avrupa Seyahat Deneyimi)
ILO	International Labor Organisation (Uluslararası Çalışma Örgütü)
IMSERSO	Instituto de Mayores y Servicios Sociales (The Institute of Senior and Social Services) (İspanyol Yaşlılar ve Sosyal Hizmetler Enstitüsü)
ISTR	International Society for Third Sector Research (Üçüncü Sektör Araştırmaları için Uluslararası Kurum)
İZKA	İzmir Kalkınma Ajansı
LVT	Fédération Française d'Associations de Loisirs Vacances Tourisme (Fransız Boş Zaman Tatil Turizm Dernekleri Federasyonu)
Mtu	Ministry of Tourism in Brazil (Brezilya'da Turizm Bakanlığı)
OECD	The Organisation for Economic Co-operation and Development
OITS/ISTO/BITS	Organisation International du Tourisme Social/ International Social Tourism Organisation/ Bureau International du Tourisme Social (Uluslararası Sosyal Turizm Örgütü)

PREDIF	Plataforma Representativa Estatal de Personas con Discapacidad Fisica (İspanya’da Fiziksel Sakatlıkları olan Kişileri Temsil eden Kurum)
ÖiÖ	Öznel İyi Oluş Ölçeği (Subjective Wellbeing Scale)
SBT	Spor Bilimleri ve Teknolojisi
SESC	Social Service of Commerce (Brezilya’nın Sosyal Hizmet veren Ticaret Kurumu, Brezilya’da ticari ve hizmet sektöründen işçilerden oluşan bir örgüt)
STEEP	The Social Tourism European Exchanges Platform (Sosyal Turizm Avrupa Değişim Platformu)
STK	Sivil Toplum Kuruluşu
SWB	Subjective Well-being (Öznel İyi Oluş)
QOL	Quality of Life (Yaşam kalitesi)
TSG	Tourism Sustainability Group (Turizm Sürdürülebilirlik Grubu)
TÜROFED	Türkiye Otelciler Federasyonu
TÜRSAB	Türkiye Seyahat Acentaları Birliği
TÜSİAD	Türkiye Sanayici ve İşadamları Derneği
UFTAA	United Federation of Travel Agents' Associations (Uluslararası Seyahat Acentaları Birlikleri Federasyonu)
UK	United Kingdom (Birleşik Krallık, İngiltere)
UN	United Nations (Birleşmiş Milletler)
UNAT	Union Nationale des Associations de Tourisme de Plein Air, (Fransa’da yer alan sosyal turizm ile ilgili birçok kurumu biraraya getiren, Ulusal Açık-Hava Turizm Kurumları Birliği)
UNEP	United Nations Environment Programme (Birleşmiş Milletler Çevre Programı)
UNWTO	United Nations World Tourism Organization (Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü)

UW	Unison Welfare (Birleşik Krallık'taki en büyük ticaret birliklerinin hayır kurumu)
WTO	World Tourism Organization (Dünya Turizm Örgütü)
WEF	World Economic Forum (Dünya Ekonomik Forumu)
YHA	Youth Hostel Association (İngiltere'de Gençlik Hostelleri Birliği)



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Guadeloupe’ta Turistik Ürün Konumlandırma	s.10
Şekil 2: Sosyal Turizm Ne Kadar Sosyal? Sosyal Turizme Ulaşılabilirlik	s.11
Şekil 3: Sosyal Turizm Modelleri	s.15
Şekil 4: Turizm Sektör Karşılaştırması: Türkiye ile Rekabet Ettiği Ülkeler. Devletin Sektörü Önceliklendirmesinin Rekabetçiliğe Etkisi	s.35
Şekil 5: Bürokrasi ve Düzenlemelerin Turizm Sektöründe Türkiye ve Rakiplerine Etkileri	s.36
Şekil 6: Türkiye Turizm Stratejisi 2023, Eylem Planı 2007-2013’te yer alan Sosyal Turizmle İlgili Kısım	s.70
Şekil 7: Bu Tezde İzlenen Araştırma Yöntem Aşamaları	s.90
Şekil 8: Sosyal Turizm ve Kapsadığı Kavramlar	s.99
Şekil 9: Sosyal Turizmin Faydaları	s.101
Şekil 10: Sosyal Turizm Talebinin Hedef Kitlelerini Temsil Eden Kullanıcılar	s.107
Şekil 11: Sürdürülebilir Sosyal Turizm Talebi	s.111
Şekil 12: Sosyal Turizm Kullanıcılarının (Talebinin) İhtiyaçları	s.114
Şekil 13: Sürdürülebilir Sosyal Turizm Paydaşları ve Roller	s.119
Şekil 14: İzmir İçin Sürdürülebilir Sosyal Turizm Yapılanma Önerisi	s.141
Şekil 15: İzmir için Kullanıcıların İhtiyaçlarına Uyumlu Sosyal Turizm Ürün Önerileri	s.146

EKLER LİSTESİ

EK 1: Görüşülen Uzman Kurum Listesi	ek s.1
EK 2: Yarı Yapılandırılmış Derinlemesine Görüşme için Hazırlanmış Soru Listesi	ek s.3
EK 3: Kod Listesi	ek s.6
EK 4: Sosyal Turizm Kelime Bulutu (Word Cloud) Örnekleri (NVivo11)	ek s.15
EK 5: İzmir'in Turizmi ile İlgili İstatistiki Verileri İçeren Tablolar	ek s.16



GİRİŞ

Son yıllarda yapılan çalışmalarda gelecek vaad eden niş çalışma alanları arasında gösterilen ve milyonlarca insanı temsil eden sosyal turizm, turizme insancıl bakış açısının merkezinde yer almaktadır (Belanger ve Jolin, 2011: 481). Sosyal turizm konulu uluslararası akademik çalışmaların sayısı her geçen gün artmakta, konu ile ilgili sayısız güncel makale, kitap, e-kitap ve benzeri akademik yayınlar bulunmaktadır (Chauvin, 2002; Jolin, 2003b; Hazel, 2005; Minnaert, Maitland ve Miller, 2009a ve 2009b; McCabe, Joldersma ve Li, 2010; Belanger ve Jolin, 2011; Minnaert, Maitland ve Miller, 2011; Minnaert, Maitland ve Miller, 2013; Hunter-Jones, 2011; Bıçkı, Ak ve Özgökçeler, 2013; Kakoudakis, 2014; McCabe ve Diekmann, 2015; Garcés vd., 2015).

Bu çalışmada, sürdürülebilir turizmin bir bileşeni olarak da değerlendirilen (Baumgartner, 2011; Griffin ve Stacey, 2011) sosyal turizmin, sürdürülebilir turizm kapsamında İzmir’de nasıl yapılabileceği araştırılmaktadır. Sosyal turizm kavramının tanımlanması, geçmişten bugüne geçirdiği değişimler ve günümüzde konuyla ilgili yapılan bilimsel çalışmalar sonucunda kavramın yeniden tanımlanma sürecinde ortaya çıkan yeni alt kategoriler, dünyada ve Türkiye’de sosyal turizmin geçmişten bugüne geçirdiği aşamalar ve günümüzdeki durumu bu çalışmada incelenen konular arasında bulunmaktadır.

Haulot (1982), düşük gelirli sosyal grupların turizm ve boş zaman aktivitelerine katılımından ortaya çıkan turizm türünden söz ederken, sosyal ve politik anlamda desteklenen ve evrensel dinlenme ve boş zaman haklarını uygulamalı gerçekliğe dönüştüren turizm türünün, “sosyal turizm” olduğunu belirtmektedir.

Sosyal turizmin, bir araştırma alanı olarak gelişmeye devam ettiğini belirten Minnaert vd., (2011), kavramın bilimselleştirilmesi gerçekleşene kadar daha fazla araştırmaya ihtiyaç olduğunu vurgulamaktadır. Jafari (2001), turizm araştırmaları için “bilimselleştirme”nin nasıl geliştirilmesi gerektiğini araştırmış, turizm alanındaki bilgi ve teorinin, genel olarak; *yasal düzenleme, geleceğe dönük planlama, uyumluluk ve bilgi-temelli* olmak üzere dört başlık altında toplandığını belirtmiştir.

Benzer bir “bilimselleştirme” fikri Hardy, Beeton ve Pearson (2002: 490) tarafından sürdürülebilir turizm kapsamında tartışılmıştır. Yazarlar, kavrama açıklık getirebilmek amacıyla sürdürülebilir turizmin mevcut paradigmatik yaklaşımlara karşı tepki gösteren doğası ve tanımlanması konusundaki zorluklar düşünüldüğünde, teori ve uygulama anlamında geliştirilmesinin mümkün olup olmadığını tartışmaya açmaktadırlar. Bu tartışmalarla birlikte, mevcut alanyazında sürdürülebilir turizmin giderek alt kategorilere ayrıldığı, eleştirildiği ve inceliklerinin ortaya çıkarıldığı görülmektedir (Weaver, 2006; Liu, 2003; Ko, 2005; McCool ve Stankey, 2004; Blackstock vd., 2006; Neto, 2003). Sürdürülebilir turizm ile ekoturizm, toplum temelli turizm, sorumlu turizm, alternatif turizm gibi sadece birkaçı anılan farklı türler arasında bağlantı kurulmaktadır (Clifton ve Benson, 2006; Medina, 2005; Carbone, 2005; Okazaki, 2008; Chok vd., 2007; Lane, 1994; Wall, 1997). Bu kavramların her biri özel bir tanım gerektirmekte ve bir araştırma alanı olarak gelişmeye devam etmektedir.

Benzer şekilde, konuya akademik açıdan artan ilgi sonucu yapılan her yeni çalışma sayesinde sosyal turizm kavramının da daha açık bir biçimde tanımlanarak alt kategorilere ayrılması ve anlamsızlık etiketinden kurtulmasına çalışılmaktadır. Bu bağlamda, kavramın kapsayabileceği tüm türleri ve bileşenleri barındıran ve sektörü gereksiz biçimde sınırlayıcı olmayan bir tanımın yapılmasının sosyal turizmin sektörel ve akademik anlamda gelişiminde önem taşıdığı belirtilmektedir (Minnaert vd., 2011). Minnaert vd., (2011: 414) tarafından sosyal turizmin tanımına “*öncelikli amacı turizm mübadelesinde ya evsahibi ya da ziyaretçiye fayda sağlamak olan, ek bir etik değer taşıyan turizm*” önerisi getirilmektedir. Bu tanımın eksikliği olarak, çalışmada ele alınan örnekler haricindeki sosyal turizmin farklı oluşumlarını ve kendine özgü karakteristiklerini tam olarak açıklayamaması özeleştirisinde bulunmaktadır. Yine de tanımın, sosyal turizmi salt ekonomik amaçlı olan yeniden yapılanma projelerine karşı konumlandırmakta bir nebze de olsa başarılı olduğu savunulmaktadır. (Minnaert vd., 2011).

Sosyal turizm üzerine yazılan önemli kaynaklardan biri olan “Avrupa’da Sosyal Turizm” adlı çalışmada, sosyal turizm kapsamında dezavantajlı insanların turizmden yararlanmasını sağlayan sistemler ve uygulamalar analiz edilmektedir (McCabe, Minnaert ve Diekmann, 2011). Çalışmada, kamu kurumları, hayır

kuruluşları, sivil toplum örgütleri gibi farklı paydaşların, Birleşik Krallık, İrlanda, Belçika, Danimarka ve Polonya gibi ülkelerde uyguladıkları sosyal turizm sistemleri ve uygulamalarından örnekler yer almaktadır. Sosyal turizmle ilgili kavram ve içeriklerin disiplinlerarası bir yaklaşımla incelendiği bu çalışmada, sosyal eşitsizlik, sürdürülebilirlik, aile faktörü, hareketlilik ve refah toplumu konuları sosyal turizmin teorik çerçevesini belirleyen önemli başlıklar olarak değerlendirilmektedir (McCabe, Minnaert ve Diekmann, 2011).

Görüldüğü gibi sosyal turizm, son yıllarda uluslararası akademik yayınlara artan ölçüde konu olmaktadır. Bu alanda bir araştırmanın İzmir’de yapılması belki de Belanger ve Jolin (2011)’in de vurguladığı gibi bir niş çalışma alanını dolduracaktır. *Araştırmanın temel amacı: “Sürdürülebilir turizm kapsamında sosyal turizm İzmir’de nasıl uygulanabilir?”* sorusuna bir cevap bulabilmektir. Bu soru, içinde birden fazla soru barındırmaktadır. Bunlar, araştırmanın alt sorularını oluşturmaktadır:

“İzmir’de sosyal turizm paydaşları kimlerdir ve rolleri sürdürülebilir turizm kapsamında sosyal turizmi geliştirmeye yönelik olarak nasıl tanımlanabilir?”

“İzmir’de sosyal turizm kullanıcıları ve bunların ihtiyaçları ile uyumlu sosyal turizm uygulamaları sürdürülebilir turizmi geliştirmeye yönelik olarak nasıl tanımlanabilir?”

“İzmir’de sosyal turizmin sürdürülebilir turizme katkısının artırılmasını sağlayacak uygulamalarının talebin ihtiyaçlarına uyumlu olarak biçimlendirildiği ve paydaş rol tanımlarının yapıldığı sürdürülebilir sosyal turizm uygulamaları nasıl tanımlanabilir?”

Araştırma, tüm bu sorulara verilen cevaplar ile İzmir’de sürdürülebilir turizm kapsamında sosyal turizmin olumlu etkilerini arttırabilecek uygulama önerilerini geliştirmeyi hedeflemektedir. Araştırmanın alanyazına katkıda bulunması, sektör temsilcilerine yol göstermesi ve sosyal turizmin sürdürülebilir turizm kapsamında gelişimine yönelik öneriler sunması amaçlanmaktadır. İzmir turizm açısından gerek sahip olduğu doğal, tarihi ve kültürel değerler gerekse coğrafi konumu ve Birinci İktisat Kongresi¹’nin vesilesiyle Uluslararası (Enternasyonel) Fuarı’nın temellerinin

¹ İzmir İktisat Kongresi adıyla da anılan Birinci İktisat Kongresi (17 Şubat-4 Mart 1923) ile eş zamanlı düzenlenen ticari ürünler sergisi, sonrasında 1947’ye kadar ekonomik nedenler ve İkinci Dünya Savaşı sebebiyle kesintiye uğrayarak (1927, 1928, 1936, 1938, 1939, 1940, 1941, 1943

atılması gibi birçok konuda öncü bir şehir oluşunun yanı sıra sürdürülebilir turizm kapsamında sosyal turizmin uygulanması açısından da yüksek bir potansiyele sahip olduğu için tercih edilmiştir.

Tezin birinci bölümünde sosyal turizm kavramı, sosyal turizm türleri, sosyal turizmin faydaları anlatılmaktadır. Sürdürülebilir turizm kavramı, amaçları, sürdürülebilir turizm algısı, sosyal turizmin sürdürülebilir turizmdeki yeri de birinci bölümde ele alınan konular arasında bulunmaktadır.

İkinci bölümde, dünya ve Türkiye’deki sosyal turizm uygulamaları ele alınmaktadır. Sosyal turizmle ilgili uluslararası kurum ve kuruluşlar tarafından yapılmış olan çalışmalar ile dünyanın çeşitli ülkelerinde, Türkiye’de ve İzmir’de sosyal turizm düzenlemeleri ve uygulamalarından bu bölümde bahsedilmektedir.

Üçüncü bölümde tezin araştırma kısmı yer almaktadır. Araştırmanın önemi, araştırmanın amacı ve kapsamı, araştırmanın yöntemi, araştırma bulguları ve analizi, öneriler ve sonuç ile tez sonuca ulaşmaktadır. Araştırmanın amacı ve sorusuna yanıt bulmaya uygun araştırma yöntemi olarak, nitel araştırma yöntemi seçilmiştir. Veri toplama yöntemi olarak yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşme yöntemiyle konunun uzmanlarıyla yapılan görüşmelerin sonucunda ses kayıtlarıyla elde edilen veriler bilgisayar ortamında yazıya dökülerek NVivo 11 nitel veri analiz programıyla kodlanmış ve içerik analizi yöntemi ile analiz edilmiştir. Ulaşılan bulgulara ışığında, İzmir’de sürdürülebilir turizm kapsamında sosyal turizmin nasıl uygulanabileceği, İzmir’de sosyal turizm uygulamalarının nasıl yapılandırılırsa sürdürülebilir turizmle olumlu katkısının olabileceği üzerine çözüm önerileri sunulmaktadır. Araştırma sonuçlarının alanyazına katkıda bulunması, sektör temsilcilerine yol göstermesi ve sosyal turizmin sürdürülebilir turizm kapsamında gelişimine yönelik öneriler getirmesi amaçlanmaktadır.

yıllarında uluslararası; 1944,1945, 1946 yıllarında ulusal kapsamda) açılrsa da 1947’den sonra düzenli olarak açılmaya devam etmiştir (Wikipedia, İzmir İktisat Kongresi, İzmir Enternasyonal Fuarı, <https://tr.wikipedia.org>, 06.05.2016). İzmir Fuarı’nın uzun yıllar hem yerli hem de yabancı ziyaretçileri çeken, iç turizmi de canlandıran bir etkisi olduğu, bu anlamda sosyal turizm gelişimine de katkıda bulunduğu vurgulanmaktadır (Usta, 1982: 10).

BİRİNCİ BÖLÜM

SOSYAL TURİZM VE SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM KAVRAMLARI

1.1. SOSYAL TURİZM KAVRAMI

Çağdaş turizmin dayandığı temel özelliklerden birinin turizmin *demokratizasyonu*², ikincisinin turizmin *doğaya yönelen bir göç* niteliği kazanması ve üçüncüsünün turizmin *uluslararası düzeyde yaygınlaşması ve planetizasyonu*³ olduğu vurgulanmaktadır (Usta, 1982: 1). Dünyada turizm hareketlerindeki rakamsal artışlar da bu üç önemli olguyu doğrular niteliktedir. 2015 yılında uluslararası turist sayısı bir yıl öncesine oranla %4.4 yani 50 milyon kişi artarak 1,184 milyar olarak gerçekleşmiştir (UNWTO, 2015a). En fazla artış, bölge olarak %5 ile Avrupa, Asya Pasifik ile Amerika’da olmuş, bunu %3 ile Orta Doğu bölgesi takip etmiştir. Afrika’ya olan turist hareketinde %3 düşüş yaşanmıştır. 2014’ten 2015’e yaşanan 50 milyon kişilik artışın 29 milyonu Avrupa, 13 milyonu Asya Pasifik, 9 milyonu Amerika, 2 milyonu Orta Doğu bölgesinde gerçekleşmiştir. Uluslararası turizm gelirleri 2014 yılında, %5 artışla 1.245 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir (UNWTO, 2015b). 60 yıl öncesi ile kıyaslandığında günümüzde dünya genelinde turist sayısının en yüksek seviyede olduğu ve bugüne kadar tarihte hiçbir zamanda bu kadar çok sayıda insanın bu kadar fazla yeri ziyaret etmediği Dünya Turizm Örgütü raporunda ifade edilmektedir (UNWTO, 2013a).

Turizm hareketlerindeki bu artış, turizmin çağdaş bir toplumun ihtiyacı olduğunu göstermektedir. Geçmişten bugüne bakıldığında turizmin, toplumun yüksek gelirli zümrelerinden, geniş ve ekonomik güçleri sınırlı olan tabakalarına doğru büyümeye devam ettiği gözlenmektedir.

İkinci Dünya Savaşı’ndan sonra hızlı bir gelişim sürecinde bulunan; “Az gelirlilerin tatil yapmalarını ve seyahatlerini ele alan sosyal turizm, modern dünyada en ileri toplumların sosyal yetkinleşme yolunda ulaştığı aşamalardan biridir” (Çoruh, 1971:7). Sosyal kavramı, turizm için kolaylaştırıcı önlemlerin alınmasını,

² Turizmin geniş halk kitlelerine yayılması; gezme, görme, eğlenme, dinlenme gibi imkanlardan sadece belirli sınıfların değil; devlet tarafından alınan özel önlemlerle ya da kişilerin çalıştığı kuruluşlar tarafından değişik imkanlar biçiminde gelirleri ve ekonomik güçleri sınırlı olan tabakaların da faydalanması (Usta, 1982: 4).

³ İnsanların, toplumların ortak anlayış, sosyal, beşeri ve ekonomik bir plan üzerinde daha uzaklara seyahat etmeleri.

ücretli izinlerin kullanılmasını, dar gelirli kitlelerin turizme katılmaları hareketini içermektedir (Usta, 1982: 6).

İkinci Dünya Savaşı sonrasında sosyal turizm, “*herkes için tatil*” amacına yönelmiş, yani turizmi herkesin kullanımına sunan ve dolayısıyla daha fazla sayıda kişinin tatile çıkmasına olanak sağlayan ve günlük harcamanın mümkün olan en az seviyede olduğu bir turizm şekli olması arzu edilmiştir. Ancak tutarlı bir politika ve planlamanın yapılamaması sebebiyle bu amaç gerçekleştirilememiştir (Lanquar ve Raynouard, 1978: 3). 1936’da ücretli tatillerin sosyal savaşım sonucu kazanılmasına rağmen, 70li yılların sonunda artan kısa süreli serbest/boş zaman ihtiyacına Fransa’da mevcut turistik imkanların cevap verememekte olduğu; bu nedenle, aslında “*herkes için sosyal turizm*” temasının “*herkes için boş zaman aktiviteleri*” olarak değişikliğe uğrayacağı belirtilmektedir (Lanquar ve Raynouard, 1978: 4).

16 Aralık 1966’da Birleşmiş Milletler Genel Kurulu tarafından kabul edilen ve 3 Ocak 1976 itibarıyla yürürlüğe giren *Ekonomik, Sosyal ve Kültürel Haklar Uluslararası Sözleşmesi (International Covenant on Economic, Social and Cultural Rights, ICESCR)* Madde 7d’de dinlenme, boş zaman hakkı ile çalışma saatlerinin uygun sınırlarda tutulması gerekliliğine ve düzenli aralıklarla ücretli tatil hakkına yer verilmektedir. Yine, *Küresel Turizm Etiği Yasası*’nın 1999 yılında Şili’nin başkenti Santiago’da ilan edilen kararlarına göre, Madde 7’de turizm hakkına yer verilmiştir (WTO, 1999). Burada sosyal turizmin ve özellikle boş zaman aktiviteleri, seyahat ve tatile daha geniş bir ulaşılabilirliği sağlayan asosyatif⁴ turizmin devlet tarafından desteklenerek geliştirilmesi gerektiğine değinilmiştir.

ISTO⁵ (Uluslararası Sosyal Turizm Örgütü) politikalarında, sosyal turizmi daha fazla insana ulaştırmanın yanında, turizmin etik ve insani yönü vurgulanmaktadır. Bu bağlamda, günümüzdeki sosyal turizm anlayışında sadece turizmden yararlanıcı dezavantajlı toplulukların değil yerel halkın da turizm

⁴ Asosyatif teriminin Fransızca’daki karşılığı olan “associatif” teriminin kökü, şirket, dernek ya da kurum anlamına gelen “association” kelimesinden gelmektedir. Sosyal turizmi organize etmekte rol alan hizmet sağlayıcı sosyal şirketler/dernekler ile kendi kendini yönetmeyi, demokrasiyi öğreten eğitim kurumları olarak iki tür yetkili makamın boş zamanın sosyal politikasının belirlenmesinde temel iki aktör olarak sosyal hareket ve demokrasi okulu rolünü üstlenmesi gerektiğine değinilmektedir. Ayrıca bunun için sosyo-ekonomik ve kültürel eşitsizliklerden kaynaklanan engellerin aşılması sağlanarak bu kurum/şirketlerde aktif rol alabilme yolunun açılması gerektiği vurgulanmaktadır (Lanquar ve Raynouard, 1978: 125-126).

⁵ ISTO, OITS, BITS: Dünya Sosyal Turizm Örgütü’nün kısaltmasıdır. Metinde bu üç kısaltma, farklı yıllarda gösterildiği şekilde kaynaklara sadık kalınarak aynen kullanılmıştır.

faaliyetlerinden fayda görmesi önem taşımaktadır. Bunun yanında sosyal turizmin hem çevrenin hem de doğal ve kültürel kaynakların korunarak geliştirilmesine yani sürdürülebilirliğe de katkı sağlayan bir turizm türü olduğu belirtilmektedir. ISTO, tüm dünyada sosyal turizm hareketlerinin yayılması için projeler geliştirmekte, bunu Avrupa'daki ülkelerde Avrupa Birliği projeleri sayesinde devam ettirmektedir. Sosyal turizmin devam edebilmesi için salt devlet desteği ya da kamu kurumlarının maddi desteğinin yeterli olmadığı, kamu kurumlarının diğer kurum ve kuruluşlarla işbirliği yaparak yönlendirici ve koordine edici özelliğini kullanmasının da bu faaliyetlerin devam ettirilebilmesi açısından gerekli olduğu vurgulanmaktadır (ISTO, 2014). ISTO'nun 2014-2016 eylem planında da belirtildiği üzere, turizm sektörünün en büyük amacı *herkes için adil ve sürdürülebilir turizm*⁶dir ve ISTO 50 yıldan fazla süredir bu amacı gerçekleştirmek için çalışmaktadır (ISTO 2014-2016 Action Plan).

Türkiye'de sürdürülebilir turizmin bir türü olarak sosyal turizm konusu, düşük sezonda düşük gelirli ve dezavantajlı kesimin faydalanması amacıyla Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Eylem Planı 2007-2013 raporunda; 4 nolu İç Turizm başlığı altında 19 nolu bölümde ele alınmaktadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007). Engelli turizmi, üçüncü yaş turizmi, gençlik turizmi gibi alanlarda uygulama anlamında girişimler bulunmaktadır. Kamu kurumlarının (üniversiteler, gençlik kampları, Tarım Bakanlığı, v.b.) yaz kampları, ordu evleri, öğretmen evleri, misafirhaneler Türkiye'de bulunan mevcut sosyal turizm uygulamalarına örnek olarak gösterilebilir.

1.1.1. Sosyal Turizmin Tanımı

Sosyal turizm için en eski tanımlardan biri Hunzicker'e aittir: "*Sosyal turizm, turizm alanındaki seyahate toplumdaki ekonomik olarak zayıf ya da dezavantajlı olanlar tarafından katılımın sonucunda ortaya çıkan ilişkiler ve olaylardır*" (1951, Hunzicker'den aktaran Minnaert vd., 2011).

Sosyal turizm konusunda yazılmış olan önemli akademik kaynaklardan biri Robert Lanquar ve Yves Raynouard'ın "Le Tourisme Social" (Sosyal turizm) adlı "Que sais-je?" (Ne biliyorum?) serisinin bir kitabıdır. Bu kitabın başındaki ilk sözün

⁶ A "fair and sustainable tourism for all" (ISTO 2014-2016 Action Plan).

sahibi olan D. Mitrani, “*Tatile çıkmayan çok fazla sayıda insan bulunmaktadır ve birçok kişi de bir kaynakla desteklenmediği takdirde tatile çıkamayacak durumdadır bu 'sosyal turizm' kavramı ile ifade edilir*” demektedir (Lanquar ve Raynouard, 1978: 3).

Diğer bir tanıma göre sosyal turizm, gelir düzeyi düşük olan, sabit ve sınırlı kazançlarıyla turizm hareketlerine katılmaya her zaman imkan bulamayan veya bundan tamamıyla uzak kalan kitlelerin turizme katılmalarına yönelik özel bir turizm türüdür (Usta, 1982: 19).

OITS'nin önemli kurucu isimlerinden olan Haulot (1985), sosyal turizmin 1936'da işçilere sağlanan ücretli tatil hakkı ile ortaya çıktığını belirtmektedir. Haulot, asıl amacı turizme erişimi nüfusun mümkün olan en geniş kitlesine kadar arttırmak olan sosyal turizmin, turizmde hizmet veren ve etkileşim içinde olan paydaşlar arasındaki ilişkileri desteklediğini belirtmektedir. Haulot ayrıca doğal çevreye ve insanın sosyal anlamdaki çevresine saygıyı amaç edinen sosyal turizmin bu felsefesini de vurgulayarak, sosyal turizmin sürdürülebilir turizme hizmet eden bir alt tür olduğu bilgisini de desteklemektedir (Haulot, 1985).

Başka bir çalışmada sosyal turizm “*toplumdaki ekonomik olarak zayıf ya da başka dezavantajları olanların seyahate katılmalarının sonucunda turizm alanında ortaya çıkan ilişkiler ve olgular*” olarak tanımlanmaktadır (Hall, 2000: 141).

Bir diğer tanıma göre “*Sosyal turizm, programları, uygulamaları, tatil hakkını etkin hale getiren ve toplumun tüm gruplarının –özellikle gençlerin, ailelerin, fiziksel kapasitesi sınırlı olan kişilerin- turizme ulaşılabilirliğini gerçekleştirmeyi amaçlayan ve ev sahibi halklar ile ziyaretçiler arasındaki ilişkinin kaliteli olmasını da amaçlayan eylemleri ve olayları kapsamaktadır*” (Jolin, 2003b: 6; Delisle ve Jolin, 2007: 43). Buna göre sosyal turizm, yerel kalkınmayı sağlayan bir araç haline gelmeyi amaçlarken, halkın kimliğine saygı gösteren, sosyal ekonomiye dahil olan ve dayanışmayı sağlayan bir turistik aktiviteyi ön plana çıkarmaktadır.

Minnaert vd. (2007, 2009a, 2011), sosyal turizmin tanımına: “*Öncelikli amacı turizm mübadelesinde ya evsahibi ya da ziyaretçiye fayda sağlamak olan, ek bir etik değer taşıyan turizm*” önerisini getirmektedir.

Sosyal turizmin modern anlamda yeniden tanımlanması ve gerçekleştirilmesinde OITS'nin çalışmalarında Küresel Turizm Etiği Yasası'nın 3-4

ve 7nci maddeleri temel alınmaktadır (WTO, 1999). Buna paralel olarak sosyal dışlanmışlığı önlemek için, bunun tam tersi kavramı ifade eden sosyal içermeyi (social inclusion) etkili bir biçimde desteklemek ve teşvik etmek gerekliliğini, bunun da sosyal, kültürel ve ekonomik gerçekliklerden biri haline gelen turizmle yapıldığını vurgulayan OITS'ye göre, sosyal turizmin fakir turizmi olarak değerlendirilmesi son derece yanlıştır (OITS, 2010).

Konuya akademik açıdan artan ilgi sonucu yapılan her yeni çalışma sayesinde sosyal turizm kavramının daha açık bir şekilde tanımlanarak anlamsızlık etiketinden kurtulması ve alt kategorilere ayrılması sağlanmaktadır. Kavramın kapsayabileceği tüm türleri barındıran genel bir tanımın yapılması, sosyal turizmin sektörel anlamda gelişiminde önem taşımaktadır. Bu tanımın sektörü gereksiz biçimde sınırlayıcı olmaması gerektiği vurgulanmaktadır (Minnaert vd., 2011).

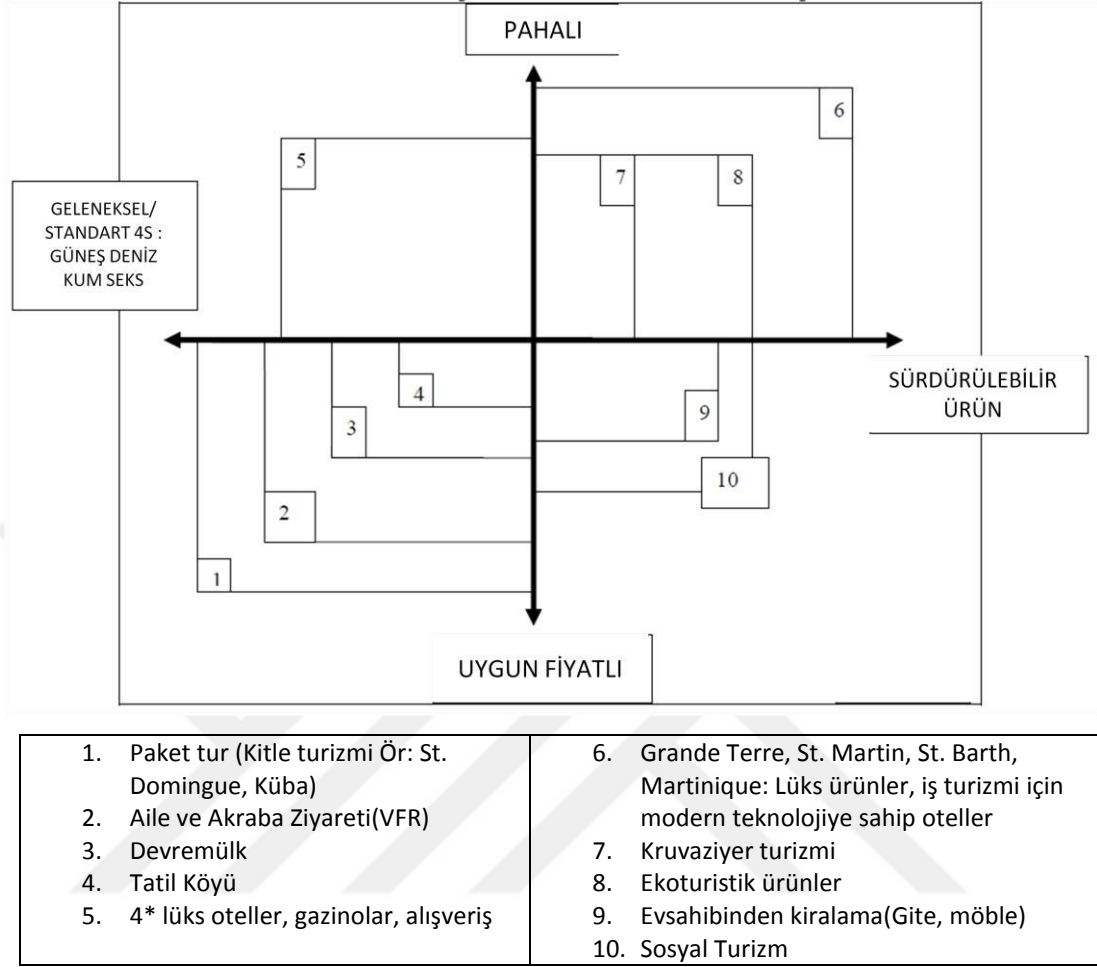
1.1.2. Sosyal Turizmin Türleri

Dünyanın farklı bölgelerinde sosyal turizm uygulamalarının sunulan diğer turistik ürünlere göre yeri ve konumu da bölgeye özgü olarak farklılık gösterebilmektedir. Buna örnek olarak Karayipler'deki Guadeloupe adası üzerine yapılmış bir çalışmada yer alan bir şema üzerinde, ev sahibinden kiralama(9) ve sosyal turizm(10) ürünü sürdürülebilir ve uygun fiyatlı ürün olarak görülmektedir (Şekil 1).

Sosyal turizmin diğer turizm türlerine göre aldığı konum gibi, farklı sosyal turizm ürünlerinin birbirine göre konumu da önem taşımaktadır. Delisle ve Jolin (2007)'in ziyaretçi temelli (visitor-related) ve evsahibi temelli (host-related) sosyal turizm sınıflandırmasıyla; Minnaert, Maitland ve Miller (2011)'in sosyal turizm modellerinde⁷ olduğu gibi, farklı kategoriler arasındaki sınırlardaki ayrım belirsiz hale gelebilmektedir. Çünkü ayırt edici özelliği ve önceliği sosyal fayda olmasına karşın, sosyal turizm uygulamalarında birçok girişimci sosyal fayda kadar ekonomik faydaya da önem vermektedir.

⁷ Bu modeller hakkında detaylı bilgi için bkz. Şekil 3 ve Konu başlığı 1.1.1.2.

Şekil 1: Guadeloupe’ta Turistik Ürün Konumlandırma



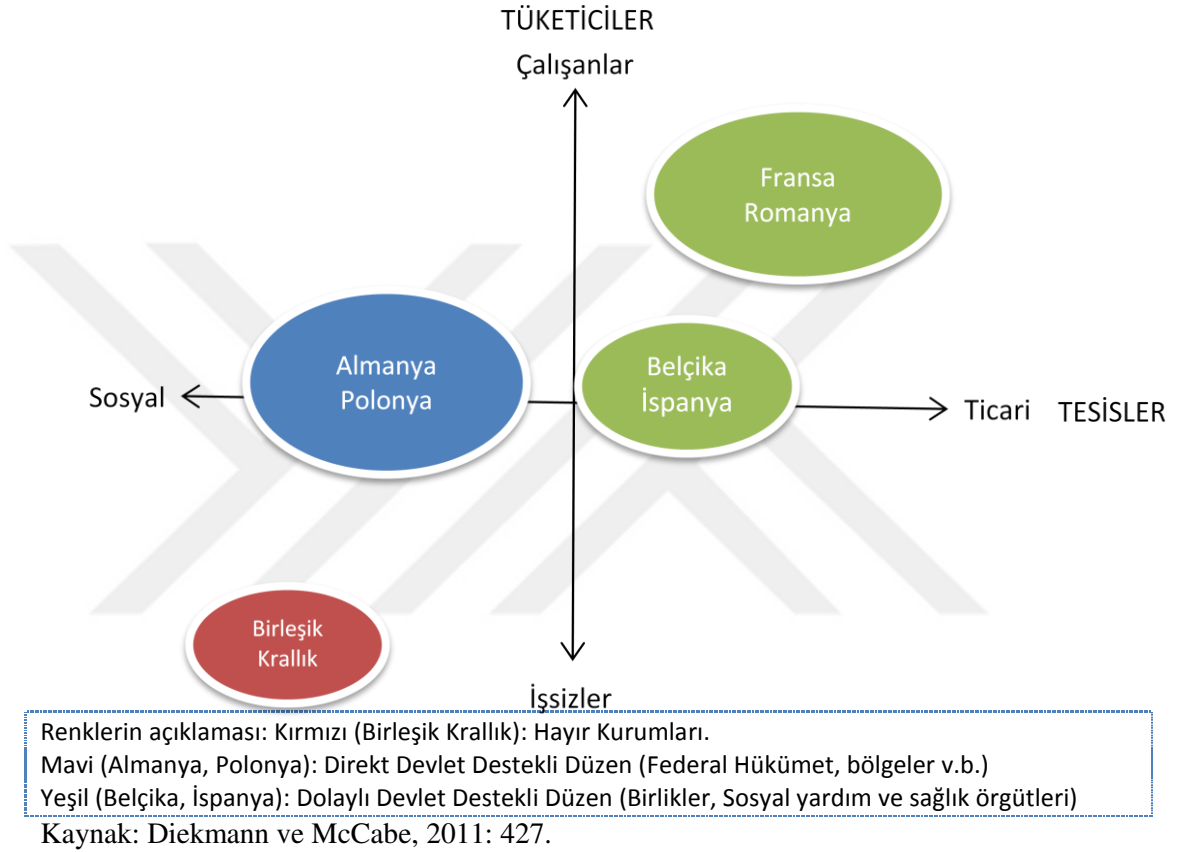
Kaynak: Sonuç, 2009: 8.

Caire (2007), sosyal turizm konaklama tesislerine gelen ziyaretçilerin büyük çoğunluğunun genelde ticari sektöre gelenlerden daha iyi şartlarda çalışma koşullarına sahip olduğunu belirtmektedir. Benzer şekilde, Birleşik Krallık'ta, YHA (Youth Hostel Association - İngiltere'de Gençlik Hostelleri Birliği) üyelerinin de önemli bir bölümünün orta gelir sınıfından olduğu vurgulanmaktadır (McCabe, 2005). Fransa'da 1530 tesis (UNAT, 2004) *toplumun tüm gruplarından* turistleri karşılar, Almanya'da 180 sosyal turizm konaklama *tesisi özellikle tatile bütçesi yetmeyen aileleri* kabul etmektedir (BAGFE, 2009).

Sosyal turizm fırsatlarının, 'ana akım' (ticari) turistler tarafından olumlu veya olumsuz bir sosyal veya kültürel tutum içerebilecek *spesifik hedef gruplarına* yönlendirilmesinin çok farklı yolları bulunmaktadır. Turizmin sosyal biçimlerini çevreleyen kültürel tutumlar farklı ülkelerde farklı anlamlara bağlı sosyal turizm

türlerini oluşturmaktadır. Konuyla ilgili olarak Şekil 2’de farklı ülkelerde uygulanan sosyal turizm sistemlerinin ‘Herkes için turizm’ felsefesini yansıtmakta ne ölçüde kapsayıcı olduğunu vurgulanmaktadır (Diekmann ve McCabe, 2011).

Şekil 2. Sosyal Turizm Ne Kadar Sosyal? Sosyal Turizme Ulaşılabilirlik.



Şekil 2 ayrıca dolaylı devlet destekli projelerin direkt devlet destekli projelerden daha ticariye yönelik olduğunu göstermektedir.

En gelişmiş sosyal turizm sistemlerine sahip olan ülkelerde, özellikle devlet destekli birliklerin tatil çekleri dışında, işsizler ve toplumun diğer önem derecesi düşürülmüş tabakaları açısından beklenenden çok daha az tatil desteği sağladığı vurgulanmaktadır. ‘Sosyal turizm kültürü’ olan ülkelerde ise, özellikle İkinci Dünya Savaşı’ndan sonra işçi birlikleri örgütleri kapsamında sosyal turizmin yapılandığı görülmektedir. Bu anlamda, örneğin Fransa sosyal turizm gelişiminde önemli bir rol üstlenmişken, yoksulluğun ve sosyal dışlanmanın yeni türlerine uyum sağlamada ve

en fazla desteğe ihtiyacı olan tüketiciye ulaşmada diğer ülkelere göre geride kalmaktadır (McCabe, 2009; Cass, Shove ve Urry, 2005).

Sosyal turizm projeleri, gerçek *sosyal eşitliği* sağlamak için bazı durumlarda sektörü ana akım ticari sektörle birleştirmeyi amaçlamaktadır. Ancak bu gibi durumlarda, bazı hedef grupların hem finansal sebeplerden (konaklamanın çok pahalı olması sebebiyle) hem de (daha da önemlisi) sosyal anlamda rahatsız hissetmesi sebebiyle normları dışında sosyal gruplarla karışamayarak dışlanması riski ortaya çıkmaktadır (Diekmann ve McCabe, 2011). Minnaert vd. (2009a), sosyal sermaye ve insan sermayesi açısından tatillere ulaşılabilirliğin faydası olduğunu savunsada da Diekmann ve McCabe (2011), sosyal turistlerin, bütünleşme ya da *toplumsal uyum* anlamında *gereksiz baskı yapılmasına mahal verilmeden fayda hissetmesinin* esas olduğunu ve buna özen gösterilmesi gerektiğini savunmaktadır.

Alanyazında sosyal turizm türlerinden bahsedilirken elde edilen faydanın ne türde olduğuna göre bazı sınıflandırmalar yapılmıştır. Bir bakış açısı ziyaret eden ile ziyaret edilen açısından sosyal turizm türlerini incelerken, bir diğeri sosyal fayda ile ekonomik fayda açısından sosyal turizm türleri şeklinde konuya yaklaşmaktadır.

1.1.2.1. Ziyaretçi ile Ziyaret Edilen (Evsahibi) Açısından Sosyal Turizm Türleri

Sosyal turizm türleri sınıflandırılırken ziyaretçi (turist⁸) ile ziyaret edilenin (evsahibi halk) açısından diye iki sınıfta toplanan türler dikkat çekmektedir (Delisle ve Jolin, 2007). Buna göre:

- *Ziyaretçi* açısından bakıldığında turizm türleri: Sorumlu turizm (le tourisme responsable), sosyal turizm (le tourisme social), dayanışma turizmi (le tourisme solidaire)dir. Bu turizm türlerinde asıl faydanın *ziyaret eden lehine* olduğu belirtilmektedir.
- *Ziyaret edilen* açısından bakıldığında turizm türleri: İzole turizm (tourisme enclavé), entegre turizm (tourisme intégré), adil turizm (tourisme équitable), toplumsal turizm (tourisme communautaire)dir. Bu turizm türlerinde ise

⁸ Ziyaret eden kişiyi tanımlayan ziyaretçi ve turist burada eş anlamlı olarak kullanılmaktadır. Fransızca'da kullanılan sözcüklerin karşılığı; visiteur (ziyaret eden, ziyaretçi) ve visitée (ziyaret edilen) şeklindedir.

ziyaret edilen yerli halkın lehine fayda gözetilmektedir. Yerel halkın ve yerel işletmelerin kazanç sağladığı, yerel halk için yeni iş alanlarının yaratıldığı bir turizm türünden söz edilmektedir (Delisle ve Jolin, 2007).

Evsahibi bölgenin ekonomik yarar sağlamasına yönelik olan ve harekete geçirme modeli⁹yle benzerlikler gösteren girişimler de bulunmaktadır. Buna örnek olarak *yoksulluğa karşı turizm (pro-poor tourism)* gösterilmektedir. Yoksulluğa karşı turizmin amacı, turizm girişimleri ile iş imkanları yaratarak destinasyon düzeyindeki yoksulluğu azaltmaktır. Yoksulluğa karşı turizm ve *toplum-temelli turizm (community-based tourism)* dolayısıyla sosyal turizmin alt türleri olarak görülebilmektedir. Bu görüşü ISTO (Uluslararası Sosyal Turizm Örgütü) desteklemektedir. ISTO sosyal turizmi, özellikle düşük gelir gruplarının turizme katılımından doğan etki ve fenomenler olarak tanımlamakta, bu katılımın iyi belirlenmiş sosyal doğası olan girişimler tarafından kolaylaştırılmakta veya mümkün hale getirilmekte olduğunu belirtmektedir (ISTO, 2003).

ISTO'nun tanımı sosyal turizmi daha geniş bir uygulama alanına yaymaktadır. Daha eski tanımlara göre "*Herkes için Turizm*" turizmden daha fazla kişinin faydalanması esasına dayanmaktaydı. Ancak daha geniş anlamda sosyal turizmin farklı alt türleri de ortaya çıkmaktadır. Bu da sosyal turizmin toplumsal ve ekonomik açılımının genişletilmesinden kaynaklanmaktadır. Diğer bir deyişle, Hunzicker'in tanımına göre turizme katılamayan herkesin turizme katılmasını sağlamak olan sosyal turizmin amacı, genişletilmektedir. *Dayanışma turizmi (solidarity turizm)* ile sadece seyahat imkanlarının toplumun tüm kesimlerine ulaşılabilir hale getirilmesi değil, turizm kalkınmasının faydalarından destinasyon düzeyinde yaşayan düşük gelirli insanların da istifade edebilmesi amaçlanmaktadır. ISTO'nun sınıflandırmasına göre; imkanları olmadığı için turizmden yararlanamayan herkesin turizmden yararlanmasını sağlamak olarak tarif edilen birinci tanım "*Herkes için Turizm*", düşük gelirli yerli halkın turizm kalkınmasından fayda görmesini sağlayan tür ise "*Dayanışma Turizmi*" olarak kabul edilmektedir (Minnaert, Maitland ve Miller, 2011).

Sosyal turizmin çok çeşitli hedef kitle, ürün tipi, öngörülen getiri ve motivasyonlarının olması sebebiyle sosyal turizme getirilen güncel bir tanım:

⁹ Minnaert vd., 2011: bkz. Şekil 3 ve 1.1.2.2.4. Harekete Geçirme Modeli başlığı

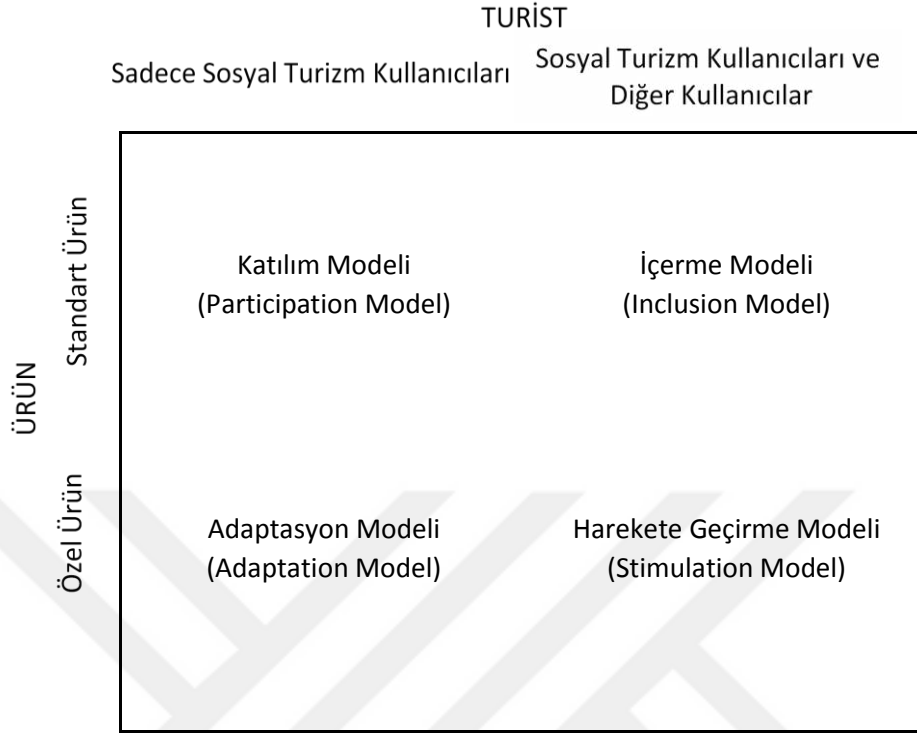
“Öncelikli amacı turizm mübadelesinde ya evsahibi ya da ziyaretçiye fayda sağlamak olan, ek bir etik değer taşıyan turizm”dir (Minnaert vd., 2007; 2009a; 2011). Dolayısıyla sosyal turizm türlerinde “ziyaretçi yönlü” (*visitor-related*) ile “evsahibi yönlü” (*host-related*) olmak gibi iki temel özellik bulunmaktadır. Bu tanım sosyal turizmin amaçlarının evsahiplerine ve ziyaretçilere nasıl uyarlanabileceğini ortaya koymaktadır. Bununla birlikte, sosyal turizmin ortaya çıkmasındaki amacın *sosyal kalkınma* olduğunun ve sosyal turizmin *sosyal faydalarının* birincil önemde olduğunun altı çizilmektedir. Sosyal turizmin bu özelliğe, bölgeleri ekonomik olarak canlandırmaya çalışan diğer turizm türlerinden farkını ortaya koymaktadır. *Sosyal turizmde projenin ana amacı sosyal etkilerin belirlenmesi olmalıdır, diğer turizm türlerinde ise sosyal etkiler getirilerden sadece biridir* (Minnaert vd., 2007; 2009a; 2011).

1.1.2.2. Sosyal Fayda ile Ekonomik Fayda Açısından Sosyal Turizm Modelleri

Farklı yerlerdeki uygulamalarla gösterdiği gelişim özelliklerine göre sosyal turizm ürünlerinin ve bu ürünlerden faydalanan sosyal turizm kullanıcılarının bir şema üzerinde gösterilerek sınıflandırılmasını sağlayan ve günümüzdeki gelişimini gösteren bir çalışmada, dört sosyal turizm türünün Avrupa’da belirgin bir şekilde görüldüğü vurgulanmaktadır (Minnaert vd., 2011).

Şekil 3’de görülen bu sosyal turizm modellerinden, soldaki katılım ve adaptasyon modeli daha çok *sosyal*, sağdaki içerme ile hareket geçirme modeli ise *ekonomik ağırlıklı* çıktılar elde etmeye uyumlu olsa da, *uygulandığı farklı yerel, bölgesel, ülkesel* çevrelerde sonuçları değişiklik ve türler arasında geçişlilik gösterebilmektedir.

Şekil 3: Sosyal Turizm Modelleri



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

Örneğin sosyal turizmde yerli halkı düşük sezonda daha fazla iş imkanı ile desteklemek amacıyla olan harekete geçirme modeli ile temel amacı toplumdan çeşitli nedenlerle dışlanmış olan bir kesime özel bir ürün sunmakla tatil hakkını yaşamasını sağlayarak, o kesimin de tatilin kişi üzerinde yarattığı olumlu etkilerden yararlanmasını sağlamak ve sağlıklı bireyler olarak kişiyi topluma kazandırmak olan adaptasyon modelinin birleştiği noktada iki farklı türün sınırında ve özelliklerini taşıyan bir geçişlilik özelliği olan sosyal turizm türü ortaya çıkmaktadır. Buna örnek olarak Minnaert vd. (2011), IMSERSO (İspanyol Yaşlılar ve Sosyal Hizmetler Enstitüsü) uygulamasını göstermektedir. Sezon dışında, yaşlı insanlara, devletin özellikle belirlediği atıl kalan sahil şeridinde, özel ürünler sunarak gerçekleştirilen bu sosyal turizm türü hem harekete geçirme, hem de adaptasyon modelinin özelliklerini taşımaktadır. Yaşlı insanların hepsi yoksul olsa da toplumdan dışlanma özelliği olmasa da bu ürünlerden yararlanmayı tercih edenler de vardır. Yukarıda adı geçen bu dört sosyal turizm türünün incelenmesi, farklı sosyal turizm türlerinin anlaşılması açısından önem taşımaktadır.

1.1.2.2.1. Katılım Modeli

Bu yaklaşımın temel özellikleri sunulan ürünün standart olması ve programa katılımın sadece sosyal turizm kullanıcıları ile sınırlı olmasıdır. Katılım modeli, toplumun dezavantajlı kesimlerine (ekonomik veya diğer sebepler yüzünden dışlanmış durumda bulunan kişilerle gruplara, örneğin, engelli çocuklar ve karmaşık sağlık sorunları bulunan ileri yaştaki vatandaşlara) turizm deneyimleri sunmayı amaçlayan bir sosyal turizm türüdür.

Belçika’da Flanders şehrinde bulunan Tatil Katılım Merkezi *katılım modeline* örnek olarak gösterilmektedir. Bu kurum, konaklama ve turistik çekicilik hizmet sağlayıcıları ile pazarlık ederek indirimli fiyatlar almaktadır. Bu indirimler özel sektör tarafından arttırılmış istihdam, tanıtım ve kurumsal sosyal sorumluluk amaçları karşılığında gönüllü olarak sunulmaktadır. İndirimli ürünler sadece gelir düzeylerini resmi bir belge ile ispatlayan ya da gelir düzeyi onaylanan düşük gelirli kişiler içindir (Minnaert vd., 2011).

1.1.2.2.2. İçerme Modeli

Sosyal turizm, içerme modeliyle ekonomik ya da başka dezavantajı olanları da kapsayarak “herkes için turizm” i teşvik etmektedir. Bu kategoride, sosyal turizm kuruluşları, tatil çekleri gibi farklı sübvansiyon olanakları sağlayarak toplumun birçok kesiminin turizme katılımını amaçlamaktadır. Bu kuruluşlar, özellikle ekonomik olarak daha az iyi durumda olanların bir evrensel fayda olarak turizme katılımına destek sağlamaktadırlar. İçerme modelinde sunulan turizm ürünü standarttır ve dezavantajlı ya da avantajlı gruba aynı ürün sunulmaktadır (Minnaert vd., 2011).

İçerme modeli standart turizm ürün ve hizmetleri üzerine kurulduğu için, katılımcılar dezavantajlı hedef gruplarla sınırlı değildir. Bu türün örneğini Fransa’daki Tatil Çekleri (Holiday Voucher, Cheques Vacances) oluşturmaktadır. Bu programa katılan şirketler çalışanlarına tatilleri için düzenli olarak birikim yapabilme fırsatını sunmaktadır. Bu birikimler işverenler ve sosyal örgütler tarafından desteklenmektedir. Şirketler ve sosyal örgütler, aslında vergi ödeyenler tarafından

finanse edilen bir devlet sübvansiyonunu oluşturan vergi indiriminden ve sosyal katkı payından faydalanmaktadır. (Çeklerin dağıtımı ve bankada toplanması için bir komisyon görevlendirildiğinden dolayı, aslında Tatil Çekleri sistemi kamu sektörü için de bir gelir akışı sağlamaktadır). Çalışan; konaklama, yeme-içme, ulaşım, boş zaman ve kültür gibi birçok ürün için kullanma imkanı olan tatil çeki olarak yan katkılarının ve birikimlerinin tamamının değeri karşılığı olan bedelini verip geri alabilir. Bu sistem tatile katılanların sayısını arttırmayı amaçlamaktadır ve gelir düzeyi ne olursa olsun herkese açıktır. Daha geniş çalışan kitlesine bu sistemi ulaşılabilir yapmanın bir sebebi de tatil çeklerinin yerli turizme olan etkisidir. Dağıtılan çeklerin dört katı kadar toplam harcama yapıldığı tahmin edilmektedir (Minnaert, Quinn, Griffen ve Stacey, 2010).

1.1.2.2.3. Adaptasyon Modeli

Sosyal turizm, adaptasyon modeline göre, özellikle ekonomik ya da farklı dezavantajları olan kişiler için tasarlanmıştır. Bu modelde özellikle sosyal turizm kullanıcıları için adapte edilmiş olan bir ürün sunulmaktadır. Örneğin uzman konaklama tesisinin seçimi ile destek hizmetleri bu ürün kapsamında sağlanmaktadır. Hareket problemi olan kişiler için tesisler ya da farklı sosyal faydalar sağlamak için özel olarak tasarlanmış aktiviteler bu hizmetlerden bazıları olabilmektedir. Bu tür sosyal turizme katılım hedeflenmiş kullanıcılarla sınırlanmıştır (Minnaert vd., 2011).

Birleşik Krallık'ta, öğrenme zorluğu olan çocuklar ile ailelerine 3-4 günlük kısa tatiller (séjour) ve (haftalık) tatiller sağlayan bir hayır kurumu olan "Break" (Tatil), bu sosyal turizmin dezavajlı hedef gruplara sunduğu ürüne örnek oluşturmaktadır. 'Break'e ait, bakım yapabilecek uzmanların bulunduğu dört tatil merkezi bulunmaktadır. Tatil merkezleri birleşik fiziksel engeli olan ve yüksek derece bakım ihtiyacı olan çocuklar için tesis içi imkanlara sahiptir. Tatiller indirimli fiyatlarla sunulmaktadır. Tatilciler maliyetin yarısını ödemektedir ve hayır kurumunun kaynak geliştiren aktiviteleri ile tatil masrafının geri kalan yarısı karşılanmaktadır.

Adaptasyon modeline örnek olan diğer programlardan hedef grup olarak yaşlı vatandaşlara odaklanan, Birleşik Krallık'taki Yaşlılar için Ulusal Yardımseverler

Fonu (National Benevolent Fund for the Aged, UK) dur. Yine Fransa’da uzun süreli hastalıkları olan çocuklar için hizmet veren Fondation de France (Fransa Vakfı) bu modele başka bir örnektir. İngiltere’deki One Parent Families (Tek Ebeveynli Aileler) kurumu farklı bir kesime yönelik örneklerdendir. Belçika’da CRZ kurumu genç ebeveynlere (teenage parents) odaklı çalışmaktadır.

1.2.2.2.4. Harekete Geçirme Modeli

Harekete geçirme modelinde, temel motivasyon destinasyon için sağlanan sosyal fayda elde etmek olduğu için bu model, önceki üç türden farklılık göstermektedir. Bu kategoride popülerliğini yitirmiş ya da omuz sezonda boş kapasite ile karşı karşıya kalmış ve gelir kaybına uğramış olan ve işçi sözleşmelerine son vermek durumunda kalmış olan destinasyonlar ya da hizmet sağlayıcılar bulunmaktadır. Omuz sezondaki¹⁰ (yüksek sezonla sezon dışı arasında kalan dönemde) özel ürünlerle (örneğin her şey dahil paket turlarla) sosyal turizm müşterilerini çekerek yeni bir pazar yaratılmıştır. Bu türün girişimcileri dolayısıyla ekonomik ve sosyal faydaya ulaşabilmektedir. Bazı sosyal turizm kullanıcıları örneğin yaşlı vatandaşlar, bu tür müşteri grubuna örnek olabilmektedir. Katılım için seçim kriterleri daha esnektir, çünkü projeler hem ticari turizme katılamayanlara hem de katılabilecek gücü olup bunun yerine sosyal turizm projelerini tercih edenlere açıktır (Minnaert vd., 2011).

Bu projenin bir örneği İspanya’daki IMSERSO programıdır. Bu program İspanya’nın kıyı bölgelerinde omuz sezonunda yaşlı vatandaşlara özel tatiller sunmaktadır. Tatiller yararlanıcıların %70 tek ödeme şeklinde katılımı ile ve maliyetin geri kalan %30’unu devletin karşılaması ile finanse edilmektedir. Proje kıyı bölgelerde daha uzun sezonlara ve iş imkanlarının arttırılmasına katkıda bulunmaktadır ve buna ek olarak turist harcamaları da daha fazla gelir getirisi sağlamaktadır. Bu faktörler sonucunda katılımcıların da potansiyel sosyal faydalarına ek olarak projenin finansal faydası tarafından devletin katkısının çok daha fazlasının karşılandığı tartışılmaktadır (Minnaert vd., 2010).

¹⁰ İngilizce’de anlamı düşük sezon (low season) kelimesinden farklı olan; ‘shoulder season’ olarak kullanılmakta olan terim. Yüksek sezon ile sezon dışı arasında kalan dönem olarak geçmektedir.

Projeye katılan 300 otel, 2008-2009 sezonunda 1 milyon katılımcıdan faydalanmıştır ve 79.300 iş imkânı yaratılmıştır. 2009-2010 sezonunda İspanya Hükümeti tarafından projeye 105 milyon euro tahsis edilmiştir ve yatırılan her 1 euronun 4 euro olarak geri döndüğü (vergi, harcama ve tatil yararlanıcı ödemelerinin yapılmasında) belirtilmektedir (IMSERSO, 2011). Sosyal turizmin harekete geçirme modelinde sunulan ürün, ticari (endüstriyel) turizm kapsamında seyahat edemeyen sosyal turizm kullanıcılarına özel hizmetler ve diğer kullanıcılara da açık olan hizmetler olarak tasarlanmaktadır.

Harekete geçirme modeline örnek olarak verilen IMSERSO projesi, sosyal olarak dışlanmış potansiyel yaşlı gruba hitap etme özelliği nedeniyle adaptasyon modeline benzemektedir. Burada bir *geçişlilik* söz konusudur.

1.1.3. Sosyal Turizmin Faydaları

Sosyal turizm sayesinde toplumun her bireyi bir dünya vatandaşı olarak, bir insan olarak; turizme katılma hakkını gerçekleştirmektedir. İnsan Hakları Evrensel Beyannamesinin 24. maddesinde turizm hakkı bir insan hakkı olarak bulunmaktadır.

Bireyler, sosyal turizm sayesinde turizmin olumlu etkilerinden hem bireysel hem de toplumsal anlamda fayda elde etmektedir. Turizm, toplumda iletişimin daha olumlu ve ılımlı hale gelmesine, toplumsal bağların güçlenmesine katkıda bulunmaktadır. Dolayısıyla uzun vadede sosyo-ekonomik ilişkilerin artarak güçlenmesini sağlamaktadır (Minnaert, Maitland ve Miller, 2009a ve 2009b).

1.1.3.1. Sosyal Turizmin Aileye Faydası

Sosyal turizm, aile kavramının, gerçek kutsal değerine yeniden kavuşmasına büyük katkı sağlamaktadır. Aile içi iletişimin daha sağlıklı hale gelmesini sağlamaktadır. Sağlıklı bireyler çoğaldıkça, sağlıklı toplum amacına sosyal turizm sayesinde bir adım daha yaklaşılmaktadır. Böylelikle, sosyal turizm, fiziksel, zihinsel ve ruhsal, içsel ve dışsal olarak tüm yönleriyle gerçekten sağlıklı toplumu oluşturmak için önemli bir araç haline gelmektedir (Minnaert ve Schapmans, 2009; Minnaert vd., 2007; Minnaert vd., 2009a).

Parcel ve Dufur (2001:882) aile sermayesini şöyle tanımlamaktadır: “Aile sermayesi, *ebeveynler ve çocuklar arasında kurulan ve çocuğun sosyalleşmesini sağlayan bağlardır. Ebeveynlerin çocuklarıyla karşılıklı etkileşim içinde, onların aktivitelerini takip etmeleri, akademik gelişimleri de dahil olmak üzere iyi oluşlarını sağlamaları için onlara ayırdıkları zaman ve gösterdikleri ilgiyi yansıtmaktadır*”.

Düşük gelirli aileler ya da sınırlı eğitim almış ebeveynler, aile sermayesi açısından düşük seviyede olacak diye bir kaide bulunmamaktadır. Aile sermayesi bir taraftan ailenin istikrarı diğer taraftan ailenin sosyal bağlantıları ile belirlenmektedir (Parcel ve Dufur 2001). Marjoribanks (1998:328), aile sermayesinin eğitimsel etkilerini incelediği çalışmada: aile çevresi bağlamının, çocukların akademik performansları ve yetişkinlerin arzularıyla bağlantılı olduğunu vurgulanmaktadır.

Aile sermayesinin seviyesi, ailenin bir bütün olarak dirençliliğini etkileyebilmektedir. Dolayısıyla o ailenin her üyesini, sosyal sermayenin bir parçası olarak etkilemektedir. Minnaert, Maitland ve Miller (2009a), sosyal turizmin, sosyal ve aile sermayesini arttırdığını, toplumu bir bütün olarak etkilediğini ve sosyal politikaya katkıda bulunduğunu ortaya koymaktadır.

Başka bir çalışmada, düşük gelirli ailelerin sosyal turizme katılımı ile öznel iyi oluş (subjective well-being) ve yaşam kalitesi arasındaki bağlantı araştırılmıştır. Bunun sonucunda, sosyal turizmin, sağlık, sosyoloji ve sosyal politikalarla ilgili türdeş alanlı (cross-disciplinary) ve disiplinlerarası (interdisciplinary) çalışmalar açısından çok değerli bir yol oluşturan, turizm ve sosyal bilimler arasında köprüler inşa eden önemli bir alan olduğunun altı çizilmiştir. Bu çalışmada Birleşik Krallık’ta sosyal turizm için çalışan FHA (Aile Tatil Kurumu)’nın tatillerinden faydalanan düşük gelirli ailelerin öznel iyi oluş (SWB) ve yaşam kalitesi (QOL) ile ilgili görüşleri alınmıştır. Yapılan araştırmanın sonucunda, ailelerin FHA’ya başvurularında yaşam kalitesi ölçütlerine göre oluşturulmuş duygusal iyi oluş faktörlerinin, durumsal faktörlerden daha fazla etkilenmekte olduğu ortaya çıkmıştır. Tatil yapan aileler bu tatillerin yaşam kalitesine olumlu etkiler sağladığını belirtmişlerdir. Bu çalışma sayesinde tatillerin aile ve toplum yaşamına olan sosyal faydası ispatlanmış olup bu konuda daha fazla çalışma yapılması gerekliliği araştırmacılar tarafından belirtilmiştir (McCabe, Joldersma ve Li, 2010).

McCabe (2009), dezavantajlı ailelerin karşılaştığı engelleri ve tatil yaparken destek almalarının onlara hissettirdiği faydaların geniş kapsamlı olduğunu göstermektedir. Yazara göre, bir tatilin hükümet politikasıyla bağlantılı olan kanıtlanabilir etkilerinin olduğu açıktır: Özellikle stresle ilişkili olan hastalıkların ve bozuklukların tedavisinde ve ayrıca diğer potansiyel bütüncül ve alternatif terapiler bağlamındaki sağlık ve iyi oluş etkisi; çocuklarla ilgili olarak çocuk büyüme ve gelişimi, sosyal içirme, beceri geliştirme, yaşam doyumu etkisi bunlar arasındadır (McCabe, 2009).

1.1.3.2. Sosyal Turizmin Toplumun Üyesi Olarak Bireyin Sağlığına ve İyi Oluşuna Faydası

Sosyal turizm politikasının amacı, turizmi özel ihtiyaçları olanlara ulaşılabilir hale getirmek, aynı zamanda kullanıcılarına sağlık ve sosyal fayda sağlamak, sosyal ve sağlık sistemlerinin etkinliğini arttırarak, vatandaşların yaşam kalitesini ve iyi oluşunu (wellbeing) arttırmaktır (Garcés ve Ferri 2012'den aktaran Ferri, Durá ve Garcés, 2013).

Tatilin bireyin iyi oluşu ve sağlığı üzerinde olumlu etkileri olduğunu birçok çalışma göstermektedir (Gump ve Matthews, 2000; Gilbert ve Abdullah, 2004; Quinn ve Stacey, 2010; WTO, 2011). Gilbert ve Abdullah (2004), tatil ile yüksek bir öznel-iyi oluş arasında bağlantı kurmaktadır. Quinn ve Stacey (2010), turizme katılmanın düşük gelirli ailelerin çocuklarının iyi oluşu üzerindeki olumlu etkisine değinmektedir. McCabe, Joldersma ve Li (2010), düşük gelirli ailelerin turizme katılımıyla ilgili kendileri tarafından ifade edilmiş olan iyi-oluş ölçütleriyle bağlantısını kurmaktadır.

İlgili alanyazında, kapasite ve turizm arasında olumlu ilişkiler olduğunu belirtenler çalışmalar da bulunmaktadır. Bergier, Bergier ve Kubinska (2010), turizmin engellilerin fiziksel kapasitesindeki artışı sağladığını, Stilling ve Nicolaisen (2010) ise kendine-yeterlilik, bağımsızlık ve güvenlik gibi duyguları arttırdığını belirtmektedir.

Smith ve Puczkó (2009), wellness (sıhhat, sağlık) turizminin, daha çok ileri yaş ile varlıklı müşterilerin kaplıcalarda aldıkları lüks kategorideki turizm ürünlerini

kapsadığını belirtse de; Konu ve Komppula (2012), çalışmalarında, iyi oluş (wellbeing) kavramının değişik hizmetleri kapsayan çok geniş ölçekte ürün barındırdığını ve tümünün lüks ve pahalı olmak zorunda olmadığını savunmaktadır.

Günümüzde bireyin iyi oluşu için hastalık yokluğunun gerekli ama yeterli olmayan bir ölçüt oluşturduğu anlaşılmaya başlanmıştır. Psikoloji yıllardır ihmal ettiği iyi oluş konusuna ilgi göstermeye başlamış ve konuyla ilgili araştırmalar artmıştır. Öznel iyi oluş, yaşam doyumuna ilişkin bilişsel yargı ile olumlu ve olumsuz duygulanım unsurlarından oluşmaktadır (Tuzgöl Dost, 2005). Bahsi geçen bu unsurlar, bağımsız kavramlar olarak nitelenmekte ve dolayısıyla ayrı ayrı ölçülmesi ve çalışılması gerektiği savunulmaktadır. Buna göre geliştirilen Öznel İyi Oluş Ölçeği (ÖİÖ), genel yaşam doyumu ile yaşam alanlarına ilişkin bilişsel yargılar ve olumlu duyguların varlığı ile olumsuz duyguların yokluğuna ilişkin maddeler içermektedir (Diener, Oishi ve Lucas, 2003).

Benzer şekilde, yaşlı insanların turizm katılımını sağlıkla ve akıl sağlığı ile bağdaştıran başka çalışmalar da bulunmaktadır (McCabe, 2009; Dolnicar, Yanamandram ve Cliff, 2012; Gilbert ve Abdullah, 2004). Bazı yazarlar turizm katılımını sosyal içerme ile (Quinn vd., 2008; McCabe, 2009; Minnaert, Maitland ve Miller 2009b), diğerleri kişisel ve aile ilişkilerinin iyileşmesi ile bağdaştırmaktadır (Quinn vd., 2008; Minnaert vd., 2009a; Bergier vd., 2010).

Ferri, Durá ve Garcés (2013), önceki çalışmaların daha çok engelli insanlar ve düşük gelirli aileler üzerinde yapıldığını belirtmektedir. Minnaert vd., (2009a), yaşlı insanlar üzerine yapılan çalışmaların yetersiz olduğunu belirtmektedir. Polibienestar Araştırma Enstitüsü tarafından, sosyal anlamda dışlanmış yaşlı insanların tatile katılmalarının fonksiyonel sağlıklarına etkileri araştırılmıştır. Araştırma, tatile katılan yaşlı insanların elde ettiği sağlığa dair faydaların sağlık ve sosyal yardım hizmeti ve dolayısıyla kamu harcamalarına da etki edip etmediğini göstermesi açısından önem taşımaktadır. Araştırma sonuçlarına göre, yaşlı insanların tatil yapmakla kişisel sağlık algısı ve günlük aktivitelerini bağımsız bir biçimde yürütebilme arasında pozitif ve anlamlı ilişki ortaya çıkmıştır. İnsanlar hem kendilerini daha iyi hissetmekte hem de sosyal ve sağlık sistemlerini daha az kullanmaktadır. Bunun sonucunda, hükümetlerin bu alanlardaki harcamaları azalmaktadır. Dolayısıyla, sosyal turizm politikası daha iyi bir yaşam kalitesi ve

yaşlılar için sağlıklı yaşlanmayı gerçekleştirmek ve yaşlanan toplumların maliyetlerini azaltmak açısından bir strateji olarak kullanılabilir (Ferri, Durá ve Garcés, 2013).

Turizm ve yaşam kalitesi (QOL) ile öznel iyi oluş (SWB) arasındaki ilişkiler üzerindeki araştırmalar günümüzde artış göstermektedir. McCabe ve Johnson'un (2013: 42) çalışması, öznel iyi oluş üzerine yoğunlaşmaktadır. Çalışma, tatil için finansal destek alan düşük gelirli bireylerin ('sosyal turistler') iyi oluşundaki (wellbeing) değişimleri ölçen iki adımlı bir araştırmadır. Araştırmanın birinci bölümünün sonuçlarına göre, turizm sosyal turistin iyi oluşuna katkıda bulunmaktadır. Psikolojik kaynaklarda, boş zaman ve aile yaşantısı gibi birkaç alanda sosyal iyi oluşa etki eden unsurlar saptanmıştır. Sosyal turistlerin öznel iyi oluş seviyesinin genel nüfustan daha düşük olduğu bu çalışmada ortaya konmaktadır. Ana akım turistler arasında turizmin öznel iyi oluşa katkılarıyla ilgili daha fazla çalışmaya ihtiyaç olduğu belirtilmektedir (McCabe ve Johnson, 2013: 42)

Yaşam süresi beklentisinin artması, bireylerin yaşamlarını sağlıklı bir şekilde geçirdiği anlamına gelmemektedir (OECD, 2011). "Sağlıklı yaşam yılları" göstergesi bir kişinin sağlıklı bir şekilde yaşamaya devam ettiği yıl sayısıdır. Bu gösterge hayat süresi değil, daha çok sağlıklı bir durumda geçen yaşam kalitesi üzerinde yoğunlaşmaktadır. 2012'de EU-28'de doğumda beklenen ortalama yaşam süresi 80,3 yıl (kadınlar için 83,1, erkekler için 77,5 yıl) olarak gerçekleşmiştir. Kronik hastalık, akıl hastalıkları, fiziksel engellilik yaşlılıkta daha ön plana çıkan ve yaşam kalitesini düşürücü etkiye sahip olan rahatsızlıklardır. Bu bağlamda turizmin, iyi oluş (well-being) ile yakın ilişkisi sebebiyle sağlıklı ve aktif yaşlanmanın sağlanması ve yaşlılıkta bağımlılığı önleme (yani bağımsız olarak kendi ihtiyacını karşılayabilme) açısından bir strateji olarak kullanılabilirliği belirtilmekte, Avrupa'da Ulaşılabilir Sosyal Turizm 2 (Accessible Social Tourism 2) programının desteklenmesi önerilmektedir (Minnaert ve Schapmans, 2009).

1.1.3.3. Sosyal Turizmin Sosyal Politikaya ve Sosyal Ağlara Katkısı

Bireysel ve kolektif amaçların tutarlı olabilmesi yolunda modern toplumların; daha fazla adalet, itibar ve hayattan zevk alabilme hakkını tüm vatandaşlara

sunabilmek için gerekli önlemleri aldığı bildirilmektedir (Minnaert vd., 2007; 2009a ve 2009b).

Modern toplumların sosyal turizmi uygulamayı garantilemesiyle sosyal turizmin bir hak oluşu, Avrupa Ekonomik ve Sosyal Komitesi (EESC-European Economic and Social Committee) tarafından “Sosyal Turizm Görüşü” (Opinion of Social Tourism) belgesinde de belirtilmektedir. Belgede Madde 2 Sosyal Turizm Kavramı başlığı altında yer alan ve sosyal turizmin kilit taşı olan turizm hakkı alt başlığını taşıyan Madde 2.1’ e göre, herkesin günlük, haftalık ve yıllık temelde kişiliklerini ve sosyal bütünleşmelerini sağlayabilmek için dinlenmeye, boş zamana hakkı olduğu belirtilmektedir. Herkesin bu hakkı kişisel gelişim için kullanma hakkına sahip olduğu; turizm hakkının bu genel hakkın bir somut anlatımı olduğu ve sosyal turizmin, uygulamada evrensel olarak ulaşılabilir olduğunu garantilemek arzusu ile desteklendiği belirtilmektedir (EESC, 2006).

Eşitsizliğin azaltılmasının ve daha zayıf olan kesimin desteklenmesinin öncelikli etik görev olarak görüldüğü sosyalleşmiş toplumlarda, sosyal turizmin daha rahat kabul gören bir hak olduğu belirtilebilir. Hak, onu kazananlar üzerinde hiçbir sınırlama olmaksızın vardır; kural evrenseldir. Bir kişinin kamu desteğinden faydalanabilmesi için sadece dezavantajlı kesimin bir parçası olması yeterli olmaktadır. Bu görüş klasik Avrupa sosyal modeli ile bağlantılıdır (Minnaert vd., 2011).

Öncelikli etik görevlerin daha az olduğu bireyselleştirilmiş toplumlarda ise sosyal turizm bir hak olarak görülmemektedir. George (1999), bunu özgürlüğün önceden varoluşuna dayanan etik sorumluluğun uygulanması olarak tanımlamaktadır yani; toplumun bir bireyi olmak bazı etik sorumlulukları içermektedir ve sadece bu sorumluluklarını yerine getirenler desteği “hak” etmektedir.

Sosyal turizmin diğer bir faydası da sosyal ağların kurulması ve geliştirilmesidir. Sosyal ağların (yeniden) yapılandırma ile başka yerlerde yaşayan arkadaş ve akrabaları ziyaret edip sosyal zorunlulukları gerçekleştirmede turizmin öneminin vurgulayan Urry ve Larsen (2007); izole bir egzotik adaya benzetilen turizmin, bağlantısı kopmuş olan insanları yüzyüze görüşebilecekleri mesafedeki yerlere getirdiğine ve zorunluluklar ile keyif birarada olabileceğine dikkat çekmektedir.

Avrupa'nın birçok şehrindeki sosyal turizm uygulamalarının bilimsel yansıması niteliğinde olan bir çalışmada, sosyal turizmin düşük gelirli aile gruplarına uygulandığı takdirde sosyal politikaya maliyet azaltıcı katkıda bulunduğu vurgulanmaktadır. Bu bağlamda sosyal turizmin; kısa vadede aile sermayesini arttırdığı, orta vadede ise sosyal ağlar, ilgili davranış biçimi ve kendini kabullenme ve sevmeye gibi konuları içeren sosyal sermayeyi arttırdığı bulgusuna ulaşıldığı bildirilmektedir (Minnaert vd., 2009a).

Maddi imkansızlıklar yüzünden ve diğer engeller sebebiyle tatile çıkamayan insanların Birleşik Krallık'taki üç hayır kurumunun yaptığı finansal yardımlar sayesinde tatil yapabildiklerini anlatan McCabe (2009), sosyal turizmin topluma faydasının daha detaylı bir şekilde ölçülmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Yazar, sosyal turizm, boş zaman (leisure) ve sosyal politikalar arasındaki bağlantının daha güçlü ve kapsamlı olması gerektiğini savunmaktadır.

Finlandiya'da ekonomik durumu iyi olmayan veya engelleri olan bireyler ya da aileler, sübvansé edilmiş bir tatil için sosyal tatil kuruluşlarına başvuruda bulunabilmektedir. Finlandiya'da sosyal turizm, dezavantajlılara yardıma dayandığı için ülkenin sosyal politikasının bir parçası olarak görülmektedir (Komppula ve Ilves, 2013).

Coleman (1998), sosyal sermayeyi iki diğer sermaye türü ile karşılaştırmaktadır: fiziksel sermaye (mallar ve hizmetler) ile insan sermayesi (yetenekler ve beceriler). Eğer fiziksel sermaye karşılaştırmalı olarak gözlemlenebilen maddesel haliyle daha somutsa, insan sermayesi bireyin bilgi ve beceriyle edindiği kabiliyetler olarak daha soyuttur. Sosyal sermaye ise insanlar arasındaki ilişkilerde ortaya çıktığı için daha az somuttur.

İşbirliği, güven ve güvenilebilirlik gibi faydalar dışında, Putnam (2000: 288) sosyal sermayenin daha iyi iş imkanları, fayda bağımlılığında azalma ve toplum için net bir fayda getiren, "toplumun geri kalanının iyiliğine olacak karakter özelliklerini geliştirmeyi sağlayan" bir araç olduğunu vurgulamaktadır. Buna ek olarak, hastalığı azaltma ve dolayısıyla sağlık hizmetlerine daha az talep olması ile birlikte sağlık için kamu maliyetlerinin azaltılmasına da vurgu yapmaktadır. Bu da artan sosyal sermayenin kamu yatırımlarına değer olduğunu ortaya koymaktadır ve eğer sosyal

turizm sosyal sermayede bir artışı gerçekleştirecekse, potansiyel anlamda kamu fonu için de kullanılabilir olacaktır.

Turizmin sosyal çıktılar elde etmekteki rolü hakkındaki tartışmalar harcanabilir hanehalkı gelirinin bir kalemi olarak kavramsallaştırılmasından ve evrensel olarak faydalı olan tüketici faaliyeti olarak belirsiz statüye sahip olmasından kaynaklanmaktadır (Evans, Shickle ve Morgan, 2001). Turizm ile kişisel ve sosyal gelişme arasında bağlantı kuran çalışmalar bulunmaktadır (Krippendorf, 1987). Ancak turizm tüketiminin sosyal politika girişimleriyle bağlantısına dair çok az çalışma bulunmaktadır. İlgili alanyazında boş zaman katılımı konu alınmıştır (Tomlinson, 1986). Katılıma engellerin türleri belirlenmiştir ancak; katılımın potansiyel etkileri veya katılım eksikliğinin eğitim, iş, din ve sağlık ve sosyal yardım gündemini kapsayan sosyal yapılanmalar üzerindeki etkileri üzerindeki araştırmalar sınırlıdır (Smith, 1987; Hughes, 1984 ve 1991; Corlyon ve La Placa 2006). Ayrıca turizme katılmamanın ilgili mahrumiyet ya da sosyal dışlanmışlık kavramlarıyla bağlantısını kuran çalışmalar da bulunmaktadır (Mordue 2005; Agarwal ve Brunt 2006). Turizmde katılımın olmaması ve sosyal dışlanmanın olduğuna dair detaylı araştırma sayısı azdır (Long, McCabe ve Scullion, 2007). Yine de seyahate engeller ile ilgili yayınlara katkılar yapılmaktadır (Mayo ve Jarvis, 1985; Haukeland, 1990; Fleischer ve Pizam, 2002). Turist kabul eden coğrafik bölgelerdeki evsahibi halklardaki sosyal dışlanmayı analiz eden, İngiliz deniz kıyısı resortlarda yapılan bir çalışma da bulunmaktadır (Agarwal ve Brunt, 2006).

Tatiller üzerine yapılan bir araştırmada; toplumlar üzerindeki genel politikalar ve sosyal içerme, aile istikrarı ve uyumu, mutluluk hisleri ve yaşam doyumu/yaşam kalitesi; akıl sağlığı ile ilgili olası gelişmeler, özellikle stres ve stresle ilgili hastalıklar; iş ve işe dönüş politikaları ile tatiller arasında bağlantı bulunduğu belirtilmektedir (McCabe, 2009: 683). Bir sosyal politika aracı olarak niçin başka bir yöntem veya yardım değil de tatilin tercih edilmesinin sebepleri üzerine düşünüldüğünde dezavantajlı aileleri etkileyen birçok sorunun üstesinden tatil sayesinde gelinebileceği ortaya çıkmıştır. Ailevi problemler çoğu zaman çok fazla, karmaşık, birbiriyle ilintili olduğundan daha ‘geniş boyutlu düşünmeyi’ gerektirmektedir. Bir tatil ailelerin kendini içinde bulduğu zorlayıcı durumlardan bir

süre uzaklaşma şansı ile daha taze bir bakış açısını sunarken sosyal içermeyi de sağlayarak hayata uzun süreli etkisi olacak yeni yollar açmaktadır (McCabe, 2009).

Sosyal turizmin temel hedeflerinden birinin vatandaşların seyahate ulaşmalarını kolaylaştırmak, diğerinin ise turizmi bir araç konumuna getirerek, bireysel gelişimi, aile bütünleşmesini, nesillerarası buluşma ve sosyal entegrasyonu sağlamak olduğunu gösteren bir başka çalışmada ise sosyal turizmin mottolarından birisinin ‘herkes için sosyal, sürdürülebilir turizm’ olduğu belirtilmektedir (Bıçkıcı vd., 2013).

1.2. SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM KAVRAMI

Sürdürülebilir turizm fikri, turizmin olumsuz etkilerinin bilincine varmayı ve bu olumsuz etkilerin sürdürülebilir gelişme amaçlarını başaracak şekilde kontrol edilerek yönetilmesini içermektedir (Saarinen, 2006:1126).

Sürdürülebilir gelişme, 1987’deki Çevre ve Kalkınma Komisyonu tarafından gerçekleştirilen toplantının çıktısı olarak sunulan Brundtland Raporu’nda, *“Günümüzün gereksinimini karşılarken, mevcut kaynakları, gelecek nesillerin kendi gereksinimini karşılamasını engellemeden, tüketilmeden kullanılmasını sağlayan bir gelişmedir”* şeklinde tanımlanmıştır (WCED, 1987).

Sürdürülebilir turizm, basit tanımıyla, mevcut ve gelecekteki ekonomik, sosyal ve çevresel etkilerin tamamını dikkate alarak, ziyaretçilerin, endüstrinin, çevrenin ve ev sahibi halkın ihtiyaçlarını karşılayan bir turizm türü olarak tanımlanmaktadır (UNEP ve UNWTO, 2005).

Kavramsal tanımına göre, sürdürülebilir turizm gelişimi prensipleri ve yönetim uygulamaları tüm destinasyonlardaki kitle turizmi ve çeşitli niş turizm türleri de dahil olmak üzere turizm endüstrisi¹¹nin tamamına uygulanabilmektedir. Sürdürülebilirlik prensipleri, uzun dönem sürdürülebilirliğini garanti altına alabilmek

¹¹ Bu tezde yararlanılan farklı kaynaklar ile yapılan görüşmelerde yer alan “turizm endüstrisi” ve “turizm sektörü” kavramlarının kullanımına sadık kalınmış ve aynen korunmuş; ‘özel sektör’, ‘devlet sektörü’ gibi kavramlarla birlikte kullanımda ise tekrara yer vermemek açısından ana kaynaktaki ‘endüstri’ kavramı var ise sabit tutulmuştur.

için, turizm gelişiminin çevresel, ekonomik ve sosyo-kültürel boyutlarına ve bu üç boyutun arasında oluşturulması gereken dengeye atıfta bulunmaktadır.

Sürdürülebilir turizm tarafından yapılması gerekenler arasında dolayısıyla:

- Çevresel kaynakları en ideal biçimde, turizm gelişiminde anahtar bir unsur teşkil edecek şekilde, önemli ekolojik süreçlerin devamlılığını sağlayarak ve doğal miras ile bioçeşitliliği koruyarak kullanılmasını sağlamak;
- Ev sahibi halkların sosyo-kültürel gerçekliğine (otantikliğine) saygı duymak, inşa edilmiş ve yaşayan kültürel miras ve geleneksel değerlerini korumak ve kültürlerarası anlayış ve hoşgörüye katkıda bulunmak;
- Uzun vadeli, tutarlı ekonomik işletmeleri garantiye almak, tüm paydaşların sosyo-ekonomik olanaklardan adil (hakça) yararlanmalarını sağlamak, ev sahibi halklara istikrarlı iş ve gelir kazanç imkanları sağlamak ve yoksulluğun giderilmesini sağlamak bulunmaktadır.

Sürdürülebilir turizm gelişimi tüm paydaşların bilgilendirilmiş katılımını gerektirdiği kadar, geniş katılım ve fikir birliği yaratmayı güvenceye alan güçlü politik liderliği de gerektirmektedir. Sürdürülebilir turizmi başarmak devamlılığı olan bir süreçtir ve devamlı etki izlenmesini, gerekli olduğu yerde önleyici ve/ya düzeltici tedbirlerin alınmasını da gerektirmektedir.

Sürdürülebilir turizm ayrıca yüksek düzeyde bir turist memnuniyeti sağlamalı ve turistlerin sürdürülebilirlik konularında farkındalığını arttırırken ve sürdürülebilir turizm uygulamalarına onları teşvik ederken turistlere anlamlı bir deneyimi garanti etmelidir.

1.2.1. Sürdürülebilir Turizmin Temel Amaçları

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü ve Birleşmiş Milletler Çevre Programı (UNEP VE UNWTO, 2005) tarafından desteklenmekte olan sürdürülebilir turizmin on iki amacı bulunmaktadır. Bu on iki amaç, sürdürülebilir turizmin sosyal, ekonomik ve çevresel etkilerine atıfta bulunmaktadır. Böylelikle oluşturulan amaçlar sayesinde, daha sürdürülebilir turizm için politikalar geliştirilebilmekte ve iki temel yönden bu turizm politikalarının bir etkiyi ortaya koymaları sağlanmaktadır. Birincisi turizmin toplum ve çevre üzerindeki olumsuz etkilerinin azaltılması yönündedir.

İkincisi turizmin olumlu ve yaratıcı etkisinin yerel ekonomilere; doğal ve kültürel mirasın korunmasına ve ev sahibi ile ziyaretçilerin yaşam kalitelerine sağladığı katkı yönünde olmaktadır.

Tüm bu on iki amacın öneminin eşdeğerde olduğu, sıralamanın bir önceliği ifade etmediği belirtilmektedir. Sürdürülebilir turizmin üç temel direği olan sosyal, ekonomik ve çevresel boyutun gerçekleştirilmesi için çalışan bir nevi daha detaylı açıklamaları, alt bölümleri gibidirler. Aşağıda çevresel, sosyal ve ekonomik boyutların altında incelenecek olan bu oniki amaç arasında ekonomik dirimlilik, yerel gelişme, iş kalitesi, sosyal eşitlik, ziyaretçi memnuniyeti, yerel kontrol, kültürel zenginlik, yaşam kalitesi, fiziksel bütünlük, biyolojik çeşitlilik, enerji verimliliği ve çevresel saflık bulunmaktadır.

1.2.1.1. Sürdürülebilir Turizmin Çevresel Boyutu

Sürdürülebilir turizmin temel ilkelerinden biri, çevresel kaynakların, doğal mirasın ve biyolojik çeşitliliğin korunmasıdır (UNEP ve UNWTO, 2005). Çevresel sürdürülebilirlik her ne kadar doğal çevrenin mevcut durumunun korunması anlamına gelse de zarar görmüş alanlar açısından bakıldığında mevcut durumun düzeltilmesi, iyileştirilmesi anlamına da gelmektedir (Weaver, 2006).

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü ve Birleşmiş Milletler Çevre Programı tarafından desteklenmekte olan sürdürülebilir turizmin on iki amacından çevresel boyutu kapsayanlar 9-10-11 ve 12. Maddelerdir. Bu amaçlardan dokuzuncusu hem şehir hem de köy manzaralarının kalitesinin devamlılığının sağlanması ve geliştirilmesi ile çevrenin fiziksel ve görsel degradasyonunun (bozulmasının) önlenmesi olarak ifade edilen “*Fiziksel bütünlük*” tür. Onuncu amaç doğal alanların, habitatların ve vahşi yaşamın korunmasını desteklemeyi ve onlara verilen zararı minimuma indirmeyi içeren *biyolojik çeşitliliğin* korunmasıdır. Onbirinci amaç turizm işletmelerinin gelişiminde ve hizmete açılmasında nadir bulunan ve yenilenemeyen kaynakların kullanılmasını minimuma indirmek olarak tanımlanan *enerji verimliliğinin* sağlanmasıdır. Onikinci ise turizm şirketleri ve ziyaretçiler tarafından havanın, suyun ve toprağın kirlenmesini ve atık üretimini

minimumuna indirmek amacı olarak nitelenen “*çevresel saflık*”tır (UNEP VE UNWTO, 2005).

Küresel Turizm Etiği (WTO, 1999), turizmin gelişmesinde bütün tarafların, sağlam, sürekli ve sürdürülebilir ekonomik büyüme perspektifinde doğal çevreyi korumakla yükümlü olduğunu ihtiyaçların giderilmesinde gelecek nesillerin dikkate alınması gerektiğini belirtmektedir. Bu amaçla, kaynak tasarrufu, özellikle de su ve enerji tasarrufu sağlayan ve atık azaltan yöntemlere öncelik tanıyan turizm türlerinin, ulusal / bölgesel / yerel kamu yetkililerince teşvik edilmesi gerektiği belirtilmektedir (Madde 3) (WTO, 1999).

Sürdürülebilir turizm kavramı, ilk ortaya çıktığı yıllarda, çevresel yönü ile ön planda olmakla birlikte, zaman geçtikçe sosyo-kültürel ve ekonomik boyutları ile de dikkat çekmeye başladığından dolayı, ifade ettiği anlam bakımından zenginleşmiştir (Mason, 2008).

1.2.1.2. Sürdürülebilir Turizmin Sosyal Boyutu

Sürdürülebilir turizmin sosyo-kültürel varlıkların koruma kullanma dengesi ile gelecek nesillere aktarılmasında önemi büyüktür. Küresel Turizm Etiği Madde 4’te turizm politikası ve turizm faaliyetlerinin, sanatsal / arkeolojik / kültürel mirasa saygı içinde gelecek nesiller dikkate alınarak yürütülmesi gerekliliği vurgulanmaktadır. Bu anlamda müzeler, anıtlar, tarihi kalıntılar gibi kültürel alanların ziyaretinden elde edilen gelirin en azından bir bölümünün, bu alanların korunması ve geliştirilmesi için kullanılması önemli bir seçenek olarak sunulmaktadır (WTO, 1999).

Bunun yanında, Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü ve Birleşmiş Milletler Çevre Programı tarafından desteklenmekte olan sürdürülebilir turizmin on iki amacından 4, 5, 6, 7 ve 8. maddeleri sosyal boyutu içermektedir. Bunlardan birincisi, turizmden sağlanan ekonomik ve sosyal faydanın alıcı topluma daha geliştirilmiş fırsatlar ve gelir, dar gelirlielerin ulaşabileceği hizmetler de dahil olmak üzere daha geniş ve adil dağıtımının aranması olarak tanımlanan *sosyal eşitlik* amacıdır. İkinci önemli amaç olarak herkesin ulaşabileceği, cinsiyet, ırk, engellilik ya da başka şekilde ayırım olmaksızın ziyaretçiler için güvenli, tatmin edici bir

deneyim yaşatmak olarak tanımlanan *ziyaretçi memnuniyeti* gösterilmektedir. Üçüncü amaç, turizmin yönetimi ve geleceğini planlamak ve karar almak için diğer paydaşlarla istişare ederek yerel toplulukları kendi alanlarında hizmete almak ve yetkilendirmek olarak tanımlanan *yerel kontrol* olmaktadır. Dördüncü amaç toplum iyi oluşu (wellbeing) ise yerel toplumlarda sosyal yıkım ve istismarı önleyerek; sosyal yapılar, kaynaklara ulaşım, imkanlar ve yaşam destek sistemleri de dahil olmak üzere *yaşam kalitesinin* devamlılığını sağlamak ve güçlendirmek olarak belirlenmiştir. Sosyal sürdürülebilirliğin bir diğer amacı olarak *kültürel zenginlik* vardır ki bu da tarihi mirasa, otantik kültüre, geleneklere ve yerel kültürün farklılıklarına saygı duymak ve değerini arttırmak şeklinde tanımlanmıştır.

1.2.1.3. Sürdürülebilir Turizmin Ekonomik Boyutu

Evsahibi halklar ile turistlerin etkileşiminin her iki tarafa da olumlu etkiler yaratacak şekilde yapılması da sürdürülebilir turizmin sosyo-ekonomik boyutunu oluşturmaktadır. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü ve Birleşmiş Milletler Çevre Programı tarafından desteklenmekte olan sürdürülebilir turizmin on iki amacından ilk üçü de sürdürülebilir turizmin ekonomik etkilerini kapsamaktadır. Turizm destinasyonlarının ve şirketlerinin yaşayabilirliğinin garanti altına alınması ve bunların uzun dönemde faydalar dağıtmasının ve gelişmesinin sağlanması tanımıyla birinci maddede *ekonomik dirimlilik*¹² amacı yer almaktadır. Ev sahibi destinasyonun ekonomik gelişmesine turizmin katkısının artırılması ve dolayısıyla yerel anlamda ziyaretçi harcamalarından aldığı oranın da artırılması olarak tanımlanan ikinci amaç da *yerel gelişmedir*. Üçüncü olarak, turizm sektörü tarafından yaratılan ve desteklenen iş sayısının ve kalitesinin, ücret derecesinin, hizmet şartlarının artırılması ile cinsiyet, ırk, engellilik (disability) ya da başka bir şekilde ayırım olmadan herkesin bu işlere ulaşabilirliğinin sağlanması şeklinde tanımlanan *iş kalitesi* amacı yer almaktadır.

Sürdürülebilir turizm ile ilgili güncel bir çalışmada (Kozak, 2014a), sürdürülebilir turizmin bu üç temel boyutuna kitabın farklı bölümlerinde vurgu yapılmıştır. Eğer yarına bir ‘değer’ bırakmak isteniyorsa, düne ve bugüne sahip

¹² Dirimlilik: Finansal kapasite, yaşayabilirlik, yaşama gücü: İngilizcedeki “viability” sözcüğünün karşılığı (www.tureng.com).

ıkarak kültürü ve doğası ile dünyayı “yaşanır” kılmanın önemine dikkat çekilmektedir. Her türlü doğal, kültürel ve beşeri kaynakların sürdürülebilir amaçlar doğrultusunda yönetimini gerektiren sürdürülebilir kaynak yönetimi uygulaması bir çözüm olarak önerilmektedir. Bu sayede, özünde ürün çeşitlendirme ve korumaya yönelik bir yönetim planının sağlıklı bir şekilde uygulanmasıyla, bölge halkının kültürel değerleri sahiplenme konusunda ilgisi artarken, kitle turizminin yol açtığı doğal ve kültürel kirlenme kısmen önlenerek, turizm gelirinin ülke içinde daha dengeli bir şekilde dağılabileceği ifade edilmektedir. Adil dağılan ekonomik getiriyle birlikte; bölge ya da ülkenin kültürel değerler zenginliğinin kişisel ya da toplumsal boyutta keşfinin, bu değerlerin özümsenmesi kadar dışarıya tanıtımı ve pazarlamayı da kolaylaştıracağı belirtilmektedir (Kozak, 2014a: 346, 348).

1.2.2. Sürdürülebilir Turizm Algısı

Toplumdaki bireylerin sürdürülebilir davranışlar ve yaşam tarzlarının turizme uygulanması konusundaki bilinci ile bunları bir turist iken kendilerinin uygulayıp uygulamadıkları konusunda birçok bilimsel araştırma yapılmış bunun sonucunda da önemli bilimsel yayınlara imza atılmıştır. Bu konuda turizmin sürdürülebilir bir yaşam anlayışına uyumlu hale gelmesi durumunda toplumdaki bireylerde ortaya çıkan davranış değişimleri üzerine yapılan bir araştırmada, sürdürülebilir bir evre için turizm aktivitelerine katılırken insanların tercihlerini nasıl daha sürdürülebilir yönde belirlemeye başladıklarından bahsedilmektedir (Miller vd., 2010).

Kişilerin sürdürülebilir turizm algısını uyandırmak ve davranışlarını sürdürülebilir turizmin gereklerine uygun olarak belirlemesini sağlamak kolay olmamaktadır. Toplumsal bir olay olan turizmde davranışsal değişim konusunda birçok yayın bunu desteklemektedir. Fishbein ve Ajzen (1975), bir kurumun eksikliğinin, sosyal normların gücü ile davranış değişikliğine gidilerek aşılabileceğini belirtmektedirler. Geri dönüşüm konusu, bir hane halkının geri dönüşüme bağlılığını, düzenli kamu gösterimi ile davranışın ve bilişsel uyumsuzluğu önlemek amacıyla değerlerin aşama aşama önemli lde değiştiğini gösteren yakın bir örnektir. Barr (2007), atık azaltımı ve yeniden kullanılması aktivitelerinin sosyal normları sağlamlaştıran komşuların, arkadaşların ve akranların görmediği bir yerde

gerçekleştirildiği için sosyal normların daha az önemli olduğunu belirtmiştir. Bununla birlikte, davranışın daha az somut olduğu ya da toplumun önünde daha az sergilendiği zaman sosyal normların daha az güçlü olabileceğini belirtmiştir. Turizm için, tatil yapmak toplumun içinde gerçekleşen bir eylem olsa da uçuşla ilgili kararın yarattığı suçluluk duygusunun etkisi çok kalabalık bir havaalanına varıldığında azalmaktadır. Hiçbir çevre yönetim sistemini benimsememiş olan bir otelde kalma kararının yarattığı suçluluk, otelin aynı kararı alan bir sürü diğer müşteri ile dolu olduğunu görünce ortadan kalkmaktadır (Miller vd., 2010: 631).

Sürdürülebilir Turizm Tüketimi Yuvarlak Masa toplantısında (Sustainable Consumption Roundtable, 2006), karbon emisyonunu dengelemeyenlerin uçuş sırasında arka sıralara oturmak zorunda bırakılmalarını öneren bir bakış açısı ortaya atılmıştır. Bu fikir, turizmde sosyal normların istenmeyen davranışları etkileyebileceği ve çevresel davranışların takip edilmesini sağlamanın ne kadar zor olduğunu göstermektedir. Turizmin sürdürülebilirliğinin sosyal kanıtının eksikliği sebebiyle turizm tüketimimizde sürdürülebilirliği ihmal ettiğimizi onaylayan bir geri bildirim sisteminde hapsolmuş bulunduğumuz belirtilmektedir. (Miller vd, 2010: 631).

Turizmde turistlerin daha fazla yetkilendirilmesi, tatillerde seyahat biçimleri hakkında ve sorumlu bir vatandaşın üstleneceği kısım hakkında yeni normların yaratılmasına hizmet edebilmektedir. Ortak üretim çözümleri ve destek ağıyla daha sık iletişim kurmak, mesaja güveni güçlendirmektedir ve bireylerin algılanan davranış kontrolüne güç kazandırmaktadır. (Halpern vd., 2004).

Anable vd. (2006), davranış değişikliğini gerçekleştirmek için birleştirici bir teorinin olmadığını, bunun yerine yazarların araştırmacıları artan bilgi ya da kurulmuş Planlı Davranış Teorisinden (Ajzen, 1991) öteye geçerek alternatif yaklaşımları değerlendirmeye yönlendirdiklerini ifade etmektedirler. Benzer şekilde Jackson (2004), bireysel motivasyonlarımızın çok karmaşık ve çok yönlü olmasından dolayı, bu farklı süreçleri hayatın çeşitli bakış açılarını kapsayarak açıklayacak bir model tasarlamının esas itibarıyla imkansız olduğunu belirtmektedir.

Davranış değişikliği literatürü turizm ve insanların daha sürdürülebilir yaşam biçimlerine uyum sağlama isteğinin araştırılmasının gerekliliğinin altını çizmektedir. Bu maksatla, Miller vd. (2010)'nin çalışmasında üç araştırma amacı belirlenmiştir:

Birincisi, sürdürülebilir turizmin toplumdaki anlayışını bulmak, ikinci olarak toplumun fertlerinin DEFRA'nın dört turizm davranış hedefine yanıtları, ve son olarak hükümetin ve turizm endüstrisinin sürdürülebilir turizm arzını sağlamadaki rolü hakkındaki beklentileri bulmaktır. Dört davranış hedefinden ilki Birleşik Krallık'taki *turizmi canlandırmak (iç turizme yönlendirmek)*, ikincisi daha az seyahat etmek ya da *seyahati birleştirmek*; üçüncüsü daha *sürdürülebilir seyahat metodlarını seçmek*, dördüncüsü ise tatilde iken *daha sürdürülebilir aktiviteleri seçmektir*.

Sürdürülebilirliği desteklemek için ortak bir dayanak olarak toplumun farkındalık ve eğitiminin daha çevre yanlısı davranışı özendireceği belirtilmektedir (Devine-Wright, 2004). Sürdürülebilir turizm literatüründe turizmi daha sürdürülebilir hale getirmek için bir yaklaşım olarak, müşterilerin farkındalığının artırılmasının önemli rolü bulunmaktadır (Dolnicar, Crouch ve Long, 2008). Johnson (2006) gibi yazarlar için ziyaretçilerin farkındalığını artırma gereksinimi işletmecilerin görevidir, fakat bu farkındalıktaki artış ile davranıştaki herhangi bir değişiklik sorgulanmamaktadır. Amendah ve Park (2008), bilginin artırılmasının tüketim alışkanlıklarını değiştirebileceğine inanmakta iken, Lee ve Moscardo (2005)'nin bulgusu, çevresel farkındalığı olan tüketicilerin çevre yanlısı hareket niyetlerini diğer tüketicilerden daha fazla gösterebilecekleri yönündedir.

1.2.3. Sosyal Turizmin Sürdürülebilir Turizmdeki Yeri

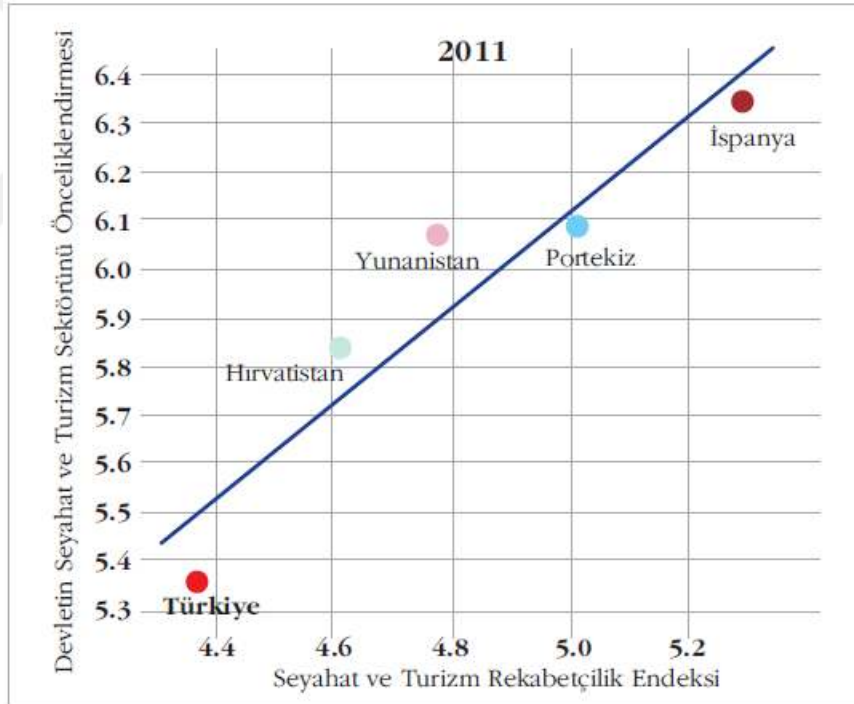
Yasalarca düzenlenen ücretli tatil uygulamasıyla ilgili önemli sorunlardan biri, boş zaman parçasının kullanılmasının uygun zamanının saptanmasıdır. Turizm hareketlerinin mevsimlik özellik taşıması, özellikle yaz aylarında yoğunluk kazanması, sosyal turizm yönünden sorunlar yaratmaktadır. “*Turistik konsantrasyon*” olarak nitelendirilen bu olayın sosyal turizm bireyleri yönünden olumsuz etkilerinin giderilmesi, ücretli izinlerden beklenen yararların tam sağlanabilmesi ve mevsimlik sorunların daha gerçekçi bir açıdan çözümlenebilmesi için *tatillerin süre, zaman ve yer bakımından optimal dağılımının incelenmesi* önem taşımaktadır (Olalı, 1968: 195).

Sosyal turizm, yüksek sezon dışında (omuz sezon⁴ ve düşük sezonda) turizm işletmelerinin gelirlerinin devamlılığını sağlaması, turistik sezonun tüm yıla

yayılması ile turizm gelirlerinin daha dengeli dağılımını sağlaması açısından sürdürülebilir turizmin önemli bir alt kolunu oluşturmaktadır. Turizmin sürdürülebilirliğinin sağlanması sektörel anlamda başarıyı da getirmektedir. Türkiye Sanayici ve İşadamları Derneği (TÜSİAD)'nin Sürdürülebilir Turizm Raporu'nda (2012: 26) belirtildiği üzere, sürdürülebilir turizm yalnızca çevreci bir anlayışın mahsulü değildir ve ana hedefleri arasında ekonomik sürdürülebilirlik de bulunmaktadır.

Şekil 4'te görüldüğü gibi Türkiye, turizm sektöründe devlet sektörü önceliklendirmesi açısından Hırvatistan, Yunanistan, Portekiz ve İspanya gibi yakın rakiplerinin gerisinde kalmaktadır.

Şekil 4. Turizm Sektör Karşılaştırması: Türkiye ile Rekabet Ettiği Ülkeler. Devletin Sektörü Önceliklendirmesinin Rekabetçiliğe Etkisi

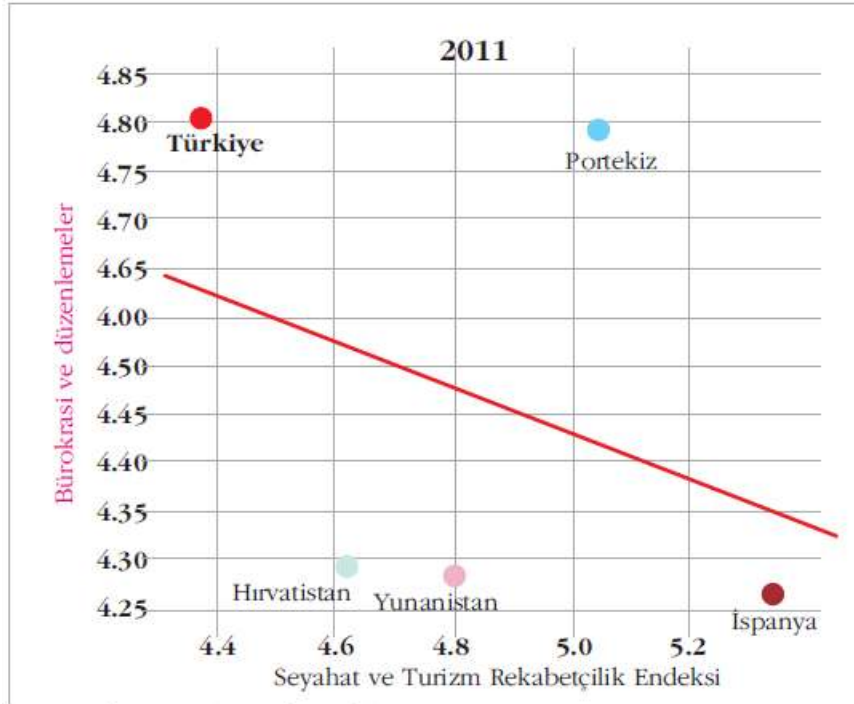


Kaynak: WEF Travel and Tourism Report 2011'den aktaran: TÜSİAD Sürdürülebilir Turizm Raporu, 2012: 40.

Oysaki sürdürülebilir turizm ve özellikle sosyal turizmin uygulanabilirliği büyük ölçüde devletin sektörü önceliklendirmesi ve desteği ile mümkün olmaktadır.

Şekil 5'ten ise bürokrasi ve düzenlemelerin fazlalığının turizm sektöründe yarattığı olumsuz etkiden Türkiye ve Portekiz'in en fazla etkilendiği ve bu iki ülkenin Hırvatistan, Yunanistan ve İspanya'nın gerisinde kaldığı anlaşılmaktadır. TÜSİAD 2012 raporunda ifade edildiği üzere bu bahsedilen ülkelerde sektörün karşılaştırmalı olarak doğru politikalar ile sürdürülebilir bir şekilde gelişiminin sağlandığı da gözlenmektedir. Türkiye'de istihdam ve ekonomiye net katkı yaptığı belirtilen turizm sektörünün, arzu edilen ivmeyi kazanabilmesi için turizmin stratejik bir sektör olarak kabul edilmesi, sektörde sürdürülebilir uygulama ve politikaların desteklenmesi ve bürokrasinin azaltılmasının bu süreçte katkı sağlayacağı TÜSİAD tarafından sürdürülebilir turizm raporunda belirtilmektedir (TÜSİAD, 2012: 40).

Şekil 5. Bürokrasi ve Düzenlemelerin Turizm Sektöründe Türkiye ve Rakiplerine Etkileri



Kaynak: WEF Travel and Tourism Report 2011'den aktaran TÜSİAD Sürdürülebilir Turizm Raporu, 2012: 40.

Avrupa Birliği'nin *Daha Sürdürülebilir Turizm için Eylem* (Action for More Sustainable European Tourism, TSG, 2007) raporunda sürdürülebilir turizm için atılması gereken önemli adımlar belirtilmektedir. Buna göre;

- Talep mevsimselliğinin azaltılması,

- Turizm ulaşımı etkilerinin irdelenmesi,
- Turizm istihdamının kalitesinin artırılması,
- Yerel halkın hayat kalitesinin korunması,
- Kaynak kullanımının ve atık üretiminin kısıtlanması,
- Doğal ve kültürel mirasın korunması ve değerlendirilmesi,
- Tatil yapma imkanının herkese sağlanması,
- Küresel sürdürülebilir kalkınmada turizmin bir araç olarak ele alınması bu adımlar arasında yer almaktadır.

Avrupa Birliği'nin benimsediği sözkonusu eylem ve stratejilerin ülkemiz turizm sektörünün rekabetçi bir şekilde yapılanması için oluşturması gereken yol haritasını da göstermekte olduğu TÜSİAD 2012 raporunda belirtilmektedir. Burada özellikle sosyal ve sürdürülebilir turizm ile ilgili olan maddeler, “*tatil yapma imkanının herkese sağlanması*” ile “*doğal ve kültürel mirasın korunması ve değerlendirilmesi*” olmaktadır. Türkiye, aynı raporda belirtildiği üzere (TÜSİAD, 2012: 38), “çevresel sürdürülebilirlik” ve “doğal kaynaklar” göstergelerinde WTTC 2011 araştırmasında listenin alt sıralarında yer almakta, dünya kültürel mirası ve yaratıcı endüstriler ihracatı alt bileşenlerinin bulunduğu “kültürel kaynaklar” bölümünde ise dünya ortalamasına paralel bir rekabetçilik göstermektedir. Özellikle son yıllarda Türkiye'nin sahip olduğu birçok kültürel eserin T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın yoğun çalışmalarıyla dünya mirası listesine dahil edilmesi “kültürel kaynaklar” bileşeninde küresel rekabetçiliğimizi arttıran temel faktörlerin başında gelmektedir (TÜSİAD, 2012).

Sosyal turizm üzerine EESC (Avrupa Ekonomik ve Sosyal Komitesi)'nin sunduğu kararda ‘*Sosyal turizm, destinasyonların ekonomik, sosyal ve çevresel sürdürülebilirliğini artırmak ve kalıcı hale getirmek için ana ölçüdür*’ denilmektedir (EESC 2006).

Sosyal turizm ile sürdürülebilirlik arasındaki ilişkiyi inceleyen Baumgartner, (2011), sosyal turizmin sürdürülebilirliğin ayrılmaz bir parçası olduğunu ve turizm sektörünün rekabetçi geleceğinin özünde bulunduğunu vurgulamaktadır. Baumgartner'a göre turizmle ilgili olan tartışmalarda sürdürülebilir turizm özel bir turizm türü olarak değil, turizme bir yaklaşım olarak algılanmalıdır. Sosyal turizm, özellikle gönderici bölgedeki ve karşılayıcı toplumdaki dezavantajlı kişilere

odaklanması niteliğiyle sürdürülebilir bir yaklaşım gerektiren özel bir turizm türüdür. Sosyal turizm, sürdürülebilirlik kavramının sadece çevresel yorumlamalarının sıkça gölgesinde kalan *sosyal sürdürülebilirlik* amaçlarının gerçekleştirilmesi için bir araç olabilmektedir. Sosyal sürdürülebilirliği destekleyen, sosyal turizmin faydalarını gösteren örnekler; faydalanıcıların iyi oluşundaki gelişmeleri, evsahibi halk ile ziyaretçiler arasındaki ilişkileri, evsahibi toplumdaki iş koşulları ile daha fazla ulaşılabilirliği içermektedir. Diğer taraftan, hem kamu hem özel sektör karar alıcılarının olduğu kadar özel sektör ile gönüllü işletmecilerin sosyal turizm girişimlerinde daha açık bir şekilde sürdürülebilirlik üzerine odaklanmaları gerekmektedir. Bu bağlamda bazı önemli hususları göz önünde bulundurmak gerekmektedir:

- Ana amacı bir ürün ya da hizmet için talebi arttırmak olan girişimler ‘sosyal turizm’ kavramıyla adlandırılmamalıdır. Sosyal turizm yatırımlarının öncelikli amacı *faydalanıcılar ve/veya evsahibi toplum için sosyal fayda* sağlamak olmalıdır.
- Sosyal turizm, daha az kaliteli ürünlerin dezavantajlı gruplara sunulduğu sosyal ayrımcılığa yönelmemelidir. Bunun yerine, sosyal turizm daha fazla *sosyal bütünleşmeye* ve *sosyal içermeye* öncülük etmelidir.
- Sosyal turizm, tüm diğer turizm türleri gibi *sürdürülebilir turizm gelişimi amaçlarını takip etmelidir* (Baumgartner, 2011).

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) tarafından Avrupa Komisyonu(EC)’nun finansal katkısıyla hazırlandığı belirtilen Kalkınma İçin Sürdürülebilir Turizm Rehber Kitabı (UNWTO, 2013b), gelişmekte olan ülkelerde kalkınmayı sürdürülebilir turizmle desteklemek için kapasitelerin artırılması amacını taşımaktadır. Bu amaçla hazırlanmış olan 5 temel sürdürülebilirlik dayanağının dördüncüsü: “*Turizmle yoksulluğun azaltılması için bütünleşik yaklaşım*” başlığını taşımaktadır. Devamında yer alan alt başlıklar sosyal turizmle alakalıdır. Bunlar: “*Turizmden daha geniş toplumsal faydayı güvence altına alma*”, “*Turizm sektörüne dezavantajlı grupların içerilmesi*”, “*Olumsuz sosyal etkilerin önlenmesi*” başlıklarını taşımakta ve bu konularla ilgili alt sorular içermektedir. Bu kaynakta adı geçen 5 sürdürülebilirlik dayanağından diğer 4’ü şu başlıkları taşımaktadır: “*Turizm politikası ve yönetim*”, “*Ekonomik performans, yatırım ve rekabet edebilirlik*”,

“İnsan kaynakları yönetimi ve çalışma şartları”, “Turizmi doğal ve kültürel miras ile ilişkilendirmek”.

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü ve Avrupa Birliği’nce oluşturulmuş olan bu rehber kitap, sosyal turizmin sürdürülebilir turizmden ayrı düşünölemeyeceğinin güncel bir ispatı gibidir. Öyleyse sosyal turizmin sürdürülebilir bir şekilde nasıl işlediğini anlamak için hangi kurum ve kuruluşların ulusal ve uluslararası alanda nasıl çalıştığıyla ilgili örneklere de başvurmak gerekecektir. Dolayısıyla, izleyen ikinci bölümde sosyal turizm; dünya ve Türkiye’de ilgili alanyazından örnekler, ulusal ve uluslararası örgütlerin çalışmalarıyla yasal düzenleme ve uygulamalar ışığında incelenmektedir.



İKİNCİ BÖLÜM

SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM KAPSAMINDA SOSYAL TURİZM

UYGULAMALARI

McCabe, Minnaert ve Diekmann (2011:185-190), Belçika, İrlanda, İtalya, Birleşik Krallık, Polonya, Danimarka’da yapılan vaka incelemesi sonuçlarına dayanarak, sosyal turizm uygulamalarının sürdürülebilirliği açısından dört önemli konuya dikkat çekmektedir:

- Uygun talebin uygun sosyal turizm arzı ile eşleştirilmesini sağlayacak aracı bir kuruluşun olması gerekliliği,
- Fonlamanın kamu-özel sektör ortaklığında oluşan sağlam kaynaklara dayandırılması gerekliliği,
- Sosyal turizm örgütsel yapılanmalarının özelleştirmeyeyle kar amaçlı hale gelmesi ve itibarının tamamen yok edilmesinin önüne geçilmesi gerekliliği,
- Sosyal turizmin hedef pazarının değişkenlik gösteren yapısının anlaşılması gerekliliği.

Sosyal turizm, farklı destinasyonlarda yerel koşullar ve ihtiyaçlar doğrultusunda şekillense de, yazarların dikkat çektiği bu dört önemli hususun özetle; talebin yapısı, arzın yapısı, finansal desteklerin yapısı ve arzla talebin doğru eşleştirilmesinin gerçekleşmesiyle sosyal turizmin sürdürülebilirliğinin sağlanabileceği anlaşılmaktadır. Her ne kadar, sosyal turizm için arzulanan ideal yapılanma yukarıda tanımlandığı gibi sürdürülebilir olsa da gerçekte varolanın aynı olup olmadığına dair dünyadan farklı yerlerden örnekleri incelemekte fayda vardır. Dolayısıyla bu kısımda, dünyada varolan sosyal turizm uygulamalarının durumu incelenecektir.

2.2. DÜNYADA SOSYAL TURİZMİN DURUMU

Sosyal turizmin dünya üzerinde yayılması ve gelişmesini sağlayan örgütler ile farklı ülkelerdeki paydaşların uygulama ve projelerinden öne çıkanlarına bu kısımda yer verilmiştir.

2.2.1. Sosyal Turizmle İlgili Örgütler ve Yasal Düzenlemeler

Uluslararası açıdan Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO), Birleşmiş Milletler (UN) gibi kuruluşlar yıllık tatiller konusunda kararlar almışlardır. Yıllık ücretli izin kavramı, Uluslararası Çalışma Örgütü'nün 1935 tarihli bir raporunda, hizmet sahiplerinin, sözleşmelerde yer alan hususları yerine getirmeleri sonucunda ücretlerini alarak, işlerine her yıl ara verdikleri, önceden sayısı belli, süreli ve bayram-tatil-iyileşme günlerinden sayılmayan serbest günleri olarak tanımlanmaktadır (Gülersoy, 1964: 13). Daha sonra, Birleşmiş Milletler'in 10 Aralık 1948 tarihinde yaptığı genel toplantısında “İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi” yayımlanmış ve “Yıllık ücretli tatil hakkı” kabul edilmiştir. Bildirge Madde 24'te “Herkesin, dinlenme ve boş zamana hakkı vardır; bu, iş saatlerinin makul ölçüde sınırlandırılması ve belirli aralıklarla ücretli tatil yapma hakkını da kapsar” şeklinde belirtilmektedir (UN, 1948).

Bu gibi ücretli tatillerin olması devletin ve ilgili kurum ile kuruluşların çalışan kesime destek verdiği sosyal turizmi desteklediğini göstermektedir. Yıllık olarak verilen izinler ve bu izin süresince ücretin kesintiye uğramadan ödenmesi sosyal turizmin temel ilkeleri arasında yer almaktadır (Usta, 1982). Yasal açıdan tatillerin kaynakları yasalar, karşılıklı sözleşmeler, toplu sözleşmeler, işyeri iç yönetmelikleridir (Gülersoy, 1962: 48). Bu kaynaklar içinde en gelişmiş ve en yaygın olanı yasalar olduğundan, birçok ülke bu tür düzenlemeyi temel olarak kabul etmiştir. Bu noktadan hareketle, ülkeler kendi yapısına uygun yasalar çıkarmış, sosyal ve ekonomik şartların sunduğu imkanlar çerçevesinde tatillerin yayılmasını sağlamıştır. 1903'te İsviçre'de Bern Kantonu, 1919'da Avusturya, 1936'da Fransa, 1938'de İngiltere, 1960'da Türkiye ücretli izin hakkını tanıyan kanunları

çıkarmışlardır (Usta, 1982: 17). Buna benzer kanunlar sayesinde dünyanın çeşitli ülkelerinde, değişik sürelerde yıllık ücretli tatiller sağlanmaktadır.

Çalışanların ücretli tatillerinin yasalarla düzenlenmesinden başka, sosyal turizmle ilgili dünyada önemli düzenlemelerde rol alan uluslararası kuruluşlar ile bunların uygulama ve projelerinden önemli örneklere de burada yer verilmektedir.

2.2.1.1. Uluslararası Sosyal Turizm Örgütü (ISTO, OITS, BITS)

Uluslararası Sosyal Turizm Örgütü, 1963'te tatillere ve turizme en fazla sayıda insanın katılmasını sağlamak için kurulmuş kar amacı gütmeyen bir uluslararası örgüttür. OITS'nin misyonu, evsahibi toplumlara fayda sağlayan, sürdürülebilirlik ve dayanışmaya dayalı ve çevre ile kültürel mirasa saygılı bir turizmi desteklemektir.

OITS, Küresel Turizm Etiği (WTO, 1999) yasasına göre de resmi olarak kabul edilmiş olan; aileler, gençler, öğrenciler, yaşlılar ile engelli insanlar için yapılan çalışmaları desteklemek ve kolaylaştırmak için çalışmaktadır. Hem ulusal hem de uluslararası düzeyde, gerçekleştirilmesi beklenen hedefler için devlet yetkililerinin desteğini beklemektedir. Beklenen destek sadece finansal destek değildir. OITS bir Yerel ve Bölgesel Yetkililer Ağını oluşturarak bu alanda çalışan devlet birimleri ile irtibatlarını güçlendirmektedir (OITS, 2010).

OITS'nin 2010'da, İtalya'nın *Rimini* kentinde yapılmış olan Dünya Sosyal Turizm Kongresi'nin başlığı "Turizm: Sosyal Politikaların Zamanı" olarak saptanmıştır (OITS, 2010). OITS'ye göre, sosyal turizmden bahsederken kullanılan "yeni bir döneme ait, çığır açan" anlamlarına gelen "epochal" sözcüğünün kullanım sıklığı, sosyal turizmde köklü değişikliklerin habercisi olan bazı kararların alınmış olduğunu göstermektedir. Rimini'nin ardından sosyal turizmin gelişimindeki önemli bir aşaması kapanmış ve aynı zamanda yeni bir aşaması açılmıştır. Uzun bir yolculuğun sonucunda bir dönüm noktasına ulaşan **sosyal turizm**, **sürdürülebilirlik** ve **dayanışma** gibi değerlerle *yeni bir boyut* kazanmıştır. Sosyal turizmin 3S'i olarak adlandırılmış olan bu üç temel değeri :

- Sosyallik (sociability),
- Dayanışma (solidarity) ile

- Sürdürülebilirlik (sustainability)

sayesinde sosyal turizm yeniden yüceltilmesi ve gerektiği yeri bulup saygınlık kazanması amaçlanmaktadır.

Bu üç zorlu amacı gerçekleştirirken paydaşlar, “turizmin gelişmesi” amacından “gelişme turizmi” bilincine yönlendirilmektedir. Bu da kurulmuş olan değerlerin salt gösterişin ötesine geçerek gerçekten uygulanmasını sağlamaktadır. Günümüzde, sosyal turizm bilinci ile çalışan OITS’nin yaratmak istediği, uzun süre gelir sağlayan ve sürdürülebilir gelişmeyi ilke edinmiş, ve en önemlisi insanı merkez odak alan ve değerlere saygılı, destekleyici ve etik bir turizm anlayışıdır (OITS, 2010).

Sosyal turizm için 1960’lardan 2010’lara gelene kadar olan bu süreçte önemli adımların atılmasını sağlayan uluslararası belgeler şöyle özetlenebilir:

2.2.1.1.1. Viyana Sözleşmesi

1972 *Viyana Sözleşmesi*’nde (Charte de Vienne), sosyal bir hak olarak “herkes için” turizm desteklenmiştir. “Viyana Şartı” belgesinde özellikle tatillerin genişletilmesi, okul tatilleri, altyapının düşük sezondaki sınırlı kullanımı konularına önemli yer verilmiştir (BITS, 1972).

2.2.1.1.2. Montreal Bildirgesi

Sosyal turizmin gelişiminin başlangıcını, 1996’daki *Montreal Bildirgesi* oluşturmaktadır (BITS, 1996). Montreal Bildirgesi’nde:

- Toplum yaratıcısı,
- Ekonomik büyüme faktörü,
- Bölgesel planlamanın ve yerel kalkınmanın aktörü,
- Dünya genelindeki kalkınma programlarının üyesi olarak

“Turizmin daha insani ve sosyal vizyonu” belirlenmiştir.

Montreal Bildirgesindeki prensiplere göre sosyal turizm, toplumun dezavantajlı ve önem derecesi düşürülmüş olan kesiminin turizme erişimini desteklemek için bir dayanışma ihtiyacından doğmuştur. Sosyal turizm, hem

tamamen kendini gerçekleştirmiş olan insanı yaratmaya hem de etkileşim içinde olduğu toplumları sosyo-kültürel, çevresel ve ekonomik büyümesine katkıda bulunan bir dizi özgürleştirici turist faaliyeti haline gelmiştir (BITS, 1996).

Montreal ile, sürdürülebilirlik ve dayanışma ilkelerinin de katılması ile sosyal turizm daha geniş ve talep edici bir turizm kavramı yaratılarak daha da zenginleştirilmiştir. Böylelikle, sosyal turizm, sürdürülebilir bir turizm türü olduğundan dolayı “herkes için” ve dayanışmayı vurguladığı için de “herkes ile” desteklenen bir turizm türü haline gelmiştir. Sürdürülebilirlik ve dayanışma ilkeleri, Uluslararası Sosyal Turizm Örgütü’nün önemle vurguladığı kavramlar olmuştur. Sosyal turizm Montreal dönüm noktasından sonra sadece vizyonuyla değil, temelinden, en özünden değişmiş ve zenginleşmiştir.

2.2.1.1.3. Aubagne Kongresi

Montreal Bildirgesi’nden 10 yıl sonra, 2006 yılında **Aubagne Kongresi**’nde (Marsilya’da) kabul edilen Aubagne Ek Sözleşmesinde tüm anılan (Montreal Bildirgesi’ndeki) prensip ve değerlere dikkat çekilmiştir ve bu kongrenin başlığı “Kalkınma ve Dayanışma Turizmine Doğru” ismini taşımaktadır (BITS, 2006).

2.2.1.1.4. Barselona Bildirgesi

Barselona Bildirgesi, 13 ve 14 Eylül 2006 tarihinde kabul edilmiş olan, Avrupa Ekonomik ve Sosyal Komitesi (EESC)’nin Avrupa’da Sosyal Turizm ile ilgili görüşünü belirten temel bir belge niteliği taşımaktadır. Barselona Bildirgesi Madde 8.1’de bildirildiği gibi, Avrupa’da sosyal turizm durum değerlendirmesinden çıkaracağı ilk genel sonuç *sosyal turizmin çevresel, ekonomik ve sosyal açıdan sürdürülebilir bir faaliyet olduğu ve bu üç alanda da ihtiyaç duyulan bir aktivite olduğudur* (EESC, 2006).

Madde 4.3.2’ye göre Barselona Bildirgesi her yönden olumlu bir değerlendirmedir ve sosyal turizm tüm uygulayıcıların ve kullanıcıların ekonomik, sosyal, sağlık, istihdam, Avrupa vatandaşlığı gibi her açıdan çeşitli faydalar sağlayabilecek olan bir “mucize” olarak addedilmektedir. Bu faaliyetin kimsenin zararına olmadığı vurgulanmaktadır. Evrensel olarak bu kadar tanınan ve destek

verilen bir başka ekonomik faaliyeti bulmanın zor olduğu belirtilmektedir. Barselona Bildirgesi'nin zeminini oluşturan görüş hem teori (araştırmalar, raporlar, bültenler) hem de uygulama (Avrupa'da sosyal turizm girişimlerinden fiili örnekler) açısından geniş kaynaklara dayanmaktadır. Hem kamu kurumları hem özel kurumların birçok katkısı olmuştur. Bunların arasında, sosyal turizmi 100 girişim arasına dahil eden, EESC'nin 29 Ekim 2003 tarihli "*Herkes için Sosyal Sürdürülebilir Turizm*" ile ilgili görüşü ve Avrupa sosyal turizm projesini Avrupa kurumsal işbirliği için muhtemel ön proje olarak dahil eden 6 Nisan 2005 tarihli Genişletilmiş AB'de Turizm Politikası ile ilgili görüş bulunmaktadır.

Barselona Bildirgesi'nin çeşitli maddelerinde sosyal turizmin tanımı ve tarihçesinden başlayarak gelişimi, Avrupa'da sosyal turizm kapsamındaki projelerde görev alan aktörlerin tümü açıkça belirtilmiştir. Bunlar arasında kamu ve özel sektör temsilcileri, yerel yönetimler, işçiler, işverenler, dernekler, sosyal turizm kurumları (sendikalar, ulusal kuruluşlar) belirtilmiştir. Avrupanın sosyal turizmin yasal gerçeklikleri, uygulamada çeşitli ülkelerde yaşanmış deneyimlerle ilgili durum değerlendirmesi de yapılmıştır. Avrupa'da sosyal turizmin dayandığı esaslardan çoğunluğun turizmden yararlanma hakkı, sosyal turizmin sosyal entegrasyona olan katkısı, sürdürülebilir turizm yapılarının oluşmasına, istihdam ve ekonomik kalkınmaya, küresel kalkınmaya katkısı, sosyal turizmin yönetsel ve karlılık boyutu, Avrupa sosyal turizmi için hedefler ve tavsiyeler diğer anılan hususlar arasında yer almaktadır. Sosyal turizm hareketlerinin aynı zamanda ülkeler arasındaki turizm faaliyetlerini de arttırmasının mümkün olduğu belirtilmektedir (Maddeler 2-3-4).

Fransa'daki ANCV (Ulusal Tatil Çekleri Acentası), İspanya'daki IMSERSO, PREDIF (İspanya'da Fiziksel Sakatlıkları olan Kişileri Temsil eden Kurum) anılan bazı sosyal turizm uygulamalarından örneklerdir. Ayrıca, "Herkes için Turizm" (Tourism for all)'i kendi ülkelerinde düzenleyen örgütler olan Birleşik Krallık'ta FHA, Belçika'dan Toerisme Flandereen (Flanders), Fransa'da "Vacances Ouvertes" anılmıştır. Portekiz, Polonya ve Macaristan'da ticari sendikaların önemli rolü ile İtalya'da tüketici kooperatiflerinin sponsorluğunu yaptığı programların bulunduğu belirtilmiştir. Ayrıca Balear Adaları Bağımsız Topluluğu'nun ve Endülüs (İspanya) Hükümetinin (Residencias del Tiempo Libre) (Boş Zaman Misafirhanesi) uyguladığı programların varlığından da bahsedilmektedir. (Madde 4).

2.2.1.1.5. Rimini Kongresi

Hem Avrupa’da hem de uluslararası turizm dünyasında bu prensiplerin takip edilmesi için OITS’nin birçok katkısı birbirini izlemiştir. 1999’da **Küresel Turizm Etiği Yasası**; 2002’de Quebec’de Ekoturizm Dünya Zirvesi’nde ve Avrupa Bölgeler Birliği Protokolü ile OITS’nin işbirliğinin meyvesi olan **Barselona Bildirgesi**; EFFAT ile işbirliğiyle yürütülen çalışma; Avrupa Birliği’nin Turizm Birimi ile işbirliğiyle organizasyonu yapılmış olan Sosyal Turizmle ilgili Avrupa Günleri ve Calypso Projesi gibi önemli operasyonların tümünün OITS’nin çabaları sonucu gerçekleştirildiği Rimini Kongresi’nde yeniden belirtilmektedir.

Avrupa’da 2010 yılının yoksulluk (poverty) ve sosyal dışlanmışlık (social exclusion) ile mücadele yılı olarak ilan edildiği Rimini Kongresi’nde de belirtilmiştir. Sosyal dışlanmışlığı önlemek için, bunun tam tersi kavramı ifade eden sosyal içermeyi (social inclusion) etkili bir biçimde desteklemek ve teşvik etmek gerektiği vurgulanmaktadır. Çünkü dünyadaki sosyal, kültürel ve ekonomik temel gerçekliklerden biri haline gelen turizm, bu amaçların gerçekleştirilmesinde önemli rol oynamaktadır (OITS, 2010). Sosyal turizmin modern anlamda yeniden tanımlanması ve gerçekleştirilmesinde OITS’nin çalışmalarında Küresel Turizm Etiği Yasası’nın 3-4 ve 7nci maddeleri temel alınmaktadır (WTO, 1999).

Rimini’de yapılan toplantıda “Sosyal politikaların zamanının geldiği” önemle vurgulanmaktadır. Daha derinleşen krizi; ayrımcı, bencil ve aşırı tahrikleri aşmak için, iklimsel değişikliklerin kritik ve trajik sonuçlarını azaltmak için, kitle turizmi ve vahşi turizmin akıntısına kapılmamak için, Viyana Sözleşmesi ve Montreal Bildirgesi’nin kararlarını yinelemek için, tüm insanlar için insancıl bir turizm vizyonu yaratmak için sosyal politikaların zamanı geldiği belirtilmektedir. Avrupa’da Uluslararası Sosyal Turizm Örgütü ile bağlantılı olarak birçok proje gerçekleştirilmektedir (OITS, 2010).

2.2.1.2. Avrupa Birliği ve OITS Destekli Sosyal Turizm Uygulamaları

Bu kısımda Avrupa Birliği ile OITS (ISTO)’nin desteklediği sosyal turizm uygulamalarından Calypso, STEEP, SOWELL gibi dünyada öne çıkan sosyal turizm uygulamaları konu alınmaktadır.

2.2.1.2.1. Calypso Projesi

Avrupa Birliği'nin sosyal turizmle ilgili destekleri ile uygulamalarının uluslararası arenadaki gücü artmaktadır. Buna en iyi örnek Avrupa Parlamentosu'nun sosyal turizmi Avrupa'da yaymak için oluşturduğu bir proje olan Calypso Projesidir. Calypso, uluslararası anlamda sosyal turizm ağının etkinliğini güçlendiren bir faktördür. Bir yandan devletin desteğini almak önemli iken, diğer yandan toplumun beklentilerini de dikkate almak önem taşımaktadır. Bu önemli amaca ulaşmak için OITS, Rimini'de üniversiteler, akademiler ve araştırma enstitüleri ile işbirliği kararı almıştır. Bu işbirliği ile sosyal turizm ve dayanışma alanında bilginin artırılması ve eğitim ile öğrenmenin fırsatlarının yaratılması amaçlanmaktadır.

Bütün dünyada devam eden finansal krize rağmen, birçok ülkede Avrupa Parlamentosu ve Komisyonu, sosyal turizme inanıp Calypso projesi ile yatırımlarını yapmaktadır. Fransa, Belçika, İspanya ve Portekiz bu ülkelere örnek olarak gösterilebilir. İtalya'da, tatil çekleri dağıtımına başlanmıştır. İtalyan Hükümeti, değişik sosyal turizm türlerinin yayılması ile ilgili çalışmalarını başlatmıştır. Ayrıca Roma, Küresel Etik Yasasının kalıcı sekreteryasını barındıran şehir olduğundan sosyal turizm gelişimi için önemli bir merkez haline gelmiştir. XVI. Benedict de sosyal turizmi, "Dünyada bir umut sebebi" olarak tanımlamaktadır.

Calypso hareketi, 2008 yılında Aralık ayında Avrupa Parlamentosu tarafından Avrupa'da sosyal turizmi geliştirmek için alınan kararla oybirliğiyle kabul edilmiştir. Calypso, birçok vatandaşın halen turizm ve seyahatten dışlanmakta olduğundan dolayı oluşan sosyal eşitsizliği, tatillere evrensel ulaşılabilirliği sağlayarak düzeltmek amacını taşımaktadır. Calypso girişimi, dezavantajlı insanların tatile gitmelerine yardımcı olmakta, aynı zamanda düşük sezondaki turizmi arttırmaktadır. Farklı bölge ve ülkeler arasında değişimi desteklemektedir. Calypso, genç yetişkinler (18-30 yaş), finansal sıkıntı yaşayan aileler, engeli olan kişiler ve tatil için yeterli maddi imkanı olmayan ya da tatil organizasyonunun zorluklarından yılmış olan yaşlılar olmak üzere dört farklı hedef gruba bu hizmetleri sunmaktadır (STEEP projesi, www.bits-int.org, 06.08.2014).

Calypso değişim modelinin üç temel amacı bulunmaktadır. Özellikle mevsimsellik probleminden çok fazla muzdarip olan gelişmiş turistik bölgelerde

sezon dışı turizmin teşvik edilmesi bunlardan biridir. Diğer, bilinmeyen, küçük ya da yeni geliştirilen destinasyonların daha geniş bir Avrupa turist kitlesine kendisini tanıtmalarını sağlamaktır. Üçüncü önemli amaç ise turizm endüstrisinde daha uzun süreli iş imkanlarını sağlayarak yüksek sezon haricinde de iş imkanları yaratmak ve işgücünün sektörde devamlılığını sağlamaktır.

Avrupa Birliği'ne turizm ile ilgili yetki veren Lizbon Anlaşmasının akabinde, 2009-2011 yılları arası için toplam 3,5 Milyon Euro olarak bütçesi onaylanmış olan Calypso hareketine 21 ülke (Avusturya, Belçika, Bulgaristan, Hırvatistan, Kıbrıs, Çek Cumhuriyeti, Fransa, Yunanistan, Macaristan, İrlanda, İtalya, Latvia, Litvanya, Malta, Polonya, Portekiz, Romanya, Slovakya, Slovenya, İspanya, Türkiye) katılmaktadır. Bu üç yıl boyunca dokuz toplantı ve workshop yapılmıştır. Calypso'nun ilk yılında bir çalışma grubu oluşturulmuş ve "Avrupa'da Turizm Değişimi: İş imkanlarını arttırma, turizmi mevsimsellikten kurtarıp sezonu uzatma, Avrupa vatandaşlığını güçlendirme ve bölgesel/yerel ekonomileri sosyal turizmi geliştirerek kalkındırma" adını taşıyan bir çalışma da yapılmıştır. 2010 ve 2011'de üç teklif çağrısı yapılmıştır. Bunlardan ikisi düşük sezonda turizmin geliştirilmesi ve ülkeler arası işbirliğinin sağlanmasıdır. 2010'da yapılan bu çağrıya örnek SOWELL projesidir. Avrupa doğal ve kültürel mirasının bir parçası olan kaplıca (spa) turizminin wellness, sağlık ve uluslararası ilişkileri teşvik eden değerlerini yansıtmaktan yola çıkılarak SOWELL projesi oluşturulmuştur. Üçüncüsü ise bir arz-talebi içeren bir web tabanlı platform oluşturulmasıdır (Calypso, www.ec.europa.eu, 06.08.2014).

2.2.1.2.2. SOWELL Projesi

Sosyal turizmin wellness (sıhhat, sağlık) turizmi ile birleştiği bir uygulama Avrupa'da gerçekleştirilen "SOWELL" projesidir (SOWELL projesi, www.sowell-project.eu, 27.07.2014). Fransa, İspanya, İtalya ve Çek Cumhuriyeti ile OITS, Consorci Viles Termals de Catalunya (Katalan Bölgesi Kaplıca (Spa) Kasabaları), Regione Puglia (Puglia Bölgesi), Legambiente Turismo kuruluşlarının ortak olduğu bu proje, Avrupa Birliği destekli bir Calypso projesidir.

Sağlık ve kaplıca (spa, termalizm) turizmini sosyal turizm ile buluşturan bu turizm uygulaması örneği çok disiplinlik açısından önemli bir örnektir. SOWELL adından da anlaşılacağı üzere wellness turizmi aktivitelerinin daha fazla sayıda kişiye özellikle de yaşlılar (emekliler ya da 65 yaş üstündekiler) ile genç insanlara (18-30 yaş arasındakiler) ulaşılabilirliğini sağlamayı ve yüksek sezon haricindeki turizmi geliştirmeyi amaçlamaktadır. Bu iki hedef kitle, kaplıca (spa) sektörü, bölgede kaplıca turizmine bağlı kültürel ve sportif faaliyetleri sağlayan diğer sektörler, destinasyonun imaj ve tanıtımı SOWELL'in etkileyeceği ve katkıda bulunacağı temel alanları oluşturmaktadır. Hedef kitleye bu sayede uygun fiyatlarla seyahat imkanı sunulmaktadır. Kaplıca sektöründe yeni müşterilerin gelmesi ile turizmde mevsimsellik sorununun azalması ve karlılığın artması amaçlanmaktadır; dolayısıyla yan sektörler de bundan nasibini almaktadır. Bu projenin uygulandığı destinasyonda imaj gelişimi görülmekte ve tanıtıma da katkı sağlanmaktadır. Projenin işleyişi ile ilgili, projede yer alan bölgesel çalışma grupları, bir veri araştırmasına girerek, bölgedeki termal merkezler ile sosyal turizm organizasyonlarını bir araya getirmektedir. Her partnerin özelliklerine göre de SOWELL, hedef kitle olan yaşlılar ve gençlere hitaben kaliteli kaplıca turizmi teklifleri sunmaktadır (SOWELL projesi, www.sowell-project.eu, 27.07.2014).

2.2.1.2.3. STEEP Projesi

Sosyal Turizm Avrupa Değişim Platformu (STEPP) projesi Nisan 2012'de konaklama arzı ile dört temel hedef grup; gençler, maddi sıkıntısı olan aileler, yaşlılar ve engeli olan kişiler arasında bağlantı kurarak, Avrupa'da uluslararası işletmeler arası web temelli platform oluşturma amacıyla oluşturulmuştur. 15 aylık bir dönem için, Avrupa Komisyonu'nun ortak fonundan yararlanmıştır. 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 çalışmanın ortaklarıdır. Şubat 2014'te, kar amacı gütmeyen bir kuruluş olan eCalypso asbl, platformu yönetmesi için oluşturulmuştur (STEPP projesi, www.ecalypso.eu, 06.08.2014).

2.2.1.2.4. ENAT (Avrupa Erişilebilir Turizm Ağı)

ENAT, “Avrupa’da Erişilebilir Turizm Ağı” olarak “herkes için turizm”i savunan başka bir kuruluştur. ENAT’a göre, Avrupa’da erişilebilir turizm için potansiyel pazar, yıllık 68 milyar Avro’dan fazla harcama gücüne sahip 130 milyon kişi olarak tahmin edilmektedir. Bu sayı, engelli turistler, yaşlı insanlar, hamile kadınlar, küçük çocuklu aileler ve kronik bir sağlık durumu ya da geçici bir engeli olan kişilerden oluşmaktadır. Bütün bu insanlar ve onlarla birlikte seyahat edenlerin “erişilebilir turizm”e ihtiyaçları vardır. Ayrıca bu pazar, insan ömrünün uzamasıyla büyümektedir. Genel erişilebilirlik eksikliği turist sayısı üzerinde doğrudan olumsuz bir etkiye sahiptir: İyi erişim olmadan, birçok insan seyahat edemez; işletmelere ve toplumlara sağladıkları gelir kaybolur (ENAT, www.accessibletourism.org, 11.06.2014).

2.2.1.2.5. Herkes için Turizm (Tourism for All), ISTO ve Avrupa

Sosyal turizm için arz ile talebi internet üzerinden bir araya getiren bir uygulama yakın geçmişte Uluslararası Sosyal Turizm Örgütü (ISTO) tarafından gerçekleştirilmiştir. ISTO’nun “Herkes için Turizm” (Tourism for All) sloganından hareketle “herkes-için-tatil”¹³ adlı çevrimiçi (online) web sitesinde Belçika 18, Kanada 5, Fransa 100, Almanya 266, İtalya 7 ve Portekiz 4 sosyal turizm konaklama tesisi sağlayıcısı bulunmaktadır (Belanger ve Jolin, 2011: 480). Önerilen konaklama olanakları arasında tatil köyleri, öğrenci yurtları, konuk evleri, pansiyonlar ve oteller bulunmaktadır. ISTO ayrıca, Avrupa, Amerika, Afrika’da temsilcilikler ve ofisler açarak dünyanın bu değişik bölgelerindeki farklı sosyal turizm algıları ve oluşumları ile uyumlu olarak akademik araştırmalarla sektörel çalışmalarını sürdürmektedir (<http://www.oits-isto.org/oits/public/section.jsf?id=181>, 18.06.2016).

OITS’nin verilerine göre, Avrupa ülkeleri (özellikle İtalya, İspanya, Yunanistan ve Portekiz, İngiltere ve Fransa) arasında, içinde bulunduğumuz yüzyılın başlangıcından bu yana tatile çıkan kişi sayısının en düşük değerde olduğu, oransal olarak Avrupa vatandaşlarının sadece %55’inin tatile çıktığı belirtilmektedir (ISTO,

¹³ (www.holidays-for-all.com, 15.05.2015).

2014). Birçok Doğu Avrupa ülkesinde ise tatile çıkma oranı halen düşük olmasına rağmen düşüş göstermemiş hatta bazı yerlerde yükselişe geçmiştir. “*Herkes için turizm*” ya da daha çok sayıda kişinin tatile ulaşılabilirliği konusuna, birçok Avrupa kurumu tarafından resmi belgelerde yer verilmektedir. ‘Avrupa-Dünyanın bir numaralı turist destinasyonu’ konulu 27 Eylül 2011’deki Avrupa Parlamentosu’nun Avrupa Komisyonu ve üye ülkelere: “...bu harekete devam ederek *dezavantajlı kişilere* tatillere daha kolay ulaşılabilirliği sağlama” çağrısı yapılmaktadır.

30 Haziran 2010’daki Komisyon Tebliği, 15 Nisan 2010 Madrid Deklarasyonunu ve Calypso altında planlanan eylemlerin özellikle vurgulandığı, ‘*Sosyal sorumlu turizm modeline doğru*’ konulu Bakanların toplantısında da anılmıştır. ISTO, Avrupa Komisyonu ile 2014 seçimlerinde seçilecek olan Avrupa Parlamentosu üyelerini 2014-2020 dönemi için 10 öncelikli önerisi ile politika yapıcılarını, turizm ile onun içinde sosyal ve ekonomik gerçeklikle gömülü olan *insancıl değerler* konusunda dikkatli olmaya davet etmektedir. ISTO’nun raporunda daha çok sayıda Avrupa Birliği vatandaşları ile ailelerini kendi ülkeleri veya başka ülkelere tatile çıkmalarını sağlamanın Avrupa’nın “*değerleri ile halkının iyi oluşunu*” geliştirmeye de katkısı olacağı belirtilmektedir (ISTO, 2014).

Bu 10 öneriden 5 tanesi özellikle ISTO tarafından sosyal turizm politikaları geliştirmeye yönelik önerileri içermektedir. Bu beş öneri fiziksel ya da finansal engelleri sebebiyle dışlanmış olan herkes için turizme ulaşılabilirliği sağlayan tüm eylem ve yöntemlerin sosyal turizm temelinde sağlanmasını kapsamaktadır. Bunlardan *birincisi*, AB Üye Ülkeler arasındaki bağlantıyı güçlendirerek ülkeler arasındaki yardım mekanizmalarını arttırmak ve tatile fiziksel ya da finansal engeller sebebiyle gidemeyen kişilerin desteklenerek tatile ulaşmasını sağlamaktır. Buna örnek olarak ilk defa İspanya’da ve Portekiz’de başlatılmış olan yaşlılar için turizm, Fransa ve İsviçre’de yıllar önce (30 yıldan fazla süre önce) üretilen tatil çekleri, Belçika’da tatil için çift ödeme ve Macaristan’daki Erzsebet Programı gösterilmektedir. *İkinci* öneri; tatiller için Avrupa Yardım Fonu gibi fonlar oluşturulması, Calypso gibi projelerle bu fonların desteklenmesi böylelikle varolan ulusal ve bölgesel mekanizmaların tamamlanması ile ülkelerarası değişimlerin kolaylaştırılmasıdır. *Üçüncü* öneri sürdürülebilir turizm yaklaşımıyla Avrupa’da alınan önlemleri dikkate alarak sosyal turizm gelişimine hizmet eden, sosyal ve

kapsayıcı bir ekonomiyle işleyen işletmelere de destek sağlamaktır. *Dördüncü* öneri Avrupa'daki boş zaman ve tatil aktivitelerini düzenleyen girişimcileri teşvik ederek engeli olan herkesin bu aktivitelere ulaşabilmesini sağlamaktır. *Beşinci* ve son olarak sosyal ve kapsayıcı turizm programlarının Avrupa Birliği üye ülkeler haricindeki ülkelerle de işbirliği yapılarak desteklenmesi öneriler arasında yer almaktadır (ISTO, 2014)

2.2.2. Sosyal Turizm Paydaşları Açısından Farklı Uygulamalar (Arz Yönü)

Bu bölümde sosyal turizmin planlanmasından organizasyonuna ve uygulanmasına kadar olan tüm süreçte görev alan tüm paydaşların (kamu, özel sivil toplum gibi) rollerini incelemek adına dünyadan farklı örnekler gösterilecektir. Page (2011), turizm ve kamu sektörünü anlattığı çalışmada, turizm için devletin önemi, turizm işletmeciliğinde devletin yer almasının sebepleri, turizm politikası sistemindeki temel katılımcılar, turizm politikası yöneticileri ve bu yönetimin gerçekleştirilmesi (politika belirleme, uygulama) ile bunun turizm yönetimi üzerine etkisi gibi konulara değinmektedir. Almeida (2011), sosyal turizmin yapılanmasında üçüncü sektörün önemine değinirken, Hunter-Jones (2011) hayır kurumlarının önemine vurgu yapmaktadır.

Demirkol (1988), sosyal turizmi doğuran temel etkenlerden birinin sosyal politika olduğunu vurgulamaktadır. İnsanların tatile çıkmaları için gereken dört temel şarttan boş zaman, yeterli gelir, tatile çıkma isteği ve isteklerini gerçekleştirebilecek teknik imkanlar arasında en önemlisinin gelir olduğu, kişisel imkanların buna yetmediği takdirde gerek devlet tarafından, gerekse özel kuruluşlar tarafından talebin finansmanları olarak sağlanan tatil kredileri, taksitle tatil, sigortaları biriktirme sandıkları ve pul sistemi gibi imkanların devreye girdiği bildirilmektedir. Bu imkanların karşılığında hizmet veren sosyal turizm konaklama tesis türleri olarak ise geçici tesisler, çadırlı kampingler, çadırköy veya bez-köyler, vagon evler, kalıcı tesisler, gençlik oberjleri, konuk evleri, tatil köyleri, tatil merkezleri, tamamlayıcı konaklama tesisleri sıralanmaktadır.

Olalı (1982: 21)'nın turizm politikası tanımında iki birbirini tamamlayan hedef bakış açısından biri ekonomik hedefler diğeri de kültürel, sosyal sağlık gibi ekonomik nitelik taşımayan metaekonomik (iktisat dışı) hedeflerdir. Dolayısıyla, turizm politikası bir yandan ülkede genel ekonomi politikasına uygun olarak iç ve dış turizmin geliştirilmesi ve yönlendirilmesi, turizmin gelir ve döviz girdisi sağlayıcı, istihdam yaratıcı fonksiyonlarından en rasyonel biçimde yararlanılması gibi ekonomik hedeflere hizmet ederken, diğeri yandan kültürel, sosyal sağlık gibi ekonomik nitelik taşımayan metaekonomik (iktisat dışı) hedeflere ulaşmak için kamu yönetimleri tarafından alınan önlemlerin ve yapılan müdahalelerin tümünü kapsamaktadır.

2.1.2.1. Sosyal Turizm Uygulamalarında Devlet, Tesisler ve Farklı Paydaşların Rolü

Avrupa'nın anakarasında bulunan birçok ülkede geleneksel sosyal turizm alt yapısı "tatil merkezleri" temelinde kurulmuştur. Bu tatil merkezleri 1950 ile 1980 yılları arasında popülerdir çünkü tatil yapmanın demokratizasyonuna yönelik, uygun fiyatlı, arzulanan, yeni bir ürünü temsil etmektedir. Geleneksel olarak bu tatil merkezleri tam pansiyon tüm aktivite ve eğlenceyi de kapsayan bir konaklama sunmaktadır. Birçok durumda, sektör hem sosyo-eğitsel hem de sosyo-ekonomik açıya sahiptir. Tatilde organize edilen aktiviteler çoğu zaman popüler eğitimsel hareketlerin idealleri ile bazen güçlü ideolojik karakteri taşımaktadır (Jolin, 2003b).

Tatilciler çoğunlukla düşük fiyatlı basit konaklama tesislerinde kalmaktadır. Birçok tatil merkezi sendikalar, hayır kurumları ya da şirketler tarafından yönetilmektedir. Bu sebeple yıllar geçtikçe yönetimleri çok fazla bürokratik hale gelmektedir. Yine de toplumun ihtiyaçlarına göre hizmet vermeye devam etmişlerdir; bazıları tam pansiyondan yarım pansiyona geçmiş, ziyaretçilere aktivitelerini seçmelerinde daha fazla özgürlük tanımıştır (Chauvin, 2002: 67).

Bu değişiklikler meydana geldiği sırada, ticari turizmin daha zayıf ekonomik durumu olan kişilere de ulaşılabilir hale gelmesi tesadüf değildir. 1980'den sonra, sosyal turizm birtakım zorluklarla karşı karşıya kalmıştır. Bunun sebebi, sosyal turizm için geleneksel hedef grup olan zanaatkarların ticari çevrimde kitle turizminin

sunduğu düşük fiyatlar sayesinde daha kolay tatil yapabilmeye başlaması olmuştur. ISTO gibi sosyal turizm örgütleri, pazar çevresindeki bu değişikliklere uyum sağlamasını bilmiş ve odağını dayanışma turizmi olarak genişletmiştir (Belanger ve Jolin, 2011: 478). Böylelikle, geleneksel sosyal turizm ürününe olan talep azaldığında ilginin devamını sağladığını gösterebilmek için açılarını genişletmişlerdir.

Kitle turizminin sunduğu düşük fiyatlarla rekabet etmek durumunda kalan sosyal turizm kuruluşları, yurtdışı tatil fiyatlarıyla yarış etmekte zorlanır hale gelmişlerdir. Bu gelişmenin sonucu olarak, birçok sosyal turizm alt yapısı satılmış ve özelleştirilmiştir.

Puczko ve Ratz (2011) bu konunun Macaristan ayağı ile ilgili bilgileri çalışmalarında sunmaktadır. Yazarlar, sosyal turizm kavramının Macaristan için yeni olmadığını belirtmektedir. Sosyalist devirde, sosyal turizm en fazla dağlarda, göl kenarlarında veya kaplıca (spa) destinasyonlarında yer almıştır. Bu dönemde, düşük kalitedeki konaklama kuruluşları gibi tesisler, şirketler ya da ticari birlikler tarafından yönetilmekteydi. Çalışanlar, birlik üyeleri ile aileleri bu yerleri ziyaret etmek için seçilebilmekteydi. Bu seyahatler ya ücretsiz idi ya da büyük kısmı devlet tarafından karşılanmaktaydı. 1990larda yeniliklerin takip edildiği, sosyal, politik ekonomik değişimlerin olduğu zamanda, sosyal turizmde eski sistem temelinden yıkılmıştır (Pohner 2008'den aktaran Puczko ve Ratz, 2011). Onun yerine destekli tatil sistemi oluşturulmuştur. Sosyal turizm kuruluşları ya özelleştirilmiştir ya da kapatılmıştır. Ticari birliklerin rolü ve gücü azalmıştır, bakanlığın (Sosyal Yardım Bakanlığı) bütçesi kesilmiştir ve ciddi biçimde yeniden yapılandırılmıştır. Örgütler ve şirketler sosyal fayda için daha az miktarlar ayırmaya başlamıştır ve miras kalan zorunluluklardan dolayı aşama aşama geri çekilebilmektedir.

Sosyal turizmin düşük gelir kitlelerine hitap etmesi, ekonomik anlamda devletlerin bakış açısında getiri getirmeyen bir sektör önyargısı oluşturmaktadır. Bu nedenle, dünyada özellikle gelişmekte olan ülkelerde (Türkiye, Macaristan, v.b. gibi) birçok devlet bu sektörden tamamen elini eteğini çekmektedir. Buna karşın, son yıllarda, özellikle ekonomik gelişmişlik düzeyi yüksek olan Belçika, Kanada gibi ülkelerde merkezi bulunan Dünya Sosyal Turizm Örgütü (ISTO), faaliyetlerini bu önyargıyı silmek istercesine arttırmaktadır. Bu örgüte üye olan kurum ve kuruluşlar

ile nitelikli bireyler ve yöneticiler sayesinde, gelişmiş ve gelişmekte olan birçok ülkede sosyal turizm yeniden ele alınmaktadır. *Sivil toplum örgütleri* ve *özel sektör* (oteller, acentalar, ulaşım ve taşımacılık firmaları, vs.), sosyal turizm faaliyetlerini daha aktif hale getirmek için çalışmaktadır (ISTO, 2014).

Fransa ve Belçika gibi ülkelerde sosyal turizm kuruluşlarına devlet desteği çok sınırlı olarak sunulmaktadır. Bu destekler, kişiye yani tatil yapana değil, kuruma olan destek anlamında, altyapıya destek olarak yapılmaktadır. Günümüzde bu sosyal turizm kuruluşlarına yeni ürünlere ve yeni pazarlara yönelmesi ve devletten destek beklememeleri gerektiği konusunda yapılan baskılar artmaktadır (Minnaert vd., 2011).

Fransa'da daha önce sosyal turizm için hizmet sağlayan konaklama işletmeleri şimdi orta sınıf daha yaşlı ziyaretçileri çekmektedir (Caire, 2011). Sosyal ve ticari turizm arasındaki sınır gittikçe daha belirsiz hale gelmektedir. Bazı ülkelerde geleneksel sosyal turizm sağlayıcıları yeni müşteriler çekmek için ticari talebe uyum sağlamak zorunda kalmış iken, İspanya'daki IMSERSO örneğinde olduğu gibi bazı ülkelerde ticari işletmeler düşük sezonda iş çekmek için sosyal turizme dönüş yapmıştır.

Belçika, Fransa ve İspanya'da destek sistemleri oldukça gelişmiş ve iyi organize edilmiştir. Belçika'da sosyal turizm, mahalli ve bölgesel idari birimler ve ayrıca dolaylı olarak birlikler ve sosyal turizm olanakları sağlayan sağlık ve sosyal yardım örgütleri tarafından finanse edilmektedir. Sistem temel olarak işçi birliklerine bağlı olan tatil çekleri üzerine olsa da durum Fransa'da da benzerdir. İspanya'da en önemli sosyal turizm programının bir bölümü İşçi ve Sosyal İşler Bakanlığı'na bağlı olan IMSERSO tarafından finanse edilmektedir. IMSERSO yaşlı vatandaşları ticari turizm tesislerine göndermeyi içeren farklı tatil programlarının %30' unu finanse ederken, kullanıcı %70'ini ödemektedir (Diekmann vd., 2009).

2.1.2.2. Üçüncü Sektörün Sosyal Turizm için Önemi: Brezilya

Brezilya'da sosyal turizm devlet tarafından sosyo-politik olarak desteklenmekte ve sivil (ticari ve üçüncü sektör) kuruluşlar tarafından açıkça tanımlanan bireylerin sosyo-kültürel gelişimi ve psiko-fiziksel iyileşmeleri gibi

amaçlarıyla, sürdürülebilirlik taahhütlerine göre ve ziyaret edilen yerleri de içine alacak şekilde genişletilerek düzenlenmektedir (Almeida, 2001: 128'den aktaran Almeida 2011).

Brezilya bağlamında bir tanımı geliştirmek için Almeida (2011), devletin koordinatör ve destekleyici özelliği yanında operasyonel anlamda maliyetlerle uyumlu fiyat önerileri ile özel sektörün ve buna ek olarak üçüncü sektörün (third sector) yararlanıcılar için uygun programların tanımında sorumluluğu bulunduğunu belirtmektedir.

Brezilya'da Eylül 1975'te Brezilya hükümeti ilk defa Ulusal Turizm Plan'ında sosyal turizme *düşük ücretle çalışmakta olan sosyal gruplara* tatil imkanları yaratmak için birtakım turizm girişimleri yapılması anlamında yer vermiştir. 1986 ve 1988 arasında iç turizmi özendirmek amacıyla EMBRATUR *yetişkinler için ve çocuklar için* iki ayrı Brezilya pasaportu uygulaması başlatmış, *engelli vatandaşlar, gençlik yurtları ve yaşlı gruplar için* turizm programlarını oluşturmaya başlamıştır. Şili'de Ulusal Turizm Servisi (Sernatur) tarafından düzenlenen "Vacaciones Tercera Edad" (Üçüncü Yaş Tatilleri) örnek alınarak 2003 sonrasında Brezilya hükümeti tarafından *düşük sezonda otellerin doluluk oranını arttırmaya ve yaşlı nüfusa kaliteli hizmet sunmayı hedefleyen bir uygulama ile* 60 yaşın üzerindeki Brezilyalıların (örneğin otel odalarında %50 indirim, Ulusal Sosyal Güvenlik Enstitüsünün yaşlıların maaşlarından buraya %1 lik aktarım yapması gibi olanakları kapsayan) tatil yapması motive edilmiştir. 2009 Nisan'da CEF (Brezilya'da Devlet Bankası), Mtu (Brezilya'da Turizm Bakanlığı) ve ABAV (Brezilya Seyahat Acetaları Birliği) arasında imzalanan bir protokol ile turizm paketlerinin finanse edilmesi ve gençlerin turizme katılımını desteklemek için "Viaja Mais Jovem" (Daha fazla seyahat et- *Genç İnsanlar*) programı başlatılmıştır. (EMBRATUR'dan aktaran Almeida, 2011).

Almeida (2011)'ya göre Brezilya'da bugün sosyal turizm sıklıkla iç turizm ile eş anlamlı gibi kullanılmaktadır. Spesifik bir sosyal turizm politikası olmadığından, farklı programlar arasında bağlantıların çok açık olmadığı, daha tutarlı ve bütünleşik bir sosyal turizm yapılanmasının gerektiğini belirten yazar, Brezilya'da sosyal turizmin kalkınması için üçüncü sektörün Brezilya bağlamındaki tanımı ve önemli rolünü de çalışmasında anlatmaktadır. Üçüncü sektör olarak adlandırılan kavram

Brezilya’da kesin profilini ve şeklini tamamlamamış olmakla birlikte ‘Devlet olmayan’, ‘pazar olmayan’, ‘kamu yararına hizmet amacı olan’, ‘kar getirmeyen’, ‘insansever’, ‘gönüllülük esasına dayalı olan’ gibi terimler ile ilişkilendirilmektedir.

“Üçüncü sektör” sosyal gerçeklikle ilgili yeni düşünce yolları için bir deney alanını tanımlamaktadır. Kamuya devletin sahip olduğu ve özel sektörün bundan ayrı olduğu anlayışını yani kamu ile özel sektörün ikiye bölünmesi anlayışını durdurması gibi bir garantiye sahiptir. Devletin sahibi olduğu şekliyle değil, özel girişimcilerin devleti temsil ettiği bir kamusal alanın ortaya çıktığı belirtilmekte, bunun da sosyal dinamikleri daha zengin ve daha karmaşık hale getirdiği belirtilmektedir. (Cardoso’dan aktaran Almeida 2011).

Brezilya’da SESC (Social Service of Commerce - Brezilya’nın Sosyal Hizmet veren Ticaret Kurumu, Brezilya’da ticari ve hizmet sektöründen işçilerden oluşan bir örgüt) bu tip bir örgütün örneğidir. SESC, boş zaman ve iyi oluşun önemini vurgulamıştır ve böylelikle, hem bir kuruluş olarak hem de kamp olarak ülkedeki sosyal turizm programlarının sadece Sao Paulo’da değil, tüm diğer eyaletlerde düzenlenmesine bir öncü ve model oluşturmuştur. SESC’nin sosyal turizm programı, ticari çalışan ve ona bağlı olanlara anlamlı sosyal, kültürel ve rekreasyonel aktiviteler içeren bir tatil kombinasyonu fırsatı sunarak turizme katılımda gelirin etkisini azaltmayı amaçlamaktadır. SESC sayesinde yerli ve uluslararası turizme katılmak, ülke genelinde kamplarda ve konaklama tesislerinde kalmak mümkündür. SESC, sadece tatillerin fiyatlarını düşürmekle kalmayıp, insanların entelektüel ve fiziksel yeteneklerini, bilgilerini ve sosyal ilişkilerini de geliştirmeyi hedeflemektedir (SESC Sao Paulo’dan aktaran Almeida, 2011). Özet olarak Brezilya’da sosyal turizm için, ülkedeki ekonomik durumun yetersizliği nedeniyle halen sosyal turizme katılamayan dışlanmış nüfusun çok fazla olduğu ve özellikle üçüncü sektörün yeterince çalıştığı takdirde sosyal turizmin daha etkili bir hale gelebileceği belirtilmektedir (Almeida, 2011).

2.1.2.3. Sosyal Turizmde Tatil Çekleri Uygulaması: Fransa ve Macaristan

Fransa’da sosyal turizm uygulamaları çok eskiye dayanmaktadır ve birçok farklı uygulama altyapısı bulunmaktadır. Tatil çekleri, Fransa’da çok bilinen bir uygulama olsa da, Fransa’daki tek sosyal turizm programı bu değildir. Fransa’da sosyal turizmin yapısının nasıl oluştuğu ve güncel durumu ile ilgili Caire (2005) ve Chauvin (2002) önemli bazı bilgiler sunmaktadır.

Fransa’da sosyal turizmin - bir sosyal turizm politikasının varlığından dahi bahsedilmeksizin - işçi örgütlerinin yaratıcılığı, sıkça eğitim alanından ya da sendikal ve dini örgütlerden, büyük devlet adamlarının yardımı da eklendiğinde kamu ekonomisinden gelen bu gibi farklı yardımların birleştirilmesinden oluştuğu belirtilmektedir (Caire, 2005:3).

Bu karışık yardımlar, devletin kemer sıkma politikası ile, CAF (Caisses d’Allocations Familiales - Fransa’da ailelere yardım ve destek sağlayan sosyal yardım kurumunun bir dalı) ların CLSH (Centre de Loisir Sans Hebergement (Fransa’da konaklaması olmayan boş zaman merkezi) ye dönüşmesi ve şirketlerin finansal durumlarının da düşüşe geçmesi ile 1980li yıllarda ortadan kaybolmaktadır. Aynı zamanda yerel yetkililer dış turizm merkezli bir turizm politikası geliştirmektedir. Özellikle inşaat maliyetlerinin artması, konfor ile güvenlik standartlarının yükselmesi ve talebin güçlü değişimi ile zorluklar artmaktadır. Burada talepteki değişimlerden kastedilen, ikinci jenerasyon olarak adlandırılan turistler, daha çok şey isteyen, daha tüketici, daha bireyci ve kararlarını çok daha geç veren; ailedeki değişiklikler: daha az sayıda çocuk, tek (yalnız) ebeveynlerin artması, büyükanne ve/veya büyükbabanın varlığı; konaklama ünitelerinin yeniden tasarlanmasını gerektirmiştir. Ayrıca kalınan sürelerin daha kesintili ve daha kısa süreler olması talepteki değişimler olarak vurgulanmaktadır (Caire, 2005).

Sosyal ve asosyatif turizm bugün, 6 “turistik ürün ekseninde” toplanmaktadır (bazı kurumlar bu 6 eksenin birden fazlasında da yer almaktadır) :

1. Tatil köyleri (aile ve grup müşterileri; emekliler, sportif ve seminer grupları).

Temel kuruluşlar: VVF Villages, LVT, Renouveau, Cap France, Vacances

pour Tous, VAL, VTF, ANCAV, Relaisoleil, AZUREVA (2001'den önceki Vacances PTT), Vacanciel.

2. Gençlerin ve/veya sporcuların oberj(dağ evi) benzeri FUAJ ve UCRIF-Etapes Jeunes adıyla iki federasyon, sportif kısa tatiller (sejourlar) (UCPA, Glénans), refüjler (sığınak, küçük dağ kulübesi) (Club Alpin- Dağcılık Kulübü).
3. Çocuklar ve gençler için tatil merkezleri (Ligue de l'enseignement, UFCV, PEP) (Bunların CLSH'den farklı olarak değerlendirilmesi gerekmektedir).
4. Keşif sınıfları (deniz, kültürel miras, kar, çevre) ve okul tatilleri.
5. Yabancı dil tatilleri (Thalassa, Club des 4 Vents).
6. Yetişkinler için yurtdışına tatiller (ARVEL, Deffontaine, Vacances bleues, dayanışma turizmi (tourisme solidaire) dernekleri: TDS, Croq'Nature, Route des Sens) (Chauvin, 2002).

Bu sınıflandırmalara, özellikle turistik üretimi olmayan (konaklama yöneticisi veya seyahat acentası olmayan) eğitim, sosyal hizmet, destek hizmet sağlayıcı (ekipman, insan veya bilgi) ilgili dernekler eklenmelidir. La JPA, Léo Lagrange, Vacances ouvertes, la Fédération française de camping-caravaning, la Fédération française de la randonnée pédestre, APF évacion gibi adı geçen bu dernekler de UNAT'a üyedirler (Chauvin, 2002).

Macaristan'da sosyal turizmin 2000-2010 arasında daha geniş desteklenmiş hizmetlere ve bu hizmetler için artan talebe yönelik önemli değişimler yaşadığı belirtilmektedir. Tatil çekleri konaklama işletmelerinden sinema biletlerine kadar geniş bir yelpazede, emekli, düşük gelirli aileler, gençler, çalışan orta sınıf işçiler tarafından kullanılabilir hale gelmiştir. Sonuç olarak 2010'da devlet, pazarı dengelemek amacıyla sonuçları henüz gözlenemeyen yeni önlemler almıştır. (Puczko ve Ratz, 2011).

En önemli değişiklik, önceden hemen hemen hiç vergi ödenmeyen tatil çekleri için, işverenler artık işçisine verdiği her HUF (Macaristan para birimi) değerindeki tatil çeki için %25, yani neredeyse minimum maaş değerine kadar vergi ödemek zorundadır. Daha fazla tatil çeki vermek isteyen işveren, minimum maaşı geçen miktar için %54 vergi ödemek zorundadır. Bu planlama önlemine, tabii ki Macaristan turizm endüstrisince itiraz edilmektedir. İlk tahminler işverenlerin işçilerine tatil çeki sunma isteğini önemli ölçüde azaltacağı yönündedir. Küresel

ekonomik kriz sebebinin etkilerini hafifletmek amacıyla hükümetin merkezi bütçe harcamalarını azaltma çabalarıyla uyumlu olsa da bu karar ve önlemlerin büyük ihtimalle iç turizm talebini olumsuz etkileyeceği belirtilmektedir (Puczko ve Ratz, 2011).

2.1.3. Sosyal Turizm Kullanıcıları Açısından Farklı Uygulamalar (Talep Yönü)

Günümüzde aktivitenin artış ve yoğunluğu açısından göze çarpan ilk sosyal turizm faaliyeti engelli (Domínguez, Fraiz ve Alén, 2013) ve yaşlı turizmi (Alén, Domínguez ve Losada, 2012), (gelişme alanı olarak özellikle İspanya); ikinci olarak gençlik turizmi (gelişme alanı olarak özellikle tüm Avrupa ülkeleri temelli); üçüncü olarak aile turizmidir (gelişme alanı olarak özellikle İngiltere ve Belçika temelli, aile olarak anne baba çocuklar ile tek ebeveynli ve sorunlu aileler de bulunmaktadır). Bu kısımda, verilen bu örneklerde olduğu gibi, sosyal turizm kullanıcıları yani talebi yönünden dünyadan farklı örneklerle uygulamalara değinilecektir.

2.1.3.1. Üçüncü Yaş için Sosyal Turizm: Portekiz

Portekiz'deki üçüncü yaşa yönelik bir sosyal turizm uygulamasının motivasyonlarına yönelik pazar dilimlemesini gösteren bir çalışmada elde edilen veriler, sosyo-demografik profil, seyahat davranışı, elde edilen faydalar, memnuniyet ve sadakati araştırmaktadır (Carneiro vd., 2013). “Pasif yaşlılar”, “sosyo-kültürel yaşlılar”, “aktif yaşlılar” olarak ortaya çıkan üç küme arasında istatistiki olarak önemli farklar bulunmuştur. Sonuçlar üçüncü yaş pazarı için sosyal turizmin önemli olduğunu göstermiştir. Turizmin bir insan hakkı olmasına rağmen, herkes için turizm Portekiz'deki yaşlı vatandaşlar için gerçekleştirilemediği belirtilmektedir. Buna göre, Portekizli yaşlı vatandaşların sadece çok az bir kısmı bu türdeki düzenlemelere katılım gösterebilmektedir. Bu çalışmanın bulguları, küçük ölçekte olmasına rağmen sosyal turizm uygulamalarının katılımcı artışı sağlanarak ve bu girişimlerden faydalananların çıktılarının geliştirilip iyileştirilmesine de katkıda bulunmaktadır. Çalışmanın sonuçlarına göre, sosyal kontak, yaşlıların bu programlara katılmasındaki

en önemli sebep olarak ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla açık bir şekilde anlaşılmaktadır ki, sosyal turizm, bu pazar diliminin sosyal soyutlanmadan kurtulmasını sağlamaktadır.

Bununla birlikte, Minnaert vd. (2011)'nin de ifade ettiği üzere, dünyanın birçok bölgesinde ekonomik iklim, sosyal güvenlik ve sosyal yardım konusunda devletin rolünü sorgulamaktadır (Minnaert vd., 2011: 403).

Portekiz'deki bu çalışmanın sonuçları, ve bu alandaki diğer çalışmalar (Eusébio vd., 2011), sosyal turizmin sosyal ve ekonomik faydalar üretebileceğini göstermektedir.

Sonuç olarak Portekiz'de, mevcut ekonomik iklimde dahi sosyal turizm programlarının ortadan kaldırılmadığı belirtilmektedir. Tam tersine, iyi kurulan bir sosyal turizm sistemi için ve hem endüstrinin hem de dışlananların turizmden faydalanabilmesi için, devlet ve özel sektörün birlikte adım atması gerektiği belirtilmekte ve bunun için Portekiz'deki yaşlılar için yapılan program örnek gösterilmektedir (Eusébio vd., 2011).

Bu programa dahil olan yaşlılar grubunun ne kadar homojen olması beklense de heterojen bir grup olduğu bu çalışmanın sonuçlarında ayrıca ifade edilmektedir. Yine bu çalışmanın sonuçlarına göre (Carneiro vd., 2013), sunulan aktivitelerin türlerine ve yaşlıların tercihlerine göre, sunulan paket turların uyumlandırılması gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Benzer araştırmalarda yaşlıların keşfetmekten sosyalleşmeye birçok aktivite türüne ilgisinin varlığı saptanmıştır (Boksberger ve Laesser, 2009; Horneman vd., 2002).

Carneiro vd. (2013), yaşlıların motivasyonları ile yaptıkları aktiviteleri düşünüldüğünde, paket tur programlarında sunulan aktivitelere ek olarak eğlence aktiviteleri, kültürü keşfetmeye yönelik fırsatlar, yenilikler ve sosyalleşmeyi içeren çok çeşitli aktiviteleri içeren turların “aktif yaşlılara” sunulabileceğini belirtmektedir.

Bununla birlikte, “Sosyo-kültürel yaşlıların” daha fazla kültürel içerik taşıyan fakat aktif yaşlılar kadar hareketlilik ve eğlence içermeyen, yerel kültürü öğrenmeye yönelik örneğin müzeleri ve anıtları ziyaret etmek gibi aktiviteleri tercih edecekleri belirtilmektedir. ‘Pasif yaşlılar’a uygun olarak ise manzarayı seyretmek ve rekreasyonel aktivitelerin sunulmasının uygun olacağı belirtilmektedir (Carneiro vd., 2013).

2.1.3.2. Düşük Gelirli veya Engelli Bireyleri Olan Aileler için Sosyal Turizm: Birleşik Krallık ve Almanya

Turizm teorisinin yeniden sosyalleşmesini savunan ve turizm araştırmalarında ailelerin yerine değinen bir çalışmada, aile yaşamının yeniden değer kazandığı belirtilmektedir. Ayrıca, kıyı resortlarındaki çekirdek aile tarafından idealleştirilen aile kavramının, aile yaşamının karmaşık gerçeklikleriyle tam bir zıtlık içinde olduğu belirtilmektedir (Obrador, 2012).

Ekonomik ve sosyal durumları nedeniyle tatile nadiren çıkabilen ailelerin kadınlarıyla yapılmış olan bir başka araştırmada tatilin onlar için ifade ettiği anlamın ne olduğu sorgulanmıştır. Bu araştırmada, Haukeland'ın "Seyahat etmeyenler kategori C" ye uygun olan kadınlar seçilmiştir (En son sezonda tatile çıkmamış olanlar). Kişiler evlerinde görüşme yöntemiyle sorulan sorulara tabi tutulmuştur. Cevaplara göre 'değişiklik' gibi önemli birçok kategori ortaya çıkmıştır. Sonuç olarak bu kadınların tatilin anlamı konusunda ifade ettikleri iki konu, eğlence ve gösteri ön plana çıkmıştır. Bu araştırmaya konu olan birçok kişinin kadın olduğu ve ailenin hiçbir üyesinin de tam zamanlı bir işe sahip olmadığı belirtilmektedir. Ebeveynler dolayısıyla *tatili çocuklarıyla ilintili bir şans* olarak görmektedir ve faydasını da çocuklara ne ifade ettiği ile orantılı olarak aktarmaktadırlar. Tatili kendi faydaları açısından yorumlamaları istendiğinde ebeveynler yine, çocukların reaksiyonlarına cevaben *çocukları ile ilişkilerinin iyi olması için, rahatlığı ve keyfi reddettiklerini* belirtmektedirler. Bunun sonucunda, tatil çeşitliliği araştırmasının sadece *cinsiyet* bakış açısından değil *aile* perspektifinden de etkilendiği anlaşılmaktadır. Tatilin evrensel olarak faydalı olmasına rağmen faydanın sürekliliği ve bununla bağlantılı olarak tek bir tatilin mi yoksa düzenli tatillerin mi daha etkili olduğu açık değildir. Düşük gelir, kötü konut şartları, akli ve fiziksel hasar gibi evhalkı sorunlarından bazıları tatil sayesinde kolaylaştırılmakta ve bazen (hastalıklar) çözüme bile ulaşmaktadır ancak, tatil daha sıklıkla geçici bir çözüm olmaktadır. Bununla birlikte, tatilin hayatın çetin zorluklarıyla mücadele etmek için gerçek anlamda bir yöntem olduğunu kabul etmek gerekmektedir (Smith ve Hughes, 1999).

İhtiyaç sahibi ailelere turizmin sağlanması ile ilgili sosyal bakım politikalarının Avrupa'nın birçok ülkesinde yaygın hale getirildiği, Birleşik

Krallık'ta ise henüz benimsenmediğini belirten bir başka araştırmada, ülkede yer alan politika ve araştırma kapsamının belirlenmesi amacıyla bir raporlama çalışması yapılmıştır. Bunun sonucunda, tatillerin etkileri ile ilgili sınırlı sayıda güçlü çalışmanın olduğu, bu konuda özellikle aileler ve çocukların faydalanması konusunda artan bir talebin olduğu belirtilmektedir. Bu çalışmayla, hem sosyal içerme (social inclusion) hem de "Herkes için turizm" ile ilgili Avrupa'yı birleştiren politik vurgu sayesinde özellikle Birleşik Krallık'ta bulunan ihtiyaç sahibi ailelerin tatile katılımına fırsat sağlama konusunun sosyal gündemde ön plana alınmasının gerekliliğine dikkat çekilmektedir (Hazel, 2005).

Birleşik Krallık'ta tatile katılmamanın en büyük sebebi olarak alım gücünün olmaması gösterilmektedir (Corlyon ve La Placa, 2006). Birleşik Krallık'ta birincil ya da yardımcı görev olarak spesifik grupların tatil fırsatlarına ulaşabilmesini sağlayan birçok gönüllü kuruluş ile hayır kurumları acentaları bulunmaktadır. Bazı hayır kurumları direkt bir hükümet hibesi ile finanse edilmektedir ve engelli çocuğu olan ailelere ödeme ya da tatil çeki (voucher) sağlamaktadır. Sürekli artan taleple karşı karşıya kalan bu örgütlerin durumu, zor şartlarda olan aileler için tatilin önemini arttığını göstermektedir. Engelli insanlar için destek ve uzman yardımı Engelli Ayrımcılık Hareketinin (Disability Discrimination Act) gelişme gösterdiği bir alandır. Bu kurum, bulunduğu girişimler için "Herkes için Turizm" hayır kurumunun vasıtası ile turizm endüstrisinin desteğini son 40 yıldır yaşlı ve engelli kişilerin eşit bir şekilde turizme ulaşmasını sağlayarak almaktadır (www.tourismforall.org.uk' den aktaran Hazel, 2005). Turizme katılımın olmamasının sonucunda sağlık ve sosyal yardım harcamalarının arttığı iddia edilmektedir (Hazel, 2005).

Sosyal turizm bağlamındaki daha geniş çaplı bir çalışmada Birleşik Krallık'ta bulunan üç hayır kurumunun sosyal turizm faaliyetlerinin etkileri araştırılmaktadır (McCabe, 2009). Bu kurumlardan FHA (Family Holiday Association - Aile Tatil Kurumu), özellikle düşük gelirli (devlet yardımı alan) ailelere odaklı çalışan ve onlara sosyal turizmi ulaşılabilir hale getirme konusunda Birleşik Krallık'ın en iyi oyuncusu konumundadır. Sağlık ve sosyal hizmet sağlayıcıları ile inanç grupları ve diğer acentalarla çalışarak her yıl 1400 aileye tatil sağlamaktadır. Başvurular sadece bir aracı kurum olan sevk acentalarınca kabul edilmektedir. Başvuru kriterleri

arasında ailenin 4 yıldır tatil yapmamış olması ve ailenin düşük gelirli olması bulunmaktadır. FF (The Family Fund - Aile Fonu) ayrıca doğrudan hükümet hibesi ile fonlanan ağır engelli çocuklarla yaşayan ailelere destek sağlayan önemli bir ulusal hayır kurumudur. Aile Kurumu 37000 aileye her yıl (sabit bir miktar) hibe sağlamaktadır. UW(Unison Welfare) Birleşik Krallık'taki en büyük ticaret birliklerinin hayır kurumudur. UW, kamu kurumlarında düşük ücretle çalışan 1.3 milyon üyeye sahiptir. UW tarafından uğraşılan ana konular arasında iş anlaşmazlıkları ve mahkemeleri, taciz v.b. bulunmaktadır. North Devon bölgesinde bulunan bir tatil merkezinin sahibi olmasının yanında UW'nin, üyelerine birtakım destekleri de bulunmaktadır. McCabe'in bu araştırması, Birleşik Krallık bağlamındaki boş zaman seyahatine ilişkin sağlık ve sosyal politika konuları üzerine diyaloga ihtiyaç olduğunu onaylamaktadır. Buna ek olarak, dezavantajlı ailelerin ihtiyaçları ile desteklenen bir tatilden sağlanan faydalar arasındaki bağlantıları açıklığa kavuşturmaktadır. Bununla birlikte, tatil katılımının insanların iyi-oluş hissi, hayat deneyimleri ve bakış açılarına etkileri ve tatillerin daha geniş bir topluma iş, tutumsal ve davranışsal değişim ile normalleşmiş tüketim uygulamalarındaki olumlu katkısı ve rolü gibi daha uzun vadeli faydaları hakkında araştırmalara ihtiyaç olduğu belirtilmektedir (McCabe, 2009).

Almanya'da sosyal turizm hibesi tek ebeveynli aileler, bakıcı aileler veya büyükanne-babalı aileleri de içeren ailelere yönelik olarak hedeflenmektedir. Birçok durumda tek çocuk hibeyi almak için yeterli iken, bazı durumlarda iki ya da daha çocuklu ailelere de fon sağlanmaktadır. Aileler Almanya'da ya da aile merkezleri olan iki ayrı ülkede (Fransa ve Macaristan) kalabilmektedir. Amaç diğer ailelerle bilgi ve deneyim alışverişi sağlamak, yıkılmak üzere olan veya yara almış aile ilişkilerini onarmak ve yeniden inşa etmektir (BAGFE, 2009).

Griffin ve Stacey (2011)'in çalışmasında herkes için turizm kavramının pek anlaşılmadığı İrlanda'dan bahsedilmektedir. Sosyal içerme (social inclusion) ulusal politika gündeminde olsa da, İrlanda turizminin, sosyal değerinin çok az tanındığı, tamamen ekonomik bakış açısıyla gözlenmekte olduğu anlaşılmaktadır. İrlanda'da devlet politika amacı olan sürdürülebilir gelişme bağlamında çevresel konular turizm alanında orantısız bir derecede ilgi çekmektedir. Buradaki temel tartışma İrlandalı turizm politika yapımcılarının, dikkatini “tatilleri herkese ulaşılabilir kılmaya”

çevirmediği sürece Avrupa Birliği (European Commission, 2007) tarafından belirlenmiş olan sekiz sürdürülebilir turizm görevlerinden en az birini yerine getirmekte başarısız hale geleceği ve bununla kalmayıp, mevcut İrlanda Sürdürülebilir Turizm Gelişimi Politikasını gerçekleştirmekte de başarısız olacağına dikkati çekmektedir. (Griffin ve Stacey, 2011).

Hunter-Jones (2011), çalışmasında sosyal turizmde *hayır kurumlarının rolünü* ele almaktadır. Sosyal turizm organizasyonunda hayır kurumlarının nasıl bir rol oynadığı ve ne türde bir katkı sağladığı bu çalışmanın konusunu oluşturmaktadır. Kişisel, ekonomik ve sosyal şartlar sebebiyle dezavantajlı olanların ihtiyaçları incelemenin merkezinde yer almaktadır. Ayrıca dezavantajlı tüketicilere hayır kurumlarının sunduğu kademeli destekler üzerinde de yorum yapılmaktadır. Bu bağlamda, *hayır kurumları ile özel sektörün turizm endüstrisinde birlikte çalışmak için yollar araması* önerilmekte ve buna bağlı olarak hayır kurumlarının bağışına tüketicilerin tutumlarının incelenmesi gerektiği vurgulanmaktadır (Hunter-Jones, 2011).

2.1.3.3. Çocuklar ve Gençler için Sosyal Turizm: Polonya, Birleşik Krallık, İsveç, Finlandiya ve Almanya

Polonya’da sosyalist rejim altında iken önemli bir rol oynamış olan sosyal turizm, bugün azalmıştır ve çoğunlukla çocuk ve gençlik turizmine atıfta bulunmaktadır. Fonlama, etkililik konusu vurgulanarak, doğrudan bakanlık bütçesinden sağlanmaktadır. Polonya’nın bir özelliği, ticari olsun veya olmasın çocuk ve gençlik seyahatlerinde %7 KDV uygulanmasıdır (Diekmann vd., 2009: 30). Çocuk ve gençlik turizmini geliştirmek için bakanlığın bir programı 2011’de oluşturulmuştur (Diekmann ve McCabe, 2011).

İrlanda’da yürütülen bir araştırma, sosyal dışlanma deneyimi yaşayan çocuklara tatil yapmanın sağladığı faydaları konu almıştır (Quinn ve Stacey, 2010). Çalışmanın bulguları, tatilin çocuklar için en önemli faydasının işsizlik, zayıf vasıflar, düşük gelirler, zor konut koşulları, yüksek suçluluk oranlarının olduğu bir çevre, kötü sağlık ve ailenin kopması gibi bağlantılı birçok sorunla dolu olan ev ortamlarından çekip uzaklaştırması olduğunu göstermektedir. Bu çalışmanın bulgularının Birleşik Krallık Sosyal Güvenlik Kurumu’nun 1999 yılında yaptığı

belirtilen sosyal dışlanma tanımı ile örtüştüğü yazarlarca tekrar gündeme getirilmiştir. Buna göre sosyal dışlanma, bireyler işsizlik, zayıf vasıflar, düşük gelirler, zor konut koşulları, yüksek suçluluk oranlarının olduğu bir çevre, kötü sağlık ve ailenin kopması gibi sebeplerden mağdur olduğunda ortaya çıkan durum olarak tanımlanmaktadır (Quinn ve Stacey, 2010). Bir başka görüşe göre ise, sosyal dışlanma yoksulluğun hem sebep hem de sonuçlarını kapsayan bir terimdir (Corlyon ve La Placa, 2006).

İrlanda'daki araştırmadan çocuklar tarafından tatilde geçirilen zamanın kalitesinin rutin ev hayatlarında geçirilen zamandan çok daha iyi olarak algılandığını ortaya çıkmıştır. Tatil sağlayıcılar 'tatilde yaşam' üzerine yarattıkları kural ve beklentiler ile günlük rutinlerini düzenlemek için tasarladıkları yöntemler doğrultusunda çocuklara kaliteli vakit sağlamak için çalışmışlardır. Herşey çocukların rahatlaması, eğlenmesi, arkadaşlık kurmaları, yeni ilişkiler ve yeni beceriler geliştirmeleri, ve mutlu, destekleyici ve pozitif bir çevrede farklı yaşam biçimlerini öğrenmelerine yönelik tasarlanmıştır (Quinn ve Stacey, 2010). Böylelikle araştırma, tatil yapmanın iyi oluş, rahatlama, sosyal etkileşim, ve sosyal bağlanma gibi ilgili literatürde (Hobson ve Dietrich, 1994; Richards, 1998) yer alan pozitif katkısının varlığını geniş anlamda desteklemektedir. Ayrıca dezavantaj deneyimi yaşayan insanlarla ilgilenmeyi içeren (Hughes, 1991; Voysey, 2000); dezavantaj bağlamındaki aileler, gençlik ve çocuklarla ilgili (Lewis, 2001; Hazel, 2005; Corlyon ve La Placa, 2006) yayınları da doğrulamaktadır (Quinn ve Stacey, 2010).

Tatil yapmanın bir diğer faydasının sosyal sermaye sağlamak olduğu Quinn ve Stacey (2010) tarafından vurgulanmaktadır. Çalışmaya konu olan çocukların tatilden sosyal ağ yaratma ve iletişim konusunda önemli bir fayda sağladıkları gözlenmektedir. Hem yeni yaşlılarıyla karşılaşmış ve yeni arkadaşlar edinmişler hem de yaşı daha büyük olan rol model oluşturan, onları cesaretlendiren, onaylayan, destekleyen tatil önderi çocuklarla kaliteli ilişkiler kurmuşlardır. Bu gelişmeler birey olarak çocukların yararlanmaya devam ettiği kaynakları haline gelerek tatilden sonraki süreçte de uzun süre devam etmektedir. Quinn ve Stacey (2010) tarafından; yapılandırılmış, çocuk-merkezli, sadece çocukların olduğu bir grup tatiline özgü bulguları sunulan bu model Avrupa bağlamında oldukça sıradışıdır. Avrupa'da daha çok devlet tarafından desteklenen 'herkes için turizm' modeli aile tatillerini

kolaylaştırmakta iken, İrlanda’da çocuklar için yapılandırılan bu modelin oldukça yaygın olduğu belirtilmektedir (Quinn ve Stacey, 2010).

FETE (İlk Avrupa Seyahati Projesi), sosyal turizmin gençlik turizmi ile ortak paydada bulunduğu önemli bir adımdır. Belçika, İsveç, Finlandiya ve Almanya’nın partner ülke olduğu Calypso destekli FETE projesi Avrupa’daki gençlerin turizme katılmasını sağlamak ve çoğunun ilk defa yurtdışı deneyimi yaşayarak kültürel ve sosyal gelişimlerine katkıda bulunmak amacını taşımaktadır. Ayrıca ticari turizmin sunduğu ürünlerin (konaklama, seyahat, yeme-içme v.b.) pahalı olması ve Avrupa’nın birbirine mesafesi olan bölgelerinin kültürel anlamda yakınlaşmasını sağlamak amacıyla böyle bir organizasyon kamu ve özel sektörden birçok kurum ve kuruluşun çabası ile uygulama alanı bulmuştur. 2012 yılı Eylül ayında uygulanan proje sonucunda katılımcı gençlerden beklentinin üzerinde olumlu dönüt alınmıştır. Gençlerden biri daha önce birlikte uyum sağlayacağı aklına bile gelmeyecek olan *yiyecek ve içecek tadımından hoşnut kaldığını* belirtirken, bir diğeri, *çok farklı kişilikte ve kültürde olan bireylerin bir araya geldiğini*, ilk bakışta olmayacak gibi görünse de tarifi mümkün olmayan *harika dostlukların ortaya çıktığını* ifade etmektedir. Bir diğeri daha önce hiç görmediği, ziyaret etmediği bu yerlere her ne pahasına olursa olsun bir gün mutlaka yeniden geleceğini belirterek beğenisini dillendirmektedir. Doğada kalınca insanın neler yapabileceğine şahit olduğunu dile getirenden, beyni haricinde *gözüyle ve kulağıyla da düşünmeyi öğrendiğini* belirtene, komşu *kültürü tanımaktan memnun olduğunu söyleyene* kadar, konaklama yaptıkları yerlerde *evsahiplerinin yoğun ilgisinden memnuniyetini* anlatan gençlerin ifadeleri projenin amacına ulaştığının bir göstergesi olmaktadır. Gençlerin *sosyal, kültürel*, birçok konuda zenginleşmiş, bilgisine bilgi katılmış, *ufku genişlemiştir*. Minnaert burada, ‘*Sosyal turizmin amacı da bu değil midir?*’ diye vurgu yapmaktadır (Minnaert, 2012).

FETE projesinin ticari ve ekonomik anlamda kar sağlamak amacına ulaşmamış olmasına rağmen, *sosyal açıdan amacına ulaşmış* olması ve bulunduğu bölgelerdeki *sosyo-ekonomik hareketliliğe katkıda bulunmuş* olması önem taşımaktadır. Katılımcı ülkelerin kurum ve kuruluşları Belçika’dan lider partner ve koordinatör olarak Toerisme Vlaanderen (Flanders Tourism) ile diğer üyeler

İsveç'ten Jämtland Härjedalen Bölgesi, Finlandiya'dan Kainuun ETU Snowpolis (Kainuun belediyeler birliği) ve Almanya'dan Mecklenburg-Vorpommern bölgesidir.

Raporda ayrıca, sosyal turizm ürününün hazırlanırken *hedef kitlenin de seçimleriyle katkısının olduğu* DIY (Do It Yourself) aktivite paketleriyle, onların istek ve ihtiyaçlarına uygun olmasının da önemli olduğu vurgusu yapılmaktadır.

Ayrıca, ülkeler tarafından gerekli vergi indiriminin yapılması tatil paketlerinin fiyatlarının ulaşılabilirliğini arttıran bir başka önemli etken olmuştur. Raporda bir telefon görüşmesi sonucu deneyimini paylaşan bir gencin ifadesi *ile üç nokta*, bu gençler için sosyal turizm projesinin önemini ortaya koymaktadır. Çekici bir *sosyal turizm projesi; iyi düşünülmüş bir süreç, program ve fiyatı* içermelidir (Minnaert, 2012).

2.2. TÜRKİYE'DE SOSYAL TURİZMİN DURUMU

Türkiye'de memur, emekli, öğrenci ve işçi kesimlerinin yönlendirdiği bir sosyal turizm hareketi vardır. Sanayileşme ve kentleşme olgusu hızlandıkça tatile çıkanların sayısı bu gelişmelerle bağlantılı olarak artış göstermektedir. Yıllık izinler sayesinde ortaya çıkan bu turizm hareketinin dışında, hafta sonu ve bayram tatilleri de sosyal turizmin bir kaynağı olarak nitelendirilmektedir (Usta, 2008: 77).

Bir araştırmaya göre, ülkemizde sosyal turizmin gelişmesi için ücretli yıllık izin; haftalık izin, bayram tatili gibi hakların uygulanması, kamu kuruluşlarının kullanıcılara sunduğu kamu kampları, erken rezervasyonlarda ulaşım ve konaklama hizmetlerinde uygulanan indirimler, taksitli tatil fırsatları, ulaşım altyapısının iyileştiriliyor olmasının yeterli olmadığı belirtilmektedir. Buna göre, ülkemizdeki sosyo-ekonomik düzeyin düşüklüğü göz önüne alındığında, tatil bir ihtiyaç olarak değil bir lüks olarak algılanmaktadır. Önceliği temel gereksinimlerini karşılamak olan dar gelirliler için ve hastalığı ya da engellilik hali nedeniyle turizm faaliyetine katılamayanlar için tatil kavramı evde kalmak anlamına gelmektedir. Oysaki dezavantajlı grupların da tatile çıkma, diğer insanlarla kaynaşma ve yeni yerler görmeye hakkı vardır. Ayrıca turizm faaliyetine katılan insan sayısının artması ülkeye de önemli ekonomik katkı sağlayacaktır. Bu nedenle sosyal turizmin ülkemizde daha fazla dezavantajlı grubu kapsaması ve öncelikli bir turizm politikası

haline getirilmesi önerilmekte ve sosyal turizmin, ülkemiz için, bir lüks olarak değil, ihtiyaç ve önemli bir insan hakkı olarak düşünülmesi gerektiği savunulmaktadır (Bıçkıcı vd., 2013).

Türkiye’de turizm politikasının yapılanması ile ilgili 2000li yılların başındaki bir yoruma göre, turizmin, devletin bakanlıktan daha alt kademelere bırakamayacağı kadar önemli olduğu; Türk turizm gelişim politikasının ulusal öncelikli amaçları arasında turizm ihracatından döviz getirisinin sağlanması ve iş imkanları yaratılması bulunduğu ve dolayısıyla; kültürel mirasın ve çevrenin korunması, ekonomik büyümenin adil dağıtımı gibi sürdürülebilir turizmin temel prensiplerinin ikinci planda tutulduğu belirtilmektedir (Tosun, 2001).

Beş Yıllık Kalkınma Planları incelendiğinde, turizm kalkınmasının temel amaçlarının 1963’teki ilk plandan 2000lere kadar değişmediği ifade edilmektedir (Tosun, 2001). Bu turizm planlarının temelde yabancı turizm gelirlerinin artırılması ve turizm endüstrisinin arz kapasitesinin artırılması üzerine odaklanmış olduğu belirtilmektedir. Bu bağlamda, Türkiye’de turizm kalkınması yaklaşımındaki eksiklikler:

- Esneklik ile yönetimin yerelleştirilmesinin eksikliği,
- Kapsayıcılık ve birleştirip bütünleştirme eksikliği,
- Toplum perspektifi eksikliği,
- Endüstri hakimiyetindeki uluslararası tur operatörleri, çok uluslu şirketler, temel yerli işletmeler ve merkezi hükümetin çıkarına çalışması,
- Tutarlılık, eşgüdüm ve işbirliği eksikliği olarak saptanmaktadır (Tosun ve Jenkins, 1996; Tosun, 1998).

Dolayısıyla, sektörel planlamanın diğerlerinden ayrı bir şekilde yapılmakta olduğuna dikkat çekilmektedir. Yetkili organlar arasında eşgüdüm (koordinasyon), çift yönlü iletişim, ve işbirliğinin çok zayıf olduğu ve birçok durumda da bulunmadığı vurgulanmaktadır (Tosun, 2001). Uluslararası tur operatörlerinin yönetimi altında olan gelişmekte olan bir ülke konumundaki Türkiye’nin bu bağlamda gelişmekte olan diğer ülkelerde olduğu gibi, turizm sektörünün doğası ve uluslararası turizm pazarına bağımlı olması nedeniyle yerel yönetimlerle ulusal hükümetin turizm sektörü üzerinde sadece sınırlı kontrolü olduğu, karar alıcı (üretici)

değil, alınmış kararları uygulayıcı durumuna düştüğü vurgulanmaktadır (Tosun, 2001).

Günümüzde turizm politikasının boyutları, toplumun gelişmesi, gelir düzeylerinin yükselmesi, boş zamanın daha aktif değerlendirilmesi ve ekonomik ve sosyal politikaların toplumun tüm kesimlerine yönelik olarak hazırlanmasına bağlı olarak genişlemektedir. Türkiye de artık turizmin sadece döviz sağlayan boyutuna yönelik olmaya alışkın olduğu politikalarını dünyadaki değişimleri takip ederek insancıl boyutu da katarak geliştirmeye çalışmaktadır. Bu bağlamda, sürdürülebilir turizm kapsamında sosyal turizme, iç turizmin canlandırılması hususuna da dikkat çekilerek Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın Türkiye Turizm Stratejisi 2023 raporunda, 2007-2013 Eylem Planı'nda yer verilmiştir. Sayfa 47'de 'İç Turizm' alt başlığının altında yer alan sosyal turizm ile ilgili 19 nolu eylem *sosyal turizmin desteklenmesi* şeklindedir (Şekil 6).

Şekil 6. Türkiye Turizm Stratejisi 2023, Eylem Planı 2007-2013'te yer alan Sosyal Turizmle İlgili Kısım

Sosyal Turizm						
No	Eylem	Açıklama	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	İlgili Eylemler	Başlangıç Tarihi	Süre
19	Sosyal turizmin desteklenmesi	Dezavantajlı grupların tatile çıkmalarını olanaklı kılacak sosyal turizm projeleri geliştirilecektir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı Yerel Yönetimler TÜRSAB TÜROFED Sivil Toplum Kuruluşları	5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 19	2007	6 yıl

Kaynak: Türkiye Turizm Stratejisi 2023, Eylem Planı 2007-2013 (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007: 47).

Burada sosyal turizmin yapılışı için izlenecek yolun: “*Dezavantajlı grupların tatile çıkmalarını olanaklı kılacak sosyal turizm projeleri geliştirilecektir*” şeklinde açıklandığı görülmektedir. Sorumlu ve ilgili kuruluşlar olarak saptananlar; *Kültür ve Turizm Bakanlığı, Yerel Yönetimler, TÜRSAB (Türkiye Seyahat Acentaları Birliği), TÜROFED (Türkiye Otelciler Federasyonu), Sivil Toplum Kuruluşları* olarak gösterilmektedir. Turistik işletmelere destek sağlanması, arazi tahsisi yapılması, turizm tesislerinin yenilenmesi, firmalarının belgelendirmesi, yabancı yatırımcılara yönelik düzenlemeler, Turizm Konseyleri Yasası ve konseylerin kurulması, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın yeniden organizasyonu, iç turizmde tanıtım, iç turizmde

rezervasyon, fiyatlandırma, iç turizme hizmet veren acentelerin desteklenmesi, gençlik turizmine yönelik çalışmalar, iç turizmin izlenmesi çalışmaları, sosyal turizmin desteklenmesi olan bu ilgili eylemler için süre 2007'ten itibaren 6 yıl olarak saptanmıştır. Ancak bu tarihten itibaren gerçekleştirilen eylemlerle ilgili bir bilgi bulunmamaktadır.

Sürdürülebilir turizmin bir türü olan sosyal turizmin Türkiye’de canlandırılabilmesi için kaynak oluşturabilecek atıl vaziyette bulunan tesislerin saptanması gerekmektedir. Görev alacak önemli otoriteler, kurum ve kuruluşlar saptanması konusunda belediyelerde ilgili makamların harekete geçmesi önem taşımaktadır. Sosyal turizm Türkiye’de büyük bir potansiyele sahip bir turizm türüdür. Hem iç hem de dış turizm akışının canlandırılmasında sosyal turizm önemli bir görev potansiyeline sahiptir. Yine sosyo-ekonomik ve toplumsal iyileşme ve düzelmenin sağlanmasında sosyal turizmin önemi büyüktür.

2.2.1. Türkiye’de Sosyal Turizm Uygulamaları

Bu kısımda Türkiye’de eski dönemlerden günümüze kadar sosyal turizm uygulamalarından örnekler verilecektir.

2.2.1.1. Turizm Bankası ve Tatil Kredisi

Dördüncü Beş yıllık Kalkınma Planı(1979-1983)nda ilk kez sosyal turizm tesislerine yer verilmiştir. Planda, dar gelirli vatandaşlara tatil yapma, dinlenme ve eğlence ihtiyaçlarını karşılayacak ucuz turistik tesislerin gerçekleştirilmesi için çalışmaların yoğunlaştırılacağı ifade edilmektedir (Usta, 1982: 91).

Bu amaçla T.C. Turizm Bankası Kuruluş Kanununda 2 a-5 maddesine uygun (İşçi ve memurların tatil ve dinlenme ihtiyaçlarına cevap verecek sosyal turizm tesisleri kurmak ve işletmek) yatırımlara girişileceği belirtilmektedir. Bu sosyal tesisler gerçekleştirilinceye kadar T.C. Turizm Bankası “tatil kredisi” sistemi, daha geniş bir kitleye hitap edecek biçimde yeniden düzenlenerek işlerlik kazandırılacağı belirtilmektedir (Turizm ve Tanıtma, 1977).

MasterCard tarafından gerçekleştirilen “MasterIndex Yaz Tatili Araştırması” na göre tatil yapacağını belirtenlerin yüzde 32’si tatilini evde geçirmeyi, yüzde 29’u akraba /tanıdık ziyareti yapmayı, yüzde 22’si ise yurt içinde bir otele gitmeyi planlamaktadır. Sadece %1’ i yurt dışına gitmeyi planlamaktadır. Yani tatil ile turizm kavramını ayrı ayrı değerlendirirsek turizme katılabileceklerin oranı en fazla % 23’tür. Sadece %1 kamplara gitmeyi planlamaktadır (Aksü, 2011).

Türkiye’de sosyal turizm uygulamalarından ilki olarak, T.C. Turizm Bankası A.Ş.¹⁴’nin 1975-1984 yılları arasında uyguladığı tatil kredisi gösterilmektedir. Öte yandan ülkemizdeki en yaygın sosyal turizm uygulaması kamu kamplarıdır. Başta Silahlı Kuvvetler olmak üzere birçok kamu kuruluşunun Türkiye’nin değişik yerlerinde eğitim kampı adı altında yapılandırılan dinlenme tesisleri ülkemizdeki sosyal turizme yönelik çalışmalara örnek olarak gösterilebilir. Yalnız bu tür kamplar sadece kurum çalışanlarına açık olan kamplar olduğundan kullanıcı sayısı kısıtlıdır. Ayrıca profesyonel yaşamında tabi olduğu hiyerarşi içinde yapılacak tatilin psikolojik dinlenmeye katkısı tartışılabilir bir konudur (Aksü, 2011).

2.2.1.2. Ücretli Tatiller

Sosyal turizm uygulamalarında, ücretli tatil uygulamaları önem taşımaktadır. Türkiye’de ücretli izinlerin ve izin hakkının hukuki uygulamadaki yeri bu kısımda yer almaktadır.

Anayasamızın 50. maddesi “Dinlenmek çalışanların hakkıdır” ifadesine yer verdikten sonra, yıllık izin hakkı ile hafta tatili ve bayram tatili haklarını ayrıca vurgulamıştır. İşçilerin “dinlenme hakkı” Anayasa ile güvence altına alınmış haklardandır. Bu sebeple Anayasal bir hak olan dinlenme hakkından vazgeçilemez.

¹⁴ 1955 yılında kurulduğu bildirilen Turizm Bankası A.Ş., ilk yıllarında turistik otel kuruluş ve işletmeciliği yapmıştır. Daha sonraki yıllarda bu işletmecilik etkinlikleri TURBAN A.Ş.’ye devredilerek yine Bankanın bünyesinde kalmakla birlikte, bağımsız bir işletme şekline dönüşmüştür. Turizm Bankası’nın 1980li yıllardan itibaren özel konaklama işletmelerinin kredilendirilmelerinde etkin rol aldığı ancak 1989 yılında Türkiye Kalkınma Bankası bünyesine katılarak kapatıldığı belirtilmektedir (Kozak, M.A., 2002: 166).

Ayrıca yasal zorunluluğun ötesinde;

- Çalışanları yorgunluk ve onun beraberinde getireceği dikkatsizlik sonucu uğrayabilecekleri iş kazalarından korumak,
- İşçinin bedensel ve ruhsal olarak iyiliğinin devamını sağlamak,
- İş tatminini artırmak,
- İşçinin sosyal yaşama da katılımını sağlamak,
- İş veriminin azalmasına engel olmak,
- İşin kalitesinin düşmesini önlemek

vb. bir çok sebeple, işçinin yıllık izin, hafta tatili ve bayram tatili haklarını ve gün içinde ara dinlenmelerini tam olarak kullanabilmesi gereklidir (ÇSGB, 2011).

İş Kanunu'nun 63. maddesine göre belirlenen iş günlerinde tam olarak çalışma halinde kişi, hafta tatiline hak kazanmaktadır. Madde 46'ya göre hafta tatili süresi 24 saattir ve bu süre kesintisiz olarak kullanılmalıdır (İş Kanunu, 2003).

4857 sayılı iş kanunu bölüm 3 madde 44 e göre "Ulusal bayram ve genel tatil günlerinde işyerlerinde çalışılıp çalışılmayacağı toplu iş sözleşmesi veya iş sözleşmeleri ile kararlaştırılır. Sözleşmelerde hüküm bulunmaması halinde söz konusu günlerde çalışılması için işçinin onayı gereklidir". Madde 53'te belirtildiği üzere, işyerinde işe başladığı günden itibaren, deneme süresi de içinde olmak üzere, en az bir yıl çalışmış olan işçilere yıllık ücretli izin verilir. İşçilere verilecek yıllık ücretli izin süresi, hizmet süresi;

- a) Bir yıldan beş yıla kadar (beş yıl dahil) olanlara ondört günden,
- b) Beş yıldan fazla onbeş yıldan az olanlara yirmi günden,
- c) Onbeş yıl (dahil) ve daha fazla olanlara yirmialtı günden az olamaz.

Ancak onsekiz ve daha küçük yaştaki işçilerle elli ve daha yukarı yaştaki işçilere verilecek yıllık ücretli izin süresi yirmi günden az olamaz. Yıllık izin süreleri iş sözleşmeleri ve toplu iş sözleşmeleri ile artırılabilir.

Madde 55'in f fıkkına göre ise hafta tatili, ulusal bayram, genel tatil günleri süreleri yıllık ücretli izin hakkının hesabında çalışılmış gibi sayılır (İş Kanunu, 2003).

2.2.1.3. Sosyal Tesisler

Sosyal turizme hizmet eden tesisler arasında ordu evleri ile öğretmen evlerinin bulunduğu belirtilmiş olan bir yüksek lisans tezinde sosyal turizmin bir unsuru olarak öğretmen evlerinin Türk turizmine katkısı incelenmektedir (Şenel, 1997).

Güncel bir çalışmada Macaristan'daki sosyal turizmin geçmişteki kamu desteği olan dönemlerinden bugünkü belirsizlik aşamasına gelişi anlatılmaktadır. Bu çalışmaya göre, sosyalist devirden sonra sosyal turizm hizmeti veren tesisler ya özelleştirilmiş ya da kapatılmıştır. Daha önceki sosyal destek mekanizması çökmüştür ve şu anda sosyal turizmde Macaristan'da belirsizlik durumu hakimdir (Puczko ve Ratz, 2011). Bu anlamda, Macaristan'ın yaşadığı belirsizlik durumunu Türkiye'nin de yaşadığı söylenebilir. Kamuya ait sosyal turizm hizmeti veren sosyal tesislerinin durumu Türkiye'de de çözüm bekleyen bir konudur.

Türkiye Cumhuriyeti 58. Hükümetinin 2003 tarihli Acil Eylem Planı'nda kamuya ait toplam tesis sayısı 2.644 olarak ifade edilmektedir. Söz konusu planda, halkın kullanımına kapalı olan ve kamudaki gelir düzeyi düşük kesimler tarafından da kullanılamayan bu tesislerin, kamuya önemli bir yük getirmesi sebebiyle satılması, satılamayanların da uzun süreli olarak kiraya verilmesi öngörülmüştür. 2003 yılından bu yana geçen süre zarfında nasıl bir uygulama izlendiğine ilişkin bir bilgi mevcut değildir (Küyük, 2012: 52).

Diğer konaklama türlerinden özellikle sosyal turizm amacıyla kurulup işletiliyor olmasa da moteller, pansiyonlar ve kamp alanları da sosyal turizm için konaklamalara imkan verebilecek tesisler olarak nitelenmektedir (Küyük, 2012: 59).

2.2.1.4. İç Turizm ve Sosyal Turizm İlişkisi

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı 2007 yılında yayınladığı 2023 Türkiye Turizm Stratejisinde hedef olarak iç pazara vurgu yapmaktadır. Buna göre, dünyada en fazla turist çeken ülkelerin aynı zamanda iç pazar potansiyellerinin de yüksek olduğu görülmektedir. İç turizm pazarının başarısına yönelik olarak kamu özel sektör ve turizmdeki sektör kuruluşları ve STK'lar arasında güçlü bir işbirliği ve eşgüdüm sağlanacaktır. Bu doğrultuda, ulusal ve yerel ölçekte tarih, doğa ve kültür bilincinin

gelişmesi için medya, eğitim ve öğretim kurumları ile çeşitli programlar ve kampanyalar düzenlenerek yerli turistlerin tatile özendirilmesi sağlanacaktır. Bu faaliyetler, turizm gelirlerinde iç turizmin payının yükselmesini sağlamakla kalmayıp, tarihi ve kültürel değerlerin tanınip, korunmasında da büyük rol oynayacaktır. Türkiye’de iç turizm pazarından 20 milyon kişinin yararlanması sağlanacaktır. Türkiye’de seyahat alışkanlığı olmayan vatandaşların da tercihlerine uygun turistik ürünlerin pazara sunulması ve bunların tanıtılması ile seyahat alışkanlığının yaygınlaşması sağlanacaktır. İç turizmden başta dezavantajlı gruplar (özürlüler, düşük gelirliler, gençler, kadınlar, işçiler, memurlar, emekliler, gençler, çiftçiler, esnaf ve zanaatkârlar) ve genç nüfusun daha fazla yararlanmasına yönelik çeşitli sosyal turizm projeleri kamu ve özel sektör işbirliği ile geliştirilecektir. Dezavantajlı grupların tatile çıkmalarını olanaklı kılacak sosyal turizm projeleri geliştirilecektir (Aksü, 2011).

Bu bağlamda, bir haberde kış mevsiminde zor günler yaşayan turizm sektörüne çözüm olarak İspanya’da uygulanan Calypso modeli önerilmektedir (Tamer, 2013). Kışın emekli, gazi ve şehit yakınlarına uygun (günlük 20 Euro gibi rakamlarla) tatil seçeneği sunmayı amaçlayan, bunun yanı sıra, turizmin üç yıllık teşvik edileceği, sezon dışı turizm gelirlerinin düşmesine bir çare olarak önerilen Calypso modeli sayesinde, kasım ve mart arasında açık tutulan ve asgari 10 işçi istihdam edilen tesislerin etkin bir yönetime kavuşabilmesi için, sosyal güvenlik primlerinin %50’ sini devletin ödemesi talep edilmektedir (Tamer, 2013).

Sosyal turizmden çok iç turizmi canlandırmayı hedefleyen ve 2009 yılından beri gerçekleştirilen “Erken Rezervasyon Kampanyası” ile bankacılık, ulaşım ve diğer ilgili turizm kuruluşlarıyla işbirliği halinde vatandaşlara indirimli, taksitli ve taksit ertelemeli tatil imkânı sağlanmıştır. Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB ve TÜROFED öncülüğünde başlatılan erken rezervasyon kampanyası sonucunda seyahat acentelerinin satışlarında % 50’ye varan oranlarda artış sağlanmıştır (Küyük, 2012: 58).

2.2.1.5. Sosyal Turizm ve Uluslararası Turizm İlişkisi

Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu'nun 2013 yılındaki kültür ve sanat etkinliklerine en çok katılan ve başarı gösteren 32 turing gencine yönelik 14 Ağustos 2014'ten itibaren 7 günü kapsayacak şekilde düzenlediği "Balkanlar'daki Osmanlı" gezisi ile, Yunanistan, Makedonya, Kosova ve Bulgaristan'a gidilmiştir (Engin, 2014: 68). Bu tür geziler, komşu ülkelerle kültürel bağları güçlendiren ve uluslararası barışa katkısı olan sosyal turizm faaliyetlerini oluşturmaktadır.

Calypso kapsamında Türkiye'de başka bir girişim olarak, T.C. Muğla Valiliği AB ve Dış İlişkiler Koordinasyon Merkezi, İtalya'da gerçekleşen Sosyal Turizm konulu workshop çalışmasına katılması olarak gözlenmektedir. Calypso'nun teklif ve hibe başvuru çağrıları Türkiye'de de yapılmaktadır. (Calypso Muğla, 2013).

2.2.1.6. Gençlik Turizmi ve Sosyal Turizm İlişkisi

Türkiye'de gençlik kampları, Gençlik ve Spor Bakanlığı'nın girişimleri ile ön plana çıkmaya başlamaktadır (T.C. Gençlik ve Spor Bakanlığı Gençlik Kampları, 2014). Aydın-Kuşadası-Davutlar, Antalya Duacı, Samsun 19 Mayıs, Trabzon Düzköy Doğa, Hatay Arsuz Uluçınar, Kastamonu Yolkonak Doğa, Mersin Silifke Kapızlı, Osmaniye Aslantaş, Van Gevaş Doğa, Bolu Aladağ Doğa, Kırşehir Kaman Doğa, Karabük Ovacık Doğa, Manisa Kırkağaç Doğa, Samsun Nebiyan Doğa Kamplarının bilgi ve özellikleri Gençlik ve Spor Bakanlığı'nın özel olarak oluşturduğu internet sitesinde yer almaktadır. Kampların özelliği, gençler için sosyal turizm kuruluşları olarak hareket etmeleridir. Gençlerin serbest zamanlarını çeşitli sosyal, kültürel ve sportif faaliyetlerle değerlendirmelerini sağlamak amacıyla kurulmuş tesislerdir.

Kamlara katılan gençlerin ulaşım, konaklama ve yemek ihtiyaçları Gençlik ve Spor Bakanlığınca karşılanmakta ve gençlerden her hangi bir ücret alınmamaktadır. Gençlik kampları 12-15 yaş grupları için "Ücretsiz Deniz Kampları", 16-22 Yaş grupları için "Ücretsiz Doğa Kampları" adı altında olup, ayrıca Kış Kampları da düzenlenmektedir. Gençler deniz, doğa ve kış kamplarından yalnızca bir defa yararlanabilmektedir (T.C. Gençlik ve Spor Bakanlığı Gençlik

Kampları, 2014). Sürdürülebilirlik açısından bu bir dezavantaj gibi görülse de, herkes için turizm amacına ulaşmak açısından ihtiyaç sahibi farklı bireylere şans verilmesini sağladığından ötürü önemlidir. Aslında böyle bir sınırlamanın bulunmasından da anlaşılacağı üzere, yeni gelişmekte olan bu sosyal turizm türüne ihtiyaç ve talep çok fazladır.

2.3. İZMİR'DE TURİZM VE SOSYAL TURİZM

Bu kısımda öncelikle İzmir'de turizmin mevcut durumuna değinilecek daha sonra da İzmir'de sürdürülebilir turizm kapsamında sosyal turizm potansiyelinden bahsedilecektir.

2.3.1. İzmir'de Turizmin Mevcut Durumu

8500 yıllık bir geçmişe sahip olan İzmir, tarih boyunca önemli bir liman kenti ve yerleşim alanı olarak zengin bir kültürel mirasa sahiptir (İZKA Yatırım Destek Ofisi, www.investinizmir.com, 06.06.2015). UNESCO Dünya Miras Listesi'ne 2015 yılında kabul edilmiş olan Antik Dünya'nın Yedi Harikasından biri olan Artemis Tapınağı'nın da bulunduğu Efes Antik Kenti ile 2014 yılında UNESCO Dünya Miras Listesi'ne kabul edilmiş olan Antik Dünya'nın İskenderiye'den sonraki ikinci büyük kütüphanesini de barındıran Bergama¹⁵ Antik Kenti İzmir'in bünyesinde yer alan bu miras hazinesiden sadece iki örnektir (www.izmirkulturturizm.gov.tr, 16.05.2016).

İzmir, gerek coğrafi konumu, gerek doğal, tarihsel ve kültürel kaynaklarının çeşitliliği, gerekse daha alışılmış deniz-kum-güneş temelli kitle turizmine yönelik altyapısı ile geniş ve canlı bir turizm potansiyeline ve çeşitliliğine sahiptir (İZKA, 2009). Ayrıca, Türkiye'nin üçüncü büyük şehri olan, sanayi ve ticarete dayalı bir kalkınma süreci geçiren İzmir'in bugüne kadar turizm potansiyelini gerçek anlamda değerlendirmemiş olması, turizm yatırımı ihtiyacının yüksek olduğuna işaret etmektedir (İZKA, 2009).

İzmir'de turizm sektörünün bugünkü durumu, turizmdeki işletme sayısı, öne çıkan turizm destinasyonları ve turizm türleri, bunların il merkezi ve ilçelerine

¹⁵ Bergama Çok Katmanlı Kültürel Peyzaj Alanı olarak UNESCO Dünya Miras Listesinde yer almaktadır (www.izmirkulturturizm.gov.tr, 16.05.2016).

dağılımı değerlendirildiğinde, şehir merkezinin turizm açısından büyük potansiyele sahip olduğu anlaşılmaktadır. Bunu takiben Menderes ve Selçuk'un yükselen turizm konumlarını dikkate almak gerekmektedir. Bu bölgeler hem yatırım hem de turizme dayalı kalkınma açısından ilgi bekleyen bölgelerdir (İZKA, 2009).

2015 yılı Yarımada Sürdürülebilir Kalkınma Mali Destek Programı ile Çeşme, Güzelbahçe, Karaburun, Seferihisar ve Urla da katılarak Yarımada Bölgesinin sahip olduğu potansiyeli harekete geçirerek İzmir'in sürdürülebilir kalkınmasında itici bir güç oluşturulması amaçlanmaktadır. Yarımada Sürdürülebilir Kalkınma Mali Destek Programı'nda tarım ve turizm de desteklenen sektörler arasında yerini almaktadır (İZKA, www.izka.org.tr, 16.05.2016).

İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nden alınan bilgilere göre, 2016 yılı itibarıyla İzmir ilinde toplam 177 adet turizm işletme belgeli konaklama tesisi bulunmaktadır (Ek 5, Tablo 1, 2). Bu otellerin yaklaşık %39'u (70 adet) il merkezinde olup, 43'ü Çeşme, 13'ü Selçuk, 11'i Menderes ilçelerinde yer almaktadır (Ek 5, Tablo 3). İzmir'in turizm işletme belgeli otellerinin toplam oda sayısı 16.443, toplam yatak kapasitesi ise 33.818'dir (Ek 5, Tablo 1). 2016 yılı itibarıyla, İzmir ili genelinde, toplam 77 adet turizm yatırım belgeli tesis bulunmaktadır. Yatırımlar tamamlandığında, il konaklama kapasitesine 6.866 oda ve 16.120 adet yatak kapasitesi eklenecektir (Ek 5, Tablo 1), (www.izmirkulturturizm.gov.tr, 09.05.2016).

İzmir'de belediye belgeli konaklama tesisleri sayısı 632 adet iken, bu tesislerde toplam 32 bin 153 yatak faaliyet göstermektedir. Kültür ve Turizm Bakanlığı verilerine göre, Türkiye'deki Yeşil Yıldızlı tesis sayısı 2015 yılı sonunda 294 adede yükselirken, bu tesislerden 15'ine sahip olan İzmir dördüncü sırada yer almaktadır. Yeşil Yıldızlı tesis sayısında ilk sırayı 158 tesis ile Antalya alırken onu 40 tesis ile İstanbul, 24 tesisle Muğla takip etmektedir (ETİK, 2015).

İzmir'deki beş yıldızlı ve dört yıldızlı otellerin büyük bir bölümü de yine Çeşme, Selçuk, Menderes ve Konak ilçelerinde bulunmaktadır (İZKA Yatırım Destek Ofisi, www.investinizmir.com, 06.06.2015).

İzmir ilinde, 2016 yılı Mart ayı itibarıyla toplam 398 adet turizm işletme belgeli seyahat acentesi bulunmakta olup, bunların 388'i A grubunda yer almaktadır. Acentelerin yarısından fazlası (200) kent merkezinde (Konak) bulunmaktadır (Ek 5, Tablo 4).

İzmir'in son on yılda (2005-2015) turizmde önemli bir ivme kazandığı, turist sayısının 500 binli rakamlardan 1.3 milyonlu rakamlara ulaştığı TÜROFED tarafından bildirilmektedir. Bu oranın artışında en büyük paya sahip ülkeler genel olarak Avrupa ülkeleri olmuştur. Ancak 2013-2014 turist verileri incelendiğinde, 2013 yılının ilk altı ayında 507 bin yabancı ziyaretçi geldiği görülmektedir. 2014 yılının ilk altı aylık verilerinde bir önceki yıla ait olan rakamların gerisinde kaldığı ve 485 binlik yabancı ziyaretçinin giriş yaptığı gözlenmektedir. Bu durum Türkiye'de yıllardır artış gösteren dört bölge içerisinde yer alan İzmir'in İstanbul, Antalya ve Muğla pazarlarına göre geride kaldığı ve düşüş gösterdiği görülmektedir. Almanya, İtalya, ABD, İspanya, İngiltere ve Kanada ülkelerinden gelen turist sayılarında ciddi düşüşler görülmektedir ve sonuç olarak 2014 yılı bir önceki yıla oranla %8 lik bir kayıp yaşadığı gözlenmektedir (TÜROFED, 2015).

2014-2015 ve 2016 yılının verilerine bakıldığında İzmir'e gelen yabancı turist sayısının 1.2 milyonlu rakamlara gerilediği gözlemlenmektedir (Ek 5, Tablo 6). 2014-2015 arası %7,15'lik bir düşüş sözkonusudur (www.izmirkulturturizm.gov.tr, 09.05.2016).

ETİK (Ege Turistik İşletmeler ve Konaklamalar Birliği) 2015 İzmir Turizm Raporu'na göre bu düşüşün sebebi, kruvaziyer yolcu pazarındaki % 34'ü aşan kayıptan kaynaklanmaktadır. Aynı raporda 2015 yılında İzmir'e Adnan Menderes Havalimanı'ndan yapılan yabancı ziyaretçi girişleri % 3 artarak 900 bin 115 kişiden 927 bin 343 kişiye ulaştığı bildirilmektedir (ETİK, 2015).

2016 yılı Ocak-Şubat ayları verilerine göre, İzmir'e gelen yabancı turistlerin en fazla Almanya, İran, Hollanda ve Yunanistan'dan geldiği gözlemlenmektedir. 2015 yılı verilerine göre ilk üçte Almanya, İngiltere, İran ve dördüncü sırada İsveç ile Hollanda bulunmaktaydı. 2014 yılında ise ilk dördü Almanya, Hollanda, İngiltere İran oluşturmaktaydı (Ek 5, Tablo 7 ve 8), (www.izmirkulturturizm.gov.tr, 09.05.2016).

İzmir'e gelen yerli turist sayısı 2014'te 553.106, 2015'te 590.631 olarak gerçekleşmiştir. Dolayısıyla 2014'ten 2015'e yerli turist sayısında %6,8 artış gözlenmektedir (ETİK, 2015).

İzmir için uygun olan turizm yatırımları değerlendirildiğinde, şehir merkezinin ve merkez ilçelerin hazır altyapısı ve tanıtımına bağlı olarak kongre

turizmi ve termal turizmi geliştirilmesi öncelikli olan turizm türleri olarak ortaya çıkmaktadır. İzmir, deniz turizmine yönelik zenginliğini kitle turizminden çok deniz sporları, yat turizmi, mavi tur gibi alternatif bir deniz turizmi yaratarak değerlendirme potansiyeline sahiptir. Bir başka deyişle, mevcut türlere yeni turizm türleri eklenerek pazar payı hedeflenmelidir (İZKA, 2009).

2016 yılı itibarıyla, İzmir’de mavi bayraklı 47 plaj bulunmaktadır. Bu plajların Çeşme’de, Dikili’de, Foça’da, Menderes Gümüldür ve Özdere’de, Seferihisar’da, Selçuk Pamucak’ta, Urla ve Karaburun’dadır. Türkiye, 2016 yılında İspanya’nın 558 mavi bayraklı plajından sonra 444 plaj ile dünya ikincisi konumundadır. Antalya’da bu sayı 201, Muğla’da 100, Aydın’da 31’dir. (Ek 5, Tablo 5; www.mavibayrak.org.tr, 13.05.2016).

Günümüzde getirileri açısından dünyanın önemli turizm olanaklarından biri olarak kabul edilmekte olan yat ve kruvaziyer turizminin, İzmir’in deniz turizmiyle ilgili potansiyellerinden diğeri olduğu vurgulanmaktadır. İzmir’in konumu itibarıyla bu alanda cazibe merkezi olduğuna işaret edilmektedir (İZKA Yatırım Destek Ofisi, www.investinizmir.com, 06.06.2015). İzmir’de 2016 yılı verilerine göre mavi bayraklı marina sayısı 2’dir. Karşılaştırma yapabilmek açısından Aydın’da 2, Muğla’da 7, Antalya’da 5 adet, Türkiye’de ise toplam 21 adet mavi bayraklı marina bulunmaktadır (www.mavibayrak.org.tr, 13.05.2016).

İzmir’in turizm potansiyeli ve kıyısı olmayan ilçeleri dikkate alınarak kır turizmi ya da ekolojik turizm anlamında da gelişme potansiyeli olduğu savunulabilir. İZKA’nın raporunda işletme türlerine göre, bir yatırım alternatifi olarak önerilen beş yıldızlı otellerin; yüksek gelirli turistleri çekmesi yönüyle de karlılık sağlayabileceği; ancak bu işletmelerin sürdürülebilirlik açısından sakıncaları olduğu belirtilmektedir. Bu nedenle bu raporda yine gelir düzeyi yüksek olan turistlere kişiye özel hizmet sunan butik otellerin geliştirilmesi önerilmiştir. Ayrıca, yerel yapıyla uyumlu olacak kamp ve karavan alanları, ev pansiyonculuğu farklı işletme türleri olarak önerilmiştir. İşletme türlerine göre yatırım olasılıklarını değerlendirirken gedik pazar kavramı yatırımlar için genel bir çerçeve oluşturmaktadır. Burada İZKA’nın önerisi aynı tür işletmeleri sayıca artırmak değil, pazarda karşılanmamış talebe yönelik yatırımlar yapmak yönündedir (İZKA, 2009).

İzmir'in Türkiye'de ve dünyada öne çıkan diğer turizm destinasyonlarıyla rekabet gücü ve pazar payı oldukça düşüktür. Türkiye'de önde gelen turizm merkezleriyle karşılaştırıldığında İzmir hem arz hem de talep yanlı olarak geri planda kalmaktadır. Genel olarak, İzmir'in Türkiye turizminden aldığı pay %4 civarındadır; bu nedenle İzmir'in turizm potansiyelini bir kalkınma aracına ve refah kaynağına dönüştürmesi için çok yönlü bir turizm politikasını uygulamaya koyması gerekmektedir (İZKA, 2009).

2.3.2. İzmir'de Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Sosyal Turizm Potansiyeli

İzmir'de turizm sektörünün genel bir değerlendirmesinden sonra, çok yönlü turizm politikasının uygulanmasına destek sağlayabilecek olan sosyal turizm için potansiyel oluşturan imkanlardan bazıları şöyledir:

- Müzekart uygulaması
- Dağcılık kulüplerinin gezileri
- Okulların düzenlediği öğrenci gezileri
- Derneklerin düzenlediği turlar
- Yaz gençlik kampları
- Üniversitelerin yaz kampları
- Ordu evleri
- Öğretmen evleri
- Narlıdere Huzur Evi Yaşlı Bakım ve Rehabilitasyon Merkezi
- Foça Reha Midilli Necla Ana Huzur Evi
- Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı Kampı (Foça'da ve Urla'da)
- Devlet Demiryolları Kampı (Urla'da)
- Ulaşımında kolaylık: İZBAN¹⁶ (İzmir Banliyö Sistemi) (Başlangıç ve bitiş noktalarından Eski/Yeni Foça'ya ve Gümüldür'e belediye otobüsü ile aktarma olanağı sunmaktadır.)

¹⁶ İzmir'de kent içi raylı toplu taşıma sistemi(www.izban.com.tr, 29.12.2015).

- Karşıyaka ve Üçkuyular vapur iskelelerinden günübürlük Yassıcaada seferleri, Ayrıca İzmir'in farklı ilçelerine (yaz sezonunda) yapılan seferler (Örneğin, Foça, Karaburun).
- Sosyal turizmle ilgili yapılan projeler. (Örneğin, İZKA ve Büyükşehir Belediyesi'nin Yarımada Kalkınma Projesi)
- ENAT (Avrupa Erişilebilir Turizm Ağı)'ın İzmir Temsilciliği.

Sosyal turizme alt yapı oluşturabilecek türde olan bu imkanların bazıları olumlu ya da olumsuz anlamda gazete haberlerine konu olmuştur. Urla ile ilgili bir habere göre, Danıştay 14. Dairesi, İzmir'in Urla ilçesindeki Devlet Demiryolları'na ait kamptaki kaçak binaların yıkılması ve kampın kapatılması yönünde Urla Belediyesi'nin İzmir 4. İdare Mahkemesi'nde açtığı ve 2010 yılında sonuçlanan kararını onamıştır. Devlet Demiryolları Genel Müdürlüğü'nün iptal başvurusunu değerlendiren Danıştay, Urla Belediyesinin talebi üzerine İzmir 4. İdare Mahkemesi'nin aldığı kararı yerinde bulmuştur. İzmir'in en güzel koylarından birine sahip kamp yılda 30 bin yerli ve yabancı turisti ağırlamaktadır. 37 dönüm arazi içinde bulunan kamp, Devlet Demiryolları tarafından 49 yıllığına kiralanmıştır. İlk dönemini 12 yıl önce tamamlayan kamp yeniden maliyeden kiralanmıştır. Devlete yılda yaklaşık 4 milyon TL gelir sağlayan kampta 88 adet 1+1 daire bulunurken yıkım kararı ise 64 daire için alınmıştır. Urla Belediyesi Encümeni tarafından, 1. derecede Arkeolojik SİT alanında olduğu için 2010 yılında kapatılan bu kamp, yine meclisin kararıyla, konumunun 2. derece Arkeolojik SİT alanı olarak değiştirilmesinin ardından 2011 yılında tekrar açılmıştır. Turizm sezonu sonunda kapatılan tesis Van'da yaşanan depremle gelen depremzedeler için açılmıştır. Ancak Danıştay'ın aldığı kararın ardından, 6 boyunca bu tesiste kalan depremzedelerin Haziran ayında ayrılmasıyla kampın yeniden kapatılacağı haberde belirtilmektedir (Gök, 2012). Kamuya ait sosyal tesislerin mevcut durumu ile ilgili bilgiye bir önceki kısımda “2.2.1.3. Sosyal Tesisler” maddesinden ulaşılabilir.

İzmir'de sosyal turizme örnek oluşturabilecek bir proje olarak, Balçova Belediyesi ve Dokuz Eylül Üniversitesi Spor Bilimleri ve Teknolojisi Yüksekokulu tarafından engelli gençlerin kendilerini geliştirmeleri ve toplumla kaynaşmalarını sağlamak amacıyla düzenlenen bir kamp gerçekleştirilmiştir. Kampla ilgili Temmuz 2014'te yayımlanan bir habere göre, Balçova Belediyesi ve Dokuz Eylül Üniversitesi

Spor Bilimleri ve Teknolojisi Yüksekokulu Rekreasyon Bölümü, 2014 yılında Rekreasyon Terapi Kampı'nın ikincisini gerçekleştirmiştir. Kampa katılan 20 engelli kaynaştırma grubu öğrencisi sportif faaliyetlerin yanı sıra iletişim becerilerini geliştirecek rekreatif aktivitelere katılmıştır. Eğlenirken eğitim gören gençlerin etkili iletişim kurabilecekleri birçok faaliyet gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda öğrenciler atletizm, cimnastik, yüzme, bisiklet, bowling, futsal ve basketbol gibi spor faaliyetlerinin yanı sıra; Yassıca Ada, Aqua Park, Sasalı Doğal Yaşam Parkı, Uzay Kampı ve Bergama Ören yerlerine de geziler düzenlemiştir. Gençlere kampın sonunda birer sertifika da verilmiştir. Kampın temel amacı alt gelişim ve kaynaştırma grubu öğrencilerinin hem kendilerini geliştirmelerini sağlamak hem toplumla daha hızlı kaynaşmasına olanak tanımak, bu süreçte ailelerinin ve çevrelerinin yaşam kalitelerini artırmaktır. Kamp sürecinde her öğrenciden sorumlu iki rekreasyon uzmanı çocuklara eşlik etmiştir ve öğrenciler ile birlikte İnciraltı Atatürk öğrenci yurtlarında kampa katılmışlardır. Kampta ayrıca iki gönüllü hekim ve 10 uzman SBT öğretim görevlisi spor faaliyetlerinde görev almıştır. Gönüllü olarak yürütülen bu etkinliğe, yedi farklı üniversiteden 40 eğitmen, toplamda 70 kişi eşlik etmiştir (Milliyet Gazetesi, <http://www.milliyet.com.tr/>, 30.08.2014). Bu proje, uygulamaya geçmeden önce, Tütüncü (2013) tarafından yazılmış ve yayımlanmıştır. Tütüncü, bu çalışmasında projede üç farklı hedef kitlesi bulunduğunu belirtmektedir. Bu üç hedef kitleden ilk ve birincil öneme sahip olan hedef kitle, halen Balçova ilçesinde yaşayan alt gelişim grubu kaynaştırma öğrencileri ile aileleridir. İkinci hedef kitle belediyelerde spor ve rekreasyon hizmetlerini planlayan ve yürüten kişilerdir. Üçüncü hedef kitle, rekreasyon terapisi kampında çalışmak için eğitilen gönüllü rekreasyon bölümü öğrencileridir.

Araştırmanın teorik bölümünü oluşturan bu kısımda ulusal ve uluslararası sosyal turizmle ilgili gelişmeler incelendikten sonra izleyen üçüncü bölümde, İzmir'de sürdürülebilir turizm kapsamında sosyal turizm konusunda yapılan araştırmanın yöntemi, analizi ve sonuçları ile öneriler yer almaktadır. Bu araştırma sayesinde, ilgili kişi ve kurumlar ile yapılan görüşmelerin analiziyle, sosyal turizm anlamında İzmir'deki durum irdelenerek gelecek için çözüm önerileri sunulmaktadır. Sonuç olarak, İzmir'de sürdürülebilir turizm kapsamında sosyal turizmin nasıl uygulanabileceğine dair öneriler yapılmaktadır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMA KAPSAMI ve YÖNTEMİ

3.1. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ

Sosyal turizmin önemini ortaya koyan bir çalışmada turizmin insan hakları yönü incelenmekte, “sosyal turizm” kavramı tartışılmakta, “batı dışı” bakış açısından turizm keşfedilmekte ve küresel toplumda turizmin daha kapsayıcı bir bakış açısıyla yeniden ele alınmasının önemi vurgulanmaktadır. Gelecekte ortaya çıkabilecek emniyetsizlik ve kıtlık gibi olumsuz durumlarda turizmin aleyhine çıkabilecek eleştirilere mahal vermemek için akademisyenlerin, planlayıcıların ve liderlerin bu bakış açısını desteklemesinin önemli olduğu savunulmaktadır (Higgins-Desbiolles, 2006).

Sosyal turizmin önemine vurgu yapan akademik çalışmalar günümüzde artış göstermektedir. Bazı ülkelerde sosyal turizmin imajı, medyada başıboş fakirlerin toplandığı, devletin subvanse ettiği, vergi ödeme yöntemi olan tatiller olarak olumsuz bir şekilde gösterilebilmektedir. Bu durumda asıl sorunun, alanla ilgili olan uzmanların sosyal turizm hakkındaki farkındalık eksikliği olduğu belirtilmektedir (McCabe, Minnaert ve Diekmann, 2011:194). Yazarlar tarafından bu duruma örnek olarak gösterilen Belçika’da, sosyal turizm imkanlarının, toplumsal uyum ruhu ile tüm nüfusa açık bir biçimde sunulmasına ve sosyal turizm kavramına daha fazla anlayış ve takdir bulunmasına rağmen sosyal turizmin zayıf bir imajı olduğu ve bu konuda bazı çalışmalar ve araştırmalar yapılmasına ihtiyaç bulunduğu vurgulanmaktadır.

Başka bir çalışmada, sosyal turizmin uluslararası yurttaşlık sayesinde “barışa” katkısından bahsedilmektedir. Sosyal turizmin, daha barışçıl ilişkilerin oluşturulmasına katkısı olan bir turizm türü olduğunu belirtilmektedir (Blanchard ve Higgins-Desbiolles, 2013).

Geçmişte, işçilerin dinlenme hakkından bahsedilirken, bugün daha çok herkese açık olan turizm hatta turistik boş zaman aktivitelerinden bahsedilmektedir. Dolayısıyla çeşitli turizm aktörlerinin misyonunun, biri zenginler ve diğeri daha dezavantajlı olan kişiler için olacak şekilde ikiye ayrılmış turizm biçiminin geliştiğini

görmekten ziyade; sosyal karışmayı, kaynaşmayı sağlamak olduğu vurgulanmaktadır. Toplumdaki birçok değişimin, sosyal turizmi hem makro hem mikro düzeyde kendini yeniden tanımlamaya ittiği belirtilmekte ve sosyal turizmin, kendi sosyal ve ekonomik aktivitelerinin arasında zaman zaman gerilimler yaratsa da; ‘kaynakların korunması’, ‘karşılıklı toplumlarla yardımlaşma’, ‘yeni yönetim biçimlerinin benimsenmesi’ gibi yeni ihtiyaçlara cevap vermesinin gerektiği vurgulanmaktadır (Jolin ve Proulx, 2005).

Bu alandaki uluslararası sektörel uygulamaların akademik bir göstergesi olan alanyazından örnekler içeren bu tezin birinci ve ikinci bölümlerinde de görüldüğü üzere son yıllarda sosyal turizmi farklı bakış açılarıyla yeniden ele alan önemli yayınlar ortaya çıkmaktadır. Türkiye’de bu alandaki sektörel uygulamaların ve dolayısıyla bunun yansımaları oluşturan akademik alanyazının uluslararası farkındalık düzeyine ulaşabilmesi amacına katkıda bulunmak anlamında sosyal turizme yeni bir bakış açısı kazandıracak olan bu araştırmanın yapılması önem taşımaktadır.

3.2. ARAŞTIRMANIN AMACI ve KAPSAMI

Bu araştırmanın amacı: “*Sürdürülebilir turizm kapsamında sosyal turizm İzmir’de nasıl uygulanabilir?*” sorusuna bir cevap bulabilmektir. Bu soru, içinde birden fazla soru barındırmaktadır. Bunlar, araştırmanın alt sorularını oluşturmaktadır:

“İzmir’de sosyal turizm paydaşları kimlerdir ve rolleri sürdürülebilir turizm kapsamında sosyal turizmi geliştirmeye yönelik olarak nasıl tanımlanabilir?”

“İzmir’de sosyal turizm kullanıcıları ve bunların ihtiyaçları ile uyumlu sosyal turizm uygulamaları sürdürülebilir turizmi geliştirmeye yönelik olarak nasıl tanımlanabilir?”

“İzmir’de sosyal turizmin sürdürülebilir turizme katkısının artırılmasını sağlayacak uygulamalarının talebin ihtiyaçlarına uyumlu olarak biçimlendirildiği ve paydaş rol tanımlarının yapıldığı sürdürülebilir sosyal turizm uygulamaları nasıl tanımlanabilir?”

Araştırma, tüm bu sorulara verilen cevaplar ile İzmir’de sürdürülebilir turizm kapsamında sosyal turizmin olumlu etkilerini arttırabilecek uygulama önerilerini geliştirmeyi hedeflemektedir. Araştırmanın alanyazına katkıda bulunması, sektör temsilcilerine yol göstermesi ve sosyal turizmin sürdürülebilir turizm kapsamında gelişimine yönelik öneriler sunması amaçlanmaktadır.

Araştırma İzmir İlini kapsamaktadır. İzmir İli turizm açısından gerek sahip olduğu doğal, tarihi ve kültürel değerler gerekse coğrafi konumu ve birçok konuda öncü bir şehir oluşunun yanı sıra sürdürülebilir turizm kapsamında sosyal turizmin uygulanması açısından da yüksek bir potansiyele sahip olduğu için tercih edilmiştir¹⁷.

3.3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırmanın yöntemi olarak nitel araştırma yöntemi belirlenmiştir. Nitel araştırma yöntemi, gerçekliğin insanlar tarafından oluşturulan zaman ve kültüre bağlı bir olgu olduğunu varsaymaktadır. Gerçeklik sürekli yeniden oluşturulan ya da geliştirilen toplumsal bir girişimdir. Nitel araştırmada gerçeklik belirli bir öznel perspektifi gerektirir. Zaman, insan ve kültürden bağımsız nesnel ve evrensel yasalar bulma girişimi yerine, derinliğine irdelenmiş durumlardan hareketle, belirli koşullar altında belirli olay ve olgulara açıklama getirme girişimi daha önceliklidir. Bu nedenle, nitel araştırmada gerçeklik, insanların belirli bir olguyu kendi sosyal dünyaları içerisinde nasıl yorumladıkları ve yükledikleri anlamlar çerçevesinde analiz edilir (Snape ve Spencer, 2003: 2-3). Nicel araştırma yöntemleri ise, insandan, kültürden ve zamandan bağımsız doğruları keşfetmeyi ve bunları fizikte suyun 100 derecede kaynaması gibi evrensel yasalar olarak belirlemeyi amaçlamaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2004: 46-47). Bu araştırmada da sürdürülebilir sosyal turizmin İzmir’de nasıl uygulanabileceği araştırılmak istenmektedir ve bu da yukarıda belirtildiği gibi derinliğine irdelenmiş durumlardan hareketle, belirli bir olguya açıklık getirme önceliğini göstermektedir.

Nitel araştırma bütünsel bir bakış açısıyla, sosyal yaşamı dinamik süreçler ekseninde ve esnek bir araştırma stratejisiyle ele almaktadır. Veri toplama süreci araştırmacıyla, araştırmaya konu olan kişilerin etkileşimde bulunmasını içermektedir.

¹⁷ Bu tezin ikinci bölümünün son başlığına (2.3.İzmir’de Turizm ve Sosyal Turizm) başvuru yapılabilir.

Bu nedenle nitel araştırmada verilerin toplandığı sosyal bağlamın özelliklerini de analiz sürecine dahil eden esnek veri toplama yöntemleri tercih edilmektedir. Görüşme (mülakat), odak grup, gözlem, metin analizi gibi yöntemler nitel veri toplama yöntemlerine örnek gösterilebilir. Nitel araştırma yöntemleri kullanılarak, tümevarım için gerekli olan parçaların bir araya getirilmesi amaçlanmaktadır (Snape ve Spencer, 2003: 4; Kozak, 2014b: 86). Bu araştırmada da belirtilen nedenlerden dolayı nitel araştırma yöntemi izlenmiş ve ilerleyen kısımda detaylandırıldığı şekilde görüşme yöntemi tercih edilmiştir.

Nitel araştırmada elde edilen verinin ayrıntıları ve bağlamı dikkate alınarak yapılan analizlerde, nicel araştırmadaki gibi önceden belirlenmiş kategorilere ulaşmak yerine, yeni temaları ve kategorileri belirlemek amaçlanmaktadır. Araştırmaya konu olan her örneğin kendine özgü niteliği dikkate alınarak, nicel araştırmadaki gibi sebep-sonuç ilişkisi yerine, olay ve olguların anlamına yönelik açıklamalar getirilmeye çalışılmaktadır. Burada, nitel araştırma yöntemleri ile elde edilen sözel bilgi parçaları kullanılarak, küçük çaplı olabilecek farklılıkların yarattığı anlamlı sonuçlara ulaşılması amaçlanmaktadır (Snape ve Spencer 2003: 4, Kozak 2014b: 87).

Mason (1996), nitel araştırma için standart tek bir şablonun bulunmadığını, ve yaratılamayacağını belirtmektedir. Buradan araştırmanın kendi dinamiklerine, konusuna uygun olarak, o konunun gerektirdiği şekilde ve araştırmanın bilimsel geçerlik ve güvenilirliğini sağlayacak şekilde o araştırmaya özgü olacak araştırma yöntemini tasarlamak gerektiği sonucuna ulaşılmaktadır. Araştırmacı, araştırma desenini oluştururken anahtar soruları tanımlayabilmek; bunlara entelektüel, pratik, etik ve politik çözüm yollarını bulabilmek için eleştirel düşünce yolları geliştirebilmelidir (Mason, 1996).

Bilimsel düşünce, araştırılan problemin doğasına uygun yöntemlere ve süreçlere açık olmayı, titiz ve sistematik veri toplamayı, veriye dayalı sonuçlara ulaşmayı gerektirir (Şimşek, 2006).

Bu çalışmada da araştırmanın bilimsel geçerlik ve güvenilirliğini sağlayacak şekilde araştırmanın yapıldığı ülkenin ve alanın kapsamına uygun olarak adapte edilmiş araştırma soruları kullanılmış ve yöntem buna paralel olarak geliştirilmiştir (Şekil7’de yöntem için izlenen adımlar bulunmaktadır). Yarı yapılandırılmış

derinlemesine görüşme yöntemi ile konunun uzmanlarıyla yapılan görüşmeler sonucunda toplanan veriler, nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizine tabi tutulmuştur.

İçerik analizi tekniklerinin ilk uygulamaları o günlerin tek iletişim kanalı olan gazeteler üzerinde yapıldığı 16. yüzyıla değin uzanmaktadır (Aziz, 2011). Bu yöntemin bilimsel olarak kullanılmaya başlanmasında yoğun katkıları olan Bernard Berelson (1952), *“İletişimin açıklanan içeriğinin yansız, dizgeli (sistematik) sayısal tanımlarını yapan bir araştırma tekniği”* olarak içerik analizini tanımlamıştır. Holsti (1969) ise *“Bir metinde özelleştirilmiş karakteristiklerin nesnel ve dizgeli olarak kimlikleştirilmesinden çıkarımlarda bulunma”* olarak tanımlamıştır.

Klaus Krippendorf’un (1984) tanımı ise şöyledir: *“İçerik çözümlemesi bir mesajın içindeki verilerden yinelenebilir ve değerli çıkarımlar yapan bir araştırma tekniğidir.”* Krippendorf’un üzerinde durduğu husus, bilimde kullanılan herhangi bir yöntemin ‘güvenilir’ olmasının beklendiği hususudur. Bir başka deyişle, aynı verilere dayanarak, araştırma başka yerde, başka koşullar altında, başka kişilerce yapıldığında aynı sonuçların alınmasının gerektiğidir (Aziz, 2011).

İçerik analizi temelde nitel verilerin nicel terimlere indirgendiği bir tekniktir (Stacey, 1970). Aslında nicelik ve nitelik birbirine zıt değil birbirini tamamlayan şeylerdir (Öğülmüş, 1991). Holsti’nin (1969) dediği gibi, nicelik ve nitelik, bir süreklilik çizgisinin farklı noktalarında yer alan özelliklerdir. Nitel araştırma denildiğinde bulgularının istatistiksel yöntemlerle ya da sayısal yöntemlerle elde edilmediği araştırma yöntemi anlaşılmaktadır. Nitel araştırmada, insanların yaşamları, yaşanmış deneyimler, davranışlar, duygular ve hisler olduğu gibi örgütsel işleyiş, sosyal hareketler, kültürel olaylar ve ülkeler arasındaki karşılıklı ilişkiler hakkındaki araştırmalara başvurulabilir (Strauss ve Corbin, 1998). Nitel araştırmanın üç temel bileşeni bulunmaktadır. Bunlardan birincisi *veridir*. Veri; görüşmeler, gözlemler, belgeler, kayıtlar ve filmler gibi kaynaklardan elde edilebilmektedir. İkinci olarak verinin yorumlanması ve düzenlenmesi için kullanılan *usuller*dir. Verinin kavramsallaştırılması, indirgenmesi ve kategorilere ayrılması ile ilişkilendirilmesi gibi adımları içeren bu usul kodlama (Miles ve Huberman, 1994) olarak adlandırılmaktadır. Diğer usuller analitik süreçle ilgilidir ve bunlar arasında istatistiksel olmayan örnekleme, bildiri yazımı ve şemalaştırma bulunmaktadır.

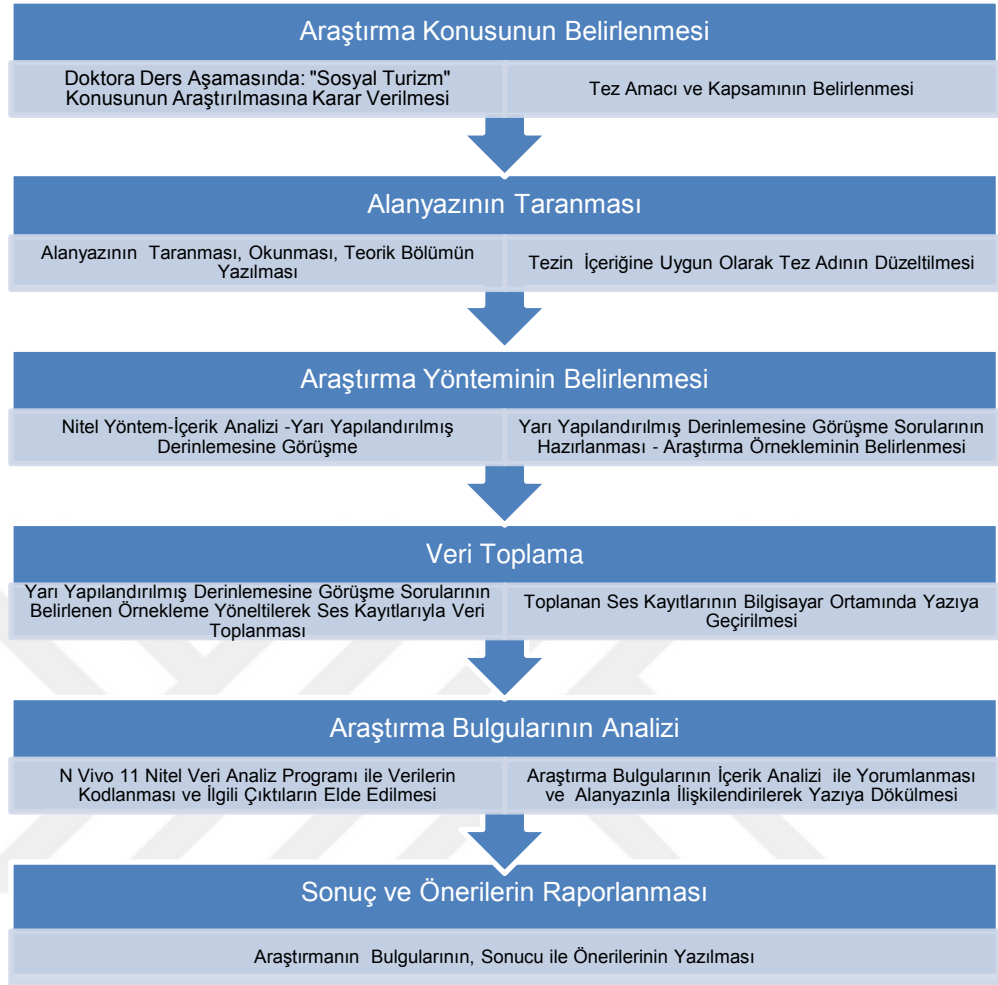
Üçüncü bileşen yazılı ve sözlü raporlardır. Bunlar bilimsel dergilerde makale şeklinde veya konferanslarda ya da kitaplarda sunulabilir (Strauss ve Corbin, 1998). Nitel araştırmayı yapmanın birçok farklı türü veya yaklaşımı bulunmaktadır (Denzin ve Lincoln, 1994; Mason, 1996; Westbrook, 1994).

Dolayısıyla bu araştırmanın bilimsel bir çalışmaya uygun bir şekilde güvenilirlik ve geçerliliğinin sağlanması açısından en uygun nitel analiz yöntemi olarak içerik analizi tekniği kullanılması tercih edilmiştir.

İçerik analizi yapılırken izlenmesi gereken adımları gösteren temel bazı öğeler vardır. Bunlar farklı kaynaklarda değişik adlarla anılabilmektedir. Gökçe (2001), içerik analizinin uygulama adımlarını *sorunun belirlenmesi, varsayım oluşturma, içerik çözümleme tekniğinin seçimi ve araştırma evreninin belirlenmesi, sınıflandırma sisteminin geliştirilmesi ve değişkenlerin (kategorilerin) belirlenmesi, veri çözümleme tekniğinin geliştirilmesi, örneklemin tanımı, ön deneme, uygulama, veri çözümlemesi, sonuçların yorumlanması, eleştiri* olarak belirtmektedir. Aziz (2011), bunları 6 başlıkta toplamaktadır, bunlar: “*Veri toplama, birimleştirme, örneklem, kayıtlama yönergesi, çözümleme, çıkarsama yapma ve çalışmanın raporlaştırılması*” dır.

Hem nitel analizin hem de içerik analizinin adımlarının uygulayıcıya ve araştırmanın türüne uygun olarak değişkenlik gösterdiği alanyazından da anlaşıldığı üzere, bu araştırmada izlenen yöntem aşamaları aşağıda görülen şekilde özetlenmektedir (Şekil7). Bunlar, araştırma konusunun belirlenmesi, alanyazının taranması, araştırma yönteminin belirlenmesi, veri toplama, araştırma bulgularının analizi, sonuç ve önerilerin yazılması şeklinde sıralanmaktadır.

Şekil 7: Bu Tezde İzlenen Araştırma Yöntem Aşamaları



3.3.1. Örneklem Belirleme

Nitel araştırmalarda *amaçlı örnekleme*, zengin bilgiye sahip olduğu düşünülen durumların derinlemesine çalışılmasına olanak vermektedir (Patton 1987'den aktaran Yıldırım ve Şimşek, 2004). Bu araştırmanın örneklemi de araştırmanın amacıyla ilgili zengin bilgiye sahip olduğu belirlenen kurum ve kişiler arasından seçilmiş ve yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşme metodu uygulanarak çalışılmıştır. Görüşme aşamasında ek olarak kartopu örnekleme metodundan da yararlanılmıştır. Araştırmanın örneklemi, İzmir'de sürdürülebilir sosyal turizm uygulaması yapılması halinde paydaş olabilecek olan kurumları temsil eden kişilerden oluşan araştırma evreninden seçilmiştir. Bu seçim yapılırken Türkiye Turizm Stratejisi 2023, Eylem Planı 2007-2013'ün ilgili bölümünde sayfa 47'de 'İç Turizm' alt başlığı altında yer alan sosyal turizm ile ilgili no 19 eylem planı

maddesinde gösterilen yetkili merciler öncelikli olarak görüşülen kurumlar arasında yerini almaktadır. Bu belirtilen kurumlar arasında yer alan Kültür ve Turizm Bakanlığı, Yerel Yönetimler, TÜRSAB (Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği), TÜROFED (Türkiye Otelciler Federasyonu), Sivil Toplum Kuruluşlarını temsilen İzmir’de bulunan yetkililer belirlenip görüşmeler yapılmıştır.

Bu seçim sonucunda görüşme yapılacak kurum/kişi listesi oluşturulmuştur. İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, İzmir Valiği, ilgili belediye başkanlıkları ile belediyelerin ilgili sosyal destek bölümleri, ETİK, Ege Turizm Derneği, TÜRSAB gibi birçok sivil toplum kuruluşu ve danışmanlar çalışılan örnekleme oluşturan kişi ve kurumlar arasında yer almaktadır. Bu listede yer alan kurumların turizm alanında bilgi ve deneyim sahibi olan üst düzey temsilcileri ile görüşmeler yapılmıştır.

Görüşülen 23 adet kişi/kurumun listesi Ek1’ de sunulmaktadır. Bu listede araştırmanın bilimsel etiğe uygunluğu açısından, sadece kurum ve meslek adları yer almakta, görüşülen kişilerin ad ve soyadları sunulmamaktadır. Örnekleme gösteren bu listenin son haline ulaşmadan önce geçirdiği aşamaları şöyle özetlemek mümkündür: İlk etapta örneklem listesinde yukarıda belirtilen amaçlı örnekleme ile 30 kişi/kurum belirlenmiş; veri toplama süreci devam ederken, kişi/kurumlardan toplanan veriler ışığında araştırmayı desteklemeyen ve konu ile ilgisi bulunmadığını sözlü ve/veya yazılı olarak bildiren 15 kurum/kişi elenmiştir. Elenen bu kurum/kişiler arasından 8’i kamu kurumu/tesisi, 2’si STK, 2’si özel sektör temsilcisi, 3’ü danışman niteliğindedir. Bunun yanında, kartopu örneklem metoduyla, görüşülen kişi/kurumlar önerisiyle başka kişi/kurumlar da listeye eklenmiştir. Bu yeni katılan kişi/kurumların 4’ü STK, 3’ü kamu görevlisi, 1’i danışman niteliğindedir. Tüm bu elemeler ve yeni katılanlar sonucunda görüşülen kişi/kurum sayısı 23 adet olarak sonlanmıştır.

Konu ile ilgili görüşülen kurumlar ve uzmanlar sınıflandırıldığında 5 temel grupta toplanmıştır. Bu gruplar şöyle adlandırılmıştır:

- Kamu: Resmi kurumlarda görüşülen uzmanlar için kullanılmıştır.
 - STK: Sivil toplum kuruluşlarından görüşülen uzmanlar için kullanılmıştır.
- (Not: Ek 1’deki listede tüm sivil toplum kuruluşları gruplandırılmadan bu ad altında toplanmıştır).

- STKKamu: Çoğunluğunu kamu kurum paydaşlarının oluşturduğu sivil toplum kuruluşunun uzmanı için kullanılmıştır.
- STKÖzel: Özel sektör temsilcilerinin çoğunlukla üyesi olduğu sivil toplum kuruluşlarından görüşülen uzmanlar için kullanılmıştır.
- Danışman: Kamu ve özel sektör kurum ve kuruluşlarına danışmanlık yapan şirket sahibi uzmanlar için kullanılmıştır.

3.3.2. Veri Toplama Yöntemi ve Süreci

Bireysel görüşmeler, nitel araştırmada en yaygın kullanılan tekniklerdendir. Farklı türleri bulunmasına rağmen anahtar özelliği birey üzerinde saf bir odaklanma sağlamasıdır. Görüşülen kişinin kişisel bakış açısının, araştırma olgularıyla bağlantısının ayrıntılı olarak anlaşılması ve çok ayrıntılandırılmış konu kapsamının elde edilmesi için detaylı bir araştırmasını yapmaya fırsat vermektedir. Bireysel görüşmeler ayrıca, özellikle odaklanmanın derinliği ve açıklığa kavuşturma ve detaylı anlayış için sundukları fırsatlar sebebiyle köklü ya da hassas olgular ya da karmaşık sistemler, süreçler ya da deneyimleri araştırmaya çok uygundur (Ritchie, 2003: 36-37). Bu araştırmada veri toplama yöntemi olarak yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmenin tercih edilmesinin nedeni budur.

Görüşmede yöneltilecek sorular hazırlanırken bu tezin birinci ve ikinci bölümlerindeki alanyazın taraması ile Türk toplumunun iç dinamikleri dikkate alınmış ve iki temel kaynaktan yararlanılmıştır: Bunlardan biri sosyal turizm ile ilgili Surrey Üniversitesi Sosyal Turizm Araştırması Kanıt Çağrısı'dır¹⁸. (Minnaert vd., 2007, 2009a ve 2009b, 2011). Diğeri ise Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'nün 'Kalkınma için Sürdürülebilir Turizm Rehber Kitabı'dır (UNWTO, 2013b).

Surrey Üniversitesi'nin çalışmasında kullanılan sorular paydaşlara (sosyal turizm hizmetini sunanlar) ve kullanıcılara (sosyal turizm hizmetinden yararlananlar) yöneltilecek olmak üzere iki kısımdır. Bizim araştırmamız İzmir'de sürdürülebilir

¹⁸ (Prof. Robert Maitland – Turizm Araştırma Merkezi Müdürü, Westminster Üniversitesi ; Dr Graham Miller – Turizm ve Otelcilik İşletmeciliği Bölüm Başkanı Surrey Üniversitesi; Dr Lynn Minnaert – Turizm'de Öğretim Görevlisi tarafından Surrey Üniversitesi'nce hazırlanmıştır. Sosyal turizm araştırmalarında kullanıldıktan sonra yazarların eserlerinde sonuçları yayımlanmıştır).

sosyal turizmin nasıl yapılabileceğini bulmaya yönelik olduğundan sorular paydaşlara yöneltmiştir, ancak; Surrey Üniversitesi'nin araştırması kapsamında olduğu gibi işlerliği olan bir sosyal turizm sistemi ve bundan yararlanan bir hedef kitle mevcut olmadığından, yararlanıcılara yöneltilemeyen talebin türü ve ihtiyaçlarını anlamaya yönelik sorular da paydaşlara sorulmuştur, böylelikle doğrudan talebe yönelik bir araştırmanın yapılamaması kısıtı bir nebze de olsa aşılmaya çalışılmıştır.

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'nün 'Kalkınma için Sürdürülebilir Turizm Rehber Kitabı'nda 5 temel sürdürülebilirlik dayanağının dördüncüsü: *"Turizmle yoksulluğun azaltılması için bütünleşik yaklaşım"* başlığını taşımaktadır. Bu başlık altında yer alan alt başlıklar sosyal turizmle yakından alakalı olduğundan daha ağırlıklı olarak üzerinde durulmuştur. Bunlar: *"Turizmden daha geniş toplumsal faydayı güvence altına alma"*, *"Turizm sektörüne dezavantajlı grupların dahil edilmesi (içerilmesi)"*, *"Olumsuz sosyal etkilerin önlenmesi"* başlıklarını taşımakta ve bu konularla ilgili alt sorular içermektedir. Bu kaynakta adı geçen 5 sürdürülebilirlik dayanağından diğer 4'ü şu başlıkları taşımaktadır: *"Turizm politikası ve yönetim"*, *"Ekonomik performans, yatırım ve rekabet edebilirlik"*, *"İnsan kaynakları yönetimi ve çalışma şartları"*, *"Turizmi doğal ve kültürel miras ile ilişkilendirmek"*. Bu konulara da sürdürülebilir sosyal turizm uygulama önerileri hakkında sorular sorulurken başvuruda bulunulmuştur. Çünkü sürdürülebilir sosyal turizm uygulamaları yapılabilmesi açısından sürdürülebilirlik tüm boyutlarıyla önemlidir.

Yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmelerle veri toplama işlemi, 2015 yılı Haziran ayından Eylül ayına kadarki 3 ay içinde yapılmıştır. Görüşmelerin uzun sürmesi ve görüşme yapılan kişilerin programının yoğun olması nedeniyle tamamıyla önceden randevu alınarak görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Yetkililerin 18 tanesiyle makamı/ofisinde, 1 tanesiyle evinde, 4 tanesiyle İzmir'de bulundukları bir toplantının akabinde toplantının bulunduğu otel ortamında görüşmeler yapılmıştır. Ortalama süresi 1 saat (60 dakika) olarak gerçekleşen görüşmelerin tamamı kaydedilmiştir. Ses kayıtları NVivo 11 nitel analiz programı ile analiz edilmeden önce bilgisayar ortamında yazıya geçirilmiştir.

3.4. ARAŞTIRMANIN BULGULARI VE ANALİZİ

Bu bölümde, yapılan görüşmelerden alınan örneklere yer verilmekte ve bu görüşlerin analizleriyle alanyazın da ilişkilendirilerek İzmir’de sürdürülebilir sosyal turizmin nasıl uygulanabileceği sorusuna alınan cevaplardan ortaya çıkan kavramlar ve uygulamalara dair çıkarımlar sunulmaktadır.

Görüşme yapılan kişilerin tüm yorumlarına olduğu gibi yer vermek araştırmanın veri kapsamının genişliğinden ötürü mümkün olmadığından ifade açısından en düzgün ve temsil yeteneği üstün olanlar tercih edilmiş, ifadelerdeki küçük hatalar yazıya geçirildiğinde açık ve anlaşılır olması için anlamı değiştirmeksizin düzeltilmiştir.

NVivo 11 programıyla yapılan kodlama sonucunda ortaya çıkan kategorilerden bazıları şu şekildedir: “Tanım/Sosyal Turizm”, “Sürdürülebilir Turizm”, “Fayda” (Sosyal turizmin faydaları), “Talep”, “Uygulama/Arz”, “Paydaşlar”, “Sürdürülebilir Sosyal Turizm Uygulama Önerisi” (Kod listesinin tamamı Ek 3’te bulunmaktadır). Ek 4’te Nvivo 11 analiz programında kodlanmış olan verilerin (nodes: kodlar) içinde, kelime sıklığı (word frequency) taraması yaptırılarak elde edilen sosyal turizm kelime bulutu örnekleri yer almaktadır.

3.4.1. Sosyal Turizm Tanımı

Görüşmeler ile alanyazın karşılaştırmalı olarak incelendiğinde sosyal turizm kavramı ve algısının hangi bakış açısından ve dünyanın hangi bölgesinden (ISTO, <http://www.oits-isto.org/oits/public/section.jsf?id=181>, 18.06.2016) bakıldığına göre şekillenebilen bir kavram olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu kısımda öncelikle sosyal turizm tanımı hakkında yapılan yorumlardan alıntılanan sosyal turizm tanımlarından örnekler verilmekte ve sonrasında bu kişilerin görüşlerine alanyazın da dahil edilerek bir çıkarımda bulunulmakta ve alanyazına katkı sağlayacak bir sosyal turizm tanımı yapılmaktadır.

“Bakışınız nedir, sosyal turizmdeki kavram nedir öncelikle onu açar mısınız?”

(STK2)

Görüşme yapılan bu kişinin belirttiği gibi görüşme yapılan kişilerin yarısı, sosyal turizm kavramıyla neyin kastedildiği hususunda kendi fikirlerinin sorulmasına rağmen; konunun çok geniş ve toparlanması zor bir alana sahip olduğunu, hangi bakış açısından yaklaşıldığını bilmediklerini söyleyerek temkinli yaklaşp ısrarla bir ön açıklama istemişlerdir. Burada görüşme tekniklerine uygun bir şekilde *“Araştırmacı görüşme sürecinde soru sormak ve soruları açık hale getirmek için ipuçları sunmak dışında verilen yanıtları yönlendiren tepkilerden kaçınmalıdır”* kuralına dikkat edilmiştir (Goode ve Hatt, 1973; Yıldırım ve Şimşek, 2004). Görüşme yapılan kişilere, araştırmanın nasıl bir tekniği ve kapsamı olduğuna dair ilgili özet açıklama ve konuya ilişkin geçmişten günümüze sürecin özetlenmesi yapıldıktan sonra fikirlerini daha rahatlıkla açıklamışlardır.

Görüşmelerden ve teorik alanyazın incelemesinden çıkan sonuca göre, günümüzde sosyal turizm kavramının oluşturduğu algı üç temel grupta toplanmakta ve sonuç olarak bu üç grubu özetleyen, günümüzdeki sosyal turizm kavramının nasıl algılandığına dair derleyici bir tanıma ulaşılmaktadır.

Bu üç temel gruptan birincisi *klasik sosyal turizm tanımını* içermektedir. *Türkiye’de Cumhuriyet tarihinden itibaren turizmin içinde sosyal turizmin ilk algılanma şekli* alanyazında da (Usta, 1982; Lanquar ve Raynouard, 1978) belirtildiği gibi turizm tarihindeki sosyal turizmin ilk algılanma şekline benzemektedir. Klasik sosyal turizm tanımı ile ilgili yorumlardan bazıları şöyledir:

“Misafirperverliğin bugün belki sosyal boyutuyla insanların herhangi bir ücret/ bedel ödmeden ihtiyaçlarını karşılaması veya misafir edilmesi yemesi içmesi konaklamasının sağlanması gibi bir algıyla Türkiye 1970’li yıllardan itibaren bir şekilde turizmin veya ticari boyutun içerisine girerek sosyal boyutu biraz daha toplumun kültürel yaşantısı yapısı konumuna gelmiş oluyor. O nedenle şimdi sosyal turizmde yerel yönetimlerin, kamunun çeşitli imkanlarıyla ekonomik olarak daha sınırlı gelirlere sahip olan insanların da en azından turizm olgusuna turizm hareketliliğine katılabilme konusunda bir şeyler yapılması, bir imkan, fırsat verilmesi olarak...” (Kamu1)

“...ekonomik yönden daha zayıf ve orta ekonomik sınıfta yer alan hizmet sunduğumuz kesime bir takım özel önlemler ve kolaylaştırıcılar yoluyla turizm etkinliklerine katılımlarının sağlanmasına, artırılmasına ve geliştirilmesine çalışılmaktadır.” (Kamu4)

Talebe yönelik olarak, turizmden faydalanamayan toplum kesimlerinin devlet ya da tatil çekleri, ücretli izinler, v.b. başka desteklerle faydalanmasını sağlayan; dinlenme, tatil ve izin haklarını içeren, tatilin bir ihtiyaç olarak algılandığı; dinlenmenin ve tatilin sonrasında daha verimli çalışma elde etme amacıyla kullanılması, kamu kurum ve kuruluşlarına ait sosyal turizm tesisleri ve yapıları bu döneme aittir.

İkinci tanım, “herkes için turizm, erişilebilir turizm” gibi birleşik sosyal turizm ürünleri içeren tanımdır. Bununla ilgili yorumlar şu şekilde sıralanmaktadır:

“...ticari bir amaç olmadan insanların katılabilmesi...”, “**Herkes için turizm, engelsiz turizm; bununla alakalı aslında ilk çalışmalar İzmir’de başladı.**” “Çevreye ve doğaya zarar vermeden iş yapıyorsunuz; ticari bir kazanç elde ediyorsunuz ve **kırk yan sektörü besliyorsunuz, insanlara iş sağlıyorsunuz.** Sosyal etkilerine gelince, insanlar gezdiği sürece **kültürleri, görgüleri artıyor, değişiyor, dolayısıyla birbirlerine bakış açıları da değişiyor.**” (STK1)

“Ben sosyal ve turizm sözcüklerini yan yana getirdiğimde turizmin **endüstriyel olmayan, toplumsal yönünün ağır bastığı** bir hareketi algılıyorum. Yani, kar amaçlı olmayan, insanların farklı amaçlarla yer değiştirmeleri, kar ve geçinme amaçlı olmayan yer değiştirmelerine genel bir ad olarak sosyal turizm diyebiliriz.” (Danışman1)

“Öyleyse, sen, en pahalı ürünü çok pahalıya satmalısın, oradan elde ettiğin gelirle, aynı yerde, gençlere, değişim programına şuna, buna, imkanlar yaratmalısın. Bunun adı **denkleştirici adalet.** Sosyal turizm hareketinde bu nedenle; sosyal turizmin **sosyal adalet** kavramının içinde çok önemli bir yeri olması gerektiğini düşünüyorum. Eğer bir sosyal adalet devletiyiz, adalet gibi kavramları kullanıyorsak, sosyal anlamda turizmi de kullanmak doğru. ... pansiyonculuk, **adil turizmin** yolunu açan önemli kavramlardan biridir.” (Danışman1)

Sosyal turizmin *erişilebilir turizm, herkes için turizm* gibi slogan ve adlandırmalarla *toplumsal içermeyi amaçlayan*, Avrupa Birliği’ndeki ENAT ya da Dünya Sosyal Turizm Örgütü (ISTO) gibi kuruluşlar aracılığıyla özellikle engelli, 3.yaş grubu ve bu grubun rehabilite edilmesi amacı ile birleşik turizm uygulamaları öncelikli olmak üzere gençler ve öğrenciler ile aileler gibi grupları da içeren ve dış destekli olan ve birinci örneğe göre hedef kitlesi ile imkanları daha genişletilmiş formatı bulunmaktadır (Jolin, 2003a ve 2003b; Jolin, 2005; EESC, 2006). Bu ikinci türe örnek olarak ayrıca farklı projelerle farklı turizm türleriyle iç içe uygulamaları kapsayan bir sosyal turizm modeliyle turizmin çeşitlendirilmesi, toplumsal sağlığın daha üst seviyeye atılması gibi hedeflere de hizmet eden, sosyal turizm ürünleri de gösterilebilmektedir. SOWELL projesinde olduğu gibi hem genç hem de yaşlı

grubun daha sağlıklı bir toplum olabilmesi için termal turizm ile kültürel turizmin birleştirilmesi buna bir örnektir (SOWELL projesi, www.sowell-project.eu, 27.07.2014).

Üçüncü olarak karşımıza çıkan temel tanım ise, “*hem ziyaret edeni hem de ziyaret edileni içeren sosyal turizm tanımıdır. Bununla ilgili yorumlar da şu şekildedir:*

*“...insanlarımızın içinde bulunduğu bir turizm çeşidi. Kültürel, birbirlerini tanımak, insanları biliyorsunuz turizme **sadece güneş, kum** ile alakalı **değil**, her şey var bunun içinde **kültürel** var, **sosyal** var, bir yeri gezmek görmek var. **Tüm turizm çeşitlerinin** içersine sokabiliyorsunuz. **İnsan ilişkileri** dahil bu sosyal turizmin içinde.” (Kamu2)*

*“Sosyal turizmin, insanların çok farklı gelenek ve göreneklerini ortaya koyduğu bir turizm olarak algılanmasında fayda olduğunu görüyorum. Sadece deniz kum turizmi değil diye düşünüyorum. Özellikle **yaşam tarzı, tarih, doğal çevre ve insanların gelenek ve göreneklerini** ortaya çıkarttığı bir turizm algısı olarak düşünüyorum.” (Kamu3)*

*“**Dünyayla entegre olmaya başlarsanız** demokrasinizi geliştirirseniz, insan haklarınızı geliştirirseniz, hukukunuz gelişirse, bu ülkeye **insanların güveni artar** ve o da toplum kalitesini yükseltir. Bu sosyal turizmin ta kendisidir. Benim anladığım anlamda sosyal turizm, insanın yaşadığı ülkede ülkenin **kalitesinin** artması hem de **insanların refah düzeyinin artması**, insanların hem kendi seyahatlerini arttıracaktır hem kendi içinde iç turizm dediğimiz olgu canlanacaktır. Refah düzeyinin artmasıyla **o ülkeye gelen insanlara** sunduğunuz **hizmet, kalite, hoşgörü**, onlarla **iletişim** çok rahat bir hale gelecektir.” (Kamu5)*

*“...**sürdürülebilir**, turizmi tüketmeden, yörenin değerlerini daha da taşıyarak, çitasını yükselterek ve de kısa bir dönem için değil, daha **uzun bir dönem**, bundan hem **toplumun** faydalanmasını hem de **ziyaretçilerin, faydalanmasını** sağlayan bir turizm şeklinden bahsediyoruz.” (Danışman1)*

Bu üçüncü tanım, *yerel toplumun da arz yönünde yani hizmet sağlayıcı olarak, hatta hem hizmet sağlayıcı hem de kullanıcı olarak faydalandığı bir sosyal turizm ürününü kapsamaktadır ki bu da turizmin çeşitlendirilmesine, toplumsal barış, huzur ve refahın arttırılmasına hizmet eden türdendir. Bu da, daha çok doğanın olduğu kırsal kesimde yerel kültürün tüm gelenek, görenek, zenginlik ve gastronomisiyle ön plana çıkarıldığı ve hem ziyaret eden hem de ziyaret edilene deneyim kazandıran, yaşantının değer kazandığı bir turizm türü ile özdeşleşmektedir. Bu noktada sosyal turizmin, genellikle bölgesel kalkınma mali destek yardımlarıyla hem alt hem de üst yapısı geliştirilen, kırsal turizmle ve ayrıca doğayı, çevreyi ve*

kültürü koruyan sürdürülebilir özelliğiyle de ekoturizmle bir geçişliliği, işbirliği sözkonusu olabilmektedir.

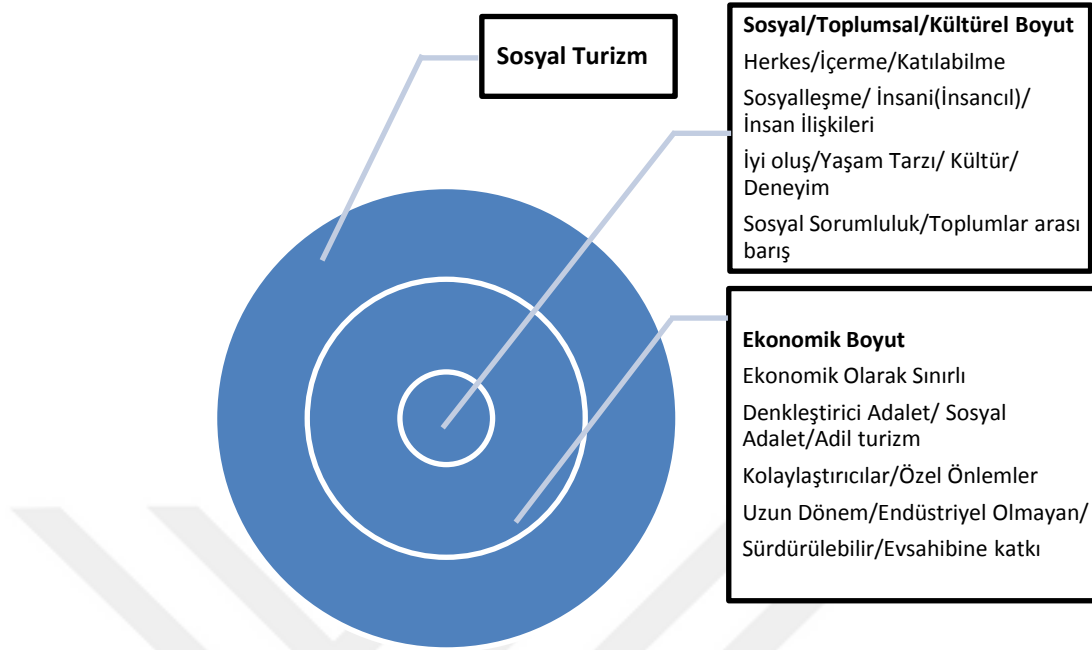
Görüldüğü üzere, sosyal turizmin, bahsedilen tüm türleri kapsayan bir tanımını yapmak için aslında, hiçbir ayırım gözetmeksizin tatilden ve olumlu getirilerinden herkesin faydalanmasını amaçlayan Uluslararası Sosyal Turizm Örgütü ile Avrupa Birliği'nin birçok uygulamasında yer alan “herkes için turizm” (Tourism for all) özet bir kavram olarak alınabilmektedir.

Yapılan görüşmeler ve ilgili alanyazının incelenmesi sonucunda *sosyal turizm* için şöyle bir tanıma ulaşılmaktadır:

Sosyal turizm, ziyaret edenden ziyaret edilene, özel sektörden kamu sektörüne kadar tüm paydaş ve kullanıcıları içeren, yerel koşullar ile imkanlar dahilinde, hitap edilen farklı hedef pazar türlerine yönelik olarak geliştirilebilen, gerektiğinde birden fazla turizm türünü bir araya getirerek oluşturulan çeşitli ürün ve uygulamalar ile temel amacı sosyal içerme ve toplumsal iyi oluşu, barışı, huzuru ve refahı sağlamak olan, turizmin insani (insancıl) yönünü ön plana çıkaran bir sürdürülebilir turizm türüdür.

Şekil 8’de bu tezde yapılan araştırmanın sonucunda sosyal turizm kavramının kapsamını gösteren bir diyagram bulunmaktadır.

Şekil 8: Sosyal Turizm ve Kapsadığı Kavramlar



Buna göre, şeklin merkezinde yer alan sosyal, toplumsal, kültürel boyutu içeren kapsam ile sosyal turizmde öncelikli amacın sosyal ve toplumsal çıktılar elde etmek olduğu vurgulanmak istenmektedir. Yine, alanyazın ve görüşmelerden ulaşılan sonuçların da bildirdiği gibi, sosyal turizmin birincil amacının sosyal çıktılar elde etmek (Minnaert vd., 2011: 407) olsa da ekonomik boyutunun da önem taşıdığı şekilden anlaşılmaktadır. Ekonomik bir aktivite olmadan sosyal çıktıların elde edilmesi de mümkün olmayacağından, şekilde ekonomik boyut sosyal boyutu kapsayan şekilde gösterilmektedir.

3.4.2. Sosyal Turizmin Faydaları

Sosyal turizmden elde edilen faydalar aslında bir anlamda sosyal turizmin amaçlarıdır. Görüşmelerden elde edilen bulgulara göre sosyal turizmin; *ekonomik ve çevresel sürdürülebilirliğe, sosyal sürdürülebilirliğe (toplumsal), barış ve iletişime sağladığı katkılar* olmak üzere üç temel alana fayda sağladığı anlaşılmaktadır (Şekil 9).

“...sosyal turizmin faydaları derken işte, insanlara **iş imkanı** sağlar.”, “...bunu uzmanlar belirtmişti, kırk civarında sektörü destekler turizm demişti. Dolayısıyla **ekonomik** olarak bir fayda bıraktığı, açık çok açık hem de çok geniş bir kitleye fayda bırakıyor.” (STK1)

“...işsizlik ve istihdamla mücadele edecek bir alt tabanı oluşturuyor, hem gençlere kolay iş bulma imkanı yaratıyor.” (STKÖzel1)

“Sürdürülebilir bir adım ötesine geçti artık...sorumlu turizm diye bir kavram var...çünkü ordan başladı işte sürdürülebilir. Sürdürülebilir olman için sorumlu olman gerekiyormuş meğer. Bu da bir eğitim işi ki yani... adamın suratına makinayı dayayıp resmini çekme... bir eğitim veriyorsun sen ona. Pet şişeleri yere atmayın lütfen demekten de geri durmuyorsun.” (STK3)

Barselona Bildirgesi (EESC, 2006) ve Avrupa Birliği’nin Daha Sürdürülebilir Turizm için Eylem (TSG, 2007) raporunu da destekler nitelikte olan yukarıdaki yorumlara göre, sosyal turizm *işsizlik ve istihdamla mücadelede bir çözüm* üretmesi açısından önemlidir; *istihdamı destekler* niteliktedir. Ekonomik olarak birçok sektörü desteklediğinden hem kazanç hem de istihdam sağladığı belirtilmektedir. Yine yukarıda sosyal turizm tanımı kısmında yer verilen görüşmelerden alıntılarda görüldüğü gibi, çevreye ve doğaya zarar vermeyen, koruyan bir turizm türüdür. Bu yönleriyle sosyal turizm, *ekonomik ve çevresel* boyutlardan *sürdürülebilirliği* destekleyen bir turizm uygulamasıdır.

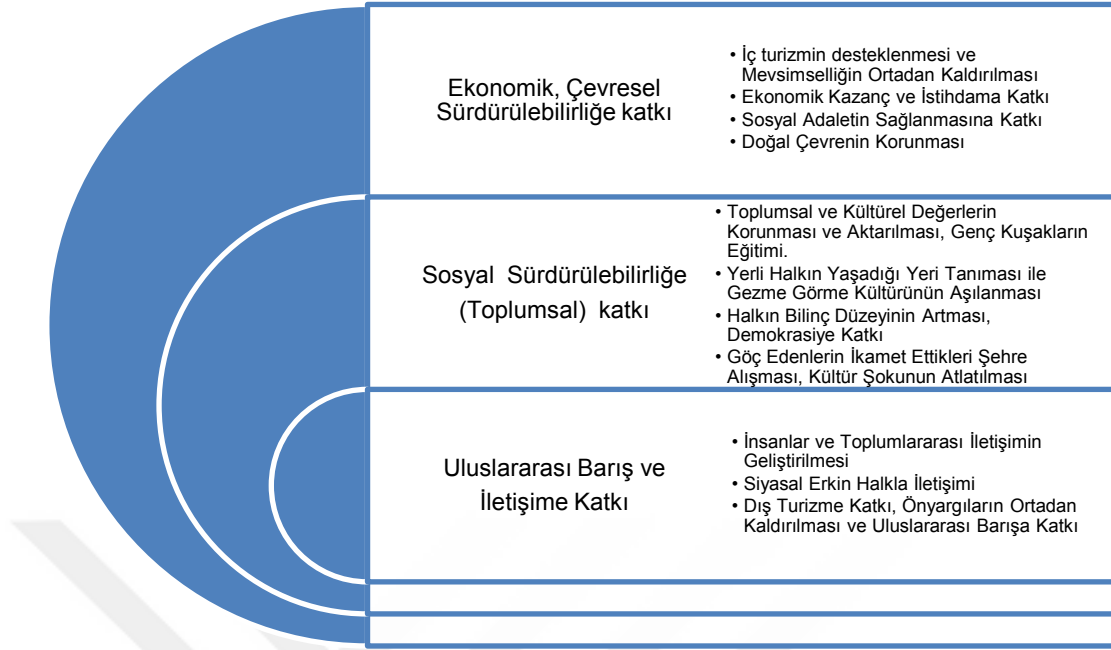
“Misafirperverlik insani değerlerin güven unsurunun, insanlara saygı ve değer vermenin, insanların bu değerlerini de yok etmeden ticari bir faaliyet haline getirmesi de bana göre turizmdeki sosyal boyutunu sosyal etkisini ön plana çıkarmakta...” (Kamu1)

“Sosyal etkilerine gelince, insanlar gezdiği sürece kültürleri, görgüleri artıyor, değişiyor, dolayısıyla birbirlerine bakış açıları da değişiyor.” (STK1)

*“... ben halka da bunun hiç sorulduğunu zannetmiyorum... kendi çevremden bile, birçok kişinin, İzmir destinasyonunu tam olarak gördüğünü düşünmüyorum. Yani, bugün bir anket yapsanız, Asklepion’u, ki bu dünyanın ilk sağlık merkezi, Asklepion’u, ben demiyorum belli bir kültür seviyesinin, eğitim seviyesinin altında, **belli bir eğitim seviyesinin üstünde** kaç kişi gezmiştir? Kaç kişi görmüştür?” (STKÖzel6)*

İç turizmi destekleyen sosyal turizmin; insanların hem kendi yaşadığı ve ziyaret ettikleri yerlerin hem de kendilerini ziyaret edenlerin kültürünü, tarihini öğrenmesine, bilinç düzeyi ve görgüsünün artmasına, insanların sosyalleşmesine, toplumun sosyal değerlerinin korunup geliştirilmesine katkıda bulunacağı belirtilmektedir.

Şekil 9: Sürdürülebilir Sosyal Turizmin Faydaları



“Diğer bir boyutuyla bana göre sosyal turizm insanların birbiriyle tanışması, ... toplumların birbirini tanıması ve birbiri hakkındaki önyargılarının yıkılarak insani değerlerin, dostane değerlerin ve uluslararası dostluk ilişkilerinin gelişmesi boyutuyla da bakılması gerekir diye düşünüyorum.” (Kamu1)

Görüşmelerde sosyal turizmin ayrıca, alanyazından da desteklendiği gibi (Blanchard ve Higgins-Desbiolles, 2013); insanlar ve toplumlar arası iletişimin kalitesinin ve güvenin artırılmasına, insani ve dostluk ilişkilerine, önyargıların ortadan kaldırılmasına ve uluslararası barışa katkı sağladığı da bildirilmektedir.

“...onların buraya geldikten sonra getirdikleri bir şey var demokrasi anlamında: Avrupa’daki ülkelerin yönetim şekliyle bizim buradaki insanların düzeyi farklıydı. Ama onlar geldiği zaman bu etkileşimden sonra Türkiye’de de olumlu değişiklik olmaya başladı. Turizm sektöründe çalışanların biraz da açık görüşlü olması bundandır. Dolayısıyla sosyal anlamda sadece iç turizme değil dış turizme de katkıları vardır.” (STK1)

Sosyal turizmin faydaları arasında görüşmelerin sonuçlarına göre, yerel, ulusal, uluslararası birçok katkısı bulunmaktadır. Sosyal turizmin uluslararası turizmle bağdaştırıldığında insanların etkileşimi sonucunda açık görüşlülük, demokrasi gibi konularda bilinç düzeyinin artmasıyla hem iç hem de dış turizme katkıları olduğu savunulmaktadır.

“...eğer siz turizmi düzgün yaparsanız, çevreye ve doğaya zarar vermiyorsunuz.” (STK1)

“...bölgesel hareketlilik”, “İç turizm[e katkı].” (Kamu 7)

“Türkiye ve İzmir’in en büyük sorunlarından biri olan mevsimselliğe en büyük çözümü belki de sosyal turizm getirecektir.” (STKÖzel6)

“Sürdürülebilirliği sağlayacaktır. Bu [yabancı] öğrenciler ülkelere gittiği zaman buradaki güzel anıları götüreceklerdir ve belli bir zaman sonra o ülkeleri bürokrat olarak yönetici olarak tekrar ziyaret edeceklerdir. Hatta burada devlet başkanını bile gördüğümüz olmuştur. Bu bize sürdürülebilirlik bakımından ve sosyal bağların bütünleşmesi açısından çok daha artı getirecektir.” (STK2)

Ayrıca sosyal turizmin sürdürülebilir bir turizm türü olarak çevreyi ve yerel kültürü koruyucu, ailevi ve toplumsal ilişkilerin olumlu yönde gelişmesine katkı sağlayıcı, ekonomik getirileriyle istihdamı sağlayıcı, aile bütçesine katkı sağlayıcı, turizm sektöründe mevsimselliği ortadan kaldıracı, turizmin çeşitlendirilmesine katkı sağlayıcı, toplumları kaynaştırıcı özellikleriyle sosyal turizmin toplumsal barış refah ve huzura katkı sağlayan bir aracı olarak kullanılması ile sürdürülebilirliğe de katkı sağladığı sonucuna varılmaktadır. Özellikle geleceğin yetişkinleri, bürokratları, temsilcileri olan gençlerin dahil edilmesiyle sosyal turizmin bu ülkeleri ve bölgeleri barıştıracı özelliğinden bahsedilmektedir.

“İzmir’de oturup da denizi görmemiş insanlar var. Bunun için, bu projeler önemlidir. Ayrıca, bunun siyasi açıdan da bir önemi vardı. O da belediyeler yaptıkları hizmeti, çocuklar vasıtasıyla ailelere duyuyorlardı.” (STK3)

“...sosyal turizme veya turizme; toplumun, insanların sosyal değerlerini etkileme, [olumlu yönde] değiştirme boyutuyla da bakmak gerekir.” (Kamu1)

Sosyal turizmin siyasi anlamda yapılan hizmetlerin toplum tarafından bilinirliğini sağlama ve toplumun değerlerini koruma açısından bir araç olarak da kullanımına vurgu yapılmaktadır.

“...Kırsal kalkınmayı desteklemek, kırsal bölgede yaşayan dezavantajlı kesim olan özellikle çalışmayan ve Doğu’dan göç alan bir bölge olduğu için orası özellikle o tarz bir işi olmayan, bir mesleği olmayan ev kadınlarına bir meslek öğretip bunu da uzun vadede gelir elde edebilecekleri bir duruma getirmek...” (STK4)

Doğu-Batı arasında bir köprü oluşturma, doğudan göç edip batıya yerleşenler ve yerli toplum arasındaki kültür şokunu önleme ve eğitim ile bu açığı kapatma, kırsal kalkınmanın sağlanması gibi birçok fayda elde edilmesinin sosyal turizm projeleri sayesinde mümkün olabileceği belirtilmektedir.

“Sosyal adalet açısından da, insanların madem dinlenmek hakkı, bu hakka sahip olmayanlara bunun iletilmesi, ulaştırılması adaleti sağlayacaktır. Adalet eşitlik demek değildir. Adalet, çeşitli şekillerde karşımıza çıkar, mesela en önemli adalet kavramı denkleştirici adalettir. Denkleştirici adalet, tıpkı vergi gibi, az kazanan az, çok kazanan çok almak gibi bir şey.” (Danışman1)

Sosyal turizmin sosyal adalete katkıda bulunduğundan da bahsedilmektedir. Burada denkleştirici adalet kavramıyla az kazanan az, çok kazananın geliri oranında daha çok vergi kesilmesi gibi, tatilde de az kazananın daha az ödeyebileceği ama ödediğinin karşılığında da doyum sağlayıcı, kaliteli, insanca bir turizm hizmeti alması gerektiği vurgulanmaktadır.

Sosyal turizmin yukarıda sayılan faydaları sosyal turizmin sürdürülebilir bir turizm türü olduğunu ve aynı zamanda sürdürülebilir turizme ekonomik, çevresel, sosyal ve kültürel yani tüm boyutları ile katkı yaptığını destekler niteliktedir.

3.4.3. Sürdürülebilirlik ve Sosyal Turizm

Sosyal turizmin sürdürülebilir bir şekilde yapılması gerektiğine dair yorumların bulunduğu bu kısımda sosyal turizmin sürdürülebilirlik uygulamalarının farklı boyutlarına nasıl hizmet ettiğine dair yorumlardan yapılan çıkarımlar yer almaktadır.

“...eski medeniyetin göstergesi büyük şatolar, şatoların etrafında surlar, erişilemezlik iken, günümüzde open door yani açık kapı iletişim de kurulabildiği zaman medeniyetin bir göstergesi oluyor. Ve temel burada iletişim kurabilmek. Aynı dili konuşabilmek.”, “Bu otellerde¹⁹ de engelliler çalışıyor.” (STKÖzel2)

Sürdürülebilir olmanın en önemli özelliklerinden biri de “içerme”dir, turizmin “herkes için” erişilebilir olmasını sağlamaktır. Sosyal turizm, hem arz hem de talep tarafında toplumun her kesiminden insanın faydalanabildiği bir turizm yaklaşımıdır. İstihdam edilenin de sunulan hizmeti alanın da örneğin; engellilerden oluşabildiği sistemlerin Avrupa’da olduğu gibi ülkemizde de yaygınlaşmasının kaçınılmaz olduğu gerçekliğinden hareketle, İzmir’in birçok konuda öncülerin şehri olduğu gibi bu konuda da öncülük ettiği takdirde gelecekte bu alanda önde gelen destinasyonlar arasına girebilme potansiyelinin olduğu görüşme yapılan kişiler tarafından vurgulanmaktadır.

¹⁹ Barselona’daki otellerde

“2014 Kasım ayında yine bir ilk gerçekleşti dünyada. O da ENAT ve Dünya Turizm Örgütü birinci “Tourism for all²⁰” zirvesini (gerçekleştirdi).”, “15. Ulusal Turizm Kongresi’nin temasını biliyor musunuz?: Engelsiz Turizm.”, “İzmir’de 2012 Travel Turkey fuarının teması Engelsiz Turizm/Accessible Tourism.”, “Simon Darcy, Peter Newman, Prof. Dimitrius. Bu adamlar, Dünyada accessible turizmin önde gelen isimleri. Ve tabi Ivor Ambrose, ENAT’ta aktif olarak çalışan. Şimdi onların bir kitabı var “Best Practice In Accessible Tourism”adında.” (STKÖzel2)

Sürdürülebilir turizm kapsamında sosyal turizmin önemi, “herkes için turizm” adıyla, “erişilebilir turizm”, “engelsiz turizm” gibi adlarla düzenlenen birçok ulusal ve uluslararası toplantı, fuar ve kongrenin, üretilen ulusal ve uluslararası akademik yayınların sayısı her geçen gün artan varlığı ile de vurgulanmaktadır.

“Şimdi bizde mavi bayraklı tesisler var, bizde şimdi Turizm Bakanlığı’nın belirlediği yeşil yıldızlı tesisler başladı. Bunlar son 5 yıldaki çok ciddi çevresel, turizmin çevreye duyarlılığıyla ilgili çevreyi koruyucu olan ecolabellardır [ekolojik etiketler].” (STKÖzel1)

“Bize, Avrupa’daki çevreci tesislerden çok daha az teşvikler verilmektedir. Bu teşvikler mesela ne olabiliyor, Avrupa’da çevreye duyarlı ve çevrede tahsisli bir alana daha fazla oda yapmak yerine daha az oda yapıp, az oda yapmanın getirdiği gelir kaybını birtakım vergiden avantajlar sağlayarak feragat ettirmek, aslında daha az yatak yapmak, daha kaliteli ve daha pahalıya satmak, ama buradaki kaybı da vergiden avantajlarla destekleyerek teşvik vermek demektir.” (STKÖzel1)

“21. yüzyılda çok önemli bir ham madde, çevredir. Tükiye’nin turizmi, geleceğini 20 yılda şekillendirirken, olmazsa olmazı, çevreye odaklı ve çevreci bir turizm olmak zorundadır... İzmir turizmi ağaç boyunu geçmeyen, çevreye duyarlı, kişiye özel bir turizm konseptine girmesi lazım.” (STKÖzel1)

Bunun yanında sürdürülebilir bir turizm türü olan sosyal turizm hizmeti veren bina unsurlarının yeniden yapılanmalarında çevreyi koruma anlamında da destek ve teşviklere gereksinimin olduğu, bu anlamda Avrupa’dakine benzer teşvik uygulamaların Türkiye’de de yapılması gerekliliği vurgulanmaktadır. Doğal, çevresel ve kültürel varlıkların korunduğu bir turizm şeklinin İzmir için uygun olduğu da yine “ağaç boyunu geçmeyen” gibi adlandırmalarla görüşme yapılan kişiler tarafından vurgulanmaktadır.

“Önemli kurumların temsilcileri “sürdürülebilirlik” sözünden, ne yazık ki, sadece “devamlılık” anlıyorlar. Doğayı bozmadan yapılan turizm olduğunun bilincinde değiller. Kaliteye gelince de, otellerin 5 yıldızlı olması; hayır! Önemli olan turizmde altyapı kadar, “hizmetin” öne çıkmasıdır.” (STKÖzel2)

²⁰ “herkes için turizm”

Sürdürülebilirlik ve kalite kavramlarının algılanmasında eksiklik ve yanlışlıklar olduğuna dikkat çekilmektedir. Sürdürülebilir turizm algısının kurumların yöneticileri tarafından dahi halen eksik olduğuna, “devamlılık” olarak algılandığına, halbuki bundan kastın doğayı ve kaynakları koruyan ve kaliteli hizmet veren anlayış olduğuna dikkati çekmektedir.

“...içinde birkaç tane profesörün olduğu bir Norveçli turist grup, kapısında beş yıldızlı yazan Bakanlık Belgeli bir otelde, akşam yemeği sırasında şarap siparişi vermek istiyorlar ve otelde şarap yok. Beş yıldızdan bahsediyoruz! Dünyayı gezmiş görmüş insanları, dünyada belirlenmiş 5 yıldız standardında ağırlamak sözüyle buraya getirdiğinizde, sunum ve hizmet bu standarda hiç yaklaşıyor bile. Dolayısıyla bu anlamda sıkıntılarımız elbette var. İşte kontrol mekanizması devletin elinde.” (STK1)

Hizmette kalite kavramının ise lüks kavramı ile karıştırıldığı, hem alt yapının hem de hizmetin belirli standartlara göre yapılması gerektiğinin anlaşılması gerektiği vurgulanmaktadır. Turizmde kalite, görüşme yapılan kişiler tarafından güvenlik, güvenilirlik, temizlik ve düzen kavramlarıyla tanımlanmaktadır.

*“Herşey dahil sistemi. Çünkü inşaatçı, müteahhit turizmci olmuştur. Tarlacı turizmci oldu. Değişik sektörlerdeki otel sahibi olarak turizmci oldular. Onlar turizmi farklı algıladılar. Günü düşünerek her şey dahil sistemini dışarıdan tur operatörlerine teslim ettiler kendilerini. Dışardaki tur operatörü de ne kadar çok kişiyi getirebilirim düşüncesiyle ve ne kadar ucuza kapatırım düşüncesiyle her şey dahil sistemini yerleştirdi. Bana göre ülkemize yapılan **en büyük yanlışlık bu her şey dahil sistemi**. Güneydeki bazı yerlerde, Antalya’da otel yatak kapasitesini yükseltmiştir. Ama şimdi baktığınızda hepsi çok zor durumdadır. O sistem o an için kazanç gibi görülse de şehre çok şey katmamıştır. Kaliteli işgücünü zayıflatmıştır. Çünkü maliyetlerden dolayı ucuz istihdam yapma zorunluluğu çıkmıştır. Yani bu handikaplar sebebiyle sistem bulunduğu farklı yöne gittiği için, şu anda büyük sıkıntılar yaşanıyor.” (STK2)*

All-inclusive denilen her şey dahil sisteminin Türkiye’de ucuzlayıp sosyal turizm ürünü gibi görülmeye başlanması yanılgısına görüşmelerden bir yorumla yanıt verilmektedir. Her şey dahil sisteminin her geçen gün fabrikasyon hale gelip hizmet kalitesinin devamlı düştüğü bir ürün ve hizmet sunumuna sahip olduğunu, maliyetleri düşürmek amacıyla nitelikli işgücüne yer verilmediğini, bulunduğu sosyo-ekonomik çevreye katkısının olmadığını ve tüm bu özellikleriyle sürdürülebilir turizme zarar verdiğini görüşme yapılan kişilerin tamamına yakını belirtmektedir.

“100 kişiyi çevirsinler, sorsunlar, Efes’e Bergama’ya gitti mi diye sorsunlar. Örneklem yalnız, tesadüfi olacak... İzmir’in içinde yaşayan insanlardan

*Bergama ve Efes’le ilgili 3’er cümle kurmalarını iste, **kültürel anlamda buna ne kadar sahip olduğunu** ondan sonra tartış... Agora şurası. Agora’yı bilmezler Agora Meyhanesi şarkısını bilirler. Onu da bilmiyorlar ya artık!” (Danışman1)*

Yine burada sürdürülebilir turizmin yapılabilmesi için öncelikle İzmir’in kendi halkının şehrini sahiplenmesi gerektiğine değinilmektedir. Sürdürülebilirliğin önemli bir dayanağının yerel hatta dünyaya mal olmuş kültür öğelerine sahip çıkmak olduğu burada ifade edilmektedir. Bu kültür varlıklarını orada yaşayan halkın tanıyıp öğrenmesiyle, bilmesiyle, sahip çıkmasıyla korunabileceği, bir sonraki nesile aktarmanın ya da gelen turistlere tanıtmanın ancak o zaman mümkün olabileceği vurgulanmaktadır.

Turizm gelirlerinin sürdürülebilirliği için ürün çeşitlendirilmesine gidilmesi ve iç turizmin de desteklenmesi gerektiği görüşme yapılan kişilerce vurgulanmaktadır.

“İç turizmimizin hareketliliği de önemli. Biz diyoruz ki hep 12 aya yayalım turizmi, gelirini, kazancını. Bunu yapmamız için de hem çeşitliliğini arttırmamız gerekiyor, hem dış hem iç turizmdeki hareketi kazanmamız gerekiyor.” (STK2)

Almeida (2011), Brezilya’da sosyal turizmin iç turizmle eş anlamlı olduğunu belirtirken; Türkiye Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın Turizm Stratejisi 2023 hedeflerinde de sosyal turizm iç turizm başlığı altında geliştirilmesi hedeflenen bir tür olarak yer almaktadır.

3.4.4. Sürdürülebilir Sosyal Turizm Talebi

“Gerçek kutsal tüketici”, “Turistin algısı ve ihtiyacı, tüketici ihtiyaçlarının sınıflandırılması konularında araştırmalar yapılmalıdır.” (Danışman 1)

Tüketici, turist ya da kullanıcı; talep nasıl adlandırılırsa adlandırılsın, sosyal turizm için de genel anlamda turizm açısından da “turist” en önemli unsur olarak gösterilmektedir.

“Hedef kitle ve onların doğru iletişim kanalı ne olmalı, bu ancak profesyonel çalışmalarla ortaya çıkarılabilir.” (Danışman2)

“Tüketici taleplerini değerlendirme çizelgesi tüketici örgütleriyle yeniden yazılmalıdır[ır].” (Danışman 1)

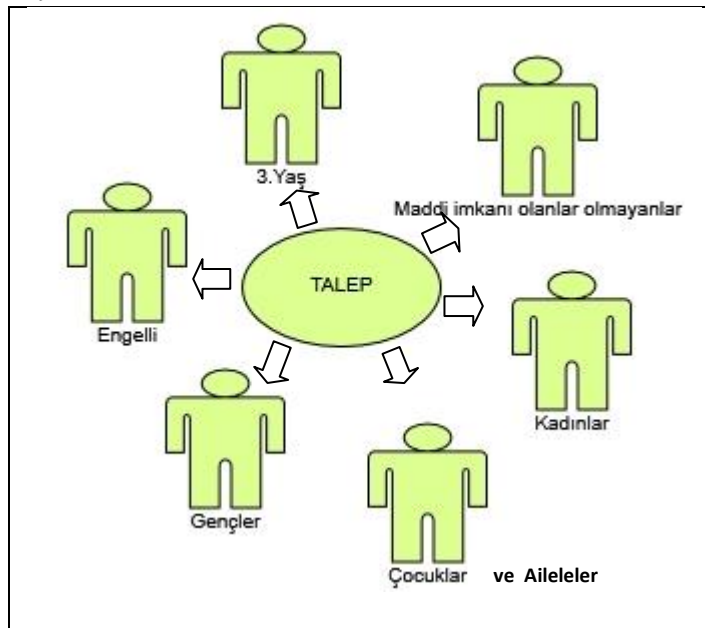
Turist konusunda bilimsel araştırmaların yetersiz olduğu, talebi anlamaya yönelik araştırmalara ağırlık verilmesi gerektiği, ancak bu araştırmaların sayesinde hizmetin ve turistik ürünün tasarımınnn iyileştirilebileceği vurgulanmaktadır.

“Turist üzerinde araştırma yapılmalıdır”, “Turist her geçen gün daha talepkar olmaktadır, 1 dolar ödeyen turist bunun karşılığında 1,2-1,3 dolarlık hizmet beklemektedir.” (STKzel7)

Turistin günümüzde her zamankinden daha fazla talepkar olduğu belirtilmektedir. Bu nedenle işletmelerin rekabete yenik düşüp sektörden devre dışı bırakılmamaları için kaliteli ve sürdürülebilir hizmet sunmaları, bunun için de bu talebe ve ihtiyaçlara cevap verebilecek bilgiye sahip olmaları gerektiği vurgulanmaktadır. Bu bilgiye ulaşabilmek için talebe yönelik araştırmalar yapılması gerektiğinin altı çizilmektedir.

Sosyal turizmin hedef pazarının ve onlara ulaşılabilecek iletişim ve dağıtım kanallarının belirlenebilmesi için profesyonel araştırmalar yapılmasının gerekliliğini belirtsele de, görüşme yapılan kişilerden sosyal turizm talebinin yapısı hakkındaki görüşlerinin belirtilmesi istendiğinde aşağıda belirtilen hedef gruplar İzmirden ncelikli olarak ortaya çıkan gruplardır. Sosyal turizm talebi için görüşme yapılan kişiler tarafından en sıklıkla vurgulanan yorumlardan hareketle hazırlanmış olan kullanıcı hedef kitlesi şekil 10’da görülmektedir.

şekil 10: Sosyal Turizm Talebinin Hedef Kitlesini Temsil Eden Kullanıcılar



3.Yaş: Bazı görüşme yapılan kişilere göre 50 yaş ve üzeri, bazılarına göre emekliler, bazılarına göre 60 yaş ve üzeri olarak ifade edilen üçüncü yaş grubu aynı zamanda bir ölçüde fiziksel veya başka kısıtları sebebiyle engelliler kategorisiyle geçişlilik göstermektedir.

“Burası[İzmir] emekli cezbediyor şu anda.” (Danışman2)

“Yaşlılar iyi bir pazardır. Artık emeklidirler, ev kredi borçları ödenmiştir. Evlendirecek bakacak çocuk sorumluluğu kalmamıştır. Peki ne derler, haydi biz de biraz hayatımızı yaşayalım derler.” (STK7)

“Yaşlısı, görmeyeni veya engelli olanı veya işsizi yani sağlıklı ama bir yere gitmeye imkanı da yok”, “ekonomik imkanı olmayan binlerce insan.” (STK1)

“...ilköğretimdeki 45-55 yaşındaki öğretmenler.” (STKÖzel3)

Engelliler: Görüşme yapılan kişilerin yorumlarına göre bu kategoride yer alan kişiler sadece fiziksel engelli değildir, başka sınırlılıkları olanlar da bulunmaktadır.

“Engelliler büyük bir pazar. Engelliler, aileleri ve eşlik eden kişiler veya bakıcılarıyla birlikte”, “...engellileri istihdam ediyor. Onlara ekonomik özgürlük kazandırıyor. Onlara kazandırdığı gibi ailelerine de kazandırmış.” (STKÖzel 2)

“Engelliler olabilir, sağlıkla ilgili problemleri olan insanlar olabilir.” (STKÖzel4)

“Sağır ve dilsizsin, sağır ve dilsizlere rehberlik yapacaksın.”, “Özürlü çocuklar... yerliler...çocuklar.” (STK3)

Örneğin hamileler, görme ve/veya işitme engelliler, yaşlılık sebebiyle fiziksel aktivitesi kısıtlı olanlar gibi gruplar da buna dahil edilmektedir. Ayrıca engelliler hedef kitlesine tek başına seyahat edemeyen engellilerin, yanına aldığı yardımcısı veya aile bireyi/bireyleri de dahil edilmektedir. Bu anlamda engelli turizminin gelir getirisinin de yüksek olduğuna dikkat çekilmektedir.

Gençler: Gençler sosyal turizmin hem arz hem de talep yönünde lokomotif olarak görülmektedir.

“...öğrenci grupları vardı yani küçük öğrenciler ve üniversite grupları, lise grupları”, “Gençlik.” (STKÖzel3)

“Gençler dediğim gibi ama yaşlılar da gidebilir.” (STK5)

“Gençler olabilir, engelliler var. İşçiler, memurlar, ihtiyarlar ve alt tabaka yani ekonomik durumu iyi olmayanlar...” (Kamu2)

“...ilk hedef kitlemiz aslında üniversite öğrencileri...” (Kamu7)

Özellikle üniversitede öğrenci olan yerli ve yabancı gençler İzmir’in sosyal turizmi açısından hem kullanıcı, hem istihdam edilen hem de gönüllülük açısından büyük bir potansiyel olarak görülmektedir. Ayrıca farklı il veya ülkelerden gelen gençlerin, geldikleri yerlerde yaşamaya devam eden aile ve yakın çevresi de potansiyel hedef kitle olarak belirtilmektedir.

Çocuklar ve Aileler: Görüşme yapılan kişilere göre, çocuklar küçük yaşlardan itibaren eğitilmelidir ve kentini tanımalı, kentinin ve kendinin değerli olduğu bilinciyle yetişmelidir.

“Çocuk kirlenmemiştir. Genç de şu anda turizmde üniversitede...” (Danışman1)

“Çocuklarımız...”, “...Ev pansiyonculuğunda genelde aile istiyor evde kalmayı. Fakat 3. Yaş için de iyi olabilir. 4-5 kişi bir arada kalmak istiyorlar, öyle talepler de oluyor. Bir de büyük organizasyonlarda, mesela üniversiteler arası spor organizasyonlarında da talep geldi...” (STK6)

“Çocuklar.” (STKÖzel3)

“...bütün ilkokul çocuklarının...” (Kamu5)

“daha çok çocukları ilgilendiren bir konu ama gelenlerin hemen hemen hepsinin çocuğu.” (Kamu 7)

Sosyal turizmin bu bilinci onlara kazandıracakı belirtilmektedir. Ayrıca ailelerin tatil tercihlerini yaparken çocukların istek ve ihtiyaçlarını ön planda tuttukları, en son kararda çocukların büyük payı olduğu vurgulanmaktadır.

Kadınlar: Kadınlar bir ailede anne ise yine tatil planlarının şekillenmesinde son kararı alan, babalar ise bu karara uyan ve uygulayan olarak nitelendirilmiştir.

“Yalnız kalmayı seçmiş kadınlarımız.” (STKÖzel1)

“Kadın”, “Çocuklar, gençler, yetişkinler.” (Kamu 7)

Ayrıca tek başına yaşayamayı seçmiş ya da tek başına kalmış olan kadınlar da sosyal turizm için potansiyel bir pazar olarak gösterilmektedir.

Maddi İmkânı Olanlar Olmayanlar: Burada aslında “*herkes için turizm*” vurgulanmakta, sosyal turizmin, dışlamanın tam karşıtı olan, içeren özelliğı ortaya konulmaktadır. Yukarıda sözü geçen gruplardan yaşlılar, çocuklar, gençler, kadınlar, engelliler, ailelerden maddi imkânı olmayanlara da olanlara da sosyal turizmin kapısı açıktır.

*“...imkânı olamayanlara, engellilere, **dar gelirli**lere, **zengin** olup da bu işten korkanlara, yalnızca deniz kum güneş kültürü düşünmeyenlere yalnızca kültür düşünüp deniz kum güneş düşünmeyenlere...” (Kamu5)*

“...dezavantajlı kesim olan özellikle çalışmayan ve Doğu’dan göç alan bir bölge olduğu için orası özellikle o tarz bir işi olmayan, bir mesleğı olmayan ev kadınlarına...” (STK4)

*“...denize gidemeyen işte [maddi] durumu olmayan...”, “...sen gelir misin, sen gelemesin diye bir şey yok...”, “...**herkes** katılmak istiyor, herkesi alıyoruz....”, “Zengini de fakiri de hiç farketmiyor. Eğitilmiş eğitimsizi hiç fark etmiyor, ayırım yapmadan herkes katılabiliyor.” (Kamu7)*

“Her kitle, her kesime, her gelir grubundan insana hitap edebilecek ürün yarattığın zaman...olur”, “tatil yapmak her insanın hakkı. Ben öyle düşünüyorum. Çalışan çalışmayan herkesin hakkı ve bu değerlerin bir şekilde yaşatılması için de önemli bir şey”, “...“Milyarder insanlar da var.” (STKÖzel4)

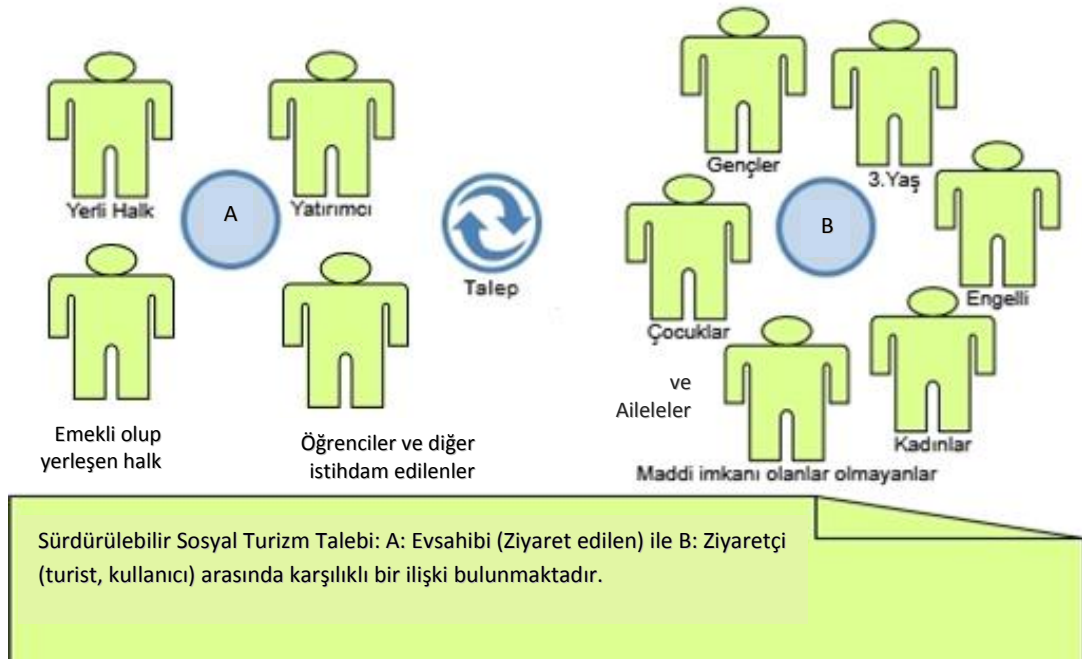
“...sadece gelir düzeyi orta ve orta seviyenin üstündeki olanlara hedef kitle olarak kendi kitlemiş ve hedef kitlesi olarak orayı, o kitleyi benimsemiş olan bir yapımız yok turizmciler olarak...” (STKÖzel6)

Maddi imkânı olanların sosyal turizme katılmalarının sebeplerini görüşme yapılan kişilerden gelen yorumlar ile yanıtlamak mümkündür. Gezme-görme kültürünün olmaması bunun için bir sebeptir. Çok fazla paraya sahip olup harcama kültürüne sahip olmayan birçok insanın, sosyal turizm sayesinde gezme-görme, farklı kültürleri keşfetme bilincini kazanabileceğı belirtilmektedir. Ayrıca üst gelir düzeyine sahip olup sırf alt ve orta gelir düzeyindeki insanların yaşantısını merak edip deneyimlemek amacıyla sosyal turizme katılanlara şahit olduğunu söyleyen görüşme yapılan kişiler bulunmaktadır.

Bir başka sebep de sosyal turizmin uygulandığı bölgelerdeki kültürü tanımak ve deneyimlemek olabilmektedir. Görüşme yapılan kişiler tarafından dolaylı olarak sponsorluk, gönüllülük deyimleriyle anılmış olan bir başka sebep de yardım etmek, bağışta bulunmak ya da sosyal sorumluluk bilinciyle hareket etmek isteğı olabilmektedir. Buradan aslında Minnaert vd., (2007, 2009a, 2011)’nin de

vurguladığı gibi sosyal turizmin iki temel türü olan “ziyaretçi yönlü” (visitor-related) ve “ev sahibi yönlü” (host-related) kısmıyla da bağlantı kurulmaktadır (Şekil 11). Minnaert vd., (2007, 2009a ve 2009b), sosyal turizmin birincil amacının evsahibi veya ziyaretçinin turizm faaliyetlerinden faydalanmasını sağlamak olduğunu belirtmektedir. Dolayısıyla, şekil 11’de sosyal turizm talebinin hem ev sahibi, (ev sahibi ve onun istihdam ettiği çalışanlar²¹) hem de ziyaretçi (turist/ kullanıcı) yönlü olduğuna dikkat çekilmektedir. Bu şekilde anlatılmak istenen bu iki farklı talebin birbiri içinde geçişlilik gösterdiği ve aynı zamanda birbirini de destekledikleridir. Dolayısıyla şekilde gösterilen karşılıklı ilişki oku, her iki tarafın da birbirini destekleyen bir karşılıklı ilişki içerisinde olduklarını göstermektedir.

Şekil 11: Sürdürülebilir Sosyal Turizm Talebi



Yukarıdaki şekil 11’de gösterilen sürdürülebilir sosyal turizm talebi, sadece maddi imkanı olan kesimi değil maddi imkanı olmayan toplum kesimlerini de içermektedir. Burada konunun anlaşılması için örnek olarak görüşme yapılan bir kişinin sosyal tesislerin rehabilite edilmesi konusundaki somut önerisi gösterilebilir.

²¹ Bunlar, tercih ettikleri farklı sosyal turizm ürünlerinden veya ticari turizm ürünlerinden “kullanıcı” olarak da faydalanma imkanına sahiptirler.

“Bunlardan bir tanesi diyelim ki A sınıfı hizmet verir ve onun fiyatı dış pazar açısından yurtdışına hitap eden bir hizmettir. Ama sahilin arkasındaki ünitelerde bir B kalitede tesis yaparsınız bir de C kalitede yaparsınız”, “... siz burada yaptığınız protokol anlaşmalarıyla”, “... örneğin kira bedelini daha düşük tutuyorum, stajyer öğrenci istihdam ettiği zaman sigorta bedeli almıyorum.”, “... yatırımcıya yatırım yaparken yatırım maliyeti düşük tesis yaptırıyorum.”, “...işgücünü orda kullanan o insanların da bir otelde kalma, turizmden pay alma, kendilerinin de dinlenme haklarının olduğunu da ordaki ürettiklerinden elde edecektir.” (STKÖzell)

Bu arz yönlü²² sosyal turizm modeli önerisine göre, rehabilite edilmiş ve yasal olarak belirlenecek olan “A-B-C-D” gibi sınıflandırılmış farklı hizmet ve ürün kalite standardına sahip sosyal turizm tesislerinde staj ya da uygulamalı eğitim kapsamında istihdam edilen, üniversitenin turizmle ilgili bölümünde eğitim alan bir öğrenci gencin tatil dönemlerinde oradan kazandığı parayla bu tesislerden herhangi birinde tatil yapmayı tercih edebileceği belirtilmektedir. Bu maddi imkanı olmayan öğrencinin maddi imkana kavuşup tatil yapabilir hale gelmesi de kullanıcı olmasını sağlar. Sonuçta bu öneriye göre, sosyal turizm hizmeti veren bir yerde istihdam edilen öğrenci (evsahibi/ziyaret edilen), başka bir sosyal turizm tesisinde kullanıcı (ziyaretçi, turist) olmaktadır.

Evsahibi yönlü diğer sosyal turizm uygulaması örneği ev pansiyonculuğudur. Ev pansiyonculuğu, tersine göçü sağlayan yani ilçede veya köyünde iş imkanı olmadığından dolayı şehre gitmek zorunda olan yerlileri şehirden geriye döndüren bir imkandır.

“...hem tersine göçün hızlanması, istihdam sorununun ortadan kalkabilmesi, hem de köylü kendi iç hayatının içinde hiç fazla bir şey yapmadan sadece o minimize edilmiş standardı yakalayarak kendine fayda sağlaması, kendi işini yapması”, “köy dokularının bozulmaması için, köy hayatının da metropolde yaşayan yani kentlinin onlarla buluşabilmesi için yani kırsalı da görebilmeleri için”, “kırsal turizmi desteklemek anlamında çok önemli bizim için.” (Kamu6)

Evini turiste açan bununla kalmayıp, kendi yaşantısını, kültürünü de açmakta, sosyal paylaşım ve alışveriş sağlanmakta böylelikle arzulandığı şekilde sosyal

²² Ekonomide “arz yönlü” (supply side) terimi, devlet tarafından işverene, vergi indirimi gibi düzenlemelerle sağlanan bazı kolaylıklar yoluyla mal ve hizmet üretiminde maliyetin azaltılması ve böylelikle daha uygun fiyata daha fazla ve kaliteli ürünün üretiminin teşvik edilmesi olarak tanımlanmaktadır (www.quora.com, <https://en.wikipedia.org>, 02.06.2016). Farklı uygulamalarında öğrencilerin ya da ev sahibinin işgücünde kullanılmasıyla arz yönlü bir sosyal turizm uygulaması önerilmektedir. Böylelikle öğrenciler ve/veya ev sahibi bireylerin istihdamı sağlandığı gibi, bu çalışanlar düşük sezonda, aynı sosyal turizm ürününden bu kez ziyaretçi olarak faydalanmayı seçebilecektir.

turizmin sosyal çıktıları arttırılmaktadır. Ancak bu konudaki uygulamalar, yasal düzenlemelerden önce gelişme sağlamış, yasal boşluklardan kaynaklanan yasa dışı bazı uygulamalar ortaya çıkmıştır ve bu nedenle yasal düzenlemelere ihtiyaç olduğu görüşme yapılan kişiler tarafından vurgulanmaktadır.

“Küçük otel yapıyorlar yani, sonra buna pansiyon diyorlar, böyle olmaz. Ev pansiyonculuğundan bahsediyorsanız ailenin kendi yanında insanları ağırlamasını ifade etmemiz lazım.”, “Kültürü aktaracak senin rengin kalacak onun kattığı renk değil. Yani ev Türk baharatı kokacak. Gelenden de öğren ama, hakim olan sen olmalısın.” (Danışman1)

“TÜRSAB’ın 1618 sayılı yasası çıktı. TUREB’in yasası çıktı. Konaklama sektörünün yasası çıkmadı.” (STK 6)

Ayrıca ev pansiyonculuğu durumunda, evini pansiyon olarak işletmeye başlayan bir aile, kadın, çocuk, genç, yaşlı tüm bireyleriyle hem evsahibi, hem de kendi tatil dönemlerinde kullanıcı kapsamına girmektedir.

görüşme yapılan kişiler tarafından da ifade edilmiş olması, günümüzde dünyadaki sosyal turizm uygulamalarında “içerme” anlayışıyla paralel bir bilince sahip olduğunu göstermektedir.

3.4.5. Sosyal Turizm Kullanıcılarının (Talebinin) İhtiyaçları

Bu kısımda, görüşme yapılan kişilerin talep ile talebin ihtiyaç ve beklentilerine dair yorumları ve bu yorumlardan yapılan çıkarımlar yer almaktadır. Turizme katılmanın artık bir ihtiyaç olduğu fikrini birçok görüşme yapılan kişi paylaşmaktadır. Ancak tüm görüşleri aynen almak mümkün olmadığından burada ilgili görüşleri özetleyen örnekler verilmektedir. Şekil 12’de sosyal turizm kullanıcılarının ihtiyaçları gösterilmektedir.

İhtiyacın varolduğu algısının eksikliği: Sosyal turizm talebinde ihtiyaçların oluşması için öncelikle tüketicinin bir ihtiyacı olup olmadığının farkına varması gereklidir. Yani kişi tatile hiç gitmemiş ise ve bunun getirdiği faydaların farkındalığına sahip değilse, bu duyguyu ve deneyimi hiç yaşamamış ise böyle bir şeye ihtiyacı olduğunun da farkında olmayacaktır. Bu konuyla ilgili dikkat çeken bir yorum şu şekildedir:

“İhtiyacı var mı? İnsanlar ihtiyacın varlığını bilmiyor! Aşırı bilmiyor ki ‘aşı yapılmadı nerde devlet’ desin. İhtiyacı olduğunun farkında olması gerekir ki nerde bu devlet benim tatil ihtiyacım var, hakkım da var, bu ihtiyacı neden karşılamıyor desin.” (Danışman 1)

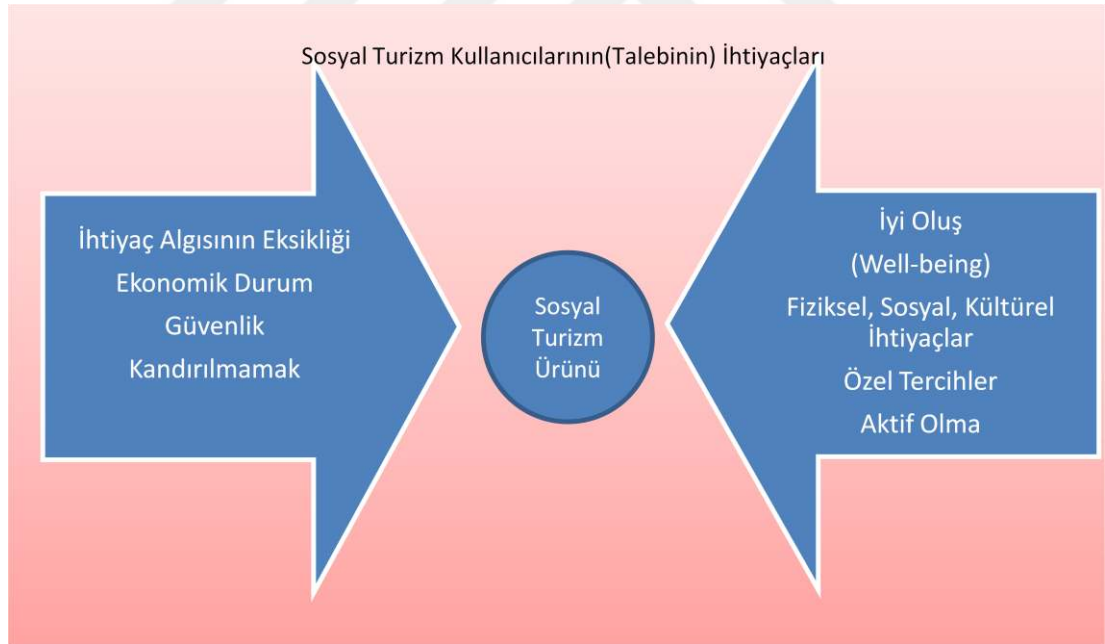
Sosyal turizmin tamamen tüm kitlesinin böyle olduğundan bahsedilmese de özellikle bu deneyimi yaşamamış ve hiç bilmeyen alt gelir grubu ile diğer engelleri sebebiyle, dezavantajları sebebiyle bunun bilincinde olmayan insanların öncelikle bu ihtiyacın varlığından haberi olması gerektiği belirtilmektedir.

Ekonomik durum: Turizm görüşme yapılan kişilerce bir ihtiyaç olarak görülmektedir.

“Ekonomi çok önemli yani, insanların ekonomik durumu iyi olacak.” (Kamu5)

“Biz bile tatil yapamıyoruz bütçemiz yetmediğinden bir devlet memuru olarak”, “Burada bile tatil yapamazken, yurtdışına mümkün değil gitmesi, maalesef.” (Kamu2)

Şekil 12: Sosyal Turizm Kullanıcılarının (Talebinin) İhtiyaçları



Tatil ihtiyacının bilincinde olan kişiler için ise en önemli engel olarak ekonomik durumun elverişli olmaması ortaya çıkmaktadır. Kamudan görüşme yapılan bir kişi tatil yapamamasının sebebi olarak ekonomik yetersizliği göstermektedir. Alanyazında da maddi imkansızlıklar, Birleşik Krallık'taki insanların

tatile çıkamamalarının önemli bir sebebi olarak gösterilmektedir (McCabe, 2009). Dolayısıyla tatilin yapılabilmesi için, hangi kaynaktan sağlanırsa sağlansın maddi imkana sahip olmak önemli bir ihtiyaçtır.

Güvenlik: Diğer bir ihtiyaç olarak gidilecek yerde barışın olması, terörün olmaması, doğal afetlerin olmaması, güvenlik olması ortaya çıkmaktadır. Özellikle barış faktörünün turizmin gerçekleşmesindeki önemi aşağıdaki yorumlarda da vurgulanmaktadır.

“...rahat istediği gibi gidip gelebilmesi ve o şehre, o ilçeye güven duyması... insanların fiziki düzenlemelere dair ihtiyaçlarının karşılanması...” (Kamu1)

“...turizm birinci neden olarak bir barış sektörü. Yani dünyada barış olması lazım. Dünyada insanlar birbirleriyle iyi geçinecek, kavga olmayacak, savaş olmayacak, huzurlu olacaklar. Barış olmadan insan başka bir ülkeye gitmez.” (Kamu5)

Kandırılmamak: Bir diğer güvenlik ihtiyacı ödediğinin karşılığını almak ve aldatılmamak açısından insanlarda gidilen yerin ve satın alınan hizmetin güven yaratmasıdır.

“Biraz da sosyal turizmin yayılmamasının nedenlerinden biri de verdiği paranın karşılığını alamayacak hizmet beklentisinde oluşlarından da zaten kıymetli olan ekonomik girdilerinin bir de bilmedikleri yanlış bir amaca hizmet etmelerinden korkmaları ve ürküntüden dolayı da çıkmamaktadır veya bildikleri yerlerden gitmemektedirler.” (STKÖzel1)

Sosyal tesislerin herkes için ulaşılabilir olmadığını, yeniden ele alınıp rehabilite edilmesi gerektiğini destekleyen birçok görüş bulunmaktadır.

*“Devletin elinde sosyal dinlenme tesisleri ve kamplar adı altında **atıl kalmış**, bürokrasinin elinde olan, maalesef **dar gelirli vatandaşlarımızın hiç girmeye şansı olmadığı**, çok ciddi tesisler var. Devlet, bu kamplardan maalesef şu anda **zarar ediyor**. Çok ucuza, 1 liraya 2 liraya 3 kap yemek alıyorlar, buranın elektriğini, suyunu, buradaki personelin maaşlarını, burdaki gelirler kapatamıyor bile.” (STKÖzel1)*

*“...mesela bugün bir tarım kampı var. Sadece **kurum personeli** geliyor. İşte tarım bakanlığının. Bazen kaymakamın misafiri geliyor, bizden rica ediyor, oraya yerleştirmekte zorlanıyoruz.” (Kamu2)*

*“Onlar (sosyal/kamu dinlenme tesisi kullanıcıları) artık bu iptidai ortamda ve şartların son derece günün standartlarının altında kalan bu yerlerde olmak istemiyorlar. Aldıkları hizmetin de **kendilerine yakışır** olmasını istiyorlar.” (STKÖzel1)*

“Sosyal turizm hakkında biz Türkiye’de sektörün kendi kendini denetlemesini sağlarsak, vatandaşımız da vereceği ücretin karşısında nasıl bir hizmet alacağının güvencesini alırsa sosyal turizmin bütün tabana yayılması konusunda da bir son derece ileriye dönük olarak tüketicinin beklentisinin doğrultusunda bir ürün gamı yaratıp onun da denetimini yapan bir sektör haline gelmiş olacağız.” (STKÖzel1)

Ödediği paranın karşılığında günün şartlarına uygun standartlara sahip, insanca yaşanabilecek şartlarda bir hizmet alabilmenin kullanıcı açısından önemli olduğu belirtilmektedir. Bu standartları sağlayabilmek için sektörün yasal düzenlemeler gözden geçirilerek güncellenip kendi kendini denetleyen bir hale kavuşturulmasının önemine dikkat çekilmektedir.

“Tüketici doğru şeyleri talep ederek terbiye eder kar peşinde koşanları, tüketici haklarının önemi buradadır. Bir tarafta da yurttaş oy peşinde koşanları terbiye eder, doğru şeyleri isteyerek.” (Danışman 1)

Sosyal/kamu dinlenme tesisleri ya da kamplarının atıl durumda kalmasının, artık rağbet görmemesinin de aslında insanların tüketici olarak hak ettiğine inandıkları fiyat ve hizmet (ve/veya ürün) kalitesi arasındaki dengenin sağlanmasını beklediklerinden dolayı olduğu vurgulanmaktadır.

İyi oluş (Well-being): Görüşmelere göre diğer önemli ihtiyaç ise dinlenmek, rahatlamak, huzur ve mutluluk bulmak, fiziksel ve ruhsal olarak iyi hissetmek ve dolayısıyla sağlığına kavuşmak olarak dile getirilmektedir. Bu görüş, sosyal turizmin bireylerin iyi oluşu ve yaşam kalitesini arttırmak amacının olduğunu belirten Ferri, Durá ve Garcés (2013) tarafından da desteklenmektedir.

“...turizm bugün özellikle teknolojik dünyada..., şehirlerde kümeleme yapmış olan insanların doğayla kucaklaşabilmeleri ve yüksek teknolojiyle birlikte masa başında fazla zaman ayırdıkları için gerçekten ait oldukları yer olan doğayla birleşip hiç olmazsa mevcut streslerini ve şehir sıkıntılarını üstlerinden atmaları için ...bir lüks olmaktan çıkıp bir ihtiyaç haline gelmiştir.” (STKÖzel6)

“İnsanlar kendilerini evlerindeki gibi yaşayabilecekleri, daha rustik, daha küçük, daha ufak, daha hoş, daha otantik mekanlarda daha yeşille doğayla iç içe girmiş mekanlarda geçirmek istiyorlar.” (Kamu 5)

*“İnsanlar geldikleri sınıftan bulundukları sosyal katmana kadar, entelektüel anlamda veya ekonomik anlamda hangi çeşitte olurlarsa olsunlar, **baskalarını tanımak, başka şeyler görmek ihtiyacını** hissedeceklerdir. Bu ihtiyaç varolduğu sürece de turizm olacaktır. Ve dolayısıyla kaçınılmaz olarak insanlar **yer değiştirme güdüsünü, ihtiyacını** [hissederler].”, “Hani halamın evine gelir*

gibi geleceğim, evler de olsa. Böyle, bana ayrıldığını bildiğim odalar [olmalı].”
(Danışman 1)

İnsanın kendini iyi hissetmesi için, şehir ve iş yaşamının stresinden uzaklaşmanın, hava değişikliğinin, yer değişikliğinin bir lüks değil bir ihtiyaç halini aldığı vurgulanmaktadır. İyi oluşa katkıda bulunması açısından insanların, hayatın stresinden uzakta, İzmir’de şehir merkezinden uzak olmayan ilçe ya da köylerinde bulunabileceği gibi daha otantik, doğanın ve yeşilin içinde, kendi evindeki gibi rahat hissedebilecekleri yerler önerilmektedir. Yer değiştirmenin, başka insanlar ve kültürlerle karşılaşp kişisel deneyimini yaşamının insanın iyi oluşuna, kendini iyi hissetmesine bir katkı yaptığı vurgulanmaktadır.

Fiziksel, kültürel ve sosyal ihtiyaçlar: Sosyal turizmde ve genel anlamda turizmde talebin gerçekleşmesi için diğer bazı ortak ihtiyaçları vardır ki bunlar temel fiziksel, kültürel, sosyal ihtiyaçlarının karşılanması gibi gereksinimlerdir.

“Turizm dediğiniz zaman, insanın yaşam şekli [aklınıza gelir]. İnsanlar niye seyahat ederler? Farklı yerleri görmek, farklı kültürleri yaşamak, farklı yemekleri yemek, farklı dildeki insanlarla konuşmak, farklı inançtaki insanların yaşantılarını görmek, o inançların kültürlerini görmek, farkında olmak [için seyahat ederler].” (Kamu5)

“Dinlenmeye ve tatile olduğu kadar eğlenmeye de ihtiyaçları var.” (Kamu1)

“...başkalarını tanımak, başka şeyler görmek ihtiyacı.” (Danışman 1)

Talebin diğer ihtiyaçları arasında ise gezme, görme, hem kendi yakın çevresindeki hem de farklı kültürleri, lezzetleri tanıma, dinlenme, eğlenme sayılmaktadır.

Turist tercihlerinin çeşitlenmesi: Tatile daha önce gitmiş ve bu deneyimi yaşamış olan yerli turistler için de ihtiyaçlar değişiklik göstermektedir.

“Avrupalılar senede bir sefer, uzun ve uzak mesafeye tatile gidiyorlar, ama en az iki sefer de yakın mesafeye tatile gidiyorlar. Biri de kış oluyor bunun. Benim tanıdığım Türkler de var örneğin bir tatilde keşif amaçlı diğerinde dinlenme amaçlı yılda en az iki kez tatil yapan.” (Danışman 1)

Türkiye’de tatili önceden deneyimlemiş olan insanların yılda birden fazla kez tatile gitme imkanına sahip olmaları halinde, bu imkanların birini daha çok fiziksel

güç sarfetmeyi gerektiren kültür, gezme, görme, keşfetme tatili olarak; diğerini de dinlenme tatili olarak en az iki farklı şekilde yapmayı tercih etmeye başladıkları belirtilmektedir.

Aktif olma: Gidilen yerdeki kültürel yaşayışın deneyimlenmesi anlamında *tematik turizm* adı altında *tarım turizmi* gibi dünyada farklı turizm şekillerinin oluştuğu, sürdürülebilir sosyal turizmin bu türünün yerli kültürle gerçek bir alışverişi sağladığı vurgulanmaktadır.

“Evet, Dünya’da şöyle bir trend var: Artık, deniz kum güneş turizmi dünyada yavaş yavaş gündemden ayrılıyor. Bir kere insanlar tematik turizm istiyorlar. Yani insanlar farklı şekillerde turizme katılmak istiyorlar. Mesela agro-turizm²³. Bugün gidiyorsunuz, İtalya’nın Toskana Bölgesinde, bir bağda üzüm toplanırken, çalışıyorsunuz. Siz Avustralya’dan kalkıyorsunuz gidiyorsunuz, Amerika’dan geliyorsunuz, Türkiye’den geliyorsunuz, orada çalışıyorsunuz. O insanların işine orada katkıda bulunuyorsunuz.” (STKÖzel6)

Hem yerli halkın hem de ziyaret edenlerin kazan kazan modeliyle faydalandıkları bu turizm türünün, bir yabancı grubun getirilerek Ege Bölgesi’nde denendiği de bildirilmektedir. Bu örnekte, ziyaret edenlerin tarlada çalışıp çalıştığı ücretle ören yerlerini ziyaret edip konaklama ve ulaşım bedellerini karşılayabildiği, yerli halkın da aynı anda işgücü ve gelir elde etme olanağına kavuşmuş olduğu görüşme yapılan kişiler tarafından bildirilmektedir. Bu, yerel ekonominin hareketlenmesine de katkıda bulunan bir modeldir.

3.4.6. Sürdürülebilir Sosyal Turizm Paydaşları ve Roller

İzmir’de ve Türkiye’de turizmle ilgili olan birçok ortak sorunun paydaşlarla ilgili sebeplerden kaynaklandığı görüşme yapılan kişiler tarafından dikkat çekilen bir durumdur. Bu sorunlar çözülmeden sosyal turizmle ve diğer turizm türleri ile ilgili yol alınamayacağı, öncelikle yapılan hataların düzeltildikten sonra sağlıklı bir turizm stratejisi geliştirilebileceği ve sonrasında sosyal turizm de yapılacaksa bu stratejinin içinde konumlandırılabilmesi vurgulanmaktadır. Bu durumla ilgili, yapılan görüşmelerden çıkarılan sonuçlara göre, paydaşlar ve rollerinin doğru anlaşılabilmesi ya da doğru bir biçimde yürütülebilmesinden kaynaklanan farklı

²³ Tarımsal turizm, tarım turizmi

sorunların neler olduğu ve bunlara nasıl çözüm önerileri getirildiğine dair yorumlar bu kısmın konusunu oluşturmaktadır. Şekil 13'te görüşme yapılan kişilerin yorumlarına göre şekillenmiş olan sosyal turizm uygulamalarında yer alabilecek paydaşlar ve rolleri yer almaktadır.

Şekil 13: Sürdürülebilir Sosyal Turizm Paydaşları ve Roller



Sürdürülebilir turizmde, eskiden olduğu gibi paydaşların hiyerarşik ya da katmanlı olarak değil, birbiriyle geçişlilik arz eden etkin iletişim içinde olduğu yapıyla venn şeması şeklinde gösterilebileceği alanyazından da desteklemektedir. İlgili kaynakta, sürdürülebilir turizmin Dünya Turizm Örgütü tarafından üç paydaş - turizm endüstrisi, çevre destekçileri, halk - içeren venn şeması yer almakta ve ayrıca bu üç paydaşa kamu sektörü, gönüllü sektörü, evsahibi halk, medya ve turistin de eklenmesi gerektiği belirtilmektedir (Swarbrooke, 2009: 150). Dolayısıyla,

sürdürülebilir turizm kapsamında sosyal turizmin paydaşları ve rolleri de gösterilirken aynı yöntem uygulanmıştır (Şekil 13).

Sosyal turizm uygulamalarını gerçekleştirebilme noktasında **paydaşların katılım düzeyine** ilişkin sorunlar şu şekilde dile getirilmektedir:

“Bunun nedeni, Türkiye’de kamu erkinin tepeden inmece bir zihniyetle, yukardan bakarak, [işlemesi]. Bunu buraya yapayım... Biz ordan yol yapalım. Sen gidip gördün mü kardeşim orayı? Gideceksin, bakacaksın, git oraya! Sorun bu! Bunu yaparsanız sosyal turizm gelişir. Aynı şey İzmir için de geçerli.” (Kamu5)

Burada siyasi, politik ve bürokratik teamüllerin, bazı konularda harekete geçmek ve gerekli uygulamaları uluslararası standartlara uygun kalitede ve profesyonellikte gerçekleştirmek konusunda tıkanıklığa yol açtığından bahsedilmektedir.

Bunun çözümü olarak da proje ya da operasyon öncesi, süreci ve sonrası tüm karar alma ve uygulamaya geçirme evrelerinde; devletin öncülüğünde, tüm siyasi ve sivil toplum kesimlerini de içeren paydaşların dahil edildiği; etkili, katılımcı, sosyal bir sistemin oluşturulması gösterilmektedir. Görüşme yapılan tüm kamu ve sivil kurumların yetkilileri bu konuda aynı fikri paylaşmaktadır. Bu görüş alanyazından, hayır kurumları ile özel sektörün turizm endüstrisinde birlikte çalışmak için yollar araması gerektiğini savunan Hunter-Jones (2011) ile de uyum sağlamaktadır. Bununla ilgili bir yorum şu şekildedir:

“Devletin bu anlamda öncü rolünün olması lazım. Turizmcilerin bu anlamda halkın ve milletin bilinçlenmesi için ortak çalışması lazım. Her şeyi devletten beklemek de doğru değil. [Özel sektör de] devlete ne yapması gerektiğini, nasıl yapılması gerektiğini ve birlikte hareket edilmesi gerektiğini anlatmalı[dır]. Çünkü ben şuna inanıyorum ki kamuyla özel sektör, sivil toplum ve orda yaşayan halk bir araya gelip beraber karar verip uygulamaları beraber yaparlarsa turizmde sosyal turizm olgusu çok daha [etkili] gelişir.” (Kamu5)

Görüşme yapılan kişiler tarafından dikkat çekilen bir husus, **Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın yapısı** itibarıyla günün gereksinimlerini karşılamada **hareket alanının sınırlı** kalmasıdır.

“Turizmin en büyük sorunlarından biri defakt olaylardır. Mesela bu Ukrayna Rusya krizi bir defakt olaydır. Bu defakt olaylara karşı bizim aktif olarak tepki göstermemiz gerekiyor. Ancak şu anda Kültür ve Turizm Bakanlığı, Kültür ve Turizm’i birarada barındırıyor. Bir an önce; birbirleriyle bağımlı, birbirleriyle iç içe ama birbirlerini tökezlemeyecek şekilde ayrılması gerektiğine inanıyoruz. Bütçe geçişkenliklerinden dolayı kültür turizmden ayrı davranmaktadır. Ama turizm dinamik ve aktiftir çünkü defakto durumlara karşı her an karşı karşıya

kalabilir. Kültür ise daha sürdürülebilir daha uzun mesafelerde yol alabilen bir türdür... Hepimizin bildiği gibi devletin bütçelerinden destek vermek yasa ve kanunlarla olduğu için, bu tür uygulamalara karşı, defakt olaylara karşı aktif hareket alamıyoruz.” (STKÖzel1)

“Türkiye’de Kültür ve Turizm Bakanlığı eli kolu bağlı bir bakanlık. Diğer bakanlıklardan kopuk. Kültür ve Turizm Bakanlığının “commissariat²⁴” gücünde olması lazım.” (STKÖzel 2)

“...mevzuat değişikliği, anlayış değişikliği [gerekmektedir]. Turizm planları her bölge için ayrı ayrı yapılmalı[dır].” (Danışman 1)

Günün ihtiyaçlarına uygun bir yapılanmanın oluşabilmesi için bazı yasal düzenlemelerle güncelleştirmelere gidilmesi gerekliliğinin altı çizilmektedir. Turizm sektörünün hızla değişen dünya olaylarına karşı hızlı önlem alabilen, karar alıp uygulamaya geçirebilen, kararlarını uygulatabilen ve uygulanmayanlara da yaptırımını yapabilen güçlü bir bakanlık haline dönüşmesi için de öneriler bulunmaktadır. Bunlardan bir tanesi Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın ayrılmasıdır. Kültür Bakanlığı’nın daha durağan, Turizm Bakanlığı’nın ise daha hareketli bir doğasının olduğu, bu nedenle de Kültür işlerinin turizm işlerini yavaşlattığı da bir diğer iddiadır.

Bakanlıkla ilgili sorunun saptanarak aktif ve etkin çalışan bir hale getirilmesi için turizm meclisi gibi turizm paydaşlarının tümünün aktif olarak yer aldığı bir oluşum içine girilmesi ve **yasaların yeniden yapılandırılması** bu anlamda önerilmektedir.

*“Dolayısıyla...eğer, kendi yasamız çıkmış olsaydı, yani turizmcilerin yasası çıksaydı ve Türkiye’de konaklama sektörünün yasasıyla beraber Türkiye Turizm Meclisi kurulsaydı idi, bu meclise havayolu, rehberler, konaklama sektörü ve seyahat acentacılarından oluşan hepsinin tek çatı altında birleştiği bir turizm meclisi olsaydı ve bu turizm meclisinin de bir **yasası** olsaydı, krizlerde daha çabuk tepki alıp, o ülkelere gidip daha hızlı tanıtım atakları yapıp belki de o ülkelerdeki tur operatörlerini veya ulaşım firmalarını yaratılan bütçeden daha kolay ve daha hızlı özel sektör mantığıyla destekleyerek (başarılı) olabilirdik.” (STKÖzel1)*

Ayrıca eğer sosyal turizm ile ilgili uygulamalar yapılacaksa bakanlığın ilgili olduğu belirlenen başka bakanlıklarla örneğin; Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı,

²⁴ Fransızca’da polis, emniyet

Sağlık Bakanlığı, Çevre Bakanlığı gibi bakanlıklar ile de esnek bir çalışma programı uygulayabilir hale gelmesi önem taşımaktadır.

Kamuda çalışan **memurların sabit görev ve yetki sınırlılığı** sebebiyle kullanılamayan **bütçelerin geri iade edilmesi** diğer bir sorun olarak dile getirilmektedir.

“Turizm departmanında/ofisinde çalışan beyaz yakalı memur, hiçbir şey bilmiyor. Yani demek istediğim asıl sektörün içinde yaşamıyor, sektöre dokunup, hissedemiyor. Sadece verilen görevini yapıyor ve maaşını alıyor.” (STKÖzel7)

“Ondan sonra da ben bu konuda ısrar edince, (Kent Konseyi) ‘Bunlar akçeli işler biz bunlara girmeyelim’ dediler. ‘Kardeşim ben bu parayı görmeyeceğim ki’ dedim. Bu para, derneğe girilecek, dernek de bir o kadar parayı, O kadar kişinin eğitimi, ... odasına para vereceksiniz, malzemeye para vereceksiniz, 6 ay sürede artı, organizasyon yapacak dernek bir o kadar para koyuyor... ‘akçeli işler’ dedi, Ben de istifa ettim. Parayı da dernekler masasına geri yolluyoruz. İzmir Büyükşehir Belediyesi’nin Kent Konseyi. Bunlar protokol makamı. İcraat makamı değil.” (STKÖzel2)

Devlet memurlarının, kamuda çalışan görevlilerin görevinin ötesine geçemedikleri; başarısızlık, maddi kayıp olabileceği gerekçesiyle risk alamadıkları, kendine verilen görevden fazlasını yapmak için çaba sarfetmediklerini; bunun sebebinin ise yapsalar da yapmasalar da aynı maaşı aldıkları gösterilmektedir. Bu nedenle her yıl çeşitli projeler yapmak için yerel yönetimlere gönderilen bütçelerin başarısızlık kaygısıyla hiçbir şekilde dokunulmadan geri gönderildikleri de belirtilmektedir.

Bu **bütçelerin aktif ve etkin bir şekilde kullanılıp** sosyal turizm projeleri ile halkın bundan faydalandırılabilmesi için önerilen çözüm ise **kamu-özel sektörün işbirliği** yaptığı bir sistemin ya da yapının oluşturulmasıdır.

“Asıl sektörü ‘yaşayan’ özel sektördür. Bizim istediğimiz kamu-özel işbirliğidir, ancak böyle bir işbirliği çözüm olabilir.” (STKÖzel7)

“Şimdi bu konuda maalesef, engellilerden değil, engelli derneklerinden değil, özel sektör küçük veya büyük yatırımcıların teşvik edilerek [ilerlemek gerekir]. Başka bir çözüm göremiyorum ben...” (STKÖzel2)

Görüşme yapılan kişilerin büyük çoğunluğu tarafından, kısa vadeli ve sadece ticari amaçlı bakış açısının yerine, sosyal turizm uygulamalarının planlama ve yönetiminin; **uzun vadeli ve ilgili tüm paydaşlarla tüm birimlerin, sektörler arası**

işbirliğinin de dahil edildiği bir yaklaşımla yapılmasının doğru olacağı vurgulanmaktadır.

“Turizme salt ticari kazanç bakış açısıyla bakmayan, uzun vadeli, geniş perspektifli, sektörler arası iletişimin, alışverişin ve işbirliğinin de desteğini alan bir bakış açısıyla bakılmalıdır.” (STKÖzel7)

Burada sosyal turizmde sürdürülebilirliği sağlayacak uzun vadeli uygulamalara örnek öneriler getirilmektedir.

“Her kolej ve/veya özel okulda belli bir kontenjan ayrılıp hiç hayatında tatil yapmamış çocukları ücretsiz yaz okullarına kabul etmeleri önerilebilir.” (STK6)

“Sadece 3 kişiden bahsediyoruz, her gün [dar gelirli] 3 kişinin ya da 3 çiftin neyse, kaldığı bir durumda ucuz verse ne olur? Hergün 3 oda zaten boştur. Şehir manzaralı odanı ver. Yıl bazlı düşünürsen bu böyledir. Yer yoksa yer yok diyeceksin. Sen pahaliya sattıysan sonuçta turizmin kuralları işleyecek. Yani yield management dediğin bu.” (Danışman1)

“Kurumların belli bir sayıda engelli istihdam etmelerinin zorunlu kılındığı gibi, termal tesislere de engelli vatandaşları ücretsiz tedavi/tatil vermeleri için kontenjan ayırmaları zorunlu kılınabilir.” (STKÖzel2)

Kolej veya özel okullarda yaz okullarında **kontenjan ayrılarak** maddi durumu iyi olmayan ailelerin çocuklarının bunlardan faydalanmasını sağlamak bu tarz önerilerdendir. **Getiri yönetimini** etkin bir şekilde uygulayan otellerin sosyal turizmi uygulayabilecekleri vurgulanmaktadır. Otellerin sürekli yüksek fiyat uygulamasıyla günde örneğin 3 odası **boş** kalmakta ise bu 3 odayı **sosyal turizm için kullanıma sunabileceği** önerilmektedir. Bir başka seçenek, fiyatı yüksek tutup odaların boş kalması yerine, odalarının bir kısmını sosyal turizme ayırıp **daha düşük fiyatlar uygulayabileceği** önerisi getirilmektedir. Otellerin **düşük sezonda** ya da doluluk oranlarının düşük olduğu dönemlerde boş kaldığından emin oldukları odalarını yine dar gelirli insanların hizmetine sunması mümkün olabilir. Ayrıca termal tesislerin de **engellilere** aynı şekilde kontenjan ayırmaları, tesislerde engellilere istihdam edilebilmeleri için **kadro ayrılması** da bu tip uygulamalara örnek gösterilmektedir.

Turizmin, personel tarafından **sadece görev olarak** algılanmasının eksik bir anlayış olduğu görüşme yapılan kişiler tarafından bir başka sorun olarak vurgulanmaktadır.

“... turizm yalnızca turizmcilerin, yalnızca kamunun, yalnızca yerel yöneticilerin yaptığı bir iş değildir.”, “... zaten turizm bir topyekün seferberliktir. Bütün halkla, bütün yaşayan insanlarla, bütün toplumla birlikte seferber olursanız turizme gönül verirsiniz veya turizmin bilincine varırsanız o zaman çok ciddi faydalar ortaya çıkar. Bir de turizm ciddi bir kalitedir. Ülkemizin yani yurtdışında kalitesi çok önemlidir. Toplam bilinirliği çok önemlidir. Bu toplam kaliteniz aşağı düşerse, sürekli gelen ziyaretçi sayısında kaçma olur. Toplam kaliteniz yukarı çıktıkça hem sayı artar hem kaliteli misafır gelir.” (Kamu5)

“Bu algı sağlanabilir. Eğer, **doğru turistik işleve inandırırsan** turizm onun hayatını[n bir parçası olur]. Mesela pansiyonculuğu niye önemsiyorum işte, herkesin pay aldığı bir yerde, yani pansiyonda kalan bir insanın kirlettiği zaman dışarıdaki adam ‘**Niye atıyorsun çöpü!**’ diye rahatsız olacak. **Turizmin ilerletici yönü** burada karşımıza çıkıyor. Bu algıyı sağlamak için **eğitim şart.**” (Danışman1)

Turizmin sadece belli bir kesimin görev veya işi olarak değil toplumun tümü tarafından benimsenmesinin elde edilecek faydanın artmasını sağlayacağı belirtilmektedir. **Turizmin doğru olarak algılanması ve turizm bilincinin oluşmasının** yolunun **eğitimden** geçtiği vurgulanmaktadır. Ayrıca turizmden pay alan yerli halk, gelirinin sürdürülebilirliğini sağlamak için çevreyi ve kültür varlıklarını, gelenek ve göreneklerini koruyacaktır. Gelen yerli veya yabancı turiste o yerin tanıtılması ve iyi anılarla, izlenimlerle o yerden ayrılmasını sağlamak orada yaşayan insanların tümünün elindedir. Dolayısıyla, **toplam kalite bilinciyle**, herkesin dahil edildiği bir turizm anlayışıyla, herkes bu ülkeye buraya gelen turistin olumlu bir izlenim kazanması bilinciyle hareket edecek, ona göre eylemlerini şekillendirecektir.

3.4.6.1. Kamu ve Özel Sektör İşbirliğinin Önemi

Sosyal turizmin nasıl yönetilmesi gerektiğiyle ilgili önemli adım ve unsurlar burada görüşme yapılan kişiler tarafından bildirilmektedir.

“Turizm endüstrisine nasıl yaklaşılması gerektiği konusunda dikkatli olmak gerekmektedir. Bu ‘çabuk zengin olma’ endüstrisi değildir. **Zaman alır**... Bu bir **uzun süreli politikadır.**” (STKÖzel7)

“Bence iyi bir endüstri özel sektöre yönetilmelidir. Çünkü asıl endüstrinin içinde olan insanlar onlardır. Öz düzenlemeli (self-regulated) olmalıdırlar. Bilirsiniz. **Devlet** yukarıdan görür ve : ‘Dinle, Seni izliyorum!’ der ve ‘Ne istersin?’, ‘Sana nasıl yardımcı olabilirim?’ der. Turizm bölümündeki devlet

*memuru... sektörle gerçekten çalışıp hissedip yaşamaz, dokunmaz. Sadece (görevini) yapar... İstedığımız **devlet-özel sektör işbirliği**dir.” (STKÖzel7)*

Öncelikle turizmin uzun vadeli planlanması gereken bir yapısı olduğu vurgulanmaktadır. Bu yapının yönetiminde kamunun karar alıcı, kural koyucu, denetleyici, yol gösterici olduğuna, özel sektörün ise bu kurallar dahilinde sektörün işlerliğini sağladığına, kar amaçlı çalıştığına; bu ikisinin işbirliği ve koordinasyon içinde çalışmasının gerekliliğine dikkat çekilmektedir. Ayrıca turist üzerinde araştırmalar yapılarak turistin istek, beklenti ve ihtiyaçlarının saptanmasının uygun olacağı, bunlara paralel olarak hareket ederse turizm sektörünün daha başarılı olacağı vurgulanmaktadır.

3.4.6.2. Sivil Toplum Kuruluşlarının Önemi

Kamuoyunun temsil yeteneğinin de büyük bir eksiklik olarak İzmir’de varolan sorunlardan biri olduğuna dikkat çekilmektedir.

“Sivil toplum örgütleri biliyorsunuz gelişmiş ülkelerde stratejileri belirleyen, devlet yapılarını bile belirleyen çok önemli kurumlardır. Ülkemizde de bunun ciddi bir şekilde ağırlığını hissettirmeliyiz. Sivil toplum örgütleri oradaki (İzmir’deki) dinamikleri harekete geçirmeli. Belediyeleri harekete geçirmeli, kaymakamlıkları harekete geçirmeli, üniversiteleri alarak, üniversiteleri harekete geçirmeli. Biz turizmin her alanında zaten olması gerektiği gibi varız. Zaman zaman Bakanlığı, sektörü de yönlendirici olmuşuzdur bu konuda.” (STK2)

*“Sivil Toplum Kuruluşlarının hızlı hareket etmesinin önündeki engellerden en önemlisi: **Bütçenin olmamasıdır.**” (STK6)*

Bunun arttırılması için sivil toplum örgütlerinin bütçe eksikliğinden kaynaklanan sorunları, yerel yönetimlerdeki meclislerin de siyasetten arınamaması gibi sorunlarının çözülmesi ve bu konudaki eksik olan yasal düzenlemelerin hayata geçirilmesi gerektiği vurgulanmaktadır.

3.4.6.3. Gönüllülük ve Sponsorluk

Bu kısımda sosyal turizm için gönüllükten, kar amacı gütmeyen verilen, maddi olan veya maddi olmayan desteklerden bahsedilmektedir.

“Sosyal amaçlı turlarda herhangi bir ticari kaygısı olmayan, satışı olmayan turlarda, bizim yönetmeliğimizde taban ücreti altında rehberlik hizmeti verilebilir. Aksi halde suçtur taban ücretin altında rehberlik hizmeti vermek çünkü haksız rekabete yol açar diye kanun böyle bir şey düşünmüş zamanında. Sosyal amaçlı gezilerde rehberlerin böyle bir yetkisi vardır. Yani gezinin türüne göre, grubun niteliğine göre, öğrenciler olabilir, yaşlı insanlar olabilir, kadınlar olabilir, rehberimizin inisiyatifinde ücretsiz de olabilir. Bu tür rehberlik hizmetleri verilebiliyor.” (STK1)

Sosyal turizm hizmetinin sağlanabilmesi için birtakım gönüllülük hizmetlerine ihtiyaç olabileceği vurgulanmaktadır. Bunların mevcut durumda gönüllü veya indirimli olarak yapılan rehberlik hizmetleri, belediyelerin sağladığı ulaşım hizmetleri, sponsorluk yapan belediye ve ticaret odası gibi kurumların yardımlarından bahsetmek mümkündür.

“Gönüllü olduğu zaman da bu bir sosyal turizm faaliyeti olur, gönüllü olmadığı zaman da bir sosyal faaliyet olur... karşılığında tabi arkadaşlarımız bir ücret alıyorlar. Ama bu alınan ücret, bunun, bu projenin sosyal bir proje olmasını engellemiyor... Ama bu para meselesi de bir emeğin karşılığı yani bu. Yani daha eski bir emeğin, eğitim emeğinin karşılığı. Sadece senin orada verdiği saatin değil, almış olduğun uzmanlığın da karşılığı... Bütçe değil sponsorlukla çalışıyoruz. Sponsorlarımızla. Mesela otobüse ihtiyacınız var... Büyükşehir Belediyesi, İzmir Ticaret Odası, Konak Belediyesi sponsorluk yapıyordu.” (STK3)

Ancak varolan gönüllülük temelinde verilen desteklerin yeterli olmadığı, bunun dışında özel sektörün de destek olması gerektiği vurgulanmaktadır. Özel sektördeki, ekonomik gücünün ciddi anlamda iyi olduğu vurgulanan kurumların sosyal sorumluluk anlamında bu desteği sağlayabilmesi için bu konunun onlara anlatılması ve desteğinin alınması için ikna edilmesi gerekmektedir.

“Ama bu ülkede çok ciddi ekonomik gücü olan insanlar var yani. Bu insanların birazcık vatansever olmaları gerekiyor yani.” (STKÖzel2)

Bu kurumların başındaki kişilerin daha sağduyulu ve vatansever olmasının bu sorunu aşmaya yeteceği belirtilmektedir.

3.4.7. Sosyal Turizm için Kaynak Kullanımı

Bu kısımda sosyal turizm uygulamaları yapılabilmesi için kaynak gereksiniminin nasıl karşılanabileceği konusundaki görüş ve öneriler incelenmektedir.

3.4.7.1. Avrupa Birliği Hibeleri ve Projeleri

“Avrupa Fonlarından”, “Projelerden de yararlanmak gerekiyor.” (STKÖzel5)

“Dolayısıyla o projelerin onay makamlarının daha objektif değerlendirmelerinin neticesinde katkıları olacaktır illa ki. Çünkü Avrupa Birliği hakaten ciddi anlamda kaynak aktarıyor ve birçoğunu biz bunun kullanamıyoruz. O karar vericilerin, programı hazırlayan, getiren, grupların, camianın genel görüşü, onların siyasetine aykırı gibi görüp tehlike gibi görüp onaylamaması, aslında ülkenin bir kaybı oluyor... Siyasetin de böyle bir gerçeği var.” (STK1)

Yukarıdaki yorumlarda AB Fon/Projeleri kaynak olarak gösterilmektedir. Ayrıca, Avrupa Birliği Hibe/Fon değerlendirme ve onay makamlarına sunulan proje önerilerinin geri çevrildiği, bu nedenle de birçok hibenin kullanılmadan geri iade edildiği ifade edilmektedir.

Dolayısıyla onay makamları tarafından değerlendirmenin siyasetten uzak ve daha nesnel yapılmasının doğru olacağı ifade edilmekte, böylelikle her yıl gelen AB hibelerinin geri iade edilmeden ihtiyaç duyulan ilgili yerlere yapılan projeler vasıtasıyla aktarılabileceği vurgulanmaktadır.

3.4.7.2. Yabancı Kaynaklı Sosyal Sigorta Kurumları

“Devletin de birtakım çalışmaları var. Bakanlıkların. Çok yavaş gidiyor. Ne yapmak istediklerini bilemiyorlar. Devletler arası anlaşmalar yaparak oradaki sosyal kurumların karşılayabildiği hasta gruplarının muhakkak ki anlaşmalarla buraya getirilmesini sağlamamız gerekiyor. Bunun da sosyal olarak kendi bütçesinden fazla bir şey çıkmadan diğer devletin sağladığı bütçeyle yapılması mümkün.” (STK2)

Bu görüşe göre, devlet tarafından yapılması istenen uygulamaların bulunduğu ancak gerektiği hızda olmadığı belirtilmektedir. Devletin bu ivmeyi sağlayabilmesi için dış kaynaklı fonlardan yararlanmasının mümkün olacağı önerisi getirilmekte, bu anlamda diğer devletlerin sosyal güvenlik kurumlarının karşıladığı kaynaklarla (3.

yaş, engelli, v.b. gibi) hasta gruplarının sosyal turizm çerçevesinde ülkemize getirilebileceğinden bahsedilmektedir.

3.4.7.3. Yerli Bireysel/Kurumsal Kaynaklar ile Devlet

Bu kısımdaki yorumlardan yapılan çıkarımlarda sosyal turizm uygulamaları için sağlanabilecek bireysel ve kurumsal yerli kaynaklara değinilmektedir.

“Halbuki eğer biz bunu müesses hale getirmek istiyorsak, o zaman, kalıcı birtakım çözümler bulmamız lazım, kalıcı bir şekilde kaynağın olması lazım. Bu da bir devlet politikasıdır.” (STK3)

“Ayrıca biraz devlet desteği gerekebilir altyapıda. Bu bir proje olarak turizm bakanlığına sunulabilir. TÜRSAB bunu destekleyebilir. Bir sürü kurum destekleyebilir aslında. Bir sürü kurulu da işin içine katmak gerekir.” (STKÖzel5)

Burada devlet desteğinin hatta sosyal turizmin devlet politikası haline getirilmesinin önemine değinilmektedir. Devletin politika olarak benimsediklerinin planlama ve uygulama aşamasında da Turizm Bakanlığı ve TÜRSAB gibi kurumların desteğinin önemi de vurgulanmaktadır.

“Sivil toplum kuruluşu olduğumuz için hiçbir yerden ekonomik bir destek görmüyoruz.” (STK6)

Sivil toplum kuruluşlarının kaynak sıkıntısı çekmesinin bu yorumla da anlaşılacağı üzere gündeme getirildiği görülmekte, bu konuyla ilgili düzenlemelere ihtiyaç bulunduğu dikkat çekilmektedir.

“Sürdürülebilir turizmi sağlamak için inovatif bir çalışmayla, varolanı rehabilite ederek turizme kazandırmak...Sadece engellileri değil...Bunu KOBİler vasıtasıyla KOSGEB vasıtasıyla veya İZKA projeleri benzeri projelerle bireyler kendileri de yapabilirler veyahut bir çatı altında toplanarak yapılabilir...” “Özel sektörün, küçük veya büyük yatırımcıların teşvik edilmesiyle olabilir. Başka bir çözüm göremiyorum ben.” (STKÖzel2)

Bu görüşle; bireyler, KOBİler, KOSGEB, İZKA gibi kaynaklar ön plana çıkmaktadır. Bu kaynaklardan yararlanılarak varolan sosyal turizm imkanlarının rehabilite edilmesi ve sosyal turizmin hizmetine sunulması önerilmektedir. Bunu

yaparken, özel sektör ve büyük yatırımcıların teşvik edilmesinin gerekli olduğu da vurgulanmaktadır.

“... kooperatifleri çok önemsiyorum bu arada... bizim burada çok aman aman sanayinin olması mümkün değil dolayısıyla butik yerlerin olması gerekir. Fakat o butiklerin de ... belli bir program dahilinde bu işi yapmaları gerekiyor. Kooperatifler özellikle satın almada ihale gibi türlü aşamaların getirdiği sıkıntılardan kurtulmamızı sağlıyor, istisnai kapsamdadırlar çünkü. İşte buradan yola çıkarak bu türlü çalışmalar yapıyoruz”. (Kamu6)

Bu yorumda ise üretilen sosyal ürün ve hizmetlerin pazarlanmasıyla ilgi olarak, bürokratik siyasi ya da diğer engellerin aşılmasında kooperatiflerin önemine dikkat çekilmektedir.

3.5. SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM KAPSAMINDA SOSYAL TURİZM VE İZMİR

Bu kısımda İzmir’de sürdürülebilir turizm kapsamında sosyal turizmin uygulanabilirliğine dair görüşmelerden çıkarılan görüş ve önerilere yer verilmektedir.

3.5.1. İzmir’de Sürdürülebilir Sosyal Turizmi Destekleyen Nedenler

İzmir’in Türkiye’de birçok konuda öncü olmuş bir şehir olduğu, bunun nedeni olarak da burada insanların açık fikirli, toplumun daha modern, yeniliğe açık olması gösterilmektedir.

“Sosyal turizm konusunda İzmir aslına bakarsanız bir öncü. Tabi muhakkak siz de duymuşsunuzdur Erişilebilir Turizm, ENAT var Avrupa Birliği’nin (önemli bir sivil toplum kuruluşudur). Büyükşehir Belediyesi üyesidir.” (STK2)

“İzmir deyince daha modern, Türkiye’nin Batıya açılan yüzü düşünülür, yani insanlar olarak da işte burdaki atmosfer olarak da. Ancak şu bahsettiğimiz konular, Batıda düşünülen, yani vizyonu Batıya dönük yerlerde olur.” (STK1)

Modern bir şehir olmasının getirdiği avantaj sayesinde sosyal turizm anlamında yeniliklerin toplum tarafından algılanıp kabul edilmesi ve uygulanmasının daha kolay olacağı ifade edilmektedir. ENAT adlı sivil toplum kuruluşunun İzmir’e ilk geliş amacı engelliler için olsa da aslında hedefi “herkes için turizm”dir.

“Turizmin herkese erişilebilir olması”dır. ENAT’ın yetkililerinin İzmir’de incelemelerde bulunduğunu birçok görüşme yapılan kişi de belirtmektedir.

İzmir’de turizm açısından çok önemli potansiyellerin olduğuna dikkat çekilen görüşmelerin tamamında Efes ve Bergama gibi dünya kültür mirasının bulunduğu belirtilmektedir.

“...bir tane Kapadokya var. Bir tane Efes var. Bir tane Meryemana’nın tescillenmiş evi var. Kabul etseniz de etmeseniz de Papa’nın bile ziyaret ettiği bir tane Meryemana Evi var. Havariler içinde St. Jean’ın Mezarı var. Bunun yanında 1 tane İstanbul var. 1 tane Priene, 1 tane Didim var. Bırakın bunları, bir tane Fethiye’si ne derler, Kelebekler Vadisi var. Yani bunlarla kim rekabet edebilecek?” (STKÖzel2)

Bunlara ek olarak, İzmir’in Yunan ve Roma dönemlerine ait birçok eski antik yerleşiminin izlerini barındırdığı, İzmir’de ve ilçelerinde deniz-güneş-kum turizmi açısından da kültür, termal ve sağlık, inanç turizmi açısından da büyük potansiyellerin olduğuna dikkat çekilmektedir.

“İzmir’in önünde çok önemli fırsatlar var özellikle termal ve sağlık turizmi açısından çok önemli fırsatlar var.” (Kamu5)

“...kaplıcadan tutun, kür merkezleri, çünkü İzmir’in çevresinde ciddi sıcak su var. İzmir’in her tarafında var. Bu işin mesela İzmir için çok önemli çıkış noktalarından biri olabilir bence. Balçova’dan tutun Dikili’si yani.” (STKÖzel4)

“Gerçekten yani bu kadar şeyi bir arada yani hem bir yemek kültürü hem tarihsel kültür, mitolojik kültür, iklim, herşeyin bir arada olduğu ülke yok.” (STKÖzel5)

“Amerika’da 9 tane Smyrna diye yerleşim birimi var. Onlarca Smyrna köşk var Amerika’da. Çünkü vahiy bölümü Amerikan Katoliklerini çok yakından ilgilendiriyor.”, “...inanç yolculuğu da mevcut İzmir’de. Bu inanç yolculuğu şöyle başlıyor, Erithrai’de, Ildırı’da zamanın en önemli kadın kahini yaşıyor... Cybil of Erithrai... Roma İmparatorluğu ona kehanet kitaplarını sipariş ediyor... Mikelanjelo’nun Erythrai’de Cybelin bir duvarı süsleyen muhteşem bir tablosu var... Akrostişi ilk kullanandır dünyada. Ahmetbeyli’ye gelelim, Klaros suya bakarak suyu okuyarak kehanette bulunan çok önemli bir kehanet merkezidir. Fakat, bu tarafa bakarsak ana Yunanistan medeniyetle arasında çok önemli bir fark var: Ana taraf aristokrat, burası demokrat.” (Danışman2)

“Stephan Hawking’in... kitabı yayınlandı. Evrenin oluşumuyla ilgili anlatıyor. Ben kitabı çok beğendim almıştım. Okuyordum...26. Sayfasına geldim. İzmir’i anlatıyor. Yani Ege, o kısmı geçiyor, İzmir o kısmı koyu mor renkte. Diyor ki: bugünkü evrenle ilgili düşüncelerim, bilimsel her türlü geldiğimiz nokta, İyonya’dan bu koyu işaretleyeceğim o zamanki adı **Smyrna olan yerde doğan ve gelişen fikri geliştiren astrofizikçilere** aittir. Şimdi bir tane **etkinlik yok ki İzmir’den dünya astrofizikçilerini buluştursun, bu hikayeyi taçlandırınsın.**

Çandarlı'da şimdi adamın adı aklıma gelmedi kitapta, bir astrofizikçi var. O ilk kez küreyi tarif ediyor. Yani diyor ki bu bak şış soksak buradan çıkar. Nasa önemli bir kratere onun adını veriyor.” (Danışman2)

Görüşme yapılan kişiler, profesyonel bir bakış açısıyla bakıldığı takdirde, İzmir'in turizm açısından potansiyellerinin çok yüksek olduğuna, yeni turistik ürün ve hizmetlerin oluşturulabileceğine dikkati çekmektedirler.

“İyi ki İzmir, turizm adına henüz tükenmemiş. Yeni bir turizm mümkün”, “Türkiye’de, çok insanın, yaz günü, baharda kordon boyunda İzmir’in başka bir bölgesinde, Karşıyaka’da şöyle bir yürüyüp bir bira içmeyi isteyeceğine eminim yani bunun için insanlar gelir. Bu yeterince büyük bir üründür”, “Buranın bir ruhu var.” (Danışman 1)

İzmir’de denizi muhakkak kullanmalıyız. Hatta Doğal Yaşam Parkı’na deniz yoluyla göndermeliyiz insanları. Kuş cennetine muhakkak ki götürmeliyiz. Bisikleti daha kullanılır kılmalıyız turistler için de burada. Yani bunlar çok önemli şeyler. Körfez turu ... oluşturmamız muhakkak ki. Bu “citybus”ları bile ortaya çıkarırken iki yıl önce filan Eshotla çalıştığımızda, acaba olur mu olmaz mı olur mu olmaz mı 7’ye ulaştı şu anda. Ve İzulaş’ın en çok para kazandığı bir şey oldu.” (STK2)

İzmir'in şehir merkezinde sadece gezinti yapıp huzurlu bir şekilde içeceğini denize bakıp yudumlamanın bile bir turistik ürün olarak sunulabileceğine dikkat çeken yorumlara göre, İzmir’de, turizmde bugüne kadar istenen düzeyde getiri sağlanamamış olsa da İzmir'in şansının varolduğu savunulmaktadır. İzmir’de denizin farklı amaçlarla kullanılarak yeni turizm ürünleri üretilebileceğine, turizmde doğanın koruma kullanma dengesiyle daha etkin kullanılabileceğine dikkat çekilmektedir.

“...İzmir’de gençlik turizmini kabul edecek bir yaşam kültürü var. İzmir, dışarıdan geleni dışlamayan bir şehir. Birçok kültürü içinde barındırabilme kodlarında var. Yani bugün İzmir, Levanten kültürünü, Musevi kültürünü, Rum kültürünü kendi içinde eritip, bir İzmir kültürü oluşturmuş olan bir şehir.” (STKÖzel6)

Ayrıca İzmir'in tarih boyunca yaşayış olarak kentini seven, kentine gelenleri dışlamayan, farklı kültür, ırk, dine mensup olan insanların birbirine, birbirinin değerlerine saygı duyan, birarada huzurlu ve barış içinde yaşadığı, “İzmirli” kimliği altında bulunduğu, böyle bir medeni yaşayış ve bakış açısına sahip olan bir topluma ve ortama sahip olduğunun altı çizilmekte, bunun hatırlatılıp ön plana çıkarılmasının turizm açısından da değer ve önem taşıdığı belirtilmektedir.

“Ticaret Odalarında turizm bölümü genelde yoktur İzmir’de var. Bu ve “Yıl oniki ay turizm sloganı” da ticaret odasının turizme vizyonunda verdiği büyük payı gösteriyor.” (STKÖzel3)

Bu yorum, Ticaret Odası’nda turizm bölümünün olması ve turizmin önem verilen bir sektör olduğu için İzmir’in; ticaret odasında turizm bölümü olmayan Avrupa da dahil olmak üzere birçok rakip şehre göre avantaja sahip olduğunu göstermektedir.

3.5.2. İzmir’de Sürdürülebilir Sosyal Turizmin Önündeki Sorunlar ve Çözüm Önerileri

İzmir’de turizmin önündeki başlıca engelin sektörün paydaşlarının hatalı hareketleri olduğu belirtilmektedir.

“İzmir bugün yılgın. Biraz da kırık. Sanki hiçbirşey olmuyor, olacak bir şeyi de yok, bir türlü olamıyor gibi. EXPO deneyimlerinden, kayıptan doğan önemli bir yılgınlığı var. Hep konuşulmuş, bir şey olmamış projeler yani...Kopuk kopuk herkes bir şey yapıyor...Günü kurtarmakla meşgulken geleceği inşa etmeyi ıskalıyoruz...her bir sezon aynı kaygıları taşıyarak, aynı tartışmalarla dönegelen bir kısır döngü var şehirde. Türkiye’de de bu mevcut.” (Danışman2)

Aynı kısır döngüyle aynı hataların tekrarlanmasından ötürü her sezon aynı kaygılarla karşı karşıya kalındığından bahsedilmektedir. İzmirli birçok kişinin kendi fikirlerini uygulamaya koyamadıklarından ötürü İzmir’i terk edip başka yerlerde yaşadıkları belirtilmektedir. Ancak İzmir’in başka ülkelerden ya da şehirlerden tersine beyin göçünü sağlayacak potansiyeli olduğu da vurgulanmaktadır. Görüşme yapılan kişilere göre, yapılan stratejik yanlışlar düzeltilip bahsedilen kısır döngü aşılsa bu mümkün olacaktır.

“...logo slogan hatası yüzünden İzmir çok para kaybetti”, “...yapılanlar kopya olmanın ötesine geçmeyebilir”, “Sosyal medya yönetimi hiç yok”, “Akdeniz olma gibi birtakım uğraşları var. Bu çok yanlış bir düşünce. İzmir’i rekabetin en yoğun olduğu Akdeniz gibi bir çanağa koyarsanız, İzmir rekabetten yorulur, hazır değil. Orda tutun Barselona’dan Kuzey Afrika’daki şehirlerden, Fransa kıyısından Yunanistan’dan herkes var”, “...sosyal yapayım derken halk plajına döndürme tehlikesi olmasın turizmde...” (Danışman 2)

İzmir’de sorunların; **paydaşların bakış açısının** değişmediğinden, hatalı sloganlardan, hep aynı hataların tekrarlandığından, bu nedenle kırılgan olan üretici beyinlerin göç ettiğinden, İzmir’in yılgın insanların ümitsizliği içinde yerinde saydığından, sadece günü kurtarmayı düşünürken uzun vadeli stratejik planların yapılmadığından kaynaklandığı belirtilmektedir. İzmir’in hatalı pazarlama dilimlerinde yanlış pazarlarda pazarlandığı, Ege kültürü yerine Akdeniz rekabeti ile yorulduğu, sosyal medya yönetiminin olmadığı, farklı grupların farklı şekillerde pazarlama yaptığı, bu konuda tüm paydaşların benimsediği ortak bir mesajın bulunmadığı gibi konulara değinilmektedir. İzmir’in bu kısır döngüyü aşabilmek için içerdeki tüm paydaşlarının katıldığı bir yapıya ek olarak dışarıdan (İzmir dışından hatta yurtdışından, şehri bilmeyen tanımayan profesyoneller tarafından) profesyonel yardım alarak da desteklenmesinin uygun olacağı görüşme yapılan kişiler tarafından önerilmektedir.

“Bireysel/Kurumsal çalışmalar bireyciliği ve bölünmüşlüğüyle yetersiz kalmaktadır.” (STKÖzel6)

İzmir’de turizmin geliştirilmesi için yapılan çalışmaların münferit çabalarla yapılmasından ve **işbirliği ruhuyla** yapılmadığından ötürü yetersiz kaldığı ifade edilmektedir.

“Meslek örgütleriyle sivil toplum kuruluşlarının ortak payda ve amaçta birleşmesini sağlamak gerekir. Bugüne kadarki temel sorun, meslek örgütlerinin yani bu konuları iş gibi görenlerin diğerleriyle bu konuları tartışmamasından kaynaklıdır. Mimarlar odasıyla, baroyla, mühendislerle, çevrecilerle, tüketici örgütleriyle, aynı amaç ve fayda konusunda araya gitmezsen, o zaman herkes birbirinin önüne taş koymaya çalışır. Olan da budur.” (Danışman 1)

“...gündelik ve artık çok köhnemiş tartışmalar içinde çok kaybediyor. Burada nerdeyse kanaat önderi dediğiniz kişiler 20 yıldır aynı insanlar. Yani hep gündem aynı konu başlıklarından oluştuğu için, yeni bir fikir gelişmiyor. İnsanları yıldırıyor bu.” , “Ben her şeyi bilirim” durumu İzmir’de çok yüksek. Bu çok tehlikeli bir şey...hiçbirşeyi bilmediğiniz ortaya çıkıyor. Fikirlerle saygı az. Para harcamasını bilmiyor bu konularda. Yatırım yapmayı bilmiyor. Lüzumsuz şeylere çok fazla para kaybetti. (Danışman 2)

İzmir’deki birçok paydaş, yerel yönetim ve özel sektörü temsil eden sivil toplum kuruluşları ile odalar, turizmi bir sektör olarak kabul etmekte ve İzmir’in turizm açısından önemli bir potansiyeli olduğunu bildirmektedirler. Ancak eksik olanın, **“biz” bilinci** olduğu anlaşılmaktadır. İzmir’de turizmi geliştirmek ve bu

pastadan İzmir'e hak ettiği payı kazandırabilmek için çeşitli kurumların bireysel çabaları bulunmaktadır ancak bu bireysel çabaların birlik ve beraberlik haline dönüşmesi gerektiği belirtilmektedir.

İzmir ayrıca süregelen ve çözüme ulaşmayan uzun süreli anlaşmazlıklardan ötürü birbiriyle iletişimi kopuk olan paydaşların olduğunu, bir toplantıya katılan gruplarla o grubun katılması sebebiyle başka bir grubun katılmaması gibi durumları yaşayan bir ortama sahip olduğunu görüşme yapılan kişiler onaylamaktadır. Bunlar da İzmir'in önünün kapanmasına sebep olan ve çözüm bekleyen sorunlar olarak belirtilmektedir.

İzmir'in turizmle ilgili öncelikli olarak aşması gereken, paydaşlardan kaynaklanan sorunlarının olduğu, yukarıda belirtilen görüşlere göre dile getirilmektedir. Bu sorunlar çözüldüğü takdirde İzmir'de istenilen turizm şeklinin; bu sosyal turizm ise sosyal turizmin de uygulanabileceği belirtilmektedir. Dolayısıyla görüşme yapılan kişilerin İzmir'in turizmi için çözüm önerileri şu şekilde sıralanmaktadır:

- İlgili tüm kurum kuruluş, grup ve bireylerin dahil edildiği,
- İşbirliği ve koordinasyonun olduğu,
- Görev paylaşımı ile çözümlerin üretilip uygulamaya konulduğu bir sistem kurulup benimsenmesi ve uygulamaya geçirilmesi önerilmektedir.

İzmir'de **turist ve turizm** ile ilgili **anlayış ve algının hatalı** oluşu başka bir sorun olarak görüşme yapılan kişilerce gündeme getirilmektedir.

“Biz turizm deyince ne anlıyoruz? Dışardan gelecek turisti anlıyoruz başka hiçbirşeyi değil! Bizim turist olarak katıldığımız bir hayattan bahsetmiyoruz... Biz sadece “onlara hizmet etmeye hazırız” anlayışıyla burayı pazarlıyorsak ucuzlayacağız. Ve o zaman zaten hizmeti alan da bize değer vermeyecek.” (Danışman1)

*“İzmir'in içinde yaşayan insanlardan Bergama ve Efes'le ilgili 3'er cümle kurmalarını iste, **kültürel anlamda** buna **ne kadar sahip olduğunu** ondan sonra tartış”. (Danışman 1)*

“Örneğin İzmir Ticaret Odası ben İzmir'e 600 bin turist getirdim diyor ama bu uluslararası literatürde turist olarak geçmiyor.” (STKÖzel2)

Yukarıda belirtilen görüşlerden de anlaşıldığı gibi, İzmir’de ve Türkiye’deki turizm ve turist ile ilgili anlayış ve algıda hataların olması aslında İzmir’in bir turistik ürün ya da destinasyon olarak pazarlanmasında en önemli engel olarak ortaya çıkmıştır.

İzmir’de turizmin işleyişi ile ilgili geliştirici önlemler alınmak istese de bazı eksiklikler sebebiyle başarısız olduğu bildirilmektedir. Bu eksikliklerin neler olduğuna dair yorumlardan bazıları şu şekildedir:

“Anlayış. En temel engel zihinlerdeki engeldir. İzmir, turizmin ilk hareketlendiği yer olması, Kuşadası ile birlikte, nedeni de zaman saatinde orada takılı kalmış anlayış olarak”, “Hangi algı ve anlayıştan bahsediyorsak, sosyal turizmin niye hep sujesiyle objesini karıştırıyoruz birbirine?” (Danışman1)

“Sezon bitecek yine ağlamaya başlayacak herkes. Beni ekim kasımından itibaren ne olacak bu şehrin hali diye bir sürü konferansa çağırıyorlar. Ama nisan mayıs gelince herkes unutuyor. Bu çok acı bir şey. Biz günü kurtarmakla meşgulken geleceği inşa etmeyi ıskalıyoruz. Bütün sorun bu.” (Danışman 2)

“...herhangi bir bütçe yok maaş haricinde.” (Kamu 2)

“...hukukun üstünlüğünün olmadığı, demokrasinin olmadığı bir toplumdaysa buralara çekinerek korkarak giderler.” (Kamu 5)

İzmir’de turizm hakkında yapılan hatalı uygulamaların kaynaklandığı en büyük eksiklikler olarak **bilinç, anlayış, iletişim, bütçe ve mevzuat eksiklikleri** gösterilmektedir.

“... Şimdi elinizde böyle değerler (Efes, Bergama) var daha yeni yeni bunları Dünya miras listesine sokmuşsunuz. Demek ki çok geç farkına varılmış kıymetlerin.” (Kamu 5)

İzmir’in kendine özgü olan **turistik potansiyellerinin bilincine ve farkındalığına** ulaşıp bunların bir değer olarak algılanması ve tescillenmesinde gecikildiği belirtilmektedir.

“Yap boz vardır ya altında izini bilirsiniz siz onun. İşte o iz yok ortada... Büyük fotoğrafa ihtiyaç var. Yok öyle bir şey. Bu bir strateji. Herkes burada stratejiyi yanlış anlıyor. Bu bir şehrin gelişme, pazarlama, tanıtıp kendini anlatma metodu. O zaman sosyal de olur bu sürdürülebilir de olur.” (Danışman2)

“İzmir destinasyonu şöyle olmalı, hiç böyle bir politika yok... Türkiye’de turizm, işte her gelen yeni hükümetle her gelen yeni bakanla, her gelen yeni kadrolarla tekrar tekrar ele alınan, üzerinde farklı konuların konuşulduğu,

düşünüldüğü, turizmin farklı uçlarının tutulduğu ve hiç ortak bir paydada buluşmadığı, ayrıca turizmin aktörlerinin de bir araya gelip ortak bir görüş oluşturmadığı bir durumdadır...” (STKÖzel6)

İzmir’de belirlenmiş bir **turizm politika ya da planlamasının** ve belirli bir **pazarlama stratejisinin** olmadığı, bu nedenle de farklı turizm türleri ile ürünlerinin geliştirilebilmesi konusunda sıkıntıların bulunduğu dikkat çekilmektedir. İzmir destinasyon olarak Türkiye’nin bir parçası olduğundan dolayı Türkiye’de turizm politikalarının öncelikli olarak düzenlenmesi, daha sonra İzmir’in de bu yapıya uygun olarak bir destinasyon stratejisinin geliştirilmesi gerektiği vurgulanmaktadır. Türkiye’de turizmin sürdürülebilirliğinin sağlanabilmesi için tüm paydaşların belirlediği ortak bir turizm stratejisinin belirlenmesi gerektiği ve bunun politik değişimlerden etkilenmeyecek şekilde uzun vadeli yapılandırılmasının uygun olacağı belirtilmektedir.

“Turizm Koordinasyon Kurulu adı altında kurullarımız var. Yılda iki defa toplanıyorlar. Bu kurullarda İzmir’in bütün bu söylediğimiz paydaşlarla paydaşların içinde olduğu bu konular tartışılıyor ama bana göre yetersiz... bunun yalnızca İzmir’de değil, her ilçede mesela Çeşme, Foça, Seferihisar, Bergama dahil yapılması lazım.” (Kamu5)

“Dünya sürekli değişiyor geliyor. ... dijitalden faydalanamıyorsanız, burayı pazarlamıyorsanız, burada neler olduğunu bilmiyorsa... İletişim kanallarında bu şekilde insanlarla sosyal medyada... buluşturamıyorsanız, ...bilmediği yere gitmez insan.” (Kamu5)

Turizm koordinasyon kurullarının sadece merkezle sınırlı kalmayıp İzmir’in her ilçesi için yapılmasının uygun olacağı belirtilmiştir. Pazarlama iletişiminde günün ihtiyaçlarına uygun olan teknolojinin yeterli ölçüde kullanılamıyor olması görüşme yapılan kişilerin vurguladığı diğer bir eksikliklerdir.

Turizm ve turist konusundaki anlayışın doğru bir şekilde oluşturulabilmesine dair çözüm önerisini içeren bir yorum şu şekildedir:

“Kendimiz turist olmadan turist bekleyemeyiz.”, “Kendimizi değerli bulmalıyız. Kendisini değerli bulmayı hiçkimse değerli bulmaz. Biz turizm sektöründeki hizmet ayağında da aynı hatayı yapıyoruz. Kendisini değerli bulmayan garson doğru hizmet yapamaz.” (Danışman1)

Bu yoruma göre turist denildiğinde en çok ve en kaliteli turistin gittiği ülkeler ve destinasyonların ortak özelliklerine bakıldığında, örneğin yurtdışında Almanya ve

Fransa, bu destinasyonlarda yaşayan yerli halkın da en fazla seyahat eden yani kendisi de turist olan bir topluluktan oluştuğu ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla yerel insanın turist olduğu, **kendini değerli bulduğu, gezip görme kültürü ve deneyimine** sahip olduğu zaman, onun yaşadığı destinasyona da daha fazla ve daha kaliteli turist geleceği vurgusu yapılmaktadır. Bu amaca ulaşmada sosyal turizmin önemli bir payının olduğu ifade edilmektedir.

Sosyal turizmin altyapısının oluşturulmasında **eğitim** ve bilgi akışının sağlanmasıyla bilincin arttırılması ve yerel halkın kendi değerinin öncelikle farkındalığına ulaşması çok önemli bulunmaktadır. Bir çalışmada bu görüş şöyle desteklenmektedir: *“Öğrenen turizm kentleri yaklaşımı ile kentin iyi tanımlanması, kente ve turizme ilişkin bilgilerin tek elde toplanması, farklı kurumlar ve kişiler arasında bilgi akışının sağlanması, sürece ilişkin eğitimlerin verilmesi, kent turizminin geliştirilmesinde önemli rol üstlenen ilk adımlardır”* (Emekli, 2013: 391).

3.6. İZMİR İÇİN SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM KAPSAMINDA SOSYAL TURİZM UYGULAMA ÖNERİLERİ

İzmir’de görüşme yapılan kişiler tarafından da vurgulandığı üzere birçok kişinin; birlik ve beraberlikle koordinasyonun olmaması, iletişimin sıkıntılı olması gibi konulardan dolayı kenti terk edip değer verdiği bu kente uzak yaşamakta olduğu belirtilmektedir. Bazı kişilerin de benzer problemlere rağmen kentine verimli olacak bir şeyler yapma arzusuyla halen burada yaşamaya devam ettiği ifade edilmektedir. Bazılarının da bunu yaparken karşılaştıkları engellerden yılgın bir halde bu kentte verimsiz bireyler olarak yaşamını sürdürdüğü belirtilmektedir.

Tüm bu insanları biraraya toplayacak, işbirliği içinde örgütlenmesini ve bir planlama dahilinde çalışmalarını ve yaratmalarını sağlayacak olan; öncelikli amacı insan ve toplumun iyi oluşunu sağlamak olan ve turizmin en insancıl yönünü yansıtan bir çözüm önerisi olarak **sosyal turizm** desteklenmektedir. Bu kısımda, görüşmelerden elde edilen yol gösteren görüşlerin çizdiği çerçeveye göre, sürdürülebilir turizm kapsamında sosyal turizmin nasıl uygulanabileceğine dair çözüm önerileri ele alınmaktadır.

3.6.1. İzmir’de Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Sosyal Turizmin Yapılandırılması

*“Bir şehirde turizmin sahibi belediyedir. Bu bütün dünyada böyledir. **Belediyenin sahip çıkmadığı bir turizm şekli bir şehirde maalesef gelişmiyor.**”*
(STKÖzel6)

Görüşme yapılan kişilerin çoğunluğunun da vurguladığı gibi Avrupa’da ve dünyada devlet ve yerel yönetim özellikle şehirlerde belediye; yönetim mekanizmasında en önemli yere sahiptir. Sosyal turizm uzun vadeli politika, planlama ve sürekliliği olan bir bütçe gerektirdiği için, koordinasyonla görevli uygulayıcı birimlerin büyükşehir belediyesi bünyesinde oluşturulmasının uygun olacağı önerilmektedir.

Sosyal turizmle ilgili kurslar, kültür gezileri, festivaller ve çeşitli organizasyonlara katılım gibi bazı aktivitelerin belediyelerin *Sosyal Hizmetler Dairesi Başkanlığı* ve *Sosyal Projeler Dairesi Başkanlığı* gibi birimleri tarafından düzenlemekte olduğu görüşme örneklerinden de anlaşılmaktadır.

*“Kurslar açıyoruz belediyeden. Sosyal Projeler Şube Müdürlüğümüz var. Biz Ocak²⁵ ayına kadar aynı müdürlük içerisinde çalışıyorduk. Sosyal Projelere bağlıydık. Kursların ilerlemesi ve Kent Koleji olarak eğitim ağı olarak ayrı bir proje ve bölüm düşünüldüğü için sosyal projelerden ayrıldık. Kent Koleji Şube Müdürlüğü daha çok sanayi, turizm, sağlık alanlarında bire bir sektör temsilcileriyle görüşerek ... hangi kursa ihtiyaç var İzmir’de (saptayıp açıyoruz)... Başkanımızın bize verdiği talimat, **sağlık ve turizm alanlarındaki öncelikleri çıkartın...** Halkın bilinçlenmesi ve eğitim düzeyindeki artışı kendi kurslarımızla sağlama noktasına yaklaşıyoruz şu anda...”* (Kamu7)

Yukarıdaki örnekte, eğitim ile ilgili bir branşlaşmaya ihtiyaç duyulmasıyla farklı bir müdürlük göreve başladığı gibi, sosyal turizm için de belediyede böyle bir branşlaşmaya gidilebilir.

*“...Müzeler haftasında alıp müze turu yaptırıyoruz bütün müzeleri gezdiriyoruz. **Çocukları, gençleri ya da yetişkinleri...** Yassıcaada turları, mahallelerle çalışıp, **denize gidemeyen (maddi) durumu olmayan,** evlerinin önünden otobüsle alınıyorlar, vapura kadar götürülüyorlar, vapurdan tekrar ücretsiz olarak geçişleri sağlanıyor Yassıcaada’ya denize götürülüyorlar, tekrar oradan getiriliyorlar...”* (Kamu7)

²⁵ 2015 yılı

“Urla’da enginar festivali varsa, buradaki vatandaş da gitmek istiyorsa belediye ulaştırma imkanı sağlıyor. Büyükşehir belediyesi ilçe belediyelerle işbirliği halinde...kültür turları yapıyor...Mahalleler ve mahalle muhtarlarıyla görüşerek, onları toparlayıp, kültür turlarına ücretsiz katılmaları sağlanıyor.” (Kamu7)

Belediyelerdeki sosyal hizmet birimlerinin yaptığı bu tür aktivitelere ek olarak daha sürdürülebilir sosyal turizm uygulamalarının hayata geçirilebilmesi açısından, yeniden bazı düzenlemelerin yapılması gerekebilecektir. Bahsedilen bu birimlerin de dahil edileceği veya uygun görülmesi halinde bu birimlerle koordineli çalışacak bir biçimde, ayrı bir birim olarak **“Sosyal Turizm Dairesi Başkanlığı”** oluşturulması bu yapının etkin bir biçimde işlerliğinin sağlanabilmesi açısından önerilebilir. Bu başkanlığın diğer turizm türleri ile de bağlantılı hatta onları destekleyici olacağı unutulmamalıdır. Çünkü sonuçta kullanılacak olan ürün İzmir ürünüdür. İzmir’in tüm ilçeleriyle, beldeleriyle sahip olduğu kaynakları; güneşi, kültürü, çevresi, doğası gibi çeşitli imkanlarıdır. Bu nedenle, turizmle ilgili olan belediyenin diğer birimleriyle de koordinasyonu sağlanmalıdır. Birçoğu özel sektör mensubu olan turizm hizmet sağlayıcıları ile talebi buluşturacak olan aracı birim bu olacaktır. Bir önceki araştırma bulguları kısmında²⁶ ve ayrıca alanyazında da belirtildiği üzere; bu aracı birimin temel birimleri olan arz ile talep yapılandırma birimlerinin minimum maliyetle çalışabilmesi ve hizmetlerini etkin bir şekilde gerçekleştirebilmesi açısından; gönüllüler, hayır kurumları, sivil toplum kuruluşları, özel sektör ve benzeri örgütlerden destek alması önem taşımaktadır (McCabe, 2009; Minnaert vd., 2011, McCabe, 2005, Miller vd. 2010). Nitekim sosyal turizmde kamunun kaynaklarının tek başına yeterli olmadığı durumlarda, Birleşik Krallık (McCabe vd. 2011, McCabe, 2009) ve Brezilya (Almeida, 2011) örneklerindeki gibi bahsedilen bu diğer paydaşların desteğine başvurulması gerekebilecektir.

*“Önceden salt **kar amaçlı** bir turizm vardı, şimdi diyoruz ki daha **sosyal** olmaya çalışalım. Derken elimize yüzümüze buluşturuyoruz. Bu sefer tamamen görev amaçlı çalışıyoruz, bu ikisinin arasını nasıl bulacağız? bu kar amaçlıyı yapan kim? **Özel sektör**. görev amaçlıyı yapan kim? **Yerel yönetim**. Biz diyoruz ki bu yeni algıda ikisi **işbirliği** yapsın.” (Danışman1)*

²⁶ Araştırma Bulguları ve Analizi altında yer alan Paydaşlar ve Kaynak Kullanımı (3.4.6. ve 3.4.7.) kısımlarında

Salt kar amaçlı, salt görev amaçlı ya da salt hizmet amaçlı anlayışların olumsuzluk ve eksikliklerinin aşılabilmesi için kamu ve özel sektör işbirliğinin sağlanması önceki (paydaşlarla ilgili olan) kısımda da ele alındığı gibi, önemli bir nokta olarak vurgulanmaktadır. Burada, kaliteli ve ihtiyacı karşılayan bir sosyal turizm hizmetinin sunulması için yerel yönetimler, sivil toplum kuruluşları ile kamuoyunun (halk) ve özel sektörün, tüm paydaşların aynı hedef için çalışıp örgütlendiği bir yapının oluşturulması görüşme yapılan kişiler tarafından önerilmektedir.

Şekil 14'te İzmir'de sürdürülebilir turizm kapsamında sosyal turizmin uygulanabilmesi için önerilen yapının gösterimi bulunmaktadır.

Burada karar aşamasından itibaren arz ve talebin tüm boyutlarıyla birbiriyle iletişim halinde olan tüm paydaşlar tarafından biçimlendirildiği, hedeflenen ürünün uygun hedef pazarla biraraya geldiği etkin bir sistemin ve ağıın oluştuğu sürdürülebilir bir yapılanma örneği bu şekilde gösterilmektedir. İzleyen kısım bu sistemin nasıl işleyebileceğine dair açıklayıcı öneriler sunmaktadır.

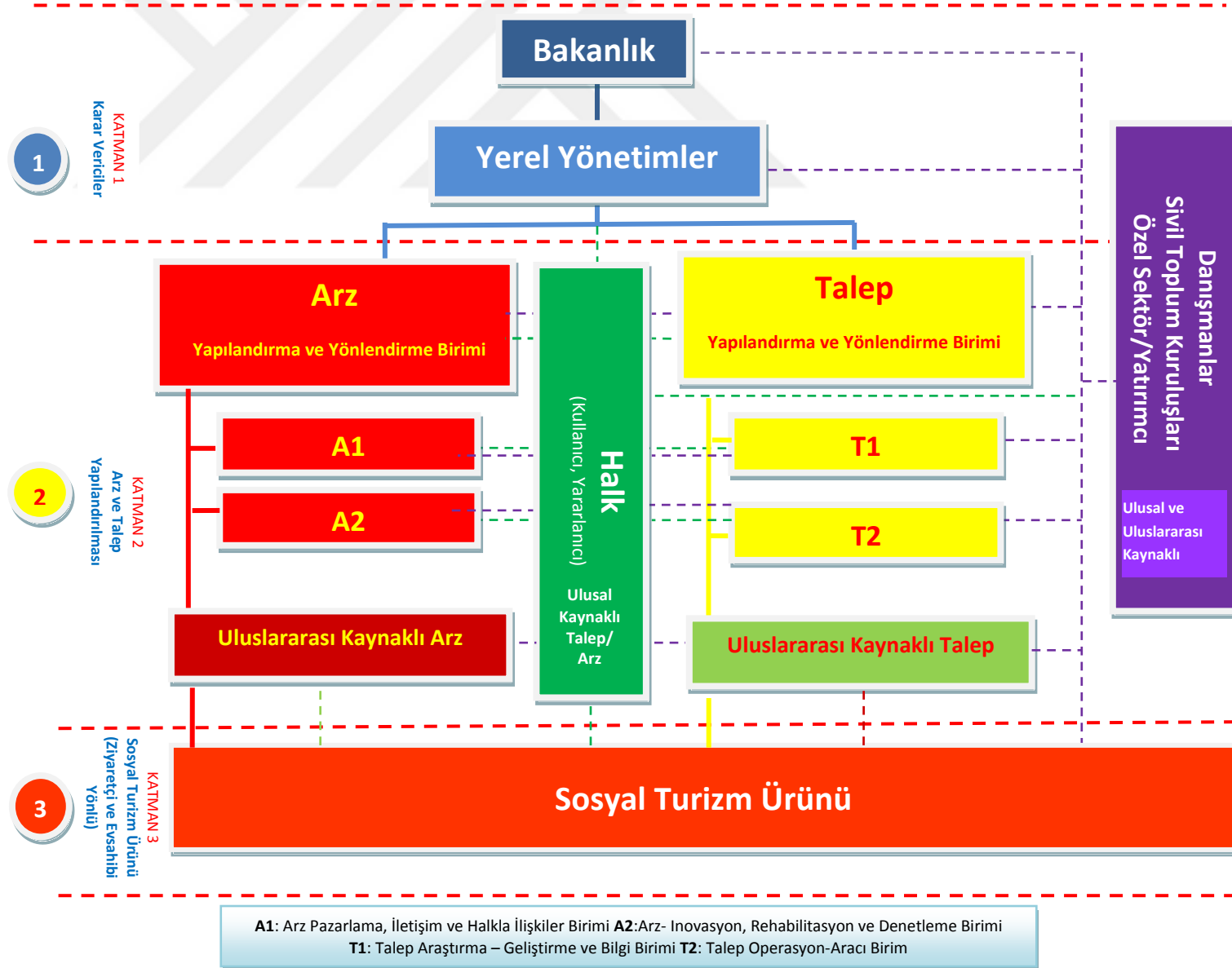
3.6.1.1. Arz Yapılandırma ve Yönlendirme Birimi

Günün ve yörenin şartlarına ve halkın gereksinimlerine uygun, sürdürülebilir sosyal turizm faaliyetlerinin İzmir'de planlama ve uygulamasından sorumlu olarak bu birimin öncelikli amaçlarını vurgulayan yorum şu şekildedir:

“İzmir öncelikle sosyal turizmden önce temel turizm piyasasına sunacağı özgün niteliklerini ortaya çıkarmalıdır”, “Dolayısıyla önce bu şehrin gerçekten değer katacağı unsurları çıkarıp bunlardan sosyal hale nasıl dönüştürebileceğini bulmak gerekmektedir. Yoksa öteki türlü neyin sosyalliğinden bahsedelim?” (Danışman 2)

İzmir'in turizmüne uygun, özgün sosyal turizm ürünlerinin ve hizmetlerinin yapılandırılması, sosyal turizm hizmetlerinin hizmet sunan ve kullananlar tarafından bilinirliğinin sağlanması, kamuoyu ile ilgili kamu kurumlarının bilgilendirilmesi ve ikna edilmesi öncelikli hedefler olarak bu birimin çalışma alanında yer alabilecektir.

Şekil 14: İzmir’de Sürdürülebilir Sosyal Turizm Yapılanma Önerisi



Orta ve uzun vadede ise sosyal turizm hizmetinin çeşitlendirilmesi; sosyal turizm hizmet sağlayıcılarının günün ihtiyaçlarına uygun ve rekabet edebilir hale getirilmesinin ve kalitesinin takibinin sağlanması hususlarında çalışacak birimdir.

3.6.1.1.1. Arz-Pazarlama, İletişim ve Halkla İlişkiler Birimi (A1)

Sosyal turizmin kamuoyunca bilinirliğini sağlamak üzere medyanın ve iletişim araçlarının kullanılması hatta sosyal turizm sistemi kurulacaksa bu sistemin içinde bir de *iletişim, pazarlama ve halkla ilişkilerle ilgili bir birim* oluşturulması da gerekmektedir.

“Her sektörden girişimciler [olmalıdır... Eğer bir turizm türü örneğin sosyal turizm yapılacaksa bunu tabanın kabul etmesi önemli[dir].” (STKÖzel3)

Sektörel görüşmeler yapıp hizmet sağlayıcıların belirlenmesi, gönüllü ve/veya sponsor bulunması, pazarlıkların yapılması, kamu kurumlarının ve karar alıcıların ikna edilmesi gibi konulardan bu birim sorumlu olacaktır.

Sosyal turizmin yapılabilirliği sorulduğunda ise bu fikrin ve uygulamanın hayata geçirilmesi için kamuoyunun ve tüm paydaşların aynı bilinçle ve istekle sahiplenmesi ile herkesin ikna edilmesinin önemine değinilmektedir. Dolayısıyla bu birimde profesyonel danışmanlık desteğine ihtiyaç bulunmaktadır.

“Ben burada niye enginar festivali yapıyorum, niye bağbozumu festivali yapıyorum? Niye hasat festivali yapacağım? İşte bunların hepsinin amacı bu. İnsanların orayı tanınması.” (Kamu6)

Görüşme yapılan kişilerden birinin tanıtım amacıyla festivallerden faydalandığını belirttiği bu yorumdan hareketle, sosyal turizmle ilgili bu birimin yapacağı çalışmalar için festivaller bir başlangıç noktası oluşturabilecektir.

3.6.1.1.2. Arz-Inovasyon, Rehabilitasyon ve Denetleme Birimi (A2)

Bu birim, sürdürülebilir sosyal turizm uygulamalarının dünyanın farklı ülkelerinde nasıl yapıldığını da göz önünde bulundurarak hayata geçirilmesi konusunda çalışmalar yapacaktır.

Sosyal turizmde yeniliklerin getirilmesi ile ilgili önerilerden biri ödeme şekillerinin geliştirilmesiyle ilgilidir.

“Tatil sertifikaları oluşturmak. İnsanların onları küçük küçük veya toplayarak kullanmasını sağlamak.” (Danışman1)

Tatil sertifikası gibi çeklerin biriktirilip tatil, seyahat hatta diğer boş zaman aktiviteleri için kullanılmasının, öğrencilerden başlayarak uygulamaya konulması bir öneridir.

Kamu kampları/tesislerinin rehabilitasyonu veya akıbeti konusunda, ayrıca ikinci konutların **ev pansiyonculuğu** olarak kullanılmasının **yasal** sistem altına alınması ve sosyal turizmde bundan faydalanılması konusunda görüşme yapılan kişilerin sunduğu önerilere benzer sosyal turizm uygulamalarının düzenlenmesini ele alacak olan birim de bu birim olacaktır.

“Otelciler işte belli kriterlere göre sermaye sahibi olarak belirlenmiş tespit edilmiş ve çalışma kuralları o rekabet ortamı filan düzenlenmemiş. O yüzden turizm sektörü içersinde doğruları, yanlışları, yanlış yapıyorsa onun karşılığındaki cezalarını filan belli bir yasayla netleştirilmesi lazım diye düşünüyoruz. Bunu da öneriyoruz.” (STK1)

*“İkinci konutlarla ilgili söyleyeceğim en önemli şeylerden bir tanesi şu: mutlaka onları rehabilite edip yılda 15 gün 20 gün kullanılması, ciddi bir atıl kapasite ve ciddi bir değer kaybı bana sorarsanız. Bunları rehabilite edip, çok ciddi nasıl söyleyim, **apart tesisler** mantığına²⁷ dönüştürüp, uzun süreli konaklamalar için yerli yabancı birçok insana bence bunları kiralamak lazım.” (STKÖzel4)*

Ayrıca **kampçılık ve karavancılığın** yeniden canlandırılması için kamunun ilgili birimleri ve özel sektörle koordineli çalışacak bir birim oluşturulması görüşme yapılan kişiler tarafından önerilmektedir.

*“(Bu bölgede) **gençlik kampları** yok biliyor musunuz? Bu da **sosyal turizmin** bence önemli ayaklarından bir tanesi. Bu bölge buna uygun olabilir. Yani **Ege Bölgesi buna çok uygun olabilir**. Ben hiçbir tane görmedim. Ben **üniversite yıllarımın tamamında çadırla tatil yaptım**. Bakın şu anda **çadırla tatil yapılacak bir tane yer yok**. Benim oğlum kızım gitmek istese gidecekleri bir yer bulamaz. **Noldu bunlar?** Bence bunları tekrar hayata geçirmek lazım...Türkiye’de mesela **hostel** var mı? Hiç duydunuz mu?” (STKÖzel4)*

Bu birim ayrıca sosyal turizm için **hostel, oberj** gibi Türkiye’de bulunmadığı belirtilen yeni ürünlerin üretilmesinde de görev alabilecektir.

²⁷ Apart tesisler, ev pansiyonculuğu, vs. bu tarz otel dışındaki konaklama tesislerinin kategorize edilip yasalarla düzenlemelerle yeniden yapılandırılması, sınıflandırılması gerekmektedir.

Birimin diğerk görevi sürdürülebilir sosyal turizm hizmet ve uygulamalarının *kalite*²⁸ standartlarına uygun olmasının takibini yapmaktır. Bu anlamda ürünlerle ilgili kontrol, memnuniyet ölçümü, memnuniyetsizliklerin saptanıp giderilmesi, ürün geliştirme, inovasyon, rekabet analizi gibi görevler de bu birimin sorumluluk alanında bulunmaktadır.

3.6.1.2. Talep Yapılandırma ve Yönlendirme Birimi

Belediyede oluşturulacak olan Sosyal Turizm Dairesi Başkanlığı'nın alt birimlerinden birinin görevi sosyal turizm kullanıcılarını ve bunların ihtiyaçlarını saptamak ve ilgili sosyal turizm aktivite ve projelerinden faydalanması için hizmet sağlayıcılarla hedef kitleyi eşleştirmek olacaktır. Bu birim bir koordinasyon birimi olarak muhtarlıklarla koordineli bir şekilde kullanıcıların saptanmasını sağlamak için çalışacaktır. Ayrıca taleple ilgili olarak gereken tüm paydaşlarla koordineli bir şekilde çalışacaktır (Şekil 14).

Uzun vadede ise bu birime ayrıca uluslararası pazardan gelecek taleplerin de arz ile eşleştirilmesi konusundaki bağlantıların sağlanması hususunda görev düşecektir.

3.6.1.2.1. Talep Araştırma - Geliştirme ve Bilgi Birimi (T1)

Araştırma-Geliştirme ve Bilgi Biriminin (T1), talebin ihtiyaçları ve beklentilerinin üzerine çalışma yapan alt birim olması önerilmektedir. Dolayısıyla, literatürden de desteklendiği gibi (Minnaert vd., 2007; 2009a ve 2009b; 2011; McCabe vd., 2010 ve 2011), *kullanıcıların tatil öncesi, tatil sırası, tatil sonrası süreçte deneyim ölçümünde* görevli birim olarak çalışması önerilmektedir.

Bu birim kamu-özel sektör ve ilgili tüm paydaşlarla koordineli bir şekilde çalışmak zorundadır. Burada ayrıca pazar ve talep araştırmalarının yapılabilmesi için profesyonel danışmanlık desteğine ihtiyaç olacaktır.

²⁸ Turizmde kalite ile ilgili görüşmelerden yorumlara önceki kısımlarda (3.4.3., 3.4.4., 3.4.5. nolu konu başlıklarında) yer verilmiştir.

3.6.1.2.2. Talep Operasyon - Aracı Birim (T2)

Kullanıcıların saptanması ve kullanıcılar ile sunulacak hizmetlerin eşleştirilmesini sağlayacak birimdir ve sosyal turizm birimi içinde belediyenin sosyal hizmetler birimiyle bağlantılı olarak çalışması önerilmektedir. Bu birim hem kullanıcıların bilgisine hem de sektörel hizmetlerin bilgisine ve deneyimine sahip olmalıdır, kullanıcıların bilgisine T1'den sektörel bilgiye ise Arz Yapılandırma ve Yönlendirme birimlerinden (A1, A2) ulaşabilecektir.

Özel sektörle bağlantıya geçerek kullanıcıların *ulaşımının ve tesisteki konaklamasının ve yeme-içmesinin sağlanması için rezervasyonların yapılmasını sağlayacak* birim de bu birimdir. Bu birimin benzer görevlerini üstlenen ancak hayır kurumları ya da sivil toplum kuruluşlarının daha etkin olduğu aracı birimlerin varlığını alanyazın da desteklemektedir (McCabe, 2009; Minnaert vd., 2011; McCabe, 2005).

Konaklama sırasında yapılacak aktivitelerin planlanması ve uygulanması da bu birimin sorumluluk alanında olacaktır. Örneğin spor ve rehabilitasyon aktiviteleri, kültür turları, doğal çevre turları, müze ve öğren yeri ziyaretleri, animasyon aktiviteleri gibi uygulamalar arz yapılandırma ve yönlendirme alt birim A1 ve A2 ile koordineli bir şekilde çalışarak yapılacaktır.

Tüm bu birimlerin oluşturduğu hizmet aslında **halk** içindir ve en büyük paydaşı insanlardır. Dolayısıyla bu birimlerin, özel sektör, bakanlıklar, yerel yönetimler, sivil toplum kuruluşları kadar vatandaşın da içinde olduğu bir paydaşlar grubu tarafından temsili ve uygulama, karar alma gibi tüm süreçlerde katılım ve katkısının sağlanması önerilmektedir. Dolayısıyla şekilde (Şekil 14) ilgili birimlerin ilişki ve iletişim halinde olduğu paydaşlar arasında halk da bulunmaktadır.

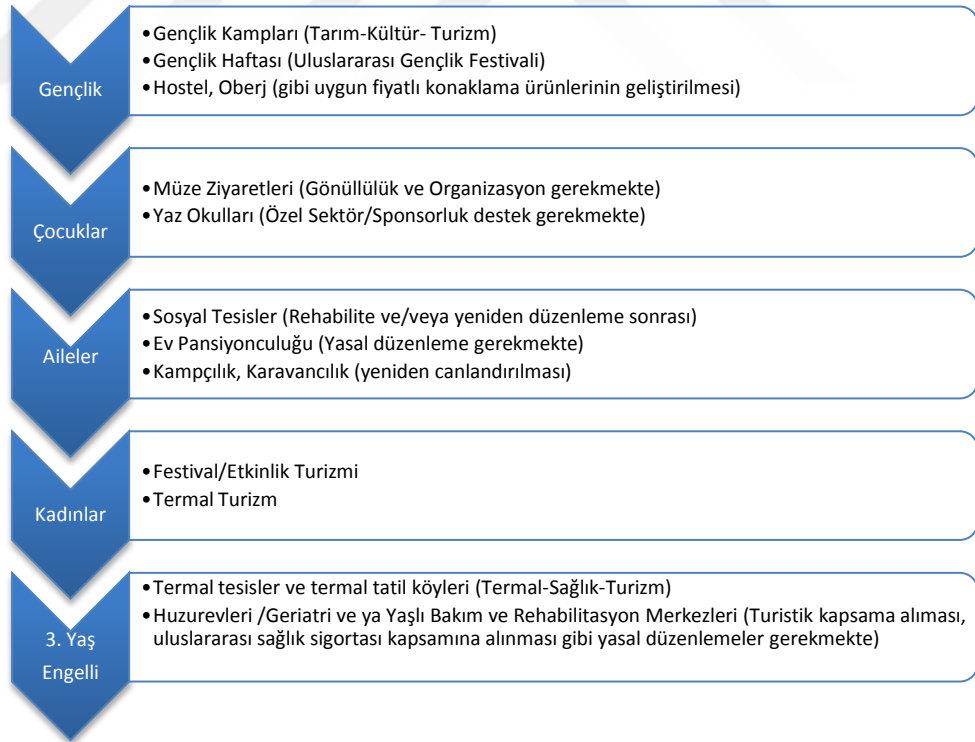
Uzun vadede, yerel ve uluslarda pilot bölgeler belirlenerek deneme sürecinde başarılı olunan uygulamalar kapsamında **uluslararası talep ve arz** yapılandırılması da mümkün olabilecektir. Önceki kısımlarda gençlik turizmi FETE projesi örneğinde olduğu gibi (Minnaert, 2012) gençler için uluslararası sosyal turizm uygulamalarına ve/veya görüşmelerde önerildiği ve alanyazında örneklendirildiği gibi (Minnaert vd., 2011) üçüncü yaş ile engelliler için üretilebilecek sosyal turizm ürünlerine İzmir'in de dahil edilebileceği düşünülerek şekil 14'te uluslararası arz ve talep de eklenmiştir.

3.6.2. İzmir’de Kullanıcıların İhtiyaçlarına Uyumlu Sosyal Turizm Uygulama Önerileri

“Engeller çeşitlendirilir öncelikle, sonra turizm çeşitlendirilir.” (STKÖzel3)

Görüşme yapılan kişilerin de belirttiği gibi, ancak profesyonel bir pazar araştırması yapılmasının sonrasında kısa, orta ve uzun vadeli sosyal turizm uygulamaları için ürünlerin ortaya çıkması mümkün olacaktır. Ancak, yine de bu kısımda, görüşme yapılan kişilerin yorumlarından hareketle öncelikli grupların ve engellerin sınıflandırılması ile sosyal turizm uygulamalarında, Türkiye ve İzmir’de geliştirilmesi gerekli iyi uygulamalardan örnekler de verilerek yeni ürünler için İzmir’de nelerin yapılabileceğine dair öneriler de getirilmektedir. Konuyla ilgili olan öneriler aşağıda ve Şekil 15’te özetlenmektedir.

Şekil 15: İzmir için Kullanıcıların İhtiyaçlarına Uyumlu Sosyal Turizm Ürün Önerileri



Sosyal turizm talebinin belirlenmesi aşamasında öncelikle turizme insanların neden dahil olamadıklarına dair engellerin sınıflandırılmasının uygun olacağı

vurgulanmaktadır. Daha sonra bu engelleri ortadan kaldıracak sosyal turizm türleri belirlenerek uygulamaya konulmalıdır.

İzmir'in şehir merkezi ve ilçeleriyle çok geniş ihtiyaç türlerine ve geniş nüfusa sahip bir ilimiz olduğu görüşme yapılan kişilerin büyük çoğunluğu tarafından vurgulanmaktadır. Her yerel yönetimin, kendi dezavantajlı gruplarını ve onların ihtiyaçlarını belirlediği ve buna uygun olan sosyal turizm türünü ilgili paydaşları bir araya getirerek planlayıp uyguladığı takdirde çözüme ulaşmanın daha kolay olacağı vurgulanmaktadır.

3.6.2.1. İzmir için birinci grup: Gençlik

Engeli: Bütçesi sınırlı

Ürün 1: Gençlik Haftası Organizasyonu, **Ürün 2:** Gençlik Kampı

“Gençler oraya [İzmir’e] gitmek istiyor. İzmir bu anlamda, yani kültürel anlamda gençliğe uygun ve yakın bir atmosfer sunuyor. Bu atmosfer, mutlaka potansiyeli harekete geçirebilir... İzmir’in kültürel anlamda gençlere hitap ettiğini söyledik.”, “...zaten entellektüel anlamda kendi gencini çekebiliyorsan başkalarının [uluslararası pazarın] gencini de çekeceksindir.” (Danışman1)

“İlk hedef kitlemiz aslında üniversite öğrencileri”. (Kamu7)

Görüşme yapılan kişilerin yarısından fazlası İzmir’de sosyal turizm uygulamaları için gençliğin öncü olabileceğini belirtmektedir. Gençlik için sunulacak bir turizm ürününün sosyal turizm açısından öncülük edeceği, sosyal turizm sayesinde olumlu fikirlere sahip olan gençlerin, geleceğin yetişkinleri olarak geri dönecekleri de belirtilmektedir.

Ayrıca gençliğin meraklı, (çevre ve kültür için) korumacı olma özellikleriyle de sosyal turizmle uyumlu bir kullanıcı olduğu vurgulanmaktadır. Buna ek olarak, sosyal turizmde insanlık için amacın insanların birbirlerini anlaması, tanınması, yakınlaşması, birbirini kabul etmesi, farklılıklara saygı duyması olduğu, gençlerin de bu görüşlere açık olduğu görüşme yapılan kişiler tarafından belirtilmektedir.

Ürün 1- Gençlik Haftası: Bu anlamda gençler için ilk sosyal turizm ürünü olarak, bu amaçlara da hizmet edecek olan, uluslararası öğrencilerin bir arada olduğu, fuar, kongre turizmini de canlandıracak fuar ve bir dizi kültürel ve sportif

etkinlikleri içeren “Uluslararası Öğrenciler Haftası” önerilmektedir. Örneğin, her yıl uluslararası öğrencilerin geldiği güz ve bahar yarıyılları başlangıcında yapılabilecek olan, fuar ve kongre turizmini de canlandıracak olan bu uluslararası hafta; bir festival olarak da adlandırılabilir, “Erasmus Festivali” de denebilir, “Üniversiteler Festivali” olarak da adlandırılabilir.

“İzmir’in kendine özgü davranışları, kendine özgü ürünleri, gerçek anlamda festivaller düzenlenmesi halinde Fuar Alanı’nın kullanılması, İzmir çevresinin hareketliliğe çok uygun olması, bir tarafında Bergama, bir tarafında Efes, bir tarafında Çeşme hani, illa ki öbür ayak isteniyorsa. Ama İzmir, şu anda entellektüel anlamda, toplumun üst kesimlerinde yer alan herkesin başta üniversite gençliği olmak üzere herkesin en kolay ulaşabileceği bir yer.”(Danışman 1)

Gerçek anlamda festivaller düzenlenmesi için Kültürpark Fuar alanının kullanılması ile çok renkli ve gençler ile gençlerin çevresindeki aile ve arkadaşları için çekici bir ortam yaratılabilir. Örneğin sadece bu yıl Erasmus Değişimi Programı vasıtasıyla; Türkiye’de gerçekleşen her türlü terör olaylarının, Suriye sınırı ile problemlerin uluslararası ortamda duyulup bilinmesine rağmen, çok farklı Avrupa ülkelerinden sadece Dokuz Eylül Üniversitesi’ne 70 civarında öğrencinin²⁹ Erasmus Değişimi ile İzmir’e geldiği bildirilmektedir. Bu öğrencilerin burada en az bir akademik dönem boyunca kalması, burayı insanları, kültürü, herşeyiyle tanınması sosyal turizm açısından çok büyük bir avantaja çevrilmesi bu ürünle mümkün olabilecektir. İzmir’de 9 tane üniversite olduğu ve üniversiteler şehri olma yolunda ilerlediği de düşünülürse, sadece şimdilik ortalama minimum her birinde 50 yabancı öğrenci olduğunu düşünüldüğünde, bu 450 öğrenci demektir. Bu 450 kişinin profesyonel olmayan pazarlama yöntemine tabi olduğu düşünüldüğünde, (word-of-mouth) ağızdan ağıza İzmir’in tanıtımına sağladığı katkı çok büyük olacaktır. Bir “Erasmus Festivali” İzmir Fuar alanında düzenlenip tüm bu öğrenciler davet edildiğinde 450 farklı yerden gelen kişilerin kültürlerarası etkileşimi İzmir’deki çok renkliliğe katkı sağlayacaktır. Bunun turizme katkısı da kısa, orta ve uzun vadede çok büyük olacaktır.

Ürün 2- Gençlik Kampı: Merkezde ve merkeze komşu olan örneğin Bornova, Buca, Menemen, Çiğli gibi belediyelerin sorumluluk alanlarında

²⁹ Kaynak: Dokuz Eylül Üniversitesi Dış İlişkiler Koordinatörlüğü.

üniversiteler bulunmaktadır. Dolayısıyla gençliğin turizme dahil edilmesine dair bu belediyelerin ve turizm aktivitesinin yapılması düşünülebileceği karşılayıcı olarak diğer belediyelerin (Selçuk, Urla, Çeşme, Dikili, Seferihisar, veya diğer iller örneğin, Kuşadası) ve diğer paydaşların dahil edildiği sportif ve kültürel turizm aktivitelerini içeren sosyal turizm uygulamaları ve projeleri gençlerin hizmetine sunmak üzere planlanması ve uygulanması önerilmektedir. Örneğin: Tarım ve turizmin bir arada uygulandığı örneklerde zeytin tarlaları, üzüm bağları gibi, Urla, Foça, Çeşme Belediyeleri veya başka potansiyele sahip belediyeler saptanarak uygun periyotlarda gençler için kamp sezonları belirlenebilir. Buna ek olarak kültür turizmini içeren projeler için Selçuk Belediyesi, Bergama Belediyesi, Büyükşehir Belediyesi (Ören Yerleri ve Müzeler) önerilebilmektedir.

3.6.2.2. İzmir için İkinci Grup: Çocuklar

Engeli: Sınırlı bütçe, eksik bilgi, cehalet ve göçten ötürü farklı ortama ve kültüre ayak uyduramama.

Ürün: Yine göç nüfusunun ve çocuklu ailelerin nüfusunun yoğun olduğu bölgeler saptanarak (Örneğin, Buca, Konak Belediyeleri), çocukların kenti öğrenmesi, tanınması ve sevmesi için geziler düzenlenmesi önerilmektedir.

Sürdürülebilir hale getirilmesi amaçlanan proje olarak ise çocuklar için kentin değişik tarihi ve kültürel mekanlarının, müzelerinin gezilerle tanıtılması önerilmektedir (Örneğin, Büyükşehir Belediyesi, Konak, Karşıyaka ve ilgili belediyeler).

3.6.2.3. Aileler

Engelin türü: Bütçenin yetersiz olması, gezi ve turizm kültürünün olmaması.

Amaç: Ailelerin biraraya getirildiği, aile içi bağların güçlendirildiği, sevgi ve saygı ile ailevi değerlerin arttırıldığı, aileler arası bağlantıların, iletişimin ve sosyal ağların sağlıklı bir yapıya kavuştuğu bir ortamın oluşturulmasıdır.

Önerilen Uygulama ve Aktiviteler: Kampçılık ve karavancılığın yeniden canlandırılması, kamuya ait sosyal tesislerin rehabilite edilmesi ve yeni yüzüyle hizmete sunulması, ev pansiyonculuğunun canlandırılmasıdır.

Alan: İzmir'in uygun ilçeleri ve şehir merkezinde uygun yerler bu uygulama için belirlenebilir.

Bu modeli gecikmeden kısa vadede uygulamak üzere ilk etapta kamu tesislerinin rehabilitasyonu ya da en iyi durumda olup birkaç küçük değişiklikle hizmete devam edebilecek olanların değerlendirilmesinden sonra bu kamu tesislerine düşük sezonda sürdürülebilir turizme katkı olarak değerlendirilmesi anlamında 1 haftalık bu tatillerin yaptırılması önerilmektedir. Bunun için şubat tatilinde düşük gelirli çocuklu aileler öncelikli olarak önerilmektedir.

3.6.2.4. Kadınlar

Önceki kısımda³⁰ görüşme yapılan kişilerin de vurguladığı üzere kadınlar ailede tatil kararlarına son şeklini veren kesim olarak önem taşımakta, ayrıca yalnız yaşayan kadınlar da bir pazar dilimi olarak ortaya çıkmaktadır.

Ailesiyle birlikte olan kadınlar için termal turizm sosyal turizm uygulamalarında sağlık ve iyi oluş açısından önem arz etmektedir. Ayrıca kadınların İzmir'in çeşitli festival ve organizasyonlarda ürettiği yerel ürünlerle destek verdiği pazarların olduğu ve bunun yanında İzmir'in ilçelerindeki çok çeşitli kültürel zenginliklerin de kullanılabileceği göz önünde bulundurulacak olursa, festival ve etkinlik turizminin kadınların aktif olarak yer alabileceği sosyal turizm ürünü olarak ön plana çıktığı sosyal turizmle de bunun sürdürülebilirliğinin desteklenebileceği önerilmektedir.

Mevcut Uygulama: Belediyelerin Düzenlediği Günübirlik Geziler

“Belediyenin gezi, kültür gezileri oluyor...Kısa süreli projeler oluyor bunlar, tabi o projeler kapsamında yapılıyor.” (Kamu7)

³⁰ 3.4.4. Sürdürülebilir Sosyal Turizm Talebi

Görüşme yapılan kişinin belirttiği bu projelerden örneklere diğer görüşme yapılan kişilerden de değinenler olmuştur. Bu tarz kısa süreli projeler yani çocukların alınıp müzelere götürülmesi, annelerin kadınların alınıp otobüslerle gezdirilmesi gibi belediyelerin sosyal projeleri olabilmektedir. Bunların yapılmasının birçok sebebi olduğu, yerel yönetimler için daha çok yapılan hizmetlerin çocukların aileleri tarafından bilinirliğinin sağlanması temel amaç olsa da aslında bu tür aktivitelerin sosyal turizmin temelini oluşturduğu görüşü ifade edilmektedir. Bunların halkta bir turizm bilincinin oluşması için yapılan sosyal sorumluluk projeleri olduğu belirtilmektedir. Tabi burada belediyenin bir nevi sponsor gibi destek olması olduğu için aslında sosyal turizm örneği gibi görünseler de bunlar günübirlik gezilerdir ve sosyal turizm gibi sürdürülebilir bir nitelik taşımadığı için sürdürülebilir sosyal turizm tanımının içine tam olarak girmeseler de sosyal turizme aslında bir nevi hazırlık aşaması gibidirler. Halkın turizm bilinci kazanmasını ve sosyal turizm talebinin oluşmasını tetiklemektedirler. Dolayısıyla aslında çok da sürdürülebilir gibi görünmeyen bu tür aktiviteler aslında bir diğer görüşme yapılan kişinin kitle turizmi hususunda benzer bir şekilde yaptığı yorum gibi, sürdürülebilir turizme bir anlamda talep zeminin oluşmasına katkıda bulunmaktadır. Yani şöyle ki: eğer geçmişte kitle turizmi sayesinde büyük sayıda grupların birden gelip Türkiye'yi ziyaret etmiş olması, ülkenin ağızdan ağza pazarlamayla dünyada çok daha fazla tanınmasına katkıda bulunmuşsa, şimdi de bu belediyelerin yaptığı yerli halk için olan geziler bir nevi iç turizmin ve sürdürülebilir sosyal turizmin gelişebilmesi için katkısı olabilecek niteliktedir. Ancak tabii ki sürdürülebilirlik açısından doğal ve kültürel değerlerin tahrip olmadan aktarılması ve kullanılması hususunda bu tarz belediye gezilerinin bir olumsuzluğu da olabileceği düşüncesiyle süre ve katılımcı planlamasının yapılmasıyla bu sorunun aşılabileceği önerilmektedir.

Bu tür kültür turlarının düzenlenmesine büyükşehir belediyeleri tarafından başlanmış olduğu da görüşme yapılan kişilerden biri tarafından vurgulanmaktadır. Bu gezilerin daha çok belediyelerin Kültür ve Sosyal İşler Dairesi Başkanlığı (Ör: İzmir, Ankara, Kayseri, Tekirdağ, İstanbul, Konya Büyükşehir Belediyesi, Eskişehir Tepebaşı Belediyesi³¹) tarafından belirlenen güzergahlar dahilinde, daha çok şehrin orada yaşayan halka tanıtımı için rehberli gezilerin yapılması şeklinde gerçekleştiği

³¹ Bu illerin belediyelerinin internet sayfasında düzenlenen gezilerle ilgili kayıt formları, gezi program ve duyuruları bulunmaktadır.

bildirilmektedir. Bunların sonucunda alınan çıktılar; gezme görme kültürünün gelişmesi, daha fazla sayıda yerlinin iç turizme dahil edilmesidir.

Ancak bu tür geziler günübirlik olduğu için 3-4 günlük ya da 1 haftalık bir tatilin yaratabileceği dinlenme, eğlenme, rahatlama, iyi oluş aile ile iyi ilişkiler kurabilme gibi birçok olumlu etkiyi sağlayamaması, belediyenin sponsorluğunun limitine bağlı olması nedeniyle de sürdürülebilir bir nitelik taşımamaktadır. Görüşme yapılan kişinin de belirttiği gibi kısa süreli projelerdir. Ancak sosyal turizmin temelini oluşturdıkları için önem taşımaktadırlar.

3.6.2.5. Yaşlılar (3.Yaş) ve Engelliler

Engel Türleri: Bütçenin yetersizliği, bürokratik engeller, engellilik, yaşlılıktan kaynaklanan zihinsel ve fiziksel engeller, gezi/gezme kültürünün olmaması

İlgili Gruplar: Yerli ve Yabancı Gruplar

Yerli Gruplar için: Yaşlıların yoğunlukta olarak ikamet ettiği bölgeler ve huzurevleri (Örneğin, Karşıyaka, Narlıdere Belediyeleri) saptanarak bu belediyelerce yaşlılara yönelik kültürel ve sportif aktivitelerle yaşlıların sağlıklı yaşlanması, neşeli olması için turizm aktiviteleri yapılabilir.

Bu aktivitelere verilecek örnekler olarak kent içindeki yeşil alanlarda yürüyüşlerin, rahatlama hareketlerinin (Örneğin, taiji qi gong 18, yoga, nefes teknikleri gibi sağlığa da katkısı olan aktiviteler) yapılması, yaşlıların deneyim ve bilgi birikiminden yararlanılması, onlardan zihin sağlığı olanlardan danışmanlık alınması, anılarının anlatıldığı videoların çekilmesi, sohbetlerinin çekilmesi gösterilebilir. Aktivite alanları için karşılayıcı belediyeler örneğin: Urla, Güzelbahçe, Karşıyaka, Narlıdere önerilebilir. Tabii bu arada huzurevleri devreye girdiği takdirde Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı ve İl Müdürlüğü de paydaş olarak işin içine dahil edilmek durumunda kalmaktadır. Bu kapsamda yer alan tesislerin sosyal turizm hizmetine dahil edilebilmesi için *yasal düzenlemelerin yapılması* gerekecektir. Görüşmeler sırasında *turizmle alakalı olmadığını* belirtip görüşme yapılması

konusunda yazılı red cevabı alınan bir kurum da turizm paydaşı olma konusunda yetkilendirilmiş veya bilgilendirilmiş olsaydı bu konuda bir engelle karşılaşılmayacaktı. Dolayısıyla *devletin sosyal turizmi bir politika olarak benimsemesi ve çeşitli kurumları yetkilendirmesi ve bilgilendirmesi* bu konudaki engellerin ortadan kaldırılması için bir adım olacaktır.

Yabancı Gruplar için: Termal tesisleri olan otellerde doluluk oranlarının az olduğu dönemler için üçüncü yaş grubu yabancı turistlerin değerlendirilmesi isabetli olacaktır. Bunun için varolan ve rehabilite edilen kamu tesisleri de konaklama açısından kullanılarak, aynı ilçede termal tesisleri olan merkezlerden de düşük sezonda faydalandırılabilir. Ancak bu tür yabancı grupların Türkiye’de ağırlanabilmesi için yabancıların kendi ülkelerinden aldığı sosyal sigorta ödeneklerinden ülkemizdeki tesislerde faydalanabilmelerini sağlayacak bazı yasal düzenlemelerin yapılması gerekmektedir.

Uygulama Önerisi: Yurtdışına Giden Turistlerden Katkı

“Association des Paralysés de France³² örneğinde olduğu gibi yurtdışına giden (outgoing) turistlerin her birinden alınacak 1 euro toplanılıp biriktiği zaman bu biriken gelirle engelli bir vatandaşın tatile çıkması için fon oluşturulabilir. Bunun için Türkiye’nin outgoing yapan seyahat acentaları ile bunun arkasında da bir yerel yönetim desteği olması gerekir. Pronto tur örneğin, Türkiye’de en büyük outgoing yapan acenta buna öncü olabilir. Böylelikle dış turizmin iç turizme katkı yapması da sağlanmış olur.” (STKÖzel2)

Fransa’da engelliler için bir derneğin yaptığı uygulamanın Türkiye’de de uygulanabilmesi konusunda görüşme yapılan bir kişi öneride bulunmaktadır. Bu dernek, yurtdışına giden her yolcudan alınacak “1 euro eşittir 1 kilometre” diye bir uygulama ile engelli vatandaşların turizme dahil edilebilmesi için bir fon oluşturulmasını sağlamıştır. Fransa’da Felçliler Derneği tarafından yurtdışına çıkan her vatandaştan 1 euro alınarak temin edilen bu fon sayesinde engelli vatandaşların turizmden faydalanmasının yolu açılmıştır. Türkiye’de bu uygulamanın da bir yerel yönetim izniyle ve kontrolünde yapılabileceği belirtilmekte ve sektörden yurtdışına

³² Fransa’da Çocuk Felci sebebiyle toplumdan dışlandığı için 4 genç tarafından 1933 yılında kurulmuş bir dernek. Sadece felçli değil tüm engelliler için hizmet vermektedir (<http://www.apf.asso.fr/qui-sommes-nous> , 16.01.2016).

en çok turist gönderdiği iddia edilen bir seyahat acentesi buna öncü olarak önerilmektedir.

3.6.2.6. Orta ile Üst Gelir Grubu da Dahil Olmak Üzere Tüm Gruplar (Herkes için Turizm)

Engeli: Maddi durumu olduğu halde gezme kültürünün, bilincinin olmaması veya sosyal dışlanmışlık gibi diğer sebepler.

Sosyal turizm uygulamalarına dahil edilmesi için gerekli ön bilgilendirmenin ilgili birim tarafından yapılacağı (T1,T2) “Herkes için turizm” sloganıyla turizmin herkes için olduğunu doğrulayıcı bir grup olarak karşımıza çıkmaktadır.

Uygulama Önerisi: Sosyal Tesisler ve İkinci Konutların Durumu

“...sosyal tesislerin doğru bir şey olduğunu düşünmüyorum. Çünkü bunlar karlılık olarak iyi işletilmiyor, kötü yönetimle, iyi işletmecilerin elinde olmadığı için, askeri kamplar, öğretmenevleri, kamu kuruluşları kampları falan. Bunların bir an önce rehabilite edilmesi gerektiğini düşünüyorum. Ancak, ... öyle yanlış şeyler yaptılar ki...alıp satıyorlar...O da doğru bir şey değil. Şimdi bu sosyal tesislerin sosyal turizmin gelişmesine katkısı nerede?” (Kamu5)

“2634 sayılı yasanın tekrar ele alınması içersinde ekonomik değerleri yüksek olan bu kıyı bandındaki atıl olan sosyal tesislere ve dinlenme tesislerin de güncelleşerek, özel sektörün dinamizmiyle arada yapılacak bir protokol anlaşmasıyla bunların hem katma değeri yüksek tesisler olması, hem hizmet değeri yüksek yerler olması, hem de yapılan protokollarla ait olan bu halihazırda buradan kazan kazan modeliyle faydalanmalarını sağlayabiliriz.” (STKÖzel1)

“... alım gücüne uygun ürün dizaynı.” (STKÖzel4)

Burada sosyal turizmle ilgili varolan uygulamalardan **sosyal tesislerin** işletme biçiminin doğru olmadığı, sunulan hizmet kalitesinin günümüzün standartlarının altında olduğu ve karlılık açısından da doğru bir şekilde işletilemediği ifade edilmektedir. Mevki olarak çok iyi yerlerde bulunan **kamu kurumuna ait** olan bu sosyal tesislerden bazılarının da atıl vaziyette bulunduğu belirtilmektedir. Bu gibi tesislerin yeniden doğru bir şekilde işletilebilmesi için yeni bir felsefe ile ele alınması gerektiği vurgulanmaktadır. Bu tesislerin yer ve konumlarına, hizmet potansiyeline göre yeniden değerlendirilip farklı çözümlerle ele alınmasının uygun olacağı önerilmektedir.

“İzmir turizmi ağaç boyunu geçmeyen, çevreye duyarlı, kişiye özel bir turizm konseptine girmesi lazım. İzmir turizminin de arkasından da hemen entegre olması gereken, özellikle kültür, inanç, gastronomi, sağlık turizmi ve yayla turizmi olmak adına sürdürülebilir turizme kaymamız için muhakkak Türkiye’de de turizm çeşitliliğinin artırılması gerekmektedir.” (STKÖzel1)

“...bu yerleri özel sektöre devredin. Özel sektör bunları turizme kazandırsın. ...buradaki kapasitenin belli bir oranını belli bir fiyat düşüklüğünde, sosyal turizmdeki sürdürülebilirliği sağlamak, ulaşılamayan kitlelere hizmet vermek adına da sözleşmelere bir madde konulursa diyelim ki bir tesis 500 yataklı bir tesis oldu, bunun 400 yatağını özel sektör pazarlarken 100 yatağını da devletin bu alt kademede bulunan, sosyal turizme hizmet edebilecek olan, bu imkanlara sahip olamayan insanlara da bu sözleşme aşamasında verilerek yine kazan kazan modeliyle, hem bu yerler ülkemize KDV muhtasar vergi getiren yerler olsun, hem döviz getiren yerler olsun hem de bunların içerisinde kendi vatandaşlarımızın veya bürokraside çalışan, daha önce buralardan faydalanan insanlarımızın da halihazırda burada ihtiyaçlarını karşılıyor olabilmesi haline getirelim.” (STKÖzel1)

Önerilerden biri, özel sektörle kamunun yapacağı ortak protokoller dahilinde ve ayrıca günümüz ihtiyacının gerisinde kalmış olan yasaların da tekrar ele alınarak hizmet kalitesi ve belirlenecek farklı hedef kitlelere uygun olarak hem katma değeri hem de hizmet değeri yüksek tesislerin yeniden oluşturulmasıdır. Bu tesisler yeniden güncellendikten sonra sundukları hizmete göre farklı sınıflandırmalarla çeşitli yatırım ve karlılık oranları, fiyat ve ürün türleriyle turizmin çeşitlendirilmesi, sezonun tüm yıla yayılması, dağ, deniz, orman gibi farklı çevrelerde bulunması, öğrencilere ve gençlere istihdam sağlaması açısından sürdürülebilir turizme tüm boyutlarıyla hizmet eder nitelikte olması önerilmektedir. Bu gibi kaliteli hizmet veren tesislerde kalifiye elemanın istihdam edilmesi hususunda uygulamalı turizm meslek yüksek okullarının, ara eleman yetiştiren okulların eğitim ve staj dönemlerinin yeniden planlanması 2 yıl teorik, 2 yıl bu tesislerde pratik eğitim olarak yapılması önerilmektedir. Ayrıca bu öğrencilerin çalışma döneminde kazandığı parayla bu tesislerde de tatil yapması olanağı sunulması sosyal turizmin bir uygulaması olarak önerilmektedir.

Ev pansiyonculuğunun sosyal turizmin bir ürünü olarak değerlendirilmesi açısından ise bazı eksiklikler bulunduğu vurgulanmaktadır.

“Evlerini açabilirler, ordaki o yaşam tarzlarını dışarıdan gelecek turistlerle paylaşabilirler. Bir ineğini, sütünü pazarlayabilecek şekilde, yumurtasını, tarlasını, evini bir pansiyon haline getirirse bu bizim önemli turizm

ivmelerimizden bir tanesi aslında. Bununla ilgili bir çalışmamız var. Umarım bunu başarırız.” (Kamu3)

İkinci konutların sadece yaz döneminde kullanıldığı ve diğer zamanlarda atıl vaziyette bulunduğu düşünüldüğünde buradaki öneri, bu evlerin ev pansiyonculuğu yöntemiyle değerlendirilmesidir. Ancak alanyazının da desteklediği bir husus olarak; insanların evlerinin tamamını ya da bir bölümünü turizmin hizmetine açtığı bu uygulamanın büyük bir çoğunluğunun Türkiye’de yasal boşluklardan ötürü kayıt dışı olarak yapıldığı, bunun sakıncalı sonuçlar doğurmaya başladığı ve bir an önce bu konuda hukuksal düzenlemelerin yapılması gerektiğine dikkat çekilmektedir (Ünsever, 2015). Ev pansiyonculuğunun sosyal turizm türü olarak turizmin çeşitlenmesi açısından önemli katkı sağlayacağı belirtilmektedir.

3.6.2.7. Gençler ve Yaşlıların Kaynaştırılması ile İlgili Programlar

Gençler ve yaşlıların sosyal turizm uygulamaları esnasında bağlantıya geçirilip gençlerin yaşlılardan eski gelenek görenekleri öğrenmesi, yaşlıların da gençlerden yenilikleri ve teknolojiyi öğrenmesi sağlanabilir.

Bu yukarıda belirtilen yereldeki uygulama³³ *kısa vadeli plan* içinde yer alacaktır.

- Farklı hedef kitlelerin ihtiyaçları ve ilgi alanları saptanarak Minnaert (2012) tarafından da belirtildiği gibi, o istek ve ihtiyaçlara uygun sosyal turizm türleri ve aktiviteleri sunulması konusunda çalışmalar yapılacaktır.
- Farklı sosyal turizm türleri ile gruplarının uygulamaları yerel sonrasında; diğer il ve ilçe belediyeleri ile alışverişli olarak farklı tür ve temalarda uygulanmaya konabilmelidir: *Orta vadeli plan*.
- Bu hem İzmir hem diğer il ve ilçelerle yapılan sosyal turizm türleri ile gruplarının uygulamaları (Örneğin, Karadeniz Bölgesi, Doğu Anadolu Bölgesi) daha sonra farklı ülkelerdeki il ve ilçe belediyeleri ile işbirliği içinde uluslararası boyuta da taşınmalıdır. Belediyelerin uluslararası kardeş şehir uygulamalarından hareketle bu planın gerçekleştirilmesi önerilebilir. Yasal düzenlemelerin izin verdiği ve geliştirilebildiği ölçüde Avrupa Birliği

³³ 3.6.2. İzmir’de Kullanıcıların İhtiyaçlarına Uyumlu Sosyal Turizm Uygulama Önerileri

Gençlik Projeleri ile başlayıp yine Avrupa Birliği 3. Yaş ve Engelliler için olan uygulamalarla devam ettirilebilir: *Uzun vadeli plan*.

- Eğer mantıklı ve gerçekleşme vaadi veren bir işbirliğine ulaşılıyorsa orta ve uzun vadeli planda yer alan örnek pilot uygulamalar kısa vadeye de çekilebilir.



SONUÇ VE ÖNERİLER

Çalışmamızda, dünya ve Türkiye’deki alanyazın örneklerinden yola çıkılarak oluşturulmuş teorik ilk iki bölümden sonra araştırma ve uygulama bölümünü içeren üçüncü bölümde, hazırlanan yarı yapılandırılmış görüşme sorularının belirlenmiş kurum ve kişilere yöneltilmesi sonucu toplanan verilerin analizinden çıkarılan sonuçlar paylaşılarak sürdürülebilir turizm kapsamında sosyal turizmin İzmir’de nasıl uygulanabileceğine dair bir bakış açısı sunulmuştur. Güncel ve kapsayıcı bir sosyal turizm tanımı, faydaları, talebin yapısı ve ihtiyaçları, paydaşlar ve rolleri ile olası kaynaklar da tanımlanmış, buna ek olarak İzmir örneğinde sosyal turizmin tüm bu tanımlamalar ışığında ortaya çıkan yapılanma önerisi oluşturularak alanyazına ve sektörel uygulamalara yol gösterici katkıda bulunulmaya çalışılmıştır. Sosyal turizmin daha iyi tanımlanması ve uygulanması için nelerin yapılması gerektiği açıklanmaya çalışılmıştır. Çünkü:

- Sosyal turizm insan odaklı bir turizm türüdür.
- Sosyal turizm insanı toplumdan izole etmeye değil, tam tersine topluma katmayı, sosyal içermeyi amaçlamaktadır.
- Sosyal turizm temelinde insani odaklıdır, birinci planda kar amaçlı değildir. Ancak bu, sosyal turizm hizmeti sunanların bu üründen kar etmeyeceği anlamına gelmemektedir.
- Yöresel ve bölgesel dinamiklere uyumlu olarak yapılan farklı türde sosyal turizm uygulamaları, o bölgeye özgü sosyo-ekonomik çıktılar sağlayabilen, yerel, bölgesel, ulusal ve hatta kimi zaman uluslararası ekonominin canlanmasına katkıda bulunulabilen sürdürülebilir uygulamalardır.
- Sosyal turizm mevsimsellik sorununa bir çözüm getirebilir. Ayrıca istihdamı arttırabilir.
- Sosyal turizm tek başına ve sadece sosyal sorumluluk projesi olarak algılanmamalıdır.
- Ulusal toplum yapımıza bakıldığında, bireyci de değil, kitlesel³⁴ de değil, ikisinin arası olan; aynı bakış açısına sahip bireylerin biraraya toplandığı bir oluşumun; kültürü koruyan, çevreyi harap etmeyen, fabrikasyon olmayan,

³⁴ Burada “kitlesel” sözcüğüyle kitle turizmindeki gibi (mass tourism), yığın anlamı kastedilmektedir.

daha butik ve uzun vadeli olarak planlanmış bir yapılanmaya hizmet ettiği bir bakış açısı sosyal turizmin gerçekleştirilebilmesi için daha uygun bulunmaktadır.

- Sosyal turizmin yapılanmasında benimsenecek olan ortak bir amaç: Toplumun bilinç ve sosyo-ekonomik ile sosyo-kültürel seviyesinin ve yaşam memnuniyet düzeyinin (iyi oluşun) yukarı çekilmesi olmalıdır.

Sosyal turizmin, kamu ve özel çeşitli paydaşların işbirliklerinin sonucunda ortaya çıkan projeler ve uygulamalar ile, dünya ve Avrupa'dan destekli hibeler, özel sektör destekli sosyal turizm girişimleri gibi kaynaklar sayesinde ilgili tüm paydaşları dahil ederek bu sayılan amaçlara hizmet etmesi mümkün olabilecektir.

İzmir'de sürdürülebilir sosyal turizm ürünü oluşturmak için öncelikli amaç İzmir'in turizmde rekabetçi yanının güçlendirilmesine katkı sağlamak olmalıdır. Alanyazında sosyal turizm konusuna "sosyal turizm hakkı" bakış açısıyla bakan bir çalışmada gelecekte turizmde atağa kalkacak olan MINT ülkeleri³⁵ arasında Türkiye de sayılmaktadır (McCabe, 2015). İzmir de bu ülkede yer alan önemli bir destinasyon olarak farklılığını ön plana çıkarmalıdır. Sahip olduğu değerlerin farkına varmalıdır ve bunları doğru bir şekilde değerlendirmelidir.

"İzmir'in çaresi: İzmir daha kendine özgü yapıda, kendine uygun bir turizm arayışı içerisinde girmesi gerekmektedir." (Kamu5)

İzmir'de sosyal turizmin stratejik bir planla uygulamaya geçirilmesi için öncelikle sahip olduğu değerlerin farkındalığı ile bu konudaki bilincin yükseltilmesi; paydaşlar arasındaki iletişim bozukluğunun giderilmesi, koordinasyon ve işbirliğinin yapılabilir hale gelmesi gerekmektedir. Bunlar yapıldıktan sonra, bütçe, yasal eksiklikler veya diğer her türlü engelin aşılabilir hale geleceği vurgulanmaktadır. Bu görüş alanyazından da desteklenmektedir:

"Her topluluk, kendine özgü niteliklerini tanımlamalı ve bu rekabetçi avantajını, talep olacak 'müşteri ve tüketici'ye etkin bir şekilde iletebilmelidir. Bu, kolay bir iş değildir. Bir yer veya yöre rekabet avantajı geliştirebilmek için; geçmişini, bugünü ve geleceğini dikkate almalı, göz önünde tutmalıdır. Kıt kaynaklar nedeniyle rekabet halinde oldukları diğer yerleri teşhis etmeli, farklılaşarak hedef pazarların zihninde nasıl yer alacaklarını saptamalıdır." (İlgüner ve Asplund, 2011: 11).

³⁵ MINT Ülkeleri: Meksika, Endonezya, Nijerya, Türkiye.

İzmir'in farklılıklarının ön plana çıkarılıp sosyal turizm uygulamalarında da etkin bir şekilde kullanılabilmesi için önerilen sosyal turizm yapılanmasında “arz yapılandırma birimi”ne büyük görev düşmektedir³⁶. İzmir’de sosyal turizmin yapılmasının bir amacının da İzmir’in dışlamayan, farklılıkları bir arada yaşayabilen, saygılı, barış ve huzur içinde olan yaşam kültürünün yanında bu kültürün sahip olduğu değerlerin de canlandırılması olduğu görüşme yapılan kişilerin yorumlarınca da desteklenmektedir. Dolayısıyla bu birim, bu yorumu da vurgulamak üzere çalışmalarını sürdürecektir olursa sosyal turizmin amaçlarından birine ulaşılmış olacaktır.

İzmir’de sürdürülebilir sosyal turizmin geliştirilmesi için yapılan görüşmelerde de vurgulandığı gibi, öncelikle İzmir’deki turizmin bir durum saptamasının yapılması uygun olacaktır. “İzmir’de farklı birimler, farklı kurumlar tarafından İzmir’in turizmi için şimdiye kadar neler yapılmış?”, “Şu anda yürütülmekte olan projeler neler, kimler tarafından yürütülüyor?”, “İzmir’in turizmi için son 5 yıldır neler kimler tarafından yapılmış?”, gibi soruların cevaplarını içeren bir kitapçığın yayınlanıp ilgili birimlere dağıtılması bilgilendirme açısından uygun olabilecektir. Daha sonra da bu yapılmış ve yapılmakta olan projelerin tüm tarafları bir araya toplanıp belirli aralıklarla görüşleri alınarak ortak bir turizm stratejisinin oluşturulması sağlanabilecektir. Bu uzun vadeli planlamanın gündeme alınması ve bu bilgilerin hızlıca toplanıp yayımlanması için bir profesyonel danışmanlık firmasından yardım ve destek alınarak Büyükşehir Belediyesi, İl Kültür Turizm Müdürlüğü, Valilik gibi ilgili kurumların temsilcilerinden oluşan bir birim de bunun için görevlendirilip o birimin önderliğinde bu bilgilerin toplanması ve sonrasındaki toplantıların organize edilmesi gibi bir yol izlenmesi önerilebilir.

İzmir’de turizm için yapılmış olan uygulamaların neler olduğu, doğru olan ve hatalı olan tüm uygulamalar saptandıktan sonra, İzmir turizminin sürdürülebilir bir şekilde geliştirilmesi için nasıl bir yol izlemesi gerektiği belirlenmelidir. Bu yol haritasını çizerken bu tezde de belirtildiği gibi tüm paydaşların fikirleri alınmalı, bir uzlaşmaya varılarak ortak amaçlar belirlenmeli ve bu amaçlar doğrultusunda İzmir’in kendine özgü niteliklerini, farklılıklarını ortaya çıkaran bir turizm stratejisi oluşturulmalıdır.

³⁶ Bakınız: Şekil 14: İzmir İçin Sürdürülebilir Sosyal Turizm Yapılanma Önerisi

İzmir’de sürdürülebilir sosyal turizm uygulaması yapılacak ise öncelikle bu turizm durum saptaması çalışmasının yapıp strateji belirlendikten sonra, İzmir’in sosyal turizm anlamında ihtiyaç analizinin yapılmasının daha uygun bir başlangıç olacağı görüşme yapılan kişiler tarafından da doğrulanmaktadır. Dolayısıyla ayrıca detaylı ve yine profesyonel bir ekipçe yürütülecek talebin yapısı ve ihtiyaçlarının saptanması ile uğraşacak bir “talep yapılandırma birimi” devreye girecektir. Turizm talebi ve ihtiyaçlarıyla ilgili bir araştırmanın İzmir’de yapılması gerekliliği görüşme yapılan kişiler tarafından da belirtilmektedir. Bu araştırma için ilk etapta tüm İzmir halkını temsil edecek bir rastgele örnekleme “Agora/Akropolis/Bergama/Efes nedir?” gibi yöneltilecek temel sorularla yerli halkın turizm bilincinin saptanması öneriler arasındadır.

Görüşme yapılan kişiler ve alanyazından (Minnaert, 2012) da desteklendiği gibi, turizmde arz ve talep yönünde yer alan paydaşların da bir araya getirilebildiği, herkesin fikrinin alınıp ona göre ürünlerin yaratıldığı platformlar oluşturabilmek İzmir gibi tarihin en iddialı liman kentlerinden biri olan, özgür düşüncüyü geliştiren, filozofların, şairlerin, gökbilimcilerin dahi yetiştiği bir kent için önem taşımaktadır. Araştırmalar hem arzı hem talebi anlamaya yönelik olarak yürütüldüğünde, bunların sonuçlarına göre arz ve talebin bulunduğu sürdürülebilir sosyal turizm ürünlerinin nasıl geliştirilebileceğinin daha net bir şekilde ortaya çıkacağı ifade edilmektedir.

Görüşme yapılan kişiler tarafından İzmir’de öne çıkan turizm türleri olarak sağlık ve termal, kültür, inanç, engelli, gençlik turizmi gibi türler vurgulanmaktadır. Seçilen turizm türleri geliştirilip belli bir kaliteye ulaştığında zaten kendiliğinden sorumluluk alanı dahilinde sosyal turizme de hizmet vereceği belirtilmektedir. Ayrıca bu turizm türleri ile ilgili İzmir’in sahip olduğu potansiyellerin ön plana çıkarılabilmesi ve bu turizm türlerinin gerektirdiği hizmetleri verecek personeli (örneğin turizm için ara eleman, sağlık ve termal turizmi için tıbbi, sağlık, fizik-tedavi ve rehabilitasyon personeli) eğitimi ve yetiştirilmesi için uzun süreli planlamalar ve yatırımların yapılması gerekliliği de yine görüşme yapılan kişiler tarafından belirtilmektedir.

Sosyal tesislerin iyi işletilip iyi karlılık getirmediği, hizmet kalitesinin standartların altında olduğu, etkili bir sigorta ve istihdam sisteminin bulunmadığı da görüşme yapılan kişiler tarafından gündeme getirilmiştir. Ayrıca ikinci konutların ev

pansiyonculuğuna dönüştürülmesi diğer bir gündeme gelen konudur. Bu konuyla ilgili yasal boşluklardan ve eksikliklerden kaynaklanan yasa dışı uygulamaların bulunduğu, yeni düzenlemelere ihtiyaç olduğu vurgulanmaktadır. Sosyal turizmi ilgilendirdiği belirtilen diğer konu, artık uygulamasına rastlanmayan kampçılık ve karavancılığın yeniden canlandırılması yönünde gelen önerilerdir. Konaklama türlerinin oberj ve hostel gibi türlerle çeşitlendirilmesi de başka bir öneridir. Ayrıca Türkiye’deki otellerde ve diğer konaklama tesislerinde dünya kalite standartlarına uygun hizmet sunulmadığı, sınıflandırmaların yeniden gündeme alınması gerekliliği, bu konu hakkında yasal düzenlemelerin güncellenmesi gerekliliği görüşme yapılan kişiler tarafından ifade edilmektedir. Dolayısıyla, sosyal turizme hizmet veren konaklama tesisleri de dahil olmak üzere turizmde konaklama hizmeti veren tüm tesislerle ilgili yasal düzenlemelerin ele alınması bir zorunluluk haline gelmiştir.

Yapılan çalışmada, sosyal turizmde kaynakların kullanımı konusunda önemli olanın, turizmin devletin politikalarında öncelikli olarak yer alması olduğu vurgulanmıştır. Turizm sektörünün devletin bütçesine yaptığı katkı oranında bütçeye sahip olmadığından ve yeteri kadar teşvik ve destek alamadığından şikayet edilmektedir. Ayrıca, Avrupa Birliği ya da bunun gibi dış kaynaklı fonların birçoğunun çeşitli sebeplerden değerlendirilemeyip geri gönderildiğinden bahsedilmektedir. Bu gibi fonlar için yapılan proje önerilerinin daha objektif, siyaset karışmayacak şekilde makamlarca değerlendirilmesi beklentisi dile getirilen öneriler arasındadır. Turizmin devletin öncelikli sektörü olduğu takdirde, özel sektörün de teşvik edilerek, farklı kurum ve kuruluşların işbirliğiyle paydaş olduğu projelerin hayata geçirilebileceği ifade edilmektedir. Bazı konularda örneğin yurtdışından engelli ve sağlık turizmi için getirilecek turistler için devletler arası anlaşmaların yapılması ve bu konuda düzenlemelerin yapılması önerilmektedir. KOBİler, KOSGEB, İZKA ve kooperatifler yine kaynak anlamında kolaylaştırıcı olarak gösterilen diğer olasılıklardır. Ayrıca sivil toplum kuruluşlarının daha etkin çalışmaları açısından bütçe sorunlarının aşılabilmesi konusunda da düzenlemelere ihtiyaç olduğu belirtilmektedir.

İzmir’in merkezi ve ilçeleriyle doğal, kültürel, tarihi tüm zenginlikleri ile yüksek bir turizm potansiyeli barındırdığı tüm görüşülen paydaşlar tarafından belirtilmektedir. Görüşme yapılan kişiler, bu zengin kaynağın sürdürülebilir turizmin

gerektirdiklerine uygun bir şekilde değerlendirilmesi için İzmir'in hala şansı olduğu konusunda hemfikirdirler. Sürdürülebilirlik anlayışının, sadece zaman anlamında devamlılık olarak değil, kültürün ve çevrenin, tüm kaynakların korunma-kullanma dengesine dikkat edilmesi olduğu görüşü de genel anlamda paydaşlar tarafından desteklenmektedir. Kısa vadeli, günü kurtaran, bireysel, siyasi plan ve projelerin İzmir'in turizmine zarar verdiği vurgulanmaktadır. İzmir'in kendine özgü değerlerini, farklılıklarını ön plana çıkarabilen, butik anlayışı temel alan, uzun vadeli bir turizm stratejisinin geliştirilmesi önerilmektedir. Paydaşlar, bunun da farklı, dışarıdan, profesyonel bir bakış açısını gerektirdiği, çünkü son 20 yıldır aynı bakış açısıyla ilerleme katedilmediği görüşündedirler. Dolayısıyla bu çalışmada, sosyal turizm uygulaması yapılabilmesi için, İzmir'in turizmde öncelikli olarak aşılması gerektiği belirtilen birçok sorun saptanmıştır. Ancak bu sorunlar aşıldıktan sonra sosyal turizm de dahil olmak üzere İzmir'de çeşitli sürdürülebilir turizm türlerinin uygulanabilirliğinin mümkün olacağı görüşme yapılan kişiler tarafından belirtilmiştir. İzmir'de sosyal turizmin yapılabilmesi için öncelikle aşılması gereken sorunların en önemlileri şu şekildedir:

- İzmir'in turistik konumlandırılışı ile ilgili yapılan stratejik hatalar,
- İzmir'in bir destinasyon olarak profesyoneller tarafından ele alınıp tanıtımı yapılırken tek mesaj yerine çeşitli kurum ve kişiler tarafından farklı mesajların iletilmesi,
- İzmir'de paydaşların arasındaki iletişim sorunları nedeniyle işbirliği içinde aynı amaca yönelik olarak çalışılamaması,
- Kaynakların etkin bir şekilde kullanılamaması (Örneğin hibe ve fonların geri iade edilmesi),
- Kamu tesislerinde yüksek maliyetler sebebiyle, kaliteli ve uzman işgücünün kullanılmaması, kaliteli hizmet sağlanamaması,
- Kamu tesislerinin bir kısmının etkin bir şekilde işletilmemesi ve zarar etmesi veya bazı tesislerin atıl durumda kalması,
- Sosyal turizm talebinin yapısı ve ihtiyaçları hakkındaki bilgi eksikliği,
- Sosyal turizmle ilgili hizmet ve ürünlerin yetersiz olması ve herkese ulaşmaması,

- Sosyal turizmin yerli halka fayda sağlayacak ve sürdürülebilir turizme hizmet edecek bir tür olduğu bilincinin paydaşlarda henüz tam olarak oluşmaması.

Sosyal turizm uygulamalarının oluşturulması, yeniden yapılandırılması ve hedef kitlelerinin saptanması için profesyonel desteğe ihtiyaç duyulmaktadır. Ancak yine de görüşme yapılan ve uzun yıllar Türkiye’de ve İzmir’de turizme hizmet veren deneyimli kişilerin fikirlerinin analizinden; öncelikli hedef kitlelere uyumlu olarak yapılabilecek sosyal turizm uygulamalarına dair öneriler de ortaya çıkmıştır. Sonuç olarak, İzmir’de yapılabilecek sürdürülebilir sosyal turizm uygulamaları için sunulan öneriler şu şekilde özetlenmektedir:

- Sosyal turizmin yasal düzenlemelerle Türkiye’nin ve İzmir’in turizm planlamasında gündeme alınması,
- Devlet, yerel yönetimler, sivil toplum kuruluşları, özel sektör ve halkın dahil olduğu tüm paydaşların işbirliğine yönelik bir yapılanmanın oluşturulması³⁷,
- Sosyal turizm arzının yapılandırılması ve sosyal turizm talebinin saptanmasıyla ilgili çalışmaları ve araştırmaları yürütecek operasyon birimlerinin gerekli düzenlemelerle oluşturulması,
- Talebin ihtiyaçlarına uygun olarak sosyal turizm türleri ve ürünlerinin geliştirilmesi,

Çalışmamız kapsamında görüşmecilerin yorumlarıyla şekillenen, İzmir için sürdürülebilir turizm kapsamında sosyal turizm oluşumuna katkıda bulunan bazı hedef kitle ve ürün önerileri bulunmaktadır. Bunlardan sosyal turizm hedef kitlesi olarak:

- Gençler,
- Engelliler ve 3. yaş grubu,
- Aileler ve çocuklar,
- Kadınlar,
- Herkes³⁸.

³⁷ Şekil 14’te “İzmir İçin Sürdürülebilir Sosyal Turizm Yapılanma Önerisi” yer almaktadır.

³⁸ Uluslararası Sosyal Turizm Örgütü(ISTO)’nın 50 yıldır çalıştığı sosyal turizm amacı: “A Fair and Sustainable Tourism for All”(Herkes için Adil ve Sürdürülebilir Turizm), (ISTO 2014-2016 Action Plan).

Tüm bu sayılan hedef kitleler, tatil katılımına sebep olan engellerin sınıflandırılmasıyla ve değişik ürün ve aktivite önerileriyle detaylandırılmıştır (Şekil 15). Sosyal turizm ürünü olarak İzmir’de öncelikli olarak ele alınması gereken konular ise:

- Sosyal tesislerin rehabilitasyonu, özelleştirilmesi veya sorunlu durumlarına yeni bir bakış açısıyla çözümler yaratılarak yasal ve uygulama anlamında yeniden yapılandırılması,
- Ev pansiyonculuğunun ve diğer tüm konaklama türlerinin yeniden gözden geçirilerek yasal yapılanmasının sağlanması, yasadışı durumların ortadan kaldırılması,
- Yeni konaklama türlerinin üretilmesi (Örneğin: hostel, oberj, v.b.),
- Kampçılık ve karavancılığın yeniden canlandırılması,
- İzmir’in turizmde ayırt edici özelliklerini ön plana çıkaran bir pazarlama stratejisini geliştirmesi,
- İzmir’de doğal, kültürel ve bunun gibi potansiyel kaynakların sınıflandırılması ve sosyal turizm amacına hizmet edenlerin ürün haline dönüştürülmesi,
- Talebin ihtiyaçları saptanarak sosyal turizm ürün ve aktivite seçiminin yapılmasında hedef kitlelerin katılımı ve katkısının sağlanması.

İzmir’de sürdürülebilir sosyal turizm uygulaması amacına hizmet eden yukarıdaki arz ve talebi şekillendiren yöntem, kısa vadeli plan içinde düşünülebilir. İzmir’den sonra veya eş zamanlı olarak başka birkaç il pilot il olarak seçilebilir. Daha sonra orta ve uzun vadeli planda başka ülkelerden kardeş iller belirlenerek uygulamalar uluslararası boyuta taşınabilir.

Bu çalışmaya ek olarak, sürdürülebilir turizm kapsamında sosyal turizmin geliştirilmesi için, aynı ölçüde detaylı araştırmaların farklı paydaşlara yönelik olarak yapılması önerilmektedir. Bu araştırmalar, yeni üretilecek olan veya rehabilitasyonu yapılacak olan sosyal turizm ürünlerinden faydalanan potansiyel hedef kitleyi veya belirlenen mevcut sosyal turizm ürünlerinden faydalanan kullanıcıları ve hatta sosyal turizm tesislerinde istihdam edilen çalışanları da kapsayacak şekilde yapılabilir.

KAYNAKÇA

Kitap:

Aziz, A. (2011). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri ve Teknikleri*. Geliştirilmiş 6. Basım, Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık Tic. Ltd. Şti.

Berelson, B. (1952). *Content Analysis in Communication Research*. New York: Free Press.

Chauvin, J. (2002). *Le Tourisme Social et Associatif en France*. Paris: l'Harmattan.

Çoruh, S. (1971). *Sosyal Turizm-İşçi Turizmi*. Ankara: Güven Mat. Türkiye OLEYİS Sendikası Yayınları.

Denzin, N. ve Lincoln, Y. (1994). *Handbook of Qualitative Research*. Thousand Oaks, CA: Sage.

George, R. (1999). *In Defence of Natural Law*. Oxford: Clarendon Press.

Goode, W.J. ve Hatt, P.K. (1973). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Metodları*. Ankara: Sevinç Matbaası. Türkiye ve Ortadoğu Amme Enstitüsü Yayınları No.137, Çeviren: Prof. Dr. Ruşen Y. Keleş.

Gökçe, O. (2001). *İçerik Çözümlemesi, Teori, Metod, Uygulama*. Konya: Nurol Matbaacılık.

Gülersoy, Ç. (1962). *Sosyal Turizm*. İstanbul: Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu Yayını.

Gülersoy, Ç. (1964). *Yıllık Ücretli İzin*. İstanbul: İsmail Akgün Matbaası.

Hall, C. (2000). *Tourism Planning: Policies, Processes and Relationships*. Harlow, UK: Prentice Hall.

Holsti, O.R. (1969). *Content Analysis for the Social Sciences and Humanities*. USA: Reading, Addison - Vestley.

İlgüner, M. ve Asplund, C. (2011). *Marka Şehir*. İstanbul: Markating Yayınları, Bilnet Matbaacılık.

Jackson, T. (2004). *Motivating Sustainable Consumption: A Review of Evidence on Consumer Behaviour and Behavioural Change*. London: Sustainable Development Research, Network.

Kozak, M. (2014a). *Sürdürülebilir Turizm, Kavramlar-Uygulamalar*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Kozak, M. (2014b). *Bilimsel Araştırma: Tasarım-Yazım ve Yayım Teknikleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Krippendorff, J. (1987). *The Holidaymakers. Understanding the Impact of Leisure and Travel*. Oxford: Butterworth-Heinemann.

Krippendorff, K. (1984). *Content Analysis (An Introduction to Its Methodology)*. Dördüncü Basım. Beverly Hills: The Sage Comtext Series, Sage Publications.

Lanquar, R. ve Raynouard, Y. (1978). *Le Tourisme Social, Que sais-je?* Birinci Basım. France: Presses Universitaires de France.

Mason, J. (1996). *Qualitative Researching*. London: Sage Publications.

Mayo, E. J. ve Jarvis, P. (1985). *The Psychology of Leisure Travel*. Boston MA: CBI Publishing.

Miles, M. ve Huberman, A. (1994). *Qualitative Data Analysis*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Olalı, H. (1968). *Ege Bölgesi Turizmi ve Turizmin Mevsimlik Karakteri*. İzmir: İzmir İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi Yay. No.58.

Olalı, H. (1982). *Turizm Politikası ve Planlaması*. İzmir: Ege Üniversitesi.

Putnam, R. (2000). *Bowling Alone*. New York: Simon & Chuster.

Stacey, M. (1970). *Methods of Social Research*. UK: Pergamon Press Ltd.

Strauss, A. ve Corbin J. (1998). *Basics of Qualitative Research Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory*. 2nd Ed. USA: SAGE Publications.

Swarbrooke, J. (2009). *Sustainable Tourism Management*. UK. CABI Publishing.

Tomlinson, A. (1986). *Playing Away from Home: Leisure, Disadvantage and Issues of Poverty and Access*. In *Excluding the Poor*. Golding, P., ed., London: CPAG.

Usta, Ö. (1982). *Sosyal Turizm*. İzmir: İstiklal Matbaası.

Usta, Ö. (2008). *Turizm, Genel ve Yapısal Yaklaşım*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Voysey, K. (2000). *Just What the Doctor Ordered – the Benefits of Taking Holidays*. London: English Tourism Council.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H., (2004). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. 4. Baskı. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

E-Kitap:

Blanchard, L. ve Higgins-Desbiolles, F. (2013). *Peace Through Tourism: Promoting Human Security Through International Citizenship*. Routledge.

Delisle, M. ve Jolin, L. (2007). *Un Autre Tourisme Est-il Possible? : Ethique, Acteurs, Concepts, Contraintes*. Québec: Presses de l'Université du Quebec.

Fishbein, M. ve Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention and Behaviour: An Introduction to Theory and Research*. Reading, MA: Addison-Wesley.

Kozak, M.A. (2002). *Genel Turizm Bilgisi*. Ed. Kozak, M.A., Yazarlar: Maviş, F., Ahipaşaoğlu, H.S., Kozak, N., Anadolu Üniversitesi Yayın No: 1360, Açıköğretim Fakültesi Yayın No: 727, ISBN: 975-06-0100-9.

Mason, P. (2008). *Tourism Impacts, Planning and Management*. Oxford: Butterworth-Heinemann.

McCabe, S., Minnaert, L. ve Diekmann, A. (2011). *Social Tourism in Europe, Theory and Practice*. Bristol: Channel View Publications.

Minnaert, L., Maitland, R. ve Miller, G. (2013). *Social Tourism, Perspectives and Potential*. Routledge.

Smith, M., ve Puczko, L. (2009). *Health and Wellness Tourism*. London, Butterworth-Heinemann.

Kitap Bölümü:

Alén, E. Domínguez, T. ve Losada N. (2012). New Opportunities for the Tourism Market: Senior Tourism and Accessible Tourism. *Visions for Global Tourism Industry - Creating and Sustaining Competitive Strategies*, Chapter7 (ss.139-167).

Dr. Murat Kasimoglu (Ed.), Publisher:In Tech:
<http://www.intechopen.com/books/visions-for-global-tourism-industry-creating-and-sustaining-competitive-strategies/new-opportunities-for-the-tourism-market-senior-tourism-and-accessible-tourism>, 13.10.2015.

Baumgartner, C. (2011). Social Tourism and Sustainability. *Social Tourism in Europe, Theory and Practice*. (ss. 166-177). Bristol: Channel View Publications.

Caire, G. (2007). Les Associations Françaises de Tourisme: De l'Impulsion d'un Marché de Masse aux Difficultés d'un « Autre » Tourisme. *L'Economie Sociale entre Informel et Formel: Paradoxes et Innovations*. (ss. 129–150). Rennes: Presses Universitaires.

Caire, G. (2011). Social Tourism and the Social Economy. *Social Tourism in Europe*. (ss.73-91). Bristol: Channel View Publications.

Jafari, J. (2001). The Scientification of Tourism. V. Smith & M. Brent (Editörler), *Hosts and Guests Revisited: Tourism Issues of the 21st Century*. (ss. 211-220). New York: Cognizant.

Long, P., McCabe, S. ve Scullion, M. (2007). Tourism and the Inclusive Society: Conceptual and Policy Development in the UK. *Social Change and Cultural Space: Making Space for Leisure and Tourism*. (ss. 45–66). Brighton: LSA Publications.

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*. (ss. 126-143). Wallingford: CABI.

Ritchie, J. (2003). The Applications of Qualitative Methods to Social Research. *Qualitative Research Practice A Guide for Social Science Students and Researchers*. (ss. 24-46). London: Sage Publications.

Snape, D. ve Spencer, L. (2003). The Foundations of Qualitative Research. *Qualitative Research Practice A Guide for Social Science Students and Researcher*. (ss.2-23). London: Sage Publications.

Weaver, D. (2006). Issues in Sustainable Tourism. *Sustainable Tourism*. (ss.18-37). Oxford: Butterworth-Heinemann.

Makale:

Agarwal, S. ve Brunt, P. (2006). Social Exclusion and English Seaside Resorts. *Tourism Management*. 27, 654-670.

Almeida, M. V. de. (2011). The Development of Social Tourism in Brazil. *Current Issues in Tourism*. 14(5), 483-489.

Amendah, E. ve Park, J. (2008). Consumer Involvement and Psychological Antecedents on Eco-friendly Destinations: Willingness to Pay More. *Journal of Hospitality and Leisure Marketing*. 17(3-4), 262-283.

Barr, S. (2007). Factors Influencing Environmental Attitudes and Behaviours: A UK Case Study of Household Waste Management. *Environment and Behaviour*. 39, 435-472.

Belanger, C.E. ve Jolin, L. (2011). The International Organisation of Social Tourism (ISTO) Working Towards a Right to Holidays and Tourism for All. *Current Issues in Tourism*. 14(5), 475-482.

Bergier, B., Bergier, J. ve Kubinska, Z. (2010). Environmental Determinants of Participation in Tourism and Recreation of People with Varying Degrees of Disability. *Journal of Toxicology and Environmental Health*. Part A 73, 17-18.

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

Boksberger, P. E. ve Laesser, C. (2009). Segmentation of the Senior Travel Market by the Means of Travel Motivations. *Journal of Vacation Marketing*. 15(4), 311-322.

Carbone, M., (2005). Sustainable Tourism in Developing Countries: Poverty Alleviation, Participatory Planning, and Ethical Issues. *The European Journal of Development Research*. 17(3), 559-565.

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

Cass, N., Shove, E. ve Urry, J. (2005). Social Exclusion, Mobility and Access. *The Sociological Review*. 53, 539–555.

Chok, S., Macbeth, J. ve Warren, C. (2007). Tourism as a Tool for Poverty Alleviation: A Critical Analysis of ‘Pro-Poor Tourism’ and Implications for Sustainability. *Current Issues in Tourism*. 10(2-3), 144-165.

Clifton, J. ve Benson, A. (2006). Planning for Sustainable Ecotourism: The Case for Research Ecotourism in Developing Country Destinations. *Journal of Sustainable Tourism*. 14(3), 238-254.

Coleman, J. (1998). Social Capital in the Creation of Human Capital. *The American Journal of Sociology*. 94, 95-120.

Diekmann, A. ve McCabe, S. (2011). Systems of Social Tourism in the European Union: A Critical Review. *Current Issues in Tourism*. 14, 417-430.

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

Dolnicar, S., Yanamandram, V. ve Cliff, K. (2012). The Contribution of Vacations to Quality of Life. *Annals of Tourism Research*. 39(1), 59-83.

Dolnicar, S., Crouch, G. ve Long, P. (2008). Environment-Friendly Tourists: What Do We Really Know About Them? *Journal of Sustainable Tourism*. 16(2), 197-210.

Domínguez, T., Fraiz, J.A. ve Alén, E. (2013). Economic Profitability of Accessible Tourism for the Tourism Sector in Spain. *Tourism Economics*. 19(6), 1385-1399.

Evans, M.R., Shickle, D. ve Morgan, M.Z. (2001). Travel Illness in British Package Holiday Tourists: Prospective Cohort Study. *Journal of Infection*. 43(2), 140-147.

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

Fleischer, A., ve Pizam, A. (2002). Tourism Constraints Among Israeli Seniors. *Annals of Tourism Research*. 29(1), 106-123.

Garcés Ferrer, J., Ferri Sanz, M., Durá Ferrandis, E., McCabe, S. ve Sanchez Garcia, J. (2015). Social Tourism and Healthy Ageing. *International Journal of Tourism Research*. DOI: 10.1002/jtr.2048.

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

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

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

Hardy, A., Beeton, R. ve Pearson, L. (2002). Sustainable Tourism: An Overview of the Concept and Its Position in Relation to the Conceptualisations of Tourism. *Journal of Sustainable Tourism*. 10(6), 475-496.

Haukeland, J. (1990). Non-travellers: The Flip Side of Motivation. *Annals of Tourism Research*. 17(2), 172-184.

Haulot, A. (1982). Social Tourism, Current Dimensions of Future Developments. *Journal of Travel Research*. 20(3), 207-212.

Haulot, A. (1985). The Environment and Social Value of Tourism. *International Journal of Environmental Studies*. 25, 219-223.

Hazel, N. (2005). Holidays for Children and Families in Need: An Exploration of the Research and Policy Context for Social Tourism in the UK. *Children&Society*. 19, 225-236.

Higgins-Desbiolles, F. (2006). More Than an “Industry”, The Forgotten Power of Tourism as a Social Force. *Tourism Management*. 27, 1192-1208.

Hobson, J.S.P. ve Dietrich, U.C. (1994). Tourism, Health and Quality of Life: Challenging the Responsibility of Using the Traditional Tenets of Sun, Sea, Sand and Sex in Tourism Marketing. *Journal of Travel and Tourism Marketing*. 3(4), 21-38.

Horneman, L., Carter, R. W., Wei, S. ve Ruys, H. (2002). Profiling the Senior Traveler: An Australian Perspective. *Journal of Travel Research*. 41(1), 23-37.

Hughes, H. (1984). Government Support for Tourism in the UK: A Different Perspective. *Tourism Management*. 5, 13-19.

Hughes, H. (1991). Holidays and the Economically Disadvantaged. *Tourism Management*. 12(3), 193-196.

Hunter-Jones, P. (2011). The Role of Charities in Social Tourism. *Current Issues in Tourism*. 14(5), 445-458.

Johnson, D. (2006). Providing Ecotourism Excursions for Cruise Passengers. *Journal of Sustainable Tourism*. 14(1), 43-54.

Jolin, L. (2003a). Les Mesures Sociales pour Accroître le Départ en Vacances et l'Accès au Tourisme. Une Relance est-elle Possible? *Téoros*. 22(3), 10-15.

Jolin, L. (2003b). Le Tourisme Social, un Concept Riche de ses Evolutions, Le Tourisme Social dans le Monde. *Teoros*. 141, (40. Yıldönüm özel basımı, i-xxi).

Jolin., L. ve Proulx, L. (2005). L'Ambition du Tourisme Social: Un Tourisme pour Tous, Durable et Solidaire! *Revue Interventions Economiques*. 32. (L'Economie Sociale: Un Bilan des Recherches et des Pratiques au Québec).

Ko, T. G. (2005). Development of a Tourism Sustainability Assessment Procedure: A Conceptual Approach. *Tourism Management*. 26, 431-445.

Lane, B. (1994). What is Rural Tourism? *Journal of Sustainable Tourism*. Special Issue: Rural Tourism and Sustainable Rural Development. 2(1-2), 7-21.

Liu, Z. (2003). Sustainable Tourism Development: A Critique. *Journal of Sustainable Tourism*. 11(6), 459-475.

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

McCabe, S. (2005). Who is a Tourist? A Critical Review. *Tourist Studies*. Sage Publications London, Thousand Oaks and New Delhi. 5(1), 85-106.

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

McCabe, S. ve Diekmann, A. (2015). The Rights to Tourism: Reflections on Social Tourism and Human Rights. *Tourism Recreation Research*. 40(2), 194-204.

McCabe, S. ve Johnson, S. (2013). The Happiness Factor in Tourism: Subjective Well-Being and Social Tourism. *Annals of Tourism Research*. 41, 42-65.

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

Medina, L. K. (2005). Ecotourism and Certification: Confronting the Principles and Pragmatics of Socially Responsible Tourism. *Journal of Sustainable Tourism*. 13(3), 281-295.

Miller, G., Rathouse, K., Scarles, C., Holmes, K. ve Tribe, J. (2010). Public Understanding of Sustainable Tourism. *Annals of Tourism Research*. 37(3), 627-645.

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

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

Minnaert, L., Maitland, R. ve Miller, G. (2009b). Social Tourism as a Potential Measure to Reduce Social Exclusion. *Annals of Tourism Research*. 36(2), 316-334.

Minnaert, L., Maitland, R. ve Miller, G. (2011). What is Social Tourism? *Current Issues in Tourism*. 14(5)(July), 403-415.

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.

Mordue, T. (2005). Tourism, Performance and Social Exclusion in Olde York. *Annals of Tourism Research*. 32(1), 179-198.

Obrador, P. (2012). The Place of the Family in Tourism Research: Domesticity and Thick Sociability by the Pool. *Annals of Tourism Research*. 39(1), 401-420.

Okazaki, E. (2008). A Community-Based Tourism Model: Its Conception and Use. *Journal of Sustainable Tourism*. 16(5), 511-529.

Öğülmüş, S. (1991). İçerik Çözümlemesi. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*. 24(1), 213-228.

Parcel, T.L. ve Dufur, M.J. (2001). Capital at Home and at School: Effects on Student Achievement. *Social Forces*. 79(3), 881-912.

Puczko, L. ve Ratz, T. (2011). Social Tourism in Hungary: From Trade Unions to Cinema Tickets. *Current Issues in Tourism*. 14(5), 459-473.

Quinn, B. ve Stacey, J. (2010). The Benefits of Holidaying for Children Experiencing Social Exclusion: Recent Irish Evidence. *Leisure Studies*. 29(1), 29-52.

Richards, G. (1998). Time for a Holiday? Social Rights and International Tourism. *Consumption, Time and Society*. 7(1), 145-160.

Saarinen, J. (2006). Traditions of Sustainability in Tourism Studies. *Annals of Tourism Research*. 33(4), 1121-1140.

Smith, R. (1987). Leisure and Disabled Tourists: Barriers to Participation. *Annals of Tourism Research*. 14, 376-389.

Smith, V. ve Hughes, H. (1999). Disadvantaged Families and the Meaning of Holiday. *International Journal of Tourism Research*. 1, 123-133.

Stilling, B. ve Nicolaisen, J. (2010). Disabled Travel: Not Easy but Doable. *Current Issues in Tourism*. 14(1), DOI: 10.1080/13683500903370159.

Tosun, C. ve Jenkins, C. L. (1996). Regional Planning Approaches to Tourism Development: The Case of Turkey. *Tourism Management*. 17(7), 519-531.

Tosun, C. (2001). Challenges of Sustainable Tourism Development in the Developing World: The Case of Turkey. *Tourism Management*. 22, 289-303.

Tuzgöl Dost, M. (2005). Öznel İyi Oluş Ölçeği'nin Geliştirilmesi: Geçerlik Güvenirlik Çalışması. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*. 3(23), 103-110.

Tütüncü, Ö. (2013). Rekreasyon Terapisine Yönelik Bir Proje Önerisi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*. 24(1), Bahar, 122-125.

Wall, G. (1997). Is Ecotourism Sustainable? *Environmental Management*. 21(4), 483-491.

Westbrook, L. (1994). Qualitative Research Methods: A Review of Major Stages, Data Analysis Techniques and Quality Controls. *Library and Information Science Research*. 16, 241-245.

Bildiri

Caire, G. (2005). Le Tiers Secteur, Une Troisième Voie Vers le Développement Durable? L'Exemple des Ambitions et des Difficultés d'un « Autre Tourisme ». *ISTR, EMES 27-28-29 avril (Première Conférence Européenne)*.

Devine-Wright, P. (2004). Towards Zero-Carbon: Citizenship, Responsibility and the Public Acceptability of Sustainable Energy Technologies. *Towards Zero-Carbon-Sustainability in Practice Conference*. London, 21st September 2004.

Emekli, G. (2013). An Approach to Tourism Learning Regions and City Tourism - A Theoretical Approach to Tourism Learning Regions, Cities and City Tourism/ Öğrenen Turizm Bölgeleri Yaklaşımı ve Kent Turizmi - Öğrenen Turizm Bölgeleri, Kentler ve Kent Turizmine Kuramsal Yaklaşım. *3rd International Geography Symposium, GEOMED 2013*.

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

Komppula, R. ve Ilves, R. (2013). Well Being Tourism Experience in a Social Tourism Context. *63rd Aiest Conference*, 2013, İzmir, Turkey.

Konu, H. ve Komppula, R. (2012). Do Wellbeing Tourists Expect Memorable Experiences? *6 th World Conference for Graduate Research in Tourism, Hospitality and Leisure*, (pp. 462-474), Fethiye, TURKEY.

Sonuç, N. (2009). Sustainable Development of Tourism in Guadeloupe. 13th International Scientific Meeting “Contemporary Trends in Tourism, Hotel Management and Gastronomy”, October 2009, Novi Sad, Serbia.

Tosun, C. (1998). Deficits in Approaches to Tourism Development Planning in Developing Countries: The Case of Turkey. *International Conference of International Travel and Tourism: Policy, Law and Management*, 19-21 April 1998. Newcastle upon Tyne: University of Northumbria.

Belge, Rapor, Yasa

Anable, J., Lane, B. ve Kelay, T. (2006). *An Evidence Base Review of Attitudes to Climate Change and Transport*. Report to the Department for Transport, London: HMSO.

BAGFE (2009). *Bundesarbeitsgemeinschaft Familienerholung*. (2009, July). <http://www.urlaub-mitder-familie.de/start/index.php>, (30.08.2009).

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>, (16.06.2016).

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

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

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

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

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.

ETİK (Ege Turistik İşletmeler ve Konaklamalar Birliği). (2015). *İzmir Turizm Raporu 2015*. www.etik.org.tr/SF/539/ETIK.IZMIR.RAPOR.2015.pdf, (16.05.2016).

European Commission (2007). *Action for More Sustainable European Tourism*, Brussels, European Commission, DG XXIII.

ISTO (2003). *Statutes*. Brussels. Author.

ISTO (2014). *Memorandum of the International Social Tourism Organization*. <http://www.oits-isto.org/en/index.php?menu=45&submenu=182>, (30.08.2014).

ISTO 2014-2016 Action Plan. <http://www.oits-isto.org/oits/files/resources/326.pdf>, (16.06.2016)

IMSERSO (2011). http://www.imserso.es/imserso_06/index.htm, (30.08.2014).

İş Kanunu (2003). 4857 Sayılı İş Kanunu - Mevzuat Bilgi Sistemi, www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.4857.pdf, (30.08.2014).

İZKA (İzmir Kalkınma Ajansı) (2009). *İzmir’de Turizm Çeşitleri ve Turizm Yatırımları İhtiyaç Analizi*. Yanardağ, A.A. ve Yanardağ, M.Ö.

Kültür ve Turizm Bakanlığı (2007). *Türkiye Turizm Stratejisi 2023*, Ankara. Türkiye Turizm Stratejisi 2023, Eylem Planı 2007-2013, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları, ISBN 978-975-17-3260-6, www.kulturturizm.gov.tr, (04.06.2015).

Lewis, E. (2001). *Evaluation of the Benefits of Recreational Holidays for Young People in Public Care*. London: The National Children's Bureau.

Minnaert, L. (2012). *FETE Research Report, First European Travel Experience, Design, Implementation, Evaluation*. University of Surrey, <http://www.vlaanderen.be/nl/publicaties/detail/fete-research-report>, (15.08.2014).

OECD (The Organisation for Economic Co-operation and Development) (2011). *Life Expectancy and Healthy Life Expectancy at Age 65, in Health at a Glance*. OECD Indicators, OECD Publishing. Retrieved from http://dx.doi.org/10.1787/health_glance-2011-66-en, (14.08.2014).

OITS (2010). *World Congress for Social Tourism in Rimini, "Tourism: It's Time for Social Policies"*. Speech of the President of OITS, Norberto Tonini, <http://www.oits-isto.org/>, (30.08.2014).

Quinn, B., Griffin, K. ve Stacey, J. (2008). *Poverty, Social Exclusion and Holidaying: Towards Developing Policy in Ireland*. Poverty Agency Policy Research Initiative Working Paper.

Sustainable Consumption Roundtable (2006). *I will if you will*. Report to the Sustainable Development Commission. Retrieved January 7th, 2008, from www.sd-commission.org.uk/publications/downloads/I_Will_If_You_Will.pdf (16.06.2016)

TSG (Tourism Sustainability Group, European Commission) (2007). *Action for More Sustainable European Tourism*, February.

Turizm ve Tanıtma (1977). *IV. Beş Yıllık Kalkınma Planı*, Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Cilt: 1, Devlet Planlama Teşkilatı, Yayın No: DPT: 1529, OİK; 225, Ankara.

TÜROFED (Türkiye Otelciler Federasyonu). (2015). *Turizm Raporu*, Yıl:5, Sayı:9, www.turofed.org.tr, (06.06.2015).

TÜSİAD (Türkiye Sanayici ve İşadamları Derneği). (2012). *Sürdürülebilir Turizm Raporu*, Yayın no: TÜSİAD T, 2012-09/531.

UN (United Nations) (1948). Universal Declaration of Human Rights, <http://www.un.org/en/universal-declaration-human-rights/>, (05.05.2016).

UNEP ve UNWTO (2005). *Making Tourism More Sustainable - A Guide for Policy Makers*, p.11-12 *UN Environment Programme & UNWTO- UN World Tourism Organisation Publication: "Making Tourism More Sustainable – A Guide for Policy Makers"*.

UNAT (2004). *L'Apport Social du Tourisme Associatif dans les Territoires*. Etude réalisée pour le Conseil National du Tourisme dans le Cadre de la Session « Droit aux Vacances». <http://www.unat.asso.fr>, (30.08.2014).

UNWTO (2013a). *UNWTO Annual Report 2012*, UNWTO, Madrid.

UNWTO (2013b). *Sustainable Tourism for Development Guidebook*. Contract nr . DCI-MULTI-2011/280-663.

WCED (World Commission on Environment and Development) (1987) *Our Common Future*, www.un-documents.net/our-common-future.pdf, (25.10.2015).

WTO (1999). *Global Code of Ethics for Tourism*, Adopted by Resolution A/RES/406(XIII) at the thirteenth WTO General Assembly, Santiago, Chile, 27 September -1 October 1999, available at <http://ethics.unwto.org/en/content/global-code-ethics-tourism>, <http://ethics.unwto.org/en/content/full-text-global-code-ethics-tourism>, (06.06.2015).

WTO (2011). *Ethics and Social Dimensions of Tourism Full Text of the Global Code of Ethics for Tourism*. <http://ethics.unwto.org/en/content/full-text-globalcode-ethics-tourism>, (25.10.2015).

Gazete, Dergi:

Aksü, S. (27.07.2011). Sosyal İnsan, Sosyal Turizm. Turizm Gazetesi. <http://www.turizmgazetesi.com/article.aspx?id=62106>, (15.05.2013).

Engin, F. (2014). Turing Gençliğinin “Balkanlar’daki Osmanlı” Gezisi. Turing. Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu Belleteni. Eylül 2014. Sayı:379.

Gök, F. (05.04.2012). Urla Kampı Yıkılacak. Yeni Asır Gazetesi. <http://www.yeniasir.com.tr/UcuncuSayfa/2012/05/04/urla-kampi-yikilacak>, (15.05.2013).

(21.07.2014). Balçova’da Engelli Gençlere Özel Kamp. Milliyet Gazetesi. <http://www.milliyet.com.tr/balcova-da-engelli-genclere-ozel-kamp-izmir-yerelhaber-303471/>, (30.08.2014).

Tamer, M. (05.03.2013). Turizmci Calypso İstiyor. Hürriyet Gazetesi. <http://www.hurriyet.com.tr/ege/22521188.asp>, (25.08.2014).

Ünsever, İ. (2015). Turizmde Haksız Rekabet: Konut Görünümlü Sahte Konaklama İşletmeleri. XXIV(Yirmidokuz). Mayıs 2015. <http://unsever.com/unsever-dergi/201506/#78>, (24.05.2016).

Tez

Demirkol, Ş. (1988). *Sosyal Turizm ve Türk Turizmindeki Yeri*. (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Kakoudakis, K. (2014). *Effects of Social Tourism on Unemployed Individuals' Self-Efficacy and Job-Search Behaviour*. (Doktora Tezi). University of Nottingham.

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.

Şenel, İ. (1997). *Türkiye’de Sosyal Turizmin bir Unsuru Olarak Öğretmenevlerinin Türk Turizmine olan Katkısı*. (Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

İnternet siteleri

Arz Yönlü (Supply Side), <https://www.quora.com/In-economics-what-do-supply-side-and-demand-side-mean>, https://en.wikipedia.org/wiki/Supply-side_economics, (02.06.2016).

Calypso, http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/calypso/index_en.htm, (06.08.2014).

Calypso Muğla, 09.04.2013, http://www.muglaab.gov.tr/haber_detay.asp?id=77, (25.08.2014).

ENAT. <http://www.accessibletourism.org/>, (11.06.2014).

ISTO. (Uluslararası Sosyal Turizm Örgütü). <http://www.oits-isto.org/oits/public/section.jsf?id=181>, 18.06.2016.

İZKA (İzmir Kalkınma Ajansı). <http://www.izka.org.tr>, (16.05.2016).

İZKA Yatırım Destek Ofisi (İZKA Invest in İzmir), http://www.investinizmir.com/tr/html/931/Izmir_de+Turizm+Sektoru, (06.06.2015).

İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, www.izmirkulturturizm.gov.tr, (09.05.2016).

Mavi Bayrak Türkiye, <http://www.mavibayrak.org.tr>, (13.05.2016).

SOWELL Projesi, <http://www.sowell-project.eu/en/calypso>, (27.07.2014).

STEEP projesi, <http://www.ecalypso.eu/steep/public/about.jsf?id=22>,
<http://www.bits-int.org/en/index.php?menu=75&submenu=151> , (06.08.2014)

Şimşek, H. (2006). Nitel Araştırma Yöntemleri. <http://www.teged.org/dosyalar/2006sunumlar/HasanSimsek.ppt>, (10.05.2012).

Tourism for all (UK). www.tourismforall.org.uk, (16.08.2014).

T.C. Gençlik ve Spor Bakanlığı Gençlik Kampları. <http://genclikkamplari.gsb.gov.tr/Modul/GenclikKamplari.aspx>,
www.genclikkamplari.gsb.gov.tr, (25.08.2014).

UNAT <http://www.unat.asso.fr/f/connaitre-lunat/quest-ce-que-lunat/les-missions.html>, (09.08.2014).

UNWTO (2015a). World Tourism Barometer. <http://mkt.unwto.org/en/barometer> , (24.02.2016).

UNWTO (2015b). UNWTONews 2015. No 40, Avril 2015, <http://media.unwto.org/fr/node/43107>, (01.06.2015).

Wikipedia. İzmir İktisat Kongresi.
https://tr.wikipedia.org/wiki/%C4%B0zmir_%C4%B0ktisat_Kongresi, (06.05.2016).

Wikipedia. İzmir Enternasyonal Fuarı.
https://tr.wikipedia.org/wiki/%C4%B0zmir_Enternasyonal_Fuar%C4%B1,
(06.05.2016).



EKLER



EK 1

Görüşülen Uzman Kurum Listesi

Kamu Kurumları	
1	İzmir Büyükşehir Belediyesi Kent Koleji Birimi
2	İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü
3	İzmir Valiliği
4	Urla Belediyesi
5	Foça Belediyesi
6	Foça İlçe Turizm Müdürlüğü
7	Dokuz Eylül Üniversitesi Sağlık Kültür Spor Daire Başkanlığı
Sivil Toplum Kuruluşları (STK, STKKamu, STKÖzel)	
8	İZKA (İzmir Kalkınma Ajansı) İzleme ve Değerlendirme Birimi
9	Ege Turizm Derneği
10	TÜRSAB (Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği)
11	TÜROFED (Türkiye Otelciler Federasyonu)
12	ETİK (Ege Turistik İşletmeler Birliği)
13	TUREB (Türkiye Rehberler Birliği)
14	İZRO (İzmir Rehberler Odası)
15	UFTAA (United Federation of Travel Agents' Associations) (Uluslararası Seyahat Acentaları Birlikleri Federasyonu)
16	İZTO (İzmir Ticaret Odası) Turizm Bölümü
17	TUREVS (Turistik Ev Pansiyonculuğu Derneği)
18	Avrupa Erişilebilir Turizm Ağı (ENAT, European Network for Accessible Tourism) İzmir Temsilcisi
19	ENAT Orta-Doğu ve Kuzey Afrika Ülkeleri Birliği (ENAT- MENA, Middle East - North Africa) İzmir Temsilcisi
20	TURING (Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu) İzmir Şubesi
21	İzmir Esnaf ve Sanatkarlar Odası Arge Bölümü

Danışmanlar	
22	Hukuk Danışmanlık Firması Sahibi, Boğaziçi Üniversitesi Öğretim Üyesi (Prof. Dr.), Turizm Firmalarında Hukuk Danışmanı
23	Destinasyon Marka Yaratıcısı, Danışmanlık Firması Sahibi, Yazar



EK 2

Yarı Yapılandırılmış Derinlemesine Görüşme için Hazırlanmış Soru Listesi

Tanım ve Mevcut Durum

1. Sosyal turizm kavramını nasıl tanımlarsınız?
2. Sosyal turizmi toplumsal(sosyal) açıdan nasıl konumlandırırsınız?
3. Sosyal turizm sizce yerel, ulusal ve uluslararası turizm politikaları kapsamında nasıl bir yere sahiptir?

Talep

4. Sosyal turizmden sizce kimler /toplumun hangi kesimleri faydalanmaktadır/faydalanmalıdır?
5. Sosyal turizm talebi açısından düşünüldüğünde, hedef pazarın sizce ihtiyaç ve beklentileri nelerdir? İzmir’de sosyal turizm talebi açısından sizce nasıl bir durum belirmektedir?
6. İzmir özelinde sosyal turizmden yararlanma öncelikleri ve ağırlıklarına yönelik sizce nasıl bir strateji belirlenebilir?

Paydaşlar ve Roller

7. İzmir’de Sosyal turizm uygulamalarında yatırımcılar/işletmeciler/özel sektör sosyal turizmin geliştirilmesi konusunda nasıl roller/görevler almaktadır/almalıdır?
8. İzmir’de sivil toplum kuruluşları/ hayır kurumları/dernekler sosyal turizmin geliştirilmesi konusunda nasıl roller/görevler almaktadır/almalıdır?
9. İzmir’de Devlet sosyal turizmin geliştirilmesi konusunda nasıl roller/görevler almaktadır/almalıdır?

10. İzmir’de başka hangi kişi/örgüt/kurum/paydaşlar sosyal turizmin geliştirilmesi konusunda nasıl roller/görevler almaktadır/almalıdır?
11. Küresel ve bölgesel organlarla ve diğer ülkelerle sosyal turizm gelişimi ve yönetimi hakkında gerçekleştirilen aktif işbirliği nasıldır? Sizce geliştirilmesine yönelik politikalar nasıl olmalıdır?
12. Sizin kurumunuz/Siz sosyal turizme katkıda bulunacak ya da sosyal turizmle ilgili bir modelde yer alacak olsanız nasıl bir rolünüz olabilir?

Uygulama

13. Kurumunuzun ya da kendinizin deneyimlediği sosyal turizm uygulamaları hakkındaki örnekleri paylaşır mısınız?
14. Türkiye’de Sosyal turizm için var olan ulusal faaliyetler ve yasal düzenlemeler sizce nasıldır? Yeterli midir? Nasıl olmalıdır?
15. Sosyal turizm uygulamalarının yapılması önündeki engeller sizce neden kaynaklanmaktadır? Nasıl aşılabılır?
16. İzmir’de mevcut sosyal turizm yatırımlarının durumu hakkında sizin değerlendirmeniz nasıldır? İzmir ili için sosyal turizm yatırımlarının günümüz toplumsal ihtiyaçlarını karşılayıcılık düzeyi nasıldır?

Sosyal Turizmin Faydaları ve Sürdürülebilirlik

17. İzmir için gerek ulusal gerek uluslararası sosyal turizm projeleri ve uygulamalarını sürdürülebilir turizme katkısı açısından nasıl değerlendirirsiniz?
 - Sosyal turizm kültürel ve sosyal çevreye, toplumun iyi oluşuna/ nasıl fayda sağlayabilir ?
 - Sosyal turizm ekonomiye, istihdama, toplumsal refaha nasıl katkıda bulunabilir?
 - Sosyal turizm çevreye nasıl fayda sağlayabilir?

18. Sosyal turizmin başka nasıl faydaları bulunmaktadır, olabilir?

İzmir Uygulama Önerisi

19. İzmir için sosyal turizm politikalarının taşıdığı önem düzeyi sizce nasıldır?

20. Sosyal turizm İzmir için sürdürülebilir turizm politikalarının önemli bir bileşeni haline nasıl getirilebilir?/ Sosyal turizm İzmir için nasıl önemli bir turizm türü/ürünü haline getirilebilir? Sosyal turizmin İzmir’de hangi modellerle/ne şekilde nasıl uygulanması daha uygun olabilir?

21. Eklemek istediğiniz başka şeyler var mıdır?

22. Demografik (Görüşülen kişiye ait bilgiler)

Cinsiyeti K E

Yaşı 25-35 36-45 46-55 55-65 66- Diğer:

Uzmanlık alanı : -Turizm -Sosyal Politika -Akademisyen -Diğer:

.....

İşletmeci ise işletmenin türü: -

Konaklama işletmesi ise oda sayısı:

Çalışan personel sayısı:

Kaç yıldır mevcut işinde/işletmede çalışmaktadır:.....

Kaç yıldır turizm sektöründe çalışmaktadır?.....

Sosyal turizm hakkında genel görüşü : -Olumlu -Olumsuz -Diğer

EK 3

Kod Listesi

Sosyal Turizm-Tanım	
Ekonomik olarak daha sınırlı gelirlere sahip olan insanların turizm hareketliliğine katılabilme, bir imkan, fırsat verilmesi Toplumların birbirini tanınması Toplumların birbiri hakkındaki önyargılarının yıkılması İnsani değerlerin, dostane değerlerin, toplumlar arasındaki dostluk ilişkileriyle uluslararası dostluk ilişkilerinin gelişmesi boyutu Bir yeri gezmek görmek İnsan ilişkileri Yaşam tarzı Bir turizm algısı Kar amaçlı olmayan Bireylerin veya kar amaçlı olmayan toplumların aktif olarak yer alması Bu (sosyal) turizm: Değerli Görev dışındaki motivasyonlarla Denkleştirici adalet Sosyal adalet Denkleştirici turizm Aynı destinasyonda başka alternatif üretmek Ucuz versiyonunu üretmek turizmi herkesin içinde bulunduğu bir ortam haline getirmek Herkesi içine çektiğin zaman “sosyal” sosyalleşme Sürdürülebilir, turizmi tüketmeden Yörenin değerlerini, çitasını yükselterek Uzun bir dönem Hem toplumun hem de ziyaretçilerin iki tarafın faydalanmasını sağlayan bir turizm şekli Tarih, doğal çevre Yerel kültürün, kültürel merakın gelenek ve göreneklerin yaşatılması İnsanların deneyim kazanması Yerel ürünlerin dünya pazarına sunulabilmesi, kalitesi Ekonomik kazançların sürdürülebilir hale gelmesi	İnsanlık için İnsanların diğerlerini tanınması, diğerlerine yakınlaşması, diğerlerini anlaması, veya kabul etmesi Farklılıklara saygı duyması Dünya’da düşmanlığı yok etmek için Sosyal adalet Denkleştirici adalet Kültürel kalkınma Kültürel değiş tokuş, tanışma, kaynaşma Şehrin sosyal yapısına katkı Şehir gelişsin, sunduklarımdan faydalanması gerekenler ziyaret etsin İnsanların yeme içme kültürü, oturması kalkması, davranışları değişiyor Toplumun sosyal değerlerini olumlu yönde değiştirme Çocukların arkadaş edinmeyi, paylaşmayı öğrenmesi Halkın kendi tarihini öğrenmesi, eğitmek Sosyalleştirmek İç turizme katkı Öğrencilerin gezi kültürünün oluşması barış, huzur, refaha katkı (bölgeler arası ve uluslar arası) Sosyal sorumluluk Yerleşik halkın benimsemesi Aidiyet duyması Sosyal proje Çok ses, çok renk Şehir Kazanç Strateji: şehrin gelişme, pazarlama, tanıtip kendini anlatma metodu Sosyal turizm herkes için turizm misafirperverlik, sosyal boyut, toplumsal boyut Toplumun kültürel yaşantısı yapısı konumu Kendi kimliğini kendisi bulma romantik anlamda turizm endüstriyel olmayan Toplumsal yönünün ağır bastığı

Sürdürülebilir Turizm	Fayda
Karbon ayak izi Karbon sertifikaları O algı oluştu Deniz değeri Zeytin ağacına sarılıyor kadın Müzecilikte ziyaretçi sayısının sınırlanması (korumak için, yıpranmayı azaltmak için) Çevreyi Korumak Kültürü Korumak Herkes için turizmi ulaşılabilir/erişilebilir kılmak	Önyargılardan arınmışlık İstihdam, ticari kazanç, gelir kaynağı Siyasi araç olarak hizmetin duyurulması Eğitim düzeyinin artırılması Doğudan batıya göç edenlerin adapte edilmesi ve kültür şokunun ortadan kaldırılması İnsan odaklı olma İnsan kavramı Hoşgörüyü öğrenmek Saygı duymayı öğrenmek Dünya insanı olmak Genç Kuşakların Eğitimi Sosyal Adaletin Sağlanmasına Katkıda Bulunması İnsanlar ve Toplamlar Arası Dostluk İlişkileri ve Barışa Katkı Sağlaması Toplumsal ve Kültürel Değerlerin Korunması ve Aktarılması İç turizmin Desteklenmesi ve Mevsimselliğin Ortadan Kaldırılması Sürdürülebilirliğe Katkı Sağlaması Halkın Bilinç Düzeyinin Artması, Demokrasiye Katkı
Talep	Talebin İhtiyacı
Turist Kutsal olan tüketici Bunları kahramanlaştıran bunları kutsayan bunu koruyan(turist), bunu kollayan bunun açısından bakan Gerçek kutsal tüketici Orta yaş ve üzeri insanlar Ölü sezonda ve düşük sezonda, o insanlar Tüm Türkiye'yi gezecekler orta ve orta seviyenin üstündeki hedef kitle değil Daha alt kitledeki tabana yayılarak hedef kitle Dar bir gelirle Engelliler : bu ciddi bir pazar Bu ülkede yaşayan bireylerin ve insanlar Uluslararası literatürde günöbirlikçiler, ticari kaygıyla gelenler, geceleme yapmayanlar turist olarak addedilmiyor Engellilere refakat edenler(dünya ortalamasında 1.9 kişi) Asya'daki Türki Cumhuriyetler ve oradaki engelliler ile refakatçileri Turistin sarışın mavi gözlü olmadığını anlamamız lazım artık Çekik gözlü, kısa boylu, arap	Başkalarını tanımak, başka şeyler görmek ihtiyacı Yer değıştirme güdüsünü, ihtiyacını bana ayrıldığını bildiğim odalar İhtiyacı var mı?Adam ihtiyacın varlığını bilmiyor! Kar için birisi oy için Tüketici taleplerini değerlendirme çizelgesi. Senede 2 sefer kısa 1 sefer uzun tatil, birisi kış. Gezmek görmek ve dinlenmek (iki zıt ihtiyaç) Ve eğlenmek Kendimize ait otantik eserlerimizi görmek ister Kendi evlerindeki gibi Daha rustik, daha küçük, daha ufak, daha hoş, daha otantik mekanlar Yeşille doğayla iç içe girmiş mekanlar güven, rahatlık Sosyal ihtiyaçların karşılanması, paylaşım Fiziksel ihtiyaçların karşılanması Farklı yerleri görmek, farklı kültürleri yaşamak, farklı yemekleri yemek, farklı

ülkelerinden insanlar, Uzun süre kalan, çok para harcayan Amerikalı turistler Asya'daki Türki Cumhuriyetler	dildeki insanlarla konuşmak, farklı inançtaki insanların yaşantılarını görmek, o inançların, kültürlerini görmek, farkında olmak Barış şart Ekonomik durum
Kullanıcılar	
Ekonomik durumu iyi olmayanlar, orta ve alt gelir tabaka insanlarımız Gençler Emekli Çocuklar Kendi bölgesinde, şehrinde yaşayan insanlar Dışarıdan gelen insanlar Çok farklı ülkelerin çok farklı insanları orta gelirli hani, memurun üstünde, esnaf biraz daha yüksek olan üst tabaka esnaf Bütçesi kısıtlı olan insanlar İç Pazar Yerli turist (ekonomisi bozuk) Dezavantaj Dar gelirli vatandaşlarımız Denize gidemeyen İşçiler, memurlar, ihtiyarlar Alt tabaka (dar gelirli) Gazi, şehit aileleri ve 3.yaş kuşağı dediğimiz emekliler	Maddi durumu olmayanlar Yazın faydalanamayanlar Orta gelir seviyesinin altındaki insanlarımız Taban (gelir seviyesi düşük olanlar) Orta yaş üzeri emekliler İlkokul çocukları Yerli Bir mesleği olmayan ev kadınları Aileler Dış Pazar Fransız karı koca Avrupa insanı Yabancı turist “Dur bakalım nereye gidelim” diyen Komşu ülkelerimiz Öğrenciler Yabancı öğrenciler Dünyayı dolaşan nitelikli insanlar Belirli bütçe elemlerle
Arz Yönlü Talep	
Yerli aileler Engelliler Gençler Yabancı turistler Kadınlar İşsizler Öğrenciler Engelliler ve aileleri Heyecanı ve beklentisi olan insanlar Yaşayan insanlar köylüler vatandaşlar Halk	Örgütlü toplum Balıkçıların eşleri Kadınlar Eğitimciler Dezavantajlı kesim Bir işi olmayan, mesleği olmayan ev kadınları Doğudan göç edenler İnsanlarımız Gençlerimiz Kendi vatandaşımız
Paydaşlar	
Yerel yönetim/Merkezi yönetim İl Kültür Turizm Müdürlüğü Kültür ve Turizm Bakanlığı Konsolosluk Kamu/Devlet/Hükümet/İktidar Burada yaşayan yerli halk/ Yurttaşlar İzmir Büyükşehir Belediyesi, Büyükşehir Belediyesi Tarımsal Dairesi Büyükşehir Belediyesi Kent Koleji Birimi Sosyal Projeler Şube Müdürlüğü	Dünya Turizm Örgütü Dünya Sağlık Örgütü Ege Üniversitesi Dokuz Eylül Üniversitesi İYTE(İzmir Yüksek Teknoloji Enstitüsü) Erasmus bölümlerindeki sorumlular Okullar Turizmciler/Sektör Otelciler/Otel DMC(Destinasyon Yönetim Şirketleri)

Mahalle Muhtarları İzmir Valiliği İzmir Kalkınma Ajansı(İZKA) Turizm Koordinasyon Kurulu Belediyeler Valilikler Bakanlar Kurulu İlgili Bakanlar İşgücü, Hizmet veren öğrenci ve genç nüfus Kamuoyu Avrupa Birliği Türkiye Turizm Meclisi Sağlık Bakanlığı Üniversiteler (Özel/Devlet)	UFTAA IATA Acentacılar/ TÜRSAB Rehberler/ Rehberler Odası Konaklama Sektörü Havayolu Sektörü(Ulaşım) Tanıtma genel müdürlüğü Yatırım ve işletmeler müdürlüğü Yatırımcılar İzmir TAV işletmeleri Selçuk Belediyesi Once Foundation Kobiler Bireyler Meslek örgütleri/Odaları
İzmir Ticaret Odası ETİK Meslek dışındaki insanlar Sivil toplum kuruluşları KOSGEB Kooperatifler Kent Konseyleri (Kadın Meclisi, Gençlik Meclisi, Engelli Meclisi) Urla Belediyesi Kent Konseyi Sosyal Güvenlik Kurumu Sosyal Tesisler Müdürlük ve Daire Başkanlıkları İlçe Belediyeler Konak Belediyesi Esnaf Sanatkarlar Odaları Birliği Mesleki Eğitim Merkezi Sponsor İZKA üyeleri: Belediye Başkanı, Başkan Vekili, Ticaret Sanayi Esnaf Odası Başkanları var TUROFED Jolly Tur sosyal dinlenme tesisleri/kamplar CALYPSO İl Mili Eğitim Müdürlüğü Seferihisar Belediyesi Dünya Turizm Örgütü TUREVS Avrupa Birliği Yunanistan Memur GETOB (Güney Ege Turistik Otelciler ve İşletmeciler Birliği) İzmir'deki turizmciler	Gediz Üniversitesi Çeşme Esnaf Odası Ege Bölgesindeki kültür turizm müdürleri Bakanlık teftiş kurulu Döner sermaye işletmeleri İlgili bürokratlar Büyükelçilerimiz/turizm ateşelerimiz ENAT/MENA Yurtdışından partnerler (Belçika, Almanya, İspanya, Danimarka) Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği. Türkiye Otelciler Birliği Türkiye Turist Rehberleri Birliği İzmir Profesyonel Turist Rehberleri Odası Enerji Tabii Kaynaklar Bakanlığı APF: Association des Paralysées de France Pronto Tur Sosyal Hizmetler Müdürlüğü İZFAŞ Koçtaş İzmir Kongre ve Ziyaretçi Bürosu(CVB) Barselona Kongre ve Ziyaretçi Bürosu İzmirliler Özel sektör Mimarlar Odası Baro Tüketici Örgütleri Mühendisler Çevreciler Baro Güvenlik kurumları(Polis, zabıta) Turizm Bankası

Paydaş Roller	
Devletin öncü rolü Turizmcilerin halkın ve milletin toplum bilinçlenmesi için ortak çalışması Kamuyla özel sektör, sivil toplum ve orda yaşayan halk bir araya gelip beraber karar verip uygulamaları	Yaşayan insanlarla beraber Ortak hareket etmesi, ortak çıkarlar konusunda tartışması, Taraflar herkes birbirini ikna edecek Meslek örgütlerinin önce meslek dışındaki insanlarla ortak faydaların peşine düşmeleri
Kamu /Devlet	Özel/Turizmciler
Öncü rolü Kanunların uygulayıcısı bakanlar kurulu ve ilgili bakanlar Denetleme/Kontrol Görevi Kanun Koyucu Görevi Teşvik verme	Tur operatörü, Seyahat acentası dağıtım zinciri olarak Konaklama işletmesi Ulaştırma işletmesi İzmir'deki otel müdürleriyle insan kaynakları müdürleri Turizmciler Yatırdığı paranın geri dönüşünü hesaplayacağı için, özel sektör temkinli Bankalar Sivil toplum örgütleri İzmir TAV İşletmeleri TÜRSAB Halkın ve milletin, toplumun bilinçlenmesi için ortak çalışması
STK/ STK Özel/ Gönüllü	Üniversiteler
Non-profit bir yapı Sendika işte, kurum İzmir Rehberler Odası (İZRO) Turist Rehberleri Birliği (TUREB) Sivil toplum örgütleri Gelişmiş ülkelerde stratejileri belirleyen, devlet yapılarını bile belirleyen çok önemli kurumlar Turizmin her alanında var olma Bakanlığı, sektörü de yönlendirici olma Hem yatırımcı hem sivil toplum örgütü hem de sektör bacağı TÜRSAB: Karar alıcı ve bakanlıkta da çok önemli rol oynuyor, yurt içinde ve yurt dışında, fam-trip, workshoplar düzenliyor.Bakanlığın yerine bazı işleri yürütüyor. TUDER (Foça Turizm Derneği) İZKA ETİK TUREVS	Özel Üniversiteler Devlet Üniversiteleri İzmir'de 9 tane üniversite var
Kaynak	
İzmir Büyükşehir Belediyesi Avrupa Birliği Devlet Bakanlıklar	Özel Teşvik Politikaları KOSGEB destekleri Renovasyon için Teşvik Kredileri KOBİLER

Yurtdışındaki Sosyal Sigorta Kurumları ile yapılacak anlaşmaların yolunun açılması Sponsorluk, Sponsorlar İzmir Ticaret Odası Konak Belediyesi Müzeler TBMM	İZKA projeleri Yurtdışına Seyahat Edenlerden alınacak 1 Euro destek Bakanlık Tanıtma Fonu
Uygulama-Arz	
Sosyal sorumluluk projeleri Kültür Eğitim Projesi (KEP) Kadifekale Aya Vukla Kilisesi Kütahya Aizanoi Agora Universiade etkinliklerinde 300 tane yabancıyı evlerimizde konaklattık İZKA projeleri: Dikili’de Denizin Kızları Vira, Buca’da Sandıktaki Emek Kadınlara Destek, Karaburun’da ahşap yakma kursları (Kent Koleji) Engelli plajı(Bahçeşehir Belediyesi) Ödemiş Pazarı’nda köylü bölümünün oluşturulması erken rezervasyon sistemi Calypso modeli: tabana yayılmaktaki bir modeldir. 15. Ulusal Turizm Kongresinin konusu Engelsiz Turizm APF: 1 Euro egale a 1 km. (Fransa’da 1 euro 1 km’ye eşittir; sosyal turizm için bağış uygulaması) Çıralı’da, Olimpos’ta, Adrasan’da geceliğine 1000 lira ödeyerek kaldığımız yerler de var 40 lira da var. Belçika’dan gelen tarım –kültür ve turizmi birleştiren bir tur grubu (Aydın pamuk toplama, Meryemana Efes,Kuşadası, Didim, Pamukkale turu)	Fabrikasyon hizmet, büyük tesisler artık istenmiyor Dinlenme Tesisleri (Kamu kurumlarına ait) Konaklama, ulaşım, pazarlama, iletişim kanalları Hem olumsuz hem olumlu, kitle turizmi tahrip edici olabilir ama Türkiye’nin tanıtımına katkı sağlamıştır Gönüllü veya indirimli rehberlik hizmeti uygulaması Özel sigortalar Sürdürülebilirlik konusunda Sağlık turizmi Avrupa’da trenle ulaşım Eskiden karavan turizmi Eurovelo Bisiklet Ağı Ekoturizm Belediyenin instagram grubu Büyükşehir belediyesi sosyal işler daire başkanlığıyla bir protokol yapıldı. Kent kolejiyle birlikte. Karaburun’da ve Urla’da pansiyonculuk eğitimi Citybuslar Emeklilerin çoğunun maaş aldığı banka (ZiraatBankası)yla (Turofed ve jolly tur) protokolü Çadır turizmi Yurtdışında ev ve apart sistemi Kent Konseyi ile Efes’e engellilerle yapılan tur
Olumlu	
Mutlu ve umutlu Yerliler Karadeniz’de HES’lere karşı çıkıyor İnsanlarda sürdürülebilirlik algısı ve bilinci oluştu Çevreye sahip çıkıyorlar Turizm İzmir’in geleceği için çok önemli bir olgu. Bunun farkındalığını yakalarlarsa büyük fırsat	Bizim insanımızın da yabancı ülkeye gitme isteği artmıştır. Turizm insanların sosyal yaşantısını, algısını, davranışını kılık kıyafetini, yeme-içmesini insanlara karşı ilgisini alakasını ve insani değerlerini de yoğun şekilde değiştirmektedir Engelsiz turizm konusunda kongre ve fuarlar yapılmış olması

Sorun/Olumsuz	
Hedef kitlenin tespitinin yapılmamış olması Bu kitleye ulaşacak doğru iletişim kanalının saptanmamış olması Kanaat önderlerinin 20 yıldır aynı olması bu nedenle farklı fikir oluşmaması Fikirilere saygı az. “Ben her şeyi bilirim” çok. Altyapı eksik Strateji yok (Uzun vadeli planlama) Pazarlama, tanıtım stratejik değil, hatalı Bütçe yok Çalışmalar yok Ülkede güvensizlik, dışardan bakan insanların ülkeye güvenmesi Hijyen İnsan haklarına saygı Hukukun üstünlüğü, Demokrasi İnsanların refah düzeyi, Kalite Hoşgörünün eksikliği İletişim Karar sürecine dahil edilmeme Değerlerin geç farkına varılması Turizm Koordinasyon Kurullarının yetersiz olması Kendine kazık atmak, bindiği dalı kesmek Sivil toplum örgütlerinin ve üniversitelerin yaratıcı projelerinin olmaması Sivil toplum örgütlerinin bütçe eksikliği Nitelikli turizm çalışanlarına tatmin edici maaşların ödenmemesi, sezon dışında işsiz bırakılması Niteliksiz eleman çalıştırılması Ağaçların kesilip beton binaların dikilmesi Kampların kaldırılması Sosyal tesislerin iyi işletilmemesi Sosyal tesislerin sadece kendi kurum mensubu sınırlı kişiye hizmet vermesi Siyasetin demokrasinin önüne geçmesi Medya ile iletişimin yetersizliği Turizmi bilen alana hakim olan insanların siyasette yer almaması Yönetişim, birlikte hareket etmek. Özgün mimari tarzların yok olması Güçbirliği, işbirliği eksikliği Özel sektörün inandırılması Sosyal turizmin sezon kavramını kaldırıp ekonomiyi de canlandırdığının	Tüketici boyutuna gereken önemin verilmemesi, araştırılmaması, çalışılmaması Kurumsal yapı Etkinlik Günü kurtarmakla uğraşırken geleceği inşa etmeyi unutmak Şehre değer katan unsurların saptanmaması Bu değerlerin sosyal hale dönüştürülmemiş olması Koordinasyon eksikliği Kamu erkinin yeterince kullanılmaması Denetleme eksikliği Yetkilendirme ile ilgili problemler Mevzuat eksikliği, birçok konuda yasal düzenleme eksikliği (Ev pansiyonculuğu, otelcilik, vs.) Sivil toplum kuruluşlarının çalışma şekillerinin yeterince desteklenmemesi Emlakçıların kayıt dışı çalışması Oteller ve tesislere standartların getirilmesi Turist ihtiyaçlarının çalışılmaması, araştırılmaması Projelerde Sürdürülebilirliğin olmaması İnsanların yaşadığı yeri bilip tanınması Halkın bilinç eksikliği Yerli insanların turizme yeterince sahip çıkmaması Turizmin sadece bir iş olarak görülmesi Turistin kendini yeterince güvende hissetmemesi Sponsor yok Çadır turizmi Turizmde teşviğin olmaması (eskiden elektrik, su ara eleman, demirbaş teşvikleri vardı şimdi yok) Bütçe geçişkenlikleri nedeniyle turizm sektörünün yeterince hızlı hareket edememesi Engellilere yönelik fiziksel düzenlemelerin yetersizliği Turizm çalışanlarının yüz yüze ve sözlü iletişim konusunda yetersizliği Türkiye’de engellilerin kendilerine bakış açısı ve bizim engellilere bakış açımız Geliri çok yüksek olanların vatanseverlik eksikliği İletişim ve hoşgörü ile misafirperverliğin yetersizliği

bilinmemesi Eksik olan: Kollektif akıl, eşgüdüm Sürdürülebilir bir politika yok	Çok fazla talebin olmaması Gezme kültürünün olmaması Sosyal turizmin iyi anlatılması
İzmir - İzmir Fırsat İzmir Fuarı Türkiye'nin modern, batıya bakan şehri Medeni Deniz-güneş-kum da var Tarih, kültür, din(inanç), gastronomi, sağlık(termal) gibi birçok turizm potansiyeli var İyi ki İzmir, turizm adına henüz tükenmemiş. Yeni bir turizm mümkün buranın bir ruhu var İzmir'in faytonları daha sürdürülebilir yönetiliyor Yarımada Kalkınma Projesi Efes, Meryemana'nın Evi, St. Jean Bazilikası, Bergama (Efes ve Bergama UNESCO kültür mirası)	İzmir Tehdit İzmir Fuarı kültürel bir değerdi, yok oldu İzmir markasının yönetiminde baş aktörün olmaması İzmirlinin birbirini çok iyi tanımaması (ilçeler anlamında) İzmir'de turiste satılacak yerel ürünlerin eksikliği İzmir'de restoranlarda fiyat denetleme eksikliği (aynı ürün ve hizmete bazı yerlerde çok aşırı yüksek fiyat uygulanması) İzmir markasıyla ilgili kimlik çalışmamız yok İzmir'de yıllardır aynı kişilerin olması, yeni fikirlerin olmaması, dışarıdan destek alınmaması İzmir destinasyonunu kamuoyunun tanımaması EXPO'yu kaybettik İzmir'in karakteri yok
Türkiye Türkiye'nin şehir turizminde, kültür turizmi Türkiye'de turizm politikasının olmaması/uygulanmaması Türkiye'de Hostel gibi farklı bütçe türlerine hitap eden farklı turistik ürünlerin olmaması Türkiye'de iyi bir sosyal güvenlik kurumunun olmaması Aylarca boş duran ikinci konutlar Kapadokya	
Sürdürülebilir Sosyal Turizm Uygulama Önerisi	
İhtiyaçlar ve engeller sınıflandırılmalı ona göre ürünler sunulmalı En pahalı ürünü çok pahalıya satmalı, oradan elde ettiğin gelirle, aynı yerde, gençlere, değişim programına şuna, buna, imkanlar yaratmalısın CALYPSO modeli İzmir'in meşhur otlarından yemekler ver İzmir'in meşhur söğüşü, kokoreçi, gevreği, karışık sandviçi, kestirmeli beyin çorbası gibi değerlerine sahip çıkmalı Taksi şoförlerine dil kursu verilmesi Bir turizm hareketi olarak değişim programları Foça'daki atıl durumdaki Fransız Tatil Köyünün Gençler için Uluslararası Değişim Programına açılması	Sosyal (kamu-dinlenme) tesislerin rehabilite edilmesi Turizm Stratejisinin yeniden ele alınması Ev pansiyonculuğu ile yerelin yerelde kalıp para kazanması (tersine göç) Sosyal turizm projelerinin yapılması Yerel kültür ve mimarinin yaşatılması Betonlaşma ve gereksiz yapılaşmaya izin verilmemesi Standart oda ihtiyacını karşılayacak alternatif fiyatlarla konaklama türlerinin sunulması Hostel, Oberj, Kampçılık, karavancılık Konaklama ve turistik ürünlerin çeşitlendirilmesi Sağlık ve turizmin, termalin birlikte kullanılması

Tatil Sertifikaları Oluşturmak İzmir’de paydaşların birlik olması, küslüklerden vazgeçmesi İzmir’in turizmde yol haritasını çizmesi Uzun vadeli stratejik turizm planlamasının yapılması	Hangi ülkeye kime hangi kitleye hitap edeceksek ona göre bir pazar araştırması yapılmalı talep analizleri de arz analizleri de ortaya koyulmalı Eğitim şart Dışarıdan yepyeni bir bakışla ele almak Turizmi sadece bir iş olarak görmemek Turizmi herkesin içinde bulunduğu bir ortam haline getirerek “sosyal” bir noktaya ulaşmak İzmirlinin İzmir’e sahip çıkabiliyor ve değerlerini anlatabiliyor hale gelmesi
---	---



Sosyal Turizm Kelime Bulutu (Word Cloud) Örnekleri (NVivo 11)



EK 5

İzmir'in Turizmi ile İlgili İstatistiki Verileri İçeren Tablolar

Tablo 1: İzmir'de 2015 Yılı Yeme İçme ve Konaklama Tesis Kapasiteleri

2015 YILI	YEME İÇME TESİSLERİ	KONAKLAMA TESİSLERİ		
		TESİS SAYISI	ODA	YATAK
İŞLETME BELGELİ	58	177	16.443	33.818
YATIRIM BELGELİ	29	77	6.866	16.120
TOPLAM	87	254	23.081	49.444

Tablo 2: İzmir'de Yıllar İtibarıyla İşletme Belgeli Tesis Verileri (2008-2016)

YILLAR İTİBARIYLA İŞLETME BELGELİ TESİS VERİLERİ			
YILLAR	TESİS SAYISI	ODA SAYISI	YATAK SAYISI
2008	133	12268	26115
2009	130	12442	26479
2010	135	12503	26627
2011	141	13279	28137
2012	145	13887	29040
2013	156	14590	30364
2014	175	16045	33317
2015	175	16384	33712
2016	177	16443	33818

Tablo 3: İzmir’de Turizm İşletme ve Yatırım Belgeli Konaklama Tesisleri İlçe Bazında Oda ve Yatak Kapasiteleri

TURİZM İŞLETME VE YATIRIM BELGELİ KONAKLAMA TESİSLERİ İLÇE BAZINDA ODA ve YATAK KAPASİTELERİ									
İLÇELER	İŞLETME BELGELİ TESİSLER			YATIRIM BELGELİ TESİSLER			TOPLAM		
	TESİS SAYISI	ODA SAYISI	YATAK SAYISI	TESİS SAYISI	ODA SAYISI	YATAK SAYISI	TESİS SAYISI	ODA SAYISI	YATAK SAYISI
ALİAĞA	2	80	160	1	121	242	3	201	402
BALÇOVA	3	599	1204	0	0	0	3	599	1204
BAYRAKLI	1	197	394	1	136	272	2	333	666
BERGAMA	2	127	258	0	0	0	2	127	258
BORNOVA	3	201	406	1	69	140	4	270	546
ÇEŞME	43	3204	6648	40	2690	6835	83	5894	13483
ÇİĞLİ	1	78	156	0	0	0	1	78	156
DİKİLİ	7	308	637	6	634	2010	13	942	2647
FOÇA	8	351	721	0	0	0	8	351	721
GAZİEMİR	2	113	203	4	341	704	6	454	907
KARABURUN	2	36	72	0	0	0	2	36	72
KARŞIYAKA	1	15	30	1	42	84	2	57	114
KEMALPAŞA	1	116	232	0	0	0	1	116	232
KONAK	58	4517	8972	12	897	1743	70	5414	10715
MENDERES	11	2571	5392	8	1497	3212	19	4068	8604
NARLIDERE	1	316	636	0	0	0	1	316	636
ÖDEMiŞ	2	81	162	0	0	0	2	81	162
SEFERİHİSAR	8	1251	2620	0	0	0	8	1251	2620
SELÇUK	13	2101	4555	3	439	878	16	2540	5433
TİRE	1	35	70	0	0	0	1	35	70
TORBALI	1	44	88	0	0	0	1	44	88
URLA	6	102	202	0	0	0	6	102	202
TOPLAM	177	16443	33818	77	6866	16120	254	23309	49938

Tablo 4: Seyahat Acente Verileri

2016 Mart	A Grubu	B Grubu	C Grubu
Merkez(Konak)	200		2
Aliağa	1		
Balçova	8		
Bayraklı	9		
Bergama	2		
Bornova	14		
Buca	10		
Çeşme	13		1
Çiğli	5		
Dikili	1		
Foça	2		
Gaziemir	25		
Güzelbahçe	1		
Karabağlar	14		1
Karaburun			
Karşıyaka	42		5
Kemalpaşa	2		
Menderes	8		
Menemen	2		
Narlidere	8		
Ödemiş	2		
Seferihisar	4		
Selçuk	8		1
Tire	2		
Torbali	3		
Urla	2		
Toplam	388	0	10

Kaynak: İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (www.izmirkulturturizm.gov.tr, Erişim Tarihi 09.05.2016)

Tablo 5: İzmir Mavi Bayraklı Plajlar Listesi

İLÇE	BELDE/YÖRE ADI	PLAJ İSİMLERİ
Selçuk	Pamucak	Aqua Fantasy Hotel & Spa
		Palm Wings Ephesus Beach
		Richmond Ephesus Resort Hotel
Menderes	Özdere	Aria Claros Beach & Spa Resort
		Club Looke Maxima Bay Resort
		Paloma Club Sultan Hotel
		Çukuraltı Halk Plajı, Paloma Pasha Resort Hotel
	Gümüldür	Orta Mahalle Halk Plajı
		Denizati Tatil Köyü

		Gümüldür Halk Plajı
		Cactus Hotel Club Yalı Paradise Club
		Club Yalı Resort, Yalı Castle Aquapark
Seferihisar	Ürkmez	Ürkmez Halk Plajı, Bengiler Mahallesi Halk Plajı
	Doğanbey	Doğanbey Havacılar Sitesi Önü Halk Plajı, Angora Beach Resort
		Doğanbey Sakız Ağacı Mevkii Muhtarlık Önü Halk Plajı
	Ömür Beldesi	Ömür Beldesi Halk Plajı
	Akarca	Bahadır Mevkii Halk Plajı
		Gemisuyu Mevkii Halk Plajı
		Akarca Halk Plajı, İZTUR- SERTUR Sitesi Önü Halk Plajı, Tahsin Ar Tesisleri
	Sığacık	Büyük Akkum Halk Plajı
		Euphoria Aegean Resort & Spa Hotel
Çeşme	Alaçatı	Alaçatı Beach Resort & Spa
	Merkez	Babaylon Hotel
		Dilaila Beach Club
		Grand Ontur Hotel
		Paparazzi Beach Club
		Boyalık Beach Hotel & Spa
		Altın Yunus Resort & Thermal Hotel
		Radisson Blu Resort&SPA Hotel
		Ilıca Hotel Spa & Thermal Resort,
		Sheraton Çeşme Hotel
Karaburun	Merkez	Kuyucak Halk Plajı
		İncirlikoy (Akvaryum) Halk Plajı
		Bodrum Halk Plajı
Urla	Merkez	Kum Denizi Halk Plajı
Foça	EskiFoça	Karakum Halk Plajı
		Woodoo Beach Club
		Neilson Club Phokaia Hotel
		Hanedan Beach Hotel
		Pollen Tatil Köyü
	YeniFoça	YeniFoça Halk Plajı

		Yenifoça Öğretmenevi
<i>Dikili</i>	<i>Çandarlı</i>	Çandarlı Kale Önü Halk Plajı
		Bimeyko Tatil Sitesi
	<i>Merkez</i>	Kalem Adası Oliviera Resort
		Kayra Beach Club
		Dikili Belediyesi Halk Plajı

Kaynak: http://www.mavibayrak.org.tr/tr/icerikDetay.aspx?icerik_refno=1 adresinden alınmıştır.
(Erişim tarihi: 13.05.2016)

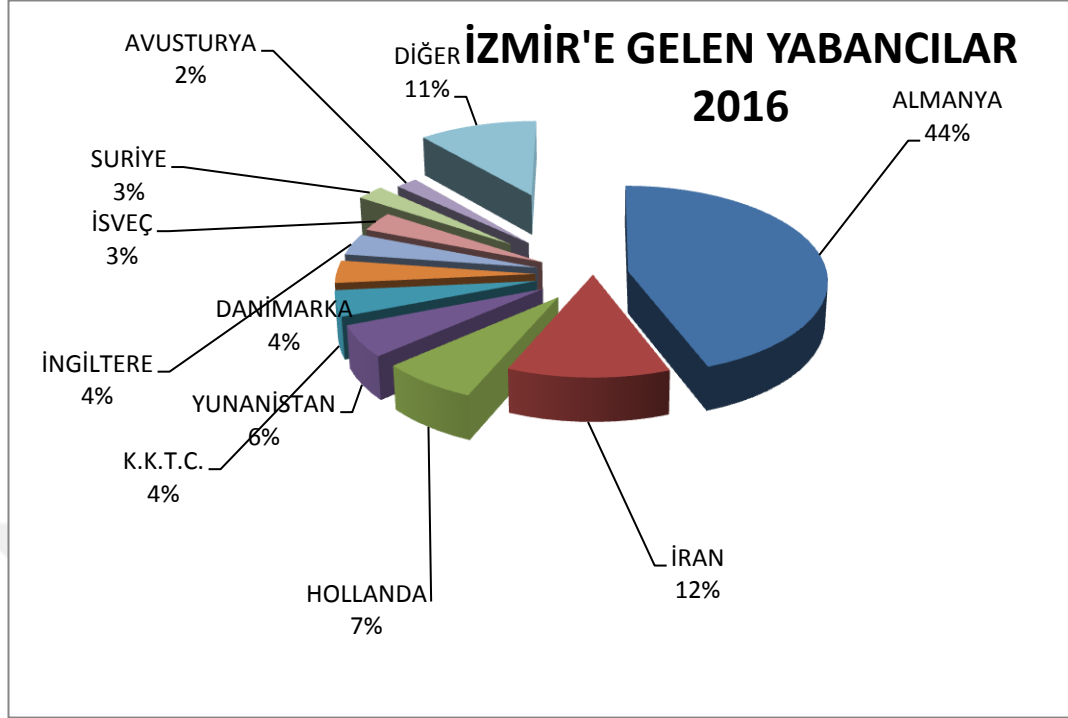
Tablo 6: İzmir'e Gelen Yabancı Turistlerin Dağılımı

İZMİR'E GELEN YABANCILARIN YILLARA VE AYLARA GÖRE DAĞILIMI

	YILLAR Years			% DEĞİŞİM ORANI Rate of Change (%)	
	2014	2015	2016	2015/2014	2016/2015
OCAK	22 213	17 851	16 397	-19,64	-8,15
ŞUBAT	29 432	25 147	18 989	-14,56	-24,49
MART	36 511	36 269		-0,66	
NİSAN	98 621	71 371		-27,63	
MAYIS	139 695	128 754		-7,83	
HAZİRAN	158 871	145 968		-8,12	
TEMMUZ	229 153	218 103		-4,82	
AĞUSTOS	210 341	203 095		-3,44	
EYLÜL	169 873	152 941		-9,97	
EKİM	131 250	127 756		-2,66	
KASIM	43 707	49 638		13,57	
ARALIK	24 794	25 028		0,94	
2 AYLIK TOPLAM	51 645	42 998	35 386	-16,74	-17,70
GENEL TOPLAM	1 294 461	1 201 921		-7,15	

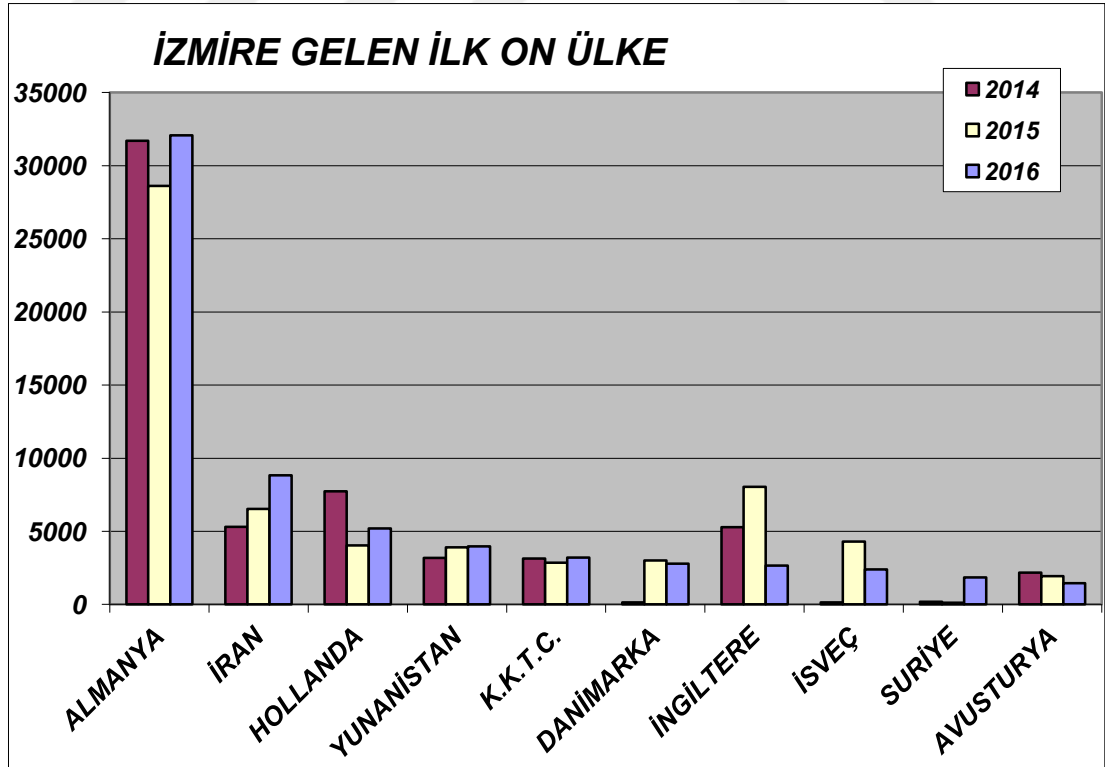
Kaynak: İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (www.izmirkulturturizm.gov.tr, Erişim Tarihi 09.05.2016)

Tablo 7: İzmir'e Gelen Yabancı Turistlerin Ülkelere Göre Dağılımı



Kaynak: İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (www.izmirkulturturizm.gov.tr, Erişim Tarihi 09.05.2016)

Tablo 8: İzmir'e Gelen Yabancı Turistlerin Ülkelere Göre Dağılımı (2014-2015-2016)



Kaynak: İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (www.izmirkulturturizm.gov.tr, Erişim Tarihi 09.05.2016)