
TURİZMDE İLERİ ARAŞTIRMALAR

Editör: Doç.Dr. Hatice PEKMEZ

Turizmde İleri Araştırmalar

Editör

Doç. Dr. Hatice PEKMEZ

yaz
yayınları

2024

Turizmde İleri Araştırmalar

Editör: Doç. Dr. Hatice PEKMEZ

© YAZ Yayınları

Bu kitabın her türlü yayın hakkı Yaz Yayınları'na aittir, tüm hakları saklıdır. Kitabın tamamı ya da bir kısmı 5846 sayılı Kanun'un hükümlerine göre, kitabı yayınlayan firmanın önceden izni alınmaksızın elektronik, mekanik, fotokopi ya da herhangi bir kayıt sistemiyle çoğaltılamaz, yayınlanamaz, depolanamaz.

E_ISBN 978-625-6171-96-1

Aralık 2024 – Afyonkarahisar

Dizgi/Mizanpaj: YAZ Yayınları

Kapak Tasarım: YAZ Yayınları

YAZ Yayınları. Yayıncı Sertifika No: 73086

M.İhtisas OSB Mah. 4A Cad. No:3/3
İscehisar/AFYONKARAHİSAR

www.yazyayinlari.com

yazyayinlari@gmail.com

info@yazyayinlari.com

İÇİNDEKİLER

Medikal Turizmin Çok Boyutlu Yapısı ve Tedavi Amaçlı Seyahatler	1
--	----------

Özge BÜYÜK

Geleceğin Mutfağı: "Yapay Et, Bitkisel Proteinler ve Alternatif Gıdalar"	15
---	-----------

Hatice PEKMEZ

Turizm Bakış Açısı İle Referans Fiyat Teorisi	37
--	-----------

Can Serkan TUNCAY

Tur Operatörlerinin Turizm Sektöründeki Rolü	49
---	-----------

Can Serkan TUNCAY

İklim Krizinin Türkiye Gastronomisine Etkileri ve Alınabilecek Önlemler	59
--	-----------

Betül YÜKSEL, Oya ÖZKANLI

Kütahya'da Sağlık Sektöründe Çalışanlara Göre Sağlık Turizminin Durumu.....	73
--	-----------

Uğur SAYLAN

Turizm Sektöründe Peyzajın Yeri ve Önemi	85
---	-----------

Gökşen GEDİK

Türkiye'de Somut Olmayan Kültürel Miras Örnekleri	111
--	------------

Büşra DÜZGÜN BAY, Halil KORKMAZ

Bodrum Sualtı Müzesi Elektronik Ziyaretçi Yorumlarının İncelenmesi	133
---	------------

Melike Sultan GÖKÇEOĞLU, Halil KORKMAZ

Turizm Alanında Rekreasyon Yönetimi Üzerine Yapılmış Akademik Çalışmaların Tematik Analizi.....	143
--	------------

Duygu KARAKÖSE

Sürdürülebilirlik ve Rekabet Ekseninde Turizm Politikalarının Gelişimi	157
---	------------

Sibel ÖZDEMİR

"Bu kitapta yer alan bölümlerde kullanılan kaynakların, görüşlerin, bulguların, sonuçların, tablo, şekil, resim ve her türlü içeriğin sorumluluğu yazar veya yazarlarına ait olup ulusal ve uluslararası telif haklarına konu olabilecek mali ve hukuki sorumluluk da yazarlara aittir."

MEDİKAL TURİZMİN ÇOK BOYUTLU YAPISI VE TEDAVİ AMAÇLI SEYAHATLER

Özge BÜYÜK¹

1. GİRİŞ

Medikal turizm, bireylerin kendi ülkeleri dışında sağlık hizmetleri almak amacıyla seyahat etmelerini ifade eden çok boyutlu bir olgudur (Connell, 2013). Bu turizm çeşidi, destinasyon ülkeler için önemli bir gelir kaynağıdır ve hem turizm hem de sağlık altyapısının yanı sıra, pek çok medikal prosedürün geliştirilmesine katkı sağlamaktadır. Büyümekte olan yapısı ve pazar hacmi ile yükselişe geçen medikal turizm, destinasyon ülkelerin ekonomileri üzerinde önemli etkilere sahiptir. Bu turizm türü özellikle az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelere yüksek potansiyele sahip bir büyüme etkisi yaratmaktadır (Ormond ve diğ., 2014; Yan ve diğ., 2020). Dünya Turizm Örgütü'nün 2030 yılı öngörülerine göre, önümüzdeki yıllarda küresel turizm hareketliliğinin büyük bir kısmını sağlık amaçlı ziyaretler oluşturacaktır ve bu durumun gelişmekte olan ülke ekonomilerinin büyümesine %3,6 katkı sağlaması beklenmektedir (UNWTO, 2018). Bu vesile ile artacak yatırımlar, ülkelerin makroekonomik değişkenlere de olumlu yansımalar yapacaktır (Alaçahan ve diğ., 2019). Örneğin Türkiye'ye medikal amaçlarla ziyaret gerçekleştiren turistler, (seyahat, yiyecek içecek ve alışveriş harcamaları hariç) tedavileri için, 1.500-100.000 dolar harcama yapmaktadır (SATURK, 2020). TÜİK'e (2023) göre 2022 yılında ülkeyi medikal amaçlarla ziyaret eden turist sayısı 1.258.382'dir.

Medikal turizm kavramı, tedavi, teşhis, rehabilitasyon ve koruyucu sağlık hizmetleri gibi geniş bir yelpazeyi kapsamaktadır (Bookman & Bookman, 2007). Tedavi amaçlı seyahatler ise bu kapsamda önemli bir yer tutmakta ve kişilerin daha uygun maliyetli, daha kaliteli veya daha hızlı sağlık hizmetlerine erişim sağlamaları için farklı ülkelere yaptıkları ziyaretleri ifade etmektedir (Herrick, 2007). Ayrıca, bazı ülkelerde yasadışı olan veya hiç mevcut olmayan tıbbi prosedürler medikal turizm hareketlerine konu olmaktadır. Sağlık turizmi ise bireylerin sağlık ve iyilik hallerini korumak, geliştirmek veya geri kazanmak amacıyla yaptıkları organize seyahatleri kapsayan daha geniş bir kavramdır. Sağlık hizmetleri talebi, doğum ve ölüm gibi doğal süreçlerde, tedavi edici ve koruyucu sağlık hiz-

1 Öğr. Gör. Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Gökçeada Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, ozgebuyuk@comu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-2058-8510.

metleri ihtiyacında veya estetik kaygılarla ortaya çıkabilmektedir. (Gül, 2020). Medikal turizm, sağlık turizmi altında yer alan ve turizm tesisleri ve profesyonellerinin yanı sıra muhakkak suretle sağlık personellerinden ve sağlık kuruluşlarından da faydalanmayı gerektiren yapısı ile ayrılmaktadır. Dolayısı ile medikal turizm faaliyetlerine katılan turistler, seyahat etme ve tatil yapmanın yanı sıra tedavi olma amacı da taşımaktadırlar (Wang, 2012). Ayrıca yalnızca hastalar değil kimi zaman refakatçiler de ilgili turizm türü içinde yer alan tıbbi ve turistik hizmetlerden aynı anda yararlanmaktadır.

Medikal turizm, zamanla dental turizm, kanser turizmi, organ nakli turizmi, geriatrik turizm, estetik turizmi, IVF turizmi vb. alt kategorilere ayrılarak çeşitlenmiştir. Bu alt kategoriler, medikal turistlerin tercihlerine, spesifik ihtiyaçlarına ve motivasyonlarına göre farklılaşmaktadır. Örneğin, dental turizmde daha uygun maliyetli diş tedavileri, estetik turizmde cerrahi operasyonların veya hekimlerin popülaritesi, turizm onkolojide kanser tedavisine dair başarılı uygulama örnekleri ile ünlenmiş destinasyonlardaki vaka örnekleri, medikal turistlerin tercih nedenleri yer almaktadır (Kıdak & Aksaraylı, 2008). Tüm bunların yanı sıra turizm onkoloji, zamanla yarışılan hastalıkları kapsayan bir alan olması dolayısı ile bekleme süresi olmayan veya çok kısa olan destinasyonların tercih edilmesi ile bilinmektedir. Diğer yandan medikal turizmin kapsamı oldukça geniş olup, Hindistan, Tayland, Güney Kore, Küba, İsrail ve Türkiye (Büyük, 2024; Connell, 2013; Smith, 2012; Garrido, 2023) gibi bazı ülkelerin bilinen medikal destinasyonlar olarak ön plana çıktığı görülmektedir.

2. TEDAVİ AMAÇLI TURİSTİK SEYAHATLER

Tedavi amaçlı seyahatler, özellikle karmaşık cerrahi müdahaleler, kanser tedavisi, kalp rahatsızlıkları, organ nakli ve rehabilitasyon, dental tedaviler, kanser tedavisi gibi spesifik ihtiyaçlar için gerçekleştirilmektedir (Horowitz ve diğ., 2007). Bu seyahatler, hastaların kendi ülkelerinde mevcut olmayan veya uzun bekleme süreleri gerektiren tedavilere erişim sağlamalarına olanak tanımakta (Bookman & Bookman, 2007), tedavi esnasında turistik faaliyetlerde de bulunarak hem yaşam kalitelerinin artmasına hem de aynı anda sağlık durumlarında iyileşme sağlanmasına imkan vermektedir. Medikal turizm hareketlerinde sıklıkla rastlanan seyahatler aşağıda listelenmiştir:

2.1. Fizik Tedavi ve Rehabilitasyon İçin Gerçekleştirilen Medikal Turizm Seyahatleri

Fizik tedavi ve rehabilitasyon (FTR) amaçlı medikal turizm, bireylerin sakatlık, yaralanma veya ameliyat sonrası fonksiyonel kapasitelerini geri

kazanmak ve yaşam kalitelerini artırmak amacıyla kendi ülkeleri dışında sağlık hizmetleri almak için gerçekleştirdikleri seyahatleri kapsamaktadır (Connell, 2013). Bu tür medikal turizm, özellikle felç, ortopedik operasyonlar, spor yaralanmaları, nörolojik rahatsızlıklar ve kronik ağrı gibi durumlar sonrasında kapsamlı rehabilitasyon programlarına ihtiyaç duyan kişiler için önem arz etmektedir (Hunter-Jones & Blackburn, 2007). FTR hizmetleri, bireylerin fiziksel fonksiyonlarını, bağımsızlıklarını ve genel sağlık durumlarını iyileştirmeyi hedeflemektedir. Bu hizmetler genellikle fizyoterapi, ergoterapi, konuşma terapisi, hidroterapi ve diğer tamamlayıcı terapileri içermektedir. FTR amaçlı medikal turizm, hastalara kendi ülkele-
rindekinden daha yoğun, özelleştirilmiş ve uygun maliyetli tedavi seçenek-
leri sunabilmektedir. Ayrıca, farklı bir ortamda ve kültürel deneyimlerle zenginleştirilmiş bir rehabilitasyon süreci, medikal turistlerin motivasyonunu, psikolojik iyi oluşunu ve iyileşme sürecini olumlu yönde etkilemektedir (Connell, 2013). Örnek vermek gerekirse Tayland ve Hindistan, Tai masajı, yoga ve meditasyon gibi geleneksel uygulamaları da içeren çeşitli rehabilitasyon programları sunan merkezleriyle bilinmektedir (Hudson & Li, 2012). Benzer şekilde, İspanya, termal suların ve kaplıcaların da dahil edildiği FTR hizmetleri; Almanya, nörolojik rehabilitasyon alanında uzmanlaşmış klinikleri ve kapsamlı rehabilitasyon programları ile bu sektörde öne çıkmaktadır (Özbek, 1991). Bu tür seyahatler, yaşlı bireyler tarafından da tercih edilmektedir. Silver turist olarak da isimlendirilen üçüncü yaş grubuna dahil bu medikal turistlerin, fiziksel ve zihinsel sağlıklarını korumak veya iyileştirmek amacıyla seyahat etmeleri, aynı zamanda geriatrik turizm olarak adlandırılmaktadır. Geriatrik turizm, genellikle FTR, termal tedavi, yaşlanma karşıtı programlar ve diğer sağlıklı yaşam hizmetlerini içermektedir (Büyü & Akkuş, 2022a). Bu grupta yer alan bireyler, yaşa bağlı sağlık sorunlarıyla başa çıkmak, fonksiyonel kapasitelerini artırmak, sosyal etkileşimlerde bulunmak, tarihi ve turistik faaliyetlere katılmak ve yaşam kalitelerini yükseltmek için çeşitli medikal turizm olanaklarından yararlanmaktadırlar.

2.2. Dental Tedaviler İçin Gerçekleştirilen Medikal Turizm Seyahatleri

Medikal turizm kapsamında değerlendirilen dental turizm, bireylerin daha uygun maliyetli ve/veya daha kaliteli diş tedavileri veya estetik diş hekimliği hizmetleri almak amacıyla yurt dışına seyahat etmelerini ifade eder (Connell, 2013; Herrick, 2007). Özellikle gelişmiş ülkelerde diş tedavilerinin yüksek maliyetli olması, bireyleri gelişmekte olan ülkelerde daha uygun fiyatlara sunulan alternatif tedavi arayışlarına yönlendirmiş ve bu durum da dental turizmin popülaritesini artırmıştır (Bookman & Bookman, 2007).

Dental turizm için destinasyon seçimi, maliyetin yanı sıra hizmet kalitesi, bekleme süresi ve kültürel deneyim gibi faktörlere bağlıdır (Horowitz ve diğ., 2007). Bazı ülkeler, dental turizm alanında uzmanlaşmış klinikleri, deneyimli diş hekimleri ve gelişmiş teknolojik altyapıları ile ön plana çıkmaktadır. Örneğin, Macaristan, uygun fiyatları ve kaliteli hizmetleri ile Avrupa’da dental turizm için popüler bir destinasyondur (Österle ve diğ., 2009). Benzer şekilde, Tayland ve Hindistan da Asya kıtasında diş turizmi için tercih edilen ülkeler arasında yer almaktadır (Connell, 2013). Bilindiği gibi, günümüzde sosyal medya, insanların dental turizm hakkında bilgi edinmeleri, farklı destinasyonları ve klinikleri karşılaştırmaları ayrıca deneyimlerini paylaşmaları için önemli bir platform haline gelmiştir (Büyük & Akkuş, 2024). İnternet siteleri ve online forumlar aracılığıyla da bireyler, dental turizm deneyimleri hakkında bilgi edinmekte ve karar verme süreçlerinde destek alabilmektedir. Bu tür gelişmeler sayesinde ve gerekli yatırımların yapılması ile ekonomik büyüme ve sürdürülebilir istikrar açısından önem arz etmektedir (Akarsu ve diğ., 2020).

Türkiye, medikal turizmde önemli oyuncular arasında yer almaktadır. Uygun maliyetli tedaviler, deneyimli diş hekimleri ve gelişmiş teknolojik altyapı, ülkeyi dental turizm için cazip bir seçenek haline getirmektedir. Özellikle implant, kaplama, beyazlatma gibi estetik diş hekimliği uygulamaları için Türkiye sıklıkla tercih edilmektedir (Büyük, 2024).

2.3. Estetik Operasyonlar İçin Gerçekleştirilen Medikal Turizm Seyahatleri

Estetik cerrahi, bireylerin fiziksel görünümelerini iyileştirmek veya değiştirmek amacıyla yapılan cerrahi işlemleri kapsamaktadır. Bu işlemler arasında rinoplasti (burun estetiği), meme büyütme veya küçültme, liposuction (yağ aldırma), abdominoplasti (karın germe) ve yüz germe, saç ektirme gibi popüler prosedürler yer almaktadır. Estetik amaçlarla gerçekleştirilen medikal turizm, sağlık turizminin hızla büyüyen ve önemli bir alt kategorisini oluşturmaktadır (Büyük, 2024). Bu tür seyahatlerin temel motivasyonu, bireylerin kendi ülkelerindekinden daha uygun fiyatlı veya daha kaliteli estetik cerrahi müdahalelerden yararlanmalarıdır (Horowitz ve diğ., 2007). Diğer yandan belirli destinasyonların ve hekimlerin popülaritesi estetik medikal turistlerinin ön plana çıkan motivasyonları arasında yer almaktadır (Büyük, 2024).

Estetik Cerrahi Turizminde Öne Çıkan Ülkeler:

- **Türkiye:** Estetik cerrahi alanında deneyimli ve uzmanlaşmış cerrahlara, modern kliniklere ve hastanelere sahip olması, uygun fiyatlı hizmet sunması ve zengin kültürel ve turistik cazibe merkez-

leriyle Türkiye, estetik operasyonlar için tercih edilen önde gelen destinasyonlardan biridir (Büyük, 2024).

- **Güney Kore:** Yüksek teknolojik altyapıya sahip klinikleri, yenilikçi tedavi yöntemleri ve deneyimli cerrahları ile Güney Kore, özellikle Asya ülkelerinden gelen medikal turistler için estetik cerrahi alanında popüler bir seçenektir Ülke, dünyada en yüksek iyileşme indeksine sahip ülkeler arasında gösterilmektedir (Mawlood, 2020).
- **Tayland:** Uygun fiyatları, çeşitli estetik cerrahi müdahalelerdeki uzmanlığı ve gelişmiş medikal turizm altyapısı ile Tayland, estetik operasyonlar için sıklıkla tercih edilen bir diğer ülkedir (Connell, 2013).
- **Brezilya, Meksika ve Kosta Rika:** coğrafi yakınlığı sebebiyle özellikle ABD’li turistler tarafından estetik operasyonlar için tercih edilen ülkelerdir. Bu ülkeler, uygun fiyatları ve kaliteli hizmetleri ile dikkat çekmektedir (Collins ve diğ., 2019).
- **Küba:** Estetik cerrahi, Küba’nın medikal turizm alanındaki önemli gelir kaynaklarından biridir. Küba, deneyimli cerrahları ve uygun fiyatları ile bilinmektedir (Hudson & Li, 2012).
- **Arjantin:** Ülke estetik cerrahi alanında olan ününün yanı sıra “egzotik bir turizm destinasyonu” olarak bilinmektedir ve iyi eğitimli tıp profesyonellerine sahiptir. Örneğin 2012 yılı rakamlarına göre ülkede 300 bin estetik operasyon yapılmıştır. Bunlardan 60 bininin meme implantı olduğu kaydedilmektedir (Viladrich & Baron-Faust, 2014).

2.4. Tüp Bebek ve IVF İçin Gerçekleştirilen Medikal Turizm Seyahatleri

Tüp bebek diğ er bir deyiş le In-vitro fertilizasyon (IVF) tedavisi, kısırlıkla mücadele eden çiftler için önemli bir umut ışığı olmuştur. Ancak, bu tedavinin maliyeti, yasal düzenlemeler ve başarı oranları gibi faktörler, çiftlerin kendi ülkeleri dışında tedavi arayışına girmelerine neden olabilmektedir. Tüp bebek ve IVF için yapılan medikal turizm seyahatleri, söz konusu bireylerin bu engelleri aşarak aile olma hayallerini gerçekleştirmelerine yardımcı olmaktadır. Tüp Bebek ve IVF turizmi için sıklıkla tercih edilen ülkeler, Hindistan, Tayvan, Singapur, Meksika, Arjantin, Almanya, Ürdün, İsrail ve Türkiye’dir (Büyük, 2024).

Tüp bebek ve IVF turizmini etkileyen faktörlere bakılacak olursa:

- **Yasal Düzenlemeler:** Tüp bebek ve IVF uygulamaları, ülkelerin yasal düzenlemelerine göre farklılık gösterebilmektedir. Bazı ülkelerde evli olmayan çiftlere, bekar kadınlara veya aynı cinsiyetten çiftlere IVF tedavisi uygulanmasına dair yasal kısıtlamalar mevcuttur (Büyük, 2024). Bu durum, bireyleri yasal düzenlemelerin daha esnek olduğu ülkelere seyahat etmeye yönlendirmektedir. Örneğin, İspanya ve Çek Cumhuriyeti yumurta donasyonu ve embriyo seçimi gibi konularda daha liberal yasalara sahip olmasıyla bilinmektedir ve bu nedenle IVF turizmi için sıklıkla tercih edilen destinasyonlar arasında yer almaktadır (Bergmann, 2011). Ayrıca kimi ülkelerin sigorta sistemleri IVF konusunda vatandaşlarına destek sunmamakta, ilgili ülkelerdeki maliyetlerin yüksekliği nedeni ile hastalar daha ucuz alternatifler için seyahat etmek durumunda kalmaktadır. Örneğin ABD sağlık ve sigorta sistemi, in-vitro fertilizasyon ile ilgili prosedürleri karşılamamaktadır (Yıldız & Khan, 2016).
- **Maliyet:** Tüp bebek ve IVF tedavilerinin maliyeti, ülkeden ülkeye önemli ölçüde değişmektedir. Bazı ülkelerde bu tedaviler sağlık sigortası kapsamında karşılanırken, bazılarında ise tamamen hastalar tarafından finanse edilmektedir. Dolayısıyla daha uygun maliyetli tedavi seçenekleri sunan ülkeler, tüp bebek ve IVF turizmi için daha cazip hale gelmektedir. Örneğin, Tayland ve Türkiye, IVF tedavisi için daha uygun fiyatlı seçenekler sunan ülkeler arasında yer almaktadır. ABD’de 12.400 dolara mal olan bir tüp bebek tedavisi, Güney Kore’de 7900 dolara, Türkiye’de 5200 dolara, Tayland’da 4.100 dolara gerçekleştirilmektedir (Büyük, 2024).
- **Başarı Oranları:** Tüp bebek ve IVF kliniklerinin başarı oranları, tedaviyi düşünen medikal turistler için önemli bir motivasyon faktörüdür. Kliniklerin deneyimi, teknolojik altyapısı, uzmanlık alanları ve hasta özellikleri, başarı oranlarını etkileyebilmektedir. Bu nedenle, IVF medikal turistleri klinik seçerken başarı oranlarını ve tedavi protokollerini inceleme hassasiyeti göstermektedir. Örneğin İsrail, tüp bebek konusunda %60 başarı göstermekte dolayısı IVF ve özellikle de yüksek riskli gebelikler için dünyanın farklı ülkelerinden pek çok medikal turisti ağırlamaktadır (Connell, 2006; Mawlood, 2020).
- **Bekleme Süreleri:** Bazı ülkelerde, tüp bebek ve IVF tedavileri için uzun bekleme süreleri bulunmaktadır. Bu durum, özellikle yaşı ilerlemiş ve zamanla yarışan çiftler için önemli bir sorun olmaktadır. Dolayısıyla daha kısa bekleme süreleri sunan ülkeler, tüp bebek ve IVF turizmi için tercih edilmektedir. Örneğin, Kanada’da bekleme süresi yaklaşık olarak 26 hafta olan kimi ope-

rasyonlar Hindistan, Singapur, Tayvan, gibi ÷lkelerde birkaç gün içerisinde gerçekleştirilebilmektedir (Xu ve diğ., 2021).

2.5. Cinsiyet Değıştirme Operasyonları İçin Gerçekleştirilen Medikal Turizm Seyahatleri

Cinsiyet kimliğı, bireyin ruhsal durumu ile ilintili olabilmekte ve biyolojik cinsiyeti ile örtüşmeyebilmektedir. Cinsiyet disforisi ise bireyin biyolojik cinsiyeti ile cinsiyet kimliğı arasında uyumsuzluk olduğunda yaşadığı rahatsızlık halidir (American Psychiatric Association, 2013). Cinsiyet değışimi ameliyatları, cinsiyet disforisi yaşayan bireylerin fiziksel görünümlerini cinsiyet kimliklerine uyumlu hale getirmek için başvurdukları cerrahi müdahalelerdir. Bu ameliyatlar, bireylerin yaşam kalitelerini ve psikolojik sağlıklarını önemli ölçüde iyileştirebilmektedir (Coleman ve diğ., 2012). Son yıllarda, cinsiyet değışimi ameliyatları için gerçekleştirilen medikal turizm giderek yaygınlaşmaktadır. Bu bağlamda, Tayland, cinsiyet değışimi ameliyatları konusunda dünyada öncü ve popüler bir destinasyon olarak öne çıkmaktadır (Sheth, 2011). Ülkenin cinsiyet değışimi ameliyatları için küresel bir merkez haline gelmesinin altında yatan birden fazla faktör bulunmaktadır. Bunlar:

- **Uygun Maliyet:** Tayland'daki cinsiyet değışimi ameliyatlarının maliyeti, ABD ve Avrupa gibi gelişmiş ÷lkelere kıyasla çok daha düşüktür (Büyük, 2024). Bu durum, özellikle sınırlı bütçeye sahip kişiler için Tayland'ı cazip bir seçenek haline getirmektedir.
- **Deneyimli Cerrahlar ve Modern Hastaneler:** Tayland, cinsiyet değışimi ameliyatları konusunda uzmanlaşmış çok sayıda deneyimli cerraha ve modern donanımlı hastaneye sahiptir. Bu da hastaların güvenli ve kaliteli bir hizmet almasını sağlamaktadır (Chokrungravanont & Tiewtranon, 2004).
- **Kültürel Kabul:** Tayland toplumu, cinsiyet çeşitliliğıne karşı oldukça hoşgör÷lü ve kabul edicidir. Bu durum, cinsiyet değışimi ameliyatı geçiren kişilerin kendilerini daha rahat ve güvende hissetmelerine yardımcı olmaktadır (Enteen, 2014).
- **Turistik Cazibe Merkezleri:** Tayland, aynı zamanda güzel plajları, tapınakları ve kültürel zenginlikleri ile ünlü bir turistik destinasyondur. Bu da hastaların ameliyat sonrası iyileşme süreçlerini keyifli bir tatil ile birleştirmelerine olanak tanımaktadır.
- **Yasal Düzenlemeler:** Cinsiyet Değıştirme turist gönderen ÷lkelere yasak olması veya hoş gör÷lmemesi, bu konudaki medikal turizm motivasyonunun şekillenmesinde önemli bir değışkendir (Dökme, 2019). Tayland, cinsiyet değışimi ameliyatları ve

cinsiyet kimliği konusunda nispeten esnek yasal düzenlemelere sahiptir. Bu da ameliyat olmak isteyen kişiler için süreci kolaylaştırmaktadır (National Human Rights Commission of Thailand, 2015).

Tayland'ın cinsiyet değişimi ameliyatlarındaki başarısı, ülke için birden fazla olumlu etki yaratmıştır. Bunlar:

- **Sektörün Büyümesi:** Cinsiyet değişimi ameliyatları, Tayland'ın medikal turizm sektörünün önemli bir bölümünü oluşturmaktadır. Bu alandaki başarı, ülkenin medikal turizm gelirlerini artırmış ve sektörün genel büyümesine katkıda bulunmuştur (Connell, 2013).
- **Uluslararası Üne Sahip Olma:** Tayland, cinsiyet değişimi ameliyatları konusunda dünya çapında bir üne kavuşmuştur. Bu da ülkeye daha fazla medikal turist çekmekte ve sağlık turizmi gelirlerini artırmaktadır. Tayland, cinsiyet değişimi ameliyatları için uygun maliyet, deneyimli cerrahlar, modern hastaneler, kültürel kabul ve turistik cazibe merkezleri gibi avantajlar sunmaktadır. Bu faktörler, Tayland'ı cinsiyet değişimi ameliyatı yapmak isteyen kişiler için cazip bir destinasyon haline getirmekte ve küresel ününü arttırmaktadır.

2.6. Organ Nakilleri İçin Gerçekleştirilen Medikal Turizm Seyahatleri

Önde gelen medikal turizm seyahatleri arasında organ nakli gayesi ile gerçekleştirilen ülkeler arası seyahatler de yer almaktadır. Özellikle bazı ülkelerde organ nakli için uzun bekleme sürelerinin olması, prosedürlerin zorluğu, yasal engellerin bulunması veya etik dışı uygulamalar ile karşılaşılması; bireylerde başka ülkelere medikal seyahatlerde bulunma mecburiyetini doğurmaktadır (Shimazono, 2007).

Organ nakli dünya üzerinde en çok tartışılan medikal turizm aktiviteleri arasında yer almaktadır. Orta Doğu'da ve Asya'da yapılan organ nakillerinde çoğunlukla çeşitli satıcılardan elde edilen organların kullanıldığı bilinmektedir. Pakistan, Filipinler ve Mısır gibi ülkelerde yaşanan bu tip vakalar, organ kaçakçılığı gibi yasadışı uygulamalara yol açarak medikal turizmi riskli hale getirmektedir (Budiani-Saberi & Delmonico, 2008; Efrat, 2013). Hatta Çin'de kaynağı idam mahkumları olan ölü donörlerden nakil yapıldığı rapor edilmektedir. Bu durumun hem etik sorunlar yarattığı hem de halk sağlığı açısından riskli olduğu ve bu tip nakiller dolayısı ile endemik bulaşıcı hastalıkların çoğalma riskinin bulunduğu yönünde değerlendirmeler mevcuttur (Gill ve diğ., 2008).

Türkiye, organ nakli konusunda deneyimli sağlık profesyonelleri ve gelişmiş sağlık altyapısı ile öne çıkmaktadır (Büyüç, 2024). Türkiye'nin organ nakli turizmindeki rolü, canlı donörlerden yapılan nakiller nedeni ile yüksektir. Ülke, organ ticareti ve kaçakçılığına karşı aldığı önlemlerle güvenilir bir destinasyon olarak öne çıkmaktadır.

Türkiye, 2008 yılında İstanbul Deklarasyonu'na ev sahipliğı yaparak organ ticaretinin yasaklanması çağrısında bulunmuştur. Bu deklarasyon, organ nakli turizmi konusunda etik ve yasal düzenlemelerin önemini vurgulamaktadır (Abboud ve diğ., 2008). Deklarasyonun yayınlandığı tarihten itibaren 100'den fazla ülke tarafından imzalanmış olması (TTS, 2022) uluslararası arenada konuya verilen önemin göstergesidir. Benzer şekilde Singapur da ayrıca organ ticaretinin önüne geçilmesi için de ek önlemler alması ile tanınmaktadır (Jingwei ve diğ., 2010).

Diğeryandan, organ nakli turizmi sonrası bazı komplikasyonların oluşabileceğı unutulmamalıdır (Shoham ve diğ., 2010). Bu komplikasyonlar arasında enfeksiyonlar, organ reddi ve ilaç yan etkileri gibi durumlar yer alabilmektedir. Dolayısıyla organ nakli turizmi düşünen medikal turistlerin, olası riskleri ve komplikasyonları dikkatlice değerlendirmeleri ve bu konuda uzmanlaşmış sağlık profesyonellerinden bilgi almaları önemlidir.

Türkiye'de organ nakli, Sağlık Bakanlığı'na bağlı Ulusal Organ ve Doku Nakli Koordinasyon Merkezi tarafından düzenlenmektedir. Türkiye'deki organ nakli merkezleri, deneyimli cerrahları ve modern altyapıları ile başarılı nakil operasyonları gerçekleştirmektedir. Ülkede 2008-2024 yılları arasında toplam 67.213 organ nakli gerçekleştirilmiştir. Bunlar arasında akciğer, böbrek, ince barsak, kalp, karaciğer, pankreas nakilleri ön sıralarda yer almaktadır (TDİS, 2024)

2.7. Kanser Tedavisi İçin Gerçekleştirilen Medikal Turizm Seyahatleri

Kanser, zamanla yarışılan bir hastalıktır ve bu nedenle tedavi için bekleme süresi önemli motivasyon unsurları arasında yer almaktadır. Kanser tedavisi için Türkiye'yi tercih eden medikal turistlerin en önemli motivasyonları arasında maliyet, hizmet kalitesi, bekleme süresinin azlığı ve coğrafi yakınlık yer almaktadır. Türkiye'de kanser tedavisi gören medikal turistlerin memnuniyet düzeyleri yüksektir ve bu durum, Türkiye'nin kanser tedavisi alanında olumlu bir destinasyon imajına sahip olduğunu göstermektedir (Büyüç & Akkuş, 2022b).

Turizm onkoloji olarak da bilinen kanser tedavisi turizminde ön plana çıkan ülkeler, Küba, Güney Kore, İsrail ve Türkiye'dir.

Metinde kanser tedavisi ile ilgili olarak şu ülkelerden bahsedilmiştir:

- **Güney Kore:** Tiroid kanseri için %99.7, meme kanseri için %90.6 ve mide kanseri için %65.6 iyileşme oranlarıyla onkoloji alanında ön plana çıkan bir ülkedir (Mawlood, 2020).
- **İsrail:** Kanser tedavisinde, özellikle meme kanseri sağ kalım oranlarında önemli ilerlemeler kaydetmiştir. Ülkenin kanser için ortalama tedavi verimliliği %80'dir. (Mawlood, 2020).
- **Küba:** Kanser tedavisi alanında dünya çapında üne sahiptir ve özellikle akciğer kanserinin yayılmasını önleyen CimaVax aşısı ile bilinmektedir (Smith, 2012; Garrido, 2023).
- **Türkiye:** Kanser tedavisi için tercih edilen önemli bir destinasyondur ve özellikle Orta Doğu ve Avrupa'dan hastalar çekmektedir (Büyük & Akkuş, 2022b).

3. SONUÇ

Medikal turizm, sağlık hizmetlerine erişim, maliyet, kalite ve bekleme süreleri gibi faktörlerden etkilenir ve küreselleşme, sağlık hizmetlerindeki gelişmeler ve internetin yaygınlaşmasıyla hızla büyüyen karmaşık bir olgudur. Tedavi amaçlı seyahatler, hastaların kendi ülkelerinde bulunmayan veya uzun bekleme süreleri gerektiren tedavilere erişimini kolaylaştırır. Bu seyahatler, karmaşık cerrahi müdahaleler, kanser tedavisi, kalp rahatsızlıkları, organ nakli, rehabilitasyon ve dental tedaviler gibi spesifik ihtiyaçlar için gerçekleştirilir.

Ülkelerin farklı tedavi alanlarında uzmanlaşması ve rekabetçi avantajlar sunması, sektörün büyümesini ve gelişmesini sağlar. Örneğin, Türkiye deneyimli sağlık profesyonelleri, gelişmiş sağlık altyapısı ve uygun fiyatlı tedavi seçenekleri ile ön plana çıkan bir destinasyondur.

Medikal turizm, destinasyon ülkeler için ekonomik faydalar sağlamanın yanı sıra, sağlık hizmetlerinin gelişmesine ve küresel sağlık eşitsizliklerinin azaltılmasına da katkıda bulunabilir. Ancak, etik sorunlar, yasal düzenlemeler ve sağlık riskleri gibi konular da göz önünde bulundurulmalıdır. Organ ticareti ve etik dışı uygulamalar gibi sorunlar önlenmeli, medikal turistlerin bilinçli kararlar alması ve güvenilir sağlık kuruluşlarını tercih etmesi sağlanmalıdır.

KAYNAKÇA

- Abboud, O., Abbud-Filho, M., Abdramanov, K., Abdulla, S., Abraham, G., Abueva, A., Aderibigbe, A., Al-Mousawi, M., Alberu, J., Allen, R., Almazan-Gomez, L., Alnono, I., Alobaidli, A., Alrukhaimi, M., Alvarez, I., Assad, L., Assounga, A., Baez, Y., Alireza, B., & Zhao, M. (2008). The declaration of Istanbul on organ trafficking and transplant tourism. *Experimental and clinical transplantation: official journal of the Middle East Society for Organ Transplantation*, 6, 171-177.
- Akarsu, Y., Alacahan, N. D., Atakişi, A. (2020). Ülke Karşılaştırmaları ile Araştırma Geliştirme Harcamaları ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Panel Veri Analizi. *Social Sciences Research Journal*, 9 (4), 159-167 (PDF) Ülke Karşılaştırmaları ile Araştırma Geliştirme Harcamaları ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Panel Veri Analizi.
- American Psychiatric Association. (2013). *Diagnostic and statistical manual of mental disorders* (5th ed.). Arlington, VA: American Psychiatric Publishing.
- Bergmann, S. (2011). Reproductive agency and projects: Germans searching for egg donation in Spain and the Czech Republic, *Reproductive BioMedicine Online*, 23(5), 600-608.
- Bookman, M.Z., & Bookman, K.R. (2007). *Medical Tourism in Developing Countries*, Palgrave Macmillan: New York.
- Budiani-Saberi D.A. & Delmonico F.L. (2008). Organ trafficking and transplant tourism: A commentary on the global realities. *Am J Transplant*. (5), 925-929.
- Büyük, Ö. (2024). *Medikal Turistlerin Türkiye'yi Ziyaret Etme Niyetleri Üzerinde Destinasyon İmajı ve Sosyal Medya Etkileşiminin Rolü. (Doktora Tezi). İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, İzmir.*
- Büyük, Ö., & Akkuş, G. (2022a). Geriatrik-Turizmin Üçüncü Yaş Turizminden Ayrılan Yönleri ve Fizik Tedavi Rehabilitasyon ve Termal Tedavilerle İlişkisi. *Journal of Tourism Intelligence and Smartness*, 5(2), 112-128.
- Büyük, Ö., & Akkuş, G. (2022b). Kanser ve tıp turizmi: Turizm-onkoloji. *Journal of Current Debates in Social Sciences*, 5(Special Issue-1), 1-19.
- Büyük, Ö., & Akkuş, G. (2024). Medikal Turizm Verileri ve İstatistikleri: Gelişmekte Olan Ülkelerin Yükselişi ve Türkiye, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2024, 12 (2), 1105-1124.
- Chokrungravanont, P., & Tiewtranon P. (2004). Sex reassignment surgery in Thailand. *J Med Assoc Thai.*, 87(11):1402-1408.
- Coleman, E., Bockting, W., Botzer, M., Cohen-Kettenis, P., DeCuypere, G., Feldman, J., Fraser, L., Green, J., Knudson, G., Meyer, W. J., Monstrey, S., Müller, A., Safer, J. D., Sandberg, D. E., & Zucker, K. J. (2012). Standards of care for the health of transsexual, transgender, and gender-nonconfor-

- ming people, version 7. *International Journal of Transgenderism*, 13(4), 165-232.
- Collins, A., Medhekar, A., Wong, H., & Cobanoglu, C. (2019). Factors influencing outbound medical travel from the USA. *Tourism Review*, 74(3), 463-479.
- Connell, J. (2006). Medical tourism: Sea, sun, sand and ... surgery. *Tourism Management*, 27(6), 1093-1100.
- Connell, J. (2013). Contemporary medical tourism: Conceptualisation, culture and commodification. *Tourism Management*, 34, 1-13.
- Dilbaz Alacahan, N.; Akarsu, Y. & Kurt, S. (2019). “Döviz Kuru ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Panel Nedensellik Analizi”, *International Journal of Disciplines Economics & Administrative Sciences Studies*, 5 (10), 20-26.
- Dökme, S. (2019). Medikal turizmde hasta tercihini etkileyen faktörler. *International Social Sciences Studies Journal*, 5(30), 825-831.
- Efrat, A. (2013). The politics of combating the organ trade: Lessons from the Israeli and Pakistani experience. *American Journal of Transplantation*, 13(7), 1650-1654.
- Enteen, J.B. (2014). Transitioning Online: Cosmetic Surgery Tourism in Thailand. *Television & New Media*, 15(3), 238-249.
- Garrido, C.L. (2023). The US blockade and its effects on Cuban medicine, <https://magazine.scienceforthepeople.org/online/the-us-blockade-and-its-effects-on-cuban-medicine/> (14.10.2024).
- Gill, J., Madhira, B.R., Gjertson, D., Lipshutz, G., Cecka, J.M., Pham, P.T., Wilkinson, A., Bunnapradist, S. & Danovitch, G.M. (2008). Transplant tourism in the United States: a single-center experience. *Clin J Am Soc Nephrol*. 3(6),1820-1828.
- Gül, H. (2020). Sağlık hizmetleri muhasebesi: boyutları ve zorlukları. Ed. Şerife Alev Uysal ve Rukiye Çelik içinde, *Sağlık Yönetiminde Güncel Konular*. Ankara: IKSAD publishing house.
- Herrick, D.M. (2007). Medical Tourism: Global Competition in Health Care, NCPA Policy Report No:304, USA.
- Horowitz, M.D., Rosensweig, J.A., & Jones, C.A. (2007). Medical tourism: Globalization of the healthcare marketplace. *Medscape General Medicine*, 9(4), 33.
- Hudson, S., & Li, X. (2012). Domestic medical tourism: A neglected dimension of medical tourism research. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 21(3), 227-246.
- Hunter Jones, P., ve Blackburn, A. (2007). Understanding the relationship between holiday taking and self assessed health: an exploratory study of senior tourism. *International Journal of Consumer Studies*, 31(5), 509-516.

- Jingwei, A.H., Yu-Hung, A.L., & Ching, L. (2010). Living organ transplantati-on policy transition in Asia: towards adaptive policy changes. *Global Health*, 3(2), 1-14.
- Kıdak, B.L., & Akasaraylı. M. (2008). Yatan hasta memnuniyetinin değerlendirilmesi ve izlenmesi: Eğitim ve araştırma hastanesi uygulaması. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 87-122.
- Mawlood, F. (2020). Top 10 countries for medical tourism -best destinations for treatment. Bookimed, <https://en.bookimed.com/article/top-10-medical-tourism-destinations-best-countries-for-treatment/>. (24.09.2024).
- National Human Rights Commission of Thailand. (2015). Report on the situation of transgender people in Thailand. Bangkok: National Human Rights Commission of Thailand.
- Ormond, M., & Sulianti, D. (2017). More Than Medical Tourism: Lessons From Indonesia And Malaysia On South-South Intra-Regional Medical Travel, *Current Issues in Tourism*, 20(1), 94-110.
- Österle, A., Balazs, P., & Delgado, J. (2009). Travelling for teeth: characteristics and perspectives of dental care tourism in Hungary. *British Dental Journal*, 206(8), 425-428.
- Özbek, T. (1991). Dünya'da ve Türkiye'de termal turizmin önemi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(3), 15-29.
- SATURK. (2020). Sağlık Turizmi Koordinasyon Kurulu, Türkiye'nin sağlık turizmindeki önemi, <https://shgmturizmdb.saglik.gov.tr/TR-23591/turkiye-nin-saglik-turizmindeki-onemi.html>, (23.09.2024).
- Sheth, N. (2011). Globalization and medical tourism: Opportunities and challenges for developing countries. *Global Social Policy*, 11(1), 94-115.
- Shimazono, Y. (2007). The state of the international organ trade: A provisional picture based on integration of available information. *Bulletin of the World Health Organization*, 85(12), 901-952.
- Shoham, S., Hinestrosa, F., Moore, J., O'Donnell, S., Ruiz, M., & Light, J. (2010). Invasive filamentous fungal infections associated with renal transplant tourism. *Transpl Infect Dis*. 12(4), 371-374.
- Smith, K. (2012). The problematization of medical tourism: a critique of neo-liberalism. *Developing World Bioethics*, 12(1), 1-8.
- TDİS. (2024). Transplantasyon, Diyaliz ve İzlem Sistemleri Kamuoyu Aydınlatma Platformu, https://organkds.saglik.gov.tr/DSS/PUBLIC/Transplant_Solid_Organ.aspx (02.10.2024).
- The Transplantation Society (TTS). (2022). The Declaration of Istanbul. <https://www.tts.org/advocacy/declaration-> (30.10.2024).
- TÜİK, (2023). <https://ty.tuik.gov.tr/Request/DynamicRequest?Id=C4mE1YE-OIGZ7rlOqSB0lUZjyYzExZxvbFLS29SwGzcLayZchoYmtTMGhyLt-PwMYT>, (01.11.2024)

- UNWTO. (2018). Exploring Health Tourism – Executive Summary. <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284420308> (18.10.2024).
- Viladrich, A., & Baron-Faust, R. (2014). Medical tourism in tango paradise: The internet branding of cosmetic surgery in Argentina. *Annals of Tourism Research*, 45, 116–131.
- Wang, H.Y. (2012). Value as a medical tourism driver. *Managing Service Quality: An International Journal*, 22(5), 465-491.
- Xu, Q., Purushothaman, V., Cuomo, R., & Mackey, T. (2021). A bilingual systematic review of South Korean medical tourism: a need to rethink policy and priorities for public health? *BMC Public Health*, 21(1).
- Yan, X., Dong, D., He, S., & Webster, C. (2020). Examining trans-provincial diagnosis of rare diseases in China: the importance of healthcare resource distribution and patient mobility. *Sustainability*, 12(13), 5444.
- Yıldız, M S., & Khan, M.M. (2016). Opportunities for reproductive tourism: cost and quality advantages of Turkey in the provision of in-vitro Fertilization (IVF) services. *BMC health services research*, 16(a), 1-8.

GELECEĞİN MUTFAĞI: “YAPAY ET, BİTKİSEL PROTEİNLER VE ALTERNATİF GIDALAR”

Hatice PEKMEZ¹

1. GİRİŞ

1.1. Dünya Nüfusunun Artışı, Kaynak Kısıtları ve Sürdürülebilir Gıda Arayışları

Son yıllarda dünya nüfusundaki hızlı artış ve küresel iklim değişikliği, mevcut gıda üretim sistemlerinin sürdürülebilirliği üzerine önemli baskılar oluşturmaktadır. Birleşmiş Milletler’in projeksiyonlarına göre, dünya nüfusunun 2050 yılına kadar yaklaşık 9.7 milyara ulaşması beklenmektedir (United Nations, 2019). Bu artış, tarım alanlarında genişleme gereksinimi yaratmakla kalmayıp su, enerji ve diğer doğal kaynakların daha verimli kullanılmasını zorunlu hale getirmektedir. Bu nedenle, sürdürülebilir gıda üretim sistemlerinin geliştirilmesi, gıda güvenliğini sağlama yolunda hayati bir önem taşımaktadır.

Geleneksel et üretim sistemleri, artan nüfusu besleme noktasında sürdürülebilir olmayan yöntemler arasında yer almaktadır. Et üretimi; ormanların azalması, su kaynaklarının tükenmesi ve tarım arazilerinin aşırı kullanımı gibi çevresel sorunlara yol açmaktadır. Örneğin, hayvancılık sektörü, küresel sera gazı emisyonlarının yaklaşık %14,5’ini oluşturmakta, aynı zamanda tatlı su kaynaklarının %30’unu tüketmektedir (FAO, 2013). Bu kapsamda, alternatif protein kaynaklarının geliştirilmesi, mevcut kaynakları daha etkin kullanma noktasında önemli bir çözüm olarak öne çıkmaktadır. Alternatif proteinler, geleneksel et üretim sistemlerine kıyasla daha az su ve enerji gerektiren, daha düşük karbon ayak izine sahip seçenekler sunmaktadır (Poore & Nemecek, 2018).

1.2. Et Üretiminin Çevresel Etkileri

Geleneksel et üretimi, sera gazı emisyonları, su tüketimi ve ormanların azalması gibi birçok çevresel soruna yol açmaktadır. Özellikle büyükbaş hayvan yetiştiriciliği, karbon dioksit, metan ve azot oksit gibi sera gazlarının atmosfere salınmasında büyük rol oynamaktadır. Metan gazı,

¹ Doç. Dr., Gaziantep Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, pekmez@gantep.edu.tr, ORCID: 0000-0003-3903-469X.

karbondioksitle kıyasla 25 kat daha yüksek bir ısınma potansiyeline sahiptir ve hayvanların sindirim süreci bu gazın salınımında ana faktördür (Gerber vd., 2013). Bu bağlamda, Poore ve Nemecek (2018) tarafından yapılan kapsamlı meta-analiz çalışmasında, hayvancılık sektörünün çevresel etkileri detaylı olarak incelenerek et üretiminin küresel ölçekte sera gazı emisyonlarının %60'ına kadar katkı sağladığını ortaya koymuştur. Çalışmaya göre, bir kilogram sığır eti üretimi, ortalama 99,48 kg karbondioksit eşdeğeri emisyonu yol açarken, bitkisel bazlı proteinlerin emisyonları bu değerin çok altında kalmaktadır.

Et üretiminin bir diğer önemli çevresel etkisi ise yüksek düzeyde su tüketimi gerektirmesidir. Sığır eti üretimi, kg başına yaklaşık 15.415 litre suya ihtiyaç duymakta, bu miktar bitkisel protein üretimi ile karşılaştırıldığında oldukça yüksektir (Mekonnen & Hoekstra, 2012). Su kaynakları üzerindeki bu baskı, özellikle su kıtlığı yaşanan bölgelerde ciddi problemlere neden olmaktadır. Aynı şekilde, hayvancılık sektörü ve tarım arazilerinin genişletilmesi için orman alanlarının yok edilmesi, biyolojik çeşitliliğin azalmasına ve karbon depolama kapasitesinin düşmesine neden olmaktadır (FAO, 2013).

1.3. Bitkisel Protein ve Alternatif Et Ürünlerine Artan Talep

Et tüketiminin çevresel ve sağlık üzerindeki olumsuz etkilerinin farkına varılması, son yıllarda bitkisel proteinlere ve yapay et gibi alternatif protein kaynaklarına olan ilgiyi artırmıştır. Alternatif et ürünleri, doğal kaynakları daha az tüketen ve çevre dostu seçenekler olarak tüketiciler arasında yaygınlaşmaktadır. 2019 yılında yapılan bir ankette, küresel düzeyde insanların %30'dan fazlasının, çevresel ve sağlık endişeleri nedeniyle et tüketimini azaltmayı planladığını ortaya koymuştur (Statista, 2019). Bitkisel protein bazlı ürünler, daha düşük karbon ayak izine sahip olmaları nedeniyle çevresel açıdan daha sürdürülebilir bir alternatif sunmaktadır. Örneğin, bezelye proteini veya soya bazlı ürünler, et üretimine kıyasla %70-90 oranında daha az sera gazı salınımına ve %50-80 oranında daha az su tüketimine neden olmaktadır (Poore & Nemecek, 2018).

Yapay et ürünleri ise henüz başlangıç aşamasında olmasına rağmen gelecekte önemli bir potansiyele sahiptir. Hücre kültürü teknolojisiyle üretilen yapay et, hayvancılık gibi doğrudan çevresel etkiye sahip olmadan protein kaynağı sağlama potansiyeline sahiptir (Bhat & Fayaz, 2011). Bu ürünler, geleneksel et üretimine benzer tat ve dokuda protein sunmayı hedefleyerek tüketici talebini karşılamayı amaçlamaktadır. Ancak, yapay et üretiminin maliyetleri halen oldukça yüksek seviyelerde olduğundan, bu ürünlerin geniş çapta ticarileşmesi için daha fazla teknoloji geliştirilmesine ihtiyaç duyulmaktadır (Stephens vd., 2018).

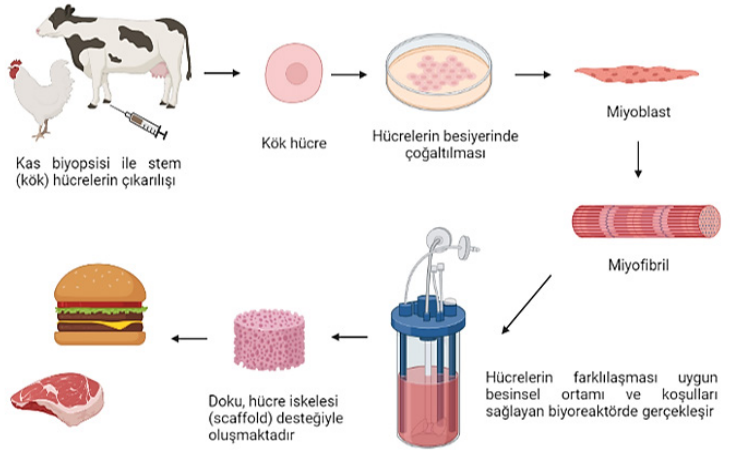
2. YAPAY ETİN GELİŞİMİ VE BİLİMSSEL SÜREÇLERİ

2.1. Yapay Etin Tanımı ve Üretimi

Yapay et, geleneksel hayvancılıktan bağımsız olarak laboratuvar ortamında üretilen bir protein kaynağıdır. Temel olarak, hayvan hücrelerinden alınan kas hücrelerinin laboratuvar ortamında çoğaltılması ve et formunda büyütülmesi yoluyla üretilir. Bu süreç, canlı hayvan kesimine gerek kalmadan et elde etmeyi mümkün kılar ve böylece hem çevresel hem de etik açıdan birçok avantaj sunar (Post, 2012). Yapay et üretiminin merkezinde hücre kültürü teknolojisi yer alır. Bu yöntemde, canlı bir hayvandan alınan kas dokusu hücreleri, büyüme faktörleri ve besleyici ortamlarla birlikte biyoreaktörlere yerleştirilir. Bu hücreler biyoreaktörde çoğalarak kas dokusuna dönüşür (Bhat & Fayaz, 2011).

Laboratuvar ortamında et üretim süreci (Şekil 1) genel olarak üç ana aşamadan oluşur: (1) hücrelerin izolasyonu ve seçimi, (2) hücrelerin çoğaltılması ve (3) hücrelerin farklılaştırılarak et dokusuna dönüştürülmesi. İlk aşamada, hayvandan biyopsi yöntemi ile küçük bir hücre örneği alınır ve bu hücreler, daha fazla çoğaltılabilmesi için özel bir kültür ortamında büyütülür. İkinci aşamada, bu hücreler biyoreaktörlerde çoğaltılarak belirli bir hücre kütesine ulaşması sağlanır. Son aşamada ise, kas hücreleri arasında destekleyici yapı olarak görev yapan hücreler de eklenerek dokusal bütünlük elde edilmeye çalışılır (Datar & Betti, 2010). Bu aşamalar, hücrelerin kas dokusu formunda organize olmalarını sağlayan biyomühendislik ve dokusal teknikler (yüzeylerin hissine ve görsel etkisini vurgulayan bir yaklaşım) ile gerçekleştirilir.

Biyoreaktör kullanımı, yapay et üretiminin verimliliğini artırmak için önemli bir unsurdur. Biyoreaktörler, hücrelerin büyüme sürecinde ihtiyaç duyduğu besinleri, büyüme faktörlerini ve oksijeni sağlayarak kas hücrelerinin belirli bir hacimde hızla çoğalmasını sağlar. Ancak, yapay etin dokusal yapısını ve tadını geleneksel ete benzer hale getirmek oldukça zordur. Bu nedenle biyomühendisler, kas dokusunun lifli yapısını oluşturmak için çeşitli destekleyici malzemeler ve dokusal teknikler kullanmaktadırlar (Kadim vd., 2015).



Şekil 1. Yapay et üretim aşamaları (<https://sdplatform.com/helal-gida-ve-yapay-et-uretimi>)

2.2. Yapay Et Üretiminde Karşılaşılan Zorluklar

Yapay et üretimi, teknolojik olarak umut vaat eden bir çözüm olsa da, ekonomik ve pratik anlamda bazı zorluklar içermektedir. Öncelikli zorluklardan biri, üretim maliyetleridir. Yapay etin ticari olarak erişilebilir hale gelmesi için üretim maliyetlerinin oldukça düşürülmesi gerekmektedir. İlk üretilen yapay et hamburgerinin maliyeti 2013 yılında 250.000 dolar olarak açıklanmışken, teknolojik gelişmeler sayesinde bu maliyet büyük ölçüde azaltılmıştır; ancak halen geleneksel ete kıyasla maliyetler yüksektir (Post, 2012). Yapay etin geniş kitlelere ulaşabilmesi için üretim süreçlerinin optimize edilmesi ve biyoreaktörlerin daha verimli hale getirilmesi gerekmektedir.

Bir diğer zorluk, yapay etin dokusal ve tat profiline ilişkindir. Geleneksel etin tadı, dokusu ve aroma profili gibi duyuşal özellikleri, tüketiciler için oldukça önemlidir. Ancak yapay et üretim sürecinde bu özelliklerin tam anlamıyla elde edilmesi zor olmaktadır. Özellikle kas dokusunun lifli yapısını oluşturmak, tüketicinin etten beklediği doku ve ısırma hissini yaratmada kritik bir faktördür. Biyomühendislik teknikleri bu konuda önemli ilerlemeler kaydetmiş olsa da, henüz geleneksel etin tadına ve dokusuna tamamen ulaşılmış değildir (Bhat & Fayaz, 2011).

Yapay etin toplum tarafından kabul edilmesi ise üretim sürecine ek olarak karşılaşılan sosyal bir zorluktur. Birçok insan, yapay etin sağlıklı ve güvenilir bir gıda olduğunu düşünmemektedir. Bryant ve Barnett'in (2018) yapay et ile ilgili algıları inceleyen çalışmalarında, tüketicilerin yapay etin

doğal olup olmadığı, sağık üzerindeki etkileri ve üretim sürecinin etik boyutları konusunda endişelere sahip oldukları ortaya koyulmuştur. Bazı tüketiciler, yapay etin genetiğıyle oynanmış veya kimyasal katkıları içeren bir ürün olarak algılamakta ve bu nedenle güvenilirliğini sorgulamaktadır (Bryant & Barnett, 2018). Ayrıca, yapay etin hayvan refahına katkıda bulunabileceğı düşünülse de, laboratuvar ortamında üretilmesi ve “doğal” olmayan bir yöntemle elde edilmesi, bazı tüketiciler arasında etik kaygılara yol açmaktadır.

Yapay etin toplumsal kabulünü artırmak için eğitim ve farkındalık çalışmalarının önemli bir rol oynayabileceğı düşünülürken, yapay etin üretim süreci hakkında doğru bilgilendirme yapılmasının, bu ürünlerin sağıklı ve çevre dostu alternatifler olduğunu göstermeye yardımcı olabileceğı ifade edilmektedir. Ayrıca özellikle çevresel etkileri, kaynak tüketimi ve etik avantajları hakkında farkındalık yaratılmasının, tüketicilerin yapay ete olan ilgisini artırabileceğı tahmin edilmektedir (Hocquette, 2016).

3. BİTKİSEL PROTEİN KAYNAKLARI

3.1. Bitkisel Proteine Artan İlgi

Son yıllarda bitkisel proteinlere olan ilgi hızla artmaktadır. Bu eğilim, büyük ölçüde sağık, çevre ve etik kaygılardan kaynaklanmaktadır. Araştırmalar, bitkisel bazlı beslenme tarzının kalp hastalıkları, obezite, diyabet ve belirli kanser türleri gibi sağık sorunlarına karşı koruyucu bir etkisi olduğunu göstermektedir (Micha vd., 2017). Ayrıca, bitkisel proteinlerin üretimi, hayvancılığa dayalı protein kaynaklarına kıyasla daha az su, toprak ve enerji tüketimi gerektirir. Poore ve Nemecek (2018) tarafından yapılan bir çalışmaya göre, bitkisel bazlı gıdaların karbon ayak izi hayvansal ürünlere kıyasla %70-90 oranında daha düşüktür. Bunun yanı sıra, bitkisel proteinler hayvan refahı konusundaki endişeleri azaltarak hayvansal kaynaklı gıdalardan farklı bir alternatif sunmaktadır.

Bitkisel proteinlerin tercih edilmesi, sadece etik veya çevresel faktörlere dayanmamaktadır; aynı zamanda bu proteinler, sağladıkları lif, vitamin ve mineral içerikleri ile beslenme açısından da önemli faydalar sunmaktadır. Hayvansal ürünlere bulunan doymuş yağ oranı yüksekken, bitkisel proteinlerde genellikle düşük doymuş yağ ve yüksek lif içeriğı bulunmaktadır. Ayrıca, baklagiller gibi bitkisel protein kaynakları, besin değeri açısından yüksek olmasının yanı sıra sağığa olumlu katkılarıyla da dikkat çekmektedir (Micha vd., 2017).

3.2. Başlıca Bitkisel Protein Kaynakları

Bitkisel protein kaynakları arasında soya, bezelye, nohut ve buğday gibi ürünler öne çıkmaktadır. Bu protein kaynaklarının besin değerleri ve biyoyararlılıkları (besin öğelerinin sindirilebilirlik ve emilebilirlik düzeyi) Tablo 1’de özetlenmiştir. Soya, özellikle yüksek protein içeriği ve biyoyararlılığı nedeniyle en değerli bitkisel protein kaynaklarından biri olarak kabul edilir. Soya proteini, tüm esansiyel amino asitleri içeren eksiksiz bir protein kaynağıdır ve biyoyararlılığı yüksektir. Bu özellikleriyle, vegan ve vejetaryen bireyler için önemli bir protein kaynağı olarak kabul edilmektedir. Ayrıca, soya proteinleri izoflavonlar gibi faydalı bileşikler içerir ve bu bileşiklerin kardiyovasküler hastalık riskini azaltabileceği öne sürülmektedir (Wu vd., 2016).

Bezelye proteini, alerjenik olmaması ve protein içeriğinin yüksek olması nedeniyle popüler hale gelmiştir. Bezelye, yüksek lif içeriği ile sindirimi desteklerken, özellikle kas yapısını destekleyen esansiyel bir amino asit olan lösin açısından da zengindir. Bununla birlikte, bezelye proteininde bulunan demir, magnezyum ve çinko gibi mineraller, bitkisel bazlı diyetlerde sıkça eksikliği görülen besin maddeleri açısından da katkı sağlar (Rothwell vd., 2021).

Nohut proteini, özellikle Akdeniz mutfağında sıklıkla kullanılan bir baklagil olan nohuttan elde edilir. Nohut, protein içeriği yüksek olmasının yanı sıra demir, fosfor ve folik asit gibi mineralleri de içerir. Nohut proteini, diğer bitkisel protein kaynakları gibi tüm esansiyel amino asitleri içermese de, dengeli bir diyetin parçası olarak kullanıldığında yeterli protein desteği sağlar (Yazıcıoğlu & Öztürk, 2019).

Buğday proteini ise özellikle seitan gibi popüler bitkisel protein ürünlerinde temel bileşen olarak kullanılır. Buğday gluteninin büyük kısmını oluşturan buğday proteini, iyi bir bitkisel protein kaynağı olmasına rağmen, gluten hassasiyeti veya çölyak hastalığı olan bireyler için uygun değildir. Buğday proteinleri, amino asit profili açısından diğer bitkisel proteinlerden farklı olarak düşük lizin içeriğine sahiptir; bu nedenle tam protein sağlamak amacıyla baklagillerle birlikte tüketilmesi önerilmektedir (Perrira vd., 2019).

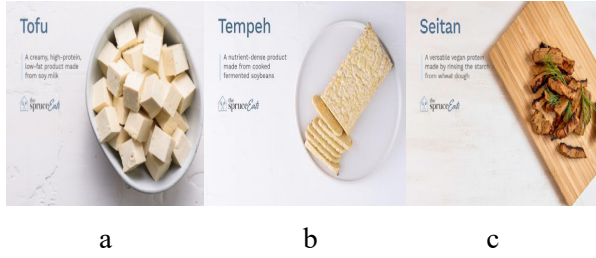
Tablo 1. Başlıca Bitkisel Protein Kaynaklarının Besin Değerleri ve Biyoyararlılıkları

Besin Kaynağı	Protein Oranı	Esansiyel Amino asit Profili	Biyoyararlılık (PDCAAS)	Vitamin ve Mineral İçeriği	Diğer Özellikler
Soya	%36-40	Dengeli (yüksek lizin, arginin)	1.0	Yüksek B vitaminleri, demir, kalsiyum	Tam protein olarak kabul edilir; esansiyel amino asit profili yüksektir (Young & Pellett, 1994).
Bezelye	%23-25	Lizin ve arginin zengini	0.73	Potasyum, magnezyum, demir, çinko	Kolesterol içermez, sindirimi kolaydır; vegan protein tozu olarak popülerdir (Hughes vd., 2011).
Nohut	%19-22	Lizin zengini, metiyonin sınırlı	0.78	Yüksek lif, folat, demir, fosfor	Lif oranı yüksek; kalp sağlığına olumlu etkisi vardır (Rizzo & Baroni, 2018).
Buğday	%12-14	Lizin eksik	0.42	B vitaminleri, özellikle B1 ve B3	Gluten içerdinden dokuya katkı sağlar; esansiyel amino asitler açısından eksiktir (Shewry, 2009).

3.3. Popüler Bitkisel Protein Ürünleri

Geleneksel bitkisel protein ürünleri arasında tofu, tempeh ve seitan öne çıkmaktadır (Şekil 2). Tofu, soya sütünden elde edilen pıhtılaşmış bir ürün olup Asya mutfağında binlerce yıldır kullanılan bir protein kaynağıdır. Protein içeriği yüksek olan tofu, farklı doku ve kıvam seçenekleriyle çeşitli yemeklerde kullanılabilir. Tempeh ise fermentasyon yoluyla elde edilen bir soya ürünü olup, tofuya kıyasla daha kompleks bir tat profiline sahiptir. Fermentasyon süreci, tempehin sindirilebilirliğini artırırken, aynı zamanda probiyotik özellikler kazandırır (Shurtleff & Aoyagi, 2012).

Seitan, buğday gluteninden üretilen bir üründür ve yüksek protein içeriği ile özellikle vegan mutfağında kullanılmaktadır. Seitan, yoğun bir dokuya sahip olması nedeniyle et benzeri bir yapı sunar ve özellikle yemeklerin protein oranını artırmak için tercih edilir. Ancak gluten içerdinden, gluten hassasiyeti veya çölyak hastalığı olan bireyler için uygun değildir (Pereira vd., 2019).



Şekil 2. Geleneksel bitkisel protein ürünleri görselleri (a) tofu, (b) tempeh, (c) seitan (<https://www.thespruceeats.com>)

Son yıllarda popülerleşen “Beyond Meat” ve “Impossible Foods” gibi bitkisel bazlı et ürünleri, geleneksel bitkisel proteinlerin ötesine geçerek daha gerçekçi alternatifler sunmayı hedeflemektedir. Beyond Meat, bezelye proteini gibi bitkisel kaynaklardan elde edilen proteinleri kullanarak et benzeri bir yapı elde ederken, Impossible Foods, soya proteini ve hem molekülü (hemoglobinde bulunan demirli-porfirin protein) gibi bileşenleri kullanarak gerçekçi bir et tadı sunmayı amaçlamaktadır. Bu ürünlerde, bitkisel proteinlerin yapısı, tat ve aroma maddeleri ile desteklenerek et benzeri bir deneyim sağlanır. Beyond Meat ve Impossible Foods, özellikle vegan ve vejetaryen diyetlere uygun olduğu gibi, et tüketimini azaltmak isteyen bireyler tarafından da tercih edilmektedir (Huang vd., 2020).

4. ALTERNATİF PROTEİN KAYNAKLARI

4.1. Böcek Proteini: Ekolojik ve Beslenme Avantajları

Son yıllarda böcek proteini, hem ekolojik avantajları hem de besleyici özellikleri sayesinde dünya genelinde giderek daha fazla ilgi çekmektedir. Böcekler, geleneksel hayvansal protein kaynaklarına göre oldukça yüksek bir protein içeriğine sahip olmalarının yanı sıra düşük karbon ayak izi ile çevresel sürdürülebilirlik açısından öne çıkmaktadır. Van Huis (2013) tarafından yapılan bir araştırmaya göre, böceklerin protein içeriği %30 ila %80 arasında değişirken, çevresel etki açısından önemli ölçüde düşük sera gazı emisyonlarına ve daha az su kullanımına sahiptirler. Örneğin, et üretimine kıyasla böcek üretimi %75-80 oranında daha az sera gazı salınımı ve daha düşük su tüketimi gerektirir. Aynı zamanda, böcekler, çeşitli lifler, vitaminler (özellikle B12) ve mineraller (örneğin demir, çinko) açısından da zengin bir kaynaktır.

Böceklerin ekolojik faydalarının yanı sıra, beslenme profilleri de oldukça dikkat çekicidir. Böcekler, diğer protein kaynaklarına göre daha yüksek biyoyararlılıklı protein içeriğine sahiptir. Örneğin, cırcır böcekleri ve un kurdu gibi böcek türleri, %50-70 oranında protein içerirken, yağ

asitleri ve esansiyel amino asitler bakımından da zengin kaynaklardır. Bu özellikleriyle böcekler, düşük maliyetle yüksek protein sağlama potansiyeline sahiptir (Madaan vd., 2020). Ayrıca, böceklerin yüksek besin değeri sayesinde, gelişmekte olan ülkelerdeki protein eksikliğine karşı çözüm olarak görülmektedirler.

Avrupa ve Asya’da böcek tüketimi, tarihsel ve kültürel bağlamda oldukça yaygındır. Özellikle Asya ülkelerinde böcek tüketimi, binlerce yıllık bir geleneğe dayanmaktadır. Tayland, Çin ve Japonya gibi ülkelerde böcekler, geleneksel diyetin önemli bir parçası olup, çeşitli yemeklerde kullanılmaktadır. Avrupa’da ise böcek tüketimi nispeten yeni bir olgudur; ancak çevresel ve beslenme avantajları nedeniyle giderek artan bir ilgi söz konusudur. Avrupa Birliği (AB), 2021 yılında bazı böcek türlerinin gıda olarak satışını onaylayarak bu alanda önemli bir adım atmıştır. Bu yasal düzenlemeler, böcek bazlı gıda ürünlerinin Avrupa pazarında yer bulmasına ve daha geniş kitlelere ulaşmasına katkı sağlamaktadır (EFSA, 2021).

4.2. Mikroalgler ve Diğer Su Kaynaklı Proteinler

Mikroalgler, özellikle Spirulina ve Chlorella türleri, yüksek protein içeriğı ve çevresel sürdürülebilirlikleri nedeniyle alternatif protein kaynakları arasında öne çıkan bir diğer seçenektir. Mikroalgler, fotosentez yoluyla karbondioksiti oksijene çevirme yetenekleri sayesinde karbon ayak izini düşüren yenilenebilir protein kaynaklarıdır. Becker (2007) tarafından yapılan bir araştırmaya göre, Spirulina %50-70 protein içeriğı ile oldukça zengin bir protein kaynağıdır. Aynı zamanda, bu mikroalgler, B12 vitamini, demir ve omega-3 yağ asitleri gibi besleyici bileşikler açısından da zengindir. Bu özellikleriyle, Spirulina ve Chlorella, sadece vegan ve vegetarianler için değil, aynı zamanda sağlık ve çevre bilincine sahip bireyler için de ideal protein alternatifleridir.

Spirulina ve Chlorella, biyoyararlılık açısından da önemli bir avantaja sahiptir. Spirulina, kolay sindirilebilen protein yapısı ve tüm esansiyel amino asitleri içermesi nedeniyle yüksek biyoyararlılıktır. Chlorella ise klorofil, lif ve antioksidanlar açısından zengindir ve detoksifikasyon özellikleriyle bağışıklık sistemini desteklemeye yardımcı olur (Gouveia vd., 2016). Bu özellikleri, mikroalgleri “fonksiyonel gıdalar” kategorisine sokmakta ve insan sağlığına olumlu etkiler sunan bir protein kaynağı olarak konumlandırmaktadır.

Mikroalglerin gelecekteki potansiyeli oldukça yüksektir. Hem besleyici içerikleri hem de çevresel avantajları nedeniyle gelecekte daha yaygın bir protein kaynağı olarak kullanılacağı ve hızlı büyüme oranları ve az kaynak gereksinimleri sayesinde geleneksel protein kaynaklarına kıyasla daha sürdürülebilir bir seçenek sunduğı ifade edilmektedir. Ayrıca, mik-

roalglerin deniz ve okyanus gibi su ortamlarında yetiştirilebilmesinin, tarım arazisi ihtiyacını azaltarak gıda üretiminin çevresel etkilerini en aza indirebileceği düşünülmektedir. Bu nedenle, mikroalg bazlı ürünlerin gelecekteki potansiyeli, küresel protein talebini karşılamak için önemli bir kaynak olarak değerlendirilmektedir (Koyande vd., 2019).

Mikroalgler, çeşitli gıda ve besin takviyeleri olarak kullanılmanın yanı sıra, protein açısından zengin toz formda veya bitkisel bazlı et ürünlerine katkı maddesi olarak da yaygınlaşmaktadır (Şekil 3). Örneğin, bazı protein barları, içecekler ve smoothielerde Spirulina ve Chlorella gibi mikroalglerden elde edilen protein tozları kullanılmaktadır. Mikroalg bazlı protein ürünleri, özellikle vegan ve sürdürülebilir gıda pazarında hızla popülerlik kazanmaktadır ve bu eğilimin gelecekte artması beklenmektedir.



Şekil 3. Mikroalg Görseli (<https://adkproje.com/mikroalgler>)

5. SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE ÇEVRESEL ETKİLER

5.1. Et ve Alternatif Gıdaların Çevresel Karşılaştırması

Dünya genelinde gıda sisteminin çevresel etkileri, sürdürülebilirlik çalışmalarının merkezinde yer almaktadır. Et ve bazı alternatif gıdaların çevresel karşılaştırması Tablo 2’de sunulmaktadır. Geleneksel hayvansal protein üretimi, özellikle yüksek sera gazı emisyonları, su ve arazi kullanımı gibi unsurlar nedeniyle çevreye ciddi bir yük getirmektedir. Örneğin, geleneksel kırmızı et üretimi sırasında ortaya çıkan sera gazı emisyonları, özellikle metan (CH_4) salınımı nedeniyle çevresel etkisi oldukça yüksek olan bir süreçtir. Tuomisto ve Teixeira de Mattos (2011) tarafından yapılan bir çalışma, laboratuvar ortamında üretilen yapay etin çevresel etkilerini değerlendirmiş ve bu üretim yönteminin geleneksel et üretimine kıyasla %78-96 daha az sera gazı emisyonu ile sonuçlandığını ortaya koymuştur. Yapay et üretimi aynı zamanda %99 daha az arazi kullanımı ve %82-96 daha az su tüketimi gerektirir, bu da onu çevresel olarak daha sürdürülebilir bir alternatif haline getirmektedir.

Alternatif protein kaynakları arasında bitkisel bazlı et ürünleri de öne çıkmaktadır. Bitkisel bazlı etlerin karbon ayak izi, hayvansal pro-

tein kaynaklarına kıyasla çok daha düşüktür. Poore ve Nemecek (2018) tarafından yapılan kapsamlı bir meta-analiz çalışmasına göre, bitkisel proteinler hayvansal proteinlere kıyasla %70-90 oranında daha düşük sera gazı emisyonuna ve su tüketimine sahiptir. Özellikle soya ve bezelye gibi bitkisel bazlı protein kaynakları, hem su hem de karbon ayak izi açısından önemli ölçüde daha sürdürülebilir bir seçenektir. Beyond Meat ve Impossible Foods gibi popüler bitkisel bazlı üreticileri, ürünlerinin geleneksel et ürünlerine göre çok daha düşük çevresel etkiye sahip olduğunu vurgulamaktadır.

Yapay et ve bitkisel bazlı etler arasındaki çevresel farklara baktığımızda, her iki alternatifin de hayvansal ürünlere göre önemli avantajlar sunduğu görülmektedir. Yapay et üretimi, özellikle karbon ayak izi ve arazi kullanımı açısından öne çıkarken, bitkisel bazlı etlerin, enerji kullanımı ve su tüketimi açısından daha verimli olabileceği ifade edilmektedir. Bu iki alternatif arasındaki çevresel karşılaştırma, ürünlerin üretim süreçlerine, kullanılan enerji kaynaklarına ve üretim ölçeklerine bağlı olarak değişkenlik gösterebilmektedir (Tuomisto & Teixeira de Mattos, 2011).

Tablo 2. Et ve Bazı Alternatif Gıdaların Çevresel Karşılaştırması

Gıda Türü	Karbon Ayak İzi (kg CO ₂ eşdeğeri/ kg gıda)	Su Tüketimi (L/kg gıda)	Toprak Kullanımı (m ² yıl/kg gıda)	Diğer Çevresel Etkiler
Sığır Eti	27-35	15,000-20,000	25-30	Ormansızlaşma, biyoçeşitlilik kaybı, yüksek metan emisyonu
Kuzu Eti	20-25	10,000-15,000	20-25	Metan emisyonları yüksek; mera için geniş alan gereksinimi
Tavuk Eti	6-8	4,300-5,000	6-8	Sığır etine göre daha az karbon ayak izi; düşük metan emisyonu
Yapay Et	2-3	1,000-2,500	1-2	Düşük karbon ayak izi; gelecekte daha az su tüketimi potansiyeli
Soya Proteini	1-2	1,800-2,000	0.5-1	Yüksek protein verimi; düşük çevresel etki; tropik ormansızlaşmaya sebep olabilen tarım yöntemleri
Bezelye Proteini	0.5-1	1,500-2,000	0.2-0.5	Azot fiksasyon yeteneği ile toprağı zenginleştirir; düşük karbon ve su ayak izi
Mikroalg Proteini	1-1.5	500-1,500	0.1-0.2	Yüksek biyokütle verimi; sınırlı tarım alanı gereksinimi; atık su ile üretim potansiyeli

Gıda Türü	Karbon Ayak İzi (kg CO ₂ eşdeğeri/ kg gıda)	Su Tüketimi (L/kg gıda)	Toprak Kullanımı (m ² yıl/kg gıda)	Diğer Çevresel Etkiler
Böcek Proteini	1-1.2	2,000-3,000	0.5-1	Küçük alanda yetiştirilebilir; düşük sera gazı emisyonu, organik atıkları tüketme potansiyeli

5.2. Sürdürülebilir Gıda Sistemleri ve Ekonomik Etkiler

Alternatif protein kaynakları, küresel gıda sistemleri üzerinde olumlu etkiler yaratma potansiyeline sahiptir. Geleneksel hayvansal protein üretiminin çevresel yükü göz önünde bulundurulduğunda, alternatif protein kaynakları, daha az kaynak tüketerek daha sürdürülebilir bir gıda üretim sistemi sunmaktadır. Bu dönüşüm, yalnızca çevresel sürdürülebilirlik açısından değil, aynı zamanda ekonomik ve toplumsal açılardan da büyük faydalar sağlamaya imkan tanımaktadır.

Alternatif proteinlerin yaygınlaşmasının, dünya genelinde artan gıda güvenliği sorunlarına çözüm getirebileceği düşünülmektedir. Artan nüfusla birlikte, gıda talebinin sürdürülebilir bir şekilde karşılanması büyük bir önem taşımaktadır. Alternatif proteinlerin üretimi daha az kaynak gerektirdiği için, bu ürünler gıda arzını güvence altına alabileceği tahmin edilmektedir. Örneğin, yapay et ve bitkisel bazlı etlerin üretimi, geleneksel hayvancılık sektörüne kıyasla çok daha az su, arazi ve enerji tüketir. Bu da alternatif proteinlerin, dünya çapında kaynakların daha verimli kullanılmasına ve sürdürülebilir gıda sistemlerinin oluşturulmasına katkıda bulunabileceği anlamına gelir.

Alternatif protein kaynakları, açlık ve yetersiz beslenme gibi küresel sorunlara çözüm sunma potansiyeline de sahiptir. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde protein eksikliği, halk sağlığını olumsuz yönde etkileyen önemli bir sorundur. Alternatif proteinlerin maliyet etkinliği ve erişilebilirliği arttıkça, bu kaynakların protein yetersizliği ile mücadelede önemli bir rol oynayabileceği düşünülmektedir. Ayrıca, bu proteinlerin üretimi, geleneksel tarıma kıyasla daha az hava ve su kirliliğine yol açarak, insan sağlığını olumsuz etkileyen çevresel faktörleri azaltabilecektir (Godfray vd., 2018).

Ekonomik açıdan, alternatif proteinlerin yeni iş fırsatları yaratarak küresel ekonomiye katkıda bulunabileceği düşünülmektedir. Bu sektör, hem araştırma ve geliştirme faaliyetleri için yeni yatırımları çekerken, hem de üretim, lojistik ve perakende sektörlerinde yeni iş imkanları yaratmaktadır. Bu durum, özellikle sürdürülebilir tarım ve gıda teknolojileri üzerine kuru-

lan start-up'lar için büyük bir potansiyel taşımaktadır. Bununla birlikte, bu dönüşümün desteklenmesi için politikaların ve teşviklerin geliştirilmesi, uzun vadede sürdürülebilir gıda sistemlerinin kurulması açısından önem arz etmektedir (Willet vd., 2019).

6. SAĞLIK VE BESLENME AÇISINDAN YAPAY VE BİTKİSEL ET ÜRÜNLERİ

6.1. Besin Değerleri ve Sağlık Üzerindeki Etkileri

Yapay et ve bitkisel bazlı et ürünleri, besleyici içerik ve sağlık etkileri bakımından geleneksel et ürünlerinden belirgin farklar taşımaktadır. Yapay et (laboratuvarıda üretilen et) ve bitkisel bazlı et ürünleri, protein içerikleriyle yüksek besin değeri sunar; ancak her iki ürünün de besin profili geleneksel et ürünlerinden farklıdır. Bu ürünler, özellikle vegan veya vejetaryen diyetleri benimseyen bireyler için önemli bir protein kaynağı olarak görülmektedir. Bohrer (2019) tarafından yapılan bir incelemede, yapay et ve bitkisel bazlı etlerin protein kalitesi ve amino asit dengesi açısından çeşitli farklılıklar gösterdiği belirtilmiştir. Yapay etler, biyoreaktör ortamında kas hücrelerinin çoğaltılması yoluyla elde edilir ve amino asit profili açısından geleneksel ete benzer bir yapıya sahiptir. Bu nedenle, yapay etler, tüm esansiyel amino asitleri içererek insan beslenmesi için gerekli protein ihtiyacını karşılayabilir.

Bitkisel bazlı et ürünleri ise soya, bezelye ve buğday proteini gibi kaynaklardan üretilir. Bu protein kaynakları, yüksek protein içeriğine sahip olmalarına rağmen bazı esansiyel amino asitlerde (örneğin lizin) eksiklik gösterebilir. Ancak, ürünlerin amino asit dengesini optimize etmek amacıyla birçok bitkisel bazlı et üreticisi farklı bitkisel proteinleri birleştirerek amino asit profilini iyileştirmektedir (Bohrer, 2019). Buna rağmen, yapay etlerin ve bitkisel bazlı etlerin bazı geleneksel et türlerine göre daha düşük biyoyararlılık gösterebileceği dikkate alınmalıdır. Ayrıca, bu ürünler genellikle demir, çinko ve B12 vitamini gibi et kaynaklı mikro besinlerden daha düşük seviyelerde içerebilir. Bitkisel bazlı etlerin bu besin eksikliklerini gidermek için bazı üreticiler, ürünlerine bu vitamin ve mineralleri takviye etmektedir.

Yapay ve bitkisel bazlı etlerin sağlık üzerindeki etkileri açısından bazı risk ve faydalar da gündeme gelmektedir. İşlenmişlik düzeyi, bu tür gıdaların sağlık etkilerinde önemli bir rol oynamaktadır. Özellikle bitkisel bazlı et ürünleri, lezzet ve doku açısından geleneksel ete benzemeleri için birçok katkı maddesi ve işleme aşamasından geçer. Bu ürünlerde kullanılan katkı maddeleri arasında emülgatörler, stabilizatörler ve yapay tatlandırıcılar yer alabilir. Yüksek işlenmiş gıdaların tüketimi, obezite, diyabet

ve kardiyovasküler hastalıklar gibi kronik hastalıklarla ilişkilendirilmiştir (Monteiro vd., 2018). Dolayısıyla, bitkisel bazlı et ürünlerinin yüksek işlenmişlik seviyesi, uzun vadeli sağlık etkileri konusunda endişe uyandırmaktadır. Buna karşın, bu ürünler kırmızı et gibi doymuş yağ oranı yüksek olan hayvansal proteinlere göre daha düşük doymuş yağ ve kolesterol içerdiğinden kalp-damar sağlığı üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir.

Yapay et ise henüz ticari anlamda geniş çapta erişilebilir olmasa da sağlık açısından daha az işlenmiş bir protein kaynağı olarak değerlendirilmektedir. Bununla birlikte, yapay et üretim sürecinde kullanılan büyüme faktörleri, biyokimyasal katkılar ve sterilizasyon yöntemleri, bu ürünlerin sağlık üzerindeki etkilerini anlamak için daha fazla araştırmaya ihtiyaç olduğunu göstermektedir. Ancak, yapay etin doymuş yağ içeriği açısından geleneksel etten daha düşük olması sebebiyle uzun vadede kalp-damar sağlığına olumlu katkı sağlayabileceği düşünülmektedir (Chriki & Hocquette, 2020).

6.2. Beslenme Bilimi Perspektifi ve Klinik Çalışmalar

Alternatif et ürünlerinin sağlık üzerindeki etkileri üzerine yapılan araştırmalar, bu ürünlerin geleneksel et tüketimine kıyasla çeşitli avantajlar ve potansiyel riskler sunduğunu göstermektedir. Wilkinson ve arkadaşları (2021) tarafından yapılan bir klinik çalışma, bitkisel bazlı etlerin kan lipid profili üzerinde olumlu etkiler yarattığını ortaya koymuştur. Araştırmada, bitkisel bazlı et tüketiminin LDL kolesterol seviyelerini düşürdüğü ve vücut ağırlığını kontrol etmede etkili olduğu bulunmuştur. Bitkisel bazlı etlerin yüksek lif içeriği ve daha düşük doymuş yağ oranı, kolesterol ve kan basıncı gibi kardiyovasküler risk faktörlerini azaltmada etkili olabileceği ifade edilmektedir.

Yapay etin sağlık etkilerini araştırmak amacıyla daha fazla çalışma yapılması gerekmektedir. Laboratuvarda üretilen et, geleneksel etin besin değerlerine yakın bir içerik sağlasa da, laboratuvar ortamında kullanılan katkı maddeleri ve kimyasalların sağlık üzerindeki uzun vadeli etkileri henüz tam anlamıyla bilinmemektedir. Yapay etin sağlık üzerindeki etkilerini anlamak için yapılacak uzun vadeli araştırmalar, bu ürünlerin güvenilirliğini daha net bir şekilde ortaya koyabilecektir (Hocquette, 2016). Bu nedenle, yapay et ürünlerinin piyasada yaygınlaşması ile birlikte, bu ürünlerin insan sağlığı üzerindeki potansiyel etkilerini değerlendirmek için daha fazla klinik araştırma yapılması önemlidir.

Alternatif protein kaynaklarının sağlık üzerindeki etkilerini anlamak, beslenme bilimi perspektifinden önem taşır. Özellikle, yapay ve bitkisel bazlı etlerin protein kalitesi, işlenmişlik derecesi ve besin değerlerinin farklılaşması, bu ürünlerin sağlıklı bir diyetin parçası olarak nasıl değeren-

dirileceğini belirlemek açısından kritik bir faktördür. Alternatif et ürünlerinin beslenme açısından değerlendirilmesi, bu ürünlerin sağlık üzerindeki olumlu ve olumsuz yönlerini dikkate alarak dengeli bir tüketim stratejisi geliştirilmesine olanak tanıyabilir.

7. TOPLUMSAL KABUL VE TÜKETİCİ ALGISI

7.1. Tüketicici Davranışları ve Yapay Etin Sosyal Algısı

Yapay etin toplumsal kabulü, tüketicilerin kültürel ve etik değerleri, sağlığa yönelik tutumları ve çevresel bilinçleri gibi bir dizi faktöre bağlı olarak farklılık göstermektedir. Birçok kültürde geleneksel et tüketimi, güçlü bir sosyal ve kültürel bağa sahip olduğu için yapay etin benimsenmesinin bazı topluluklarda zor olacağı ifade edilmektedir. Örneğin, etin toplumsal anlamı, dini inançlar veya kültürel törenlerle ilişkilendirilen gıda alışkanlıkları, yapay etin kabulünü etkileyen temel unsurlar arasındadır. Yapay et, bazı toplumlarda doğallıktan uzak ve hatta “yapay” olarak algılanırken, diğerlerinde çevresel faydaları nedeniyle olumlu bir alternatif olarak görölmektedir (Bryant & Barnett, 2018).

Etik kaygılar da tüketicilerin yapay ete yönelik tutumlarını şekillendiren önemli bir faktördür. Geleneksel et üretimiyle ilişkili çevresel sorunlar ve hayvan refahı konuları, tüketicilerin alternatif gıdalara olan ilgisini artırmaktadır. Yapay et, hayvanların kesilmesine gerek kalmadan üretildiği için hayvan refahını ön plana çıkaran bir çözüm olarak değerlendirilmektedir. Özellikle Batı toplumlarında hayvan refahı kaygıları ve çevre bilincine sahip tüketiciler arasında yapay et daha fazla kabul görmektedir (Hocquette vd., 2015). Ayrıca, bazı tüketiciler yapay etin insan sağlığı üzerindeki potansiyel faydaları nedeniyle bu ürüne yönelmektedir. Yapay etin doymuş yağ oranının daha düşük olması ve hijyenik şoşullarda üretilmesi, bu ürüne olan talebi artırabilir.

Ancak, yapay etin sağlık üzerindeki etkileri ve güvenilirliği konusundaki endişeler, tüketici algısında önemli bir rol oynamaktadır. Özellikle yeni bir üretim teknolojisi olması, tüketicilerin yapay etin uzun vadeli sağlık etkileri hakkında şüphe duymasına yol açmaktadır. Alternatif gıdalara duyulan güven, gıdaların üretim süreci, bileşenleri ve etiketleme doğruluğu gibi unsurlarla yakından ilişkilidir. Tüketicilerin bu yeni ürünlere olan güvenini kazanmak, pazarlama stratejilerinin ve bilgilendirici etiketlemenin rolünü artırmaktadır. Etik tüketim trendleri çerçevesinde, yapay et ve diğer alternatif gıdalar, sürdürülebilirlik vurgusu yapılarak pazarlanmakta ve çevre dostu bir seçenek olarak tanıtılmaktadır (Bryant & Barnett, 2018).

7.2. Pazarlama ve Yasal Düzenlemeler

Yapay et ürünlerinin pazarlanması, tüketici algısına yönelik stratejilerle birlikte, gıda etiketlemesi ve sağlık iddiaları gibi yasal düzenlemeleri de içermektedir. Yapay etin pazarlama süreçleri, tüketicilerin ürüne duyduğu güveni artırmak ve sosyal kabulünü sağlamak için doğru etiketleme, şeffaf bilgi paylaşımı ve etkili sağlık iddiaları gerektirmektedir. Gıda etiketlemeleri, yapay etin içerdiği protein miktarı, vitamin ve mineraller gibi besin değerlerinin yanı sıra üretim süreci hakkında bilgi sunarak, tüketicilerin bilinçli tercihler yapmasına yardımcı olur. Yapay etin doğası gereği bazı tüketicilerde doğal gıdalara kıyasla daha fazla şüphe uyandırdığı için, etiketleme süreçlerinde “doğal içerik” veya “doğa dostu üretim” gibi ibarelerin kullanılması oldukça önemlidir (Hocquette vd., 2015).

Yapay et ürünlerinin pazarlanmasında dikkat edilmesi gereken diğer bir unsur ise sağlık iddialarıdır. Yapay etin sağlıklı bir alternatif olarak sunulması, ürünlerin düşük doymuş yağ içeriği, kolesterol miktarının düşüklüğü ve hayvan hastalıkları riski taşıyamaması gibi özelliklerine dayandırılmaktadır. Ancak, bu sağlık iddialarının doğruluğunun yasal düzenlemelerle denetlenmesi gerekmektedir. Tüketicinin yanıltılmaması adına, yapay etin pazarlanması sürecinde bilimsel bulgulara dayalı iddiaların öne çıkarılması önemlidir. Yapay etin sağlık üzerindeki uzun vadeli etkileri henüz yeterince araştırılmadığı için, bu ürünler hakkında yapılacak sağlık iddialarının kanıta dayalı olması yasal bir zorunluluk olarak öne çıkmaktadır (Stephens vd., 2018).

Yapay etin küresel çapta benimsenmesi, farklı ülkelerin yasal düzenlemeleri ve sağlık otoritelerinin onay süreçleriyle de yakından ilişkilidir. Yapay etin yasal statüsü, ülkeden ülkeye değişiklik gösterebilmektedir. Bazı ülkeler yapay etin satışına izin verirken, diğerleri bu ürünlerin halk sağlığı üzerindeki etkilerini değerlendirmek için daha fazla araştırma yapılmasını beklemektedir. Özellikle ABD ve Avrupa Birliği, yapay etin güvenilirliği ve etiketlemesine yönelik sıkı düzenlemeler getirmiştir. Bu düzenlemeler arasında, yapay etin hangi adlarla pazarlanabileceği, içeriklerinin nasıl belirtileceği ve sağlık iddialarının nasıl yapılacağına dair belirli kurallar yer almaktadır (Stephens vd., 2018).

Yapay etin gelecekteki yasal çerçevesi, sürdürülebilir gıda sistemleri ve tüketici sağlığı konularında politika yapımcılar tarafından önemli bir gündem maddesi olarak değerlendirilmektedir. Düzenlemeler, yapay et üreticilerini daha şeffaf hale getirmekle birlikte, tüketicinin sağlığını korumayı ve güvenini artırmayı amaçlar. Etik, çevresel ve sağlık açısından daha güvenilir bir üretim süreci sağlamak adına, yapay etin pazarlanmasında bu düzenlemelere uyulması, ürünün geniş çapta kabul görmesine katkıda bulunacaktır.

8. SONUÇ VE GELECEKTEKİ PERSPEKTİFLER

8.1. Gelecek için Beklentiler

Gıda teknolojilerinin hızla gelişmesi, alternatif protein kaynaklarının çeşitlenmesi ve yapay et gibi yenilikçi çözümlerin gelecekte gıda sisteminde önemli bir rol oynayacağına işaret etmektedir. Yapay et ve bitkisel proteinler gibi alternatif gıdalar, hayvancılıkla ilişkili çevresel etkileri azaltma potansiyeline sahiptir. Bu ürünler, tarım arazilerinin korunmasına ve sera gazı emisyonlarının azaltılmasına katkı sunarken, su tüketimini de geleneksel hayvancılığa göre belirgin şekilde azaltabilir (Tuomisto & Teixeira de Mattos, 2011). Bu bağlamda, gıda teknolojilerindeki gelişmeler sürdürülebilirlik açısından umut verici bir görünüm sunmaktadır. Alternatif proteinlerin ticari olarak daha erişilebilir hale gelmesi, tüketicilerin çevre dostu gıdalara olan ilgisini artırabilir ve bu durum, iklim değişikliğiyle mücadele kapsamında önemli bir adım olacaktır.

Özellikle yapay et, besin değerlerini optimize etme imkanı sunması ve üretim sürecinin hassasiyetle kontrol edilebilmesi bakımından önemli bir potansiyele sahiptir. Bilim insanları, gelecekte yapay et üretimini daha uygun maliyetli hale getirecek ve tat ile doku gibi özellikleri iyileştirecek yöntemler geliştirmeyi hedeflemektedir. Örneğin, genetik mühendisliği ve biyoteknolojideki ilerlemeler, yapay etin amino asit profilini daha da zenginleştirerek yapay eti geleneksel et ile besin değeri bakımından daha rekabetçi bir hale getirebilir (Chriki & Hocquette, 2020). Aynı zamanda, bitkisel bazlı proteinler de yeni teknolojik çözümler sayesinde daha geniş bir ürün yelpazesine sahip olacak ve tüketicilere daha çeşitli beslenme seçenekleri sunacaktır.

Sürdürülebilir gıda üretiminin sağlıklı beslenme trendleriyle örtüşmesi, gelecekte bu ürünlere yönelik talebi artıracaktır. Özellikle artan vegan ve vejetaryen diyet tercihleri, alternatif protein kaynaklarının yaygınlaşmasını desteklemektedir. Sürdürülebilir gıda üretimi ve sağlıklı beslenme trendleri açısından bakıldığında, yapay et ve bitkisel bazlı proteinler geleneksel et ürünlerine göre daha az doymuş yağ ve kolesterol içerdiği için kalp sağlığı üzerinde olumlu etkiler sağlayabileceği ifade edilmektedir (Wilkinson vd., 2021). Bu durum, sağlık bilincine sahip bireyler için bu tür alternatif gıdaları cazip kılmaktadır.

8.2. Araştırma İhtiyaçları ve Geliştirilmesi Gereken Alanlar

Yapay et ve alternatif proteinlerin gıda sisteminde yaygınlaşabilmesi için bazı bilimsel ve teknolojik alanlarda daha fazla araştırma yapılması gerekmektedir. Yapay etin beslenme profili, uzun vadeli sağlık etkileri ve

olası biyoyararlılık sorunları konusunda sınırlı sayıda veri bulunmaktadır. Bu nedenle, yapay etin insan sağlığı üzerindeki etkilerini değerlendiren daha fazla klinik araştırma yapılmalıdır. Mevcut çalışmalar, yapay etin bazı açılardan sağlık açısından yararlı özellikler sunduğunu gösterse de, bu ürünlerin uzun vadeli etkilerini anlamak için geniş çaplı ve uzun süreli araştırmalara ihtiyaç vardır (Hocquette, 2016). Özellikle yapay etin içerdiği büyüme faktörleri ve biyolojik katkıların insan sağlığı üzerindeki etkilerini inceleyen klinik araştırmalar, bu ürünlerin güvenilirliğini daha kapsamlı bir şekilde değerlendirmek için önemlidir.

Benzer şekilde, bitkisel bazlı etlerin yüksek işlenme düzeyi, sağlık üzerindeki etkilerini tartışmaya açmaktadır. Bu ürünlerde kullanılan katkı maddeleri ve yüksek işlenme oranı, olası sağlık riskleri konusunda daha fazla araştırma yapılmasını gerektirmektedir. Bitkisel bazlı ürünlerde kullanılan emülgatörler, stabilizatörler ve aroma maddeleri gibi bileşenlerin uzun vadeli sağlık etkileri tam olarak bilinmemektedir. Dolayısıyla, bu ürünlerin insan sağlığı üzerindeki etkilerini değerlendiren klinik araştırmalara duyulan ihtiyaç sürmektedir (Monteiro vd., 2018).

Çevresel etkiler açısından da daha fazla araştırma yapılması gereklidir. Yapay etin çevresel etkilerini değerlendiren araştırmalar, genellikle laboratuvar koşullarında ve küçük ölçekli üretim üzerinde yoğunlaşmaktadır. Bu nedenle, yapay etin endüstriyel ölçekli üretiminin çevresel etkilerini anlamak için daha geniş çaplı ve uzun vadeli çalışmalar yapılmalıdır. Ayrıca, bitkisel bazlı etlerin üretim sürecindeki enerji tüketimi ve kaynak kullanımının çevresel etkilerini değerlendirmek için kapsamlı yaşam döngüsü analizleri yapılmalıdır (Tuomisto & Teixeira de Mattos, 2011).

Gelecekte, sürdürülebilir ve sağlıklı bir gıda sistemine geçişte yapay et ve alternatif proteinler önemli bir rol oynayabilir. Ancak, bu ürünlerin toplum tarafından kabul görmesi, tüketicinin güvenini kazanması ve yasal çerçevelerle desteklenmesi için daha fazla bilimsel araştırma ve düzenleme gerekmektedir. Bu bağlamda, yapay et ve bitkisel protein kaynaklarının besin değerlerini ve sağlık üzerindeki etkilerini daha iyi anlamak, sürdürülebilir gıda üretimini desteklemek ve gelecekte daha sağlıklı bir toplum yaratmak için kritik bir gerekliliktir.

KAYNAKLAR

- ADK Proje. (t.y.). Mikroalgler: Geleceğin Sürdürülebilir Süper Gıdası Olabilir mi? Erişim adresi: <https://adkproje.com/mikroalgler-gelecegin-surdurulebilir-super-gidasi-olabilir-mi>
- Becker, E. W. (2007). Micro-algae as a source of protein. *Biotechnology Advances*, 25(2), 207-210.
- Bhat, Z. F., & Fayaz, H. (2011). Prospectus of cultured meat—advancing meat alternatives. *Journal of Food Science and Technology*, 48(2), 125-140.
- Bohrer, B. M. (2019). An investigation of the formulation and nutritional composition of modern meat analogue products. *Food Science and Human Wellness*, 8(4), 320-329.
- Bryant, C. J., & Barnett, J. C. (2018). Consumer acceptance of cultured meat: A systematic review. *Meat Science*, 143, 8-17.
- Chriki, S., & Hocquette, J. F. (2020). The myth of cultured meat: A review. *Frontiers in Nutrition*, 7, 7.
- Datar, I., & Betti, M. (2010). Possibilities for an in vitro meat production system. *Innovative Food Science & Emerging Technologies*, 11(1), 13-22.
- EFSA (European Food Safety Authority). (2021). Safety of dried yellow mealworm (*Tenebrio molitor* larva) as a novel food pursuant to Regulation (EU) 2015/2283. *EFSA Journal*, 19(1), e06343.
- FAO. (2013). Tackling climate change through livestock: A global assessment of emissions and mitigation opportunities. Food and Agriculture Organization of the United Nations.
- Gerber, P. J., Steinfeld, H., Henderson, B., Mottet, A., Opio, C., Dijkman, J., (2013). *Tackling climate change through livestock: A global assessment of emissions and mitigation opportunities*. Food and Agriculture Organization (FAO).
- Godfray, H. C. J., Beddington, J. R., Crute, I. R., Haddad, L., Lawrence, D., Muir, J. F. (2018). Meat consumption, health, and the environment. *Science*, 361(6399), eaam5324.
- Gouveia, L., M. A. D. Costa, A. S. S. Silva, and S. F. R. T. Santos. (2016). Microalgae as a raw material for biofuels production. *Journal of Industrial Microbiology & Biotechnology*, 43(1), 1-15.
- Hocquette, J. F. (2016). Is in vitro meat the solution for the future? *Meat Science*, 120, 167-176.
- Hocquette, J. F., M. A. S. Coelho, and C. G. A. Pereira. (2015). Cultured meat: An ethical, sustainable, and socially acceptable alternative to conventional meat? *Animal Frontiers*, 5(4), 25-30.

- Huang, H., X. X. Zhang, Y. H. Yu, and C. Y. Li. (2020). Development and nutrition of plant-based meat analogs. *Journal of Food Science and Technology*, 57(5), 1601-1609.
- Hughes, G. J., Ryan, D. J., Mukherjea, R., & Schasteen, C. S. (2011). Protein digestibility-corrected amino acid scores (PDCAAS) for soy protein isolates and concentrate: criteria for evaluation. *Journal of Agricultural and Food Chemistry*, 59(23), 12707-12712.
- Kadim, I. T., A. L. C. Mahgoub, M. T. L. Al-Busaidi, and A. K. Al-Sinani. (2015). Cultured meat from muscle stem cells: A review of challenges and prospects. *Journal of Integrative Agriculture*, 14(2), 222-233.
- Koyande, A. K., M. R. R. Dar, S. M. M. R. Pandey, M. C. R. Sharma, and S. S. Kumari. (2019). Microalgae: A potential alternative to health supplementation for humans. *Foods*, 8(7), 274.
- Madaan, S., N. N. Rana, and A. K. K. P. Nair. (2020). Entomophagy: Nutritional benefits and environmental aspects of edible insects. *Journal of Insects as Food and Feed*, 6(1), 33-43.
- Mekonnen, M. M., & Hoekstra, A. Y. (2012). A global assessment of the water footprint of farm animal products. *Ecosystems*, 15(3), 401-415.
- Micha, R., Peñalvo, J. L., Cudhea, F., & Imamura, F. (2017). Association Between Dietary Factors and Mortality From Heart Disease, Stroke, and Type 2 Diabetes in the United States. *Journal of the American Medical Association*, 317(9), 912-924.
- Monteiro, C. A., Cannon, G. H., Levy, R. B., & Rauber, F. (2018). Ultra-processed foods: what they are and how to identify them. *Public Health Nutrition*, 21(1), 36-41.
- Pereira, P. M. D. C. C., Vicente, A. F., & Sousa, I. (2019). Meat analogs and substitutes in human health and diet: An overview. *Foods*, 8(12), 829.
- Poore, J., & Nemecek, T. (2018). Reducing food's environmental impacts through producers and consumers. *Science*, 360(6392), 987-992.
- Post, M. J. (2012). Cultured meat from stem cells: Challenges and prospects. *Meat Science*, 92(3), 297-301.
- Rizzo, G., & Baroni, L. (2018). Soy, soy foods and their role in vegetarian diets. *Nutrients*, 10(1), 43.
- Shewry, P. R. (2009). Wheat. *Journal of Experimental Botany*, 60(6), 1537-1553.
- Stephens, N., Sexton, A., & Wilks, M. (2018). Bringing cultured meat to market. *Science*, 361(6399), 234-235.
- Stephens, N., Sexton, A., & Wilks, M. (2018). Bringing cultured meat to market: Technical, socio-political, and regulatory challenges in cellular agriculture. *Trends in Food Science & Technology*, 78, 155-166.

- Sürdürülebilirlik ve Dijitalleşme Platformu. (t.y.). Helal Gıda ve Yapay Et Üretimi. Erişim adresi: <https://sdplatform.com/helal-gida-ve-yapay-et-uretimi/>
- The Spruce Eats. (t.y.). *Title of the Article*. Erişim adresi: <https://www.thespruce-eats.com/>
- Tuomisto, H. L., & Teixeira de Mattos, M. J. (2011). Environmental impacts of cultured meat production. *Environmental Science & Technology*, 45(14), 6117-6123.
- Van Huis, A. (2013). Potential of insects as food and feed in assuring food security. *Annual Review of Entomology*, 58, 563-583.
- Wilkinson, S. A., Horgan, G. W., & Lowe, G. M. (2021). Comparing the nutritional composition of meat analogues and conventional meat. *European Journal of Clinical Nutrition*, 75(3), 505-510.
- Willet, W., Rockström, J., Loken, B., vd. (2019). Food in the Anthropocene: the EAT–Lancet Commission on healthy diets from sustainable food systems. *The Lancet*, 393(10170), 447-492.
- Wu, G., Bazer, F. W., & Cudd, T. A. (2016). Dietary protein intake and human health. *Food & Function*, 7(3), 1251-1265.
- Yazıcıoğlu, H., & Öztürk, B. (2019). A study on the nutritional and functional properties of chickpeas. *Journal of Food and Health Science*, 5(1), 34-42.
- Young, V. R., & Pellett, P. L. (1994). Plant proteins in relation to human protein and amino acid nutrition. *American Journal of Clinical Nutrition*, 59(5), 1203-1212.

TURİZM BAKIŞ AÇISI İLE REFERANS FİYAT TEORİSİ

Can Serkan TUNCAY¹

1. GİRİŞ

Fiyat, tüketicilerin ürün ve hizmet algısı açısından önemli bir unsur olarak görülmektedir. Tüketiciler için fiyat bir ürün veya hizmetin değerlendirilmesinde önemli bir kriterdir. Fiyatı bir ürünün kalitesi ile eşdeğer olarak gören tüketiciler de vardır. Tüketicilerin ürünlerin ve hizmetlerin fiyatları ile ilgili beklentileri bulunmaktadır. Bu beklentiler bireyseldir ve tüketiciler bu beklentilerinin karşılanmasını isterler. Her tüketicinin farklı bir fayda fonksiyonu vardır; dolayısıyla, farklı tüketiciler, gelirleri ve fiyat vektörleri göz önüne alındığında, farklı davranışlar sergilerler. Deneyimsel ürünlerin pazarlama ortamında tüketiciler, deneyimsel ürünleri tüketmeden önce hizmet kalitesinden emin olamazlar. Bu nedenle, reklam ve fiyatlandırma stratejileri, eksik bilgilere bağlı olarak, hizmet kalitesinin tüketici tarafından tanınmasını sağlayan bilgiler sunabilir. Bilgi davranışı teorisine dayalı olarak, tüketicilerin fiyatlandırma kararlarını nasıl verdiğine ilişkin araştırmalar, tüketicilerin fiyat bilgilerini nasıl bulduğunu, algıladığını, değerlendirdiğini ve fiyat bilgisine nasıl yanıt vereceğine karar verdiğini ve tüketicilerin karar vermek ve satın alma kararları vermek için fiyat bilgilerini nasıl kullandığını analiz etmeye odaklanır (Amaldoss ve He, 2016).

Gerçekte tüketiciler, o ürünü seçme ve satın alma sürecinde bahsedilen ürün için referans fiyatlarını tespit etme eğilimindedir. Referans fiyat, bilişsel olarak yönlendirilen bir fiyattır ve tüketicinin deneyiminden elde edilen bilgilere dayanarak zamanla oluşturulur. Mazumdar ve diğerleri (2005), ürünün daha önceki fiyatları, kalite düzeyi, reklam düzeyi ve alışveriş ortamı dahil olmak üzere birçok faktörün referans fiyatı etkilediğini öne sürmüştür. Referans fiyat, ürünün satış fiyatı ve ürünün reklamı gibi tüketicinin satın alma kararını etkileyebilir. Satış fiyatı, tüm satın alma sürecinde referans fiyat aracılığıyla reklamla dinamik olarak etkileşime girer.

Fiyatlandırmanın turizm işletmeleri için çok önemli bir görev olduğu bilinmektedir. Fiyatlandırma, turizm şirketlerinin sunduğu hizmetler için tek gelir kaynağı olduğundan, maliyeti yeniden karşılayacak ve yeterli gelir ve kâr sağlayacak şekilde belirlenmektir. Ancak bu firmalara optimum

¹ Öğretim Görevlisi, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, cserkan.tuncay@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-5543-5904>

gelir sağlayacak bir mekanizma bulmak son derece zordur. Turizm araştırması, yeni hizmetler geliştirmede, ürün tasarımı iyileştirmede ve turizm hizmetinin reklamını yapmada müşterilerin rolünü incelemiştir. Ürün ve iletişimin birlikte yaratılması, turizm şirketleri tarafından benimsenen köklü bir ticari faaliyettir (Adhikari, 2019). Bu alandaki temel kapsamı oluşturmak doğrultusunda, bu makale turizm sektöründe referans fiyatlandırmanın rolünü incelemektedir.

2. İŞLETMELERİN FİYAT YAKLAŞIMLARI

Fiyat kelimesi anlam olarak “bir mal ya da hizmetin karşılığında verilen bedel veya satın alındıktan veya kullanıldıktan sonra kazanılması beklenen fayda için verilen değerler bütünü” şeklinde ifade edilebilir (Cemalcılar, 1999, s. 211). Müşteri bakımından fiyat, maddi bir karşılığı ifade ettiği için malın ya da hizmetin değer algısı olarak da tanımlanabilir. Pazarlamacılar, ürüne gösterilmesi hedeflenen yüksek talebin ürün fiyatının her daim aşağı çekilmesiyle oluşmadığını tespit etmişlerdir. Ürüne gösterilen talep sadece ürün fiyatının indirilmesiyle ters orantılı olarak artmamaktadır. Pazarda yaratılan algı veya kalite göstergesi olarak sayılabilecek ürün değerinin yüksek olması da o ürüne talebin artmasına sebep olabilir (Saxena, 2009, s. 315).

Monroe’ya (1990, s. 251) göre bireysel fiyatlandırma kararlarını yönlendirmek için uygulanabilecek çok sayıda fiyatlandırma çeşidi vardır. Mevcut ürünlerin kârını maksimize etmeyi amaçlayan ‘skimming’; pazar payını çekmek için daha düşük bir pazar fiyatı sunmayı amaçlayan ‘penetrasyon’ ve diğer ürün veya marka özellikleri satış yapmayı amaçlarken parite fiyatlandırmasını hedefleyen bir ürün farklılaştırma stratejisi bunlara örnek olarak verilebilir. Ürün fiyatları perakendeciliğin kalbinde yer alır, bir mağaza, bir mal koleksiyonunu tek bir yerde toplar ve alışveriş yapanın mağazanın belirlediği fiyatlarla seçmesini sağlar. Bu fiyatlar, en azından teoride, perakendecinin ulaşmaya çalıştığı genel hedeflere dayalı olarak belirlenmelidir.

Kapsamlı bir fiyatlandırma stratejisi, zaman içinde erozyonu en aza indiren ve karı en üst düzeye çıkaran fiyat belirleme için bir temel oluşturan birden çok katmandan oluşur. Bu katmanlar, stratejik fiyatlandırma piramidi dediğimiz şeyi oluşturmak için birleşir. Değer temelli bakış açısına uygun olarak değer yaratma, piramidin temelini oluşturur. Ürünlerin ve hizmetlerin müşteriler için nasıl değer yarattığının derinlemesine anlaşılması, tekliflerin nasıl fiyatlandırılacağını belirleyen bir fiyat yapısının geliştirilmesinde kilit girdidir. Fiyat yapısı belirlendikten sonra pazarlama, müşterilere değeri iletme için mesajlaşma ve araçlar geliştirebilir. Fiyat belirlemeden önceki son adım, şirketteki fiyatlandırma süreçlerinin agresif

müşteriler ve rakipler karşısında fiyat yapısının bütünlüğünü koruyabilmesini sağlamaktır. Fiyatlandırma hedefleri dahilinde bile, bir fiyat karar vericisinin kullanabileceği çok sayıda taktik vardır, örneğin: belirli bir marj oranını korumayı amaçlamak; kararın esas olarak müşterilere fayda değerine dayalı olduğu değer fiyatlandırması; fiyatın, rakibin görelî fiyatlandırma pozisyonlarına dayandığı rekabet fiyatlandırması ve görelî ürün fiyatlarına (iyi, daha iyi, en iyi) dayalı bir fiyatlandırma mimarisi oluşturan ürün grubu fiyatlandırması bu fiyatlandırma stratejilerine örnek olarak verilebilir (Hogan & Nagle, 2005).

Değer fiyatı, müşterinin belirli bir zamanda bir ürün veya hizmet için ödemeye hazır olduğu maksimum tutardır. Çoğu ortamda, her müşteriden bu maksimum değeri çıkarmak imkansızdır. Bunun yerine, pazardaki ürüne yönelik toplam talebi, fiyatının ve tüm rakip ürünlerin fiyatlarının ve özelliklerinin bir fonksiyonu olarak anlamamız gerekir. Şirket tarafından sunulan tüm ürünler için talep fonksiyonları ve ilgili marj katkıları daha sonra optimal fiyatları bulmak için kullanılabilir. Müşteri değerini, müşterinin maksimum ödeme istekliliği olarak tanımlarız. Bu görüş, bir müşterinin rezervasyon fiyatının mikro ekonomik terimine, yani tüketicinin satın almaya ve satın almamaya kayıtsız kaldığı fiyata tekabül etmektedir (Moorthy, Ratchford, & Taludkar, 1997).

Kalynaram ve Winer’a (1995) göre, tüketicilerin marka seçimlerini yaparken referans fiyatları kullandıklarına dair çok sayıda kanıt vardır. Ayrıca, referans fiyatlandırmaya ilişkin ampirik sonuçlar, tüketicilerin referans fiyat oluşum sürecinin bir parçası olarak geçmiş fiyatlara güvendiği genellemesini de desteklemektedir. Buna ek olarak, kayıptan kaçınma konusundaki diğer araştırmalarla tutarlı olarak, tüketicilerin “kayıplara”, “kazançlardan” daha duyarlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

3. REFERANS FİYAT

Referans fiyat, rekabetçi fiyatlandırma olarak da bilinir, çünkü burada ürün, bir rakibin ürününün fiyatının hemen altında satılmaktadır. Referans fiyat, bir üreticinin veya mağaza sahibinin belirli bir ürünü sattığı ve daha önce reklamı yapılan fiyatına kıyasla büyük bir indirim sağladığı maliyetlerdir. Referans fiyatlandırma, basit bir ifadeyle, kullanıcıların bir rakibin ürününün fiyatıyla veya daha önce reklamı yapılan fiyatla karşılaştırdığı fiyat olarak bilinir. Burada daha pahalı olan ürünün fiyatı, ürününüzün referans fiyatı olur. Pazarlamacılar genellikle mal ve hizmetleri orijinal fiyatına kıyasla çok büyük bir indirimle sokarak müşterilerde satın alma davranışına neden olurlar. İnsanlar, ürünün fiyatını referans fiyatla karşılaştırma eğilimindedir ve yeni fiyat, orijinal fiyata göre çok fazla indirimliyse, satın almayı tetikleyebilir. Referans fiyatlandırma aynı zamanda psikolojik fi-

yatlandırmanın bir parçasıdır, çünkü alıcıların ürünü satın alma kararı verirken referans olarak kullandıkları ürünün fiyatıdır. Araştırmacıların küçük bir kısmı referans fiyatın satın alma sürecinin başladığı andan itibaren şekillendiğini ifade etmektedirler. Bu araştırmacılar dışında kalan diğerleri ise referans fiyatın geçmişte harcanmış olan maliyet ile doğrudan bağlantılı olduğunu düşünmektedirler (A. Biswas, 1991).

Referans fiyat, alıcıların çekiciliğini değerlendirmek için mevcut ürün fiyatlarını karşılaştırdığı fiyattır. Araştırmacılar ayrıca piyasaya iletilen dış referans fiyatları ile tüketicilerin geçmiş satın alma durumlarında karşılaştıkları ve akıllarında kalan fiyatları yansıtan dahili referans fiyatları arasındaki ayrımı da vurgulamaktadır. İçsel ve dışsal olarak ikiye ayrılan referans fiyatlar farklı süreçlere ayrılmaktadır. İçsel referans fiyat, tüketicinin algısında içsel olarak deneyim ve kıyaslama yoluyla oluşan bir süreci belirtir. Bu kapsamda referans fiyat oluşumu süreci, gözlemler ve çevreden gelen bilgiler aracılığıyla gerçekleştirilir. Dışsal referans fiyat ise, satın alma ortamında mevcut olan karşılaştırmalı fiyat bilgileri, yani tüketicilerin ürün arama sürecinde karşılaştacağı fiyatlar olarak tanımlanabilmektedir. Dışsal referans fiyat, çevreden toplanan bilgilerle oluşmaktadır. Dışsal referans fiyatın oluşturulma sürecinde, mağazalar, üretici reklamları ve üreticilere önerilen liste fiyatları etkili olmaktadır (Rajendran & Tellis, 1994).

Winer (1986), tüketicilerin satın alma kararları verirken genellikle nesnel fiyatları kendi dahili referans fiyatlarıyla karşılaştırdığını öne sürer. Referans fiyat oluşumu ile ilgili olarak. Tüketicilerin içsel referans fiyatlarının en güçlü belirleyicisi daha önce gözlemledikleri fiyatlardır. Yakın zamanlarda karşılaşılan fiyatların içsel referans fiyatları üzerinde daha büyük bir etkisi vardır ve son (yani en yeni) fiyat en etkili olanıdır.

Howard ve Kerin'e (2006) göre, reklamlarda referans fiyatlara da yer verilebilir. Referans fiyat reklamı, daha düşük, cari fiyatın daha önce teklif edilen veya başkası tarafından sunulan daha yüksek bir fiyatla karşılaştırıldığı bir reklamdır. Yani referans ve perakende (teklif) fiyatlar bir arada sunulduğunda karşılaştırılır ve bu karşılaştırma referans fiyatların sunulmadığı bir duruma kıyasla tüketici algıları üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir. Tüm yargılar görecelidir ve bir kişinin bir şeyi nasıl değerlendirdiği, karşılaştırma için temel olarak neyi kullandığına bağlıdır. Ayrıca, bir değerlendirme sürekliliği üzerindeki bir ilk uyarının konumu (örneğin, iyiye karşı kötü ve yüksek ve düşük), aynı süreklilik üzerindeki ikinci bir uyarının algılanmasını etkileyebilir. Bu şekilde, bir kişi bir ürünün düşük fiyatını, yüksek referans fiyatına göre daha düşük olarak algılayabilir, diğer her şey eşitken, referans fiyatın yokluğunda aynı düşük fiyatı değerlendirdiğinde olduğundan daha düşük olarak algılayabilir. Bir reklamdaki referans fiyat bilgisinin, yalnızca bir ürün için pazarda bulunan tüketiciler için fiyat al-

gılarını olumlu yönde etkilemesi muhtemeldir. Referans fiyat bilgilerini tam olarak anlamak için tüketicilerin gerekli bilişsel çabayı harcaması gerekmektedir. Bunun için de tüketicilerin motivasyona sahip olması beklenmektedir. Bazen, ürünün yer aldığı pazarla ilgili yeterli bilgisi ve katılımı olmayan bir tüketicinin, referans fiyatın temsil ettiği değeri bilişsel açıdan işlemek ve karşılaştırma yapmak konusunda yeterli motivasyonu bulunmamaktadır. Bu durum, Yalch ve Elmore-Yalch'in (1984) çevresel işlemcilerin bazen sayısal bilgilerden kaçındığı önerisiyle tutarlıdır. Bu nedenle, reklamlardaki referans fiyat bilgisi, yüksek ama düşük katılım koşullarında tüketici fiyat tutumlarını etkilemelidir.

3.1. Referans Fiyatı Etkileyen Yöntemler

Hogan ve Nagle'a (2005) göre, konu fiyatlandırma olduğunda ürün yöneticileri ilginç bir zorlukla karşı karşıyadır. Ürünlerinin sunduğu değeri yakalayan ve aynı zamanda karı maksimize eden fiyatlar belirlemeleri beklenir. Zorluğu ilginç kılan şey, çok az şirketin ürünlerinin müşteriler için ne kadar değer yarattığını gerçekten anlamasıdır. Tipik olarak, ürün yöneticisi müşteri değerine ilişkin içgörü sağlamak için Pazarlama Bölümü'ne başvurur. Pazarlama çalışanları daha sonra müşteri ihtiyaçları, özellikler için önem ağırlıkları ve ürünle ilgili genel memnuniyet hakkında araştırma yapar. Ama önem ya da tatmin nasıl fiyatlandırılır? Ürününüzün rakip ürününden %10 daha yüksek memnuniyet puanı alması, müşterilerin %10 daha yüksek bir fiyat ödemeye istekli olacağı anlamına mı geliyor? Genel olarak, cevap hayırdır. Müşteriler, rakiplerinizin ürününe kıyasla ürünü-nüzden ne kadar değer elde ettiklerini anladıkları ve fiyatlandırma politikalarınızın aldıkları değer için ödeme yapmalarını gerektirdiğine inandıkları sürece, ödemeye isteklilik, fiyatlandırma belirleme sürecinin önemli bir girdisi olabilir. Değerin anlaşılması, alışılmamış özelliklere ve işlevlere sahip yeni ürünler için daha da yaygındır.

Davranışsal fiyatlama konusunda üzerinde durulması önerilen kritik konulardan bir tanesi de referans fiyat konusudur. Klasik ekonomik teoriler, pazarlama alanında çalışanlar ve firmalar, önceki fiyatların tüketicilerin ürünü satın almaya ilişkin sonraki kararları için bilişsel açıdan bir referans oluşturacağını belirtmektedir. Referans fiyat, tüketicilerin önceki satın alma deneyimi ve mevcut satın alma ortamı tarafından ortaya çıkarılan tahmini fiyat beklentisi olarak ifade edilmektedir. Başka bir ifadeye göre tüketicilerin algısında ortaya çıkan referans fiyat; tecrübeler, geçmişteki satın almalar ve gözlemler aracılığıyla oluşmakta ve gelecekteki muhtemel satın almalar için referans noktası haline dönüşmektedir. Referans fiyatların tüketicilerin algıları üzerindeki rolü çok önemli olduğundan, pazarlamacıların referans fiyatları tüketicilerin zihninde etkilemenin yollarını tespit etmeleri gerekmektedir. Bunun için en etkili yöntem, ürün

özelliklerine ve bunların iletişimine dayanmaktadır. Referans fiyatlar genellikle rakip ürünlerden geldiği için, daha üstün ve daha pahalı ürünlerle karşılaştırılabilmesi için ürün algısını arttırmaya çalışılabilir (Hogan and Nagle,2005).

Pazarlamacıların referans fiyatları etkileyebileceği bir başka yöntem de potansiyel referans noktaları önermektir. Örneğin, alıcıların referans fiyatları, bir üreticinin önerdiği fiyat, daha önce alınan daha yüksek bir fiyat belirtilerek yükseltilebilir. Ayrıca tüketicilerin farklı fiyatları görme sırası da onların algılarını etkiler. Alıcılar referans fiyatlarını oluştururken ilk gördükleri fiyatlara daha fazla ağırlık verme eğilimindedirler. Bu nedenle fiyat iletişiminde referans fiyatların rolü hafife alınmamalıdır. Örneğin, kişisel satışta bir satış elemanı, müşteri nihayetinde daha ucuz ürünler arasından seçim yapacak olsa bile, önce müşterinin fiyat aralığının üzerindeki ürünleri göstererek bir sunuma başlamalıdır. Esasen “Üst satış” olarak bilinen bu taktik, otomobil, bagaj ve emlak gibi çeşitli ürünler için yaygındır. Bir perakende mağazasında, referans fiyatların rolünün ürün teşhiri üzerinde etkileri vardır. Örneğin, bir bakkal, daha düşük fiyatlı (ancak yüksek marjlı) özel etiketli ürünleri, müşterinin dikkatini ilk çekecekleri göz hizasına koyarak satabilir. Tüketicilerin önce daha pahalı markaları görmeleri ve ardından ev markalarına bakmaları beklenmektedir (Howard and Kerin,2006).

Politika yapıcılar toplam harcama kontrolünü hedefliyorsa, izlenecek politika minimum referans fiyatlandırma politikasından farklı olmalıdır. Aslında, dolaylı bir fiyat kontrol politikası olarak referans fiyat, her zaman daha düşük harcamalara yol açmaz. Pazarlamacılar da, değerlendirme yaparken referanslarını inceleyerek, stratejilerini daha iyi tanımlayabilir (Miraldo, 2009).

Bununla birlikte, çevrimiçi yorumlar da ürünü satın alan ve ürünü kullanan tüketiciler tarafından yapılan değerlendirmeleri kapsamaktadır. Bu değerlendirmeler genellikle ürüne yönelik övgü ve şikâyetler ile bu ürün veya hizmete ilişkin kişisel deneyimleri içermektedir. Diğer bir deyişle, çevrimiçi tüketici yorumları ürün hakkında araştırma yapan ve o ürünü kullanıp tecrübe elde eden ve bu tecrübelerini paylaşan tüketicileri bir araya getiren iletişim kanallarıdır. Çevrimiçi yorumların ürünle ilgili bilgi edinmek amaçlı kullanımı her geçen gün artmaktadır. Ürünlerle ilgili yapılan yorumların içeriği tüketicinin satın alma niyetini etkileyen önemli bir kriter olarak karşımıza çıkmaktadır (Garcia ve diğerleri, 2017).

3.2 Turizm Bakış Açısı İle Referans Fiyat

Fiyat kavramı, sunulan hizmetler için oluşturulan bir teklifin dış kalitesine işaret edebilir. Turizm, tekrar satın alınan bir hizmettir, bu nedenle

yakın tarihli bir rezervasyon ve bir konaklama için ödenen son fiyat tüketicilerin bir sonraki deneyimleri için kalite tercihlerinin sinyalleri olarak işlev görmektedir. (Anderson, 1996).

Garcia ve diğerkleri (2017) tarafından yapılan bir araştırmaya göre, eğer tüketiciler düşük dahili referans fiyatına sahiplerse, erişebilecekleri hizmet kalitesi açısından daha fazla iyileştirme yapılması ihtiyacının bulunma ihtimali yüksektir. Turizm sektöründe, çevrimiçi yorumların olumlu olması, gelecekteki memnuniyetin de yüksek olması ihtimalini gösterir ve bu da tüketiciyi daha yüksek fiyatlar ödemeye daha istekli hale getirir.

Geleneksel olarak şirketler, fiyatlandırma stratejilerini tahmin edilen talep seviyelerine, talebin fiyat esnekliğine veya rakiplerin fiyatlarına dayandırır. Bununla birlikte, fiyatlandırmanın rolü, tüketicilerin ürün değerlendirmelerini yakalayarak satıcıların karlarını maksimize etmektir (Kim, Natter ve Spann, 2009). Bu doğrultuda, yapılan araştırmaların sonuçları, konaklama işletmecilerinin, fiyatlarını konaklamaları hakkında yapılan değerlendirmeler doğrultusunda ayarlamayı düşünmeleri gerektiğini göstermektedir. Çevrimiçi itibar, özellikle turizm sektöründe fiyat kararlarında gittikçe artan bir rol oynamaktadır (Abrate & Viglia, 2016).

Garcia ve diğerklerine (2017) göre, günümüzde mevcut olan dinamik fiyatlandırma teknikleri, yöneticilerin çevrimiçi itibar da dahil olmak üzere çeşitli değişkenlere bağılı olarak fiyatlarını ayarlamasına olanak tanımaktadır. Yapılan araştırmada, değerliliğin dinamik fiyatlandırma uygulamalarında dikkate alınması gereken belirleyici bir değişken olduğı teyit edilmektedir. Konaklama işletmecileri müşterilerini memnun etmek için çaba göstermeli ve onları çevrimiçi geri bildirim bırakmaya teşvik etmelidir. Böylece, çevrimiçi itibarları, fiyatlarını yükseltmelerine izin verecek şekilde artacaktır. Yine de çevrimiçi yorumlar, hizmetler için uygun bir fiyatı sabitlemek için düşünüleebilecek tek değişken değildir. Tüketicilerin son alışveriş deneyimlerinden hatırladıkları, tüketicilerin çevrimiçi yorumları ödeme kararlarıyla bütünleştirme şeklini etkiler. Buna göre konaklama işletmecileri, tüketicilerin ödediğı son fiyatları, fiyatlandırma kararları sırasında göz önünde bulundurmalıdır. Bir tüketici, bir otel zincirinde yakın zamanda rezervasyon yaptıysa, rezervasyon ayrıntıları (fiyat dahil) şirket tarafından bilinmektedir. Bu tüketici bu otel zincirinde tekrar rezervasyon yapmaya karar verdiğinde, şirket bu tüketici için son ödenen fiyatı da bir değişken olarak kullanabilir. Bu uygulama, fiyatlarını özel tüketici bilgilerine göre sabitlemek için algoritmalar kullanan farklı fiyatlandırma istihbarat yazılımlarının ortaya çıkması ve yayılmasıyla mümkün olmaktadır. Aynı zamanda yöneticiler, hedef pazarlarını bölümlere ayırmak için dahili referans fiyatlarından yararlanabilir. Tüketiciler, dahili referans fiyatlarına bağılı olarak farklı tepki vermektedir. Şirketlerin yüksek dahili referans fiyatına sahip müşterilerden kaybedecekleri çok şey vardır, çünkü eğer bu

müşteriler düşük değerliliğe maruz kalırlarsa tüketicilerinin ödeme istekliliği hızla azalacaktır. Aksine, düşük dahili referans fiyatına sahip müşterilerden kaybedecekleri çok az şey bulunmaktadır. Bu nedenle yöneticiler açısından en karlı olan, yüksek düzeyde dahili referans fiyatı olan tüketicilere odaklanmalarıdır. Konaklama işletmecileri, bu tüketici bilgilerini fiyatlandırma stratejilerine entegre ederek çevrimiçi yorumlardan daha fazla yararlanabilir. Dinamik fiyatlandırma teknikleri, fiyatları tüketicilerin ödeme istekliliği ile uyumlu hale getirmeye yardımcı olur ve firmanın daha fazla tüketici elde ederek, karlarını artırmasını sağlar.

Bir turizm deneyimine aşinalık, turizm reklamlarına verilen yanıtları önemli ölçüde etkileyen bir faktördür. Potansiyel turistler (deneyimi olmayan, ancak ilginç, istekli ve satın alma gücü olanlar), gerçek turistlerden (turizmi deneyimleyenlerden) daha fazla reklamı yapılan toplam fiyattan etkilenir. Potansiyel turistlerin fiyatlandırma kararları, turistlerin faaliyetleri değerlendirmesine yardımcı olan bol miktarda içsel bilgi ve dış bilgi aramalarından yararlanır. Bilgi aramak ve yönetmek, karar verme sürecinin önemli parçalarıdır. Bu bağlamda, potansiyel turistler, turizm ürünlerinin görünmezliği ve bilgi eksikliği nedeniyle karar vermenin farklı aşamalarında belirsizlikle karşı karşıya kalmaktadır. Seyahat planlaması çok aşamalı bir koşullu süreçtir. Seyahat planlamasını oluşturan çeşitli kararlar durumsaldır, bu nedenle gezginler seyahat planlarını seyahat kararının yanı sıra katılımları, ön bilgileri, dikkate alınan alternatiflerin sayısı ve seyahatin doğasına göre değiştirebilirler. Bu nedenle, potansiyel turistlerin referans fiyat ayarlamasının dinamik olarak araştırılması önerilmektedir (Choe, Stienmetz ve Fesenmaier, 2014).

4. SONUÇ

Fiyatlar turizm endüstrisinin ekonomisinin gelişimi için önemlidir. Tüketicilerin seyahat öncesi senkronize (üretim ve tüketim aynı anda gerçekleşir), heterojen, bozulabilir ve soyut bir turizm ürününün kalitesini algılaması zordur. Bu nedenle tüketiciler ürün kalitesini ancak fiyatı kullanılarak algılayabilirler. Turizm ürünleri hakkındaki yüksek belirsizlik ve tüketicilerin sezgisel yargıları, satın alma tercihlerini önemli ölçüde etkilemektedir. Bununla birlikte, insanlar genellikle bir ürünün değerini yalnızca gerçek fiyatla değil, aynı zamanda algılanan referans fiyatıyla da ölçer. Ayrıca tüketiciler, bir ürün veya hizmet sağlayıcının, ürünün kalitesinden ziyade şirketin veya ürünün imajını kullanma becerisi konusunda tahminde bulunmaktadır. Turizm, turistler ve hizmet sağlayıcılar arasında önemli ölçüde bilgi eksikliğine yol açan tipik bir deneyimsel üründür. Oluşan bu belirsizliği azaltmak için turistler karar verirken fiyata güvenmeyi tercih etmektedir (Nguyen, 2016).

Turistlerin referans fiyatlarındaki değişiklikler, tatil öncesi bilgi ara-malarından ve tatil sırasındaki deneyimlerinden etkilenir. Potansiyel turist-ler için seyahat bilgileri, karar vermelerini ve referans noktalarını değiştir-melerini etkileyen ana faktördür. Sıralı turizm karar vermenin önemli bir özelliği, bilgi miktarı arttıkça, potansiyel turistlerin deneyim biriktirmesi, turizm ürünlerine aşınalıklarını artırması ve turizm karar verme sisteminin belirsizliğine uyum sağlamak için referans fiyatlarını ayarlamasıdır (Quin-tal ve diğerleri ,2010). İnsanların deneyimleri ürünleri tüketme aşamasında oluşan bir süreçtir. İnsanlar deneyim biriktirdikçe belirsizlik azalır ve tek-rarlanan deneyler, referans noktalarının harici bilgilerle sürekli güncelle-nebileceğini göstermiştir. Bu nedenle reklam gibi dış bilgiler sıralı karar verme sürecinde referans noktasını etkileyen önemli bir faktördür. Turizm reklamcılığı genel olarak iki seviyeye ayrılır: bilgilendirici reklamcılık ve görsel reklamcılık. Bilgilendirici reklam, turizm ürünü veya hizmeti hak-kında fiyat ve temel bilgileri içerir. Görsel reklam, turizm deneyimlerinin doğasını vurgular. Görsel reklamın potansiyel turistler üzerindeki etkisi, bilgilendirici reklamların etkisinden daha güçlüdür. (Ackerberg, 2003).

Referans fiyatın tüketicilerin satın alma eğilimlerine olan etkisi git-tikçe artmaktadır. Bu sayede tüketicilerin ürünlere olan ilgisi şekillene-cek ve geçmişteki satın almalar ile ilgili fiyatlar daha fazla göz önünde bulundurulacaktır. Pazarlama araştırmalarında tüketicilerin referans fiyat algılarının ürüne veya hizmete ait fiyatlandırma stratejisinde etkili olması gerektiği belirtildiğinden, turizm işletmelerinin hizmetleri ile ilgili fiyat-landırma yaparken tüketicilerin referans fiyat kullanma eğiliminin artma-sını göz önünde bulundurması ve fiyatlandırma stratejilerini bu doğrultuda oluştırmaları önerilmektedir.

KAYNAKÇA

- A. Biswas, E. B. (1991). *Contextual effects of reference prices in retail advertisements*. The Journal of Marketing.
- Abrate, G., & Viglia, G. (2016). Strategic and tactical price decisions in hotel revenue management. *Tourism Management*, 123-132.
- Ackerberg, D. (2003). Advertising, learning, and consumer choice in experience good markets. *International Economic Review*, 1007-1040.
- Adhikari, A. (2019). Effect of Reference Price in PWYTF Pricing in Tourism Sector. *Theoretical Economics Letters*, 555.
- Amaldoss, W., & He, C. (2016). Does informative advertising increase market price? An experimental investigation. *Customer Needs and Solutions*, 63-80.
- Anderson, E. W. (1996). Customer Satisfaction and Price Tolerance. *Marketing Letters*, 265-274.
- Cemalcılar, İ. (1999). *Pazarlama: Kavramlar-kararlar*. İstanbul: Beta Yayın.
- Choe, Y., Stienmetz, J., & Fesenmaier, D. (2014). Prior experience and destination advertising response. *Tourism Analysis*, 351-359.
- Garcia, M. N., & Munoz-Gallego, M. (2017). Tourists' Willingness to Pay For An Accommodation: The effect of eWOM and internal reference price. *International Journal of Hospitality Management*, 67-77.
- Hogan, J., & Nagle, T. (2005). What is strategic pricing? *Strategic Pricing Group Insight*, 1-7.
- Howard, D. ..., & Kerin, R. (2006). Broadening the Scope of Reference Price Advertising Research. *Journal of Marketing*, 185-204.
- Kalyanaram, G., & Winer, R. (1995). Empirical Generalizations From Reference Price Research. *Marketing Science*, 161-169.
- Mazumdar, T., Raj, S., & Sinha, I. (2005). Reference price research: Review and propositions. *Journal of Marketing*, 84-102.
- Miraldo, M. (2009). Reference Pricing and Firms' Pricing Strategies. *Journal of Health Economics*, 176-197.
- Monroe, K. (1990). *Pricing: Making profitable decisions*. New York: McGraw-Hill.
- Moorthy, S., Ratchford, B., & Taludkar, D. (1997). Consumer Information Search Revisited- Theory And Empirical Analysis. *Journal of Consumer Research*, 263-277.
- Nguyen, Q. (2016). Linking loss aversion and present bias with overspending behavior of tourists: Insights from a lab-in-the-field experiment. *Tourism Management*, 152-159.

- Quintal, V., Soutar, G., & Lee, J. (2003). Tourists' information search: The differential impact of risk and uncertainty avoidance. *International Journal of Tourism Research*, 321-333.
- R. Casielles, B. A. (2007). *Consumers' characteristics and brand choice behaviour: Loyalty and consumption*. Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing.
- Rajendran, K. N., & Tellis, G. (1994). Contextual and Temporal Components of Reference Price. *Journal of Marketing*, 22-34.
- Saxena, R. (2009). *Marketing management. 4th edition*. New Delhi: Tata McGraw-Hill.
- Scott, N., Green, C., & Fairley, S. (2015). Investigation of the use of eye tracking to examine tourism advertising effectiveness. *Current Issues in Tourism*, 1-9.
- Winer, R. S. (1986). A Reference Price Model of Brand Choice for Frequently Purchased Products. *Journal of Consumer Research*, 13 (2), 250-256.
- Yalch, R. F., & Elmore-Yach, R. (1984). The Effect of Numbers on the Route to Persuasion. *ournal of ConsumerResearch*, 522-527.

TUR OPERATÖRLERİNİN TURİZM SEKTÖRÜNDEKİ ROLÜ

Can Serkan TUNCAY¹

1. GİRİŞ

Turizmin, ister yapıcı ister yıkıcı bir biçimde toplumların geçimini önemli ölçüde etkileyen önde gelen bir endüstri olduğu bilinmektedir. Sürdürülebilir turizm, küresel turizm gelişiminin önemli bir bileşeni olan bir uygulamadır (Xin & Chan, 2014). Sürdürülebilir turizm, turizm sektörünün mevcut ve gelecekteki ekonomik, sosyal ve çevresel etkilerini tam olarak hesaba katan, ziyaretçilerin ve bir bütün olarak turizm endüstrisinin ihtiyaçlarını karşılayan turizmin gelişim unsuru olarak tanımlanabilir. Sürdürülebilir turizm gelişiminin vurgulanan kilit unsurları arasında çevresel kaynakların birincil kullanımı, temel ekolojik süreçlerin gözetilmesi ve doğal geleneklerin ve biyolojik çeşitliliğin korunması yer almaktadır. Budeanu (2005), tur operatörlerinin destinasyonun korunmasına ve sürdürülebilir turizmin geliştirilmesine yönelik güçlü yükümlülükleri olduğunu öne sürmüştür (Budeanu, 2005). Nair ve Thomas (2013) sürdürülebilir kalkınmanın sadece turistik destinasyon yönetiminde değil, aynı zamanda bir bütün olarak turizm sisteminde de uygulanması gerektiğini öne sürerek bu kavramı genişletmiştir (Nair & Thomas, 2013). Budeanu (2005) ayrıca sürdürülebilir turizmi desteklemek için mevcut çabalarda tur operatörlerinin rolünün ihmal edilemeyeceğini vurgulamıştır. Bu nedenle, lider tur operatörlerinin hem iş hem de destinasyon sürdürülebilirliğine katılımı, şüphesiz seyahat endüstrisindeki müşteriler için hayati önem taşımaktadır.

Lider tur operatörleri, kendilerini rakiplerinden farklı kılmak ve fiyat baskısına direnmek için pazarlamaya giderek daha fazla yatırım yapmaktadır. Bu tür yatırımlar, güçlü bir marka imajı oluşturmak, tekliflerinin görünürlüğünü artırmak, müşteri sadakatini teşvik etmek ve genel olarak performanslarını artırmak için tur operatörleri tarafından yapılmaktadır (Mintz & Currim, 2013). Ayrıca, bu şirketler pazarlama harcamalarını artırarak rekabetçi konumlarını güçlendirmekte ve mevcut krizin etkileriyle başa çıkmak için daha donanımlı hale gelmektedir (del Mar Alonso-Almeida & Bremser, 2013). Bu çalışmada lider tur operatörlerinin turizmin

¹ Öğretim Görevlisi, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, cserkan.tuncay@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-5543-5904>

gelişimindeki rolünden ve dünyadaki başlıca lider tur operatörlerinin özelliklerinden bahsedilmektedir.

2. TURİZM SEKTÖRÜ VE TUR OPERATÖRLERİ

Tur operatörleri günümüzde destinasyon imajlarının oluşturulmasında çok önemli bir rol oynamaktadır. Bu küresel kapasitede, tur operatörleri önemli rol oynayarak güvenlik ve güvenlik risklerinden etkilenen bir ülkeye yönelik uluslararası turizm akışlarını önemli ölçüde etkileyebilirler. Bireysel turistlerin tatillerini nerede geçireceklerine dair kararları bile çoğu zaman tur operatörlerinin belirli bir destinasyona yönelik tutum ve uygulamalarına bağlıdır. Krizden etkilenen destinasyonların toparlanmasında dahi tur operatörleri çok büyük ölçüde önem arz etmektedir. Lider tur operatörleri, turizm sürecinin “itme” ve “çekme” faktörlerini ticari bir amaç için yorumlayıp manipüle edebildikleri için, ana üretici ülkelerden çeşitli destinasyonlara uluslararası akışların en güçlü ve etkili faktörü olarak giderek daha fazla ön plana çıkmaktadır (Cavlek, 2002).

Tur operatörleri, yalnızca ilgili hizmetlerin yerine getirilmemesi veya uygunsuz bir şekilde yerine getirilmesinden sorumlu değildir. Aynı zamanda herhangi bir şekilde kendilerinden ve hatta hizmet sağlayıcılarından kaynaklanan ihmallerle bağlantılı olabilecek fiziksel yaralanmalardan da sorumludurlar. Bu, tur operatörlerinin müşteri ile yapılan sözleşmenin tüm yönlerinden sorumlu olduğu ve bu tür yükümlülüklerden ancak mücbir sebeplerden kaynaklanması durumunda kurtulabileceği anlamına gelir. Bu nedenle yolculuk sırasında ve tatilde müşterilerinin güvenliğini sağlamak için belirli önlemler almaları doğaldır. Bu şekilde tur operatörleri, müşterilerinin karşılaşabileceği güvenlik risklerini azaltmaya çalışmaktadır. Bu duruma göre, operatörler, destinasyon güvenliğini çok daha kritik bir şekilde ele almalıdır. Örneğin, turistler çoğu zaman bir destinasyondaki hijyen veya sağlık hizmetlerinin kalitesinden haberdar değildir. Tur operatörleri, risklerden kaçınmak için, farklı risk türlerine sahip destinasyonları programlarına dahil edip etmemeye, programlarına dahil olan belirli tatil yerlerine yönelik operasyonları durdurmaya, bir destinasyondaki kapasiteleri azaltmaya veya belirli koruma önlemleri almaya karar vermelidirler (Steene, 1999).

Sigala (2008), tur operatörlerinin daha sorumlu turizm biçimlerine yönelik davranış ve tutumları değiştirmede önemli roller oynadığını savunmaktadır. Bu roller şu şekilde sıralanabilir: (a) turizm akışlarının hacmini ve yönünü etkilemek; (b) çok sayıda turizm tedarikçisinin ve paydaşının tutum ve uygulamalarını entegre etmek ve etkilemek; ve (c) destinasyonları ve yerel toplulukları şekillendirmek (Sigala, 2008).

Sürdürülebilir turizmde önemli bir unsur paydaşlardır ve turizm endüstrisindeki paydaşlardan biri de tur operatörleridir. Ayrıca, doğrudan müşterilere veya seyahat acenteleri aracılığıyla turları planlayan, pazarlayan ve organize eden şirketlerdir ve sürdürülebilir turizme katılımları, müşterilere ve taleplere cevap verebilmeleri ve seyahat seçimini etkileyecek bilgileri sağlayabilmeleri nedeniyle rolleri çok önemlidir. Tur operatörlerinin katılımı, müşterilerini destinasyon alanlarının sosyokültürel, ekonomik ve çevresel ihtiyaçlarına saygı duymaya teşvik ederek yapılabilir, ancak daha sürdürülebilir bir turizm endüstrisi yaratmaya yönelik çalışmalarını kolaylaştırmak için uygun ulusal yönergeler ve düzenlemelerle desteklenmeleri gerekir. Sürdürülebilir turizmin hayata geçirilmesi için tur operatörlerinin kendi içinde de bilinçlenmesi önemlidir. Halihazırda, küresel perspektiflerde, tur operatörlerinin sürdürülebilir turizm uygulamaları için kılavuzlar vardır, ancak pek çok tur operatörü bunu fark etmemektedir ve bu durum, bu kılavuzların bazı ülkelere tanıtılmasında başarısızlığa yol açmaktadır (Mbaiwa,2005:220).

Assaf (2012) 2007-2009 yılları için 12 Asya Pasifik ülkesinde lider tur operatörleri ve otel firmalarının verimliliklerini ölçmüş ve sonuçları karıştırmıştır. Oteller için girdiler, oda sayısı, tam zamanlı eşdeğer çalışan sayısı ve diğer işletme maliyetleridir. Tur operatörleri için girdiler otellerle aynıdır; bunlara ek olarak çıkış sayısına göre oda sayısı kullanılmıştır. Toplam gelirler hem oteller hem de tur operatörleri için çıktı olarak kullanılmıştır. Sonuçlara göre Avustralya, otel ve tur operatörü endüstrisinde en yüksek verimliliğe sahip ülkedir (Assaf, 2012). Araştırmacı, bu bulguyu etkileyen faktörlerin olağanüstü hava taşımacılığı ve turizm altyapısı ve ciddi turizm çekiciliği olduğuna inanmaktadır. Hadad ve diğerleri (2012) ise 34 gelişmiş ve 71 gelişmekte olan ülkenin turizm etkinliğini 2008 yılı verileriyle süper verimliliğe dayalı olarak iki kısımda incelemiştir. Girdiler çalışan sayısı, oda sayısı, doğal kaynaklar ve kültürel kaynaklardır. Çıktılar, turist sayısı ve turist başına harcamadır. Çalışma sonucunda gelişmiş ülkelerde Lüksemburg, Fransa, İrlanda ve Singapur'da; gelişmekte olan ülkelerde Ukrayna, Bosna, Brunei, Bahreyn, Porto Riko, Macaristan ve Hırvatistan verimli bulunmuştur (Hadad ve diğerleri, 2012). Bu çalışmaların sonuçları, küreselleşme ve erişilebilirliğin turizm endüstrisinin verimliliğinde önemli bir rol oynadığını göstermektedir.

Tur operatörü ve seyahat acentelerinin müşterilere doğrudan erişimi olması onları turizm endüstrisindeki sürdürülebilirliği teşvik etmede ana oyuncu haline getirir. Ancak tur operatörlerini bu tür gelişmelere dahil etmek için sürdürülebilir turizm ve tur operatörleri konusunda farklı çalışmaların da yapılması gerekmektedir (Khairat & Maher, 2012). Lider tur operatörleri günümüzde sürdürülebilirlikteki rollerini kabul etmişlerdir ve pazarda önemli role sahip birçok tur operatörü, bu etkileri değerlendirmek

ve performansı artırmak için çeşitli girişimlerde bulunmuştur (Budeanu, 2005).

Ayrıca çok sayıda tur operatörü daha proaktif bir tavır alarak çevre politikaları ve planları geliştirmeye başlamıştır (Khairat and Maher, 2012). Bölgesel perspektiflere bakıldığında, Avrupa seyahat acentesi sektörü, sürdürülebilirlik ilkelerini ve uygulamalarını benimsemeye ABD'den daha proaktif görünmektedir (Weaver, 2007). Turizm sektörünün sürdürülebilirliğini iyileştirme girişimi uluslararası kuruluşlar, endüstri dernekleri ve devlet organları tarafından ele alınmaktadır. Bu kuruluşlardan bazıları, tur operatörünün sürdürülebilir turizmi gerçekleştirmesi için onlara uygun davranış kuralları oluşturmaktadır. Sürdürülebilir turizme yönelik birçok girişimde bulunulmasına rağmen, tur operatörlerinin kendi eylemleri hala bu çerçevede sınırlı kalmaktadır (Van Wijk & Persoon, 2006).

Tur operatörleri piyasaya çıktığı andan itibaren, bireysel turizm biçimi, seyahatte devrim yaratan ve çok sayıda insanın uluslararası turizm akışlarına katılmasını sağlayan paket tatil turizmi ile tanınmıştır. Uluslararası hava-yolcu trafiğindeki büyük gelişme ve tur operatörlerinin turizm tüketicilerine sunduğu avantajlı paket tatiller, uluslararası turizmde hızlı bir gelişmeye neden olmuştur. Bununla birlikte, modern turizm, en belirgin özelliğinin turistlerin kitlesel katılımı olduğunu göstermiştir. Avrupalı tur operatörleri dünyadaki tüm paket turların yaklaşık %50'sini oluşturmaktadır (Cavlek, 1998). Turizm pazarındaki talebin yoğunlaşması, turizm arzının her zamankinden daha hızlı değişen ve pazarın yeni gereksinimlerine uyum sağlayan yoğunlaşmasına yol açmıştır. Tur operatörleri bu pazarın ihtiyaçlarının karşılanmasında gittikçe daha belirleyici rol oynamaya devam edecek ve lider tur operatörlerinin bu bağlamda karar alıcılar tarafından desteklenmesi önem kazanacaktır.

Seyahat dağıtım sisteminde tespit edilebilecek temel gereklilik, tur operatörlerinin turizm pazarında güçlendirilmesidir. Bu, turizm seyahati ve bununla birlikte önde gelen Avrupalı tur operatörlerinin kalkınma stratejileri üzerinde kaçınılmaz bir etkiye sahip olan dünya ekonomisindeki küresel gelişme süreçlerinin sonucudur. Seyahat şirketlerinin faaliyet gösterdiği iş ortamı giderek daha belirsiz hale gelmektedir. Çok rekabetçi bir ortama sahip olan turizm pazarında ayakta kalabilmek için, turizm organizatörleri ve dağıtıcılarının piyasaya arz ettikleri tüm ürünlerin farklı bileşenlerini sunan şirketlerle birleşmeleri veya satın almaları zorunlu hale gelmiştir. Öte yandan, tur operatörlerinin içindeki uygulama, tur operatörlerinin birçok riskle ve aynı zamanda çok düşük net kar marjlarıyla çalıştığını göstermektedir (Youell, 1994).

Turistler kaliteyi, evden ayrıldıkları andan geri döndükleri ana kadar tüm turizm deneyiminden memnuniyet duymak olarak algılarken, popüler

turizm organizasyonunun turizmde kaliteye yaklaşımı, turistlerin memnuniyetini, organizasyon tarafından sağlanan turizm ürününün bileşenleri ile sınırlar. Örneğin bir tur şişletmeciliği, uçakta bir koltuk, bir otel odası ve bir restoranda yemeklerden oluşan bir kalite paketi sunar ve yalnızca bu bileşenlerin kalitesi ve kendi hizmetlerinin kalitesi ile ilgilenir. Ancak, destinasyon tesislerinin kalitesi, altyapı, toplu taşıma, misafirperverlik davranışı gibi diğer faktörlerin de turist memnuniyetini etkilediği dikkate alınmalıdır. Bununla birlikte, çoğu durumda, bu faktörler, müşterilerin beklentileri ve memnuniyet düzeyleri ile ilgili bilgi ararken, bireysel turizm şirketleri tarafından dikkate alınmaz. Bu bağlamda, şu anda lider tur operatörlerinin, artan sayıda müşteri şikayetine yansıyan tatil paketine dahil olan turizm ürünü bileşenlerinin teslimatını kontrol edebilecek durumda bile olmadığını belirtmekte fayda var. Bu nedenle tur operatörlerinin sunduğu paketler en üst kalitede olsa bile diğer faktörler turistin genel deneyimini bozabilir. Turistik ürün, turistin genel deneyimiyle sonuçlanan destinasyon ve tüm süreç olarak görülmelidir. Kilit paydaşlar, aşağıdaki rolleri yerine getiren kuruluşlardır: politika yapıcılar, destinasyon yönetimi ve kalite kontrol; turist alt ürünleri tedarikçileri; ticari aracılar; eğitim tedarikçileri ve konuklar (Law & Lo, 2016).

Tur operatörlerinde müşteri memnuniyeti kapsamında yapılan bir araştırmanın (Schoefer ve Ennew,2004:87) sonuçlarına göre, yöneticilerin müşterilerin düşüncelerine yanıt veren şikayetleri ele alma sistemlerini şirket kapsamında tasarlamaları gerektiği ifade edilmektedir. Ayrıca tüketicilerin sürece dahil olması gerektiği ve mekanizmanın zamanında, esnek ve erişilebilir olması gerektiğinin altı çizilmektedir. Tasarıma ek olarak, şikayeti ele almanın kişilerarası yönü de şikayeti ele alma sürecinde güven, bağlılık ve memnuniyet yaratmak için önemlidir. şikayetleri ele alan kişilerin empatik ve nazik olmaları için eğitime tabi tutulması gerekir. Tüketici sorunlarıyla ilgilenmek için uyumlu olmanın ve çözüm için çaba göstermenin önemi de belirtilmektedir. Kısacası, tur operatörü yöneticileri şikayetlerin ele alınmasında insanların, süreçlerin ve sonuçların rolünü dikkate almalıdır. Seyahat ve turizm hizmetleri söz konusu olduğunda, şikayetlerin farklı bölümlerde çalışan personele, ayrıca yöneticilere veya özel olarak belirlenmiş müşteri hizmetleri departmanlarına iletilebileceği de açıktır. Bu durum, şikayetleri ele alma yetkisine kimin sahip olduğunu belirlemek için bazı stratejilerin ve sistemlerin uygulanıyor olması gerektiğini göstermektedir.

Tüm turistlerin ihtiyaçlarını belirli bir ürün veya hizmetle karşılamak için şimdiye kadar kullanılan yaklaşım, yerini kitlesel pazarı çok sayıda niş haline getiren yeni bir yaklaşıma bırakmıştır. Büyük ölçüde tek tip seyahat paketlerinin hâkim olduğu büyük heterojen pazar, turist seyahati seçimi söz konusu olduğunda, aynı veya benzer alışkanlıklara sahip tüketicilerin daha

küçük, homojen pazar segmentlerine bölünmüştür. Kitle turizminin tersine, turistlerin kendi kimliklerini doğrulamalarına, yaşam tarzlarını ve kişisel eğilimlerini tanıtımlarına olanak sağlayan tematik turizm faaliyetlerinde artan bir eğilim vardır. Tematik turizmin çeşitli biçimleri vardır ve turist talebi genellikle birbiriyle ilişkili çok sayıda teşvikten oluştuğu için bunları tam olarak sınıflandırmak neredeyse imkânsızdır. Bu amaçla, belirli bir zamanda belirli bir anda belirli gözlem, araştırma veya analiz için önemli olan çeşitli özellikler sınıflandırma için bir temel olarak kullanılır. Turizm pazarındaki ana oyuncuların yeniden örgütlenmesini gerektirecek bir küreselleşme ve yerelleşme paradoksu vardır. Bu amaçla, bireysel seyahat eğilimi kaçınılmaz olarak tur operatörlerinin pazarını pazar seçimi ve ürün farklılaştırması açısından yeniden yapılandırma ihtiyacına yol açmaktadır (Đurašević, 2014).

Lider tur operatörleri, seyahat acenteleri ve tur operatörlerinin personeli için promosyonlar, reklamlar ve eğitim gezileri yoluyla turizm talebini canlandırarak genellikle turizm sezonunun genişlemesini sağlamaktadır. Bu arada, tur operatörleri herhangi bir destinasyona bağlılık göstermezler, sadece ürünlerini hangi pazar segmentlerine odaklayacaklarına ve kendi şirket hedeflerine ulaşmak için pazarlama karmasını nasıl dengeleyeceklerine karar verirler. Giderek artan destinasyon seçenekleri, tur operatörlerine satacakları daha geniş bir ürün seçeneği sunar ve bu şekilde de tur operatörleri herhangi bir destinasyona daha az bağımlı olmaktadır. Lider tur operatörleri, temel olmayan bir ürün satarak dinamik ve fiyat rekabetçi bir pazarda faaliyet göstermekte ve destinasyonların değil potansiyel müşterilerinin ihtiyaçlarını karşılamaya çalışmaktadır. Bu şekilde pazardaki diğer tur operatörlerine de rehberlik ettikleri söylenebilir (Gartner & Lime, 2000).

Seyahat acentaları, tur operatörü ürününün satıcısı rolünü üstlendiğinden, acentaların pazardaki itibarı ve istikrarı büyük ölçüde bu ürünün kalitesine bağlıdır. Tur operatörü nedeniyle seyahatin kesilmesi durumunda, müşteri kendisine bu turu satan acenteyi hatırlayarak onu sorumlu tutacak ve çoğu zaman bir daha bu acenteyi tercih etmeyecektir. Bu nedenle tur operatörünün seçimi gerçekten ciddi bir yaklaşım gerektiren bir iştir. Bu sorunun çözümüne, önde gelen tur operatörlerinin hizmetlerinin sunulduğu ve anlatıldığı özel sergilere yapılan ziyaretler katkıda bulunabilir (Gartner & Lime, 2000).

Yenilik, pazarda lider konumda olmak için turistik ürünler programının geliştirilmesi ve uygulanmasında gerekli bir unsurdur. İnovasyon süreçleri endüstriler arasında veya daha doğrusu bu çalışmanın amaçları doğrultusunda organizasyonlar ve bölgeler arasında farklılık göstermektedir. Buna göre turizm sektöründe inovasyonun özellikleri diğer sektörlerdekilere farklıdır. Ayrıca, organizasyonlar ve destinasyonlar arasında inovasyon performansı da farklılık göstermektedir. Kuruluş-

lar, inovasyon performansının iki ana biçimine güvenirler: bilgi üretimi ve bilgi edinme. Bu nedenle, yenilikçi faaliyetleri geliştirmek için kuruluşlar, iç inovasyon üretimine yatırım yapmanın yanı sıra çevre ile bağlantılar oluşturmalıdır. Her iki faktörün de ilgili ve karşılıklı olarak destekleyici olmasına rağmen, daha fazla dış yenilik elde eden ve daha fazla dahili yenilik kapasitesine sahip olan kuruluşları belirlemek mümkündür. Buna göre, organizasyonlarda yenilikçi performansın analizinde her iki belirleyicinin de dikkate alınması gerekmektedir. Tur operatörünün temel amacı, rekabet koşullarında ayakta kalabilmek, ilgi çekmek ve maksimum sayıda tüketiciyi kendine çekmektir. Bir tur şirketinin turistik ürünü, yenilikçi yönleri kullanılarak pazarda istikrarlı olabilir ve lider konuma gelebilir (Yekimova, 2016) .

Kuşkusuz turizm endüstrisi ve kültür birbiriyle ilişkilidir. Karşı tarafın kültürünü anlamak, müşterinin seyahati seçmedeki motivasyonunun doğal bir parçasıdır. Lider tur operatörleri, turistleri memnun etmek ve beklentilerini karşılamak için paket planlarken kültürel bilgiye sahip olmanın gerekli olduğunu belirtmişlerdir. Bu nedenle, tur operatörü: 1. Müşterilerin hizmet ve uygun paketler oluşturmak için ihtiyaç ve beklentilerini anlamalıdır. Örneğin, tur operatörü hizmetleri müşterilerin “kültürel segmentlerine” göre bölebilir. 2. Farklı kültürlerin en önemli özelliklerini bilmelidir: değerler, tutumlar, dil ve gelenekler gibi mükemmel hizmet kalitesi sağlamak ve müşteri sadakatini elde etmek için gerekli bilgiler bu kültürün bir parçasıdır. Aslında hizmet kalitesi genellikle öznel olarak algılanır ve doğrudan müşterinin beklentisi ile ilgilidir. Bu nedenle turizm hizmetlerinde en kaliteli hizmeti verebilmek için turistlerin beklentilerinin farklı boyutlarını dikkate alan bir çerçeve oluşturulmalıdır. Kültürlerarası yetkinliğin geliştirilmesi maliyetten ziyade bir yatırımdır ve lider tur operatörleri bu konunun hassasiyetini anlamış durumda oldukları için pazarda fark yaratmaktadır. Operatörler, eylemlerinin etkisini ve yatırım getirisini sağlamak için gerekli zamanı bu konuya ayırmalıdır. Eğitim ve bireysel koçluk kullanarak konuyu derinlemesine ele almak önemlidir. Bu tür eğitimleri devam eden ve dinamik bir süreç olarak düşünmek esastır. Ayrıca şirketler, farklı kültürlerle ilgilerini arttıran basit faaliyetlerle çalışanlarının motivasyonunu teşvik etmelidir. Çeşitlilik bağlamında tur operatörleri, çalışanların kaynaşmasına, paylaşmasına ve ilişkiler kurmasına olanak sağlayacak sosyal faaliyetler geliştirmeye çalışmalıdır (Sinno,2017:331).

3. SONUÇ

Tur operatörleri, turizm ürünlerini geliştirerek ve turistlere sunarak seyahat ve turizm endüstrisinde lider bir rol oynamaktadır (Budeanu, 2005). Geçtiğimiz yıllarda, birçok tur operatörü, sürdürülebilir turizm gelişimine katkıda bulunan operasyonlara operasyonel stratejiler dahil etti. Tur ope-

ratörleri, turistler için uygun paket seçenekleri sunma ve bu bileşenleri bir turda birleştirme sorumluluğu ile etiketlenmiştir. Bununla birlikte, turizm sürdürülebilirliği sektöründe büyük bir sorun teşkil etmiş ve günümüzde yaşanan küçük ilerlemelere de katkıda bulunmuştur (Holloway & Humphreys, 2019).

Tur operatörlerinin amacı, paketlerin kapsadığı destinasyonlardan ziyade kendilerine müşteri bağlılığı yaratmaktır. Ancak destinasyonlar ürünlerini birçok distribütöre satabilmekte ve bu nedenle herhangi bir tur operatörüne bağlı kalmak zorunda kalmamaktadır. Tersine, tur operatörleri, pazar ihtiyaçlarını anlamak ve onları destinasyonlara yönlendirmek anlamında bir talep katalizörü görevi görür. Tur operatörleri tüm turizm endüstrisinin performansını izledikleri ve çoğu durumda seyahatlerinden sonra müşteri memnuniyetini değerlendirdikleri için kalite standartlarını iyileştirme sürecini de etkilerler. Şimdiye kadar, değişen zevklere ve yeni pazar segmentlerine uyarlanabilen ve destinasyon imajının geliştirilmesinde aktif yerel topluluk ve hükümet desteği ve yerel tedarikçilerin işbirliği, bu etkileri destinasyonlar için olumlu fırsatlara dönüştürebilmektedir (Jenkins, 1992).

Tur operatörleri, destinasyonlarda en iyi uygulamaların sağlanmasında ön planda olmalıdır. Tur operatörlerinin sürdürülebilir turizmi sağlamak için oynadığı rol yetersizdir ve lider tur operatörlerinin rollerinin sektörde daha etkin hale getirilmesi ile sürdürülebilir turizmin gelişimi arasındaki bağlantı dikkate alınmalıdır (Khairat & Maher, 2012).

KAYNAKÇA

- Assaf, A. G. (2012). Benchmarking the Asia Pacific tourism industry: A Bayesian combination of DEA and stochastic frontier. *Tourism Management*, 33(5), 1122-1127.
- Budeanu, A. (2005). Impacts and responsibilities for sustainable tourism: a tour operator's perspective. *Journal of cleaner production*, 13(2), 89-97.
- Cavlek, N. (2002). Tour operators and destination safety. *Annals of tourism research*, 29(2), 478-496.
- del Mar Alonso-Almeida, M., & Bremser, K. (2013). Strategic responses of the Spanish hospitality sector to the financial crisis. *International Journal of Hospitality Management*, 32, 141-148.
- Đurašević, S. (2014). Thematic tourism as an important segment in the business of modern tour operators. *Turističko poslovanje*(13), 109-117.
- Gartner, W. C., & Lime, D. W. (2000). *Trends in outdoor recreation, leisure, and tourism*. Cabi.
- Hadad, S., Hadad, Y., Malul, M., & Rosenboim, M. (2012). The economic efficiency of the tourism industry: a global comparison. *Tourism economics*, 18(5), 931-940.
- Holloway, J. C., & Humphreys, C. (2019). *The business of tourism*. Sage.
- Jenkins, C. L. (1992). *Tourism in Third World development: fact or fiction?* University of Strathclyde.
- Khairat, G., & Maher, A. (2012). Integrating sustainability into tour operator business: An innovative approach in sustainable tourism. *tourismos*, 7(1), 213-233.
- Law, F.-Y., & Lo, M.-C. (2016). RURAL TOURISM Destination Competitiveness Of Kubah National Park In Sarawak: Tourists'perspective. *Asian Academy of Management Journal*, 21.
- Mbaiwa, J. E. (2005). The problems and prospects of sustainable tourism development in the Okavango Delta, Botswana. *Journal of sustainable Tourism*, 13(3), 203-227.
- Nair, P. K., & Thomas, T. K. (2013). Sustainable tourism in Malaysia. Policies and practices. *Mondes du Tourisme*(8), 60-69.
- Schoefer, K., & Ennew, C. (2004). Customer evaluations of tour operators' responses to their complaints. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 17(1), 83-92.
- Sigala, M. (2008). A supply chain management approach for investigating the role of tour operators on sustainable tourism: the case of TUI. *Journal of cleaner production*, 16(15), 1589-1599.

- Sinno, N. (2017). Cultural Business Intelligence in Management. In *Leadership, Innovation and Entrepreneurship as Driving Forces of the Global Economy* (pp. 327-334). Springer.
- Steene, A. (1999). Risk management within tourism and travel. *Turizam*, 47(1), 13-18.
- Van Wijk, J., & Persoon, W. (2006). A long-haul destination:: Sustainability reporting among tour operators. *European management journal*, 24(6), 381-395.
- Weaver, D. (2007). *Sustainable tourism*. Routledge.
- Xin, T. K., & Chan, J. K. L. (2014). Tour operator perspectives on responsible tourism indicators of Kinabalu National Park, Sabah. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 144, 25-34.
- Yekimova, A. (2016). Risks In Travel Business: First Steps Of A Tour Agency.
- Youell, R. (1994). *Leisure and tourism: advanced GNVQ*. Pitman.

İKLİM KRİZİNİN TÜRKİYE GASTRONOMİSİNE ETKİLERİ VE ALINABİLECEK ÖNLEMLER

Betül YÜKSEL¹

Doç.Dr. Öğretim Üyesi Oya ÖZKANLI²

1. GİRİŞ

İklim krizi, Türkiye'nin gastronomisini çeşitli şekillerde etkilemektedir. Artan sıcaklıklar, değişen yağış düzenleri ve aşırı hava olayları, tarımsal üretimi ve gıda güvenliğini tehdit etmektedir. Bu durum, Türkiye'nin geleneksel mutfağının temelini oluşturan birçok yerel ürünün verimliliğini ve kalitesini olumsuz yönde etkilemektedir. Örneğin, kuraklık ve su kıtlığı, tarımsal sulama sistemlerini zorlamakta ve ürün çeşitliliğini azaltmaktadır. Ayrıca, aşırı hava koşulları, mahsullerin hasat zamanlarını ve miktarlarını değiştirerek ekonomik kayıplara yol açmaktadır. Gıda kaynaklı patojenlerin ve parazitlerin dirençliliği ile coğrafi dağılımı da iklim değişikliği nedeniyle değişim göstermektedir. Sıcaklıkların artması, gıda kaynaklı enfeksiyonların artmasına neden olurken, sel ve taşkınlar gibi ekstrem hava olaylarının meydana gelmesi su kaynaklı hastalıkların yayılmasına sebebiyet vermektedir.

Bu olumsuz etkileri hafifletmek ve Türkiye' nin gastronomisini korumak için çeşitli önlemler alınabilir. Sürdürülebilir tarım uygulamalarının yaygınlaştırılması ve su kaynaklarının etkili bir şekilde yönetilmesi, öncelikli olarak ele alınması gereken kritik adımlar arasında yer almaktadır. Ayrıca, yerel tohum çeşitliliğinin korunması ve iklime dayanıklı tarım tekniklerinin geliştirilmesi gerekmektedir. Eğitim ve farkındalık artırma çalışmaları ile çiftçilerin ve gıda üreticilerinin iklim değişikliğine uyum sağlamalarına yardımcı olunmalıdır. Son olarak, gıda güvenliğini artırmak amacıyla gıda işleme ve depolama tekniklerinin iyileştirilmesi ve altyapının güçlendirilmesi önemlidir.

Bu çalışma, iklim krizinin Türkiye gastronomisi üzerindeki etkilerini analiz etmekte ve bu etkilerin azaltılmasına yönelik çözüm önerileri sunmaktadır. Bunun yanı sıra, sürdürülebilir gastronomi kapsamında iklim dostu restoranlar ve işletmelerin uygulamaları da değerlendirilmektedir.

1 Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, betulyks139@gmail.com, ORCID: 0009-0001-5781-5062

2 Gaziantep Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, ozbayram27@hotmail.com, ORCID: 0000-0002-0960-2425

2. İKLİM KRİZİ

Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi, iklim değişikliğini, doğal iklim dalgalanmalarına ek olarak, insan faaliyetlerinin küresel atmosferin bileşiminde doğrudan ya da dolaylı olarak sebep olduğu değişiklikler şeklinde tanımlamaktadır (Demirbaş ve Aydın, 2020). Doğanın tehlikede olduğu gerçeği aslında daha önce de mevcuttu, ancak bu gerçek 20. yüzyılın ikinci yarısında tam anlamıyla fark edilmiş ve kamuoyu tarafından önemsenmeye başlanmıştır (Çetin vd., 2024). Tüm canlıları ve ekosistemi etkileyen günümüzün en önemli sorunlarından biri küresel ısınma veya iklim değişikliği olarak adlandırdığımız bir olgudur (Atar ve Durmaz, 2022). Önceleri yalnızca küçük çevreci grupların üzerinde durduğu bu mesele, bilimsel kanıtlarla güçlü bir şekilde desteklendikçe, devletlerden başlayarak toplumun en küçük birimine ve hatta bireylere kadar yayılmış ve artık görmezden gelinemez bir duruma gelmiştir (Bilek, 2023).

Sanayi Devrimi sonrasında sosyo-ekonomik yapıda meydana gelen dönüşümler, üretim süreçlerinde fosil yakıtların yaygın olarak kullanılmasıyla birlikte, iklim krizinin oluşumunda önemli bir etken olmuştur (Yıldırımçakar ve Saydan, 2022). İklim değişikliğini “iklim krizi”ne dönüştüren temel etken, insanmerkezci yaklaşımla gerçekleştirilen faaliyetlerin çevre ve doğa üzerinde yarattığı olumsuz dışsallıklardır (Hazar Kalonya, 2022). Atmosferde sera gazlarının birikmesi, küresel düzeyde yıllık ortalama yüzey sıcaklıklarının Sanayi Devrimi öncesi döneme kıyasla yaklaşık 1°C yükselmesine neden olmuştur. Bu durum, “Küresel Isınma” kavramının kullanılmasının temel gerekçesini oluşturmaktadır. Ancak, ısınmanın etkisi dünya genelinde homojen bir dağılım göstermez; bu artış, aslında atmosferde tutulan enerji miktarındaki artıştan kaynaklanır (Akyüz, 2019).

Dünyanın giderek daha sıcak bir hale gelmesiyle birlikte, iklim koşullarındaki değişimler, aşırı hava olaylarının hem sıklığını hem de sayısını artırmaktadır. Artan sıcaklıkların neden olduğu sorunlar arasında, daha önce deneyimlenmemiş şiddette dolu yağışları, sıra dışı fırtınalar, uzayan kuraklık dönemleri ve mevsim normlarına aykırı soğuk hava dalgaları yer almaktadır (Gürbüz, 2020). İklim krizi, yalnızca hava koşullarındaki aşırılıklarla sınırlı bir olgu değildir. Bunun yanında yükselen deniz seviyeleri, hasarlı ekosistemler ve çevresel değişikliklerin hepsi, küresel boyutta büyük bir kargaşaya sebep olma potansiyeliyle insanları ve yaşamlarını olumsuz yönde etkilemektedir (Gürçam, 2023).

Çevre kirliliğinin temel nedenleri arasında nüfus artışı, kentleşme ve sanayileşme yer almaktadır. Artan nüfus, beraberinde kentleşme ve barınma ihtiyacını getirmekte, bu durum tarımsal üretimin artırılmasını zorunlu kılmaktadır. Ancak, kentleşme süreci, birçok tarım arazisinin ve

doğal alanın imara açılmasına yol açarak verimli toprakların azalmasına sebep olmaktadır (Bilek, 2023).

İklim sistemi, Dünya'nın oluşumundan günümüze kadar uzanan yaklaşık 4,5 milyar yıllık bir evrim göstermektedir. Ancak, 19. yüzyılın ortalarında insan faaliyetlerinin etkisiyle iklim değışikliği konusunda yeni bir dönemin başlangıcı yaşanmıştır. Bu antropojenik kaynaklardan dolayı sera gazı emisyonlarında son zamanlarda büyük bir artış görölmektedir (Kanberoğlu ve Aksoy, 2022).

3. İKLİM KRİZİ VE GASTRONOMİ ARASINDAKİ İLİŞKİ

Çevrenin korunması ve sürdürülebilir gıda üretimi açısından toprak temel bir unsurdur. Ancak, sürdürülebilirlik ilkelerine uygun olmayan arazi yönetimi ile çevresel, ekonomik ve sosyal faktörlerin etkisiyle ortaya çıkan toprak bozulması ve kirliliğı, uluslararası düzeyde hem çevre kalitesini hem de gıda güvenliğini tehdit eden bir sorun haline gelmiştir (Pehlivan, 2023).

İklim değışikliğinin yarattığı olumsuz etkiler, su döngüsünü bozarak çeşitli bölgelerde farklı sorunlara yol açmaktadır. Bu etkiler, bazı bölgelerde aşırı yağışların, diğer bölgelerde ise kuraklık koşullarının oluşmasına neden olmaktadır (Tuğaç, 2022). Gıda güvenliğini tehdit eden bir başka önemli mesele ise iklim değışikliğinden kaynaklanan kuraklık, su kıtlığı ve buna bağılı olarak değışmek zorunda kalacak ürün desenidir (Hazar Kalonya, 2022). Gıda arzının daha sürdürülebilir olması adına iklim değışikliği konusu üzerinde düşünölmesi ve araştırılması elzemdir (Taşın, 2023). İklim değışikliği, tarım ürünlerinin besin değeri ve verimliliğini olumsuz yönde etkilemektedir. İnsan etkisiyle kaynaklanan nedenlerle, 1950'den bu yana ekilebilir tarım alanlarının %35'i artık kullanılamaz hale gelmiştir. Küresel çapta, çölleşme riski dünyanın karasal alanlarının %25'ini tehdit etmektedir (Demirbaş ve Aydın, 2020). Yoğun ormansızlaşma, bir ülkenin yağış rejiminde önemli değışimlere yol açabilir. Bu nedenle, çevresel etkilerin minimize edilmesi amacıyla işbirliği temelli stratejiler ve ortak çalışmalar hayata geçirilmelidir (Uzun, 2023).

Gıda güvenliği, insan yaşamının devamlılığı için gerekli olan besinlerin temin edilmesi ve çevre sağığının korunması açısından kritik bir öneme sahiptir. Arz ve talep dengesinin kurulabilmesi, üretici ve tüketici fiyatlarındaki dalgalanmalar, tarım politikaları, iklim krizinin olası olumsuz etkileri, çevre ve sağıkla ilgili artan kaygılar, üretim koşullarının değışmesi gibi birçok faktörle birlikte dünya genelinde gıda güvenliği öncelikli bir konu haline gelmektedir (Çelik ve Aytekin, 2023). Gıdanın güvenli üretimi, gıda zinciri boyunca etkili bir kontrol mekanizması ile sağlanmalıdır. Gıda zinciri, oldukça geniş kapsamlı bir süreci ifade etmektedir. Zirai

ilaçlar, gübreleme, hayvancılıkta kullanılan ilaçlar ve bunların dozajları, aşılar, salgın hastalıklar, ahır, ağıl, çiftlik, havuz gibi ortamların temizliği, kullanılan yemler, toprak ve su kirliliği gibi çevresel kirleticilerden kaynaklanan kalıntılar ve tüm bu süreç içindeki verimlilik gibi birden fazla faktör gıda zinciri dikkate alınmalıdır (Karabekmez, 2023).

İklim değişikliği, gıda güvencesinin varlığı, erişim, kullanım ve istikrar gibi temel unsurlarını olumsuz yönde etkilemektedir (Turgut, 2022). Topraktaki ve biyolojik çeşitlilikteki meydana gelen bozulmalar sonucu azalan tarım arazileri, daha sık yaşanan şiddetli doğal felaketler ve iklim değişikliklerinin tarım üzerindeki olumsuz etkisi işin içinden çıkılamaz bir hale gelmiştir (Doğan ve Vatandost, 2023). Günümüzde insan nüfusunun sürekli artmasıyla birlikte, çevresel kirlilik ve iklim sorunları nedeniyle besin üretim verimliliği düşüş göstermektedir. Bu sebeple, alternatif besin kaynakları üzerinde araştırmalar yapılmaktadır. Örneğin genetik düzenleme ile üretilen besinler ve canlıların genetik yapılarının değiştirilmesi, uzun yıllardır araştırılan bir konudur (Muslu, 2021).

4. COĞRAFİ ÇEŞİTLİLİK VE TARIMIN ÖNEMİ

Buğday, arpa, mısır ve pirinç gibi tahıl ürünleri, dünya genelinde birçok bölge için stratejik bir önem taşımaktadır. Tahıl arzı ise büyük ölçüde üretim kapasitesine ve mevcut stok seviyelerine bağlıdır (Gürlük ve Turan, 2008). Türkiye, küresel ısınmanın sonuçlarından en fazla etki alacak yerlerden biridir. Ülkemizde yaz ve kış mevsiminde sıcaklıkların artacağı, yağışların az olacağı, denizlerdeki su seviyelerinin yükseleceği ve tarım alanında ki üretimimizin azalacağı yönünde ciddi kaygılar bulunmaktadır (Varol ve Ayaz, 2012). 2020 yılının sonlarından itibaren, dünya genelinde meydana gelen aşırı hava olayları, tarımsal mahsul ve hayvan kayıplarına yol açmıştır. (Uzun, 2023). Artan sıcaklıklar, gıda kaynaklı patojenlere bağlı enfeksiyonların yaygınlaşmasına sebep olmuştur. (Şenöz ve Çelik Çakıroğulları, 2021).

Gıda güvenliği konusundaki eksiklikler nedeniyle ortaya çıkan hastalıklar (örneğin, deli dana, salmonella) ve endüstriyel üretimin getirdiği standartlaşmaya duyulan güvensizlik, bireyleri doğal, organik ve yöresel ürünlere yönlendirmiştir. Bu durum, iyi tarım uygulamalarıyla üretilen ürünlere olan ilgiyi artırmış ve bu tür ürünlere yönelik talepte önemli bir artışa yol açmıştır. Yöresel ürünler, bölgeye özgü koşullarla etkileşim içinde olan üreticilerin, kendilerine ait teknikler, beceriler, yöntemler ve bilgilerle üretmeleri sebebiyle insanların bu ürünleri tercih etmeleri üzerinde etkili olmaktadır. Ayrıca yöresel ürünler o bölgede yaşayan insanların gelenekleri, görenekleri ve kültürlerinin harmanlanmasıyla oluştuğundan dolayı oldukça değerli ürünlerdir. Coğrafi işaretleme, yöresel ürünlerin üretimini

ve tüketimini yaygınlaştırmanın yanı sıra, bu ürünlerin üretiminde kullanılan tekniklerin ve kaynakların korunmasını sağlamayı amaçlamaktadır. Bu uygulama, söz konusu ürünlerin doğru ve eksiksiz bir şekilde gelecek nesillere aktarılmasını hedeflemektedir (Sefa, 2023).

5. İKLİM DEğİşİKLİğİNİN TÜRKİYE GASTRONOMİSİNE ETKİLERİ

Türkiye'nin karmaşık iklim yapısı, onu küresel ısınma ve iklim değişikliği gibi faktörlere en açık ülkelerden biri haline getirmektedir. Üç tarafının denizlerle çevrili olması, parçalı topografyası ve orografik özellikleri, Türkiye'nin farklı bölgelerinin bu değişimlerden farklı düzeylerde ve şekillerde etkilenmesine yol açmaktadır (Bilek, 2023). Türkiye'nin genel olarak kurak ve yarı kurak bir iklime sahip olması, yapılan iklim öngörülerini doğrultusunda, ülkenin kuraklık ve çölleşme risklerini artırmaktadır. Kuraklık, tarım ürünlerinin verimini düşürerek, gıdaların besin değerini olumsuz etkileyip çiftçilerin gelecekteki ekonomik sürdürülebilirliğini ciddi şekilde tehdit etmektedir (Demirbaş ve Aydın, 2020). Türkiye, geğmişte tarımsal açıdan kendine yeterli bir ülke olarak tanımlanırken, son yıllarda tarım ürünleri ithal eden bir ülke konumuna gelmiştir (Çetin ve Yücesoy, 2020).

İklim değişiminin; mısır, arpa, buğday, şeker pancarı gibi tarımsal olan ürünlerin rekolte ve verimlilik bazında muhakkak etkileri olacaktır. Mısır ve arpa için 2020'li yılların başında; buğday verimindeki artış ise 2030'lu yılların başından başlayarak duraksayacağı 2050 yılına gelindiğinde ise mısır üretiminde %10 civarı; şeker pancarı üretiminde %5'e varan kayıpların olacağı, buna istinaden tarımsal üretimdeki düşüşlerin sonucunda tarım sektöründeki küresel fiyat artışının diğer sektörlerle nazaran daha fazla olacağı, sıcaklıkların artışına paralel olarak buna gereken uyum ve azaltım politikalarına önem verilmezse eğer gıda fiyat artışı %250'yi bulacağı ön görölüyor (Kara ve Yereli, 2022).

6. TARIM ÜRÜNLERİNDEKİ DEğİşİMLER VE MEVSİMSSEL DENGESİZLİKLER

Dünya nüfusunun artışı ve değişen tüketici talepleriyle birlikte, teknolojik gelişmelerin etkisiyle doğal kaynaklar hızla tükenmeye başlamıştır. Gıda kayıpları, hasat döneminden başlayarak; nakliye ve depolama, hammaddenin işlenmesi, dağıtım ve tüketim aşamalarında meydana gelmektedir (Akış vd., 2022). Tarım, son derece karmaşık ve dinamik bir yapıya sahip bir sistemdir. Bu sistemin bileşenlerinden biri meteorolojik faktörler olmakla birlikte, toprak, bitkiler ve tarımsal faaliyetler gibi diğer unsurlar

da tarımsal üretimi etkileyen iklim dışındaki önemli etmenlerdir (Şaylan, 2021).

Küresel ölçekte, yağış düzenlerinde yaşanan değişiklikler ve buzulların erimesinin hızlanması, hidrolik sistemlerdeki dönüşümlere yol açmış ve su kaynaklarının miktar ve kalitesini olumsuz etkilemiştir. IPCC raporuna göre, 2050’lerde sıcaklıkların 3°C artması durumunda, gıda ürünlerinde verim kaybının %25 ile %50 arasında olacağı öngörülmektedir (Demirbaş ve Aydın, 2020). Küreselleşmenin etkisiyle ortaya çıkan endüstriyel tarım, ürün yelpazesinin genişlemesine neden olmuştur. Üretim kalıpları değişmiş ve daha değerli ürünlerin üretimine geçilmiştir. Aslında bu durum, tüketimdeki alışkanlıkların değişmesine de sebebiyet vermiştir. Örneğin, tahıl ağırlıklı tüketim ve üretim talebi, et, süt, meyve ve sebze odaklı üretim ve tüketime dönüşmüştür. Modern yaşam tarzının hızına ve kalite beklentisine paralel olarak işlenmiş gıdalar ve hazır yemeklerin tüketim oranı önemli derecede artış göstermektedir (Gürlük ve Turan, 2008).

Yıllardır yetişen mahsuller birçok bölgede hayatta kalmak için mücadele etmekte olup bu mücadele gıda güvenliğini daha da kırılganlaştırıyor (Taşın, 2023). Temiz su kaynaklarının ve yeşil alanların eksikliği, “yeşil yoksulluk” olarak tanımlanabilir. Bu tür yoksulluk, yeşil alanların ve doğal çevrelerin korunması, endüstriyel atıkların doğaya salınımının engellenmesi ve temiz su kaynaklarının muhafaza edilmesiyle doğrudan ilişkilidir (Turgut, 2022).

7. İKLİM KRİZİNE KARŞI ALINABİLECEK ÖNLEMLER

İklim değişikliğinin etkilerine uyum sağlamak ve afet risklerini minimize etmek için çevresel etki, hassasiyet ve risk analizlerinin gerçekleştirilmesi, iklim dirençliliğini artırmaya yönelik çözümlerin geliştirilmesinde öncelikli bir adımı oluşturmaktadır (Tuğaç, 2022).

- Enerji, su ve tüm doğal kaynakların kullanımı konusunda köklü değişiklikler yapılmalıdır. Fosil yakıtlar kullanmak yerine yenilenebilir enerji kaynakları kullanımı desteklenmeli ayrıca su ve enerji dağıtımında kayıpları önleyecek şekilde altyapı değişiklikleri yapılmalıdır. Orman yangınlarını önleme adına tedbirler arttırılmalı ve ağaçlandırmaya daha çok önem verilmeli. Tarım politikaları iklime göre yeniden revize edilmeli ve var olan koşullara uygun ürün desenleri seçilmelidir. Su tüketiminin yönetiminde daha sürdürülebilir ve buna entegre bir yönetim uygulaması geliştirilmelidir (Varol ve Ayaz, 2012).
- Tarımsal üretimde su verimliliğini artırmak öncelikli bir hedef olmalıdır. Açık kanallar aracılığıyla su taşınması ve salma sulama

yöntemlerinden kaçınılmalı; bunun yerine, su tasarrufunu maksimize eden kapalı sulama ve drenaj sistemleri kurulmalıdır. Ayrıca, yer altı su kaynaklarının kullanımı sıkı bir şekilde kontrol edilmeli ve düzenli olarak denetlenmelidir. Su tüketimi yüksek olan ürünlerin detaylı analizleri yapılmalı, topraktaki nemin korunması için yüzeysel sürüm tercih edilmeli ve toprak hafifçe kabartılarak suyun muhafazası sağlanmalıdır. Ayrıca toprağın nem kaybını önlemek için rüzgar perdeleri oluşturulmalıdır. Eğimli arazilerde teraslar yapılmalı böylece erozyonun, toprak ve su kaybının önüne geçilmelidir. Ağaçlarda su sarfiyatını azaltmak ve gelişmeyi hızlandırmak için her yıl budama yapılmaz. Yüksek verimliliğe sahip ve kuraklık koşullarına daha dirençli tohumların geliştirilmesi teşvik edilmelidir (Varol ve Ayaz, 2012).

- Doğal olan çözümler arasında son zamanlardaki popüler yaklaşımlardan birisi de yeşil altyapılardır. Sürdürülebilirlik ve dirençlilik açısından büyük önem taşıyan yeşil altyapılar, ormanlar, sulak alanlar, sazlıklar, bataklıklar ve kıyı alanları gibi doğal unsurların yanı sıra; kentlerdeki parklar, kentsel tarım alanları, kent ormanları, geri kalan diğer açık ve yeşil alanlar, sokakların ağaçlandırılması, yeşil duvar ve yeşil çatı ile ilgili uygulamalar, cep parkları ve spor için alanlar gibi kente dair unsurları da içermektedir (Tuğaç, 2022).
- Bir diğer önlem, yeşil tedarik zinciri sisteminin oluşturulmasıdır. Bu sistem, tedarik zincirlerinin çevreye duyarlı olması, doğal kaynakların verimli kullanılması ve atıkların azaltılması gerekliliği ile ön plana çıkmaktadır. Yeşil tedarik zinciri sistemi, yeşil satın alma ile başlayarak, yeşil üretim, dağıtım ve paketleme süreçlerini kapsayan bir yaklaşımı benimsemektedir. Bunun yanı sıra, döngüsel ekonomi prensipleri doğrultusunda kullanılmış ürünlerin geri dönüştürülmesi ve yeniden kullanımı gibi çevre dostu uygulamaları da içermektedir (Tuğaç, 2022).

8. SÜRDÜRÜLEBİLİR TARIM UYGULAMALARI

Tarım sektöründen kaynaklanan sera gazı emisyonlarını ve tarım sektörünün iklim değişikliğinden kaynaklanan olumsuz etkilerini azaltmak için çeşitli öneriler geliştirilmiştir (Hazar Kalonya, 2022).

8.1. Kooperatiflerin Kurulması

Tarımsal kooperatifler, üyelerin ortak hedefler doğrultusunda birlikte çalışmasını temel almaktadır. Tarım kooperatifleri, üreticile-

rin tarımsal üretim için gerekli girdilerin ve ihtiyaçların uygun fiyat ve zamanda temin edilmesinde etkin bir rol oynamaktadır. Tarımsal üretim, doğal koşullara bağımlı olduğundan dolayı ürün fiyatları ve kaliteleri yıllar içinde dalgalanmalar göstermektedir. Tarımsal kooperatifler, çiftçilere üretim araçlarını düşük maliyetlerle temin etmenin yanı sıra kredi ve teknik destek gibi olanaklar sağlayarak, çiftçi gelirlerindeki dalgalanmaları dengelemeye katkıda bulunmaktadır (Uzun, 2023).



Şekil 1. Türkiye Tarım Kredi Kooperatifleri logosu (Wikipedia, 2024).

8.2. Dikey Tarım Uygulaması

Dikey tarım, tarımsal faaliyetlerin kırsal alanlardan kentsel alanlara taşınmasını hedeflemektedir. Bu yöntem, bitkisel ürünlerin, genellikle toprak ya da doğal ışık gereksinimi olmadan, dikey şekilde bölümlenmiş kontrollü ortamlarda yetiştirilmesi şeklinde tanımlanabilir. Hem açık hem de kapalı alanlarda uygulanabilen dikey tarım, şehir merkezlerinde kullanılmayan depo ve sanayi alanları gibi mekânların içinde veya üzerinde kolaylıkla hayata geçirilebilecek bir sistem sunmaktadır. Dikey tarımla üretilen ürünlerin su ve toprak açısından ekonomik olması geleneksel yöntemlere nazaran daha avantajlıdır. Üretimin şehir merkezlerinde olması yerel üretime, pazara yakınlığa ve mevsimsel pazarlara olanak sağlar. Ayrıca dikey tarım ürünlerinde böcek ilacı kullanılmaz (Akmanoğlu, 2022).



şekil 2. Dikey tarım teknolojisi örneği (ARGE7, 2020)

8.3. Organik Tarım Uygulaması

Tarımda kullanılan doğal kaynakların sürdürülebilirliği için doğal kaynakların kullanımlarının planlanması, planlama içinse bu konuyla alakalı bilgilerin sürekli yenilenmesi ve izleme sisteminin oluşturulması önemlidir. Toprağın korunması ve tarımsal verimliliğin artırılması amacıyla çiftçilerin eğitilmesi ve tarımsal üretimde çevre dostu yöntemlerin benimsenmesi gerekmektedir. Bu bağlamda, çevreye duyarlı tekniklerin kullanılması, bu yöntemlerin teşvik edilmesi ve daha da geliştirilmesi büyük bir önem taşımaktadır (Akmanoğlu, 2022).



şekil 3. Organik tarım örneği (Cemka, 2024)

8.4. Hücresel Tarım Uygulaması

Gündemde olan önemli, küresel gıda sıkıntısına alternatif olabilecek; sürdürülebilir çevre, toplum sağlığı ve hayvan refahı için önem arz eden yeni bir teknolojidir. Bu kavram, et ve diğer tarımsal ürünlerin çiftlik ortamı dışında, hayvanın doğal yaşam koşullarının taklit edilmesiyle üretilmesini ifade etmektedir. Süreç, hayvandan alınan hücrelerin biyoreaktör olarak adlandırılan cihazlarda kültürlenmesi yoluyla ürün elde edilmesi şeklinde tanımlanabilir. Hücresel tarımın amaçlarından biri de tarımla uğraşan insanların daha az toprakta daha fazla ürün üretmelerini sağlamaktır. Sürdürülebilirlik açısından çok büyük bir öneme sahip olan hücresel tarımın teknolojisi devrim niteliğindedir (Akmanoğlu, 2022).



Şekil 4. Hücresel tarımın görselleştirilmesi (Esular, 2024)

9. İKLİM DOSTU RESTORAN VE İŞLETMELERİN UYGULAMALARI

Sürdürülebilir Restoran Derneği tarafından yapılan bir araştırmaya göre, İngiltere’deki restoranların gelirlerinin yaklaşık % 2-3’ünü oluşturan yiyecek atıklarının maliyeti vurgulanmaktadır. Bu araştırma, önlenebilir gıda kayıplarının, hem tüketicilerin hem de çiftçilerin gelirleri üzerinde doğrudan ve olumsuz etkiler yarattığını öne sürmektedir. Yiyecek ve içecek sektöründe faaliyet gösteren kuruluşlar, atık yönetimi, enerji kullanımı verimliliği, suyun kirletilmesi, hava kirliliği ve gıda güvenliği gibi bir dizi toplumsal ve çevresel etkiden etkilenmektedirler. Restoranların misyonlarına uygun olarak, bazı sertifikalar verilmektedir; bunlar arasında “Yeşil Restoranlar Birliği”, “Sürdürülebilir Gıda Hizmetleri” ve “Yeşil Ne-

sil Restoranlar” gibi belgeler bulunmaktadır (şahanlık, 2023). Türkiye’de sürdürülebilirlik ve gıda atıklarının azaltılması alanında yürütölen çalışmalar arasında; restoran ve konaklama sektörüne yönelik Turuncu Bayrak projesi, Yeşil Nesil Restoran girişimi, Sıfır Atık projeleri, Ekmek İsrafını Önleme Kampanyası ve Afiyet Olsun İsraf Olmasın projeleri dikkat çekmektedir (Akış vd., 2022).

Bilinçli tüketicilerin artması evre adına ve buna istinaden daha sürdürülebilir bir durum için politik bağlamda değer artışı ve daha güçlü rekabet ortamı oluşmasından kaynaklı işletmelerde daha çevreci bir tutum oluşmaya başlamıştır. Yeşil alışmalar ile maliyet yönetimi, çevreci politika ve pazar da yerini alabilme adına faaliyetlerde bulunan gıda sektöründe ise bu durum doğrudan etkili olacağını tahmin eden işletmeler için de çok önemlidir. Ancak Türkiye’de birkaç işletme dışında “yeşil nesil restoran hareketi” uygulamasını yapan yer yoktur. Bu bağlamda dışarda yemek yeme faaliyetlerinin ölkemizde de daha yaygın bir şekilde ilerleyebilmesi için tüketiciler için restoran tercihlerindeki farklılıklar göz önünde bulundurulmalıdır (Akmanoğlu, 2022).

Sürdürülebilir gıda, doğal kaynakları aşırı tüketmeden verimli üretim yapmayı ve tarım ile ekosistemin devamlılığını sağlamayı amaçlar. Sürdürülebilir gıda ve içecek işletmeleri, kurulum aşamasından itibaren kaynak kullanımının verimliliğine büyük önem verir, yerel üretim ve tüketimi teşvik eder, atık oluşumunu en aza indirmeyi amaçlar ve çevresindeki paydaşları da benzer sürdürülebilir yaklaşımları benimsemeye yönlendirir. Bu tür uygulamalar, işletmenin çevresel ve sosyal performansını iyileştirirken, aynı zamanda hem kısa hem de uzun vadede maliyetlerin düşürölmesine katkı sağlar (Ertaş, 2022).

10. SONUÇ VE ÖNERİLER

İklim kriziyle mücadele için derhal harekete geçmenin önemi göz önünde bulundurulduğunda, hızlı ve kalıcı etkiler yaratan projelerin önemi tartışılmazdır. Gıda atıkları ve israfının azaltılmasına yönelik sürdürülebilir kalkınma hedeflerine ulaşılana kadar, projelerin sürdürülebilirliğini sağlayacak kalıcı davranış değişikliklerinin temel gerekçeleri belirlenmeli ve yeni projeler bu temeller üzerine şekillendirilmelidir (Akış vd., 2022).

Tarım politikalarının iklim değişikliğine uyum sağlayacak şekilde şekillendirilmesi, tarımsal ürün desenleri ve su kaynakları durumuna uygun hale getirilmesi, farklı bölgelerdeki ihtiyaçlara göre özömler sunarak endüstriyel tarım ve küçük ölçekli tarım işletmeleri için özel uyum stratejilerinin geliştirilmesini gerektirmektedir. Tarım alanında koordineli bir yaklaşım benimsenmeli ve hava, su ve toprak gibi faktörlere ait veriler bir arada değerlendirilerek buna uygun politikalar geliştirilmelidir. Ayrıca,

idari sınırlar yerine doğal sınırlar dikkate alınarak daha etkin politikalar oluşturulması önemlidir. Tarım sektörünün iklim, hava koşulları ve doğal kaynaklarla olan etkileşimi bağımlı olma durumundan dolayı doğal afet riski bulunmakta olup bu riski yönetmek tarım sektörü için zorunlu bir gerekliliktir (Kara ve Yereli, 2022).

İklim değişikliğinin tüm bu riskleri göz önünde bulundurularak, kalkınma için verimli arazilerin korunması ve fosil yakıtlar yerine yenilenebilir enerji teknolojilerinin teşvik edilmesi gerekmektedir. Kuraklığa dayanıklı bitki türlerinin yetiştirilmesi ve tarımda damlama sulama sistemlerinin yaygınlaştırılması, gelecekte olası kaynak savaşlarının; su ve gıda maddeleri ülkemizi hassas bir konuma düşmesini engelleyebilecek önemli adımları oluşturacaktır (Demirbaş ve Aydın, 2020). Her ülke, iklim değişikliğine karşı kendi stratejilerini geliştirerek, olası risklere yönelik eylem planları oluşturmalıdır (Gürlük ve Turan, 2008).

Ayrıca kooperatiflerin de kurulması iklim krizi bağlamında hava anomalileri gibi kuraklık ve mahsul bozulmalarına neden olan unsurlar uluslararası topluluk tarafından doğrudan kontrol edilemese de öngörülebilir ve önlem alınabilir veya alternatif yatırımlar yapılarak telafi edilebilir. Uluslararası kurumlar önemli bir rol oynamaktadır çünkü devletlerin uyguladığı ve dolayısıyla davranışları şekillendiren kuralları, normları ve uygulamaları belirlemektedirler. Bu kurumlar resmi veya gayri resmi olabilir, ancak belirsizliği azaltmak, gıda krizlerini engellemek ve gıda güvenliğini sağlamak için kritik bir rol oynamaktadırlar (Uzun, 2023).

KAYNAKÇA

- Akmanoğlu, E. (2022). Gastronomi alanında aktif rol alan bireylerin hücresel tarım hakkındaki bilgi düzeylerinin değerlendirilmesi (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Karabük Üniversitesi, Karabük.
- Akyüz, A. A. (2019). Yaşamsal bilinmezlik: İklim krizi ve gıda. *Toplum ve Hekim*, 34(5).
- Akyüz, E. (2022). İklim krizi ve enerji. In E. Atar & İ. Y. Durmaz (Eds.), *İklim değişikliği ve hidrojen enerjisi* (pp. 137-162). Çanakkale: Paradigma Akademi Basın Yayın Dağıtım.
- ARGE7. (2020). Dikine tarım teknolojisi ve sürdürülebilir tarım çözümleri [Görsel]. Alındığı yer: <https://www.arge7.com/detay.php?id=2124>
- Bilek, E. İ. (2023). Türkiye perspektifinden iklim krizi ve gıda güvenliği (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Trakya Üniversitesi, Edirne.
- Cemka. (2024). *Organik tarım belgesi* [Görsel]. Alındığı yer: <https://www.cemka.com.tr/organik-tarim-belgesi>
- Çelik, A. (2022). İklim krizi ve sosyal politika. In A. Ş. Turgut (Ed.), *İklim değişikliği ve yoksulluk* (pp. 157-172). Bursa: EKİN Basım Yayın Dağıtım.
- Çelik, H., & Aytekin, İ. (2023). Küreselleşme ve iktisadi büyümenin gıda güvenliği üzerindeki etkisi: MIST ülkeleri için ampirik bir analiz. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 57, 189-199.
- Çetin, M. Ş., Parlak, B., & Şenol, S. (2024). İklim krizi ve göçe ilişkin kavramsal değerlendirme. *Kent Akademisi Dergisi*, 17(1), 217-230. <https://doi.org/10.35674/kent.1352343>
- Demirbaş, M., & Aydın, D. (2020). 21. yüzyılın en büyük tehdidi: Küresel iklim değişikliği. *Ecological Life Sciences (NWSAELS)*, 15(4), 163-179. <https://doi.org/10.12739/NWSA.2020.15.4.5A0143>
- Doğan, M., & Vatandost, E. G. (2023). Gıda çalışmalarında yeni yaklaşım: Gıda egemenliği. *OCAK: Türk Mutfak Kültürü Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 1-12.
- Ertaş, A. (2022). Sürdürülebilir gastronomi kapsamında yeşil yıldızlı otellerin atık gıda uygulamaları: İstanbul örneği (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Akdeniz Üniversitesi, Antalya.
- Esular. (2024). *Hücresel tarım nedir?* [Görsel]. Alındığı yer: <https://esular.com/hucresel-tarim-nedir>
- Gürbüz, Ö. (2020). İklim krizi ve Türkiye. In O. Türkyılmaz & O. Aytaç (Eds.), *Türkiye'nin enerji görünümü* (pp. 19-28). Ankara: TMMOB Makine Mühendisleri Odası.
- Gürçam, S. (2023). İklim krizi ve egemenlik çerçevesinde iklim mağdurları. *Journal of International Relations and Political Science Studies*, 7, 19-36.
- Gürlük, S., & Turan, Ö. (2008). Dünya gıda krizi: Nedenleri ve etkileri. *U. Ü. Ziraat Fakültesi Dergisi*, 22(1), 63-74.

- Kanberoğlu, Z., & Aksoy, K. (2022). İklim değişikliği ve yeni yeşil düzen. Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Uluslararası Avrasya İklim Değişikliği Kongresi (pp. 79-87).
- Karabekmez, M. E. (2023). Gıda hakkı bağlamında gıda güvenliği. Politika Notu: 2023/48. İstanbul: İLKE İlim Kültür Eğitim Vakfı. <http://dx.doi.org/10.26414/pn048>
- Mert, Y. L. (2023). Sosyal, beşeri ve idari bilimler temel alanında akademik çalışmalar - 1, gıdadan toprağa gastronomi. In T. Pehlivan (Ed.), Gıda ve tarım (pp. 195-212). İstanbul: Artikel Akademi.
- Muslu, M. (2021). Küresel iklim krizi ve beslenme sorunları karşısında geleceğin alternatif besinleri. Climate Health, 1(2), 74-81.
- Sefa, Ş. (2023). Gastronomi ve mutfak sanatları bölümü öğrencilerinin coğrafi işaretli ürün farkındalığı ve algısının belirlenmesi (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Necmettin Erbakan Üniversitesi, Konya.
- Şahanlık, K. (2023). Sebze atıklarının sürdürülebilir gastronomi kapsamında kurutma tekniği ile değerlendirilmesi (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Gelişim Üniversitesi, İstanbul.
- Şaylan, L. (2021). İklim krizi: İklim değişimi ve tarım etkileşimi. 3. Uluslararası Tarım ve Gıda Etiği Kongresi (pp. 122-126).
- Şenöz, B., & Çelik Çakıroğulları, G. (2021). İklim değişikliğinin gıda güvenliğine etkileri. 3. Uluslararası Tarım ve Gıda Etiği Kongresi (pp. 127-137).
- Taşın, Ş. N. (2023). Türkiye Diyetisyenler Derneği'ne kayıtlı diyetisyenlerin iklim krizinin beslenmeye olan etkileri konusundaki farkındalık durumlarının ve iklim krizini önleme konusundaki yaklaşımlarının saptanması (Yayımlanmamış doktora tezi). Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- Uzun, H. (2023). Küresel gıda krizi ve uluslararası gıda güvenliği çerçevesinde tarımsal kooperatifleşmenin önemi. 25. Milletlerarası Türk Kooperatifçilik Kongresi.
- Wikipedia. (2024). *Türkiye Tarım Kredi Kooperatifleri* [Görsel]. Creative Commons BY-SA 4.0 lisansı altında. Alındığı yer: https://tr.wikipedia.org/wiki/T%C3%BCrkiye_Tar%C4%B1m_Kredi_Kooperatifleri

KÜTAHYA'DA SAĞLIK SEKTÖRÜNDE ÇALIŞANLARA GÖRE SAĞLIK TURİZMİNİN DURUMU

Uğur SAYLAN¹

1. GİRİŞ

Dünyada meydana gelen hızlı ekonomik, siyasal ve teknolojik değişimlerle birlikte, turizm tüketim alışkanlıklarında önemli dönüşümler yaşanmaktadır. Daha önceki yıllarda sadece tatil ve seyahat amaçlı olarak görülen turizm, son yıllarda alternatif turizm türleri ile gelişmiştir. Önemli bir alternatif turizm olan sağlık turizmi, tüm dünyada ilerlemiş ve alternatif bir turizm türü olarak ön plana çıkmıştır.

Genellikle bireylerin uluslararası alanda kaliteli tıbbi tedaviler aradığı olgu olarak adlandırılan sağlık turizmi son on yılda önemli bir büyüme yaşadığı söylenmektedir. Bu turizm türü, gezginlerin kendi ülkelerindekilere kıyasla daha kısa bekleme süreleriyle daha düşük maliyetli tıbbi prosedürleri keşfetmelerine olanak tanır. Ayrıca, gelişmiş teknolojilere ve modern ekipmanlara erişim ve bazı özel tedavilerin yerel sağlık sistemlerinde mevcut olmaması, sağlık turizmini uygun fiyatlı, kaliteli tıbbi bakım arayan kişiler için çekici bir seçenek haline getirir. Sağlık turizmini çok yönlü bir deneyim haline getiren ana bileşenlerden biri, sağlık hizmetini tatilin zevkiyle birleştirmesidir. Tıbbi hizmet almak için yurtdışına seyahat eden hastalar, genellikle tedavi öncesi ve sonrasında seyahat, eğlence ve iyileşme amaçlarıyla ziyaret ettikleri ülkede kalırlar (Gkevreki vd., 2024: 1). Turist profili ve tüketim alışkanlıklarındaki değişimlerin yarattığı yeni eğilimlere yanıt verebilmek ve küresel turizm hareketlerinden daha fazla pay alabilmek amacıyla, turizmin çeşitlendirilmesi politikaları kaçınılmaz hale gelmiştir. Sağlık turizmi, bireylerin sağlıklarını koruma ve mevcut sağlık sorunlarını giderme amacıyla ortaya çıkan bir olgudur. Özellikle uluslararası turizm hareketlerinin hızlanması, sağlık altyapısının ve ulaşım olanaklarının iyileşmesiyle sağlık turizminde önemli ilerlemeler kaydedilmiştir. Meksika, Kosta Rika, Tayland ve Hindistan gibi çeşitli ülkeler, sağlık turizmi alanında ön plana çıkmaktadır. Türkiye de son on yılda sağlık turizmi alanında gelişim göstererek, yeterli sayıda sağlık kuruluşu, uzman

1 Doç. Dr., Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Tavşanlı Uygulamalı Bilimler Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü, ugur.saylan@dpu.edu.tr, ORCID: 0000-0001-5761-2399.

personel, turizm sektörü tecrübesi ve uygun maliyetli sağlık hizmetleri ile yeni fırsatlar yaratma noktasına gelmiştir (Aktepe, 2013: 171).

Bu çalışmanın temel amacı; Türkiye’de yeni gelişmekte olan sağlık turizmi konusunda Kütahya’daki durumun irdelenmesi ve bölge için alternatif gelir kaynağı sağlayabilecek bir turizm türü olarak sağlık turizminin gelişme olanaklarının araştırılmasıdır. Konu, sağlık sektöründe çalışan kişilerin sağlık turizmine bakış açıları ile değerlendirilmiştir.

2. SAĞLIK TURİZMİ

Doğal ve egzotik güzellikler, kültürel cazibe merkezleri, yaylalar, ekoturizm ile kırsal ve yöresel turizm türlerinin yanı sıra, günümüzde sağlık turizmi de önemli bir odak haline gelmiştir. Ülkemiz, yaz ve kıyı turizminden elde ettiği gelirlerin yanı sıra, yeterli ilgi gösterildiğinde sağlık turizmi gibi diğer potansiyel turizm alanlarından da büyük faydalar sağlayabilir. Sağlık turizmi, kaplıcalar, şifalı çamurlar, içme suları ve medikal tedaviler gibi yıl boyunca turist çekecek faaliyetleri içermektedir (Aydın, 2012: 93). Sağlık turizmi, bireylerin sağlık hizmetlerinden faydalanmak amacıyla bir yerden başka bir yere seyahat etmelerini ifade eden, hızla büyüyen bir sektördür (Connell, 2006: 1093). Boz’a (2004: 132) göre, sağlık turizmi, sağlığı koruma ve iyileştirme amacıyla genelde 21 gün için bireylerin, doğal kaynaklarla iç içe olan turizm işletmelerinde kür uygulamaları yaparak, konaklama, yiyecek içecek ve eğlence ihtiyaçlarını karşılamaları sonucunda meydana gelen faaliyetlerdir. Konusu açısından diğer turizm türlerinden farklılık gösteren sağlık turizminin; teknik altyapı ve uzman iş gücü gerektirmesi, hizmeti sunan sağlık işletmesinin uluslararası standartlara uygun hizmet vermesi, çalışanların ortak yabancı dil bilgisine sahip olma zorunluluğu, hasta ve refakatçiler için diğer alternatif turizm türleriyle entegrasyon kurulması ve hizmet verecek hedef pazara yönelik farklı dillerde tanıtım, pazarlama faaliyetleri gerekliliği gibi özellikleri bulunmaktadır (Aslanova, 2013: 131).

Sağlık turizmini diğer turizm çeşitlerinden farklı kılan bu özelliklerin yanı sıra sağlık turistlerini diğer turistlerden farklı kılan özellikler de mevcuttur. Örneğin talep açısından sağlık turizmi incelendiğinde çok değişik turist tipleri ile karşılaşılır. Sektöre olan talebi genel talep sınıflaması açısından ele alan araştırmacı Erik Cohen (2006), sağlık turizmi pazarı için turist tiplerini yalnızca turist, tatilde tedavi edilen turist, tatil ve tedavi amaçlı turistler, tatil yapan hastalar ve yalnızca hastalar şeklinde sınıflandırmıştır. Yalnızca hastalar, medikal turizm için bir bölgeye yalnızca tedavi veya operasyon amacıyla giden kişilerdir. Tatil gibi bir amaçları yoktur (İçöz, 2009: 2260-2261).

Tüm bu farklılıkların yanı sıra hastaların tedavi nedeniyle seyahat etmeleri için birçok farklı neden bulunmaktadır. Bunlardan bazıları şunlardır (Barca vd., 2012: 13);

- Üst düzey teknolojiye sahip, bilim alanında kendini ispat etmiş ülkelerde tedavi olma isteği,
- Kendi ülkelerinde tıbbi hizmetlerin daha maliyetli olması ve bu sebeple aynı kalitede hizmet veren başka ülkelerin tercih edilmesi,
- Hastanın kendi ülkesinde hastalığıyla ilgili verilen sağlık hizmetinden daha kalitelisini başka bir ülkede bulması,
- Sahip olduğu sağlık sigortasının kapsamı ve
- Tedavi için verilen bekleme süresinin başka ülkelerde daha kısa olması gibi sebepler insanları sağlık amaçlı seyahatlere yöneltmektedir.

Sağlık turizmi termal ve medikal turizmle genellikle karıştırılabilmektedir. Bu kavramlar sağlık turizminin birer alt dalı şeklinde sınıflandırılmaktadır. Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığı'nın yasal düzenlemelerle belirlemiş olduğu sağlık turizmi kategorileri medikal turizm (tıp turizmi), yaşlı (geriatrik) ve engelli turizmi ile termal turizmdir (Spa&Wellness) (Aydın ve Şeker, 2011: 6).

Sağlık turizminin önemi nedeniyle 12. Kalkınma Planında (2024-2028), sağlık turizmine yönelik hedefler belirlenmiştir. Ayrıca kalkınma planında, sağlık turizmi ile ilgili on bin kişiye düşen yatak sayısında, Sağlık Bakanlığı hastanelerine ait nitelikli yatak oranında, yüz bin kişiye düşen hekim, hemşire ve ebe sayılarında Türkiye'de gelişmeler kaydedildiği ifade edilmektedir. (T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, On İkinci Kalkınma Planı (2024-2028): 39). Türkiye'nin 2053 yılı hedefleri doğrultusunda önemli bir turizm türü olarak gördüğü sağlık turizminde ülke "Health Türkiye" markası adı altında küresel ölçekte tanınan bir marka haline getirilmesi planlanmaktadır. Bu doğrultuda uluslararası sağlık turizmi pazarında tanıtım ve pazarlamaya önem verilerek, sağlık turizminden yararlanacak kişilerin uzaktan takibini mümkün kılacak altyapı olanakları oluşturulacaktır (T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, On İkinci Kalkınma Planı (2024-2028):167-168).

Bu hedefler doğrultusunda Türkiye sağlık turizm pazarındaki payını her geçen yıl arttırarak, 2022 yılında sağlık hizmeti ihracatından 1,9 milyar dolar elde etmiştir. 2023 yılında da bu rakam 2,3 milyar dolara yükselmiş ve Türkiye'ye gelen sağlık turisti sayısı da 1,4 milyon kişi olmuştur (<https://ticaret.gov.tr/haberler/saglik-turizminde-kuresel-merkez-turkiye>, Erişim Tarihi: 12.12.2024).

3. KÜTAHYA'DA SAĞLIK TURİZMİ

Kütahya, 2023 Vizyonu kapsamında Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından ilan edilen 15 marka kentten biridir. 7000 yıllık tarihi geçmişe sahip olan Kütahya, kuruluş ve kurtuluşun simgesi olarak, tarihi zenginlikleriyle adeta bir açık hava müzesi ve kültür kentidir. Yüzölçümünün %58'i ormanlarla kaplı olan şehir, yeraltı ve yerüstü suları, pınarlarıyla ünlü olup, yaylalarıyla da doğal cazibe merkezi olarak öne çıkmaktadır. Bor, kömür, seramik hammadde, gümüş, manyezit, yarı kıymetli süs taşları gibi geniş bir maden zenginliğe sahip olan Kütahya, adeta bir madencilik cennetidir (Türkmen, 2011). Coğrafi konumu yönünden ulaşımaya elverişli olan Kütahya karayolu ve demiryolu ulaşım olanakları açısından önemli bir bağlantı noktasıdır. İstanbul, Ankara, İzmir, Bursa gibi büyük illere olan mesafesi ve önemli merkezlerin geçiş güzergahında olması ile ulaşım açısından avantajlı bir konumdadır. Kütahya toprakları Frigler, Romalılar, Selçuklular ve Osmanlılardan kalma eserleriyle çeşitli medeniyetlere ev sahipliği yapmıştır. Ayrıca, kurtuluş ve kuruluşun şehri olarak Dumlupınar ve Zafer-tepe'de yer alan şehitlikler ile anıtlar, Kütahya'nın önemli tarihi ve kültürel odaklarıdır (Termal Turizm Master Planı, <http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr>, Erişim Tarihi: 15.05.2014).

Kütahya, sağlık turizmi açısından önemli bir potansiyele sahiptir. Türkiye'de 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu uyarınca ilan edilen 73 adet Termal Turizm Merkezinden 6'sına sahiptir. Bu Termal Turizm Merkezleri; Ilıca, Gediz Muratdağı, Gediz Ilıcasu, Simav-Eynal, Çitgöl, Naşa, Tavşanlı Göbel ve Emet Günlüce-Dereli Termal Turizm Merkezleridir. Ayrıca ilde Emet Yeşil, Kaynarca ve Yeniceköy Kaplıcaları, Hisarcık Esire ve Hamamköy Kaplıcaları ve Yoncalı Kaplıcaları gibi çeşitli kaplıcalar mevcuttur. Kütahya, her ilçesinde veya yakın çevresinde farklı sıcaklıklara ve özelliklere sahip termal kaynaklara sahip bir ildir. Ege Bölgesi'nin graben sisteminde oluşan kırıklar üzerinde yer alan Kütahya, ülkemizin jeotermal kaynak bakımından en zengin illerinden birisidir. Kütahya'daki termal kaynaklar yüksek termal değerlere sahip olup, sağlık turizmi açısından büyük bir öneme sahiptir. Bu sular, romatizma, felç hastalıkları, kadın hastalıkları, sinirsel rahatsızlıklar gibi birçok hastalığın tedavisinde etkili olarak yerli ve yabancı turistlere şifa sunmaktadır. Kaplıcaların tedavi edici özellikleri, tıbbi laboratuvar testleriyle de doğrulanmıştır (<https://kutahya.ktb.gov.tr/TR-69403/termal-turizm.html>, Erişim Tarihi: 12.12.2024).

Sağlık turizmi türlerinden termal turizmi geliştirmek amacıyla hazırlanan Termal Turizm Master Planı 2007-2023'e göre dört bölgede termal turizm master planları hazırlanmıştır. Kütahya'da termal turizm potansiye-li açısından Eskişehir, Uşak, Ankara ve Afyonkarahisar ile birlikte Frigya Termal Turizm Bölgesi'nde yer almaktadır. Kütahya'nın sağlık turizmi açısından daha iyi bir konuma gelebilmesi için; Kütahya Ilıca Harlek Ter-

mal Turizm Merkezi'ne ulaşımı sağlayan Kütahya-Eskişehir yol kavşağından itibaren 4 kmlik yolun iyileştirilmesi çalışmalarının tamamlanması gerekmektedir. Kütahya Tavşanlı Göbel Termal Turizm Merkezi'ne ulaşımını sağlayan Tavşanlı-Kütahya karayolu duble yol çalışmalarının tamamlanması ve Turizm Merkezi içerisinde kalan yolların iyileştirilme çalışmalarının yapılması önem arz etmektedir. Kütahya Simav Eynal, Çitgöl ve Naşa Termal Turizm Merkezlerine giden Simav- Balıkesir, Simav-Demirci Manisa ve Simav-Uşak yolları; Gediz, Simav ve Uşak yol ayrımında bulunan Kütahya Gediz Ilıcası Termal Turizm Merkezi'nin Simav yolu; Kütahya Hisarcık Esire, Emet Günlüce-Dereli ile Emet Yeşil ve Kaynarca Termal Turizm Merkezlerine ulaşımı sağlayan Kütahya Tavşanlı Emet karayolu ve Kütahya Çavdarhisar-Emet karayollarının iyileştirme çalışmalarının yapılması gerekmektedir (Termal Turizm Master Planı, <http://www.ktbya-tirimisletmeler.gov.tr>, Erişim Tarihi: 15.05.2014). Ayrıca Altıntaş ilçesinde yapılan Frigya Bölgesine hizmet edecek olan uluslararası nitelikteki Zafer Havaalanı'nın daha aktif kullanımı ile Kütahya daha fazla sağlık turistini çekebilecektir.

4. ARAŞTIRMA

Araştırmanın bu bölümünde araştırmanın amacı, kapsamı ve yöntemi ile araştırmanın bulguları ve yorumlarına yer verilmiştir.

4.1. Araştırmanın Amacı, Kapsamı ve Yöntemi

Araştırma; Kütahya bölgesinin, sağlık turizmi potansiyeli göz önünde bulundurularak bölgenin kalkınmasında sağlık turizminin etkisi ve bu etkinin artırılmasına ilişkin görüşlerin belirlenmesi, bölgede yer alan sağlık çalışanlarının sağlık turizmine ilişkin algılarının ölçülmesi amacıyla yapılmıştır.

Araştırmanın evreni Kütahya'da faaliyet gösteren hastanelerdeki sağlık çalışanlarıdır. Çalışmanın tüm Kütahya'daki sağlık çalışanlarını kapsamı hem zaman hem de maliyet açısından mümkün olmadığından çalışma 150 adet anket ile sınırlandırılmıştır. Ancak çeşitli nedenlerden dolayı (sağlık sektöründe çalışanların iş yoğunluğu nedeniyle yeterli zamana sahip olamaması vb.) 116 adet kullanılabilir ankete ulaşılmıştır.

Sağlık çalışanlarına yönelik oluşturulan anket formunda Kütahya'nın sağlık turizm potansiyelini belirlemeye yönelik 5'li Likert ölçeği şeklinde hazırlanan 27 adet ifade bulunmaktadır.

Sağlık çalışanlarına yönelik sorulan ifadeler; Kiremit (2008), Akdu (2009), Özkan Demirer (2010), Çetinkaya (2010) ve Erdur (2013) çalışma-

larından esinlenerek hazırlanmıştır. Veriler SPSS 26.0 for Windows istatistik programı yardımıyla analiz edilmiştir.

4.2. Araştırmanın Bulguları ve Yorumları

Araştırmada güvenilirliği belirlemek için Cronbach Alpha (α) testi yapılmıştır. Kütahya'nın sağlık turizm potansiyelini belirlemeye yönelik sorulan ifadelerin Cronbach Alpha (α) değeri 0,873 olarak hesaplanmıştır. Bu değer sonucuna göre, araştırmanın ölçeğinin güvenilir bir veri toplama aracı olduğu görülmektedir.

Araştırmaya katılan sağlık çalışanlarının sayısı 116'dır. Tablo 1'de sağlık çalışanlarına göre Kütahya'nın sağlık turizmi potansiyeli yer almaktadır.

Tablo 1. Sağlık Çalışanlarına Göre Kütahya'nın Sağlık Turizmi Potansiyeli

Değişkenler	Hiç Katılmıyorum		Kısmen Katılmıyorum		Kararsızım		Kısmen Katılıyorum		Tamamen Katılıyorum		Aritmetik Ortalama	Standart Sapma
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
Sağlık turizmi nedeniyle kullanılan kaplıcalar mevcuttur.	**	**	2	1,7	6	5,2	22	19,0	86	74,1	4,65	0,66074
Kaplıca suları şifa verici özelliklere sahiptir.	**	**	4	3,4	1	0,9	26	22,4	85	73,3	4,65	0,67378
Sağlık turizminde kullanılabilecek yeterli termal kaynağa sahiptir.	**	**	7	6,0	9	7,8	32	27,6	68	58,6	4,38	0,87249
Ulaşım sorunu sağlık turizmini olumsuz etkilemektedir.	3	2,6	7	6,0	11	9,5	24	20,7	71	61,2	4,31	1,04340
Kütahya sağlık turizmi açısından uygun bir şehirdir.	1	0,9	10	8,6	22	19,0	20	17,2	63	54,3	4,15	1,06814
Yurt içinde çevre illerde yaşayanlar sağlık turizmine hedef pazar için iyi adaylardır.	7	6,0	6	5,2	25	21,6	20	17,2	58	50,0	4,00	1,21584
Avrupa'da yaşayan Türk işçiler sağlık turizmine hedef pazar için iyi adaylardır.	4	3,4	12	10,4	23	19,8	26	22,4	51	44,0	3,93	1,17009

Yeni hastane yatırımları Kütahya'nın sağlık turizmi potansiyelini olumlu etkilemektedir.	1	0,9	9	7,8	31	26,7	33	28,4	42	36,2	3,91	1,00925
Kütahya'da sunulan sağlık hizmetleri (tedaviler) çok az bilinmektedir.	3	2,6	16	13,8	19	16,4	45	38,8	33	28,4	3,76	1,09034
Yurt dışında yaşayan yabancılar sağlık turizmine hedef pazar için iyi adaylardır.	4	3,4	14	12,1	26	22,4	34	29,3	38	32,8	3,75	1,13919
Kaplıcalar termal tedavilere uygun konseptte inşa edilmiştir.	13	11,2	7	6,0	23	19,8	46	39,7	27	23,3	3,57	1,23112
Kütahya'da sağlık masrafları diğer şehirlere göre daha ucuzdur.	8	6,9	17	14,7	29	25,0	33	28,4	29	25,0	3,50	1,21226
Sağlık turizmi için devletten destek görmektedir.	15	12,9	9	7,8	41	35,4	15	12,9	36	31,0	3,41	1,34532
Sağlık tesislerinde önemli tanı ve tedaviler yapılabilmektedir.	9	7,8	22	19,0	26	22,4	39	33,6	20	17,2	3,33	1,19378
Kaplıca tesislerinin konaklama ve ağırlama hizmet standartları yeterlidir.	7	6,0	29	25,0	32	27,6	38	32,8	10	8,6	3,12	1,07566
Hastanelerde yeterli eğitimli (Hasta bakımı ve ağırlama) yardımcı sağlık çalışanı bulunmaktadır.	21	18,1	20	17,2	19	16,4	37	31,9	19	16,4	3,11	1,36905
Diğer alternatif turizm çeşitleri açısından zengindir.	15	12,9	24	20,7	31	26,7	29	25,0	17	14,7	3,07	1,25213
Dünya kalite standartlarında doktorlar bulunmaktadır.	19	16,4	31	26,7	31	26,7	21	18,1	14	12,1	2,82	1,25300
Yaşlı bakım hizmetleri, kaplıca ve medikal hizmetlerin tanıtımı yeterli düzeydedir.	27	23,3	31	26,7	11	9,5	30	25,8	17	14,7	2,81	1,42401

Kütahya sağlık merkezleri yoğun talebi karşılayacak yeterli kapasiteye sahiptir.	25	21,6	37	31,8	10	8,6	22	19,0	22	19,0	2,81	1,45422
K o n a k l a m a işletmeleri ve Sağlık İşletmeleri hasta bakımı (yaşlı ve engelliler) için ortak çalışmalar yapmaktadır.	8	6,9	43	37,1	36	31,0	22	19,0	7	6,0	2,80	1,02338
Dünya kalite standartlarında h a s t a n e l e r bulunmaktadır.	32	27,6	24	20,7	15	12,9	36	31,0	9	7,8	2,70	1,36425
K ü t a h y a ' y a gelecek turistler için yiyecek, alışveriş ve eğlence imkanları mevcuttur.	26	22,4	46	39,7	6	5,1	14	12,1	24	20,7	2,68	1,47096
Sağlık işletmeleri tıbbi turizm açısından hizmet verebilecek k a p a s i t e y e sahiptir.	31	26,7	27	23,3	13	11,2	39	33,6	6	5,2	2,67	1,32387
Z i n c i r niteliğindeki Uluslararası sağlık işletmeleriyle anlaşmalı sağlık işletmeleri mevcuttur.	25	21,6	32	27,5	25	21,6	30	25,9	4	3,4	2,62	1,18436
Sağlık tesislerinde tanı ve tedavi bekleme süreleri Avrupa ve ABD'ye göre daha kısadır.	33	28,4	37	31,9	33	28,4	10	8,7	3	2,6	2,25	1,04570
S a ğ l ı k işletmelerinde yeteri kadar yabancı dil bilen sağlık çalışanı mevcuttur.	58	50,0	28	24,1	10	8,7	13	11,2	7	6,00	1,99	1,26144

**** Cevap verilmemiştir.**

Sağlık çalışanlarına göre; Kütahya'nın kaplıca suları, şifa verici özelliklere sahiptir. Kütahya sağlık turizminde kullanabilecek yeterli termal kaynağa sahiptir. Sağlık turizmi açısından uygun bir şehirdir. Ancak şehrin ulaşım sorunu sağlık turizmini olumsuz etkilemektedir. İldeki sağlık tesislerinde de yeteri kadar yabancı dil bilen sağlık çalışanı mevcut değildir. Yurt içinde çevre illerde yaşayanlar Kütahya'nın sağlık turizmine hedef pazar konumundadır.

5. SONUÇ

Sağlık turizmi faaliyetlerinin iyi bir şekilde yürütülmesi sürecinde sağlık sektöründe çalışanlar, yaptıkları uygulamalarla doğrudan etkiye sahip olduklarından kritik bir rol üstlenir. Araştırma ile Kütahya’da sağlık sektöründe çalışanların sağlık turizmine ilişkin algıları ölçülmüş ve Kütahya’da sağlık turizminin potansiyeli incelenmiştir. Verilerin elde edilmesi için anket tekniği kullanılarak Kütahya’da sağlık sektöründe çalışanlar üzerinde bir araştırma yapılmıştır. Araştırma sonucunda Kütahya’nın sağlık turizmi açısından ciddi bir potansiyele sahip olduğu tespit edilmiştir.

Araştırmanın literatür taramasında sağlık turizminin bir yörenin kalkınması için önemli olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Özellikle Kütahya gibi şıfalı suların bulunduğu sağlık turizm potansiyeline sahip olan yreler için sağlık turizmine yönelik yapılacak girişimcilik faaliyetleri bölgenin gelişmesi açısından kritik rol üstlenmektedir.

Araştırmanın uygulama bölümünde elde edilen sonuçlarda, Sağlık çalışanlarına göre; Kütahya’nın kaplıca sularının şıfalı olduğu belirtilmiştir. Kütahya sağlık turizminde kullanabilecek yeterli termal kaynağa sahiptir. Sağlık turizmi yönünden uygun bir şehirdir. Ancak şehrin ulaşım sorunu sağlık turizmini olumsuz etkilemektedir. İldeki sağlık işletmelerinde de yeterli düzeyde yabancı dil bilen sağlık personeli mevcut değildir. Yurt içinde evre illerde yaşayanlar Kütahya’nın sağlık turizmine hedef pazar konumundadır.

Araştırmanın sonuçlarından da anlaşılacağı üzere, Kütahya’da sağlık ve turizm alanlarında potansiyeller var olmasına rağmen, ilde eksiklikler de mevcuttur. Bu eksikliklerin düzeltilmesiyle Kütahya sağlık turizminde daha iyi bir konuma gelebilecektir.

Sonuç olarak, sağlık turizmi, küresel sağlık ve turizm endüstrisinin önemli bir bileşeni olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu sektördeki büyüme, uluslararası sınırlar ötesinde uygun fiyatlı, kaliteli ve özel sağlık hizmetlerine olan artan talebin bir göstergesidir. Ancak, sağlık turizminin gelişimi dikkatle izlenmeli, sektörün etik, ekonomik ve sağlıkla ilgili zorlukları ele alınmalı ve hasta hakları güvence altına alınmalıdır (Connell, 2006: 1093). Sağlık turizmi, dikkatli bir şekilde yönetildiğinde, küresel sağlık sisteminde önemli bir yer tutabilir ve bir bölgenin kalkınmasını sağlayabilir.

KAYNAKÇA

- Akdu, Serap Akasya. (2009). Sağlık Turizmi Kapsamında Medikal Turizm ve Türkiye’deki Uygulamalar Üzerine Bir Araştırma; İstanbul ve Ankara Örneği, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Aktepe, Cemalettin. (2013). Sağlık Turizminde Yeni Fırsatlar ve Türkiye’de Yerleşik Sağlık İşletmelerinin Pazarlama Çabaları, İşletme Araştırmaları Dergisi, 5/1, ss. 170-188.
- Aslanova, Kemale. (2013). Türkiye’de Sağlık Turizmi ve Sağlık Turizmi Hukuku, Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi, Cilt: 2, Sayı: 3, ss. 129-145.
- Aydın, Dursun ve Şeker, Süreyya. (2011). Sağlık Turizmi ve Turistin Sağlığı Uygulama Rehberi, T.C. Sağlık Bakanlığı Tedavi Hizmetleri Genel Müdürlüğü (Sağlık Turizmi Koordinatörlüğü), Ankara.
- Aydın, Oğuz. (2012). Türkiye’de Alternatif Bir Turizm: Sağlık Turizmi, KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 14 (23), ss.91-96.
- Barca, Mehmet, Akdeve, Erdal ve Gedik Balay, İklim. (2012). Türkiye Medikal Turizmi Değerlendirme Raporu 2012, T.C. Sağlık Bakanlığı Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Boz, Mustafa. (2004). Turizmin Gelişmesinde Alternatif Turizm Pazarlamasının Önemi, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Cohen, Erik. (2006). “Medical Tourism in Thailand”, New Perspectives and Values in World Tourism & Tourism Management in the Future, Turk-Kazakh International Tourism Conference, 20-26 November 2006, Antalya, ss. 87-117.
- Connell, J. (2006). *Medical Tourism: Sea, Sun, Sand and Surgery*. Tourism Management, 27(6), 1093-1100.
- Çetinkaya, Tolga. (2010). Sağlık Turizmi Açısından Bursa İli’nin Pazarlanabilirliği Konusunda Sağlık Çalışanlarının Görüşlerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adapazarı.
- Erdur, Emine. (2013). Kamu Hastanelerinin Medikal Turizm Hizmetlerinin Değerlendirmesi Konusunda Bir Araştırma, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Gkevreki, Sofia, Fiska, Vasiliki, Nikolopoulos, Spiros ve Kompatsiaris, Ioannis. (2024). Enhancing Sustainability in Health Tourism through An Ontology-Based Booking Application for Personalized Packages. Sustainability, 16, 6505, 1-31. <https://doi.org/10.3390/su16156505>
- İçöz, Onur. (2009). Sağlık Turizmi Kapsamında Medikal (Tıbbi) Turizm ve Türkiye’nin Olanakları, Journal of Yasar University, 4 (14), ss.2257-2279.

- Kiremit, Aysun şebnem. (2008). Turizmin Gelişmesinde Bir Alternatif Olarak Medikal Turizm: Bir Sağlık Kuruluşunda Araştırma, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Özkan Demirer, Ebru. (2010). Türkiye’de Medikal Turizm ve Geliştirilmesi: Örnek Bir Araştırma, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, On İkinci Kalkınma Planı (2024-2028), https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2023/12/On-Ikinci-Kalkinma-Plani_2024-2028_11122023.pdf, Erişim Tarihi: 12.12.2024.
- Türkmen, Kamil. (2011). Termal Turizmde Kütahya Modeli, 4. Uluslararası Sağlık Turizmi Kongresi, 28-31 Ekim 2011, İstanbul. <http://astd.org.tr/uploads/files/KÜTAHYA%20KONGRE%20SUNUM.pdf>, Erişim Tarihi: 16.05.2014.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Termal Turizm Master Planı, <http://www.ktb.gov.tr/Eklenti/216+66,tmp.pdf?0>, Erişim Tarihi: 15.05.2014.
- <https://kutahya.ktb.gov.tr/TR-69403/termal-turizm.html>, Erişim Tarihi: 12.12.2024.
- <https://ticaret.gov.tr/haberler/saglik-turizminde-kuresel-merkez-turkiye>, Erişim Tarihi: 12.12.2024.

TURİZM SEKTÖRÜNDE PEYZAJIN YERİ VE ÖNEMİ¹

Gökşen GEDİK²

1. GİRİŞ

Kültürel ve doğal çevrenin turistler açısından öncelikli bir çekim unsuru olmasından aynı zamanda çevresel etkenlerin de turizm sektörünü yakından etkilemesi, sektöründe çevre üzerinde meydana getirdiği etkilerden sebep çevre ve turizm arasında karşılıklı bir bağ vardır (Kahraman ve Türkay, 2014) Çevreye olan duyarlılığın gün geçtikçe artmasıyla birlikte turizm sektöründede yeşil pazarlama yaklaşımı yaygınlaşmıştır. Bu doğrultuda sektörde sürdürülebilirlikle ilgili programlar uygulanmaya başlanmıştır. Turizm faaliyetleri bu programların kriterlerine göre planlanmakta ve yürütülmektedir. Ulusal ve uluslararası düzeyde turizm işletmelerii-çingeliştirilmiş, birçok sertifika programı mevcuttur. Turistik işletmelerin çevreyle daha uyumlu hale gelmesiyle birlikte, doğal ve kültürel çevrenin de gelecek yıllarda çekicilik unsurunu sürdürebilmesi adına, ülkelerin turizmin ekonomik yararlarından daha fazla payı alması beklenmektedir (Usta,2009) Ancak son zamanlarda turizm hareketliliğın ve tüketim hızının artmasıyla birlikte sektörde kaynak kullanımı olumsuz yönde etkilenecek çevreye verilen zararı da arttırmaktadır. Bu zararın fakına varan işletmeler mevcut kaynakları koruyabilmek, zararı en aza indirebilmek ve çevre konusunda duyarlı davranabilmek için birtakım önlemler almaya çalışmaktadır. Çevre bilinci tüketicilerin konaklama işletmelerinde kalış sürelerinde ve rezervasyon karar süreçlerinde de etkili olmaktadır. İşletmeler, tüketicilerin çevre ile uyumlu ürünler seçtiklerini algılamalarından dolayı bu alanda stratejilerini belirlemeye başlamışlardır. Yapılan araştırmalar göre yeşil çevre uygulamalarını benimseyen, kendini çevreci olarak kabul eden ve çevre dostu faaliyetleri yerine getiren tesislere daha çok para ödemek için gönüllü olan 43 milyon civarında turist olduğu belirtilmektedir (Machaira ve vd., 2012) Yeşil pazarlama alanında yapılan araştırmalar, tüketiciler tarafından tercih edilebilir algısını daha çok arttırarak, işletmelerin kurumsal imajına güç kattığını ortaya koymaktadır (Atay ve Dilek, 2013).

Yeşil inovasyon uygulamalarının turizmde sürdürülebilir amacına ulaşabilmesi için mevcut doğal kaynakların korunarak geleceğe aktarılma-

1 Özgün derleme kitap bölümü

2 Bilim Uzmanı, Karabük Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, goksengedik@hotmail.com, ORCID: 0000-0001-5483-0649.

sı hedefi ile gerçekleştirilir (Saatçi, GÜDÜ ve Demirpulat, 2013; Işık vd., 2018)

Bu uygulamaları özellikle yeşil çevreci oteller kullanarak, turizmde faaliyetlerin ortaya çıkma sürecinde çevreye verilen zararı en aza indirerek, çevreci tüketicilerin taleplerini karşılamayı hedeflemiştir (Rennings, 2000). Dahayeşil bir ekonominin oluşturulması, yeşil teknolojilerin kullanımı gerektirmektedir. Birçok sektörde bu konu *çevre için tasarım* ifadesiyle karşılık bulmaktadır (Abzari, Shad, Sharbiyani ve Morad, 2013: 644). Turizm sektöründe de birey kendi içindünyadaki yeşil çevre uygulamalarını ve bu alanda yapılan gelişmeleri yakinen takip etmektedir. Turizm işletmeleri de bireylerin isteklerine göre kendilerine hedef koymaktadır. Bundan dolayı turizm gelirlerinden daha çok pay elde etmek isteyen işletmeler, sundukları farklı hizmet alanlarıyla turistlerin ilgisini çekmeye çalışmaktadır. Konaklama hizmeti sunan turizm işletmeleri turistler tarafından gerçekleşen satın alma eylemlerine göre kendi bünyelerinde gereken düzeltmeleri yapmaktadır. Bunların başında da peyzaj düzenlemeleri gelmektedir (Yeşiltaş vd., 2011; Can vd., 2014; Dönmez ve Türkmen, 2019; Türkmen ve Oranlı, 2022).

Peyzaj düzenlemeleri ve yeşil pazarlama anlayışının her alanda başarılı olması ve istenen hedeflere ulaşabilmesi için organizasyonun tüm faaliyetlerinde benimsenmiş olması gerekmektedir (Polonsky ve Rosenberger III, 2001: s.27). İşletmelerin yeşil pazarlama anlayışında yapacakları mevcut tutundurma faaliyetleri, toplumsal duyarlılığın artmasına ve çevre bilincinin yaygınlaşmasına da katkıda bulunacaktır (Türk ve Gök, 2010: s.206; Dönmez ve Türkmen, 2018).

Dolayısıyla peyzaj tasarım esnasında, dış mekân oluşturulurken önce insana hizmet edebilmesi sonrasında sosyal çözüm odaklı olması ve konforlu olması gözetilmektedir. Diğer tasarım mesleklerinden farkı doğal koşullardan doğrudan etkilenmesi, doğa ile aynı anda hareket ederek doğanın içinde yer almasıdır. Bu durum peyzaj mimarlığında sadece insan hareketinin değil aynı zamanda su, gölge-güneş ve hava-nem hareketinin de önemli olduğunu ifade etmektedir. Tasarımda doğa hareketlerinin gözlemlenmesi ve bu doğa hareketleri ile iletişim halinde yaşamın içine alınabilmesi adına tasarımın doğanın hareketleriyle doğanın kendisi ile birlikte oluşturulması gerekir (Bekci, 2022).

Bu çalışmada turizm ve çevrenin bir bütün olarak ele alınarak, sürdürülebilir turizm ve doğru orantıda ilerlemesi düşünülen sürdürülebilir peyzaj çalışmalarının bir arada değerlendirilmesinin önemi, gerekliliği, neden ve sonuçları üzerinde durulmuştur. Konu daha önce alan yazında yapılmış olan farklı çalışmalar ile detaylı olarak açıklanmaya çalışılmıştır. İlaveten

özellikle konaklama işletmelerinde turistlerin satın alma eylemlerinde yeşil pazarlama uygulamalarının etkileri üzerinde durulmuştur.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Turizm ve Peyzaj İlişkisi

Turizm, insanların ikamet ettiği yerlerin dışındaki yerlere ziyarete gitmeleri ve bu gittikleri yerlerde kaldıkları süre zarfı içinde gerçekleştirdiği eylemler ve kendi istek ve ihtiyaçlarını karşılayabilecek biçimde ortaya çıkan hizmetlerin toplamıdır (Wall ve Mathieson,2006) Turizmin ülke açasından bölgesel ve yerel olarak çeşitli etkileri vardır. Bu konuda (Stynes,1997;TyrrellveJohnston,2006;Bahar,2006;Wagner,1997;Unur,2004) tarafından yapılmış olan çalışmalar belirtilen etkilerin ülke gelişimi üzerinde oluşan önemli katkılarını göstermektedir. Sosyal, ekonomik ve çevresel olarak sınıflandırılan turizmin etkileri, planlama esnasında da yerel ve ulusal ölçeklerde aldığı etkiler bazında incelenir (Baran ve Sat, 2015). Turizm, yerel çevre bakımından da olumlu ve olumsuz bazı özelliklere sahiptir.

Örneğin mekân olarak bakıldığında bölgede mevcut olan tarihi özelliğe sahip olan bölgelerin turizme kaynak oluşturup, görsel peyzaj kalitesini arttırmak amacıyla iyileştirilmesine neden olur. Yine eski hamam, saray, müze gibi yapıların turistik diğer alanlara dönüştürölmesi de turizmin olumlu etkileri arasındadır. Olumlu etkilerin yansıra bazı olumsuz etkiler de söz konusudur. Doğal kültürel çevre veya habitat birtakım turizm faaliyetleri sonrasında zarar görebilir bunun sonucunda da çevre kirliliği artabilir (Doğan,2014).

Turizm; işletme, ekonomi, pazarlama,iletişim,tarih,coğrafya,sosyoloji,hukuk,davranış bilimleri,sağlık,edebiyat, psikoloji, mimari ve peyzaj gibi çok çeşitli disiplinler ile bir arada çalışır. Bu disiplinlerin peyzaj ile uyum içerisinde çalışması son derece önemlidir. Çünkü Peyzaj, arabulucu doğası temelinde, turist ile destinasyon arasındaki en kalıcı ve birincil iletişim aracını temsil eder (Terkenli vd.2021). Gerek doğal gerekse kültürel-peyzajlar turistik aktivitelerin en temel motivasyon kaynaklarıdır (Bogenç ve Bekci, 2020). Bu durumun sürdürülebilirliği için, organik bağlarla birbirine bağlı olan ‘Turizm Sektörü’ ve ‘Peyzaj Mimarlığı’ son derece dikkatli ve sezgisel adımlar atmalıdır. Aralarında görev dağılımı yapılırken iki önemli konunun nasıl paylaşılabileceğiaçıktır. Peyzaj Mimarları bölgesel veya yerel planlamalarda etkin roller üstlenerek turizm destinasyonlarının belirlenmesini, korunmasını ve sürdürülebilir bir şekilde yönetilmesini sağlarken; turizm, yerel ve bölgesel kalkınma adına hareket alanları itinayla tarif edilmiş bu destinasyonlarda ne çeşit organizasyonlar kurabileceğinin

yollarını arar. Buna göre turizm, peyzajın geleneksel ve fiziksel unsurlarının korunmasına yardımcı olmak önkoşuluyla sakinlerine sosyo- ekonomik faydalar sağlamalıdır (Jiménez-García vd. 2020).

Peyzaj türleriziyaretçilere eğitim, heyecan, huzur, teselli, ilham, esenlik duygusu, sadelik gibi farklı hizmetler ve deneyimler sunma eğilimindedir. İzleyici veya gözlemci olmadan peyzaj olamayacağı gibi peyzaj olmadan da turizm olmaz. Bu gerçek, peyzaj planlamaları, yönetimi, pazarlaması ve turizm için çokçeşitli olanaklar ve seçenekler sunmaktadır. Ziyaret edilen bir turizm destinasyonunda ortaya çıkançeşitli deneyimler için peyzajın önemiilk sıraya yerleşmiştir. Peyzajın turizm açısından merkezi önemi tartışmaya kapalı olmasına ve hâlihazırdageniş bir bilimsel araştırma alanı bulunmasına rağmen, birbiriyle olan ilişkisine dair keşfedilmesi ve anlaşılması gereken çokşey vardır (Terkenli vd.2021).

İlgili akademik alanlardaki bilim insanları, elektronik bir anket vasıtasıyla turizm ve peyzaj arasındaki karşılıklıilişkinin kavram ve algılarını araştırmak, analiz etmek ve değerlendirmek istemişlerdir (Terkenli vd. 2021). Gerçekleştirilen anket çalışmasında uzmanlar şu üç konuya odaklanmıştır:

1. Turizm ve peyzaj arasındaki ilişkinin gelecekteki optimizasyonuna ilişkin anlayış, algı ve vizyonları,
2. Turizm peyzajlarına ilişkin kavramsallaştırmaları,
3. Hem turizm sektörü hem de ilgili yerel toplumlar açısından sıkı olan turizm- peyzaj ilişkisinden kaynaklanan fırsatlar ve tehditler hakkındaki değerlendirmeleri.

2.2. Sürdürülebilir Turizm ve Sürdürülebilir Peyzaj İlişkisi

Mevcut verimliliğin optimal düzeyde uzun yıllarca devamlılığının sağlanması ‘Sürdürülebilirlik kavramı’ olarak tanımlanmaktadır (Âtıl ve ark. 2005). Sürdürülebilir turizm ise; turizm alanı olarak uygun görülen yerlerde mevcut olan kaynakları tüketmeden devamlılığının sağlanması olarak ifade edilmektedir (Baran ve Sat, 2015). Turizmin gelişimini içeren bazı temel ilkeler vardır. Bunlardan bazıları; doğal peyzaj ve biyolojik çeşitliliğin korunması, çevresel kaynakların uygun şekilde kullanılması, uzun vadeli ekonomik faaliyetlerin oluşturulması, ev sahibi olan topluluklara ait sosyo-kültürel özelliklere saygı gösterilmesidir. Sürdürülebilir turizm her zaman Türkiye ve Dünya turizmi alanında üzerinde tartışılan bir konu olmuştur (Kervankıran,2011; Giran Taşçıoğlu ve Akpınar,2016; Yılmaz vd.,2015; Sezgin ve Kahraman,2008) Turistlerin yoğun olarak ziyaret ettikleri bölgelerin kültürel ve çevresel olarak korunması kadar turizmin ekonomiye katkısı da aynı derecede önemlidir (Öztürk vd., 2021). Türki-

ye’de sürdürülebilir turizm faaliyetlerin 2000’li yıllardan sonra daha çok uygulandığı görölmüştür (Yılmaz vd.,2015). Kahraman ve Türkay (2012) ise, sürdürülebilir turizmin sahip olması gerektiği özellikleri şu şekilde sıralamışlardır;

- Kültürel çevre ve doğa arasında sıkı bir bağın olması,
- Çevrenin turist bakımından çekim unsuru olması,
- Çevre faktörlerinin turizmi, turizm faktörlerinin de çevreyi etkilemesidir.

Peyzaj Mimarlığı doğa, tasarım ve planlama gibi kavramları sistemli bir yapı içerisinde inceleyen bilim, sanat, teknoloji ve mühendislik gibi bilimleri de bir arada kullanarak, belirlenen alanların kullanım kararlarına dönük olarak, kültürel ve doğal kaynakların doğru alanda kullanarak, yönetimi, alan tasarımı, ekolojik planlanması ile uğraşan meslek disiplini olarak tanımlanabilir.

Sürdürülebilirlik kavramı, doğanın kendini sürekli yenileme imkanı olmaması, hammadde kaynaklarının hızla tükenmesi ve çevre kirliliğinin artması gibi nedenlerden dolayı peyzaj mimarlığı disiplini açısından önemli konulardan biri haline gelmiştir (Yaşar ve Düzgüneş, 2013)Doğa ve insanı bir bütün olarak değerlendiren, kültürel, ekonomik ve sosyal değerlerin sürdürülebilir bir şekilde gelişimin amaçlayan sürdürülebilir peyzaj tasarımı üç temel unsura sahiptir. Bunlar; sosyal uygunluk, ekonomik fizibilite, çevreye uyumluluktur. (Aşılıoğlu, 2016; Dong-dong vd., 2009). Peyzaj mimarlığında asıl amaç; Sürdürülebilir bir tasarımın başarılı olması için estetik ve fonksiyon dengesinin iyi kurulması gerekir (Bean ve Yang, 2016). Belirli bir bölgeye uygun, maliyet tasarrufu sağlayan, işlevsel peyzajlar oluşturmak, kaliteli sürdürülebilir tasarımın amacı olarak ortaya çıkmaktadır. Ancak bu sayede kısa ve uzun vadede maksimum düzeyde sürdürülebilir peyzajlar yaratılabilir (Aşılıoğlu,2016; Cook ve Der Zanden, 2011)

Turizm tesislerinin çevreyeverdiği zararın minimum düzeye indirilmesi ve sürdürülebilirliğin tam anlamıyla sağlanabilmesi için otelin tasarım ve planlama aşamasında multi disiplinler arası çalışmaya gereken önem verilmelidir. Sürdürülebilir turizm açısından hem otelin mimari tasarımları sürdürülebilir olmalı hem de peyzaj tasarımları sürdürülebilirlik kapsamında ekolojik yaklaşımlı tasarımlar olarak benimsenmelidir. Sürdürülebilir peyzaj tasarımı yaklaşımından yola çıkarak, yeşil alanların sürdürülebilirliğinin sağlanması için belirli ilkeler çerçevesinde ilerlemek gerekmektedir (Bekci 2022). Tasarım ve planlamanın bir uyum içinde olması, mevcut yaşam kalitesi ve sürdürülebilirlik kavramlarını gündemetaşıyan önemli gelişmeler,yenilikler ekolojik tasarımın ortaya çıkmasına neden ol-

muştur (Akınoğlu 2009). Yapay çevre ile doğal çevreyi bütünleştirmek adına yapılan ekolojik tasarım (Aghayeva 2022), doğal çevreye uyumlu bir şekilde sürdürülebilir bir yaşamsal çevre oluşturmayı hedefleyen bir tasarım şeklidir (Yeang 2006). Bir alanda kültürel ve doğal peyzajın zarar oluşturabilecek turizm gibi etkenlerden düşük seviyede etkilenmesini sağlamak, sürdürülebilir peyzajın oluşturulmasının temellerindendir.

Konu ile ilgili literatürde daha önceden yapılmış olan araştırma ve sonuçlarına ait örnekler mevcuttur. Güngör ve Cengiz (2006) tarafından yapılan çalışmada; Artvin bölgesindeki kültürel ve doğal peyzaj özellikleri turizm faaliyetleri bakımından değerlendirilmiştir. Artvin ili coğrafi bilgi sistemleri yardımıyla topografik özellikleri analiz edilmiştir. Çalışmanın sonuçlarına göre, Artvin ilinin eko turizm bakımından önemli turizm şehri olabileceğine dair özelliklere sahip olduğu ortaya çıkarılmıştır. Rekreasyon aktiviteleri ve jeolojik/topografik niteliklere sahip olan alanlar, il içinde turistik anlamda uygun bölgeler olarak belirlenmiştir. Ayrıca Bogenç (2020)'in belirttiği gibi sürdürülebilir turizm ve bölgesel kimliğin korunması peyzajın sürdürülebilirliğinin sağlandığı alan turizm planlaması ile mümkündür. Aveni (2013) altyapı sorunundan dolayı kültürel ve doğal kaynakların bol olduğu bir ülke olan Nijerya'nın potansiyelini kullanmadığını belirtmiştir. Sürdürülebilir peyzajın bu problemin çözüme kavuşmasında önemli bir role sahip olduğunu ifade eden çalışmasında, sürdürülebilir turizm açısından örnek model oluşturmuştur. Nijerya'da sürdürülebilir turizmin desteklenmesi ile, sürdürülebilir peyzaj uygulamalarıyla da turistlerin dikkatini çekerek, yatırım amaçlı işletmelerin kurulmasına da destek olabilir.

Bulut (2003) ise Erzurum'un yakın çevresinde yer alan Palandöken Teke deresi Baraj Göleti, rekreasyon alanı olarak en çok tercih edilen yerlerden biri olduğunu ifade ederek yaptığı gözlemler, anket çalışmaları sonucu gelen ziyaretçilerin rekreasyon taleplerini karşılamaktan uzak olduğunu tespit etmiştir. Bundan dolayı belirtilmiş olan çevrenin rekreasyonel açıdan isteklere cevap verecek şekilde koruma kullanma dengeside göz önüne alınarak yeniden fiziksel planlama ve tasarım çalışmalarının yapılmasının zorunlu olduğunu görmüştür. Ceylan ve Bulut (2019) makalelerinde, Burdur ili Salda Gölü'nün ziyaretçi yoğunluğuna dikkat çekerek, turizmin doğal alan üzerindeki geleceğe dönük olarak koruma ve sürdürülebilirlik temelli çözüm önerilerini sunmayı amaçlamışlardır. Yöntem olarak yüz yüze görüşme ve arazi gözlem tekniklerini kullandıkları çalışmalarında hassas bir peyzaja sahip olan göl ve çevresindeki ziyaretçi yoğunluğunun, gölün sahilindeki özel jeolojik yapıyı tahrip edeceği, endemik bitkilerle birlikte floranın ve faunanın bu durumdan olumsuz etkileneceği gerçeğini dile getirmişlerdir. Sonuç olarak sürdürülebilirlik bakımından alanın ziyaretçi sayısının kontrol altına alınması gerektiği, gölün kitle turizmine doğru gidişinin, sür-

dürülebilir alan yönetimi kapsamında değerlendirilmesi gerektiği sonucuna ulaşmışlardır. Cengiz Gökçe ve Açıksöz (2015) ise, turizm bağlamında incelemiş oldukları görsel peyzaj analiz sonuçlarını, kültürel peyzaj bileşenleri ile harmanlayarak, Nallıhan Beydili Köyü örneği üzerinde uygulamışlardır. Araştırmada kırsal bölgede gerçekleşen turizm faaliyetlerinin bölgenin peyzaj karakterlerine negatif yönde etkilediğine dikkat çekilmiştir. Turizmin birtakım peyzaj bileşenleri üzerinde görsel bakımdan etkisi bulunmuş ve kırsal kimlik yapısıyla bir ütün olarak değerlendirilmiştir. Sonuçta, toplanan veriler ışığında turizmin bölgedeki peyzaj bileşenlerini olumsuz yönde etkilediği görülmüştür. (2003), kıyı kumulları ve orman niteliğindeki alanların turistik tesis alanlarına dönüştürüldüğünü, doğal kıyı ormanlarının tahribe uğradığını belirtmiştir. Sürdürülebilir turizm işletmeciliğinin, olumsuz turizm etkilerini kontrol etmek için önemlibir araç olduğunu ve uzun vadeli bölge turizmine katkıda bulunabileceğini açıklamıştır. Hüseyinli ve Küçükkancabaş Esen (2018) yapmış olduğu bir çalışmada, turizm sektöründe sürdürülebilirlik ile çevrenin sıkı bir ilişkii içinde olmalarının çok önemli olduğunu belirtmiş ve turizm sektörünün özellikle fiziksel çevre açısından kendisine bağımlı oluşu, bu çevrede meydana gelebilecek zararlar ya da kayıpların sektörün ayakta kalması ve güvenliği açısından önemli riskler yaratığını açıklamıştır.

Sonuçta, giderek hızla artan turizm faaliyetlerinin doğa üzerinde çok ciddi zararlar oluşturduğu zaman içerisinde fark edilmiştir. Bu nedenle sürdürülebilir turizm anlayışı turizm tesislerinde benimsenerek daha çok uygulanmaya başlanmıştır. Sürdürülebilirlik anlayışı ile turizm tesisleri çeşitli çevre politikaları geliştirmeye başlamıştır. Geri dönüşüm sağlamak, doğal alanlara zarar verebilecek etkenler ortadan kaldırmak, atıkları azaltmak, enerji ve doğal kaynakları etkin kullanmak bu politikalara örnek olarak verilebilir.

2.3. Turizm Fiziksel Çevre ve Peyzaj Mimarlığı Etkileşim ve İlişkisi

Turizm değişik yöre ve bölgelere göre farklı şekillerde gelişme göstermektedir. Turizm ile peyzaj mimarlığının yakın bir ilişki içinde olduğunu kabul edersek, bir turizm gelişimi kültürel veya doğal alanlara sahip değilse herhangi bir gelişme gösteremez, ilerleyemez ve kazanç sağlayamaz.

Turizmin sürdürülebilir olabilmesi için doğal ve kültürel kaynakların geliştirilmesi, korunması ve söz konusu kaynak değerlerin planlama kararlarının alınması önemlidir (Kuntay, 2004). Kullanım kararlarının geliştirilmesi her bir peyzajın sahip olduğu karakter o alanda devam eden olayların belirli motifleriyle sunulmalıdır. Dolayısıyla, bir mekân içinde doğal ve kültürel anlamda eskiden süre gelen olayların devamlılığı sağlandığı tak-

dirde canlı bir mekan olarak ortaya çıkacaktır (Şahin vd., 2001). Yapılacak olan tasarım ve peyzaj planlama gibi eylemlerin önemi sadece başında değil sonrasında da devam etmektedir (Sayan, 1998).

Turizmin pozitif etki alanları içinde peyzaj mimarlığı da yer almaktadır. Turizm doğru planlanır ve kontrolü sağlanırsa, çevrenin sürdürülmesi-ne, geliştirilmesine de çeşitli yollarla destek olur, pozitif etkiler sağlar. Bu etkiler kısaca şu şekilde açıklanabilir;

1. Doğal alanların korunmaya alınması: Turizm sayesinde bir alanda mevcut olan doğal alanlar korunarak, park rezerv alanları geliştirilebilir. Yeni parklar da oluşturulabilir, ulusal veya bölgesel alanda. Bu alanlar turist çekim alanları olmaktadır. Turizm için kullanılmayan bu alanlar başka amaçlar için kullanıldığı takdirde ekolojik bakımdan zarara uğrayabilirler ve bunun sonucunda da çevresel miras kaybedilmiş olur.
2. Tarihi ve Arkeolojik alanların mimari karakterlerinin korunması: Turizm, zarar görebilecek, kaybolacak kültürel miras veya alanların mimari açıdan karakterlerinin korunmasını sağlar
3. Çevre kalitesinin yükseltilmesi: Turizm, çöp sorunu, gürültü kirliliği ve altyapı sorunu gibi çevresel sorunlardan ortaya çıkan tüm çevrenin temizliğini sağlar. Peyzaj düzenleme programları ile bina tasarımlarıyla, estetiği arttırarak değerini yükseltir.
4. Çevre değerinin arttırılması: İlgi çekmeyen bir alanın değeri, ilgi çeken bir peyzaj tasarımı ile arttırılabilir.
5. Altyapının geliştirilmesi: Turizm gelişmeleri sayesinde doğru orantılı olarak birlikte havaalanları, karayolları, kanalizasyon, su, telekomünikasyon gibi altyapı çalışmaları da gelişebilir.

2.4. Turizm ve Rekreatiyonel Planlama İlişkisi

Mevcut çevreyi güvenli, verimli, fonksiyonel ve estetik bir hale getirerek yaşadığı çevreyi geliştirmek, rekreasyon planlamasının amacıdır. Topuzlu (1989)'ya göre rekreasyon ve turizmin her ikisinin de serbest alanda gerçekleşmesi arasındaki ilişkilerin ana kaynağını oluşturur. Peyzaj elemanları olarak nitelendirilen faktörler, turizm ve rekreasyona etkili olan doğal faktörlerdir. Bu kaynaklarda rekreasyonel ve turistik eylemlerin temelini oluşturmaktadır (Sezgin, 1995). Doğal bir peyzajın rekreasyonel ve turistik eylemler için kullanım amacına uygun olması ve buna uygun olarak da bir potansiyel taşıması aranan bir özelliktir. Kişinin peyzaj içinde aktif bir şekilde kendini yenilemesine fırsat vermesi, alanın turistik ve rekreasyonel yönden kullanılabilir olması ile ilgilidir (Sertkaya, 2001).

Peyzaj tasarımlarını turist isteklerine göre yapmış olan bir işletme turistler üzerinde daha olumlu etkiler yaratmaktadır (Cooper vd, 1995; Dönmez ve Türkmen, 2015). Bu sayede turistlerin aynı tesisten tekrar yararlanma davranışları da olumlu yönde etkilemektedir. Böylece ziyaretçilerin tekrar aynı tesisleri kullanmaları söz konusu olabilmektedir. İlâveten turistlerin açık havada yapılan aktivitelere olan merakı ve dışarıda daha çok zaman geçirme talepleri belirtilen düzenlemelerin ruh ve beden yapısı üzerinde de olumlu etkiler oluşturduğu bir gerçektir (Cooper vd., 1195; Özgüner. 2004; Topay ve Küçük, 2010;Bekci, 2021; Hüsam vd., 2021; Aydoğan vd., 2024).Turistlerdinlenme amacıyla geldikleri işletmelerde zamanlarının çoğunu dışmekânlardageçirmek istedikleri için işletmeler bu alanlarda bir avantaj elde etmek adına, öncelikli olarak turistlerin kendilerinin ve ailelerinin ortak kullanacağı alanların olmasına önem verilmelidir. Örneğin büyükler için tasarlanan yüzme havuzlarının yanında değişik derinlik, ebatlara sahip farklı formalarda tasarlanan havuzlar tesis seçiminde önemli bir etkidir (Cooper vd., 1995).

‘Rekreasyon’ ve ‘Turizm’ kişilerin yaşam kalitesini etkilemektedir. Bunda dolayı turizm ve rekreasyon arasında ortak bir çalışma ilişkisi ortaya çıkmakta ve sürekli gelişimlerini bir arada sürdürmektedir (Karaküçük, 1999; Öztürk vd., 2023). Türkiye’de de tüm dünyada görüldüğü gibi turizm ve rekreasyon konusu son yıllarda büyük değişim içindedir. İnsanlar artık doğa ile bir bütün olarak doğal, kültürel kaynakları temel alan turizm çeşitlerine ilgi göstermektedir.

Konu ile ilgili literatürde daha önceden yapılmış olan araştırma ve sonuçlarına ait örnekler mevcuttur. Sayan (1998) tarafından yapılan çalışmada; Antalya çevresindeturizm amaçlı tesislerin peyzaj mimarlığı bakış açısından incelenmiş, doğal ve kültürel peyzaj özellikleri incelemiştir. Bartın ilinin rekreasyon ve turizm potansiyelinin saptanması üzerine bir araştırma yapan Sertkaya (2001), kentin rekreasyon ve turizm potansiyelini ortaya çıkaracak bir yöntem geliştirerek çalışma alanına uygulamıştır. Kelkit ve Özel (2003) tarafından yapılan çalışmada; turizm özellikle ön plana çıkarılarak, turizm sektörünün öneminin kültürel ve doğal peyzaj değerlerinin oluşturduğunu savunmuştur. Topay (2003) tarafından yapılan çalışmada ise;Bartın- Uluyaylanın peyzaj özelliklerine ait rekreasyon turizm uygulaması açısından değiştirilmesi düşünülmüş, doğal güzellikleri korunan kırsal alanlarda gerçekleşecek rekreasyon turizm etkinlikleri için uygun alanların saptanması adına bir yöntem üzerinde çalışmıştır geliştirerek, bu yöntem çalışma alanına uygulamıştır.Aklıbaşında (2013), CBS teknikleri kullanarak, Yahyalı ilçe ve çevresinin rekreasyon ve turizm planları hazırlanmıştır. Yapılan araştırma sonucunda, doğal, kültürel kaynakların peyzaj planlama alanında da kullanılması için farklı tavsiyelerde bulunulmuştur. Patan (2014) tarafından ise, Giresun ili Doğankent ilçesinde doğal kaynak-

lar üzerimde peyzaj planlama ilkelerinde faydalanarak peyzaj potansiyeli üzerine bir araştırma yapılmıştır. Çorbacı (2014) ise, Bartın ili Amasra ilçesinde coğrafi bilgi sistemlerinde yararlanarak kültürel ve doğal peyzaj özellikleri belirlenmiştir.

2.5.Turizm ve Yeşil Çevre İlişkisi

Turizmin yapay ve doğal kaynakları önemli seviyede kullanmasından dolayı çevreye ciddi zararları olmaktadır (Giritlioğlu ve Güzel, 2015; Gössling, 1999). 1990 yılından bu yana çevre hassasiyeti artmış, çevre koruma mücadeleleri karşısında hükümet politikaları da buna bağlı olarak tüketici tercihlerin yeniden şekillendirmeye başlamıştır. Turizm işletmeleri de bu duruma seyirci kalmayarak çevreye daha duyarlı bir yaklaşımda bulunmak için çaba göstermiştir (Johri ve Sahasakmontri, 1998). Konaklama işletmeleri de faaliyet alanlarından dolayı çevresel sorunlara sebep olan önemli sektörlerden biri olarak kabul edilmektedir (Erdoğan ve Bris, 2007; Ham ve Han, 2013). Turistler ise günümüzde kültürel farkındalığı yüksek, çevre korumasına daha çok önem veren, yeni deneyimler arayan tüketicilere dönüşmeye başlamıştır (Borg, 1999; UNWTO, 2015). Turizm faaliyetlerini gerçekleştirmek adına çevre ve doğal kaynakların önemli olduğunu savunan turistler bu anlamda çevreye duyarlı konaklama tesislerini tercih etmeye ve eko sisteme zarar vermeden tatillerini planlamaya özen göstermektedirler (Ayaş, 2007). Üretim malzeme ve hizmet faaliyetlerini çevreye duyarlı değişik kaynaklar ile takip etmektedirler (Gössling, 1999)

Dünya genelinde çevre hassasiyeti arttığı için ve literatürde de bu alanda ilgi giderek artmıştır. Virginia Polytechnic Üniversitesi tarafından Amerika’da gerçekleşen 500’e yakın otel müşterisi üzerinde bir araştırma yapılmıştır. Araştırma sonucunda; katılımcıların çoğunun yeşil otellerde konaklama yapmayı tercih ederek, otellerin tasarruf kaynakları ile geri dönüşüm yapmaları gerektiği düşüncesini benimsedikleri ortaya çıkmıştır. Hindistan ‘da gerçekleştirilen başka bir çalışmada ise; tüketicilerin yeşil çevre uygulamalarının gerçekleştiğini somut bir şekilde görmek istedikleri çevreyle ilgili bir sertifikasyon veya bir ortaklık programının konaklama kararlarını etkilediği belirtilmiştir. İlaveten tüketicilerin de çoğunun yeşil uygulamalar için daha çok ödeme yapmaya meyilli olmadıkları lakin aynı hizmeti sunması durumunda çevre dostu olan bir otelin olmayanın önüne geçeceği sonucuna ulaşılmıştır (Manaktola ve Jauhari, 2007). Yapılan bir diğer çalışmada ise; katılımcıların oda seçimlerindeki en önemli etkenin yeşil otel sertifikası olduğu belirlenmiştir. Han ve vd. (2009) tarafından yapılan çalışmada, günlük hayatta çevreye duyarlı olan, yeşil otele yönelik daha çok olumlu imaja sahip olan turistlerin, yeşil otelleri tavsiye etme, bu otellerde kalma ve bu otellere daha fazla ödeme yapmaya istekli oldukları belirtilmiştir. (Yıldız ve Kılıç, 2016) tarafından yapılmış olan çalışmada

ise, çevre dostu otel algısının davranışsal niyetler üzerindeki etkisi araştırı. Araştırma sonuçlarına göre, konaklama tesislerinin çevreye karşı duyarlı olmalarının, turistlerin rezervasyon kararlarını olumlu yönde etkilediği sonucuna varılmıştır.

Seyhan ve Yılmaz, 2012; Aykan ve Sevim, 2013; Eren ve Yılmaz, 2008; Atay ve vd.2013; Yıldırım- Saçılık ve Çevik, 2014; Giritlioğlu ve Güzel, 2015) son yıllarda konaklama işletmelerinin çevreye duyarlı örnek uygulamalarına da ağırlık vermişlerdir. Yılmaz ve Yumuk (2013) tarafından yapılmış olan çalışmada, yeşil yıldız uygulamalarının işletmelerin imajını olumlu destekleyerek, yeşil uygulamaların ortaya çıkmasına neden olan bir araç olarak belirlendiği açıklanmıştır. Atay ve Dilek (2013) ise yeşil pazarlama uygulamalarını benimseyen bir otel üzerinde araştırma yapmıştır. Otel ve çevre arasında sağlanan uyumun hem müşteriler hem de çalışanlar açısından olumlu karşılandığını, rekabet avantajını ve kurumsal gücünü ve tercih edilebilirlik algısını arttırdığını belirtmiştir. Yeşil yıldız sertifikalı otellerin web sayfalarında yeşil pazarlama uygulamalarına dair yapılan bir diğer araştırmada ise işletmelerin çevreyle ilgili konuları web sitelerinin giriş sayfalarında ele aldıkları ve sertifika, ödül bölmesinin daha çok kullandıkları belirtilmiştir (Sezen-Doğancili ve Akbulut, 2015).

2.6. Turizmde Yeşil Çevre Yönetim Anlayışı

30 yıldan fazla süredir turizm sektöründe sürdürülebilir uygulamaları kabule eden çevre yönetim sistemleri, tedarikçilere yardım sağlamaktadır (Mihalic, 2000; Sasidharan ve vd., 2002). Turizm sektöründe yer alan ve uluslararası alanda çalışmalarda bulunan işletmeler, eko-etiket olarak da adlandırılan birçok çevre yönetim sistemi sertifikasını kullanmaktadırlar. Burada amaç; enerji maliyetini düşürmek, sürekli değişen turist profiline cevap verebilmek ve çevreyi korumaktır. Turizm işletmeleri tarafından kullanılmakta olan pek çok sertifika vardır (Esparon vd.,2014; Font ve Buckley, 2001; Font, 2002, Gössling ve Buckley, 2016). Bunlardan bazıları;Energy Star, Lodging Program, International EcoCertification Program Biohotels, Enviro-Mark, Green Star Hotel, NationalTourismAccreditation Framework, ResponsibleTourimSystem olarak sıralanabilir. Türkiye’de çevre yönetim sistem etiketleri arasında en çok verilenler; Mavi bayrak, Yeşil Yıldız ve Yeşil Anahtardır. Türkiye ÇevreEğitim Vakfı (TÜRÇEV) tarafından verilen ‘Mavi Bayrak’ plajın emniyet ve düzenini sağlayan, yüzme amaçlı kullanılan suyun niteliklerini koruyan çevre yönetimine sahip marina ve plajlar için bir yıllığına verilen bir ödüldür. TÜRÇEV ‘*Uluslararası Çevre Eğitim Vakfı*’ ile uyumlu olarak, sürdürülebilir turizme destek olmak ve iklim değişikliklerinin önlenmesi amaçlı verilen bir diğer çevre yönetimi sertifikasyon programı ‘Yeşil Anahtar’dır. Konaklama işletmeleri istedikleri takdirde bu sertifikalar dışında ‘Beyaz Yıldız’ veya ‘*Yeşillenen*

Oteller' olarak adlandırılan etiketlere de başvurabilirler. 'Beyaz Yıldız' ödül sistemi; Türkiye Otelciler Federasyonu (TÜROFED) tarafından 2008 yılından bu yana verilmektedir. Sistemin amacı; su, kimyasal, katık atık miktarını azaltarak, çevrede meydana gelebilecek zararları en aza indirmeyi hedeflemektedir (Turizm Dünyası, 2008). 'Yeşillenen Oteller' ise, yeşil konaklama tesislerinin sayısını arttırmayı hedeflemiştir. 2009 yılında TUROB tarafından verilmeye başlanmış olup, 'Sürdürülebilirlik Akademisi' ve 'BureauVeritas' iş birliğinde devam eden bir projedir. Türkiye'de Yeşillenen Otel Sertifikası alan tesis sayısı, 2016 yılı itibariyle 53 olmuştur (GreeningHotels, 2016).

'Yeşil Yıldız' ise; Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından verilen, çevre bilincinin gelişmesini, sürdürülebilirlik kapsamında çevrenin korunmasını ve turistik işletmelerin çevreye olan olumlu katkılarını teşvik ederek özendirilmesi amaçlı sadece konaklama tesisleri tarafından alınan bir belgedir (KTB(b), 2016). Bakanlık tarafından 1993 yılında, turizmde çevreye duyarlılık kampanyası başlatılmış olup, gerekli özelliklere sahip olan konaklama işletmelerine 'Çam Simgesi' olarak da ifade edilen 'Çevre Dostu Kuruluş Belgesi' verilmeye başlanmıştır. Belirtilen belgeyi almak için gerekli şartlar ilerleyen zamanlarda genişletilmiş, 2008 yılından itibaren de ismi 'Çevreye Duyarlı Konaklama Tesis Belgesi' olarak değişmiştir.

Belgenin verilmesindeki amaç; Turistik işletmelerde çevreye duyarlı yapılaşmanın, işletme özelliklerinin tüm yönleriyle çevreye olan pozitif katkılarının teşvik edilerek, çevre bilincinin artırılmasıdır (KTB(b), 2016). Konaklama işletmeleri gün geçtikçe önemi artan bir uygulama olan yeşil yıldız uygulamasına daha çok yönelmektedirler. Devletlerin de belirlemiş olduğu çevreyi koruma politikaları hem tüketici hem de sivil toplum kuruluşlarının bu konudaki tutumları, yeşil yıldız uygulamalarına yönelmenin sebepleri arasında gösterilebilir (Atay ve Dilek, 2013: 209). Konaklama tesisleri kuruluş aşamalarında, kuruluş standartlarının yansıra, yeşil yıldız kapsamında da girişimlerde bulundukları, çevre düzenlemesine yönelik çalışmalarla da alt yapı, estetik açısından ağırlık verdikleri takdirde, turistlerin tesis seçiminde önemli bir faktör olarak ön plana çıkacaklardır. Turistler özellikle tesise giriş yaptıklarında çevre düzenlemesi ve yeşil yıldız uygulamalarından etkilenerek, olumlu düşünceler geliştirebilmektedirler (Dönmez ve Türkmen, 2015). Side ve Belek bölgesinde faaliyette bulunan 40 otel üzerinde araştırma yapan Türker (2002), otellerin çevreye duyarlı olduklarını, yıldız sayısının arttıkça da duyarlılık seviyesinin arttığını açıklamıştır. Çevre dostu uygulamaların tüketici tercihlerinde belirleyici rol üstlendiğini saptayan Manaktola ve Jauhari (2007) tarafından yapılan çalışmada ise; tüketicilerin kalmış oldukları otellerin, çevre sertifikasyon programına dahil edilmiş olması, geri dönüşüm uygulamalarını gerçekleştirmesi, çevre dostu olması tüketicilerin yeşil otel seçiminde etkili olduğu-

nu ortaya çıkarmıştır. Erdoğan ve Barış (2007) tarafından yapılan bir diğer çalışmada; Ankara ‘da otel yöneticilerinin yeşil pazarlama konusunda algılarını belirleme amaçlı yapılmıştır. Çalışma sonucunda; otel yöneticilerinin eko etiketler hakkında fazla bir bilgiye sahip olmadıkları ve uygulamaları da gerçekleştiremedikleri saptanmıştır. Marmaris’te 4 ve 5 yıldızlı otel işletmelerinin çevreye uyumlu uygulamaları üzerinde Turhan (2010)’ ın yapmış olduğu bir araştırma sonuçlarına göre ise, belirtilen işletmelerde elektrik tasarrufunun sağlanması, ısıtma- soğutma sistemlerinde tasarruflu olunması, ısı geri kazanım sistemleri, zararlı ve katı atıkların birbirinden ayrılması, ağaçlandırma ve peyzaj çalışması gibi uygulamaların uygulamaya konulduğu belirtilmiştir. Bir diğer araştırma Best Western President İstanbul Otel üzerinde, Atay ve Dilek (2011) tarafından yeşil yıldız faaliyet raporu üzerine yapılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre; personele gerekli çevre eğitimi verildiği, tasarruflu ampullerin kullanımı tercih edildiği, kâğıt ve plastik atıkların ayrıştırıldığı, musluklarda armatürler kullanıldığı tespit edilmiştir. Kement (2013) tarafından yapılan çalışmada ise; Planlanmış davranış teorisi olarak adlandırılan modelin geliştirilmiş halini uygulamaya koyarak yeşil yıldız otelleri ziyaret eden otel misafirlerinin bu otelleri yeniden ziyaret etme niyetleri incelenmiştir. Sonuçta; müşterilerin yeşil yıldız sertifikasına sahip otelleri yeniden ziyaret etmeye yönelik davranışsal niyetleri arttıkça tutumlarının da pozitif yönde artış gösterdiği ve hizmet kalitesi arttıkça, müşterilerin tatmin düzeylerinin ve tutumlarının da aynı oranda artış gösterdiği tespit edilmiştir. Müşterilerin tatmin olma düzeylerinin yeniden ziyaret etme niyetleri üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğu ayrıca belirtilmiştir.

Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından 1993 yılında gerekli özelliklere sahip olan konaklama işletmelerine ‘Çevre Dostu Kuruluş Belgesi’ verilmeye başlanmıştır. Belirtilen belgeyi almak için gerekli şartlar ilerleyen zamanlarda yeniden belirlenerek, 2008 yılından itibaren de sertifika adı ‘Çevreye Duyarlı Konaklama Tesisi Belgesi’ olarak değiştirilerek, kriterler yeniden belirlenmiştir

Talep edilen kriterler yerine getirildikten sonra Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından gerekli denetlemeler yapılarak uygun görülen işletmeler yeşil yıldız sahibi olup, her iki yılda bir gerçekleştirilecek olan denetimler ile de devamlılığı sağlanmaktadır (Ünlüöner vd.,2011: 448). Yeşil yıldız sadece turizm işletme belgesine sahip konaklama işletmelerine verilmektedir. Yeşil yıldız belgesini alan ilk işletme Calista Luxury Resort) Antalya/ Belek), ikincisi ise Best Western ThePresident Otel’dir (Arısoy, 2010).

Sınıflandırma Kriterleri;

- Su, enerji, çevreye zararlı olan bazı atıkların azaltılmasını sağlamak,

- Enerjinin verimli, uygun kullanılmasını sağlamak,
- Tesis ve çevre uyumunun iş birliğini sağlamak, (mimari, düzenleme çalışmaları, çevre bilinci, gerekli eğitim, ilgili kurum ve kuruluşlarla ortak çalışılması)
- Konaklama işletmelerinin yatırım aşamasından itibaren çevreye hassas olarak planlanmasını, yenilebilir enerji kaynaklarının kullanılmasını içermektedir.

Yeşil yıldız tesis simgesi formu, öncelikle talepte bulunarak devamında belirtilen kriterlerin tamamını karşılayan işletmelere uygulanmaktadır (TÜROFED, 2019). İşletmelere verilecek olan puanlar mevcut kapasiteleri ve çevre etkileri de göz önüne alınarak, tür ve sınıflarına göre belirlenmiştir (Kızılırmak, 2011: 9). Yeşil yıldız alabilmek için uğraşan işletmeler veya belgeye sahip olan işletmeler, daha fazla sosyal sorumluluk örneği göstermekte olup, müşterilerinin daha fazla tercih ettiği işletme olabilmektedirler (Altınöz vd.,2014: 160). Bir konaklama tesisinin yeşil yıldız sertifikasına sahip olması müşteriler tarafından daha fazla tercih edilmesine neden olmaktadır (Özer vd.,2015: 72). Yapılan olan çalışmalar sonucunda, çevre dostu olan ve olmayan oteller arasında bir tercih söz konusu olduğunda çevre dostu otelin seçilme kapasitesinin daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır (Kubickova vd., 2015: 9-10). Çevre uygulamalarını takip eden, yeşil çevre prosedürleri için gerekli işlemleri yerine getirmeye çalışan işletmeler benzer otellere kıyasla rekabet avantajı sağlar (Manaktola ve Jauhari, 2007: 364). Sezen Doğancılı ve Akbulut (2015) tarafından gerçekleştirilen bir çalışmada; çevreye karşı duyarlı olan işletmelerin internet siteleri incelenmiş, yeşil çevre uygulamalarının sitede yeterince kullanılmadığı sonucuna varılmıştır. Akova vd. (2015) ise yapmış olduğu çalışmasında, yeşil yıldız sertifikasına sahip olan işletmelerde rekabet ve kazancın asıl amaç olduğunu ortaya çıkarmıştır.

Çevreye karşı hassasiyet gösteren işletmeler zamanla, daha iyi bir imaja sahip olmak, kar oranlarını arttırmak, çevreye dost yaklaşımını belirlemek, rekabette üstünlük sağlamak için bazı olanak sağlayan amaçlar üzerinde çalışmaya başlamışlardır (Kement, 2013).

Bu çerçevede; doğa ve çevre kaynaklarının verimli kullanılması, işletme çevre bilincinin oluşması ve sağlanan avantajlar bakımından, yeşil yıldız projesinin önemi şu maddeler ile belirtilmiştir; (<http://tuyup.turizm.gov.tr>):

- Rekabette sürdürülebilir üstünlük sağlamak,
- Gelecek nesillere yeşil miras bırakabilmek,
- Bütünleştirici bir tavır ile çevreyi korumak,

- Çevre için zarar oluşturabilecek olan atıkların azaltılmasını sağlamak,
- Enerjinin verimli kullanılmasını sağlamak,
- Su tasarrufunun verimliliğini arttırmak,
- Geri dönüşümü olan maddelerin kullanılmasını teşvik etmek,
- Yenilebilir enerji kaynaklarının teşvik edilmesini sağlamak,
- Çevre bilincini arttırmak,
- Tesis çalışanlarının çevre bilincini arttırmak,
- İş gücünün verimli şekilde kullanılmasını sağlamak,
- İşletmelerin kuruluş aşamasından itibaren çevreye daha duyarlı politikaları kabul etmesini sağlamak,

Diğer yandan Atay ve Dilek’e (2013:217) göre ise; konaklama tesislerinin yeşil çevre anlayışı ile yönetilmeleri turizmin de önemli bir kaynak unsurunu oluşturan çevrenin sürdürülebilir kılınmasına yönelik adım atmalarına sebep olup, yeşil yıldız uygulamasıyla sektörde rekabet üstünlüğü sağlayacaktır.

Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından verilen *Turizm İşletme Belgesi*’ne sahip olan tesislerin tamamı ‘Yeşil Yıldız Belgesi’ ne başvuru yapabilirler. Başvuru şartları öncesi işletmenin mevcut durumu analiz edilir. İstenen nitelikleri yerine getirip getirmediğine bakılır ve şartlarına bağlı olarak alacağı puan hesaplanır (<http://yigm.kulturturizm.gov.tr/>). Sonrasında, sınıflandırma formu doldurulur ve destekleyen tüm gerekli belgeler başvuru dosyasına eklenir. Ön incelemeden sonra başvuru dosyası tamamlanır. Sonrasında ise izlenmesi gereken yollar şu şekilde belirtilmiştir (<http://tuyup.turizm.gov.tr/>);

- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı’na dosya sunulur,
- Dosya incelemeye alınır,
- Uygun görüldüğü takdirde gün verilir, uygun görülmediği takdirde gerekçesi ile ret verilir,
- Denetim esnasında tebliğ içeriği, ilkeleri ve puanlama hususları kontrole tabi tutulur,
- Denetim sonunda belirtilen yeterli puanı alan işletmelere Çevreye Duyarlı Konaklama Tesis Belgesi (yeşil Yıldız) düzenlenir.

Sınıflandırma formu, komisyon tarafından uygulanır. Komisyon, bakanlıktan 2 kontrolör ile turizm belgesi tesislerden oluşan birlikten 1 temsilciden oluşur. Uygulamadan sonra verilen puanların ortalaması alınır.

Tesis için belirlenmiş olan asgari puana ulaşır ulaşmadığına bakılır. Belirtilen puanı aşan tesislere ‘Yeşil Yıldız Belgesi’ düzenlenir. Belge almaya hak kazanan tesisler 2 yılda bir denetime tâbi tutulacak ve asgari puanı karşılayıp karşılamadığı bu süreç içinde kontrol edilecektir. Gerekli olan asgari puanı karşılayan işletmelerin belgelerinin süresi 2 yıl daha uzatılacaktır (<http://yigm.kulturturizm.gov.tr/>).

SONUÇ

Türkiye’de Turizm işletmelerinin sayılarının giderek artması sonucunda çevreye verilen zararların en aza düşürülmesi amacıyla sürdürülebilirlik yaklaşımının benimsenmesi gerekmektedir. Bu yaklaşımdan hareketle sürdürülebilirlik kapsamında ekolojik yaklaşımı peyzaj tasarımları turizm destinasyonlarının peyzaj çalışmalarına entegre edilmelidir.

Turizm ve peyzaj arasında organik bir bağtanınmak gerekir. Tüm dış mekanlarda yapılacak tüm peyzaj çalışmaları, turistlerin hedef ve beklentilerini karşılaması yönünde tercihlerini etkileyecektir. Bu sayede işletmelerin doluluk oranları artarak, turistlerin kalış sürelerinin uzamasına neden olacaktır. İşletmeler sahip oldukları mekan özelliklerini çevre şartlarına daha uygun uyarlamaya başladıkları sürece, turistlerin taleplerine göre şekillenen peyzaj düzenlemeleri de çeşitlilik gösterecektir. Düzenlemelere dahil edilen havuz, çim alanlar, çocuk oyun parkı, amfi tiyatrolar gibi alanlar önemli ayrıcalıklar arasında gösterilecektir.

Diğer yandan turizm ve yeşil çevre arasındaki uyumu yakalayan ve misyon ve vizyonlarına yeşil pazarlama faaliyetlerini de ekleyen işletmelerin rekabet önceliği kazanacağı da günümüz dünyasında öne çıkmaktadır. Bu doğrultuda konaklama tesislerinin yeşil çevre politikalarını hayata geçirmeleri ve desteklemeleri, müşterilerin bu alanda konuya araştırma ve ilgilerinin artması çeşitli sertifika veya ödüllerin önemini vurgulamaktadır. Turizmin ana kaynağının doğal çevredir ve alanda turizm sektöründe yer alan konaklama işletmeleri gün geçtikçe daha çok bilinç sahibi olmaktadır. Bilinçli tüketicinin de artması yeşil pazarlama strateji, uygulamaları ve sistemlerine yönelmeyi bunlardan faydalanmayı kolaylaştıracaktır. Bu durumda işletmeler için olumlu katkılar sağlayacaktır.

Turizm sektöründe faaliyet gösteren birçok işletme çevre üzerinde olumsuz etkiler de oluşturabilmektedir. Bu olumsuzlukları ortadan kaldırmak adına sivil toplum kuruluşları ve devletler tarafından çıkarılmış olan bazı kanun ve teşvik programları oluşturulmuştur. Özellikle konaklama işletmelerinin yaratmış olduğu çevre sorunlarının ortadan kaldırılması veya en aza indirilmesi amaçlı ‘Yeşil Yıldız’ sertifika programı uygulanması önerilmektedir. Bununla birlikte mevcut olan diğer yeşil çevre sistemlerinin tamamı da uygun kriterler sağlandığı durumda önerilebilir ve

uygulanabilir. Çevre bilincini arttırmak, çevreyi korumak konusunda alınacak olan önlemler sadece turizm işletmesi için değil aynı zamanda ülke ekonomisi içinde bir katkı sağlayacaktır. Çevre dostu olan tüm yeşil pazarlama ve politikaların uygulanması işletmeler açısından rekabet ve kazanç unsurunu artırarak diğer tesislere de örnek olacağı düşünülmektedir. Yeşil yıldız belgesi ve çevreye duyarlı olan konaklama tesisi ile hem çevre korunmasına katkı sağlanacak hem de tesislerin tanıtımı ve pazarlamasında avantaj elde edilecektir.

KAYNAKÇA

- Abzari, M., Shad, F. S., Sharbiyani, A. A. A. ve Morad, A. P. (2013). Studying the effect of green marketing mix on market share increase. *European Online Journal of Natural and Social Sciences*, 2(3), 641-653.
- Aghayeva N., Bogenç Ç., (2022), *Mimaride Ekolojik Yaklaşımlar. İKSAD Publishinghouse. Ankara*
- Aklanoğlu, F. (2009). Geleneksel Yerleşmelerin Sürdürülebilirliği ve Ekolojik Tasarım: Konya- Sille Örneği. Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi, Ankara.
- Aklıbaşında, M., 2013. Yahyalı ilçesi ve yakın çevresinin peyzaj potansiyelinin sürdürülebilir turizm ve rekreasyonel kullanımlar yönünden değerlendirilmesi. Doktora Tezi, Atatürk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Erzurum (Yayımlanmamış)
- Akova, O., Yaşar, A. G., Aslan, A. & Çetin, G. (2015). Çalışanların çevre yönetimi algıları ve örgüt kültürü ilişkisi: Yeşil yıldızlı otellere yönelik bir araştırma, *Research Journal of Business and Management*, 2 (2), 169-184.
- Altunöz, Ö., Arslan, Ö. E. ve Hassan, A. (2014). Turistlerin yeşil pazarlamaya yönelik görüşlerinin demografik değişkenler kapsamında incelenmesi. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 43(1), 157-172.
- Arısoy, R. (2010). “Yeşil Yıldız” projesi ile oteller büyük tasarruflar yapabilir. Erişim Tarihi: 12.01.2020, <https://www.turizmuncel.com/makale/yesil-yildiz--projesi-ile-oteller-buyuk-tasarruflar-yapabilir-m120.html>.
- Aşıloğlu, F. (2016). Sustainable landscapedesign in contemporary residentialgardens. In M. Özyavuz (Ed.), *Environmental Sustainability and Landscape Management* (pp. 19-32). Peter Lang GmbH.
- Atay, L. ve Dilek, S.E. (2013), „Konaklama İşletmelerinde Yeşil Pazarlama Uygulamaları: Ibis Otel Örneği“, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(1), ss. 203-219.
- Atay, L., ve Dilek, S., E., (2011), Sürdürülebilir Rekabet Avantajı Sağlamada Turizm İşletmelerinin Yeşil Ürün Uygulamaları: 12. *Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı*, Düzce, 17-31.
- Atıl, Aslı, Bahriye Gülgün ve İsmail Yörük. 2005. Sürdürülebilir Kentler ve Peyzaj Mimarlığı, *Ege Üniversitesi. Ziraat Fakültesi Dergisi. Derg.*, cilt: 42, sayı: 2, sf. 215-226.
- Ayaş, N. (2007), ‘Çevresel Sürdürülebilir Turizm Gelişmesi’, *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(1), ss. 1-11.
- Aydoğan, Ç., Öztürk, S., Işınkaralar, Ö., ve Yılmaz, D. (2024). Visual Landscape Quality Assessment of Natural Parks Nearby The Urban Area in Kastamonu, Türkiye. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 14(3), 403-413.
- Ayeni, D.A. (2013). Potential roles of landscaping in sustainable tourism development in Nigeria: a multivariate analysis. *British Journal of Arts and Social Sciences*, 11(2), 174-185.

- Aykan E. ve Sevim B. (2013), ‘Konaklama İşletmelerinde Çevre Yönetimi Uygulamaları ve Algılanan Kurumsal İtibar Üzerine Etkisi: Kayseri ve Nevşehir Otelleri Üzerinde Bir Araştırma’, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5(3), ss. 93-113.
- Bahar, O. (2006). Turizm sektörünün Türkiye’nin ekonomik büyümesi üzerindeki etkisi: VAR analizi yaklaşımı. *Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 13(2), 137-150.
- Baran, N. ve Sat, N.A. (2015). Sürdürülebilir Turizm Planlaması: Teoriden ve Uygulamadan Örnekler. *2nd International Sustainable Buildings Symposium*, s. 600-606.
- Bean, C., ve Yang, C.-H. (2016). Standards in Sustainable Landscape Architecture
- Bekci, B., (2021). A case study on the interdependence between the coastal ecosystem and humankind, *Ocean & Coastal Management*, 210(3):105666.
- Bekci, B., (2022). Cruise tourism directed to natural and cultural landscape areas in the Black Sea Basin, *Journal of multidisciplinary academic tourism*, 7(2):1-17.
- Bekci, B., Bogenç, Ç., (2022). Borçka District Coruh River Corridor Environmental Design Project. *Dora Yayıncılık*
- Bogenç, Ç., 2020. Rize Der pazarı Turizm Potansiyelinin Arttırılmasına Yönelik Planlama Stratejileri. *International Refereed Journal of Design And Architecture*, Sayı: 21, 180-205.
- Bogenç, Ç., **Bekci, B.**, 2020. Artvin Borçka İlçesi Peyzaj Değerleri ve Turizm Etkileşimi, *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, vol.3(2), 171-181.
- Borg, J. (1999), „Sustainable Tourism and European Natural and Cultural Heritage“, *Tourism and Environment: Natural, Cultural and Socio-Economic Challenges of Sustainable Tourism Proceedings*, 9-11 Eylül 1999, Riga, Latvia, ss. 43-48.
- Bulut, Y. (2003). Palandöken (Tekederesi) Baraj Göleti’nin Rekreatyonel Kullanımlar Yönünden Değerlendirilmesi. *Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 34(1): 89-96.
- Cengiz Gökçe, G. ve Açıksoz, S. (2015). Kültürel peyzaj bileşenleri ve turizm ilişkisinde görsel peyzaj analizi: Nallıhan-Beydili köyü örneği. Konferans bildirisi. *I. Eurasia International Tourism Congress: Current Issues, Trends, and Indicators (EITOC- 2015)*, 409-419.
- Ceylan, S. ve Bulut, İ. (2019). Salda Gölü özel çevre koruma bölgesinde turizm baskısı, koruma ve sürdürülebilirlik. *Türk Coğrafya Dergisi*, 73(2019): 79-89.
- Cook, T. W., & Van Der Zanden, A. M. (2011). *Sustainable Landscape Management; Design, Construction, and Maintenance*. John Wiley & Sons, Inc.
- Cooper, C.P., Fletcher, J., Noble, A., and Westlake, J.N. (1995). Changing Tourism-Demand in Central Europe: The Case of Romanian Tourist Spas. *The Journal of Tourism Studies* 6(2), 30-44.

- Çorbacı, Ö. L. (2014), *Doğal ve Kültürel Değerleri ile Amasra'nın Peyzaj Planlanması*, Doktora Tezi. Ankara Üniv. Peyzaj Mimarlığı A.B.D. Ankara.
- Doğan, M. (2014). Sürdürülebilir Destinasyon Yönetimi Bağlamında Adalar: Bozcaada Üzerine Bir Model Önerisi. Doktora Tezi. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Çanakkale, 237 s.
- Dong-dong, Z., Yu-shan, S., & Le, L. (2009). Study on Sustainable Landscape Design of Abandoned Quarries. *Procedia Earth and Planetary Science*, 1 (1), 1107-1113.
- Dönmez, Y. ve Türkmen, F. (2015). Turistlerin Satın Alma Kararında Peyzaj Düzenlemelerinin Rolü: Belek Örneği. *Turizm Akademik Dergisi*, 2(2).
- Dönmez, Y., ve Türkmen, F. (2018). The relation between the landscape design and brand image in purchase preferences of tourists: the case of Safranbolu and Nevşehir, in Turkey. *Applied Ecology and Environmental Research*, 16(1), 629-643.
- Dönmez, Y., ve Türkmen, F. (2019). Konaklama işletmelerinde peyzaj düzenlemelerinin önemi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(4), 1698-1705.
- Erdogan, N. ve Baris, E. (2007), „Environmental Protection Programs and Conservation Practices of Hotels in Ankara, Turkey“, *Tourism Management*, 28, ss. 604-614.
- Eren, D. ve Yılmaz, İ. (2008), „Otel İşletmelerinde Yeşil Pazarlama Uygulamaları: Nevşehir Örneği“, 13. *Pazarlama Kongresi*, 25-29 Ekim 2008, Nevşehir, ss. 290- 300.
- Esparon, M., Gyuris, E., ve Stoeckl, N. (2014), „Does ECO Certification Deliver Benefits? An Empirical Investigation of Visitors' Perceptions of the Importance of ECO Certification's Attributes and of Operators' Performance“, *Journal of Sustainable Tourism*, 22(1), ss. 148-169.
- Font, X. (2002), „Environmental Certification in Tourism and Hospitality: Progress, Process and Prospects“, *Tourism Management*, 23(3), ss. 197-205.
- Font, X. ve Buckley, R. (2001), *Tourism Ecolabelling: Certification and Promotion of Sustainable Management*, Wallingford: CAB International.
- Giran Taşçıoğlu, S. ve Akpınar, N. (2016). A'WOT analizi tekniği ile turizm alanlarının değerlendirilmesi: kuzey Antalya kültür ve turizm koruma ve gelişim bölgesi örneği. *The Journal of International Social Research*, 9(42).
- Giritlioğlu, İ. ve Güzel, M.O. (2015), „Otel işletmelerinde Yeşil Yıldız Uygulamaları: Gaziantep ve Hatay Bölgesinde Bir Araştırma“, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(40), ss. 889-904
- Gössling, S. (1999), „Ecotourism: A Means to Safeguard Biodiversity and Ecosystem Functions?“, *Ecological Economics*, 29, ss. 303-320.
- Gössling, S. ve Buckley, R. (2016), „Carbon Labels in Tourism: Persuasive Communication?“, *Journal of Cleaner Production*, 111, ss. 358-369.

- GreeningHotels (2016), „GreeningHotels“, <http://www.yesillenenoteller.com/>, (17.11.2024).
- Güngör, S. ve Cengiz, T. (2006). Artvin İlininİklim Konforuna Sahip Rekreasyon ve Turizm Alanları. Kafkas Üniversitesi, *Artvin Orman Fakültesi Dergisi*, 7(1): 69-80.
- Ham, S. ve Han, H. (2013), „Role of Perceived Fit WithHotels“ GreenPractices in theFormation of CustomerLoyalty: Impact of EnvironmentalConcerns“, *Asia Pacific Journal of TourismResearch*, 18(7), ss. 731-748.
- Han, H., Hsu, L.T.J. ve Lee, J.S. (2009), „EmpiricalInvestigation of TheRoles of AttitudesTowardGreenBehaviors, Overall Image, Gender, and Age in Hotel Customers“ Eco-FriendlyDecision-MakingProcess“, *International Journal of HospitalityManagement*, 28(4), ss. 519-528.
- <http://tuyup.turizm.gov.tr/Yayinlar/Yeşil%20Yıldız%20Bilgi%20Broşurü.pdf> (Ziyaret Tarihi 01.12.2024).
- Hüsam, A., Öztürk, S., ve Dönmez, Y. (2021). Parkların peyzaj mimarlığı açısından incelenmesi: Karabük kent merkezi örneği. *Journal of HumanitiesandTourismResearch*, 11(2), 339-346.
- Hüseyinli, E. ve Küçükkancabaş Esen, S. (2018). Türkiye’deki otellerin çevre dostu uygulamalarına yönelik müşteri farkındalığının incelenmesi. *Kırklareli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(3), 162-175.
- Işık, C., Dogru, T., ve Turk, E. S. (2018). A nexus of linearandnon-linearrelationshipsbtweentourismdemand, renewableenergyconsumption, andeconomicgrowth: Theoryandevidence. *International Journal of TourismResearch*, 20(1), 38-49.
- Jimenez-Garcia, M., Ruiz-Chico, J., ve Peña-Sánchez, A.R. (2020). Landscape-andTourism: Evolution of ResearchTopics. *MDPI, Land* 2020, 9(12):1-17.
- Johri, M.L. ve Sahasakmontri, K. (1998), ‘Green Marketing of CosmeticsandToiletries in Thailand’, *Journal of Consumer Marketing*, 15(3), ss. 265-281.
- Kahraman, N. ve Türkay, O. (2014), *Turizm ve Çevre*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Karaküçük, Suat (1999), *Rekreasyon Boş ZamanlarıDeğerlendirme*, Ankara: Gazi Kitabevi
- Kelkit, A., Özel, A.E., 2003. Sürdürülebilir Turizm-Çevre İlişkisi. *Çevre Sorunları Paneli*, 5 Haziran, Çanakkale.
- Kement, Ü., (2013), Genişletilmiş Planlanmış Davranış Teorisi Modeli Kapsamında Yeşil Yıldızlı Otel Müşterilerinin Tekrar Ziyaret Niyetlerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Uygulama, Yüksek Lisans Tezi, *Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Ankar
- Kervankıran, İ. (2011). Afyonkarahisar İlininBaşlıca Doğal, Tarihi ve Kültürel Kaynaklarının Sürdürülebilir Turizm AçısındanDeğerlendirilmesi. Doktora Tezi. Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Coğrafya Ana Bilim Dalı, Afyonkarahisar, 376 s.

- Kızılırmak, İ. (2011). Dünyada ve Türkiye'deki turizm işletmelerinde çevre korumaya yönelik uygulamalar: Amacı ve önemi. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 2, 1-12.
- KTb (b) (2016), "Çevreye Duyarlılık Kampanyası (Yeşil Yıldız)", <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,11596/cevreye-duyarlilik-kampanyasi-yesil-yildiz.html>, (11.12.2024).
- Kubickova, M., Parsa, H. G., Nusair, K. ve Hu, H. S. (2015). Does green hotel image influence guests' behavior: The case of generation Y. *Journal of Services Research*, 14(2), 9-32.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2020). Erişim Tarihi: 11.12.2024, <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-11596/cevreye-duyarlilik-kampanyasi-yesil-yildiz.html>.
- Kuntay, O. 2004. *Sürdürülebilir Turizm Planlaması*. Alp Yayınevi, Yayın No: 21, Turizm Serisi: 1; Ankara.
- Machaira, A., Lampropoulos T. ve Zentelis, P. (2012), „Green Hotelling. A Feasibility
- Manaktola, K. ve Jauhari, V. (2007). Exploring consumer attitude and behaviour towards green practices in the lodging industry in India. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 19(5), 364-377.
- Mihalič, T. (2000), „Environmental Management of a Tourist Destination: A Factor of Tourism Competitiveness“, *Tourism Management*, 21(1), ss. 65-78.
- Özer, L., Kement, Ü. ve Gültekin, B. (2015). Genişletilmiş planlanmış davranış teorisi kapsamında yeşil yıldızlı otelleri tekrar ziyaret etme niyeti. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 33(4), 59- 85.
- Öztürk, S., Çilli, E., Şen, R., ve Gün, Ç. N. (2023). ROD Yöntemi İle Parkların Görsel Peyzaj Kalitesinin Değerlendirilmesi: Kastamonu Örneği. *Türkiye Peyzaj Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 215-225.
- Öztürk, S., Işınkaralar, Ö., ve Yılmaz, D. (2021). Restorasyon Çalışmaları Sonrası Yerel Halkın Algı ve Tutumları (Kayseri Kalesi Örneği). *Doğu Coğrafya Dergisi*, 26(45), 183-194.
- Patan, 2014, Yüksek Lisans Tezi Doğanekent (Giresun) İlçesi Ve Yakın Çevresinin Turizme Yönelik Rekreasyonel Peyzaj Potansiyelinin Peyzaj Planlama İlkeleri Doğrultusunda Belirlenmesi Emine PATAN Atatürk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalı 2014
- Polonsky, M. ve Rosenberger III, P. (2001). Reevaluating green marketing: A strategic approach. *Horizons*, 21-30.
- Rennings, K. (2000). Redefining innovation: eco-innovation research and the contribution from ecological economics. *Ecological Economics*, 32, 319 – 332
- Saatci, G., Güdü Demirbulat, Ö., ve Avcıkurt, C. (2013). Konaklama İşletmelerinde Yeşil İnovasyon Uygulamaları: Bursa Örneği. K. Karamustafa (Ed.), 14. *Ulusal Turizm Kongresi* (20-38). Kayseri: Detay Yayıncılık.

- Şahin, Ş., Çabuk, A. ve Dilek, F. 2001. Sürdürülebilir Peyzaj Planlama Kapsamında Mersin/Tarsus Kıyı Bölgesinin Turizm Açısından Değerlendirilmesi. *A.Ü. Araştırma Projesi*. 98-11-04-001. Ankara.
- Sasidharan, V., Sirakaya, E. ve Kerstetter, D. (2002), „Developing Countries and Tourism Ecolabels“, *Tourism Management*, 23(2), ss. 161-174.
- Sayan, S., (1998). Antalya Kıyı Bandındaki Bazı Turizm Amaçlı Tesislerin Peyzaj Mimarlığı Yönünden İrdelenmesi Üzerinde Bir Araştırma. A.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü. Peyzaj Mimarlığı A.B.D. Doktora Tezi. Ankara.
- Sertkaya, Ş., (2001). Bartın İli Kıyı Bölgesinin Turizm ve Rekreasyon Potansiyelinin Saptanması ve Değerlendirilmesi Üzerine Bir Araştırma. A.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü. Peyzaj Mimarlığı A.B.D. Doktora Tezi. Ankara.
- Seyhan, G. ve Yılmaz, B.S. (2010), „Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Konaklama İşletmelerinde Yeşil Pazarlama: Calista Luxury Resort Hotel“, *İşletme Fakültesi Dergisi*, 11(1), ss.51-74.
- Sezen Doğancılı, O. ve Akbulut, B. A. (2015). Yeşil yıldız çevre etiketine sahip otellerin web sitelerinde yeşil pazarlamayı kullanmalarına ilişkin içerik analizi. *16. Ulusal Turizm Kongresi*, 402-417.
- Sezgin, M. ve Karaman, A. (2008). Turistik destinasyon çerçevesinde sürdürülebilir turizm yönetimi ve pazarlaması. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (19), 429-438.
- Sezgin, O. M., (1995). *Genel Turizm*. Tutibay LTD. ŞTİ. Ankara.
- Stynes, D.J. (1997). Economic impacts of tourism. *Illinois Bureau of Tourism, Department of Commerce and Community Affairs*.
- Terkenli, T.S.; Skowronek, E.; Georgoula, V. (2021). Landscape and Tourism: European Expert Views on an Intricate Relationship. *Land* 2021, 10(327): 1-16.
- Topay, M. ve Küçük, V. (2010). Termal ve Maden Suları Tesislerinde Peyzaj Tasarımının Önemi. *Bartın Orman Fakültesi Dergisi*, 12(17), 83-91.
- Topuzlu, F. K., (1989). Konaklama Tesislerinin Yapım ve İşletmesi Sürecinde Rekreasyon Faaliyetlerine Yönelik Fiziksel Uygulamaların Teorik Nedenleri. Türkiye’de Son On Yılda Turizm Yapılan Sempozyumu, Yıldız Üniversitesi, Ankara.
- TÜRÇEV(2024), “Yeşil Anahtar Programı ve Tarihçesi”, http://www.turcev.org.tr/iceriketa.aspx?icerik_id=15, (2.12.2024).
- Turhan, S., (2010), Turizm İşletmelerinde Yeşil Pazarlama Marmaris Örneği, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Muğla.
- Turizm Dünyası(2008), “Beyaz Bir Yıldız”, <http://www.turizmdunyasi.com.tr/ar-siv/yazi/beyaz-bir-yyldyz>, (08.12.2024).

- Türk, M. ve Gök, A. (2010). Yeşil pazarlama anlayışı açısından üretici işletmelerin sosyal sorumluluğu. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(32), 199-220.
- Türker, N., 2002, Konaklama İşletmelerinde Çevre Duyarlılığı: Konaklama İşletmeleri Yöneticilerinin Çevre Duyarlılığı Bakış Açısına Yönelik Bir Uygulama, Doktora Tezi, *Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Ankara.
- TÜROFED. (2024). Erişim Tarihi: 04.12.2024, <https://www.turofed.org.tr/duyular/yesil-yildiz-formu>.
- Türkmen, F., ve Oranlı, E. C. (2022). Sakin Şehirlerin Sürdürülebilir Destinasyon Pazarlaması Üzerinde Etkileri: Perşembe İlçesi Örneği. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 60-83.
- Tyrrell, T.J. ve Johnston, R.J. (2006). The economic impacts of tourism: a special issue. *Journal of travel research*, 45(1), 3-7.
- Ünlüönen, K., Kızanıklı, M. M. ve Arslan, E. (2011). Otel işletmelerindeki eko-etiket ve sistem yönetim belgelerinin belirlenmesine yönelik bir araştırma. *12. Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı*, 446-455.
- Unur, K. (2004). Turizmin ekonomik etkilerinin ölçülmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(4), 114-142.
- UNWTO. (2015a), „Global Report on Cultural Routes and Itineraries“, *Affiliate-Members Global Reports*, Volume Twelve.
- Usta, Ö. (2009), *Turizm: Genel ve Yapısal Yaklaşım*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Wagner, J. E. (1997). Estimating the economic impacts of tourism. *Annals of Tourism Research*, 24(3), 592-608.
- Wall, G. ve Mathieson, A. (2006). *Tourism, economic, physical and social impacts*. Pearson.
- Yaşar, Y. ve Düzgüneş, E. (2013). Peyzaj Tasarımına Sürdürülebilirlik Kavramının Entegrasyonu: Bir Stüdyo Çalışması. *İnönü Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi*, 7 (2013), 31-43.
- Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, (2024), <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,11596/cevreye-duyarlilik-kampanyasi-yesil-yildiz.html>
- Yeang, K. 2006. Ecodesign: A Manual For Ecological Design. *Wiley-Academy*, Great Britain.
- Yeşiltaş, M., Türkmen, F., ve Ayaz, N. (2011). Otel İşletmelerinde Algılanan Örgütsel Prestijin Örgütsel Vatandaşlık Davranışları Üzerindeki Etkileri. *CÜ İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 12(2), 171-189.
- Yıldırım Saçılık, M. ve Çevik, S. (2014), ‘Çevreye Duyarlı Otelcilik Kapsamında Yeşil Yıldız Uygulaması: Antakya Güngör Ottoman Palace Örneği’, 9th *International Conference: New Perspectives in Tourism and Hospitality*, 25-27 Eylül 2014, Balıkesir, ss. 404-41

- Yıldız, S.B. ve Kılıç, S.N. (2016), “Alman Turistlerin Çevre Bilinci ve Çevre Dostu Otel (Yeşil Otel) Algısının Davranışsal Niyetleri Üzerindeki Etkisi”, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9 (43), ss. 2614-2623.
- Yılmaz, B.S. ve Yumuk, Y. (2013), ‘Türk Turizm Pazarında Çevreye Duyarlı Bir Eğilim: “Yeşil Yıldız” Uygulamaları ve “Yeşil Yıldız” Sahibi Otel İşletmeleri Üzerine Bir Değerlendirme’, 14. *Ulusal Turizm Kongresi*, 5-8 Aralık 2013, Kayseri, ss. 1288- 1300.
- Yılmaz, İ. A., Ünal, A. ve Çakır, G. (2015). Sürdürülebilir turizm literatürü üzerine bir değerlendirme: Türkiye bağlamı. *Mesleki Bilimler Dergisi (MBD)*, 4(2), 55-83

TÜRKİYE’DE SOMUT OLMAYAN KÜLTÜREL MİRAS ÖRNEKLERİ

Büşra DÜZGÜN BAY¹

Halil KORKMAZ²

1. GİRİŞ

İnsanlık tarihindeki derin izler ve kalıcı öğeler kültür ile oluşmaktadır. Kültür öğeleri dans etmek, müzik yapmak, gelenekler, dini ritüeller, el sanatları ve halk hikayeleri gibi unsurları barındırmaktadır. Fakat kültürel miraslar bunlarla sınırlı değildir. Toplamların değerlerini ve yaşam tarzlarını da aynı şekilde kültürel miraslar yansıtmaktadır. Kültürel miraslar geçmişten bugüne ulaşabilen deneyimlerin bir aynası olarak tanımlanabilmektedir.

Kültürel mirasların somut kültürel miraslar ve somut olmayan kültürel miraslar olarak iki başlıkta incelendiği görülmektedir. Somut kültürel miraslar daha çok elle tutulup, gözle görülebilen yapılar, harabeler vb. olarak bilinmekteydi. Zaman ilerledikçe somut kültürel miraslar da kendi içerisinde taşınabilir ve taşınmaz somut kültürel miraslar olarak ayrılmaya başlanmıştır.

Somut olmayan kültürel mirasların tanımlanması ise yakın zamanlara aittir. Türkiye’nin 2006 yılından beri taraf olduğu Somut Olmayan Kültürel Mirasların Korunması Sözleşmesi’ne çok fazla miras kayıt altına alınmıştır. Bu bölümde Türkiye’nin benzersiz hikayelerini barındıran somut olmayan kültürel miraslarının insanlık için ne kadar önemli olduğuna ve bu mirasların korunup değerlendirilmesine vurgu yapılmıştır.

2. KÜLTÜR NEDİR?

Toplamları birbirinden ayıran farklılıkların en önemli sebebinin kültür olduğu düşünülmektedir. İnsanların yaşadıkları yerlerden, yedikleri ve içtikleri her şeyden kültürün birer parçası oluşmaktadır. 1750’li yılların sonlarından itibaren ekip biçmek anlamında gelen “Cultura” kelimesi in-

1 Yüksek Lisans Öğrencisi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği ABD, busraaduzgun@gmail.com, ORCID: 0009-0002-7384-8187.

2 Doç. Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği Bölümü, halilkorkmaz@comu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-6795-9289.

sanların deneyimlerini ve yaşam biçimlerini anlatmak için kullanılmıştır (Uygur ve Baykan, 2007: 32).

Kültürün hayatın her alanında bulunmasından dolayı kelime anlamı için pek çok tanım yapılmıştır. Kültür hakkında kapsamlı olarak yapılan ilk tanım 20. yüzyıl başlarında Edward Burnett Taylor’a ait olduğu bilinmektedir. Taylor’un kültür için yapmış olduğu tanım “kişinin, bulunduğu toplumun bir bireyi olarak elde ettiği bilginin, inancın, sanatın, hukukun, alışkanlıkların ve yeteneklerin harmanlanmasından oluşan bir bütün” şeklindedir (Haviland, 2008: 120). Türk Dil Kurumu’nun (TDK) yapmış olduğu tanıma göre ise kültür, toplumların gelişim süreçleri içerisinde meydana gelen tüm maddi ve manevi unsurların oluşmasında ve nesilden nesile aktarımında faydalanılan, insanların toplumsal ve doğal çevresine hâkim olduğunu yansıtan bir araçtır (TDK, 2023).

Kültürün birçok alanla ilişkisinin bulunmasından dolayı antropoloji, tarih, psikoloji ve sosyoloji gibi alanlarda da bir bütün olarak incelenmektedir (Arslanoğlu, 2001: 245). Kültür insanların yaşayış tarzlarının bir ifadesi olarak tanımlanmaktadır. Kültürün maddi unsur içerisinde yapmış oldukları bir mimari yapı, bu yapının üzerindeki desenler ve işlemler, kullandıkları aletler, yazılan eserler ve yapılan resimlerin hepsi toplumun kültürünü yansıtmak için birer unsur olarak görülmektedir. Manevi olarak ise, örf, adetler, gelenekler ve görenekler, dini inançlar ve ritüeller gibi unsurları barındırmaktadır. Kısacası kültür insanın yaşam mücadelesi içerisinde yaptığı ve ürettiği her şeydir (Azcan, 2013: 5).

3. KÜLTÜREL MİRAS

İnsanlar yaşadığı dönemlerde hayatlarını sürdürebilmek adına yeni aletler, ürünler ve yapılar inşa etmişlerdir. Yaptıkları her bir ürün ya da nesneden hayatlarını sürdürdükleri sürece faydalanmışlar ve arkadan gelen nesillerde bu ürünleri yaşamlarının birer parçası olarak kullanmaya devam etmişlerdir. İlk zamanlardan şimdiki zamanlara bıraktıkları ne varsa birer miras olarak değer kazanmıştır. TDK’nın yapmış olduğu tanıma göre miras; “bir neslin gelecek nesile aktardığı şey” şeklinde ifade edilmektedir (sozluk.gov.tr, 2024).

Kültürel mirası ise geçmişin geleceğe bir yansıması olarak değerlendirmek mümkündür. Kültürel miras, bir topluma ait ortak geçmişi anlatan, toplumda birlik ve beraberlik duygusuna güç veren, insanların hayatlarını idame ettirdikleri süre boyunca edinmiş oldukları tecrübelerin ve deneyimlerin sürdürülebilirliğini sağlayan,

gelecekteki neslin yaşamını şekillendiren değerler topluluğu olarak bilinmektedir. Kültürel miras, geçmiş zaman ile şimdiki zaman arasında bağlantıyı srdrererek, içinde bulunulan zamana ve kültüre temel oluşturmakta önemli bir kaynaktır (ipkb.gov.tr, 2024).

İnsanlının varlının ortaya çıkmasından itibaren, bulundukları toplumlarda inşa ettiklerini kapsayan, içinde bulunulan son dönemlere kadar varlını sürdürebilmiş değerlerin hepsi kültürel miras olarak bilinmektedir (Uysal, 2018: 6). Kültürel miras bir değerler bütünüdür. İnsanlar arası iletişimde, ilişkilerin kurulmasında ve aktarılmasında, bir yapısının inşasında ya da bir kitabın yazılmasında elde edilen her şeyi tanımlamak mümkündür. Bu bağlamda geçmişin izlerini geleceğe aktarma olarak kültürel miras kavramı değerlendirilebilir. Kültürel mirasların kalıcılığı için koruyup kayıt altında tutmak büyük önem taşımaktadır (Karaca vd., 2017). Kültürel miras, somut olan kültürel miras ve somut olmayan kültürel miras şeklinde iki alt başlıkta incelenmektedir.

3.1. Somut Kültürel Miras

Kültürel miraslar ilk başlarda sanatsal değere sahip tarihi eserleri kapsadığı dşnlmekteydi. Somut kültürel miraslar tarihi eski yapılar olan tapınaklar, katedraller ve camiler gibi yapıları içermektedir. Arkeolojik alanlarda ortaya çıkarılan antik şehirler, yerleşim alanları ve mezarlıklar da somut kültürel miraslar kapsamında değerlendirilmektedir (Mckercher ve Cros, 2003: 46). Bunların dışında sanat eserleri adı altında bulunan el sanatları, halılar, mobilya ve mücevherler ile doğal alanlar olarak bilinen parklar, bahçeler ve ormanlık alanlar somut kültürel mirasın birer parçası olarak kabul edilmektedir (Aslan ve Ardemagni, 2006: 8).

Geçmiş nesillerin yaşam tarzlarını yansıtan ve gelecek nesillere aktarılan somut olan kültürel miraslar taşınabilir somut kültürel miraslar ve taşınamayan somut kültürel miraslar olmak üzere ikiye ayrılmaktadır (Ahunbay, 2007: 22). Taşınabilir somut olan kültürel miraslar; el yapımı toprak kaplar, el yazma eserler, sikkeler ya da cins paralar, çiniler ve resimler şeklinde sıralanabilir. Taşınmaz somut olan kültürel miras; Medreseler, ibadethaneler, orta oyunları, hamam kültürü, müze ve ren yerlerini içermektedir (Uysal, 2018:8).

3.2. Somut Olmayan Kültürel Miras

29 Eylül – 17 Ekim 2003 tarihleri aralığında UNESCO (Birleşmiş Milletler Eğitim Bilim ve Kültür rgt) tarafından 32. Genel Konferansı'nda imzalanan Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korun-

ması Sözleşmesi'nin ardından Somut olmayan kültürel miras kavramı ortaya çıkmıştır. UNESCO, kültürel varlıkları muhafaza etmek ve korumak amacıyla somut olmayan kültürel miras oluşumunu ele almıştır. Ele alınan bu oluşum doğrultusunda UNESCO, 2003 yılında somut olmayan kültürel miras kavramını, “*toplulukların, grupların ve kimi durumlarda bireylerin, kültürel miraslarının bir parçası olarak tanımladıkları uygulamalar, temsiller, anlatımlar, bilgiler, beceriler ve bunlara ilişkin araçlar, gereçler ve kültürel mekânlar*” olarak tanımlamıştır. (Birleşmiş Milletler Eğitim Bilim ve Kültür Örgütü [UNESCO], 2023).

Somit olmayan kültürel miraslar toplumların bir arada kalmalarına vesile olan uygulamalar ve gelenekleri barındırmaktadır. Somut olmayan kültürel miras toplumların kültürlerinin oluşmasında temeli oluşturan önemli bir dokudur (Turan, 1990:13). Bu dokular, ritüeller ve gelenekler kültürlerin ve toplumların devamlılığını sağlaması açısından önemli bir etken olarak görülmektedir. Somut olmayan kültürel miras toplumların geçmişleri, kendine has oluşu ve çevre ile kurulan iletişimin kesilmesine izin verilmeden nesillere aktarılması durumudur. Bu aktarımın kesilmesi toplumların benliklerine sahip çıkmasında önemli rol oynamaktadır (Oğuz, 2013: 30-57).

Somit olmayan kültürel miras tarihi kalıntılardan ya da tarihi yapılardan farklı olarak değerlendirilmektedir. Somut olmayan kültürel miras sözlü aktarımın, işitme ve görme duyularının ön planda olduğu, dini ritüeller ve maneviyatları barındırmaktadır (Köşlökkaya, 2013: 126). Somut olmayan kültürel mirasın korunması sözleşmesinde bahsi geçmekte olan başlıklar ise şunlardır (Kültür ve Turizm Bakanlığı [KTB], 2023);

- Sözlü öğretiler ve anlatılar,
- Gösteri içerikli sanatlar,
- Toplumsal gelenekler, festivaller ve ritüeller,
- Doğayı ve evreni içine alan uygulamalar ve bilgiler,
- El sanatları öğretileri.

Yukarıda belirtilen bu başlıklar dahilinde Türkiye, 25 unsur kaydet-tirerek UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras Listesine en çok unsur kaydettiren 3 ülkeden bir tane olmuştur.

Bahsi geçen 25 unsur sözleşmenin 16. 17. ve 18. inci maddelerinde üç ana başlığa ayrılmaktadır. Bunlar (UNESCO, 2023);

- “*İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirası Temsilî Listesi*”

- “*Acil Koruma Gerektiren Somut Olmayan Kùltürel Miras Listesi*”
- “*Korumanın İyi Uygulamaları Kaydı*”

Türkiye sınırları içerisinde olan ve henüz listeye alınmamış pek çok somut olmayan kùltürel miras bulunmaktadır. Sahip olunan bu zenginliklerin korunup nesillere aktarılması kalıcılık ve devamlılık için önem taşımaktadır (Oğuz, 2013: 65). Türkiye, UNESCO tarafından Somut olmayan kùltürel miras listesine “*İnsanlığı Somut Olmayan Kùltürel Mirası Temsilî Listesi*” alanında 23 adet, “*Acil Koruma Gerektiren Somut Olmayan Kùltürel Miras Listesi*” alanında ise 2 adet olmak üzere toplam 25 adet kùltürel öge kaydettirmiştir. Bu unsurları listelemek gerekirse (UNESCO, 2023);

Meddah geleneği: Türk kùltürünün önemli öğelerinden biri olan Meddah geleneği, geleneksel bir hikâye anlatıcılığı geleneği olarak bilinmektedir. Meddahlar, sözlü anlatım yoluyla öyküler anlatarak seyircileri eğlendirmekte, düşündürmekte ve eğitmektedirler. Meddah geleneğin kökeni, Osmanlı İmparatorluğu dönemine kadar uzanmaktadır ve genellikle köy meydanlarında ya da sokaklarda gerçekleştirilmektedir. 11. ve 12. Yüzyıllarda gelişmeye başlayan geleneksel tek kişilik Türk tiyatrosu, Orta Asya’nın da sözlü edebiyat ve halk tiyatrosundan beslenerek bir sanat halini almış şeklinde yorumlanabilir (Kaim, 2006: 272).

Meddahların anlattıkları öyküler, genellikle günlük hayatın kesitler, efsaneler ve öğüt verici hikayeler olarak yansımaktadır. Meddahlar, öyküleri anlatırken sadece sözleri değil, beden dilini, mimikleri ve ses tonlarını da kullanarak anlatım etkisini artırmaktadırlar. Meddahlar, geleneksel olarak tek kişi olarak performans sergilemektedirler ve sahneye çıkarken bir elinde tespih, diğeri elinde ise bir mendil tutmaktadır. Meddah geleneği hala yaşatılmakta olup, bazı meddahlar geleneksel performanslarını sürdürürken bazıları da modernizasyon çerçevesinde yeni teknikler ve materyaller kullanarak öykü anlatmaya devam etmektedirler. Meddahlar, mizah yeteneği güçlü anlatıcıları olarak tabir edilmektedirler (Bars, 2019: 12).

Mevlevi Sema Törenleri: Mevlevi tarikatının dini ritüellerinden biri olan sema ayini, meditasyon ve dini anlamda bir arınma amacı taşıdığı bilinmektedir. Mevlevi sema törenleri, Türk tasavvuf müziği ve dansının en önemli temsilcilerinden olan Mevlevi tarikatının sembolik bir ritüeli olduğu bilinmektedir. Bu törenlerde, semazenler adı verilen dansçılar sema yaparak Allah’a yakınlaşmayı ve O’na ulaşmayı simgeleyen hareketler sergilemektedirler. Sema gösterisinde bulunan her bir parça farklı güzellikler

ve ifadeler yansıtmaktadır. Ayrıca Sema törenlerinde gösterinin yapıldığı alan, renkler ve giyilen kıyafetlere kadar her parçanın bir sembol olduğu ifade edilmektedir (Bayru, 2006: 273).

Mevlevi sema törenleri, genellikle Konya'daki Mevlâna Müzesi'nde gerçekleştirilmektedir. Törenin başlangıcında, semazenler beyaz giysileriyle sahneye çıkarlar ve birbirlerine selam verirler. Ardından, bir müzik aleti olan ney eşliğinde semazenler dönerek sema yapmaya başlamaktadırlar. Semazenler, dönüşleri sırasında sağ elini göğsünde tutarak sembolik bir şekilde Allah'a doğru yönelirler. Mevlevi sema törenleri, Mevlevi tarikatının öğretilerini yansıtmakta ve manevi bir anlam taşımaktadır. 1950 yılından beri ise Şeb-i Arus törenleri bir gelenek haline gelerek her yıl gerçekleştirilmektedir (Uzun, 2014: 38).

Aşıklık geleneği: Aşıklık geleneği Orta Asya'dan gelerek Anadolu'ya yerleşen Türkler tarafından getirilmiş bir kültür olarak bilinmektedir. Türk kültürünün geleneksel bir sanat ve edebiyat geleneği olarak devam etmektedir. Türk halk müziği sanatçıları olarak tanımlanan aşıkların şiir okuma, türkü söyleme ve halkın sorunlarına çözüm arama gibi faaliyetleriyle oluşan bir gelenek şeklini aldığı bilinmektedir.

Aşıklar genellikle saz çalarak ve sözleri kendileri yazdıkları şiirleri okuyarak performans sergilemektedirler. Şiirlerde genellikle aşk, doğa, toplumsal olaylar gibi konular işlendiği görülmektedir. Söylenen sözler dışında çalınan sazın melodisi de önemli yer tutmaktadır. Ayrıca bazı aşıklar halk hikayeleri de anlatmaktadırlar. Aşıkların performansları, genellikle düğün, cenaze, bayram gibi özel günlerde ya da kahvelerde gerçekleştirilmektedir. Aşıklar yaşadıkları toplumların hislerini sözleriyle paylaşabilen sanatçılar olarak tanımlanmaktadır (Heziyeva, 2010: 89).

Karagöz ve Hacivat: Geleneksel Türk gölge oyunu olarak bilinen Hacivat ve Karagöz oyunu perdeye yansıtılarak kuklaların oynatılması şeklinde gerçekleştirilmektedir. Karagöz ve Hacivat olarak bilinen karakterler ile birlikte oynanmaktadır ve en bilindik geleneksel gölge oyunudur. Hacivat ve Karagöz, 14. yüzyılda Osmanlı İmparatorluğu'nda sergilenmeye başlanmış ve günümüzde Türkiye olmak üzere, diğer Türk kültürü etkisi altındaki ülkelerde de yaygın olarak oynatıldığı bilinmektedir.

Karagöz ve Hacivat, iki karakterin diyaloglarından oluşan bir gölge oyunu şeklinde sergilenmektedir. Oyun, perde arkasındaki ışık kaynağına yönelik ayarlanmış bir perde üzerine oynatılmakta ve her iki karakterin de gölgesinin birbirine yansıtıldığı bir sahne üzerinde gerçekleştirilmektedir.

Karagöz, güçlü, cesur ama aynı zamanda aptal bir karakteri canlandırmaktadır. Hacivat ise daha zeki, nüktedan bir karakteri yansıtmaktadır. İkili arasındaki diyalogların anlatımı genellikle mizahi bir şekilde gerçekleştirilmektedir. Rivayetlere göre bugünlere kadar ulaşabilmesinin sebebi Evliya Çelebi'nin Seyahatnamesinde bahsetmesinden kaynaklı olduğu düşünülmektedir (Avcı, 2020: 299).

Nevruz: Bahar Ekinoksunun (gündönümü) ve yeni yılın başlangıcının kutlandığı bir gelenek olarak bilinmektedir. Nevruz kelimesi Farsça kökenli olup “yeni gün, yeni mevsim” anlamlarına gelmektedir. Nevruz, Türkiye başta olmak üzere Orta Asya, Kafkaslar, İran ve Afganistan gibi ülkelerde kutlanmaktadır. Nevruz bayramı, Türklerin Ergenekon'dan çıkışının temsili olarak da diğeri bir adıyla “Ergenekon Bayramı” olarak bilinmektedir (Şengül, 2008: 62).

Nevruz kutlamaları, genellikle 21 Mart'ta yılbaşı olarak gerçekleştirilir. Kutlamalar, baharın gelişi, yenilenme ve doğanın uyanışı ile ilgilidir. Ayrıca Türklerde diriliş bayramı olarak da kutlanmaktadır (Rayman, 2002: 11). Nevruz kutlamaları, geleneksel danslar, müzikler ve yemeklerle birlikte şenlik havasında coşku ile kutlanmaktadır. Kökeni binlerce yıl öncesine konumlandırılan Nevruz, genellikle açık hava alanlarında yapılır, sembolik olarak ateş yakmakla başlar ve sonrasında geleneksel danslar ve müzikler eşliğinde coşkuyla kutlamalar devam eder (Kapağan, 2019: 49).

Geleneksel sohbet toplantıları: Sohbet toplantıları, katılımcılar arasında birlik ve dayanışma hissi yaratan önemli bir sosyal etkinlik niteliği taşımaktadır. Toplantılara herkes katılabilmektedir. Sohbet toplantılarında herkes görüşlerini özgürce ifade edebileceği bir ortam yaratmaya çalışmaktadırlar. Geleneksel sohbet toplantıları, Türk kültüründe uzun bir geçmişe sahip olduğu bilinmektedir ve hala birçok insan tarafından sürdürülen bir gelenek şeklinde faaliyet göstermektedir. Geleneksel sohbet toplantıları, toplumun bulunduğu yerde sahip olduğu kültürün özellikleri ile bir araya gelen katılımcıların hem eğlenme hem öğrenme ve bilgilenme amacı ile gerçekleştirilen toplantılar olduğu bilinmektedir (Şahin ve Özdemir, 2018: 566).

Geleneksel sohbet toplantıları Türk kültürünün önemli bir parçası olduğu ifade edilmektedir. Bu toplantılar, genellikle evlerde veya kahvehanelerde düzenlenir ve katılımcılar arasında açık bir tartışma ortamı yaratılmaktadır. Toplantılar esnasında bahsi geçen konular, genellikle güncel, edebi veya kültürel konular, tarih veya din konuları gibi çeşitli konuları içerebilmektedir. Sohbet toplantıları, katılımcılar arasında birlik ve dayanışma hissi uyandıran önemli bir sosyal etkinlik olarak yorumlanabilir. Toplantılara herkesin katılabildiği aynı zamanda herkesin görüşlerini özgürce ifade edebileceği bir ortam yaratıldığı bilinmektedir. Bu nedenle

geleneksel sohbet toplantılarını gerçekleştiren kişilerin inançları ve dahil oldukları etnik gruplar genellikle sorgulanmamaktadır (Akmaz ve Akdağ: 2010: 393).

Geleneksel sohbet toplantılarının devam etmesi, Türk kültürünün gelecek nesillere aktarılmasına yardımcı olmaktadır. Geleneksel sohbet toplantılarının devamlılığının sağlanabilmesi adına 2010 yılında UNESCO tarafından Somut Olmayan Kültürel Miras Listesine kaydedtirilmiştir (KTB, 2023).

Alevi-Bektaşî Semah Gösterileri: Alevi-Bektaşî semah gösterileri hissedilen duyguların görsel bir şölene dönüşmesi olarak tanımlanabilir. Aşk ve bade gibi konular üzerine Kırklarla ilgili olan yazıların bestelenerek söylenmesine “semah” denilmektedir (Dönmez, 2014: 192).

Alevi-Bektaşî topluluklarının yaptığı semah dairesi dini, sosyal ve kültürel bir etkinliğin temsili şeklinde bilinmektedir. Semah, dönerek yapılan bir bağlantı kurma ve anma türüdür. Semah gösterileri, genellikle bir grup insanın bir araya gelerek yapılmasıyla gerçekleştirilmektedir. Semah gösterileri sırasında, semahçılar belirli bir düzen içinde dönerek ilahi söylemler ve birbirleriyle el ele tutuşurlar. Semah gösterileri, sadece bir dans gösterisi olarak değil, aynı zamanda bir duygusal deneyim olarak da görülmektedir. Vücudun estetik ve mistik bir biçimde gerçekleştirdiği ritmik hareketler şeklinde bilinmektedir (UNESCO, 2023).

Kırkpınar Yağlı Güreş Festivali: Kırkpınar Yağlı Güreş Festivali, yaklaşık 650 yıldır kesintisiz olarak düzenlenmekte ve dünyanın en eski spor etkinlikleri arasında yer aldığı ifade edilmektedir. Türkiye’nin Edirne şehrinde her yıl düzenlenen, tarihi ve geleneksel bir güreş etkinliği olan Kırkpınar yağlı güreş festivalleri uzun bir geçmişe sahip olmasından dolayı ortaya çıkışı hakkında da pek çok efsaneye sahip olduğu bilinmektedir. Edirne İl Kültür ve Turizm Bakanlığının (2023) internet sitesinde paylaşmış olduğu Kırkpınar Efsanesi şu şekildedir;

“Rumeli’nin fethi sırasında Orhan Gazi’nin kardeşi Süleyman Paşa 40 askeriyle Domuzhisarı Kalesi ile birlikte birkaç kaleyi de ele geçirir. Bu birlik geri dönerken, bugün Yunanistan sınırları içerisinde kalan Samona’daki molalarında güreş tutuşurlar. Bunlardan ikisi yenilemezler. Daha sonra iki güreşçi bir Hıdırellez gününde (6 Mayıs) yeniden güreşe tutuşurlar. Güreş sabah erkenden başlayıp gece yarısı iki güreşçinin ölümüne kadar sürer. Arkadaşları tarafından orada bulunan bir incir ağacının altına defnedilirler. Yıllar sonra arkadaşları aynı yere tekrar geldiklerinde İki pehlivan arkadaşlarının gömülü oldukları yerde temiz ve gür pınarların şırl şırl aktığını görürler. Bunun üzerine o yer “Kırkpınar” olarak adlandırılır ve böylece Kırkpınar Yağlı Güreş geleneği başlar”

Festivalde, Türkiye'nin farklı bölgelerinden gelen güreşçiler, vücutlarını yağlayarak hazırlanırlar ve şampiyonluk için erdemli bir şekilde mücadele ederler. Galip gelen pehlivan kibirlenmeden mağlup olan rakibini kaldırıp teselli verirken mağlup olan rakip ise mağlup olduğu rakibini ustası olarak kabul edip elini öper (Güven, 1999: 74).

Kırkpınar Yağlı Güreş Festivali, sadece bir spor etkinliğı olarak değıl, aynı zamanda Türk kültürünün ve tarihinin önemli bir yansıması olarak da kabul edilmektedir. Festival, Türk toplumunda birlik ve dayanışmayı simgelemekte ve Türk kültürünün zenginliğini ve çeşitliliğini yansıtmaktadır.

Geleneksel Tören keşkeğı: Tören keşkeğı, Türk kültüründe birlik ve beraberlik, paylaşma, misafirperverlik, aile bağları ve toplumsal dayanışma gibi değerleri simgelemektedir. Türk kültüründe önemli bir yere sahip olan geleneksel tören keşkeğı özel günlerde yapılmakta olan bir yemektir. Özellikle düğün, bayram, cenaze, asker uğurlama gibi günlerde yapılmakta ve davetlilere ikram edilmektedir. Tören keşkeğı, birçok farklı malzemenin bir araya getirilmesiyle hazırlanır. Keşkek malzemeleri, büyük bir kazanda pişirilmektedir. Katılan malzemeler birbirleriyle uyumlu bir lezzet oluşturmaları için uzun süre kaynatılmaktadır. Geleneksel tören yemeğı olarak bilinen keşkek genellikle buğdayın et veya tavuk ile birlikte pişirilerek yapımından gerçekleştirilmektedir (Bogoliubova ve Nikolaeva, 2017: 95).

Yapım aşamasına başlarken keşkek için kullanılacak buğdaylar dövülür, ardından pişirilir ve sonrasında pişirilen yerde bulunan kişilerin yardımlaşarak sırayla dövülme işleminin gerçekleştirildiğı bilinmektedir. Bu yönüyle yardımlaşma unsuru ön plana çıkmaktadır ayrıca kültürel bir sembol olarak betimlenmektedir (Türker ve Çelik, 2012: 92). Geleneksel tören keşkeğı bir yemek olması yanı sıra Türkiye'nin somut olmayan kültürel miras listesinde Türk kültürünün bir değerini yansıtmaları yönünden de yerini almaktadır (Deniz ve Yavaş, 2020: 681).

Mesir Macunu Festivali: Mesir Macunu festivali, Türkiye'nin Manisa şehrinde her yıl düzenlenen geleneksel en eski festivallerden biri olarak bilinmektedir. 16. Yüzyılda başlatılan festival, Osmanlı İmparatorluğu'nun padişahı Sultan II. Bayezid'in annesi Hafsa Sultan ile bağlantılı olduğu şeklinde bahsedilmektedir. Mesir macunu hakkında bilinen bir hikâyeye göre, Hafsa Sultan'ın üzüntü ve hastalıkla dolu günler geçirdiğı bir dönemde, ünlü hekim Merkez Efendi, karışık bir formülle hazırladığı "mesir macunu" adlı ilacı Sultan'a vermiş ve onun sağığına kavuşmasını sağlamıştır. Bu olaydan sonra, Hafsa Sultan, Mesir Macununu halka dağıtarak tüm vatandaşların sağık, mutluluk ve refah içinde yaşamasını istemiş ve her yıl 21 Mart Nevruz bayramının kutlandığı tarihte Mesir Macunu Festivali düzenlenmesini emretmiştir (Erdoğan Aksu, 2017: 92).

Mesir Macunu Festivali, Manisa halkı için aynı zamanda geleneksel değerleri yaşatmak, birlik ve beraberliği pekiştirmek, kültürel mirasları korumak ve tanıtmak gibi önemli bir misyonu da taşımaktadır. Bu sebeple festival boyunca, geleneksel kıyafetler giyen insanlar sokaklarda dans ve müzik eşliğinde eğlenmektedirler. Ayrıca festivalin en önemli etkinliği, Manisa Ulu Camii minaresinden halka geleneksel formüle sadık kalınarak hazırlanan ve içerisinde 41 farklı baharat, meyve ve bitki bulunduran Mesir Macunu dağıtılmasıdır (Sarıcı ve Özbay, 2023: 671).

Türk Kahvesi ve Geleneği: Türk kahvesi ve geleneği, zengin bir kültürel miras taşımaktadır. Türk kahvesi, kavrulmuş kahve çekirdeklerinin öğütülüp bir tür cezvede kaynatılmasıyla elde edilen yoğun aromalı bir kahve türü olarak bilinmektedir. Türk kahvesi lezzetinin sırrını kavrulma biçimine borçludur. Fazla ya da az kavrulma yapılırsa lezzetini ve kokunu kaybetmektedir. Türk kahvesi ne kadar taze olursa kalitesi o kadar fazla olarak yorumlanmaktadır. Bu sebeple önceden hazırlanıp stoklanmaz, anlık ihtiyaç durumunda kişi sayısına göre hazırlanmaktadır (Balcı, 2019: 324).

Türk kahvesi ve geleneği, birçok sosyal etkinlik ve geleneksel ritüel ile ilişkilidir. Türk kahvesi, aile ziyaretleri, dost toplantıları, düğünler ve diğer özel etkinlikler gibi sosyal buluşmalarda sıkça sunulan bir içecektir. Bunların yanında sohbet toplantıları, yemek sonrası ikram ve kız isteme merasimlerinde de sosyal hayatın katkılarıyla da önemli bir yer barındırmaktadır (Yönet Eren ve Ceyhun Sezgin, 2018: 709).

Türk kahvesi, sosyal hayatın yanı sıra Türk mutfağının da önemli bir parçasıdır. Yemek sonrası içilen Türk kahvesi, yemeği tamamlayan bir unsur konumundadır (Durukan, 2017:11). Ayrıca, Türk kahvesi üzerinde yapılan fal bakma geleneği de yaygın olarak uygulanmaktadır. Bu bağlamda Türk kahvesi kendine özgü bir kültür oluşturmuştur (Bulduk ve Süren, 2008: 301).

Ebru: Türk Kâğıt Süsleme Sanatı: Ebru sanatının kökenleri, Orta Asya'da bulunan Türklerin göçebe hayat tarzıyla ilişkilendirilmektedir. Türkler ile Anadolu'ya gelmeden önce pek çok farklı isimle anılmış, Anadolu'ya gelmesinden itibaren ise Ebru olarak anılmaya başlanmıştır (Barutçugil, 2006). Ebru, Türklerin ortaya çıkardığı bir kâğıt süsleme sanatı olarak bilinmektedir. Bu alana özel bir boya tekniği ile su üzerine yapılan desenlerin kâğıda aktarılmasıyla gerçekleştirilmektedir. Bu sanat formu, suya damlatılan ve özel bir şekilde karıştırılan boyaların yüzeyinde oluşturduğu desenlerin kâğıt üzerine aktarılmasıyla ortaya çıkmaktadır. Ebru, birbiriyle uyumlu renklerin ortaya çıkardığı güzel görselli ahengin sanata yansması olarak tanımlanmaktadır (Erdoğan, 2011: 54).

Ebru sanatı, rastlantısal ve sürrealist bir yaklaşıma dayanır. Su üzerindeki hareketler ve boya damlacıklarının serbest düşüşüyle oluşan desenler, sanatçının kontrolü dışında doğal bir şekilde ortaya çıkar. Bu nedenle, her ebru eseri benzersiz ve orijinaldir. Ebru sanatı, kitap süslemeleri, hat yazıları, minyatürler, duvar süslemeleri, el sanatları ve hediyelik eşyalar gibi farklı alanlarda da etkisini göstermektedir. Ayrıca ebru tekniğıyle süslenmiş olan şallar, elbiseler dekoratif ve hediyelik eşyalar da yapıp satışı sunulmaktadır (Elbeyi ve Türkoğlu, 2019: 107).

İnce Ekmek Yapımı ve Paylaşımı Geleneğı: Türkiye sınırları içerisinde en çok bilinen ekmek kültürü olan ince ekmek yapımı ve paylaşımı geleneğı, ince ve genellikle yuvarlak bir şekilde açılan hamurun, taş fırınlarda veya sac üzerinde pişirilerek elde edildiğı bir ekmek çeşididir. Bu ekmek, Türk mutfağında çeşitli yemeklerin yanında veya dürüm şeklinde kullanılır (Ceyhun Sezgin ve Bülbül, 2017: 1087).

İnce ekmek yapımı ve geleneğı, Türk kültüründe toplumun birleştirici ve paylaşımcı özelliklerini yansıtan önemli bir unsur olarak görölmektedir. Evlerde ve fırınlarda geleneksel olarak yapılan ince ekmek yapımı, genellikle aile bireyleri veya komşular arasında bir sosyal etkinlik haline dönüşmektedir. Hamurun hazırlanması, yoğurulması ve şekillendirilmesi gibi adımlar, bir arada çalışmayı ve birlikte vakit geçirmeyi teşvik etmektedir. İnce ekmek yapımı aynı zamanda toplumsal dayanışmayı ve güçlü ilişkileri simgeleyen bir gelenek olarak bilinmektedir (kulturportali.gov.tr, 2023).

İnce ekmek, Türk mutfağında birçok yemekle birlikte servis edilebilmektedir. Özellikle kebaplar, döner, pide, lahmacun ve dürümler ince ekmek üzerinde sunulmaktadır. Ayrıca, kahvaltılarda veya çeşitli meze ve salatalarla birlikte de tüketilmektedir. Bu yemekler, ince ekmeğın esnek yapısı ve lezzetiyle birleşerek Türk mutfağının karakteristik tatlarını ortaya çıkarmaktadır. Aynı zamanda kızdırılmış saclar üzerinde pişirilen bu ince ekmeklere lavaş veya yufka da denilmektedir (Çetinkaya, 2018: 440).

Geleneksel Çini Sanatı: Türkiye’de Geleneksel Çini Sanatı, binlerce yıllık bir geçmişe sahip olan bir sanat formu şeklinde tanımlanmaktadır. Halk arasında bir çeşit killi toprağın şekillendirilmesi ve astarlanıp pişirilerek üzeri motiflerle bezenen, son aşamasında ise sırlanıp fırına sürölen seramik formdaki eşyalara “çini” adı verilmektedir (Sezer Geniş, 2020: 15).

Geleneksel Türk Çini Sanatı, el işçiliğı ve detaylı süslemeleriyle dikkat çekmektedir. Gündelik yaşamda her yerde karşılaşılabilecek olan çiniler yaşam tarzlarına ve estetik anlayışa göre modern tasarımlarla birleştirilip çağdaş seramik eserler halini almaktadır. Bu bağlamda geçmiş ile bugün arasında aidiyetlik duygusunun ve kültür bağının devamlılığı ve kültürel mirasın korunması açısından büyü bir önem arz etmektedir (kulturportali.gov.tr, 2023).

Bahar Bayramı Hıdırellez: Hıdırellez, Türk toplumlarının hemen hemen hepsinde baharın gelişini kutlamak amacıyla düzenlenen bir etkinlik olarak bilinmektedir. Halk arasında sürdürülen bir geleneğe göre baharın başlangıcı 6 Mayıs kabul edilir ve 187 gün boyunca devam etmektedir. Baharın başlangıcı kabul edilen 6 Mayıs tarihinden sonra bazı gelenek ve görenekler gerçekleştirilmektedir (Acıpayamlı, 1973: 21).

Anadolu ve Balkan Türkleri arasında Hızır veya Hızır-İlyas olarak bilinen olayın Hıdırellez ya da Nebi Bayramı olarak gerçekleştirilmesidir. Türk toplumlarının inanışına göre Hızır ve İlyas'ın senede bir defa olmak üzere bir araya gelişini kutlamak adına şenlikler ve etkinlikler düzenlenmektedir (Döğüş, 2015: 87). Hızır ile İlyas'ın birleştiği günün 6 Mayıs olduğuna ve bu tarihin doğanın canlanmasının başlangıcı olduğuna inanılmaktadır. Bu bağlamda her 6 Mayıs tarihinde *Bahar Bayramı* olarak bilinen *Hıdırellez* kutlanmaktadır.

Hıdırellez, sözlü ifadelerle, görsel etkinliklerle, toplumu bir araya getiren aktiviteler, ritüel halinde festivaller, tabiat ve evren gibi somut olmayan kültürel miransın dört unsurunu barındırmaktadır. Hıdırellez etkinlikleri yüzyıllardır kutlanmakta olup Türkiye ve Makedonya'nın ortak somut olmayan kültürel mirası kabul edilmiştir. Aynı zamanda Türkiye'de Hızır-İlyas, Ederlezi, Kakava, Haftamal, Eğrilce, Eğrice isimleriyle de bilinmektedir (aregem.ktb.gov.tr, 2023).

Dede Korkut-Korkut Ata Mirası: Kültürü, Efsaneleri ve Müziği: Dede Korkut- Korkut Ata Mirası, Oğuz Türklerinin tarih öncesi dönemlerinde yaşamış olduğu kahramanlıkların destan, masal ve müzikler aracılığıyla Türk halk kültürüne önemli bir miras olarak kabul edilmiş önemli bir unsur olarak ifade edilmektedir. Aynı zamanda Türk ahlakını, inancını ve sergilediği kahramanlıkları özgün bir biçimde anlatan eserler şeklinde de yorumlanmaktadır (Parlak, 1999: 51).

Dede Korkut Hikayeleri, kahramanlar arasında gerçekleşen mücadeleler, aşklar, dostluklar ve kahramanlık değerleri fantastik bir dille anlatan ve ahlaki değerler taşıyan öykülerin bütününden oluşmaktadır. İşlenen müzikler ise, vatanseverlik, doğa ve kahramanlık temalarını ön plana almaktadır. Kısacası, Dede Korkut Kültürü barındırdığı müzikler, destanlar ve masallarla dilden dile, kuşaktan kuşağa aktarılmasında, geçmiş ile bugün arasında kültürel bir köprü oluşturmada ve aidiyet duygusunu yaşatmada büyük bir önem taşımaktadır (KTB, 2023).

Geleneksel Türk Okçuluğu: Türk okçuluğu, Orta Asya'dan Türk boylarının göç etmesiyle birlikte geniş bir coğrafyaya yayılmış, at üzerinde ok atma sanatı olarak bilinmektedir. Göçebe yaşam tarzını benimseyen ve özünde savaşçı bir yapı bulunduran topluluklarda ise okçuluk önemli bir yere sahiptir (Küçük, 2018: 181).

Minyatür Sanatı: Minyatür, zengin süslemeli resimlerin kitaplar ve levhalar üzerine teknikler ile uygulandığı bir sanat alanı olarak yorumlanmaktadır. Bu bağlamda özellikle el yazması eserlerde gelişen olayları görselleştirmek ve yazılan yazıları desteklemek amacıyla kitaplar için yapılan resimlere minyatür adı verilmektedir (Mahir, 2017: 15). Minyatür alanında çalışmalar yapan ve bu alan ile ilgilenen ustalara ise *Nakkaş* adı verilmektedir (Binark, 1978: 272).

Minyatür sanatı, özel teknikler ve ayrıntıların ön planda bulunduğu bir teknik olarak bilinmektedir. Ayrıntıların ön plana çıkması ile birlikte 19. yüzyılda iki boyutlu resimler olma özelliğini de kaybetmiş bulunmaktadır (Aslanapa, 1989:11). Bu çizim tekniğinde, cisimlerin gözlemciye olan uzaklığının esas alındığının yorumunu yapabilmek mümkündür. Minyatür sanatının tekniği, rasyonalizm anlayışının temelinde yatan bir yaklaşıma dayanmakta olup, gerçeği kusursuz bir şekilde temsil etme çabasının bir ürünü olarak kabul edilebilir (Denli, 2019: 50).

Geleneksel Zekâ ve Strateji Oyunu: Togyzqumalaq, Toguz Korgool, Mangala / Göçürme: Mangala veya Göçürme, Türk kültüründe sosyal etkileşim ve kültürel paylaşımlardan biri olarak kabul edilen geleneksel Türk zekâ ve strateji oyunu olarak bilinmektedir. Bu oyun, Türk toplumunda köklü bir geçmişe sahip olup, sosyal bağları güçlendirmek, stratejik düşüncüyü teşvik etmek ve kültürel bir mirasın aktarımını sağlamak amacıyla kullanılmaktadır (KTB, 2023).

Mangala oyununun iki kişi ile oynandığı bilinmektedir. Oyunun başlangıcında kura işlemini yapılarak kimin ilk önce başlayacağı belirlenir. Mangala oyununda, bir tahta üzerinde karşılıklı olarak 6 adetten oluşan toplam 12 çukurun bulunduğu ve her bir oyuncunun sahip olduğu taşları toplayabileceği büyük hazineleri bulunmaktadır. Oyun, toplamda 48 adet taş kullanılarak oynanmaktadır. Oyuncular, 48 taşı eşit bir biçimde 4'er adet olmak üzere çukurlara yerleştirirler. Oyunda her oyuncunun kendi önündeki yan yana dizilmiş 6 tane çukur, o oyuncunun bölgesini temsil etmektedir. Karşındaki 6 adet çukur ise rakibinin bölgesi olarak yorumlanmaktadır. Oyuncular, kendi hazinelerinde en fazla taşı biriktirebilmek için hareket sergilemektedirler. Oyunun sonunda en çok taşa sahip olan oyuncu, oyun setini kazanmış olarak değerlendirilir (mangala.com.tr, 2023).

Hüsn-i Hat, Türkiye’de İslam Sanatında Geleneksel Güzel Yazı: Hüsn-i Hat, Arap alfabesiyle yazılan yazıların estetik bir şekilde süslenecek sanatsal bir nitelik kazandırıldığı geleneksel Türk yazı yazma sanatı olarak bilinmektedir. Hât, kelime anlamı olarak doğru ve uzun yol anlamına gelmektedir. Eylem haline kullanıldığında ise yazı yazmak şeklinde ifade edilmektedir (Serin, 1982: 17).

Osmanlı İmparatorluğu döneminde gelişmeye ve yaygınlaşmaya başlayan bu sanat harflerin formları üzerinde güzelliği, dengeyi ve simetriyi mükemmelleştirmeyi amaçlamaktadır. Hat sanatı geliştirilirken aynı zamanda ta’lik – nüvis (talik yazan), celi – nüvis (celi yazan), siyakat – nüvis (siyakat yazan) ve çep – nüvis (divani yazan) gibi çeşitli isimlerle de anılmıştır (Yazır, 1972: 144). Hat sanatı, yazının bir iletişim aracı olarak kullanılması dışında görsel bir sanat eserine dönüştürmektedir. Görsel olarak sanat eserine dönüşmesinde ise etki eden bazı güzellik unsurları bulunmaktadır. Bu güzellik unsurları; terkip, tenasüp, sadelik ve ihtişam (azamet) olarak sıralanmaktadır (Baltacıoğlu, 1927: 113). Hat sanatını sanat eseri haline getiren kişilere ise, bu işi çokça yaptığını ve meslek olarak icra ettiğini belirtmek amacıyla Arapça kökenli olan “Hattat” adı verilmektedir (Özkafa, 2018: 1652).

Çay Kültürü: Kimlik, Misafirperverlik ve Toplumsal Etkileşim Sembolü: Çay kültürü, Türklerin hayatında önemli bir yere sahiptir. Sabah kahvaltıları, öğlen ve akşam yemeklerinde, sohbet ortamlarında sürekli tüketilmekte olan bir içecek türü olarak bilinmektedir. Çay kültürü, misafirperverlik veya sosyal etkileşim ortamlarında da bir ritüel haline gelmiş bulunmaktadır. Osmanlı Devleti Döneminde İpek Yolunun kullanımı sayesinde Türkler Avrupa’dan önce çay ile tanışmışlardır. Bu konu ile ilgili ilk kayıtlara Evliya Çelebi’nin seyahatnamesinden de ulaşabilmek mümkündür (Gökyay, 1995: 261).

Türkler tarafından sevilen çayın Türkiye’de yetiştirilebilmesi için farklı ülkelerden getirilen çay tohumları ekilerek pek çok kez deneme yapılmış fakat başarılı olunamamıştır. Cumhuriyet döneminde tam olarak yüz güldüren sonuç Zihni Derin vasıtasıyla elde edilebilmiştir. 1923 yılında Rize bölgesinde yaptığı çalışmalar sonucunda olumlu sonuçlar olarak Türkiye’de çay üretimine başlanmıştır (Duman, 2008: 26-28).

Çay kültürü, bardakları ve tabakları açısından tamamen estetik bir forma sahip olup, bunların dışında da yine çaydanlık ve semaver gibi sadece çay demlemeye özgü ekipmanlar ile de sunumu gerçekleştirilebilmektedir. Çayın ikram edilmesi ve hazırlanması konusunda diğer ülkelerden farklılık göstermekte fakat Türk kültürü içerisinde benzer özellikleri barındırmaktadır (Güneş, 2012:250). 2022 yılında elde edilen verilere göre 56 ülke

içerisinden en fazla çay tüketen ÷lke ise Türkiye olmuştur (trthaber.com, 2023).

İpek Böcekçiliği ve Dokuma için İpeğin Üretimi: İpek böcekçiliği, ipek elde etmek için ipek böceklerinin yetiştirilerek ipek kozalarının işlenme süreci olarak bilinmektedir. Kùltür ve Turizm Bakanlığının yapmış olduğu tanıma göre (KTB, 2023);

“İpek böceğinin tek besin maddesi olan dutun yetiştirilmesi, ipek böceği kelebeği yumurtasından çıkan larvaların dut yapraklarıyla beslenerek büyüt÷lmesi, büyüyen böceklerin koza örmesi, kozalardan ipek ipinin elde edilmesi ve bu iplerle dokumalar yapılmasına kadar geçen süreçteki tüm uygulamaları ve geleneksel bilgiyi içerir.”

şeklinde-dir. Tarih boyunca ipek böcekçiliği ve ipek böceğinin ürettiği ipek iplikler önem arz etmiştir. Bu durumun başlıca sebebi ticaret konusunda önemli bir ihracat ürünü olmasından kaynaklanmaktadır. İhracatın gerçekteşirildiği başlıca ÷lkeler olarak Çin, Hindistan, Özbekistan, Vietnam, Tayland ve Brezilya sayılabilir. Anadolu topraklarında Osmanlı Devleti’nin hüküm sürdüğü dönemlerde yükseliş yaşayan ipek böcekçiliği, son zamanlarda çok fazla ön planda bulunmamaktadır (Akg÷l, 2021: 30).

Nasreddin Hoca/Molla Nesreddin/Molla Ependi/Apendi/Afendi Kozhanasýr Fıkra Anlatma Geleneęi: Nasreddin Hoca fıkraları, Nasreddin Hoca’nın kendisiyle bağlantısı olmayan, sonradan fıkralar ile bağlantı kurulup zenginleştirilerek bug÷nlere kadar gelebilmiş bir olgudur (Kabacalı, 2000: 7).

Nasreddin Hoca fıkraları genellikle espri, mizah ve taşlama üzerine kurulduğu gör÷lmektedir. Fıkralarında Hoca’nın hayatındaki olaylardan yola çıkarak toplumsal eleştiriler yapılmakta veya insanların sıradan davranışları ironik bir şekilde anlatıldığı gözlemlenmektedir. Nasreddin Hoca fıkraları, İstanbul Matbaa-i Amiresinde ve Mısır Bölgesinde “Letaif-i Hoca Nasreddin” adıyla ilk defa 1837 yılında Bulak Matbaası’nda basımı gerçekteşirilmiştir (Duman, 1997: 97).

Nasreddin Hoca fıkraları, mizahi bir üslup kullanarak insanları güldürürken düşünmeye yöneltir. Türk kùltürünün önemli mizah sembolünden biri olan Nasreddin Hoca insanları kırmadan doğruyu göstermeye çalıştığı gibi kendisi ile de alay etmeyi becerebilen bir tipteme olarak bilinmektedir (islamansiklopedisi.org.tr, 2023).

3.3. Unesco Acil Koruma Gerektiren Somut Olmayan Kültürel Miras Listesi

Islık Dili: İnsanlar arasında frekans ve melodi ile gerçekleştirdikleri bir iletişim türü olarak bilinmektedir. Islık dili, parmak, dil, diş, dudak ve yanaklar gibi araçlar kullanılarak oluşturulan bir akustik ses olan ıslık kelimesinin değer kazanmasıyla oluşan bir iletişim sistemidir (KTB, 2023).

Islık dilinde, farklı sesler ve tonlar kullanılarak belirli kelimeler veya cümleler ifade edilmektedir. Genellikle uzun mesafeli etkileşim, gizlilik, gürültülü ortamlarda iletişim veya kısa süreli etkileşim için kullanılan doğal bir iletişim yolu olarak tercih edildiği bilinmektedir (Uzun, Zaman ve Birinci, 2021:108).

Geleneksel Ahlat Taş İşçiliği: Ahlat taşı, Adıyaman'ın Nemrut Dağı'nda gerçekleşen patlama sonucunda püskürtülen lavların zamanla soğumasıyla oluştuğu doğal taş çeşitlerinden biri olarak bilinmektedir. Bu taşları sonraki dönemlerde kesip şekiller vererek medrese, kale ve su burçları gibi pek çok yerde kullanıldığı görülmektedir (İnan, 2022: 50).

Taşı, farklı taşlara kıyasla daha hafif bir yapıya sahip olması, yüksek bir basınç dayanımı sergilemesi ve işleme konusunda kolaylık sağlaması gibi özellikleri nedeniyle önemli bir üne sahiptir. Bu özellikler, Ahlat Taşı'nın işçilik açısından değerli bir malzeme olarak kabul edilmesine ve Ahlat bölgesinde taş işçiliğinin gelişmiş olmasına katkı sağlamıştır (Sökmen, 2015: 112).

4. SONUÇ

Kültür, insanlığın hafızasının bir yansıması olarak tanımlanabilir. Kültürün korunması ve gelecek nesillere aktarılması toplumun bağlarının sürdürülebilmesi için büyük bir öneme sahip olduğu görülmektedir. Geçmiş zamanlardan gelen geleneklerin gelecek günlere taşınabilmesi toplumsal bağları da güçlendirmektedir. Yeni çağın gerçeği olan modernleşme ve dijitalleşme gibi yenilikler kültürel mirasların gelecek nesillere aktarılmasında zorluklarla karşılaşabilmektedir. Bu bağlamda özellikle somut olmayan kültürel mirasların korunabilmesi için kalıcı hale getirmek, dijital ortamlarda belgelendirmek ve bu belgeleri erişebilir kılmak önemli görülmektedir.

İnsanlığın ortak mirası olan somut olmayan kültürel mirasların gelecek nesillere aktarılması büyük önem taşımaktadır. Somut olmayan kültürel miraslar kültürel çeşitliliğin zenginliği ve insanlık tarihinin derin köklere dayandırıldığını göstermektedir. Somut olmayan kültürel mirasları koruyarak ve tam anlamıyla yaşatarak insanlığın ortak bağları güçlendirilebilir ve gelecek kuşaklara zengin birer miras olarak sunulabilir.

KAYNAKÇA

- ACIPAYAMLI, O. (1973). Türkiye’de Bahar Bayramı Hıdırellez. Ankara Üniversitesi Dil Tarih Coğrafya Fakóltesi Antropoloji Dergisi. Sayı:8. 21-25.
- AHUNBAY, Z. (2007). Tarihi Çevre Koruma ve Restorasyon. İstanbul: YEM Yayınları
- AKGÜL, K. (2021). Kırsal kalkınma bağlamında Türkiye’de ipek böcekçiliğı: Bursa ili örneğı (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- ARSLANOĞLU, İ. (2001). Kültür ve Medeniyet Kavramları. Hacı Bektaş Veli Araştırma Dergisi, (15), 243-255.
- ASLAN, Z. ve ARDEMAGNI, M. (2006). Introducing Young People to the Protection of Heritage Sites and Historic Cites Roma: MAXTUDIO, ICCROM.
- ASLANAPA, O. (1989). Türk Sanatı, Remzi Kitabevi. İstanbul.
- AVCI, Y. Y. (2020). İletişimsizliğin Gülen Yüzleri: Karagöz ile Hacivat. IBAD Sosyal Bilimler Dergisi, (8), 295-307.
- AZCAN, G. (2013). Kültür Turizmi Açısından Köylere Hizmet Götürme Birliğı Faaliyetleri: Safranbolu Örneğı. Yüksek Lisans Tezi, Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karabük.
- BALCI, F. (2019). Cezveden Kültüre 40 Yıl: Türk Kahvesi ve Geleneğı Öz. 7 (87), 315-328
- BALTACIOĞLU, İ., H. (1927). Türk Yazılarının Tedkikine Medhal. Darülfünun İlahiyat Fakóltesi Mecmuası. 2 (5-6).
- BARS, M. E. (2019). Geçmişten Günümüze Meddahlık Geleneğindeki Değışim/ Dönüşümler: Meddahlıktan Stand-Up’a. Hacettepe Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları (HÜTAD), (30), 7-25.
- BARUTÇUGİL, H. (2016). Ebrudan Yeşerenler (Sergi Kataloğı). Ordu: Yüce Tanıtım.
- BAYRU, E. Ç. (2006). Semâ. İnsanlığın Aynası Mevlâna (237). Konya Büyükşehir Belediyesi Kültür Yayınları, Konya.
- BİNARK, İ. (1978). Türkler’ de Resim ve Minyatür Sanatı. Fatih Sultan Mehmet Vakıf Üniversitesi.
- BOGOLİUBOVA, N., ve NİKOLAEVA, J. (2017). Gastronomic Diplomacy as a Way of Preserving Ethnocultural Identity of Modern Nations. Scientia Moralitas-International Journal of Multidisciplinary Research, 2(2), 9-21.
- BULDUK, S., ve SÜREN, T. (2008). Türk Mutfak Kültüründe Kahve, ICANAS 39. Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi, Ankara. 299-310.

- CEYHUN SEZGİN, A., ve BÜLBÜL, S. (2017). Türk sanatı ve mutfak kültüründe buğday. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(54), 1080-1091.
- ÇETİNKAYA, N. (2018). Somut Olmayan Kültürel Miras Unsuru Erzurum Lavaş (Acem) Ekmeğinin Turistik Ürüne Dönüştürülmesine Yönelik Bir Çalışma. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(Ek.1), 430-452.
- DEĞİRMENCİ, T. ve KÖŞKLÜK KAYA, N. (2013). “Mimarlık Disiplininin “Halk Mimarisi ve Somut Olmayan Kültürel Miras” Bağlamında Halkbilimi Disiplini ile İlişkisi “ *Bilim ve Kültür Dergisi*, 1(1), 126-140.
- DENLİ, Y. (2019). Osmanlı Minyatür Sanatında Mekân Anlayışı: Şerefname Örneği (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Mardin Artuklu Üniversitesi / Fen Bilimleri Enstitüsü / Mimarlık Ana Bilim Dalı
- DÖĞÜŞ, S. (2015). Anadolu’da Hızır-İlyas Kültü ve Hıdırellez Geleneği. *Türk Kültürü ve Hacı Bektaş Veli Araştırma Dergisi*. Sayı:74. 77-100.
- DÖNMEZ, B. M. (2014). Alevi müziğinin geleceği: Sözlü kültür ürünlerinin modern dünyadaki konumu ve dönüşümü. Geçmişten Günümüze Alevilik I. *Uluslararası Sempozyumu*, 189-203.
- DUMAN, M. (1997). Nasreddin Hoca Fıkralarının Oluşumu Üzerine Bir Araştırma. *Toplumbilim Dergisi*, 6, 97-99.
- DUMAN, M., (2008). Çay Kitabı -Türk Kültüründe Çay-. Kitabevi Yayınları. İstanbul.
- DURUKAN, L. (2013). Çekirdekten Kültür’e: Türk Kültüründe Kahve ve Kahvehane. *Bilim ve Kültür* 02:124-134 02/2013
- ERDİNÇ, Ü. (2011). Ebru sanatında Necmettin Okyay’ın Mehmet Hatip Efendi’den öykünme izleri. *Türk Sanatları Araştırmaları Dergisi*, 1(1). 53-65.
- ERDOĞAN AKSU, H. (2017). Eller Havaya Eller Şifaya: Uluslararası Manisa Mesir Festivali Üzerine Bir İnceleme. *Milli Folklor*, 29(115).
- GÖKYAY, O. Ş., (1995). Evliya Çelebi Seyahatnamesi. Yapı Kredi Yayınları. İstanbul.
- GÜVEN, Ö. (1999). Türklerde Spor Kültürü, Ankara, Atatürk Kültür Merkezi Başkanlığı Yayınları.
- HAVILAND, W., H. PRINS, D. WALRATH ve B. MCBRİDE, (2008). Kültürel Antropoloji. İstanbul: Kaktüs Yayınları.
- HEZİYEVA, Ş. (2010). Tarihi süreç içinde Türkiye’de âşıklık ve âşıklık geleneği. *Türk Dünyası İncelemeleri Dergisi*, 10(1), 81-89.
- İNAN, N. (2022). Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi Açısından Bitlis/Ahlat Taş İşlemeciliği. Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Türk Halk Bilimi Anabilim Dalı. Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi. Ankara.
- KABACALI, A. (2000). Bütün Yönleriyle Nasreddin Hoca. Özgür Yayın, İstanbul.

- KAİM, A. A. (2006). Sözlü edebiyat ve gösteri kültürünün buluşma noktası: “Meddah” tek kişilik tiyatro. Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi, 46(1), 271-280.
- KÜÇÜK, M. A. (2018). İslâm öncesinden sonrasına Türk geleneğinde bir yaşam stili: “Okçuluk”. Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 4(1), 178-191.
- MAHİR, B. (2017). Osmanlı Minyatür Sanatı, İstanbul: Kabalcı Yayıncılık.
- MCKERCHER, B. ve CROS, H. (2003) Testing a Cultural Tourism Typology. International Journal of Tourism Research 5, 45-58.
- MUHİDDİN, S. (1982). Hat Sanatımız. Kubbealtı Neşriyat, İstanbul.
- OĞUZ, Ö. M. (2013). “Somut Olmayan Kültürel Miras Nedir?”. Geleneksel Yayıncılık, Ankara.
- ÖZKAFA, F. (2018). Okçuluk ve Hat Sanatı. Itobiad: Journal of the Human ve Social Science Researches, 7(3).
- PARLAK, F. F. (1999). Dede Korkut Hikayelerinin Türk Tarihindeki Yeri. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Selçuk Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- PELİT, E., ve TÜRKOĞLU, T. (2019). Somut Olmayan Kültürel Miras Değerlerinin Turizme Yansımaları Ebru Sanatı Üzerine Bir İnceleme. Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi, 3(1), 101-118.
- RAYMAN, H. (2002). Nevruz ve Türk Kültüründe Renkler. Milli Folklor, 7(53), 10-15.
- SARICA, V., ve ÖZBAY, G. (2023). Somut Olmayan Kültürel Miras Kapsamında Fonksiyonel Gıdalar: Mesir Macunu Örneği. MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi, 12(2), 665-676.
- SEZER, E. (2020). Geleneksel Çini Motiflerinin Seramik Yüzeylere Uygulanması. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
- SÖKMEN, S. (2015). Ahlat’ta Geleneksel Taş İşçiliği. Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 17(2), 99-119.
- ŞAHİN, S. VE ÖZDEMİR Ö. (2018), İl Kültür ve Turizm Müdürlükleri İnternet Sitelerinde Türkiye’nin Somut Olmayan Kültürel Miras Ürünlerinin Tanıtılması, Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi, 7(2), 566.
- ŞENGÜL, A., ve ŞENGÜL, A. (2008). Türk Kültüründe Nevruz ve Anadolu’da Nevruz Kutlamaları. Türk Dünyası Dil ve Edebiyat Dergisi, 26, 61-73.
- TURAN, Ş. (1990). Türk Kültür Tarihi. Ankara: Bilgi Kitabevi.
- TÜRKER, A., ve ÇELİK, İ. (2012). Somut olmayan kültürel miras unsurlarının turistik ürün olarak geliştirilmesine yönelik alternatif öneriler. Yeni Fikir Dergisi, 4(9), 86-98.

- UYGUR, S. M. ve BAYKAN, E. (2007). Kültür Turizmi ve Turizmin Kültürel Varlıklar Üzerindeki Etkileri. Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, (2), (S.1-20)
- UYSAL, K. (2018). Kültürel Mirasın Turizm Amaçlı Kullanılmasında Yerel Hal-kın Algı ve Tutumlarının Belirlenmesi: İzmit Örneği. Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- UZUN, B., ZAMAN, M. VE BİRİNCİ, S. (2021). Doğu Karadeniz’de Somut Olmayan Kültürel Mirasa Bir Örnek: Isık Dili (Kuşköy/ Çanakçı/ Giresun). Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 25 (Özel Sayı), s. 106-127
- UZUN, H. (2014). Popüler Kültür Bağlamında Sema Gösterisi ve Semazen Profili. Uluslararası Hakemli Müzik Araştırmaları Dergisi (UHMAD), 2 (1), 29-56.
- YAVAŞ, B., ve DENİZ, T. (2020). Karşılaştırmalı bir kültürel coğrafya araştırması: Bulak ve Yazıköy (Safranbolu) kırsalında keşkek yapımı ve kültürü. Journal of Humanities and Tourism Research, 10(3), 680-689.
- YAZIR, M. (1972). Kalem Güzeli. Ayyıldız Matbaası A.Ş., Ankara.
- YÖNET EREN, F., ve CEYHUN SEZGİN, A. (2018). Kültürel miras açısından Türk kahvesi. 13(10), 697-712
- YÖRÜKAN, Y. Z., ve YÖRÜKAN, T. (1998). Anadolu’da Alevîler ve Tahtacılar. T.C. Kültür Bakanlığı.

İNTERNET KAYNAKLARI

- Alevi-Bektaşî Semah Ritüeli <https://en.unesco.org/silkroad/silk-road-themes/intangible-cultural-heritage/semah-alevi-bektasi-ritual> (Erişim Tarihi: 02.05.2023).
- Edirne İl Kültür ve Turizm Bakanlığı – Kırkpınar Yağlı Güreşleri <https://edirne.ktb.gov.tr/TR-76392/kirkpinar-yagli-guresleri.html> (Erişim Tarihi: 03.05.2023).
- Geleneksel Sohbet Toplantıları <https://aregem.ktb.gov.tr/TR-323956/geleneksel-sohbet-toplantilari.html> (Erişim Tarihi: 02.05.2023).
- Kültür Ve Turizm Bakanlığı - “Dede Korkut Mirası: Destan, Masal Ve Müzik” Unesco Somut Olmayan Kültürel Miras Listesine Kaydedildi: <http://yakegm.ktb.gov.tr/>.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı – Isık Dili: <https://aregem.ktb.gov.tr/TR-196379/islik-dili.html> (Erişim Tarihi: 17.05.2023).
- Kültür ve Turizm Bakanlığı - İpek Böcekçiliği ve Dokuma için İpeğin Geleneksel Üretimi: <https://aregem.ktb.gov.tr/TR-333303/ipek-bocek->

ciligi-ve-dokuma-icin-ipegin-geleneksel-uretimi.html . (Erişim Tarihi: 17.05.2023).

Kültür ve Turizm Bakanlığı (KTB). Bahar Kutlaması: Hıdırellez. <https://aregem.ktb.gov.tr/TR-196385/bahar-kutlamasi-hidrellez-cokuluslu---2017.html>, (Erişim Tarihi: 04.01.2023).

Kültür ve Turizm Bakanlığı (KTB). Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi. <https://teftis.ktb.gov.tr/TR-50543/somut-olmayan-kulturel-mirasin-korunmasi-sozlesmesi.html>, (Erişim Tarihi: 12.02.2023).

Kültür ve Turizm Bakanlığı- Geleneksel Zekâ ve Strateji Oyunu: Mangala / Göçürme Togyzqumalaq, Toguz Korgool: <https://aregem.ktb.gov.tr/TR-278788/geleneksel-zeka-ve-strateji-oyunu-mangala--gocurme-togyzqumalaq-toguz-korgool.html> (Erişim Tarihi: 17.05.2023).

Kültürel Mirasın Korunması https://www.ipkb.gov.tr/wp-content/uploads/2018/10/ISMEP6_KC3BCltC3BCrelMirasC4B1nKorunmasC4B1.pdf

Somut Olmayan Kültürel Miras Listesi <https://unesco.org.tr/Pages/126/123/UNESCO-İnsanlığın-Somut-Olmayan-Kültürel-Mirası-Temsili-Listesi>

TRT Haber – Türkiye Çay Tüketimi: <https://www.trthaber.com/haber/yasam/en-fazla-cay-tuketken-ulke-turkiye-756496.html>

Türk Dil Kurumu (TDK). <https://sozluk.gov.tr> (Erişim Tarihi: 20.02.2023).

Türk Zekâ ve Strateji Oyunu Mangala: <https://www.mangala.com.tr/mangala-nasil-oynanir> (Erişim Tarihi: 20.05.2023).

Türkiye Diyanet Vakfı İşlam Ansiklopedisi- Nasreddin Hoca: <https://islamansiklopedisi.org.tr/nasreddin-hoca?ysclid=li8rvmvinf37644954>

Türkiye Kültür Portalı – Geleneksel Çini Ustalığı <https://www.kulturportali.gov.tr/portal/gelenekselciniustaligi?ysclid=li242dvdaz851573098>, (Erişim Tarihi: 18.05.2023).

Türkiye Kültür Portalı – İnce Ekmek Yapımı ve Paylaşımı Geleneği <https://www.kulturportali.gov.tr/portal/inceekmekyapmavepaylasmakulturu?ysclid=li22ghh767740968901> (Erişim Tarihi: 17.05.2023).

UNESCO Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi <https://ich.unesco.org/doc/src/00009-TR-PDF.pdf>

BODRUM SUALTI MÜZESİ ELEKTRONİK ZİYARETÇİ YORUMLARININ İNCELENMESİ

Melike Sultan GÖKÇEOĞLU¹

Halil KORKMAZ²

1. GİRİŞ

Her geçen gün arkeologlar yeni sualtı antik kalıntılarına rastlamaktadırlar. Bulunan eserlerin asıl konacakları yerlere nakledilmesi esnasında olumsuz sonuçlarla karşılaşmaktadırlar. Bunun sonucunda da batık eserler için yeni bir sergileme alanı ihtiyacına gerek duyulmuştur. Bu nedenle kıyı şehirlerine “Sualtı Müzesi” kurma gereksinimi doğmuştur (Yazıcı, 2017). Batık eserlerin sergilenmesi amacıyla oluşturulmuş sualtı müzeleri destinasyon ziyareti niyetini de etkileyen bir unsur olabilmektedir (Erkurt ve Parker, 2014).

İnsanlar çevresiyle deneyimledikleri ürünler hakkında bilgi alışverişi yapma ihtiyacı duyarlar (Eren, 2021). Ağızdan Ağıza İletişim (WOM) de bir ürün hakkında ürünü alıp, incelemiş kişilerin ürün hakkında çevrelerine bahisleri hakkında gelişen iletişim türüdür (Kotler vd. 2012). Günümüzde teknolojinin de gelişmesiyle ‘Ağızdan Ağıza İletişim (WOM) dijitalden de yapılmaya başlanmıştır (Litvin vd., 2008). Turizm ürünü tüketicileri de karar verirken medyaya ve internetteki kaynaklara başvurmaktadır (Moe ve Trusov, 2010). Yapılan çalışmalarda turistik ürünü tüketmede ve ziyaret etme niyetlerinde ‘Elektronik Ağızdan Ağıza İletişimin’ (eWOM) olumlu etkilerinin olduğu görülmektedir (Kim vd., 2015; Özbay, 2013; Muskat vd., 2013; Mo Kwon vd., 2013; Zhang, Abound Omran, Cobanoglu, 2017 ve Aylan ve Kaya, 2020).

Bu çalışmada da 1964 yılında müze haline getirilen Bodrum Sualtı Müzesini ziyaret eden ziyaretçilerin yapmış oldukları elektronik yorumlardan memnuniyet ve tavsiye niyetlerinin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. İlgili literatür incelendiğinde Bodrum Sualtı Müzesine yönelik buna benzer bir çalışmaya rastlanmadığından ilgili literatüre katkı sağlanacağı düşünülmektedir.

¹ Yüksek Lisans Öğrencisi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği ABD, melikeyildizs@hotmail.com, ORCID: 0009-0001-5242-0897.

² Doç. Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği Bölümü, halilkorkmaz@comu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-6795-9289.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Müzelerde Hizmet Kalitesi

Hizmet kalitesi tüketicilerin hizmetten beklentileri ve algılamalarının sonucudur (Eleren, Kılıç, 2007). Hizmet kalitesi ölçülebilir bir kavram olması nedeniyle tüketicinin kalite algısının anlaşılabilir olmasını ve ölçülebilmesi tüketicinin beklentilerini karşılama konusunda artışın ve verimliliğin yaşanmasını sağlayabilir (Gürsoy, vd.,2016). Hizmet kalitesinin ölçülmesi müşterin faydalandıkları hizmetten ne derecede memnun olduklarının tespit edilmesidir (Yılmaz, 2011). Parasuraman vd., (1988) yılında hizmet kalitesini ölçme amacıyla SERVQUAL isimli 10 boyutlu bir model geliştirmiştir. SERVQUAL modelinde hizmet kalitesi performans ve beklenti farkına dayalı olarak ölçülmektedir. Fakat bu eleştirildiğinden Cronin ve Taylor (1992) tarafından performansa dayalı SERVPERF modeli geliştirilmiştir.

Tarihi çekicilik konusunda da diğer tüm hizmet sektörlerinde olduğu gibi olası müşterilerin ya da ziyaretçilerin yaşamış oldukları tecrübe önemlidir (Landrum ve Prybutok, 2004). Ziyaretçilerin hizmet dağıtımı konusundaki değerlendirmeleri tarihi çekicilik hizmeti sunan arz kaynakları için oldukça önemli bir konudur. Tarihi çekiciliklerin bulunduğu yapılarda verilen hizmet kalitesini ölçmek amacıyla da Fruchot ve Hughes (2000) tarafından HISTOQUAL modeli geliştirilmiştir. HISTOQUAL ölçeği SERVQUAL ölçeğinden uyarlanarak hazırlanmış 24 önerme ve 5 boyuttan oluşmaktadır (Fruchot ve Hughes, 2000).

2.2. Sualtı Müzeleri

Sualtı arkeolojisi 20. Yüzyılın başlarında bulunan antik sualtı eserleri ve batıkların keşfiyle dikkat çekmeye başlamıştır. 1960 yılında gerçekleştirilen Gelidonya Batığı kazısı ile de bilimsellik kazanmıştır (Gündüz, 2020). Bulunan batıklar ile eserlerin çıkarılıp sergilenmesinde yaşanan olumsuz deneyimlerden ötürü sualtı müzeleri oluşturulmuştur (Özdoğan,2018). Sualtı müzeleri turistlere yeni bir sergileme alanı oluşturmaktadır (Ünal, 2010).

İlk sualtı müzesi 2006 yılında Jason DeCaires Taylor tarafından yapılan Molinere Sualtı Heykel Parkı'dır. Bu sualtı müzesi ekonomik olarak farklı bir getiri de sağlayarak turizm sektörüne farklı bakış açıları kazandırmaya da yardımcı olmuştur. Böylelikle ülkemizde de ilk sualtı müzesi 2015 yılında Antalya Side'de kurulmuştur. Side Sualtı Müzesi Deniz Ticaret Odası tarafından yaptırılmıştır. Müzede beş ana tema altında 110 adet heykel sergilenmektedir. Ülkemizde bulunan bir diğer önemli sualtı

müzesi de Bodrum Sualtı Müzesidir. Bu müzede 14 farklı sergi salonunda batıklar sergilenmektedir.

3. YÖNTEM

Bu araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden biri olan içerik analizinden faydalanılmıştır. Araştırma gereğince 12.08.2023 tarihinde Tripadvisor adlı platformdan Bodrum Sualtı Müzesi'ne yönelik elektronik ziyaretçi yorumları bilgisayar ortamına indirilmiştir. Böylelikle Eylül 2011 tarihinden Ağustos 2023 tarihine kadar yapılmış olan 404 Türkçe içerikli yoruma ulaşılmıştır. Yorumların analizi için nitel veri analiz programı olan MAXQDA'dan faydalanılmıştır. Bir nitel araştırma yöntemi olan içerik analizi bir metindeki değişkenleri ölçmek için sistematik tarafsız ve sayısal olarak yapılan analizdir (Wimmer ve Dominick, 2000). İçerik analizi çalışmalarında kavramların net bir şekilde tanımlanması gerekir (Berger, 1991). İçerik analizinde incelenen temsil ya da söylemsel alan parçalara (kategorilere) bölünüp, temsilde tekrarlanan içerik özelliklerinin ne gibi anlamlar ürettiği tartışılır.

Bu araştırmada kodlama ve temalandırmada HISTOQUAL ölçeği kullanılmıştır (Frookot ve Hughes, 2000). Ayrıca Korkmaz (2020)'in çalışmasından faydalanılmıştır. Kodlama ve temalandırma üç aşamada gerçekleştirilmiştir.

4. BULGULAR

Bodrum Sualtı Müzesi'ni Eylül 2011 ve Ağustos 2023 tarihleri arasında Tripadvisor platformunda 404 Türkçe içerikli paylaşım yapılmıştır. Böylelikle 404 (Tablo 1) yorum içeren değerlendirme incelenmiştir. Bu incelemeye göre paylaşım yapan profillerin %27,7'sinin aileleriyle müzeyi ziyaret ettiği, %34,15'inin çift olarak ve %9,65'inin de yalnız olarak ziyaret ettikleri belirlenmiştir. Kalan 115 profilin müze ziyaretini nasıl gerçekleştirdikleri tespit edilememiştir.

Tablo 1. Katılımcıları Tanımlayıcı Faktörler

Değişken		N	Yüzde	Değişken		N	Yüzde
Ziyaret İştiraki	Yalnız	39	%9,7	Değerlendirme Puanı	1	7	%1,7
	Aile	112	%27,7		2	12	%2,9
	Çift	138	%34,2		3	83	%20,5
	Belirsiz	115	%28,5		4	144	%35,6
					5	158	%39,3

Paylaşım Dili	Türkçe	404	%100	Toplam		404	%100
----------------------	--------	-----	------	---------------	--	-----	------

4.1. İçerik Analizine Ait Bulgular

Bodrum Sualtı Müzesi hizmet özelliklerine ait tema ve kodlar tablo 2’de gösterilmiştir. Tabloya göre fiziksel özellikler (42,6), etkileşim (31,0), heveslilik (20,3) ve tüketim maddeleri (4,0) temaları oluşturulmuştur. Fiziksel özellikler temasında müzenin mimarı yapısı (68,8) ve koleksiyon/eserler (25,2) tekrar etmektedir. Bunun sebebi yorumlarda da belirtildiği üzere müzenin Bodrum Kalesi ile aynı konumda bulunması ve Bodrum Kale’sinin manzarasıdır. Koleksiyon ve eserler antik çağlardan kalma batıklar olduğundan ziyaretçilerin çoğunun üzerinde söz etmesine sebep olmuştur.

Tablo 2. Müze Hizmet Kalitesine Ait Tema ve Kodlar

Tema/Kod	Fre-kans	Yüz-de	Tema/Kod	Fre-kans	Yüzde
Fiziksel Özellikler	372	42,6	Etkileşim	271	31,0
<i>Mimari</i>	256	(68,8)	<i>Teknoloji</i>	44	(16,2)
<i>Koleksiyon /Eserler</i>	94	(25,2)	<i>İçerik/Bilgi</i>	118	(43,5)
<i>Çevre Düzenlemesi</i>	13	(3,4)	<i>Atmosfer</i>	109	(40,2)
<i>Otopark</i>	8	(2,1)	Empati	17	1,9
<i>Tuvaletler</i>	1	(0,2)	<i>Çocuk</i>	14	(82,3)
Heveslilik	178	20,3	<i>Engelli Rampa</i>	1	(5,8)
<i>Sunum Şekli</i>	118	(66,2)	<i>Kalabalık</i>	2	(11,7)
<i>Rahat Gezme</i>	16	(8,9)	Tüketim Maddeleri	35	4,0
<i>Ulaşılabilirlik</i>	12	(6,7)	<i>Yiyecek-İçecek</i>	2	(5,7)
<i>Personel</i>	7	(3,9)	<i>Hediyelik Eşya</i>	6	(17,1)
<i>Açık Gün /Saatler</i>	25	(14,0)	<i>Rehber Kitap</i>	12	(34,2)
Toplam	873	100,0	<i>Fotoğraf</i>	15	(42,8)

Etkileşim teması altında ise içerik/bilgi (43,5) ve atmosfer (40,2) en çok tekrar eden kodlardır. İçerik/bilgi gerek batıkların gerekse anforaların sunumlarındaki detaylı bilgiler ziyaretçilerin eserler hakkında geniş bilgiye sahip olmasını sağlamış olduğu yapılmış olan ziyaretçi yorumlarında

belirtilmiştir. Heveslilik temasında sunum şekli (66,2) ve açık/gün saatler (14,0) en çok tekrar eden kodlardır. Ziyaretçi yorumlarındaki batıkların sergilenmesi, deniz altından çıkarılan eserlerin iyi tasarlanarak sunulması ve yeterli ve eğlenceli görsel sunumunun neden olduğu belirtilmiştir. Bununla birlikte açık gün/saatler kodunun çok tekrar edilmesi ziyaretçi yorumlarında müzenin zamansız kapalı olmasından kaynaklanmaktadır.

Empati temasında çocuklar için içerikler (82,3), kalabalık (11,7) ve engelli rampa (5,8) kodları bulunmaktadır. Müzede birçok antik batık, müzenin bir sualtı müzesi olması ve çocuklar için anlaşılır ve eğlenceli görsellerin bulunması ziyaretçilerin dikkatini çeken unsurlar olmuştur. Engelli rampa kodunun düşük frekansa sahip olması müzede engelli bireyler için herhangi bir kolaylaştırıcı yol ya da yardımcı materyalin bulunmadığını göstermektedir. Tüketim maddeleri temasında fotoğraf (42,8) ve rehber kitap (34,2) kodları en çok tekrar etmiştir. Müzenin sahip olduğu manzara ve batıkların sunumu ziyaretçi yorumlarında fotoğraf çekilmeye değer görülmüştür.

Algılanan değer, memnuniyet ve tavsiye temalarına yönelik kodlar tablo 3'te gösterilmektedir. Algılanan değer teması 36 kere kodlanmıştır. Bunlardan (77,7)'si giriş ücretlerine aittir. Ziyaretçi yorumlarından genellikle müze giriş ücretinin makul olduğu anlaşılmaktadır. Tabloya göre memnuniyet ifadesi 218 kere (59,8) tekrarlanmıştır. Bu da müzeyi ziyaret eden ziyaretçilerin ziyaretlerinden memnun kaldıklarını göstermektedir. Bununla birlikte ziyaretçiler 110 defa (30,2) tavsiye kodunu tekrarlamışlardır.

Tablo 3. Algılanan Değer, Memnuniyet ve Tavsiye Temalarına Yönelik Kodlar

Tema/Kod	Frekans	Yüzde
Memnuniyet	218	59,8
Tavsiye	110	30,2
Algılanan Değer	36	9,1
<i>Giriş Ücreti</i>	28	(77,7)
<i>Müze Kart</i>	8	(22,3)
Toplam	364	100,0

İçerik analizine dair kelime bulutu şekil 1'de gösterilmektedir. Kelime bulutunda bulunan kelimelerden müzenin görülmeye değer olduğu ve beğeni ifadelerinden ziyaretçilerin ziyaretlerinden memnun kaldıkları görülmektedir. Ayrıca müzede sergilenen batıkların ilgi çekici olduğu da kelime bulutunda belirgin olan batık kelimesinden anlaşılmaktadır.

Müzenin zamansız kapalı kaldığı günler ve zamansız kapanış saatleri ziyaretçi yorumlarında açıkça belirtilmiş ve olumsuz bir etki yaratmıştır. Personel ile ilişkilerden fazla bahsedilmemesi personel etkileşiminin memnuniyet üzerine etkisinin olumlu ya da olumsuz olup olmadığı algısının oluşmasına katkı sağlamamıştır. Öte yandan içerik ve bilgi kodunun frekansının (118) yüksek olması bilgilendirme amaçlı kioskların yeterli olduğunu ve personel ile iletişime ihtiyaç kalmadığı görüşüne anlamlı bir etki sağlamaktadır.

Araştırma sonucunda giriş ücretleri makul bulunmuştur. Ziyaretçi yorumlarında otopark ücretlerinin giriş ücretine dahil edilmesi sayesinde ücret koduna ait olumsuz ifadeler bulunmadığı söylenebilir. Ayrıca tuvaletlerin temiz olduğu ve hediyelik eşya da satın alınabilecek bir kafeteryanın bulunması ziyaretçi yorumlarına göre olumlu bir etki bırakılmasını sağlamıştır.

Araştırmada algılanan değer (36), memnuniyet (218) ve tavsiye (110) değişkenleri ziyaretçiler tarafından birçok kez dile getirilmiştir. Böylelikle hizmet kalitesi algısı ve algılanan değerim memnuniyete dönüştüğü memnuniyetinde tavsiyeye etki ettiği görülmektedir. Araştırmada elde edilen sonuç Aljahdali (2016), Doosti (2016), Korkmaz (2019) ve Korkmaz (2020) ile uyumaktadır.

Bu araştırmada Bodrum Sualtı Müzesi'ne ait TripAdvisor platformundaki çevrimiçi yorumlar incelenmiştir. Bodrum Sualtı Müzesi sualtı batıklarının ve arkeolojik kalıntılarının tanıtıldığı önemli müzelerden birisidir. Sualtı müzelerinin hizmet kalitesini ölçmek tanıtımları açısından önemlidir. Bu nedenle ilerleyen çalışmalarda ülkemizdeki diğer sualtı müzelerine yönelik benzer çalışmalar yapılabilir. Böylelikle sualtı müzelerinin ziyaretçi yorumları incelenerek hizmet kalitesi değerlendirilebilir.

KAYNAKÇA

- Aljahdali, M. (2016). Exploring TripAdvisor Online Reviews: The Case of George Eastman Museum. Rochester Institute of Technology.
- Cronin Jr, J. J., & Taylor, S. A. (1994). SERVPERF Versus SERVQUAL: Reconciling Performance-Based And Perceptions-Minus-Expectations Measurement Of Service Quality. *Journal of Marketing*, 58(1), 125-131.
- Doosti, S., Jalilvand, M. R., Asadi, A., Khazaei Pool, J., Mehrani Adl, P., & Morrison, A. (2016). Analyzing the Influence of Electronic Word of Mouth on Visit Intention: The Mediating Role of Tourists' Attitude and City Image. *International Journal of Tourism Cities*, 2(2). 137-148.
- Eleren, A., & Kiliç, B. (2007). Turizm sektöründe SERVQUAL analizi ile hizmet kalitesinin ölçülmesi ve bir termal otelde uygulama. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(1), 235-263.
- Eren, A. (2021). Turizm Sektöründe Elektronik Ağızdan Ağıza İletişimin Satın Alma Niyeti Üzerine Etkisi. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Erkurt, O., & Paker, S. (2014). Sualtı Arkeoparkları ve Deniz Turizmi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi Dergisi*, 6(2), 131-144.
- Gülsoy, E., Olcay, A. (2021). Müze Hizmet Kalitesi Ölçümü: Gaziantep Zeugma Mozaik Müzesi Üzerine Bir Çalışma. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 20(2), 930-952.
- Kim, D., Jang, S. (Shawn) & Adler, H. (2015). What Drives Café Customers To Spread EWOM? *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 27(2), 261-282.
- Kotler, P., Armstrong, G., Ang, S. H., Leong, S. M., Tan, C. T., & Ho-Ming, O. (2012). Principles of Marketing: An Asian Perspective. Pearson/Prentice-Hall.
- Kozak, M., & Güncan, Ö. (2021). Oyuncak Müzeleri ve Ziyaretçi Deneyimleri. *Social Science Development Journal*, 6(24), 74-96.
- Landrum, H. & Prybutok, V.R. (2004). A Service Quality and Success Model for the Information Service Industry. *European Journal of Operational Research*, 156 (2004): 628-642.
- Litvin, S. W., Goldsmith, R. E.ve Pan, B. (2008). Electronic Word-Of-Mouth in Hospitality And Tourism Management. *Tourism Management*, 29(3), 458-468.
- Mo Kwon, J., Bae, J. (Stephanie), & Blum, S. C. (2013). Mobile Applications in the Hospitality Industry. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 4(1), 81-92.
- Moe, W. W. & Trusov, M. (2010). Measuring the Value of Social Dynamics in Online Product Ratings Forums. SSRN Electronic Journal.

- Muskat, M., Muskat, B., Zehrer, A., & Johns, R. (2013). Generation Y: Evaluating Services Experiences Through Mobile Ethnography. *Tourism Review*, 68(3), 55-71.
- Niu, Y., Park, H., & Kirilenko, A. (2019). Theme Park Visitor Experience and Satisfaction: A Case of TripAdvisor Reviews of Three Theme Parks in Orlando. 2019 TTRA International Conference.
- Özbay, G. (2013). Sanal Ortamda Paylaşılan Tüketici Yorumlarının Algılanması ve Satın Almada Bilgi Kullanımına Etkisi- Otel İşletmelerinde Bir İnceleme. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Özdoğan, M. (2018). Marmara Denizi ve Neolitik Yaşam Biçiminin Anadolu'dan Avrupa'ya aktarımı. *TINA Denizcilik Arkeolojisi Dergisi*, (10), 9-30.
- Sert, A. N., & Karacaoğlu, S. (2018). Müzelerdeki Hizmet Kalitesinin Memnuniyet Algısı ve Tavsiye Etme Niyeti Üzerindeki Etkisi: Anadolu Medeniyetleri Müzesi Örneği. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(2), 103-122.
- Taecharungroj, V., & Mathayomchan, B. (2019). Analysing TripAdvisor reviews of tourist attractions in Phuket, Thailand. *Tourism Management*, 75, 550-568.
- Wimmer, D.D. ve Dominick, J.R. (2000). Mass Media Research: An Introduction. Belmont: Wadsworth Publishing Company.
- Yazıcı, F. (2017). Günümüz Heykelinin Sergilenmesinde Alternatif Alan Olarak Sualtı Müzeleri. *İdil Sanat ve Dil Dergisi*, 6(32), 1269-1281.
- Yılmaz, İ. (2011). Müze Ziyaretçilerinin Hizmet Kalitesi Algılamaları: Göreme Açık Hava Müzesi Örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 22(2), 183-193.
- Yılmaz, İ. (2011). Müze Ziyaretçilerinin Hizmet Kalitesi Algılamaları: Göreme Açık Hava Müzesi Örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 22(2), 183-193.
- Yolal, M., Gursoy, D., Uysal, M., Kim, H. L., & Karacaoğlu, S. (2016). Impacts of Festivals and Events on Residents' Well-Being. *Annals of Tourism Research*, 61, 1-18.
- Zhang, T., Abound Omran, B.ve Cobanoglu, C. (2017). Generation Y's Positive and Negative eWOM: Use of Social Media And Mobile Technology. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(2), 732-761.

TURİZM ALANINDA REKREASYON YÖNETİMİ ÜZERİNE YAPILMIŞ AKADEMİK ÇALIŞMALA- RIN TEMATİK ANALİZİ

Duygu KARAKÖSE¹

1. GİRİŞ

Turizm ve rekreasyon, bireylerin fiziksel, sosyal ve psikolojik refahını artıran önemli disiplinler arasında yer almakta, modern toplumların yaşam kalitesine olan katkılarıyla ön plana çıkmaktadır. Rekreasyon yönetimi ise bu alanın temel bir bileşeni olarak, turizm sektöründe sürdürülebilirlik, etkinlik ve yenilikçi yaklaşımlar çerçevesinde ele alınmaktadır.

Bu çalışmanın amacı, turizm alanında rekreasyon yönetimi üzerine yapılmış akademik çalışmaların tematik bir analizini sunmaktır. Araştırmada, yayınların odaklandığı ana temalar, yöntemsel yaklaşımlar, sektöre yönelik öneriler ve bu alandaki eğilimler detaylı bir şekilde incelenmiştir. Çalışma, akademik üretimin yönelimlerini ortaya koyarak, hem literatüre katkıda bulunmayı hem de sektörel uygulamalar için stratejik bir rehber sunmayı hedeflemektedir. Bu bakımdan, turizm ve rekreasyon yönetimi arasındaki ilişkiyi anlamaya yönelik bu tematik analiz, hem akademik dünyada hem de turizm sektöründe sürdürülebilirlik ve yenilikçilik açısından yeni bakış açıları sunacaktır. Bu çalışma, rekreasyon yönetiminin gelecekteki yönelimlerini ve turizm sektöründeki yerini şekillendirmek için önemli bir kaynak olmayı amaçlamaktadır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Rekreasyon Yönetimi

Rekreasyon yönetimi, bireylerin boş zamanlarını en verimli ve tatmin edici şekilde değerlendirmelerine olanak sağlayan etkinliklerin planlanması, organizasyonu ve yönetimi sürecini ifade eder (Henderson ve Bialeschki, 2017). Bu alan, rekreasyonel faaliyetlerin tasarımından, uygulan-

¹ Arş. Gör., Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Tavşanlı Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Rekreasyon Yönetimi Bölümü, duygu.karakose@dpu.edu.tr, ORCID: 0009-0000-2777-491X

masından ve değerlendirilmesinden sorumlu olan bir disiplin olarak hem bireysel hem de toplumsal fayda sağlamayı amaçlar (kim, 2021, s. 45). Bu bakımdan, açık alanlar, spor tesisleri, kültürel mekanlar gibi fiziksel alanların planlanmasının yanı sıra, hizmetlerin etkin bir şekilde sunulmasını ve kullanıcı deneyimlerinin optimize edilmesini içerir (Manning, 2011). Ayrıca, bu disiplin, kullanıcı ihtiyaçlarına yönelik stratejiler geliştirmeyi ve çevresel, ekonomik ve sosyal sürdürülebilirlik hedeflerini desteklemeyi hedefler (Smith, Brown ve White, 2020).

Rekreasyon yönetimi alanında yapılan güncel uluslararası çalışmalar, bu disiplinin çeşitli yönlerine dair önemli bulgular sunmaktadır. Özellikle, doğa temelli turizm ve açık hava rekreasyonunun sürdürülebilirlik üzerindeki etkileri üzerine yapılan araştırmalar, bu faaliyetlerin bireylerin sağlığına ve toplum refahına katkı sağladığını, ancak aynı zamanda ekosistemler üzerinde baskı oluşturabileceğini göstermektedir (Schuster ve diğerleri, 2020). Ayrıca, COVID-19 pandemisi sırasında açık hava rekreasyonuna katılımın arttığı, ancak bu durumun doğal alanlarda aşırı kullanım ve çevresel bozulma riskini beraberinde getirdiği tespit edilmiştir (Beery ve diğerleri, 2021). Buna ek olarak, rekreasyon ekolojisi alanındaki çalışmalar, yoğun ziyaretçi trafiğinin doğal alanlarda bitki örtüsü kaybı, toprak erozyonu ve yaban hayatı üzerinde olumsuz etkiler yaratabileceğini ortaya koymaktadır (Marion ve diğerleri, 2016). Bu bakımdan, kayak merkezlerinde ziyaretçi davranışlarını modellemek için geliştirilen ajan tabanlı simülasyonlar, kalabalık yönetimi ve tesis planlaması açısından yöneticilere değerli bilgiler sunmaktadır (Poulhes ve Miral, 2020).

3. YÖNTEM

Bu araştırmada, betimsel analiz yöntemi temel alınarak tematik analiz tekniği kullanılmıştır. Betimsel analiz, verilerin belirli bir çerçeveye oturtulması, düzenlenmesi ve yorumlanması sürecine dayalı bir yöntemdir (Yıldırım ve Şimşek, 2018). Tematik analiz ise, nitel veri içerisinde tekrar eden temaları, anlamlı örüntüleri ve desenleri ortaya çıkarmaya odaklanan bir içerik analizi tekniğidir (Braun ve Clarke, 2006).

3.1. Verilerin Toplanması ve Analizi

Bu araştırmada kullanılan verilere, Dergipark veri tabanından 20.11.2024--21.12.2024 tarihleri arasında erişilmiştir. Verilerin analizinde betimsel analiz tekniğinden yararlanılmıştır. Çalışma, Tür-

kiye’de rekreasyon yönetimi alanında yapılacak gelecek araştırmalara yol gösterici olması açısından önemlidir. Bibliyometrik analiz, konuyla ilgili tarihsel bir şablon ortaya koyarak bu alanın gelişimi hakkında ayrıntılı bilgi sunmaktadır. Araştırma kapsamında, Dergipark platformunda 2016-2024 yılları arasında “rekreasyon yönetimi” ile ilgili yazılan makaleler taranmış ve toplamda 12 makaleye ulaşılmış ve incelemeye alınmıştır. Araştırmada kullanılan veri toplama aracı, literatürde daha önce geliştirilmiş ve benzer çalışmalarda kullanılan formlardan yola çıkarak hazırlanmıştır (Gezer, 2020). Form; çalışma yılı, , temel alınan araştırma felsefesi (nicel, nitel, karma), yayımlandığı dergiler, konular, hedef kitlesi ve ele alınan rekreasyon yönetimi başlıklardan oluşmaktadır (Gezer, 2022; Delibalta ve Taşdelen Tekker, 2024). Doküman analizi kapsamında elde edilen veriler, tematik analiz yoluyla incelenmiştir. Tematik analizde kullanılan kategoriler, betimsel analizin sistematik bir yapısı ile şekillendirilmiş ve bu kategoriler aracılığıyla verilerden sayısal bilgilere ulaşılmıştır (Yıldırım & Şimşek, 2018, s. 231). Böylece, betimsel analiz yöntemiyle elde edilen veriler tematik analiz tekniğı ile işlenerek, rekreasyon yönetimi konularındaki mevcut durum ve eğilimlerin anlaşılmasına katkı sağlanmıştır.

4. BULGULAR

Bu araştırmada, betimsel analiz yöntemi ve tematik analiz tekniğı ile elde edilen bulgular, rekreasyon yönetimi alanındaki akademik çalışmaların genel profilini ortaya koymaya yönelik olarak incelenmiştir. Araştırma kapsamında ele alınan çalışmalar, çalışma yılları, çalışmanın yapıldığı üniversiteler, temel alınan araştırma felsefeleri (nicel, nitel, karma), çalışma grupları, örneklem büyüklüğü ve veri toplama yöntemleri gibi önemli başlıklar altında analiz edilmiştir. Bu bağlamda, rekreasyon yönetimi alanındaki çalışmaların yoğunlaştığı temalar ve güncel akademik odak noktaları belirlenmiş, elde edilen veriler öğrenci gruplarından turizm sektörüne kadar uzanan şekilde çeşitli paydaşların bakış açısını yansıtmaktadır. Bulgular, rekreasyon yönetimi ile turizm arasındaki yakın ilişkileri ve bu alanın akademik gelişim seyrini özetleyen önemli ipuçları sağlamaktadır.

4.1. Rekreasyon Yönetimi Alanında Yapılmış Akademik Çalışmalar

Rekreasyon yönetimi alanında yapılan akademik çalışmalar, bu disiplinin eğitim, turizm ve yönetim gibi farklı boyutlarına dair önemli bilgiler sunmaktadır. Ayrıca, bu tablolar aracılığıyla rekreasyon yönetimi ve turizm eğitimi arasındaki benzerlikler, farklılıklar ve gelişim alanları detaylı bir şekilde sunulmuştur.

Tablo 4.1. *Rekreasyon Yönetimi Alanında Yapılmış Akademik Çalışmalar*

Yıl	Yazarlar	Araştırmanın Amacı	Yöntem	Sonuçlar
2016	Ercan Yavuz, Mustafa Aksoy, Ali İskender	Rekreasyon Yönetimi bölümünün tercih edilme nedenleri ve öğrencilerin beklentilerini analiz etmek.	Anket yöntemi, Gazi Üniversitesi öğrencileri üzerinde uygulandı.	Öğrencilerin beklentileri, eğitim kalitesi ve sektörle uyumlu müfredat gereksinimleri belirlendi.
2023	Oğuzhan Dülgaroğlu, İbrahim Gündoğdu	Cunda Adası'nın turistik ve rekreasyonel potansiyelini GZFT analiziy-le incelemek.	Nitel gözlem yöntemi ve GZFT analizi.	Cunda Adası'nın güçlü yönleri doğal, kültürel ve tarihi değerler olarak tespit edildi.
2023	Fidel Toker, Hatice Güçlü Nergiz	Rekreasyon Yönetimi bölümünde görev yapan akademisyenlerin durumunu değerlendirmek.	YÖK veri tabanındaki bilgiler üzerinden betimsel analiz.	Akademisyenlerin büyük çoğunluğu doğrudan rekreasyon eğitimi almadığı belirlendi.
2022	Yalçın Tükel, Andaç Akçakese, Alperen Fatih Yolcu, Mehmet Demirel	Rekreasyon Yönetimi öğrencilerinin eleştirel düşünme engellerini farklı değişkenler açısından incelemek.	Kişisel bilgi formu ve Eleştirel Düşünme Engelleri Ölçeği kullanılarak betimsel analiz.	Eleştirel düşünme engelleri erkeklerde daha yüksek, bölüm seçme nedeni puana bağlı öğrencilerde engeller daha fazla.

- 2021 Fatih Bedir, Kış turizmi Yarı yapılandırıl- Kış turizmi otel-
Levent Önal otellerinde rek- mış görüşmeler ve lerinde rekre-
reasyon hizmet- içerik analizi. asyon hizmetlerine
lerinin yönetsel gereken önemin
açıdan değer- verildiği be-
lendirilmesi. lirlendi.
- 2024 Kadriye Tü- 20. ve 21. yüz- VOSviewer yazılı- Rekreasyon yö-
kenmez, Kadir yıldıki rekre- mıyla bibliyomet- netimi kavramla-
Yıldız, Pınar asyon yönetimi rik analiz. rı arasında ‘yeni-
Güzel Gür- çalışmalarını lenme’ ve ‘tutum
büz, Alihan bibliyometrik kesinliği’ öne
Özkavak olarak ince- çıktı.
- 2021 Pınar Tokgöz, Rekreasyon ve Doküman analizi Rekreasyon Yö-
Bilgehan Gül- Rekreasyon yöntemiyle öğre- netimi ve Rekre-
can Rekreasyon asyon yönetim programlarının arasında program
programlarını karşılaştırmak. farklılıkları yük-
sek.
- 2022 Duygu Diğdem Rekreasyon Fenomenolojik de- En çok kullanı-
Silik, Cemal öğrencilerinin sen ve içerik ana- lan metaforlar
Ersin Silik, Fi- çocuk kavramı- lizi. çiçek ve fidan,
liz Özlem Çe- na ilişkin meta- ‘eğitimden etki-
tinkaya forik algılarını lenebilirlik’ ön
analiz etmek. planda.
- 2022 Fatma Eban Rekreasyon DergiPark veri ta- 2021 yılında ma-
Yönetimi ala- banından elde edi- kalelerde nicel
nındaki son 5 len makaleler üye- yöntemlerin yay-
yıllık akademik rinde bibliyometrik gın kullanıldığı
çalışmaları bib- analiz. tespit edildi.
- 2023 Özkan Tütüncü Turizm lisans ÖSYM sınav Turizm lisans
eğitim prog- sonuçları ve programlarının
ramlarının kon- doluluk oranları doluluk oranları
tenjanlarını ve ü z e r i n d e n düşük bulundu.
doluluk oran- tanımlayıcı analiz.
- larını değerlen- dirmek.

2019	Ö z k a n T ü t ü n c ü , Y ı l m a z A k g ü n d ü z , Cem Yeşilyurt	Rekreasyon Yönetimi (RY) ve Turizm İş- letmeciliği (Tİ) bölüm müfre- datlarının ben- zerliklerini ve farklılıklarını belirlemek.	Ankara Hacı Bay- ram Veli Üniver- sitesi ve Akdeniz Üniversitesi'ndeki bölümlerden dokü- man analizi gerçek- leştirilmiştir.	AHBVÜ ve AÜ müfredatlarının büyük ölçüde benzer olduğu tespit edilmiş, bölümlerin fark- lılaştırılması gerektiği öneril- miştir.
2021	Özkan Tütüncü	2021 yılı yük- sek öğretim kurumları sı- navına göre Rekreasyon ve Rekreasyon Yönetimi lisans programları- nın kontenjan, doluluk ve yer- leştirme oran- larını değerlen- dirmek.	2021 ÖSYM sınav sonuçları üzerin- den tanımlayıcı analiz yapılmıştır.	Rekreasyon Yö- netimi bölüm- lerinin doluluk oranı %68 iken, rekreasyon lisans programlarının doluluk oranı yalnızca %31 olarak belirlen- miştir. Rekre- asyon Yönetimi daha fazla tercih edilmiştir.

Tablolar, rekreasyon yönetimi alanında gerçekleştirilen akademik çalışmaların temel bulgularını sistematik bir şekilde ortaya koymaktadır. Aynı zamanda, 12 farklı çalışmanın detaylarını içerirken, bu çalışmaların her biri, rekreasyon yönetimi programlarının müfredat analizi, öğrenci tercihleri, sektörel ihtiyaçlar ve programların etkinliği gibi çeşitli konuları ele almıştır. İlgili çalışmalar, alandaki eğitimin mevcut duru-
munu ve karşılaşılan sorunları ortaya koyarak gelecekteki iyileştir-
me fırsatlarına işaret etmektedir.

4.2. Çalışmaların Düzeylerine ve Yapıldığı Dergilere Göre Dağılımı

Aşağıda, incelenen 12 makaleye ilişkin yayımlandıkları dergiler ve sayı bilgilerini içeren bir tablo sunulmaktadır. Bu tablo, araştı-
rmanın yayımlandığı akademik platformları ve ilgili sayılarını özet-
leyerek, çalışmalara ev sahipliği yapan dergilerin çeşitliliğini ortaya
koymaktadır. Özellikle Turizm Araştırmaları Dergisi gibi alanında
öne çıkan dergilerde birden fazla makalenin yayımlandığı görülmek-

tedir. Bu çeşitlilik, çalışmaların farklı bilimsel perspektifler ve hedef kitlelere ulaşma amacını göstermesi açısından dikkat çekicidir.

Tablo 4.2. *Çalışmaların Düzeylerine ve Yapıldığı Dergilere Göre Dağılımı*

Sıra	Yayımlandığı Dergi	Sayı
1	Turizm Araştırmaları Dergisi	2
2	Turizm Araştırmaları Dergisi	2
3	Gaziantep University Journal of Social Sciences	2
4	International Journal of Contemporary Tourism Research	2
5	Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi	1
6	Akdeniz Spor Bilimleri Dergisi	2
7	International Journal of Exercise Psychology	1
8	SPORTIVE	2
9	Tourism and Recreation	1
10	Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi	1
11	Turizm Ekonomi ve İşletme Araştırmaları Dergisi	2
12	Turizm Araştırmaları Dergisi	1

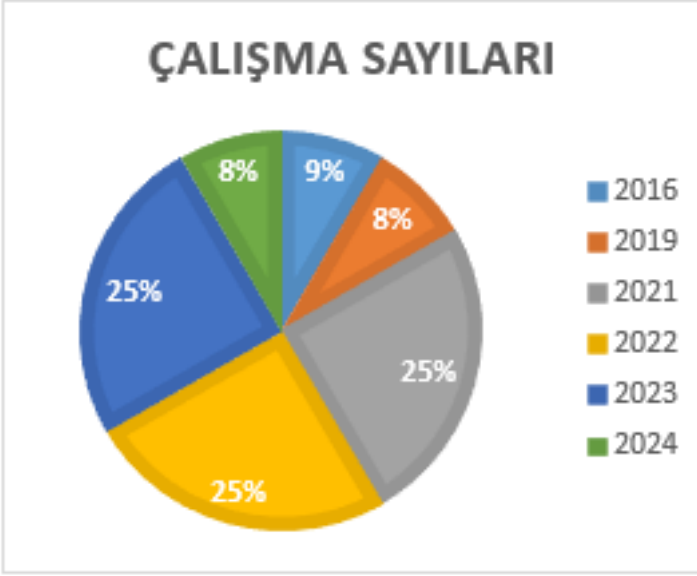
Tablo, 12 makalenin yayımlandığı dergiler ve sayılarına ilişkin önemli bir genel bakış sunmaktadır. Bu tablo incelendiğinde, makalelerin yayımlandığı dergiler arasında özellikle Turizm Araştırmaları Dergisi dikkat çekmektedir. Bu dergide toplamda üç makale yayımlanmış olup, derginin turizm araştırmaları alanındaki etkin ve tercih edilen bir platform olduğunu göstermektedir. Benzer şekilde, Gaziantep University Journal of Social Sciences ve International Journal of Contemporary Tourism Research gibi uluslararası alanda bilinirliği olan dergilerde yayımlanan makaleler, bu çalışmaların küresel akademik topluluk tarafından tanındığını ve kabul gördüğünü ortaya koymaktadır.

4.3. İncelenen Çalışmaların Yıllara Göre Dağılımı

Akademik yayınların yıllara göre dağılımını incelemek, belirli bir konuya olan ilginin zaman içindeki değişimini anlamak açısından oldukça değerlidir. Rekreasyon ve turizm alanında yapılan çalışmaların belirli dönemlerde yoğunlaşması, hem bu alanlardaki akademik gelişmelerin hem de toplumsal ve ekonomik koşulların bu çalışmalara nasıl yön verdiğinin bir göstergesi olabilir. Bu bağlamda, aşağıdaki grafikte çalışmaların hangi yıllarda daha yoğun şekilde ya-

yımlandığını ve genel trendleri görmek mümkündür. Bu durum, alanın akademik anlamda ne kadar dinamik olduğunu gözler önüne sermektedir.

Şekil 4.1. İncelenen Çalışmaların Yıllara Göre Dağılımı



Yukarıdaki pasta grafikte, makale çalışmalarının yayımlandığı yıllara göre dağılımı gösterilmektedir. Grafik, belirli bir dönem içerisinde gerçekleştirilen akademik üretkenliğin nasıl değiştiğini ve hangi yıllarda daha yoğun çalışmalar yapıldığını görselleştirmektedir. Verilere göre, en fazla çalışmanın 2021, 2023 ve 2024 yıllarında yayımlandığı, her birinin toplam çalışmalara %25’lik bir katkı sağladığı görülmektedir. Bu, bu yıllarda akademik faaliyetlerin önemli ölçüde arttığını göstermektedir. 2016, 2019 ve 2022 yıllarına baktığımızda ise bu yıllarda daha az sayıda çalışma yayımlandığı, bunun da toplam çalışmalara oranla %8-9 gibi daha düşük bir katkı sağladığı dikkat çekmektedir.

4.4. İncelenen Çalışmalarda Kullanılan Yöntem Dağılımları

Rekreasyon ve turizm alanındaki araştırmalar, bireylerin ve toplumların fiziksel, sosyal ve duygusal ihtiyaçlarını anlamak açısından büyük önem taşır. Bu tür çalışmalar, hem ölçülebilir verilere dayalı genel eğilimleri hem de bireylerin ve toplumların derinlemesine algılarını ortaya koymayı amaçlar. Aşağıdaki grafik, bu bağlamda yapılan araştırmalarda kullanılan yöntemlerin dağılımını görselleştirmektedir.

şekil 4.2. İncelenen Çalışmalarda Kullanılan Yöntem Dağılımları

Grafikte, çalışmaların kullandığı yöntemlerin (nicel ve nitel) dağılımı gösterilmektedir. Çalışmanın konusu göz önüne alındığında, yöntem seçimi oldukça anlamlıdır. Rekreasyon ve turizm alanında yapılan akademik araştırmalarda, nicel yöntemler genellikle daha geniş ölçekli veriler toplamak ve genel eğilimleri analiz etmek için kullanılırken, nitel yöntemler, bireylerin ve toplulukların deneyimlerini, algılarını ve beklentilerini daha derinlemesine anlamayı hedefler. Grafikte her iki yöntemin de eşit oranda (%50) kullanıldığı görülmektedir.

4.5. İncelenen Tezlerin Konulara Göre Dağılımı

Rekreasyon ve turizm alanındaki akademik çalışmalar, disiplinlerarası bir yaklaşımla farklı konulara odaklanarak bu alanın teorik ve uygulamalı zenginliğini ortaya koymaktadır. Aşağıdaki tablo, bu çalışmaların konu ve yazar profillerine ilişkin genel bir çerçeve sunarak, araştırma alanındaki mevcut durumun çok yönlülüğünü ve akademik çeşitliliğini gözler önüne sermektedir.

Tablo 4.5. İncelenen Tezlerin Konulara Göre Dağılımı

Sıra	Yazarlar	Konu
1	Ercan Yavuz, Mustafa Aksoy, Ali İskender	Rekreasyonel Alan Tasarımı
2	Oğuzhan Dülgaroğlu, İbrahim Gündoğdu	Turizm Ekonomisi
3	Fidel Toker, Hatice Güçlü Nergiz	Rekreasyon ve Toplum
4	Yalçın Tükel, Andaç Akçakese, Alperen Fatih Yolcu, Mehmet Demirel	Turistik Destinasyon Yönetimi
5	Fatih Bedir, Levent Önal	Spor ve Rekreasyon
6	Kadriye Tükenmez, Kadir Yıldız, Pınar Güzel Gürbüz, Alihan Özkavak	Kültürel Miras ve Turizm
7	Pınar Tokgöz, Bilgehan Gülcan	Doğa Turizmi
8	Duygu Diğdem Silik, Cemal Ersin Silik, Filiz Özlem Çetinkaya	Sürdürülebilir Turizm
9	Fatma Eban	Turist Davranışları
10	Özkan Tütüncü	Kentsel Rekreasyon Alanları
12	Özkan Tütüncü, Yılmaz Akgündüz, Cem Yeşilyurt	Rekreasyon Planlaması
12	Özkan Tütüncü	Çevresel Etki ve Turizm

Yukarıdaki tablo, 12 makalenin yazarları ve ele aldıkları konular hakkında bilgi sunmaktadır. Bu çalışmalar, rekreasyon ve turizm alanında geniş bir yelpazeyi kapsayan konuları incelemektedir. Rekreasyonel alan tasarımı, turizm ekonomisi, doğa turizmi, ve kültürel miras gibi başlıklar, alanın hem teorik hem de pratik yönlerine odaklanıldığını göstermektedir. Çalışmalarda, çok yazarlı işbirliklerin yanı sıra bireysel araştırmaların da yer alması dikkat çekicidir.

4.6. İncelenen Çalışmaların Hedef Kitleye Göre Dağılımları

Rekreasyon ve turizm alanında gerçekleştirilen akademik çalışmalar, hem teorik hem de uygulamalı katkılar sunarak geniş bir hedef kitleye hitap etmektedir. Bu çalışmalar, çeşitli uzmanlık alanlarına ve toplumsal kesimlere yönelik çözüm önerileri ve analizler sunarak, alanın çok yönlü yapısını ortaya koymaktadır. Aşağıdaki tablo, bu çalışmaların her birinin yazarlarını ve hedefledikleri kitleleri detaylı bir şekilde sunarak, alanın na-

sıl bir bilgi paylaşımı ve uygulama odaklılık sergilediğine dair genel bir bakış sağlamaktadır.

Tablo 4.6. İncelenen Çalışmaların Hedef Kitleye Göre Dağılımları

Sıra	Yazarlar	Hedef Kitle
1	Ercan Yavuz, Mustafa Aksoy, Ali İskender	Belediye çalışanları, rekreasyon planlamacıları
2	Oğuzhan Dülgeroğlu, İbrahim Gündoğdu	Turizm işletmeleri, yerel yönetimler
3	Fidel Toker, Hatice Güçlü Nergiz	Toplum bilimciler, rekreasyon uzmanları
4	Yalçın Tükel, Andaç Akçakese, Alperen Fatih Yolcu, Mehmet Demirel	Destinasyon yöneticileri, turizm planlayıcıları
5	Fatih Bedir, Levent Önal	Spor bilimciler, rekreasyon koordinatörleri
6	Kadriye Tükenmez, Kadir Yıldız, Pınar Güzel Gürbüz, Alihan Özkavak	Kültürel miras uzmanları, yerel halk
7	Pınar Tokgöz, Bilgehan Gülcan	Doğa turizmi katılımcıları, çevreciler
8	Duygu Diğdem Silik, Cemal Ersin Silik, Filiz Özlem Çetinkaya	Turizm politikacıları, sürdürülebilirlik uzmanları
9	Fatma Eban	Turistler, davranış bilimciler
10	Özkan Tütüncü	Kentsel tasarımcılar, şehir planlamacıları
11	Özkan Tütüncü, Yılmaz Akgündüz, Cem Yeşilyurt	Rekreasyon alanı yöneticileri, planlama uzmanları
12	Özkan Tütüncü	Çevre bilimciler, turizm stratejistleri

Yukarıdaki tablo, 12 makalenin yazarlarını ve çalışmaların hedef kitlesini detaylı bir şekilde göstermektedir. Rekreasyon ve turizm alanında gerçekleştirilen bu çalışmaların hedef kitleleri, geniş bir yelpazeye yayılarak farklı uzmanlık alanlarına ve toplumsal kesimlere hitap etmektedir. Tablodan, her çalışmanın farklı bir ihtiyaca ve hedef gruba odaklanarak alanın zenginliğini ve çok yönlülüğünü ortaya koyduğu anlaşılmaktadır.

5. SONUÇ ve ÖNERİLER

Rekreasyon ve turizm alanında yapılan 12 çalışma, farklı yöntemler, hedef kitleler ve disiplinlerarası yaklaşımlarla bu alanın sosyal ve çevresel boyutlarını kapsamlı bir şekilde ele almaktadır. Hem nicel hem de nitel yöntemlerin eşit oranda kullanıldığı bu araştırmalar, teorik ve pratik katkılar sağlayarak, ulusal ve uluslararası

literatüre önemli katkılar sunmaktadır. Çalışmalar, rekreasyonel alan tasarımı, turizm ekonomisi, sürdürülebilir turizm ve kültürel miras gibi konulara odaklanmaktadır. Örneğin, Yavuz ve Aksoy (2023) belediyeler ve yerel yönetimlerin planlama süreçlerini iyileştirme önerileri sunarken, Tükenmez ve Yıldız (2022) kültürel mirasın korunması ve ekonomik kalkınmadaki rolünü vurgulamaktadır. Ayrıca, Silik ve Çetinkaya (2021) çevresel sürdürülebilirliğin turizm politikalarına entegrasyonunu önermektedir. Bu araştırmaların hedef kitlesi belediyelerden yerel halklara, turistlerden çevre bilimcilere kadar geniş bir yelpazeye hitap etmektedir. Örneğin, **Özkan Tütüncü'nün** kentsel rekreasyon alanları üzerine yaptığı çalışma, şehir planlamacılarına rehberlik ederken; Fatma Eban'ın turist davranışları üzerine çalışması, turizm işletmelerine stratejik içgörüler sağlamaktadır. UNWTO (2023) ve Smith ve arkadaşlarının (2021) çalışmaları gibi literatürdeki diğer araştırmalar da, sürdürülebilir turizmin çevresel, ekonomik ve toplumsal kalkınmaya olan olumlu etkilerini desteklemektedir. Bu bağlamda, rekreasyon ve turizm alanındaki çalışmalar, bireylerin refahını artıracak ve sektörel gelişimi destekleyecek değerli içgörüler sunmaktadır.

Rekreasyon ve turizm alanındaki çalışmaların bulguları doğrultusunda, yerel yönetimler ve belediyeler, rekreasyon alanlarının planlanması ve kentsel dönüşüm projelerinde topluluk katılımını artırmalı, açık ve yeşil alanların sürdürülebilir şekilde artırılmasına öncelik vermelidir. Turizm işletmeleri, turist davranışlarını anlamaya yönelik analizlerle müşteri memnuniyetini artırmalı ve çevresel sürdürülebilirliği sağlamak için yenilikçi çözümler uygulamalıdır. Akademisyenler, disiplinlerarası ve bölgesel çalışmalara odaklanarak, sektörel politikaları etkileyebilecek sonuçlar elde etmeli ve yerel yönetimler ile iş birliğini teşvik etmelidir. Çevre politikacıları, her yeni turizm projesinde çevresel etkileri değerlendirerek, ekosistemlerin korunmasına yönelik özel planlar oluşturmalıdır. Kültürel miras yönetimi ise yerel halkın katılımını artırarak, fiziksel ve dijital erişilebilirliği geliştirmelidir. Ayrıca, bireylerin refahına katkı sağlayacak farkındalık programları ve spor etkinlikleri yaygınlaştırılmalıdır. Bu öneriler, rekreasyon ve turizmin sosyal, çevresel ve ekonomik boyutlarının sürdürülebilir şekilde geliştirilmesine katkı sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- Bedir, F., ve Önal, L. (2021). Recreation management in winter tourism hotels. *International Journal of Exercise Psychology*, 3(1), 12-17.
- Beery, T., Wied, K., ve Knapp, C. (2021). Covid-19 and outdoor recreation management: Increased participation, connection to nature, and a look to climate adaptation. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 36, 100457.
- Braun, V., ve Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101.
- Delibalta, F., ve Taşdelen Teker, G. (2024). Sosyobilimsel konuların öğretilimi üzerine bir inceleme. *Eğitim ve Araştırma Dergisi*, 8(1), 210-220.
- Dülgaroğlu, O., ve Gündoğdu, İ. (2023). Cunda Adası'nın rekreasyonel ve turistik potansiyel açısından GZFT analizi. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 7(2), 106-116.
- Eban, F. (2022). Rekreasyon yönetimi alanında yapılmış akademik çalışmaların bibliyometrik analizi. *Turizm Ekonomi ve İşletme Araştırmaları Dergisi*, 4(2).
- Ercan, Y., ve İskender, A. (2023). Rekreasyon ve toplum: Yeni yaklaşımlar. *Gazi-antep University Journal of Social Sciences*, 18(2), 78-95.
- Gezer, K. (2020). Rekreasyon yönetimi üzerine bir değerlendirme. *Spor Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 15(2), 150-160.
- Gezer, K. (2022). Tematik içerik analizi: Rekreasyon yönetiminde örnek olaylar. *Sosyal Bilimler ve Yönetim Dergisi*, 11(3), 85-95.
- Henderson, K. A., ve Bialeschki, M. D. (2017). *Evaluating leisure services: Making enlightened decisions*. Urbana, IL: Sagamore Publishing.
- Manning, R. (2011). *Studies in outdoor recreation: Search and research for satisfaction*. Corvallis, OR: Oregon State University Press.
- Marion, J. L., Leung, Y.-F., Eagleston, H., ve Burroughs, K. (2016). Recreation impacts and management in wilderness: A state-of-knowledge review. *US Geological Survey Scientific Investigations Report*, 2016-1025.
- Poulhes, A., ve Mirial, P. (2020). Modeling skier behavior for planning and management: Dynaski, an agent-based approach in congested ski-areas. *arXiv preprint arXiv:2011.11976*.
- Schuster, R. M., Thompson, J. G., Hammitt, W. E., ve Lovelock, B. (2020). Outdoor recreation, nature-based tourism, and sustainability. *Sustainability*, 12(1), 81.
- Silik, C. E. ve Çetinkaya, F. Ö. (2021). Sürdürülebilir turizm politikaları ve çevresel etkiler. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 8(2), 34-50.

- Silik, D. D., Silik, C. E., ve Çetinkaya, F. Ö. (2022). Rekreasyon bölümü öğrencilerinin çocuk kavramına ilişkin metaforik algıları. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 51, 325-350.
- Smith, A., Brown, T. Ve White, P. (2020). Recreation management and sustainability: A global perspective. *Recreation and Society Journal*, 33(4), 45-55.
- Smith, A., Johnson, K., ve Brown, T. (2021). The impact of recreational planning on community well-being. *Journal of Environmental Design*, 14(3), 215-230.
- Toker, F., ve Güçlü Nergiz, H. (2023). Rekreasyon yönetimi bölümünde görevli akademisyenler üzerine bir araştırma. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(1), 370-381.
- Tokgöz, P., ve Gülcan, B. (2021). Türkiye’de rekreasyon ve rekreasyon yönetimi lisans eğitim programlarının karşılaştırmalı analizi. *Tourism and Recreation*, 4(1), 50-57.
- Tükel, Y., Akçakese, A., Yolcu, A. F., ve Demirel, M. (2022). Eleştirel düşünme engellerinin farklı değişkenler açısından incelenmesi: Rekreasyon yönetimi öğrencileri üzerine bir araştırma. *Akdeniz Spor Bilimleri Dergisi*, 5(4), 1122-1137.
- Tükenmez, K., ve Yıldız, K. (2022). Kültürel mirasın turizmde sürdürülebilir kalkınmadaki rolü. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(1), 88-102.
- Tükenmez, K., Yıldız, K., Gürbüz, P. G., ve Özkavak, A. (2024). 20. yüzyıldan günümüze rekreasyon yönetimi: Bibliyometrik bir analiz. *SPORTIVE*, 7(2).
- Tütüncü, Ö. (2021). Rekreasyon ve rekreasyon yönetimi lisans programlarının kontenjanlarının değerlendirilmesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 32(2), 261-266.
- UNWTO (United Nations World Tourism Organization). (2023). *Sustainable Tourism for Development*. UNWTO Publications.
- Yavuz, E., ve Aksoy, M. (2023). Rekreasyonel alan tasarımıyla yenilikçi yaklaşımlar. *Turizm Araştırmaları Dergisi*, 15(2), 45-60.
- Yıldırım, A., ve Şimşek, H. (2018). *Nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE REKABET EKSENİNDE TURİZM POLİTİKALARININ GELİŞİMİ

Sibel ÖZDEMİR¹

Giriş

Turizm sektörü, ekonomik kalkınma, istihdam yaratma ve çok boyutlu toplumsal etkileri nedeniyle dünyanın önemli endüstrilerinden biridir. Türkiye ise coğrafi, tarihi ve kültürel zenginlikleri sayesinde bu sektörde önde gelen ülkelerden biri olarak dikkat çekmektedir. Bununla birlikte, turizm sektöründe elde edilen ekonomik kazancın sürekliliğini sağlamak ve çevresel sorunları en aza indirmek için sürdürülebilir politikaların uygulanması kritik bir önem taşımaktadır. Sürdürülebilir turizm politikaları, yalnızca çevre dostu uygulamaları değil, aynı zamanda yerel toplulukların ekonomik ve sosyal kalkınmasını destekleyen stratejileri de kapsamaktadır (UNWTO, 2023). Bu çalışma, Türkiye bağlamında modern turizm politikalarının süreklilik ve rekabet açısından nasıl geliştirildiğini ele alarak, literatüre önemli katkılar sunmayı hedeflemektedir.

Bu çalışmanın temel amacı, Türkiye’deki turizm politikalarının sürdürülebilirlik ve rekabet perspektifinden değerlendirilmesi ve mevcut politikaların etkinliğinin incelenmesidir. Araştırma, Türkiye’nin turizm politikalarının dünyadaki modern yaklaşımlarla uyumunu analiz ederek hem teorik hem de pratik açıdan çıkarımlarda bulunmayı amaçlamaktadır.

Son yıllarda turizm politikalarının yeniden şekillenmesinde, dünya genelinde öne çıkan iki temel konu olan “sürdürülebilir kalkınma hedefleri” ve “endüstriyel rekabet” önemli rol oynamaktadır (Tan-kuş ve diğerleri., 2023). Bu bağlamda Türkiye’de hem çevresel hem de ekonomik dinamiklerin çıkar dengesini sağlayacak çok boyutlu politikalar geliştirilmektedir. Araştırma, bu politikaların etkilerini inceleyerek, ülkenin turizm sektöründeki sürekliliğine ve rekabetçi konumuna dair önemli bulgular sunmayı amaçlamaktadır.

Küreselleşmenin etkisiyle turizm sektöründeki rekabet giderek artmaktadır. Türkiye, 2019 yılında dünyada en fazla turist çeken ilk altı ülkeden biri olmuş, ancak pandemi sonrasında yeniden yapılanma ihtiyacıyla karşı karşıya kalmıştır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2023). Sürdürü-

1 Öğr. Gör. Dr. Sibel ÖZDEMİR, Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi/ Devrek Meslek Yüksekokulu/Turizm ve Otel İşletmeciliği

lebilirlik eksenli politikalar, uzun vadeli ekonomik yararların sağlanması ve çevresel etkilerin minimize edilmesi için kritik öneme sahiptir. Ancak, bu politikaların etkinliği ve uygulama başarısı, yerel şartlara uyumlu bir strateji benimsenmesine bağlıdır.

Bu araştırma, turizm politikalarının çevresel ve sosyal sorumluluk perspektifinden yeniden şekillendirilmesi gerekliliğine vurgu yaparak, Türkiye’deki turizm sektörüne stratejik yönelimler önermektedir. Özellikle, turizm gelirlerini artırırken yerel toplulukların ekonomik kalkınmasını destekleyen politikaların önemi tartışılacaktır. Bu çalışma ayrıca, literatüre yeni kavramsal yaklaşımlar sunarak sürdürülebilir turizm politikaları konusundaki teorik ve pratik bilgiyi zenginleştirmeyi amaçlamaktadır.

1. Türkiye’de Sürdürülebilir Turizm Politikalarının Yerel Topluluklar Üzerindeki Ekonomik ve Sosyal Etkileri

Turizm, ekonomik büyüme, kültürel etkileşim ve çevresel sürdürülebilirlik gibi çok boyutlu etkileri ile küresel düzeyde önemli bir sektör konumundadır. Türkiye, zengin tarihi, doğal ve kültürel mirası ile bu sektörde rekabetçi bir avantaja sahip olmasının yanı sıra, sürdürülebilir turizm politikalarının geliştirilmesi ve uygulanmasında da çaba göstermektedir. Bu çalışmada, sürdürülebilir turizm politikalarının Türkiye’deki yerel topluluklar üzerindeki ekonomik ve sosyal etkileri, teorik çerçeve ve uygulama örnekleri ile ele alınmaktadır.

1.1. Sürdürülebilir Turizm Politikalarının Gelişimi

Sürdürülebilir turizm kavramı, turizm faaliyetlerinin çevresel, ekonomik ve sosyal boyutlarda dengeli bir şekilde gerçekleştirilmesini ifade eder. Bu kavram, 1980’li yıllardan itibaren uluslararası gündemde önemli bir yer edinmiş ve birçok ülkenin turizm politikalarına yön vermiştir. Türkiye, sürdürülebilir turizm politikalarını ilk olarak 1980’lerdeki kalkınma planlarında dile getirmiştir. Ancak, bu politikalar 2000’li yıllarda daha sistematik bir yaklaşımla benimsenmiştir (Bardakoğlu, 2014). Türkiye’nin 2023 Turizm Stratejisi, sürdürülebilir turizm politikalarının önemli bir örneğidir. Bu strateji, çevre dostu turizm faaliyetlerini teşvik etmekte, yerel halkın turizm sektörüne entegrasyonunu desteklemekte ve doğal kaynakların korunmasına öncelik vermektedir. Bardakoğlu (2014), bu stratejinin yalnızca çevresel koruma değil, aynı zamanda ekonomik kalkınma ve sosyal bütünleşme açısından da kritik bir öneme sahip olduğunu vurgulamaktadır.

1.2. Yerel Topluluklar Üzerindeki Ekonomik Etkiler

Turizm, yerel topluluklar için ekonomik kalkınmayı destekleyen önemli bir sektör olarak ön plana çıkmaktadır. Hem doğrudan hem de dolaylı istihdam yaratma potansiyeli sayesinde turizm, özellikle kırsal ve az gelişmiş bölgelerde ekonomik çeşitliliği artıran bir araç haline gelmiştir. Türkiye, zengin tarihi ve doğal kaynakları sayesinde birçok farklı bölgede turizm sektörünü geliştirme fırsatına sahiptir. Özellikle kırsal bölgelerde turizm faaliyetleri, yerel halk için gelir kaynağı yaratarak ekonomik kalkınmaya katkıda bulunmaktadır. Bahar ve Kozak (2012), turizmin ekonomik etkilerinin artırılmasında stratejik planlamanın ve yerel halkın bu süreçlere aktif katılımının kritik bir rol oynadığını ifade etmektedir.

Türkiye'nin Kapadokya, Karadeniz yaylaları ve Güneydoğu Anadolu gibi bölgelerinde uygulanan turizm projeleri, yerel ekonomiye doğrudan katkı sağlamaktadır. Özellikle, bu bölgelerde gerçekleştirilen kültürel turizm, gastronomi turizmi ve doğal turizme yönelik projeler, yerel halk için ekonomik fırsatları artırırken aynı zamanda bölgeye özgü kültürel ve doğal değerlerin korunmasına da destek olmaktadır. Kapadokya gibi destinasyonlarda düzenlenen balon turları, otantik otel işletmeciliği ve el sanatları ürünlerinin satışı, yerel halk için önemli gelir kaynakları sunmaktadır. Karadeniz yaylalarında ise doğa turizmine yönelik olarak düzenlenen trekking turları, yayla festivalleri ve organik tarıma dayalı turizm faaliyetleri, bölgesel ekonomiyi desteklemektedir.

Turizm sektörü, özellikle kadınlar ve gençler gibi dezavantajlı grupların işgücü piyasasına katılımını teşvik eden bir araç olarak da öne çıkmaktadır. Konaklama, yeme-içme, rehberlik, el sanatları üretimi ve satış gibi alanlarda istihdam fırsatları sunan turizm, yerel toplulukların sosyal ve ekonomik yapılarında önemli bir değişim yaratmaktadır. Toker (2007), Türkiye'de uygulanan turizm teşvik politikalarının kırsal bölgelerde yatırımları artırarak hem yerel halkın gelir seviyesini yükselttiğini hem de bölgesel eşitsizliklerin azaltılmasına katkıda bulunduğunu vurgulamaktadır. Özellikle devlet destekli teşvik paketleri ve uluslararası fonlarla desteklenen projeler, bu tür kalkınma süreçlerini hızlandırmaktadır.

Alternatif turizm türleri, yerel toplulukların ekonomik çeşitliliğini artırmakta ve gelir kaynaklarını genişletmektedir. Örneğin, agro-turizm, kırsal bölgelerdeki çiftçiler için ek gelir fırsatları yaratmaktadır. Misafir çiftlikler, tarım turları ve yerel ürünlerin turistlere doğrudan satışı gibi faaliyetler, hem kırsal kalkınmayı desteklemekte hem de tarım sektörü ile turizmin entegrasyonunu sağlamaktadır. Ekoturizm ise çevresel sürdürülebilirliği ön planda tutarak, doğa temelli turizm faaliyetleri yoluyla yerel halkın ekonomik durumunu iyileştiren bir diğer önemli alan olarak dikkat çekmektedir. Demir ve Çevirgen (2006), bu tür turizm faaliyetlerinin

sadece ekonomik etkileriyle sınırlı kalmayıp aynı zamanda yerel halkın çevresel farkındalığını artırarak, uzun vadeli kalkınma süreçlerine katkıda bulunduğunu ifade etmektedir.

Yerel ekonomilerin güçlendirilmesi için turizm sektörü, küçük ve orta ölçekli işletmelerin desteklenmesinde önemli bir araçtır. Özellikle mikro düzeyde girişimcilik faaliyetlerinin teşvik edilmesi, turizm sektörünün yerel halk için daha kapsayıcı hale gelmesini sağlamaktadır. Gastronomi turizmi, bu bağlamda yerel üreticilere doğrudan fayda sağlayan önemli bir alan olarak öne çıkmaktadır. Türkiye'nin farklı bölgelerinde yetiştirilen organik ürünler, yerel mutfaklar ve gastronomik deneyimler, turistlerin ilgisini çekmekte ve yerel halkın ekonomik faaliyetlerini desteklemektedir. Örneğin, Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde düzenlenen gastronomi turları, hem bölgenin yemek kültürünü tanıtmakta hem de yerel restoranların ve üreticilerin gelirlerini artırmaktadır. Bununla birlikte, turizm sektörünün yerel ekonomilere katkısını artırmak için kapsayıcı politikaların uygulanması gerekmektedir. Özellikle yerel halkın turizm planlama süreçlerine dahil edilmesi, hem ekonomik faydaların adil bir şekilde paylaşılmasını hem de sürdürülebilir bir turizm modelinin oluşturulmasını sağlayacaktır. Sürdürülebilir turizm politikaları, kırsal kalkınma süreçlerini destekleyen projelerle uyumlu bir şekilde tasarlanmalı ve yerel halkın ihtiyaçlarıyla uyumlu olmalıdır. Sonuç olarak, turizm sektörü, yerel ekonomilerin güçlendirilmesi, gelir eşitsizliklerinin azaltılması ve toplumsal kalkınmanın desteklenmesi açısından stratejik bir araç olarak değerlendirilmektedir.

1.3. Yerel Topluluklar Üzerindeki Sosyal Etkiler

Turizm faaliyetleri, yerel toplulukların sosyal yapısı üzerinde geniş kapsamlı ve çok yönlü etkiler yaratmaktadır. Bu etkiler, yerel halkın yaşam kalitesini, toplumsal dayanışmayı, kültürel kimliğin korunmasını ve sosyal uyumu doğrudan şekillendirebilir. Türkiye'deki turizm politikaları, yerel toplulukların sosyal kalkınmasını desteklemeyi ve sürdürülebilir kalkınma hedefleri doğrultusunda toplumsal bütünleşmeyi teşvik etmeyi amaçlamaktadır (Andaç, 2006). Sosyal etkiler, olumlu sonuçlarla birlikte olumsuz etkiler de yaratabilir; bu nedenle bu etkilerin dikkatle yönetilmesi gerekmektedir.

Turizmin en önemli sosyal katkılarından biri, toplumsal dayanışmayı güçlendirme potansiyelidir. Turizm, yerel toplulukların ortak çıkarlar doğrultusunda bir araya gelmesini teşvik ederek sosyal bağları güçlendirebilir. Doğu Karadeniz Bölgesi'nde düzenlenen geleneksel yayla festivalleri, yalnızca yerel halkın kültürel mirasını yaşatmakla kalmaz, aynı zamanda toplumsal dayanışmayı artırır ve turistlerle yerel halk arasında bir köprü oluşturur (Altınay et al., 1995). Bununla birlikte, aşırı turist yoğunluğu,

yerel halk üzerinde olumsuz etkiler yaratabilir. Bu etkiler arasında yaşam maliyetlerinin artması, kamusal alanların turistlere tahsis edilmesi ve sosyal çatışmalar yer alabilir.

Turizm, yerel toplulukların kültürel kimliğinin korunması ve tanıtılmasında da önemli bir rol oynar. Yerel halk, turistlerle kurduğu etkileşimler yoluyla kendi kültürel mirasına yönelik farkındalığını artırabilir. Ancak aşırı turizm yoğunluğu, yerel kültürün ticari kaygılarla yozlaşmasına veya kaybolmasına yol açabilir. Bu sorunların önüne geçebilmek için ziyaretçi yönetimi stratejilerinin uygulanması ve sürdürülebilir turizm politikalarının benimsenmesi gerekmektedir (Akış, 1999).

Turizm sektörü, özellikle dezavantajlı gruplar için sosyal eşitlik ve ekonomik fırsatlar yaratma potansiyeline sahiptir. Kadınlar ve gençler, turizm aracılığıyla ekonomik hayata daha aktif bir şekilde katılma ve bağımsızlık kazanma şansı bulmaktadır. Türkiye'nin kırsal bölgelerinde el sanatları üretimi, agro-turizm ve gastronomi gibi alanlarda gerçekteştirilen faaliyetler, özellikle kadınların ekonomik rollerini güçlendirmektedir. Gençler ise turizm sektöründeki istihdam olanakları sayesinde yeni beceriler geliştirmekte ve uluslararası kültürlerle etkileşim kurarak toplumsal hayata daha aktif şekilde katılmaktadır (Demir & Çevirgen, 2006).

Turizm, aynı zamanda yerel halkın çevresel sürdürülebilirlik konusundaki farkındalığını artırır. Ekoturizm ve agro-turizm gibi alternatif turizm türleri, yerel halkın doğal kaynakların korunmasına yönelik bilinç geliştirmesine olanak tanır. Dalyan ve Kaş gibi çevresel açıdan hassas bölgelerde uygulanan projeler, çevre dostu enerji kullanımı, atık yönetimi ve biyolojik çeşitliliğin korunması konularında yerel halkın bilinçlenmesini sağlamaktadır (Kaya et al., 2011). Çevresel sürdürülebilirlik politikaları, yalnızca çevrenin korunmasını değil, aynı zamanda topluluklar arasında dayanışmayı da artırmaktadır.

Olumsuz sosyal etkiler arasında ise turist yoğunluğunun yerel halkın günlük yaşamına getirdiği zorluklar yer alır. Bunlar arasında aşırı kalabalık, kültürel farklılıkların yarattığı çatışmalar ve turizmin neden olduğu yaşam maliyetlerinin yükselmesi sayılabilir. Bu tür olumsuz etkilerin yönetilmesi için, turizm faaliyetlerinin yerel toplulukların ihtiyaçlarını ve beklentilerini dikkate alan bir anlayışla planlanması büyük önem taşımaktadır. Turizm politikalarının başarılı olabilmesi için yerel halkın aktif katılımı ve fayda sağladığından emin olunması gereklidir.

2. Türkiye'nin Turizmde Rekabet Gücünü Artıran Modern Politikalar ve Uygulamalar

Turizm sektörü, ulusal ve uluslararası düzeyde ülkelerin ekonomik kalkınmasında ve tanıtımında kilit bir rol oynamaktadır. Günümüz rekabetçi küresel ortamında, ülkeler turizm gelirlerini artırmak ve uluslararası turist çekmek için çeşitli stratejik yaklaşımlar benimsemektedir. Türkiye, zengin tarihi ve kültürel mirası, doğal güzellikleri ve stratejik coğrafi konumuyla bu sektörde önemli bir avantaja sahipken, rekabet gücünü artırmaya yönelik modern politikalar ve uygulamalar geliştirmektedir.

2.1. Rekabet Gücünün Temel Unsurları

Rekabet gücü, turistik destinasyonların çekiciliğini artıran ve turistlerin tercihini etkileyen bir dizi faktöre dayanmaktadır. Crouch ve Ritchie (1999) tarafından ortaya atılan destinasyon rekabet gücü modeli, bir destinasyonun rekabet avantajını belirleyen unsurları doğal kaynaklar, kültürel miras, altyapı, destinasyon yönetimi ve pazarlama stratejileri olarak sınıflandırmaktadır. Türkiye'nin turizmde rekabet gücünü artıran politikaları bu unsurlar çerçevesinde değerlendirilebilir.

Özellikle altyapı ve ulaşım yatırımları, Türkiye'nin turizm rekabet gücünü artırmada önemli bir rol oynamaktadır. Çetin ve arkadaşları (2011), Türkiye'deki karayolu altyapısının tarihsel gelişimini ele alırken, bu altyapının turizm destinasyonlarına ulaşımı kolaylaştırarak turizm sektörüne olan katkısını vurgulamıştır. İstanbul Havalimanı gibi büyük ölçekli projeler, Türkiye'nin uluslararası erişilebilirliğini artırarak turist akışını kolaylaştırmış, destinasyonlar arasındaki bağlantıyı güçlendirmiştir. Ayrıca, bölgesel havalimanları ve yeni hızlı tren hatları, turistlerin bölgesel destinasyonlara erişimini kolaylaştırarak yerel turizmi desteklemiştir.

Destinasyon yönetimi ve hizmet kalitesi de rekabet gücünün temel unsurları arasında yer almaktadır. Chi ve Gursoy (2009), çalışan memnuniyetinin müşteri memnuniyeti ve finansal performans üzerindeki etkisini analiz ederek, hizmet kalitesinin destinasyon rekabet gücündeki önemini vurgulamaktadır. Türkiye'deki konaklama sektöründe, özellikle üst segment otellerin hizmet kalitesi, uluslararası turistlerin beklentilerini karşılamada önemli bir avantaj sağlamaktadır.

2.2. Modern Politikaların Rolü

Türkiye'nin turizm politikaları, sürdürülebilirlik ve destinasyon çeşitliliği gibi modern yaklaşımlarla desteklenmektedir. Dwyer ve Kim (2003), turizm destinasyonu rekabet gücünün artırılmasında sürdürülebilirlik politikalarının kritik bir öneme sahip olduğunu belirtmiştir. Türkiye, bu bağ-

lamda 2023 Turizm Stratejisi’ni benimseyerek, turizm sektörünü ekonomik, çevresel ve sosyal boyutlarda sürdürülebilir bir yapıya dönüştürmeyi hedeflemiştir. Strateji, kitle turizmi yerine alternatif turizm türlerinin geliştirilmesini teşvik ederek destinasyon çeşitliliğini artırmayı amaçlamaktadır.

Türkiye’de sürdürülebilir turizm politikaları kapsamında, özellikle kırsal bölgelerde agro-turizm ve eko-turizm gibi alternatif turizm türlerinin teşvik edilmesi önem kazanmıştır. Kaya ve Kozak (2008), turistik destinasyonların sürdürülebilir rekabet gücünü artırmak için çevresel duyarlılığı artıran politikaların önemini vurgulamıştır. Bu bağlamda, Kapadokya gibi bölgelerde uygulanan butik otel modelleri ve yerel ürünlere dayalı turistik faaliyetler, sürdürülebilir politikaların başarılı örneklerini sunmaktadır.

2.3. Pazarlama Stratejileri ve Dijitalleşme

Modern turizm politikalarının bir diğeri önemli unsuru pazarlama stratejileridir. Türkiye, destinasyonlarının tanıtımında dijital pazarlama ve sosyal medya platformlarından aktif bir şekilde yararlanmaktadır. Özellikle “GoTürkiye” platformu, dijitalleşme yoluyla Türkiye’nin turistik cazibesini küresel ölçekte artırmak için önemli bir araç olmuştur. Kitapçı ve arkadaşları (2012), çevrimiçi ağızdan ağıza iletişimin otel satışları üzerindeki etkisini inceleyerek, dijitalleşmenin turizm sektöründeki önemini vurgulamıştır.

Dijitalleşme, yalnızca pazarlama değil, aynı zamanda destinasyon yönetimi ve müşteri deneyimi açısından da önemli avantajlar sunmaktadır. Online rezervasyon platformları ve mobil uygulamalar, turistlerin Türkiye’deki destinasyonlara erişimini kolaylaştırmış ve turistik hizmetlere hızlı bir şekilde ulaşmalarını sağlamıştır. Ayrıca, dijital analitik araçlar, turistlerin tercihlerini anlamada ve bu tercihlere uygun hizmetler sunmada etkili bir şekilde kullanılmaktadır.

Ayrıca, Türkiye’nin turizmde rekabet gücünü artıran bir diğeri uygulama, tıbbi turizm ve sağık turizmi alanında yaptığı yatırımlardır. Fetscherin ve Stephano (2016), tıbbi turizmin turizm gelirlerini artırmadaki rolüne dikkat çekmiştir. Türkiye, özellikle sağık turizmi kapsamında uluslararası düzeyde rekabetçi fiyatlar ve kaliteli hizmet sunarak bu alandaki konumunu güçlendirmektedir. İstanbul ve Antalya gibi şehirlerde yer alan uluslararası standartlardaki sağık tesisleri, bu alandaki başarının önemli bir göstergesidir.

2.4. Sürdürülebilir Kalkınma ve Çevresel Duyarlılık

Dünyanın birçok bölgesinde olduğu gibi, Türkiye’de de turizm faaliyetleri doğal kaynakların sürdürülebilirliği üzerinde baskı oluşturmaktadır. Bu nedenle, çevresel sürdürülebilirlik, modern turizm politikalarının merkezinde yer almaktadır. Akşit (2007), turizm sektöründe doğal çevrenin korunmasının, destinasyonların uzun vadeli rekabet gücünü sağlamadaki önemini vurgulamaktadır. Türkiye, özellikle özel çevre koruma bölgele-
rinde çevre dostu uygulamaları teşvik ederek bu alanda önemli adımlar atmıştır.

Muğla-Dalyan gibi bölgelerde uygulanan koruma projeleri, çevresel sürdürülebilirlik ve turizm entegrasyonunun başarılı bir örneğini sunmaktadır. Kaya ve arkadaşları (2011), Dalyan bölgesinde turizmin çevresel etkilerini inceleyerek, çevresel koruma politikalarının önemini ortaya koymuştur. Bu tür projelerin genişletilmesi, Türkiye’nin turizmde rekabet gücünü artırmasına katkı sağlayacaktır.

Ekoturizm ve agro-turizm, çevresel sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşmada önemli rol oynayan diğer unsurlardır. Bu tür turizm modelleri, hem doğal kaynakların korunmasına hem de yerel toplulukların ekonomik kalkınmasına katkı sağlamaktadır. Türkiye, özellikle Karadeniz Bölgesi’nde yayla turizmi ve eko-turizm gibi çevre dostu turizm faaliyetlerini teşvik ederek bu alandaki potansiyelini artırmaktadır.

2.5. Kültürel Mirasın Korunması

Kültürel miras, turizm destinasyonlarının rekabet avantajını artıran önemli bir unsurdur. Türkiye, UNESCO Dünya Mirası Listesi’nde yer alan birçok tarihi ve kültürel değere sahiptir. Bu değerlerin korunması ve tanıtılması, turizmin sürdürülebilir bir şekilde gelişmesine katkı sağlamaktadır. Bertan (2009), Pamukkale örneği üzerinden aşırı turizmin kültürel ve doğal alanlar üzerindeki olumsuz etkilerini ele alırken, bu tür alanlarda sürdürülebilir turizm politikalarının gerekliliğini vurgulamıştır.

Türkiye’deki kültürel mirasın korunmasına yönelik politikalar, yalnızca ulusal düzeyde değil, aynı zamanda uluslararası düzeyde de önemli bir etkiye sahiptir. Göbeklitepe gibi arkeolojik alanların UNESCO Dünya Mirası Listesi’ne dahil edilmesi, Türkiye’nin kültürel mirasını uluslararası turizm pazarında tanıtmasına katkı sağlamıştır. Ayrıca, bu tür alanlarda ziyaretçi yönetimi stratejilerinin geliştirilmesi, aşırı turizmin olumsuz etkilerini en aza indirmeye yardımcı olmaktadır.

2.5. Ekonomik Etkiler ve Teşvik Politikaları

Turizm sektöşü, Türkiye ekonomisi için önemli bir gelir kaynağıdır. Ancak bu gelirlerin artırılması, stratejik teşvik politikalarının uygulanmasını gerektirmektedir. Toker (2007), Türkiye'nin turizm sektöründe uyguladığı teşvik politikalarını değerlendirerek, bu teşviklerin sektöre olan katkılarını analiz etmiştir. Özellikle yatırım teşvikleri, yeni destinasyonların geliştirilmesi ve mevcut destinasyonların rekabet gücünün artırılması açısından kritik bir rol oynamaktadır. Teşvik politikaları, yalnızca finansal destek sağlamakla kalmamakta, aynı zamanda destinasyonların tanıtımı ve altyapı geliştirilmesi için de önemli bir araç olarak kullanılmaktadır. Özellikle kırsal bölgelerde turizm faaliyetlerini teşvik etmek, ekonomik kalkınmayı desteklemenin yanı sıra bölgesel eşitsizliklerin azaltılmasına da katkı sağlamaktadır. Türkiye'deki turizm teşvik programları, bu hedeflere ulaşmada önemli bir rol oynamaktadır.

3. Çevresel Sürdürülebilirlik ve Türkiye'nin Turizm Politikalarındaki Yeri

Turizm sektörü, dünya genelinde ekonomik kalkınma, istihdam yaratma ve kültürel değerlerin korunmasına katkı sağlama gibi çok boyutlu etkileri nedeniyle büyük bir öneme sahiptir. Ancak bu sektörün çevre üzerindeki etkileri, özellikle yoğun turist akışı alan destinasyonlarda, doğal kaynakların sürdürülebilirliği açısından kritik bir sorun alanı yaratmaktadır. Çevresel sürdürülebilirlik, turizm politikalarının temel unsurlarından biri olarak hem ulusal hem de uluslararası ölçekte dikkat çekmektedir. Türkiye, zengin doğal güzellikleri ve biyolojik çeşitliliği ile bu politikaların uygulanması ve geliştirilmesi için özel bir potansiyele sahiptir. Turizm ve çevre arasındaki etkileşim, turistik faaliyetlerin ekonomik ve sosyal faydaları kadar çevresel maliyetlerini de kapsamaktadır. Çevresel sürdürülebilirlik kavramı, doğal kaynakların korunmasını, ekolojik dengeye zarar vermeden kullanımını ve gelecek nesillerin bu kaynaklardan faydalanabilmesini sağlamayı hedefler. Bu bağlamda, çevresel sürdürülebilirlik perspektifinin, turizm sektöründe uygulanabilir hale getirilmesi büyük bir zorunluluk haline gelmiştir. Türkiye'deki çevre politikalarının geçmişten günümüze gelişimi ve bu politikaların turizm sektörü üzerindeki etkileri, sürdürülebilir kalkınma bağlamında değerlendirilmelidir (Solmaz, 2019).

3.1. Türkiye'de Çevre Politikalarının Tarihsel Gelişimi

Türkiye'de çevre politikalarının gelişimi, cumhuriyet öncesi döneme kadar uzanmaktadır. Osmanlı İmparatorluğu döneminde çevreye yönelik düzenlemeler daha çok imar planları ve orman koruma gibi konularla sınırlıydı. Örneğin, 1869 yılında çıkarılan Orman Nizamnamesi ve 1900'lü

yıllarda yürürlüğe giren Asar-ı Atika Nizamnamesi, çevresel değerlerin korunması açısından önemli adımlardı. Cumhuriyetin ilk yıllarında ise çevre politikaları, savaş sonrası ekonomik ve sosyal kayıplar nedeniyle yeterince öncelikli bir konu olarak ele alınmamış, bu konuda somut adımlar 1960'lı yıllarda başlayan planlı kalkınma dönemiyle atılmaya başlanmıştır. Özellikle 1982 Anayasası'nın 56. maddesi, çevreyi koruma görevini devlet ve vatandaşlara yükleyerek, çevre koruma konusunda önemli bir hukuki temel oluşturmuştur (Solmaz, 2019).

Planlı kalkınma dönemlerinde çevresel sürdürülebilirlik kavramı, Beş Yıllık Kalkınma Planları aracılığıyla daha fazla gündeme gelmiştir. Özellikle 7. Kalkınma Planı ve sonrasında, çevre koruma ile ilgili politika ve stratejilerin sürdürülebilirlik ilkesiyle uyumlu hale getirilmeye çalışıldığı görülmektedir. Bu bağlamda, Türkiye'nin 2023 Turizm Stratejisi, sürdürülebilirlik yaklaşımını turizm politikalarının merkezine yerleştiren önemli bir plan olarak öne çıkmaktadır. Strateji, turizm bölgelerinde çevresel sürdürülebilirlik perspektifi içinde planlamaların yapılmasını ve çevre dostu turizm faaliyetlerinin yaygınlaştırılmasını hedeflemektedir (Türkiye Turizm Stratejisi 2023, 2007).

Çevre politikalarının gelişiminde, uluslararası anlaşmalar ve taahhütler de önemli bir rol oynamaktadır. Türkiye, Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi ve Paris Anlaşması gibi uluslararası çevre taahhütlerine katılarak, küresel düzeyde çevre koruma politikalarına uyum sağlamayı amaçlamıştır. Ancak bu taahhütlerin uygulanabilirliği, yerel düzeyde alınan önlemler ve uygulanan politikalarla doğrudan ilişkilidir. Özellikle Türkiye'nin Akdeniz ve Ege kıyılarında artan yapılaşma baskısı ve doğal kaynakların aşırı kullanımı, çevresel sürdürülebilirlik hedeflerinin hayata geçirilmesi noktasında önemli zorluklar oluşturmaktadır (Akış, 1999).

3.2. Çevresel Sürdürülebilirlik ve Turizm İlişkisi

Turizm, doğrudan doğal çevreye bağımlı bir sektördür. Bu nedenle, çevresel sürdürülebilirlik ilkelerinin turizm sektöründe uygulanması, hem çevrenin korunması hem de turizmin uzun vadeli ekonomik sürdürülebilirliği açısından kritik öneme sahiptir. Türkiye'nin zengin doğal kaynakları, turizm için büyük bir avantaj sağlarken, bu kaynakların korunması gerekliliği, çevre politikalarının etkin bir şekilde uygulanmasını zorunlu kılmaktadır.

Ekoturizm, çevresel sürdürülebilirlik hedeflerinin gerçekleştirilmesinde önemli bir araç olarak öne çıkmaktadır. Ekoturizm, doğal kaynakların korunmasını öncelik haline getiren ve bu kaynakları turistik ürün olarak değerlendiren bir turizm türüdür. Türkiye'nin Akdeniz ve Ege bölgelerinde

yer alan doğal koruma alanları, ekoturizm faaliyetleri için büyük bir potansiyel sunmaktadır. Örneğin, Dalyan ve Kaş gibi destinasyonlar, çevre dostu turizm projeleriyle dikkat çekmektedir. Bu bölgelerde uygulanan kıyı koruma projeleri, hem çevresel hem de ekonomik sürdürülebilirlik açısından başarılı örneklerdir (Solmaz, 2019; Akşit, 2007).

Kitlesel turizm faaliyetleri ise çevresel sürdürülebilirlik açısından farklı zorlukları beraberinde getirmektedir. Özellikle kıyı bölgelerinde yoğun turistik faaliyetlerin neden olduğu kirlilik, biyolojik çeşitlilik kaybı ve kaynak tüketimi, bu tür politikaların hayata geçirilmesini zorunlu hale getirmektedir. Pamukkale gibi UNESCO Dünya Mirası Listesi'nde yer alan doğal ve kültürel alanlar, aşırı turist yükü nedeniyle ciddi çevresel tehditlerle karşı karşıya kalmıştır (Bertan, 2009). Bu nedenle, kitlesel turizmin çevresel etkilerini azaltmaya yönelik stratejilerin geliştirilmesi ve uygulanması gerekmektedir.

Enerji verimliliği ve atık yönetimi, çevresel sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşmada önemli rol oynayan diğer unsurlardır. İstanbul'daki 4 ve 5 yıldızlı otellerde yapılan bir araştırma, enerji tasarrufu ve çevre dostu uygulamaların hem çevresel hem de ekonomik faydalar sağladığını ortaya koymuştur (Göktepe, 2011). Bu tür uygulamaların yaygınlaştırılması, Türkiye'nin turizm sektöründe çevresel sürdürülebilirliği sağlamada önemli bir adım olacaktır.

3.3. Sürdürülebilir Turizm Politikalarının Uygulanması

Sürdürülebilir turizm politikalarının uygulanması, çevresel, ekonomik ve sosyal boyutlarıyla kapsamlı bir yaklaşım gerektirmektedir. Türkiye'de bu politikaların etkin bir şekilde uygulanabilmesi için hem yerel hem de ulusal düzeyde koordinasyonun sağlanması gerekmektedir. Yerel yönetimlerin ve sivil toplum kuruluşlarının bu süreçteki rolü, çevresel sürdürülebilirliği destekleyen politikaların benimsenmesi açısından büyük önem taşımaktadır.

Turizm sektörü, doğal faktörlerin büyük rol oynadığı bir sektör olarak, sürdürülebilirlik anlayışıyla şekillenmesi gereken bir alandır (Usta, 2001). Bu bağlamda, doğal kaynakların korunması ve turizmin ekonomik ve sosyal faydalarının uzun vadede devam ettirilmesi için sürdürülebilir kalkınma anlayışı önem kazanmaktadır. Ancak, sürdürülebilir turizmin etkin bir şekilde uygulanabilmesi, belirli ilkelerin benimsenmesini gerektirir. Sürdürülebilir kalkınma prensipleri kapsamında, sürdürülebilir turizmin dayandığı temel ilkeler şunlardır (Solmaz, 2019):

- **Kaynakların Korunması:** Doğal, sosyal ve kültürel kaynakların sürdürülebilir bir şekilde kullanılması; turizmin çevresel sınırlar içerisinde, uzun dönemli bir planlama ile yönetilmesi.
- **Entegrasyon:** Turizm planlamasının ulusal ve yerel sürdürülebilir kalkınma stratejilerine entegre edilmesi.
- **Katılım ve İşbirliği:** Yerel toplulukların turizmin planlanmasına, geliştirilmesine ve kontrolüne aktif katılımının teşvik edilmesi; tüm paydaşlar arasında işbirliği sağlanması.
- **Eğitim ve Farkındalık:** Turizm faaliyetlerine katılan tüm tarafların, kültür, çevre ve ekonomi konularında bilinçlendirilmesi.
- **Araştırma ve İzleme:** Turizmin tüm aşamalarında etkilerin izlenmesi, problemlerin çözülmesi ve fırsatların değerlendirilmesi için araştırma yapılması.
- **Kültürel Saygı:** Tüm birey ve organizasyonların yerel kültür, ekonomi ve yaşam tarzına saygı göstermesi.
- **Çatışmaların Önlenmesi:** Potansiyel çatışmaları önlemek ve faydaları optimize etmek için işbirliği içerisinde çalışılması.

Sürdürülebilir turizm, çevresel, sosyal ve ekonomik unsurlar arasında denge sağlamayı amaçlar. Bu bağlamda, sürdürülebilir turizmin üç temel amacı şunlardır (Solmaz, 2019):

- Doğal mirası ve biyolojik çeşitliliği koruyarak çevresel kaynakların optimum kullanımını sağlamak.
- Yerel toplulukların sosyo-kültürel özgünlüğünü koruyarak kültürlerarası anlayışa ve toleransa katkıda bulunmak.
- Sosyo-ekonomik faydalar yaratarak istihdam, gelir ve sosyal hizmetler sağlayan operasyonlara katkı sunmak.

Göktepe'ye (2011) göre sürdürülebilir turizmin temel hedefleri aşağıdaki şekilde özetlenebilir:

- İnsanların yaşam standartlarını yükseltmek için ekonomik fayda sağlamak.
- Altyapıyı geliştirmek ve konuklar ile yerleşiklere rekreasyon tesisleri sunmak.
- Ziyaretçilere yüksek kaliteli bir deneyim sunmak.
- Ev sahibi toplumların sosyal, kültürel ve ekonomik değerleriyle uyumlu kalkınma programları oluşturmak.

- Çevre kalitesinin korunmasını sağlayarak yaşam kalitesini artırmak.
- Kalkınmada eşitliği teşvik etmek ve toplumsal farkındalık geliştirmek.

Sonuç olarak, sürdürülebilir turizm, uzun vadeli ekonomik, çevresel ve sosyal faydalar sağlamayı amaçlayan bir yaklaşımdır. Bu hedeflere ulaşılabilmesi için turizm politikalarının çok boyutlu ve kapsayıcı bir şekilde uygulanması gereklidir.

2023 Turizm Stratejisi, sürdürülebilir turizm yaklaşımını benimseyerek, çevresel sürdürülebilirlik ilkelerini politika ve uygulama düzeyinde hayata geçirmeyi hedeflemektedir. Bu strateji, turizm bölgelerinde çevresel değerlerin korunmasını, altyapı geliştirmelerini ve çevre dostu turizm türlerinin yaygınlaştırılmasını teşvik etmektedir. Eko-turizm, agro-turizm ve kırsal turizm gibi alternatif turizm türleri, bu stratejinin önemli unsurları arasında yer almaktadır. Örneğin, Muğla-Dalyan bölgesinde uygulanan koruma projeleri, çevresel sürdürülebilirlik ve turizm entegrasyonunun başarılı bir örneğini sunmaktadır (Kaya, 2011).

Yerel halkın bu süreçlere dahil edilmesi, sürdürülebilirlik hedeflerinin gerçekleştirilmesi açısından kritik bir öneme sahiptir. Yerel toplulukların turizm gelirlerinden faydalanması ve doğal kaynakların korunmasında aktif rol oynaması, çevresel sürdürülebilirliğin sağlanmasına katkı sağlamaktadır. Kapadokya gibi destinasyonlarda uygulanan butik otel modelleri ve yerel üreticilere dayalı turistik faaliyetler, bu bağlamda başarılı örnekler sunmaktadır (Solmaz, 2019; Kaya, 1997).

Sonuç

Türkiye’de turizm sektörünün sürdürülebilirlik ve rekabet perspektifinden ele alınması, hem ekonomik kalkınma hem de çevresel değerlerin korunması açısından kritik bir öneme sahiptir. Bu bağlamda, sürdürülebilir turizm politikaları yalnızca çevre dostu uygulamaları değil, aynı zamanda yerel toplulukların ekonomik kalkınmasını ve sosyal bütünleşmesini destekleyen stratejileri de kapsamalıdır. Türkiye, coğrafi, tarihi ve kültürel zenginlikleriyle turizmde büyük bir potansiyele sahip olsa da, bu potansiyelin etkin bir şekilde kullanılabilmesi için sürdürülebilirlik odaklı politikaların geliştirilmesi ve uygulanması gerekmektedir.

Sürdürülebilir turizm politikalarının temel hedeflerinden biri, doğal kaynakların korunması ve sürdürülebilir kullanımıdır. Türkiye’nin zengin biyolojik çeşitliliği ve eşsiz doğal güzellikleri, turistik faaliyetlerin ana kaynağını oluştururken, bu kaynakların aşırı kullanımından kaynaklanan çevresel sorunlar sektörde sürdürülebilirlik sorunlarına yol açmaktadır.

Örneğin, kıyı bölgelerinde artan yapılaşma, kirlilik ve aşırı turist yoğunluğu, doğal kaynaklar üzerinde büyük bir baskı yaratmaktadır. Bu bağlamda, Türkiye'nin çevresel sürdürülebilirlik politikalarını hayata geçirerek turistik faaliyetlerin çevre üzerindeki olumsuz etkilerini en aza indirmesi önemlidir.

Yerel toplulukların turizm sektörüne entegrasyonu, sürdürülebilir turizm politikalarının başarısında kritik bir rol oynamaktadır. Türkiye'de Kapadokya, Karadeniz yaylaları ve Güneydoğu Anadolu gibi bölgelerde yürütülen turizm projeleri, yerel halkın ekonomik kazançlarını artırmada önemli bir araç olarak kullanılmaktadır. Yerel el sanatları, gastronomi ve agro-turizm gibi faaliyetler, kırsal alanlarda yaşayan topluluklar için sürdürülebilir gelir kaynakları oluşturmaktadır. Bu tür projeler, yalnızca ekonomik faydalar sağlamakla kalmayıp, aynı zamanda yerel halkın kültürel mirasını korumasını ve çevresel farkındalığını artırmasını da teşvik etmektedir.

Türkiye'nin turizm politikalarında rekabet gücünü artırmaya yönelik modern yaklaşımlar, altyapı geliştirme, destinasyon çeşitliliği ve dijitalleşme gibi unsurlar etrafında şekillenmektedir. İstanbul Havalimanı gibi büyük ölçekli projeler, Türkiye'nin uluslararası erişilebilirliğini artırarak turist akışını kolaylaştırmış, destinasyonlar arasındaki bağlantıyı güçlendirmiştir. Ayrıca, dijitalleşme yoluyla geliştirilen "GoTürkiye" platformu, Türkiye'nin turistik cazibesini küresel ölçekte artırmak için önemli bir araç olmuştur. Dijital pazarlama stratejileri, turistlerin Türkiye'deki destinasyonlara erişimini kolaylaştırırken, çevrimiçi rezervasyon sistemleri ve mobil uygulamalar, turistik hizmetlere hızlı bir şekilde ulaşılmasını sağlamaktadır.

Türkiye'nin 2023 Turizm Stratejisi, sürdürülebilir turizm politikalarının geliştirilmesi ve uygulanması açısından önemli bir yol haritası sunmaktadır. Bu strateji, çevre dostu turizm türlerinin teşvik edilmesini, doğal kaynakların korunmasını ve yerel halkın turizm sektörüne entegrasyonunu hedeflemektedir. Özellikle kırsal bölgelerde agro-turizm, ekoturizm ve yayla turizmi gibi alternatif turizm türlerinin teşvik edilmesi, Türkiye'nin turizm sektöründe sürdürülebilirliği artırmaya katkı sağlayacaktır. Ayrıca, UNESCO Dünya Mirası Listesi'nde yer alan Kapadokya, Efes ve Göbeklitepe gibi destinasyonlarda uygulanan koruma projeleri, hem çevresel hem de kültürel sürdürülebilirliğin sağlanmasında başarılı örnekler sunmaktadır.

Sürdürülebilir turizm politikalarının etkin bir şekilde uygulanabilmesi için, ulusal düzeyde stratejik planlamaların yanı sıra yerel düzeyde koordinasyon ve iş birliği gereklidir. Yerel yönetimlerin ve sivil toplum kuruluşlarının bu süreçteki rolü, çevresel sürdürülebilirliği destekleyen

politikaların benimsenmesi açısından büyük önem taşımaktadır. Örneğın, Muğla-Dalyan bölgesinde uygulanan çevre koruma projeleri, çevresel sürdürülebilirlik ve turizm entegrasyonunun başarılı bir örneğini sunmaktadır. Benzer şekilde, İstanbul'daki 4 ve 5 yıldızlı otellerde enerji tasarrufu ve çevre dostu uygulamaların yaygınlaştırılması, hem çevresel hem de ekonomik faydalar sağlamaktadır.

Sonuç olarak, Türkiye'nin turizm sektöründe sürdürülebilirlik ve rekabet odaklı politikaların benimsenmesi, hem sektörel büyümeyi destekleyecek hem de ülkenin uluslararası turizm pazarındaki konumunu güçlendirecektir. Çevresel sürdürülebilirlik odaklı politikalar, yalnızca doğal kaynakların korunmasını sağlamakla kalmayacak, aynı zamanda yerel toplulukların ekonomik ve sosyal kalkınmasını destekleyecektir. Türkiye'nin turizmde uzun vadeli başarısı, sürdürülebilirlik ilkelerini temel alan kapsayıcı bir yaklaşım benimsemesine bağlıdır. Bu bağlamda, çevresel değerlerin korunması, yerel halkın katılımı ve modern teknolojilerin kullanımı, Türkiye'nin sürdürülebilir turizm politikalarını güçlendirecek temel unsurlar olarak öne çıkmaktadır.

Kaynakça

- Ahmed, Z. U., & Krohn, F. B. (1990). Reversing the United States' declining competitiveness in the marketing of international tourism: A perspective on future policy. *Journal of Travel Research*, 29(2), 23–29. <https://doi.org/10.1177/004728759002900205>
- Akış, S. (1999). Sürdürülebilir turizm ve Türkiye. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 10(1), 36–46.
- Akşit, S. (2007). Doğal ortam duyarlılığı açısından sürdürülebilir turizm. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23, 441–460.
- Alavi, J., & Yasin, M. M. (2000). A systematic approach to tourism policy. *Journal of Business Research*, 48(2), 147–156. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(98\)00085-0](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(98)00085-0)
- Altınay, M., Bıçak, H. A., & Alipour, H. (1995). Turizmde planlama - politikalar ve KKTC turizm sektörü. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(3–4), 87–91.
- Andaç, F. (2006). *Turizm hukuku*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Assaf, A. G., & Josiassen, A. (2012). Identifying and ranking the determinants of tourism performance: A global investigation. *Journal of Travel Research*, 51(4), 388–399. <https://doi.org/10.1177/0047287511426337>
- Bahar, O., & Kozak, M. (2012). *Turizm ve rekabet*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Bardakoğlu, Ö. (2014). Sürdürülebilir turizm ve planlama. In M. Kozak (Ed.), *Sürdürülebilir Turizm Kavramlar-Uygulamalar* (pp. 47–65). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Bertan, S. (2009). Turizmin çevre üzerinde yarattığı etkiler: Pamukkale örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 20(2), 204–214.
- Çetin, B., Barış, S., & Saroğlu, S. (2011). Türkiye’de karayollarının gelişimine tarihsel bir bakış. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Dergisi*, 1(1), 123–150.
- De Kruijf, H. A., & Van Vuuren, D. P. (1998). Following sustainable development in relation to the North-South dialogue: Ecosystem health and sustainability indicators. *Ecotoxicology and Environmental Safety*, 40(4), 4–14. <https://doi.org/10.1006/eesa.1998.1665>
- Demir, C., & Çevirgen, A. (2006). *Ekoturizm yönetimi*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Dwyer, L., & Kim, C. V. (2003). Destination competitiveness: Determinants and indicators. *Current Issues in Tourism*, 6(5), 369–424. <https://doi.org/10.1080/13683500308667962>
- Fetscherin, M., & Stephano, R.-M. (2016). The medical tourism index: Scale development and validation. *Tourism Management*, 52, 539–556. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.07.026>

- Göktepe, S. (2011). Sürdürülebilir turizm kapsamında İstanbul'daki 4 ve 5 yıldızlı otellerde enerji verimliliği uygulamaları. [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kaya, L. G., Aslan, F., & Yılmaz, B. (2011). Muğla-Dalyan turizminin özel çevre koruma bölgesi üzerine etkileri. *İnönü Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi*, 1(3), 255–266.
- Kitapçı, O., Taştan, S., Dört Yol, İ. T., & Akdoğan, C. (2012). Ağızdan ağıza çevrimiçi iletişimin otellerdeki oda satışlarına etkisi üzerine bir araştırma. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 13(2), 266–274. <https://doi.org/10.31671/dogus.2012.21>
- Tankuş, E., Sökmen, A., & Güzel Şahin, N. G. (2023). Sürdürülebilir turizm ekseninde Birleşmiş Milletler 2030 sürdürülebilir kalkınma hedeflerinin bibliyometrik analizi (Bibliometric analysis of the United Nations 2030 sustainable development goals on the axis of sustainable tourism). *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 11(3), 2238–2263.
- Solmaz, S. A. (2019). Sürdürülebilir turizm ve Türkiye'de çevre politikaları. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12(66), 1176–1185.
- Toker, B. (2007). Türkiye'de turizm sektörü teşviklerinin değerlendirilmesi. *Yönetim ve Ekonomi*, 14(2), 81–92.
- Türkiye Turizm Stratejisi 2023. (2007). *Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayını*.

TURİZMDE İLERİ ARAŞTIRMALAR

yaz
yayınları

YAZ Yayınları

M.İhtisas OSB Mah. 4A Cad. No:3/3

İscehisar / AFYONKARAHİSAR

Tel : (0 531) 880 92 99

yazyayinlari@gmail.com • www.yazyayinlari.com