

T.C.
SAKARYA UYGULAMALI BİLİMLER ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

SOSYAL TURİZMİ GELİŞTİRMEYE YÖNELİK TALEP YÖNLÜ
BİR TEŞVİK MODELİ ÖNERİSİ

DOKTORA TEZİ

Erkan TÜRKSEVEN

Enstitü Anabilim Dalı : TURİZM İŞLETMECİLİĞİ

Tez Danışmanı : Prof. Dr. Aydın YILMAZER

Aralık - 2022

T.C.
SAKARYA UYGULAMALI BİLİMLER ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

**SOSYAL TURİZMİ GELİŞTİRMEYE YÖNELİK TALEP YÖNLÜ
BİR TEŞVİK MODELİ ÖNERİSİ**

DOKTORA TEZİ

Erkan TÜRKSEVEN

Enstitü Anabilim Dalı : TURİZM İŞLETMECİLİĞİ
Tez Danışmanı : Prof. Dr. Aydın YILMAZER

Aralık - 2022

T.C.
SAKARYA UYGULAMALI BİLİMLER ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

SOSYAL TURİZMİ GELİŞTİRMEYE YÖNELİK TALEP YÖNLÜ
BİR TEŞVİK MODELİ ÖNERİSİ

DOKTORA TEZİ

Erkan TÜRKSEVEN

Enstitü Anabilim Dalı : **TURİZM İŞLETMECİLİĞİ**

**Bu tez ../.../2020 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından
oybirliği/oyçokluğu ile kabul edilmiştir.**

JÜRİ	BAŞARI DURUMU
Jüri Başkanı:	
Üye:	
Üye:	
Üye:	
Üye:	

BEYAN

Tez içindeki tüm verilerin akademik kurallar çerçevesinde tarafımdan elde edildiğini, görsel ve yazılı tüm bilgi ve sonuçların akademik ve etik kurallara uygun şekilde sunulduğunu, kullanılan verilerde herhangi bir tahrifat yapılmadığını, başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunulduğunu, tezde yer alan verilerin bu üniversite veya başka bir üniversitede herhangi bir tez çalışmasında kullanılmadığını beyan ederim

Erkan Türkseven

../../2022

TEŞEKKÜR

Bu tez, gerek yazım süreci gerek konusu açısından benim için çok anlamlıdır. Turizm sektöründe deneyim kazanıp akademisyenliğe başladıktan sonra, bir yanda öğretim görevliliği yaparken diğer yandan doktora eğitimimi tamamlamaya çalıştım. Hem eğitimci hem de öğrenci olarak iki rolüm vardı ki bazen rollerim arasında içsel çatışmalar da yaşadığım oldu. Bu süreçte ve bu tezin ortaya çıkmasında içten bir teşekkürle layık birçok kişinin desteğini gördüm.

- Gösterdiği sınırsız anlayış, rehberlik ve her türlü desteği için, danışmanım Prof. Dr. Aydın YILMAZER'e,
- Olumlu katkıları için, Tez İzleme Komitesi üyeleri, Prof. Dr. Burhanettin ZENGİN'e ve Prof. Dr. Selim İNANÇLI'ya,
- Görüşme yaptığım, zamanlarını gönüllü olarak veren tüm İl Kültür ve Turizm Müdürlerine,
- Önerileriye beni yalnız bırakmayan çalışma arkadaşlarıma,
- Desteklerini hissettiren, adını sayamadığım nice başka meslektaş ve dostlarıma,
- Sonsuz sevgi ve moral kaynağı aileme teşekkürü bir borç bilirim.

İÇİNDEKİLER

BEYAN.....	iii
TEŞEKKÜR	iv
İÇİNDEKİLER	i
KISALTMALAR	iii
TABLolar LİSTESİ.....	iv
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	v
ÖZET.....	vi
SUMMARY	viii
BÖLÜM 1. GİRİŞ	1
1.1. Araştırmanın Amacı	2
1.2. Araştırmanın Önemi	2
1.3. Araştırmanın Planı.....	3
BÖLÜM 2. SOSYAL TURİZM KAVRAMI	4
2.1. Sosyal Turizm Tanımı	4
2.2. Sosyal Turizmin Kökleri ve Tarihsel Gelişimi	7
2.3. Sosyal Turizmin Amacı ve Kapsamı.....	10
2.4. Sosyal Turizmde Uluslararası Regülasyonlar ve Uluslararası Örgütlenmeler	13
2.4.1. Dolaylı olarak sosyal turizmle ilgili regülasyonlar.....	13
2.4.1.1. Turizme katılım hakkıyla ilgili regülasyonlar	13
2.4.1.2. Ücretli izin hakkıyla ilgili regülasyonlar.....	14
2.4.2. Doğrudan sosyal turizmle ilgili regülasyonlar	16
2.4.3. Sosyal turizmde uluslararası örgütlenmeler.....	18
2.5. Sosyal Turizmin Faydaları	20
2.6. Sosyal Turizm Türleri	21
2.7. Sosyal Turizmde Arz ve Talep	25
2.7.1. Sosyal turizmde arz.....	26
2.7.1.1. Ulaşım	26
2.7.1.2. Konaklama	27
2.7.2. Sosyal turizmde talep.....	28

2.7.3. Sosyal turizmin finansmanı	31
2.8. Sosyal Turizm Politikaları ve Uygulamaları	33
2.8.1. Sosyal turizmi geliştirmeye yönelik arz yönlü uygulamalar	38
2.8.2. Sosyal turizmi geliştirmeye yönelik talep yönlü uygulamalar	43
2.8.3. Avrupa Birliği ve ISTO destekli sosyal turizm uygulamaları	50
2.9. Sosyal Turizm ve Sürdürülebilirlik	52
2.10. Türkiye'de Sosyal Turizm	58
2.10.1.1. Ücretli tatiller	60
2.10.1.2. Turizm Bankası'nın faaliyetleri	61
2.10.1.3. Kamu kampları ve sosyal tesisler.....	63
2.10.1.4. Gençlere yönelik uygulamalar	64
BÖLÜM 3. SOSYAL TURİZMİ GELİşTİRMeye YÖNELİK TALEP YÖNLÜ BİR TEşVİK MODELİ ARAşTIRMASI	66
3.1. Araştırma Yöntemi	66
3.2. Evren ve Örneklem.....	67
3.3. Verilerin Toplanması.....	70
3.3.1. İkincil veri toplama.....	70
3.3.2. Birincil veri toplama yöntemi	70
3.4. Araştırmanın Sınırlılıkları	72
3.5. Verilerin Analizi ve Değerlendirme	73
3.6. Bulgular ve Yorumlar.....	75
BÖLÜM 4. SOSYAL TURİZMİ GELİşTİRMeye YÖNELİK TALEP YÖNLÜ BİR TEşVİK MODELİ ÖNERİSİ	94
4.1. Sosyal Turizmi Geliştirmeye Yönelik Talep Yönlü Teşvik Modeli'nin Organizasyonel Yapısı ve İşleyişi	95
4.1.1. Rehber ilkeler.....	97
4.1.2. Hedef kitle	97
4.1.3. Ürün ve Hizmet Sağlayıcıları	98
4.1.4. Amaçlar.....	98
4.1.5. Planlama	99
4.1.6. Yönetim ve Operasyonlar	102
4.1.7. İnternet Portalı ve Rezervasyon Sistemi	103
4.1.8. Beklenen Çıktılar	104
4.1.9. Modelin Finansmanı	104
BÖLÜM 5. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	105
KAYNAKLAR	107

KISALTMALAR

ASAB	Amerikan Seyahat Acenteleri Birliği (ASTA - American Society of Travel Agents)
Bkz.	Bakınız
BM	Birleşmiş Milletler (UN - United Nations)
BMÇP	Birleşmiş Milletler Çevre Programı (UNEP-United Nations Environment Program)
BMDTÖ	Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO –United Nations World Tourism Organization)
BMEBKO	Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Organizasyonu (UNESCO - United Nations Educational Scientific and Cultural Organization)
DB	Dünya Bankası (WB-World Bank)
EESC	European Economic and Social Committee (Avrupa Ekonomik ve Sosyal Komitesi)
EFFAT	European Federation of Food, Agriculture and Tourism Unions (Avrupa Gıda, Tarım ve Turizm Birlikleri Federasyonu)
EMES	European Research Network (Avrupa Araştırma Ağı)
ENAT	European Network for Accessible Tourism (Avrupa Erişilebilir Turizm Ağı)
EU/AB	European Union / Avrupa Birliği
FETE	First European Travel Experience (İlk Avrupa Seyahat Deneyimi)
ILO	International Labor Organisation (Uluslararası Çalışma Örgütü)
OECD	The Organisation for Economic Co-operation and Development
OITS/ISTO/	Organisation International du Tourism Social/ International Social
BITS	Tourism Organisation/ Bureau International du Tourisme Social (Uluslararası Sosyal Turizm Örgütü)
p.	Sayfa Numarası (Yabancı Yayınlar)
RG	Resmi Gazete
s.	Sayfa Numarası (Yerli Yayınlar)
STEET	The Social Tourism European Exchanges Platform (Sosyal Turizm Avrupa Değişim Platformu)
STK	Sivil Toplum Kuruluşu
TUSAP	Turizm Sektörü Ana Planı
TÜRÇEV	Türkiye Çevre Eğitim Vakfı
TÜROFED	Türkiye Otelciler Federasyonu
TÜRSAB	Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği
TÜSİAD	Türkiye Sanayici ve İşadamları Derneği
TYD	Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği
UDKB	Uluslararası Doğayı Koruma Birliği (IUCN - International Union for the Conservation of Nature)
vb.	ve benzeri
vd.	ve diğerleri

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 2.1: Avrupa ülkelerindeki sosyal turizm modellerinin tanımı	24
Tablo 2.2: Avrupa Birliği ve ISTO destekli sosyal turizm uygulama örnekleri	51
Tablo 3.1. Görüşme (Mülakat) Formu Soru Planı	71
Tablo 3.2: İçerik analizinden beklentiler ve araştırmadaki karşılıkları.....	74
Tablo 3.3: Katılımcıların 11. soruya verdikleri cevaplar	86
Tablo 3.4: Katılımcıların 12. soruya verdikleri cevaplar	87
Tablo 3.5: Katılımcıların 12. soruya verdikleri cevaplar	88
Tablo 3.6: Katılımcıların 14. soruya verdikleri cevaplar	89
Tablo 3.7: Katılımcıların 15. soruya verdikleri cevaplar	90
Tablo 3.8: Katılımcıların 16. soruya verdikleri cevaplar	91
Tablo 3.9: Katılımcıların 17. soruya verdikleri cevaplar	92
Tablo 3.10: Katılımcıların 18. soruya verdikleri cevaplar	93
Tablo 4.1: SOTGEM çalışma grubu üyeleri	95

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 2.1: Sosyal turizm modelleri	23
Şekil 2.2 : Avrupa sosyal turizmi için ortak organizasyon yapısı.....	37
Şekil 3.1. Araştırma deseni	67
Şekil 3.2: Katılımcıların bölgelere göre dağılımı.....	76
Şekil 3.3: Görüşme içeriklerine ait kelime bulutu	77
Şekil 3.4: Kod ilişki tarayıcısı.....	79
Şekil 3.5: Kod İlişki Haritası.....	82
Şekil 3.6: Kodların birlikte oluşum modeli.....	83
Şekil 4.1: Sosyal Turizmi Geliştirmeye Yönelik Talep Yönlü Teşvik Modeli'nin işleyişi	96
Şekil 4.2: Bölgesel yatırım teşvik uygulamaları	100

SOSYAL TURİZMİ GELİŞTİRMEYE YÖNELİK TALEP YÖNLÜ BİR TEŞVİK MODELİ ÖNERİSİ

ÖZET

Turizm, birçok ülkede ve dünya genelinde önemli bir ekonomik dinamik durumuna gelmiştir. İstatistiksel verilerde görüldüğü gibi dünyada turizm endüstrisi, belirli dönemlerde ortaya çıkan şoklara karşın neredeyse kesintisiz olarak büyümesini sürdürmüştür. Günümüz dünyasında tatiller bir lüks olarak değil, bir bireysel gereksinimlere karşılık verecek; kişisel gelişim, iletişim kurma ve sosyal bütünleşme için bir fırsat olarak görülmektedir. Hemen hemen bütün uzmanlar eğlenme, dinlenme ve tatil amaçlı gezilerin, insanların fiziksel ve ruhsal sağlıklarına olumlu katkı sağladığı konusunda hemfikirdirler.

Turizmin bütün bu olumlu etkilerine karşın, Dünya genelinde turizm hareketlerine katılamayan ciddi bir nüfus söz konusudur. Ekonomik anlamda en geniş imkânlarla sahip olduğu kabul edilen Avrupa Birliği ülkelerinin dahi toplam nüfusunun üçte ikisinin turizm hareketlerine katılmıyor oluşu bu gerçeği açıkça gözler önüne sermektedir.

İnsanların turizm hareketlerine katılamamalarının çeşitli sebepleri vardır. Bu sebeplerin başında maddi imkânsızlıklar gelmektedir. Bilindiği üzere turizme katılım için olmazsa olmaz üç bileşen vardır. Bunlar; boş zaman, istek ve maddi yeterliliklerdir. Maddi imkânsızlıklar temel bileşenlerden birinin eksikliği anlamına gelmektedir.

Maddi yetersizlik, insanların turizm hareketlerine katılamamalarının en büyük sebebi olsa da tek sebebi değildir. Zihinsel ve fiziksel engeller gibi sağlık problemleri ve yaşlılık gibi refakate muhtaç olmayı gerektiren bazı haller de tatile gitme isteğini baltalayan bazı sebeplerdir.

Sosyal turizmin en geniş ve en basit şekilde “*Sosyal turizm, toplumda ekonomik olarak zayıf veya dezavantajlı olanların seyahate katılımından kaynaklanan turizm alanındaki ilişkiler ve olgulardır*” şeklinde tanımlanmaktadır. Bu araştırmada sosyal turizm olgusu ele alınmış ve Dünya genelindeki sosyal turizm uygulamaları değerlendirilmiştir. Bu değerlendirmenin akabinde Türkiye’deki sosyal turizm uygulamaları irdelenmiştir.

Çalışmanın araştırma kısmında Türkiye’nin yeni bir sosyal turizm politikasına ihtiyacı olup olmadığı araştırılmış, bu kapsamda 81 ilinin İl Kültür ve Turizm

müdüründen 24'ü ile mülakat yöntemiyle görüşülmüştür. Yapılan görüşmelerde öncelikle sosyal turizm algısı anlaşılmaya çalışılmış daha sonrasında da sosyal turizm politikası olarak nitelendirilebilecek bir sosyal turizm teşvik modelinin gerekliliği tartışılmıştır.

Elde edilen veriler Maxqda programı ile analiz edilmiş ve sonuçlar değerlendirilmiştir.

Bu sonuçlar göstermektedir ki;

- Yerelde turizm otoritesi sayılabilecek olan İl Kültür ve Turizm müdürleri dahi sosyal turizmle ilgili yeterli bilgiye sahip değildir.
- Sosyal turizm alanında en aktif rolün sosyal devlet anlayışı kapsamında devlete ait olması gerektiği düşünülmektedir.
- Hiçbir kişi, zümre ve işletmeyi ötekileştirmeden uygulanabilecek sürdürülebilir bir sosyal turizm politikasına ihtiyaç vardır.

Çalışmanın son bölümünde bu araştırma sonuçları ve literatür taramasından elde edilen veriler derlenerek uygulanabilir bir sosyal turizm teşvik modeli geliştirilmeye çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Turizm, Sosyal Turizm Uygulamaları, Sosyal Turizm Politikası, Turizmin Teşvik Edilmesi, Turizm Teşvik Modeli

PROPOSAL OF A DEMAND-SIDED INCENTIVE MODEL TO DEVELOP SOCIAL TOURISM -ENGLISH

SUMMARY

Tourism has become an important economic dynamic in many countries and around the world. As seen in the statistical data, the tourism industry in the world has continued to grow almost uninterruptedly despite the shocks that occurred in certain periods. In today's world, holidays will not be a luxury, but will respond to an individual's needs; It is seen as an opportunity for personal development, communication and social integration. Almost all experts agree that trips for entertainment, relaxation and vacation contribute positively to people's physical and mental health.

Despite all these positive effects of tourism, there is a serious population that cannot participate in tourism activities throughout the world. The fact that two-thirds of the total population of the European Union countries, which are considered to have the widest economic opportunities, do not participate in tourism activities clearly reveals this fact.

There are various reasons why people cannot participate in tourism activities. One of these reasons is financial difficulties. As it is known, there are three essential components for participation in tourism. These; leisure time, desire and financial sufficiency. Financial impossibilities mean the lack of one of the basic components.

Although financial inadequacy is the biggest reason why people cannot participate in tourism activities, it is not the only reason. Health problems such as mental and physical disabilities and some conditions that require companionship, such as old age, are some of the reasons that undermine the desire to go on vacation.

Social tourism is defined in the broadest and simplest way as "Social tourism is the relations and phenomena in the field of tourism arising from the participation of the economically weak or disadvantaged in the society on travel". In this research, the phenomenon of social tourism was discussed and social tourism practices around the world were evaluated. Following this evaluation, social tourism practices in Turkey were examined.

In the research part of the study, it was investigated whether Turkey needed a new social tourism policy, and in this context, 24 of the 81 provincial culture and tourism directors were interviewed by interview method. In the interviews, firstly the perception of social tourism was tried to be understood and then the necessity of a

social tourism incentive model, which can be described as a social tourism policy, was discussed.

The obtained data were analyzed with the Maxqda program and the results were evaluated.

These results show that;

- Even Provincial Culture and Tourism directors, who can be considered as local tourism authorities, do not have sufficient information about social tourism.
- It is thought that the most active role in the field of social tourism should belong to the state within the scope of the social state understanding.
- There is a need for a sustainable social tourism policy that can be implemented without marginalizing any person, group or business.

In the last part of the study, a viable social tourism incentive model was tried to be developed by compiling the results of this research and the data obtained from the literature review.

Keywords: Social Tourism, Social Tourism Practices, Social Tourism Policy, Promotion of Tourism, Tourism Incentive Model

BÖLÜM 1. GİRİŞ

Uluslararası turist sayısı küresel çapta 1950 yılında 25 milyon iken bu sayı 1980’de 278 milyona çıkmıştır. Artan bir ivmeyle 1995 yılında 527 milyona ve 2015 yılında 1.186 milyona yükselmiştir. Turizm gelirleri de 1950 yılında yaklaşık 2 milyar \$ iken 1980 yılında 104 milyar \$’a çıkmış, 2000 yılı itibariyle 495 milyar \$’ı geçmiştir. 2019 yılına gelindiğinde ise 3,5 trilyon \$’a ulaşmıştır. Kovid 19 pandemisinin de etkisiyle, 2020 yılında dünya turizm geliri 1,6 trilyon \$, 2021 yılında ise 1,9 trilyon \$ olarak gerçekleşmiştir (WTTC, 2022, s. 1). İç turizmin toplamda uluslararası turizmin 10 katı büyüklüğünde olduğu tahmin edilmektedir. Turizm, birçok ülkede ve dünya genelinde önemli bir ekonomik dinamik durumuna gelmiştir. İstatistiksel verilerde görüldüğü gibi dünyada turizm endüstrisi, belirli dönemlerde ortaya çıkan şoklara karşın neredeyse kesintisiz olarak büyümesini sürdürmüştür ve Kovid 19 pandemisi ardından büyümesini sürdürecektir.

Günümüz dünyasında tatiller bir lüks olarak değil, bir bireysel gereksinimlere karşılık verecek; kişisel gelişim, iletişim kurma ve sosyal bütünleşme için fırsat olarak görülmektedir. Bazı ülkeler, belirli hükûmet girişimleriyle ekonomik olarak zayıf veya dezavantajlı yurttaşları için, genellikle yurt içi tatiller veya günübirlik geziler biçiminde tatil olanaklarını desteklemektedir. Bu turizm biçimi sosyal turizm olarak adlandırılmaktadır (Minnaert & Schapmans, 2009, s. 44). Dünyada sosyal turizm pazarının 2022’de 54,79 milyar \$ olarak gerçekleşeceği, satışların %3,88 gibi büyük bir Bileşik Yıllık Büyüme Oranı ile artacağı ve 2032 yılına kadar piyasa değerinin 79,8 milyar \$’a ulaşacağı tahmin edilmektedir (Future Market Insights, 2022).

1.1. Araştırmanın Amacı

Türkiye’de yıllar yılı lüks bir tüketim olarak değerdendirilen turizm, günümüzde yeni yeni bu yargıdan kurtularak bir gereksinim olarak değerdendirilmeye başlamıştır. Bunda yoğun çalışma hayatı ve şehirleşme ile gelen stres ve kazanç artışının rolü büyüktür. Hemen hemen bütün uzmanlar eğlenme, dinlenme ve tatil amaçlı gezilerin, insanların fiziksel ve ruhsal sağlıklarına katkı sağladığı konusunda hemfikirdirler. Turizmin, ağımızın en yaygın ve etkin hastalığı olarak görülen stresi azaltarak adeta “*zihinsel detoks*” etkisi yaptığı söylenmektedir.

Turizm hareketlerine yüksek gelir düzeyine sahip kesimlerle birlikte orta gelir düzeyindeki kesimlerin de katılabilir duruma gelmesi ve tatil için kullanılan banka kredilerinin artması, turizmin gerçekten bir gereksinim haline geldiğı görülmektedir. Bu bağlamda sağlıklı yaşamak gibi tatil yapmanın da herkesin hakkı olduğunu söylemek yanlış olmaz. Nitekim 1972’de imzalanan Viyana Sözleşmesi’nden bu yana turizm, birçok platformda sosyal bir hak olarak desteklenmiştir (EESC, 2006, s. C 318/73).

Bu alışma, Dünyada ve Türkiye’de sosyal turizm alanında yürütölen faaliyetleri inceleyerek, sosyal turizme dair uygulanabilir ve sürdürölebilir yeni bir teşvik modeli ortaya koymayı amaçlamaktadır.

Bu alışma da, ayrıca yapılan her bilimsel çalışmada olduğı gibi literatüre de katkı sağlamak ve ilgili bilim alanındaki ilerlemeyi bir adım ileriye taşıyarak daha sonra yapılacak araştırmalara kılavuzluk etmek amaçlanmaktadır.

1.2. Araştırmanın Önemi

Literatür taramasından ulaşılan sonuçlara göre; sosyal turizm kavramı, nerdeyse uluslararası anlaşmalarda bir madde olarak yer tutmaktan ileri gidememektedir. Bu alanda yapılan çalışmalar genelde “proje” olarak nitelendirilmekte ve belirli zaman aralıklarını kapsamaktadır. Bu durumun “herkes için tatil” anlayışı ile bağdaşmadığı aşıkârdır. Sosyal turizm katılımcılarının, açık bir şekilde “dezavantajlı oldukları için desteklenen kişiler” olarak damgalanması ise deyim yerindeyse kaç yaparken göz çıkartmaktan ibarettir.

Demek ki insanların etiketlenmeden ve kendilerini ezik hissetmeden dâhil olabilecekleri sürdürülebilir sosyal turizm politikalarına gereksinim vardır. Bu araştırma, uzman görüşlerini de arkasına alarak tam da bu yaraya ilaç olabilecek bir model ortaya koymakta hatta oluşturulan taslakla uygulamayı somutlaştırarak modeli başlı başına devlet politikası haline gelebilecek bir yapıya büründürerek sunmaktadır.

1.3. Araştırmanın Planı

Bu doktora tez çalışması beş bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde araştırmanın ana hatlarının, amaç ve öneminin ortaya konulduğu giriş kısmına yer verilmiştir. Literatür incelendiğinde bazı araştırmaların bu bölümünde araştırmanın yöntemi ve sınırlılıkları gibi başlıklara da yer verildiği görülmektedir. Bu araştırmada, bahsi geçen başlıklara üçüncü bölümde yer verildiğinden burada tekrarına gerek duyulmamıştır.

İkinci bölüm, literatür incelemesini içermektedir. Bu bölümde sosyal turizm kavramı irdelenmiş tarihçesine, türlerine ve faydalarına değinilmiştir. Dahası, Dünya ve Türkiye’deki sosyal turizm uygulamalarından bahsedilmiştir.

Üçüncü bölüm alan araştırmasına ayrılmıştır. Araştırma yöntemi, evren, örneklem, sınırlılıklar, verilerin toplanması ve analizi yani kısacası araştırma metodolojisine bu bölümde yer verilmiştir. Toplanan verilerin analizinin yanı sıra bulguların ortaya konması ve yorumlanması da yine bu bölümde yer almaktadır.

Dördüncü bölümde yapılan araştırmanın sonuçlarından elde edilen çıkarımlar, literatür kısmında incelenen kaynaklar, araştırmacının gözlemleri ve uzman danışmanın tecrübeleri ışığında devlet politikası haline gelebilecek yeni bir sosyal turizm modeli ortaya konmaya çalışılmış ve sürdürülebilirliği için öneriler getirilmiştir.

Beşinci ve son bölümde ise araştırmadan elde edilen sonuçlar özetlenerek sonraki benzer çalışmalar için bazı önerilerde bulunulmuştur.

BÖLÜM 2. SOSYAL TURİZM KAVRAMI

2.1. Sosyal Turizm Tanımı

Sosyal turizm 1950’li yıllardan bu yana bilinen bir kavram olmasına karşın, tanımı hâlâ belirsizdir ve birçok ülkede farklı yorumlanmaktadır. Ayrıca sosyal turizm kavramı farklı ülkelerde farklı çağrışımlar yapmaktadır. Literatürde sosyal turizm; ara sıra ele alınan bir konudan, artan araştırma ilgi alanına dönüşmüştür (Amir, Artemyev, & Assipova, 2016, s. 119).

Almanya’da “*Sozialtourismus*” aynı zamanda nüfusların daha yoksul ülkelere göç etmesine de atıfta bulunur, ancak turizm uygulamalarıyla ilgili neredeyse herhangi bir çağırımı yoktur. Fransa, Belçika ve İtalya’da sosyal turizm; düşük gelir grubundan bireylerin turizme katılımının sağlanması olarak algılanırken İngilizce konuşulan ülkelere sosyal turizm aynı zamanda gönüllü turizmiyle yakın ilişkisi olan bir sosyal eylem olarak da anlaşılmaktadır (Diekmann & McCabe, 2011, s. 420). Sosyal turizmdeki “*Sosyal*” kavramı, düşük gelir grubundan bireylerin turizme katılımının sağlanmasını, ücretli izin hakkının kullanılmasını ve turizm için kolaylaştırıcı önlemlerin alınmasını kapsamaktadır (Usta, 1982, s. 6; Almeida, 2011, s. 489).

Sosyal turizmin ilk tanımlarından birini yapan Walter Hunziker’e göre (1951) “*Sosyal turizm, toplumda ekonomik olarak zayıf veya dezavantajlı olanların seyahate katılımından kaynaklanan turizm alanındaki ilişkiler ve olgulardır*” (Minnaert, Maitland, & Miller, 2011, s. 404). Günümüzdeki sosyal turizm tanımları genelde, Hunziker’in tanımı üzerinden geliştirilmiştir. UNWTO (The United Nations World Tourism - Organization Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü) tarafından da sosyal turizm, bu tanıma paralel biçimde benimsenerek “*özellikle düşük gelir grubundaki toplum kesimlerinin turizme katılımından kaynaklanan tüm ilişki ve olgular*” olarak tanımlanmıştır. Hunziker 1957 yılında sosyal turizmin; “*düşük gelir grubundan bireylerin katılımıyla karakterize edilen, onlara özel hizmetler sunan ve*

bu biçimde tanınan özel bir turizm türü” olduğunu öne sürerek tanımında güncelleme yapmıştır (Minnaert, Maitland, & Miller, 2011, s. 404).

Sosyal turizm; düşük gelir grubundan, sınırlı ve sabit gelirleriyle turizm hareketlerine katılmaya her zaman olanak bulamayan veya bundan tümünden uzak kalan kitlelerin turizme katılmalarını sağlayan özel turizm türüdür (Usta, 1982, s. 19). Diğer bir tanımda: *“Sosyal turizm; programları, uygulamaları, tatil hakkını etkin duruma getiren ve toplumun tüm kesimlerinin - özellikle ailelerin, gençlerin, engelli bireylerin - turizme ulaşılabilirliğini sağlamayı ve ev sahibi halklarla ziyaretçiler arasındaki ilişkinin nitelikli olmasını da amaçlayan olayları ve eylemleri kapsamaktadır.”* (Bélanger & Jolin, 2011, s. 478). Jolin'e göre, *“Sosyal turizm; turizmi demokratikleştirme tutkusuyla, eşitsizlik ve dışlanmaya karşı mücadeleye katkıda bulunur ve sosyal uyumu destekler.”* (Minnaert, Stacey, Quinn, & Griffin, 2010, s. 127). Bu tanımlarda sosyal turizmin, yerel kalkınmayı sağlayan bir araç durumuna getirilmesi amaçlanırken sosyal ekonomiyi kapsayan, dayanışmayı sağlayan ve halkın kimliğine saygı gösteren yönleri ön plana çıkmaktadır.

Avrupa Komisyonu (The European Commission) ise, sosyal turizmin, bazı ülkelerde dernekler, kooperatifler ve sendikalar tarafından düzenlenen ve özellikle de nüfusun en yoksul kesimlerinin çok sayıda seyahat edebilir duruma gelmesi için planlanan bir olgu olduğunu ifade etmektedir (EESC, 2006, s. C 318/68).

1990'lı yıllardan sonra ISTO (International Social Tourism Organisation - Uluslararası Sosyal Turizm Örgütü) tarafından kitle turizmine göre sosyal turizmin en öne çıkan özelliği olan eşit turizm katılımını yansıtmak için *“sosyal turizm”* teriminin *“herkes için turizm”* olarak değiştirilmesi planlanmıştır. Bu nedenle, küresel olarak *“herkes için turizm”* terimini yaygınlaştırmak için 1996 yılında Montreal Bildirgesi hazırlanmıştır. Bildirgeye göre dünyanın her yerinde ülkelerin kendi uygulama hedeflerine ve amaçlarına göre farklılık gösteren sosyal turizm yaklaşımları bulunmaktadır. Bundan dolayı, *“herkes için turizm”* görüşüne bağlı olarak her ülke, kendi sosyokültürel ve sosyoekonomik yapısına göre sosyal turizmi yeniden tanımlayabilmektedir (Bélanger & Jolin, 2011, s. 479).

Etik ve ahlak değerlerinin önem kazanmasıyla 1 Ekim 1999 tarihinde UNWTO tarafından 13. Genel Kurulu'nun gerçekleştirdiği Şili'nin başkenti Santiago'da *“Turizmde Küresel Etik İlkeler - Global Code of Ethics for Tourism”* duyurulmuştur

ve Türkiye 2002 yılında bu etik ilkeleri kabul ettiğini bildirmiştir. Bu ilkelerle turizmin, dünya çapında milyonlarca kişiye daha iyi fırsatlar sunmayı sürdürebileceği ve sürdürülebilir kalkınma sağlayabileceği savunulmuştur. Sosyal turizmin modern anlamda yeniden tanımlanmasında, gerçekleştirilmesinde ve ISTO'nun çalışmalarında; bu ilkelerin 3'üncü, 4'üncü ve 7'inci maddeleri temel alınmaktadır. ISTO'nun sosyal turizmin alanını ve sınırlarını belirleme çabalarına karşın, sosyal turizmin anlamı günümüzde hâlâ değişim durumundadır.

Minnaert, Maitland ve Miller'e göre (2011) artan akademik ilgiden dolayı yapılacak her yeni çalışma ve araştırma, sosyal turizm kavramının daha net bir biçimde tanımlanarak anlamsızlık yaftasından kurtulmasını ve alt kategorilere ayrılmasını sağlamaktadır. Sosyal turizmin sektörel anlamda gelişiminde, kavramın içerebileceği tüm turizm türlerini kapsayan genel bir tanım yapılması oldukça önem taşımaktadır. Bu tanımın da gereksiz biçimde sektörü sınırlayıcı nitelikte olmaması gerekmektedir. Sosyal turizme alternatif bir tanım olarak: *“Öncelikli amacı turizm mübadelesinde hem ziyaretçiye hem de ev sahibi halka fayda sağlamak olan, ek bir etik değer taşıyan turizm”* önerilmiştir. Böylece; kitle turizminin tahribatı sonucu ortaya atılan bu tanımla, sosyal turizm anlayışının etik değerleri içermiş olduğu ileri sürülmektedir (Minnaert, Diekmann, & McCabe, 2012, s. 20-21).

Sosyal turizm hakkındaki farkındalık eksikliğinden dolayı, bazı ülkelerin medyasında sosyal turizmin imajı; başıboş yoksulların toplandığı, devletin sübvans ettiği, halkın ödediği vergilerin boşa harcandığı tatiller olarak olumsuz bir biçimde gösterilebilmektedir (McCabe, Minnaert, & Diekmann, 2011, s. 194). Sosyal turizm kavramının en ayırıcı ögesi, toplumdaki dezavantajlı kişilerle ilgili olmasıdır. Sosyal yaşamdaki dezavantajlı kişiler yalnızca ekonomik anlamda zayıf olanlar değildir. Engelliler, engelli bir üyesi olan aileler, yaşlılar, çocuklu aileler ve kimi durumlarda gençler de turizm faaliyetlerine katılmak istediklerinde birtakım zorlayıcı engellerle karşılaşabilmektedir. Dolayısıyla sosyal turizm, *“yoksul turizmi”* olarak değil, adalet ve sosyal eşitlik girişimi olarak görülmelidir (Küyük, 2012, s. 28). Sosyal dışlanmışlığı (social exclusions) yani ötekileştirmeyi önlemek için bunun karşıt anlamlısı kavramı tanımlayan sosyal içermeyi (social inclusions) etkili bir biçimde özendirmenin ve desteklemenin gerekliliği, sosyal, ekonomik ve kültürel gerçekliklerden biri durumuna gelen turizmle sağlanabilmektedir (Thomas, 2018, s. 87).

Günümüzde; turizm türleri genellikle turistlerin odaklandıkları kültür turizmi ve doğa turizmi veya onların alt öğelerinden olan alanla ön plana çıkmaktadır. Sosyal turizm ise turistik faaliyette ne yapıldığına değil, bu turistik faaliyeti gerçekleştiren kitlenin niteliklerine ilişkindir. Tatil yapmak bir lüks değil, aksine tüm bireyler için bir haktır. Geçmişte, çalışanların ücretli izne çıkmalarının da lüks olarak algılandığı hatırlanırsa bu durum daha da belirginleşecektir. Bu nedenle, sosyal turizm alternatif bir turizm türü değil, bir turizm politikası olarak görülmelidir (Küyük, 2012, s. 10).

Sosyal turizm tanımlarındaki ortak öğeler; ekonomik, sosyal veya fiziksel yönden dezavantajlı kişi ve grupların katılımı; devlet tarafından sosyal gereksinimler için ayrılan fonlarla sübvansiyonudur.

2.2. Sosyal Turizmin Kökleri ve Tarihsel Gelişimi

Modern turizm ancak 19. yüzyıldan sonra ortaya çıkmıştır. İşgücünü yöneten yasalar, günlük olarak işe gitmek zorunluluğu çalışanlar için tatilleri kapsamadığından; tatiller toplumun elit kesimi tarafından erişilebilirdi. Bu nedenle, tatile çıkma olanakları nüfusun çoğunluğu için sınırlıydı. Sosyal turizm kavramının kökleri, 20. yüzyılın başlarında turizmin modernleşmesine dayanmaktadır. Avrupa'da, ulaşım (özellikle demiryolu) altyapısının gelişmesi, ekonomik ilerlemeler ve özellikle işçi hakları hareketiyle bağlantılı olarak sosyal reformların yanı sıra varsayılan sosyal turizm faaliyeti ortaya çıkmıştır. Endüstri devrimiyle birlikte doğadan kopup kent yaşamının karmaşasına uyum sağlamaya çalışan geniş halk kitleleri; ruh ve beden sağlıklarını koruyabilmek için tatile daha çok gereksinim duyar duruma gelmiştir. Bu bağlamda literatürde sosyal turizm terimi, ilk tur organizasyonunu 1840 yılında düzenleyen Sir Rowland Hill'in ve yine 1840'lı yıllarda seyahat acenteliğini başlatan Thomas Cook'un işçilere yönelik turlarına atıfta bulunularak kullanılmıştır. Ancak gerçekte, bugün anlaşıldığı gibi sosyal turizm kavramı, evrimini bir emek hareketi olarak başlatmış; 1936 yılında işçilere sağlanan ücretli izin hakkıyla ortaya çıkmıştır (Haulot, 1983, s. 558; Faulkner, Moscardo, & Laws, 2000, s. 18). Bu hakkın kazanılması, Birinci Dünya Savaşı sonrasına kadar yaygınlaşmamış olsa da, komünizmin yayılmasını kontrol altına alma stratejisinin bir parçası olarak işçi sınıflarının taleplerine karşılık 19. yüzyılın sonlarında başlayan çok yavaş bir sürecin sonucudur (Pié Ninot & Vilanova Claret, 2012, s. 2).

Tarihsel süreçte sosyal turizme benzer nitelikte bazı oluşumlarla da karşılaşmaktadır. Örneğin; Joseph Cunningham, 1892 yılında Man Adası'ndaki Laxey'de 150-200 kişi için yaz kampları düzenlemiştir. Avusturya'da da 1894 yılında Doğa Dostluğu (Naturfreunde) Derneği kurulmuştur. Asıl amacı çocuklara ve gençlere sosyal destek vermek olan benzer girişimler zamanla artmış, özellikle sivil toplum örgütlenmeleri ve dinsel kuruluşlar bu konuya ilgi göstermiştir (Küyük, 2012). İsviçreli Pastör Hermann Walter Bion, 1876 yılında Zürih'te çocuklar için ilk eğitici yaz kamplarını düzenlemiştir. Britanyalı asker Robert Baden-Powell, 1908 yılında Erkek Çocuklar için İzcilik (Scouting for Boys) adlı kitabı yazmış ve izcilik hareketini başlatmıştır. Totaliter ve faşist hükûmetler, özellikle gençler ve çalışanlar için boş zaman kullanımını düzenlemek için belirli politikaları desteklemişlerdir (Pié Ninot & Vilanova Claret, 2012, s. 2).

Dünya savaşlarının ve 1930'lu yılların Dünya Ekonomik Bunalımının insanlık tarihinde ortaya çıkardığı büyük değişimlerden sosyal turizm de payına düşeni almıştır. Birinci Dünya Savaşı'ndan sonra kitlelerin turizme erişimleri kolaylaşırken (McCabe & Qiao, 2020, s. 1); İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra ise Batı ülkelerinde ekonomiyi canlandırmanın yanı sıra özellikle Doğu Bloku karşısında ülkelerin güçlerini korumalarını sağlayacak sosyal devlet politikaları uygulanmaya başlamıştır. Sosyal devlet uygulamalarının biri sayılabilecek sosyal turizm, Doğu Avrupa'nın sosyalist ve merkezi olarak planlanmış ekonomilerinin ötesine geçmiştir (Higgins-Desbiolles, 2006, s. 1200; Almeida, 2011, s. 2).

İkinci Dünya Savaşı sonrası Birleşik Devletler kaynaklı antikomünist amaçlı bir ekonomik yardım paketi olan "Marshall Planı"; kıtanın bölündüğü ancak farklı kalıpları takip ettiği iki blokta konsolide olmasında kitle turizmine yardımcı olmuştur (Pié Ninot & Vilanova Claret, 2012, s. 4).

Ayrıca sosyal turizmin bu süreçte çerçevesi de genişlemiş; sosyal devlet modelinin amaçlarına paralel olarak sosyal bütünleşmeyi ve sosyal içermeyi sağlamak üzere toplumdaki tüm dezavantajlı kişiler hedef kitle kapsamında yerini almıştır. Bu süreçte *"herkes için tatil"* amacına yönelmiş sosyal turizmin; açıkçası turizmi herkesin erişimine sunan ve dolayısıyla daha çok sayıda kişinin tatile çıkmasını sağlayan ve yararlanıcısının günlük harcamasının minimum düzeyde olduğu bir turizm biçimi olması arzulanmıştır. Ancak tutarlı planlamanın yapılamaması ve bir politika izlenmemesi nedeniyle bu amaç gerçekleştirilememiştir (Sonuç, 2016, s. 6).

Kâr amacı gütmeyen kuruluşlar, birlikler, sendikalar, gençlik grupları çok geniş bir kitleye, türlü tatil seçenekleri sunmaya başlamıştır (Bélanger & Jolin, 2011, s. 475).

Sosyal turizmin kavramsal olarak 1950’li yıllarda ortaya çıkmasından günümüze dek dünya genelinde kitle turizminin hızlı bir biçimde gelişmesi, ekonomik dönüşümler, sürdürülebilirlik perspektifleri ve bazı konjonktürel gelişmeler olmuştur.

Sosyal turizm üzerine ilk kongre 1956 yılında Bern’de yapılmış, ardından 1959 yılında Viyana’da ve 1962 yılında Milano’da iki kongre daha yapılmıştır. Bu kongrelerden çıkan ortak bir kararla, 1962 yılında Milano Kongresi katılımcıları 1963 yılında yeniden Brüksel’de toplanarak BITS’i (*Bureau International du Tourisme Social* - Uluslararası Sosyal Turizm Bürosu¹) kurmuşlardır. Sosyal turizmin kurumsal olarak desteklenmesi ve geliştirilmesi bağlamında bu kongreler ve BITS’in kuruluşu özel önem taşımaktadır (Bélanger & Jolin, 2011, s. 475).

Tatile erişim hakkının evrensel olmasına karşın, bu hakkın kullanılmasındaki en başta gelen engel; ekonomik yetersizliktir. Ekonomik anlamda gelişmiş olduğu düşünülen Avrupa kıtasında bile nüfusun yaklaşık %20-30’u tatile çıkmak için yeterli ekonomik gücü olmayan kişilerden oluşmaktadır. Buna karşın, düşük hareketlilik nedeniyle tatile çıkamayanların, sağlıkları tatile çıkmaya elverişli olmayanların veya kendi istemleriyle tatile çıkmayanların oranı Avrupa’da bile düşüktür (Minnaert, Diekmann, & McCabe, 2012, s. 20).

Geçmişe göre turizmin, toplumun yüksek gelirli katmanlarından ekonomik güçleri sınırlı olan alt katmanlarına doğru büyümesini sürdürdüğü gözlenmektedir. Sosyal turizm, toplumsal değişimlere uyum sağlamış fabrika işçileri ve el emeğine dayalı işlerde çalışanlardan sonra aileler, gençler, yaşlılar ve engelliler olarak şu anki dört ana hedef kitleye de odaklanmıştır (Bélanger & Jolin, 2011, s. 478). Küresel Turizm Etiği Yasası’nın 1999 yılında Şili’nin başkenti Santiago’da duyurulan kararlarının 7’nci maddesinde de turizm hakkı yer bulmuştur. Burada özellikle boş zaman

¹ BITS, ISTO (OITS): Uluslararası Sosyal Turizm Örgütü’nün (The International Social Tourism Organisation) değişik dönemlerdeki resmi adının kısaltmasıdır. ISTO ile bilgiler çalışmanın “Sosyal Turizmde Uluslararası Örgütlenmeler” başlığı altında sunulmuştur. Literatürde karşılaşılan OITS ise, örgütün Fransızca adı olan “L’Organisation Internationale du Tourisme Social” kısaltmasıdır. Bu çalışmada, kavram karmaşası olmaması için yerine göre ISTO kısaltmasının kullanılmasına özen gösterilmiştir.

faaliyetleri, tatile ve seyahate daha geniş bir ulaşılabilirliği sağlayan ilişkisel turizmin devlet tarafından desteklenerek sosyal turizmin geliştirilmesi gerektiğine değinilmiştir (Sonuç, 2016, s. 6).

Sosyal turizm, sosyal gruplar arasındaki eşitliği arttırdığı gerekçesiyle sağlanmaktadır. Anakara Avrupası'nın çeşitli ülkelerinde (örneğin: Fransa, Belçika, İspanya), sosyal turizm kamu finansmanı ile desteklenir ve çoğunlukla düşük maliyetli yurt içi tatiller biçimindedir. Bu ülkelerde sosyal turizm hizmetinin temeli, herkesin turizmden yararlanma hakkı olarak algılanmaktadır (EESC, 2006, s. C318/73).

2.3. Sosyal Turizmin Amacı ve Kapsamı

Tarihsel gelişim sürecinde de değinildiği gibi ilk sosyal turizm faaliyetleri, daha çok gençlere ve çocuklara yönelik doğa kampları ve gezilerdir. O dönemde endüstrileşme, plansız kentleşme, düşük ücretler, sağlıksız iş ve ev ortamı gibi yıpratıcı etkenler karşısında özellikle işçi sınıfının ruhsal ve fiziksel sağlığın korunması amacıyla sosyal turizm girişimleri gerçekleştirilmiştir. Dünya genelinde 1950'li yıllarla birlikte ücretli izin, dinleme ve tatil haklarının tanınmaya başlamasıyla birlikte sosyal turizmin çerçevesi de genişlemiş; sosyal devlet anlayışının amaçlarına paralel olarak sosyal bütünleşmeyi ve sosyal içermeyi sağlamak üzere toplumdaki tüm dezavantajlı kişiler hedef kitle kapsamında yerini almıştır (Küyük, 2012, s. 18).

Kendi olanakları (ekonomik, fiziksel, bilgiye erişim, bilgiyi kullanma, vb.) ile tatil yapamayacak durumda olan kişileri turizm faaliyetine yönlendirmeye çalışan sosyal turizmin temel amaçları, şu biçimde sıralanabilir (Usta, 1982, s. 12; Küyük, 2012, s. 15) :

- Kişilere özgüven, değerlilik duygusu ve vizyon kazandırılması,
- Kişisel ilişkilerde olumlu bir ilerleme sağlanması,
- Dezavantajlı kişilerin ve grupların turistik faaliyetlere katılıp zihinsel ve bedensel olarak yıpranmalarının azaltılması,
- Çalışan kesimin iş verimliliklerinin artırılması ve değer yargılarının geliştirilmesi,
- Sosyal eşitliğin sağlanması ve sosyoekonomik yapı içinde yayılması,

- Sosyal kaynaşmanın ve toplumdaki sınıflararası iletişimin sağlanması ve özellikle dezavantajlı kitlelerin sosyal dışlanmalarının önüne geçilmesi,
- Kendi ülke yurttaşlarını tanıma olanağı sağladığı gibi; diğer uluslarla yakınlaştırarak dostluk duygularının geliştirilmesi,
- İç turizme dinamizm kazandırılarak dış turizmin risklerinin azaltılması,
- Düşük sezonda turizm işletmelerine ve destinasyonlara hareketlilik kazandırılması ve
- Yaşlılar için yeniden aktif bir yaşam ortamının oluşturulmasıdır.

AB ülkelerinde ve dünya genelinde sosyal turizme konu olan turist gruplarının türleri genellikle aynıdır. Birçok araştırmacı ve yazar tarafından farklı yaklaşım sergilense de, sosyal turizm yararlanıcıları aşağıda gruplandırılarak listelenmiştir (Diekmann & McCabe, 2020, s. 2; McCabe & Qiao, 2020, s. 1-3):

- Çalışan veya çalışmayan düşük gelir grubu;
- Bekâr ebeveynler;
- Sosyal gruplar olan gençler,
- İstatistiksel olarak genellikle ortalamanın altında geliri olan ve sağlıkları kötüleşen yaşlılar;
- Kalıcı engelli veya bir kaza sonrası fiziksel ve ruhsal rehabilitasyon sürecinde olan kişiler;
- Engellilerin bakıcıları,
- Çoğunlukla düşük gelir grubundan ve ev sahibi ülkeden önemli kültürel farklılıkları olan ülkelere gelen göçmenler;
- Bir toplumda çeşitli dezavantajlı veya ayrımcılığa uğramış gruplardır.

EESC'nin (The European Economic and Social Committee - Avrupa Ekonomik ve Sosyal Komitesi) 14 Eylül 2006 tarihinde yayınladığı Barselona Bildirgesi'nde sosyal turizmin, herkes için erişilebilir kılınmaya çalışılması gereken genel bir hak olduğunu vurgulanmış ve bir faaliyetin sosyal turizm olarak değerlendirilebilmesi için şu üç koşulun varlığına dikkat çekilmiştir (EESC, 2006, s. C318/68):

- Turizme katılma hakkının kullanılmasına tamamen veya kısmen engel oluşturan gerçek yaşam koşulları, (ekonomik yetersizlik, kişisel veya ailesel soyutlanmışlık, fiziksel veya zihinsel engellilik, düşük hareketlilik ve coğrafik zorluklar gibi zorlu engeller...)

- Bu engelleri ortadan kaldırmaya yönelik kamu kurum ve kuruluşları veya örgütlü yapılarca gerçekleştirilen girişimler,
- Bu girişimlerin sürdürülebilirlik, erişilebilirlik ve dayanışma ilkeleri çerçevesinde gerçekleştirilmesidir.

Bunlara ek olarak EESC Barselona Bildirgesi'nde, ISTO ile paralel olarak, turistik bir faaliyetin “sosyal” olup olmadığının belirlenmesinde rehber olarak kullanılabilecek bazı kriterler sıralanmaktadır. Bu kriterler (EESC, 2006, s. C 318/70):

- Temel amaç, turizme erişimi zor olan belirli bir grup veya grupların turizme erişilebilirliğinin artırılması,
- Geniş kapsamlı yararlanıcı gruplarına, sektörlere özellikle farklı yönetim ve sosyal turizmin uygulamacılarına da açık olması,
- Faaliyetlerin hedeflendiği grupların uygun biçimde tanımlanması: sosyal kategoriler, yaş grupları ve engelliler için her zaman ırk, kültür veya sosyal durum temelinde ayrımcılık yapmama kriterinin karşılanması,
- İnsancıl, eğitsel, kültürel ve genel olarak kişisel gelişimle ilgili girişimlerin ve amaçların olması,
- Sosyal hedefleri karşılamak için kârların gereken düzeye düşürüldüğünde faaliyetin ekonomik kısmında şeffaf olunması,
- Turizm ürünün, parasal olmayan bir katma değer de oluşturması;
- Bir turistik faaliyeti yerel çevre ile güçlendirilebilir bir biçimde bütünleştirmenin açık isteğinin olması;
- İnsan kaynaklarının, iş doyumunu ve bütünleşmeyi özendirecek biçimde sosyal turizm örgütlerinde istihdamın niteliğine odaklanarak yönetilmesidir.

2006 Barselona Bildirgesi'ndeki alan bu kriterler sosyal turizmin uluslararası düzeyde ve çağdaş dünyadaki anlamını bilmek açısından önemlidir. Sosyal turizm örnekleri, engelliler için tatil girişimlerinden ve dezavantajlı geçmişi olan çocuklar için hayır amaçlı tatillerden ekonomik olarak az gelişmiş bölgelerde toplum temelli turizmin geliştirilmesine dek uzanmaktadır.

2.4. Sosyal Turizmde Uluslararası Regülasyonlar ve Uluslararası Örgütlenmeler

2.4.1. Dolaylı olarak sosyal turizmle ilgili regülasyonlar

2.4.1.1. Turizme katılım hakkıyla ilgili regülasyonlar

Seyahat özgürlüğü literatürde ister yurttaş olsun ister yabancı olsun bireylerin yer değiştirme özgürlüğü olarak tanımlanmaktadır. Başka bir ifadeyle; seyahat özgürlüğü, gidip-gelme, yer değiştirme, dolaşım ve yerleşme serbestliği anlamına gelmektedir (Gülbüz, 2019, s. 97). İnsanlık tarihi kadar eski olduğu bilinen dinamik bir yapısı olan seyahat olgusu, son birkaç yüzyıldır yer değiştirme anlayışından ayrılarak turizmle birlikte anılır olmuştur. Seyahati oluşturan dinamik olayların gelişimi ve pek çok terimin doğurduğu karışıklık sonucu tüm yönelimler turizm terimi üzerinde toplanmıştır (Çallı, 2015, s. 4). Dolayısıyla günümüzde seyahat, yolculuk veya gezi denildiğinde akla ilk gelen kavram turizmdir. Yüzyıllardır merak, din, ticaret, sağlık, avlanma, eğlence ve boş zaman geçirme gibi farklı motivasyonlarla gerçekleşen seyahat eylemlerinin yarısına yakını günümüzde turizm odaklı olarak gerçekleşmektedir (Kozak, Kozak, & Kozak, 2010, s. 11).

Günümüzde turizme katılım; lüks bir tüketimden çok temel insan haklarından biri olarak değerlendirilmektedir. Engelliler, engelli bir üyesi olan aileler, yaşlılar, çocuklu aileler ve kimi durumlarda gençler olmak üzere toplumun tüm dezavantajlı gruplarının turizme katılabilmesi için belirli düzenlemelere gidilmedikçe söz konusu hak bir anlamı olmayacaktır. Sosyal haklar aynı zamanda, temel hak ve özgürlüklerin pekiştiricisi olma özelliğini de taşımaktadır. Dolayısıyla sosyal haklar, temel hak ve özgürlüklerin ayrılmaz bir parçası olarak görülmektedir (Küyük, 2012, s. 11). Bu bağlamda bir sosyal hak olarak turizme katılma, en başta İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi olmak üzere uluslararası bildirge ve sözleşmelerle yasal dayanağa kavuşmuş bir haktır. Söz konusu bildirge ve sözleşmelerin ilgili maddelerine aşağıda kronolojik olarak yer verilmektedir:

- BM Genel Kurulu tarafından 10 Aralık 1948 tarihinde İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi (Universal Declaration of Human Rights) yayımlanmıştır. Türkiye'nin 1954 yılında imzaladığı söz konusu bildirgenin 13'üncü maddesine göre (1948),

- Herkesin, herhangi bir devletin sınırları içinde özgürce dolaşma ve oturma hakkı vardır.
- Herkesin, kendi ülkesi de dâhil herhangi bir ülkeden ayrılma veya kendi ülkesine yeniden dönme hakkı vardır.
- *Turizmde Küresel Etik İlkeler'in* Turizme Katılma Hakkıyla ilgili 7'inci maddesine göre (1999),
 - Dünyanın sahip olduğu değerler, tüm bireylere açıktır. Ulusal ve uluslararası turizm hareketine katılmak, boş zaman değerlendirmesinin en iyi biçimi olarak görülmeli ve önündeki her türlü engel kaldırılmalıdır.
 - Turizm hareketine katılmak, İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi'yle Uluslararası Ekonomik, Sosyal ve Kültürel Haklar Sözleşmesi'nde belirtilen çalışma saatlerinin sınırlandırılması ve ücretli periyodik tatillerle beraber boş zamanı değerlendirme ve dinlenme hakkının doğal sonucu olarak görülmelidir.
 - Sosyal turizm, özellikle de gruplar halinde yapılan turizm, kamu görevlilerinin desteğiyle geliştirilmelidir.
 - Öğrencilerin, gençlerin, ailelerin, üçüncü yaş grubundakilerin ve engellilerin, turizm hareketine katılması kolaylaştırılmalı ve desteklenmelidir.
- EESC'nin Sosyal Turizm Görüşü'ne göre (2006, s. C318/68-69);
 - Tüm bireylerin günlük, haftalık ve yıllık dinlenme dönemlerine ve kişisel ve sosyal gelişimlerine olanak tanıyacak boş zamana hakkı vardır. Turizme katılma hakkı, bu genel hakkın somutlaştırılmış durumudur.

2.4.1.2.Ücretli izin hakkıyla ilgili regülasyonlar

Sosyal hakların ortaya çıkışında, endüstri devriminin bir sonucu olarak işçi sınıfının kapitalist üretim süreci içinde biçimlenmiş doğası etkili olmuştur. Sosyal haklar, kişilerin sivil ve politik haklarının gerçek anlamda karşılık bulmasının ön koşulu olan haklardır. Bugün gelinen durumda ise sosyal haklar; işçi sınıfının beraberinde toplum içindeki diğer dezavantajlı grupların korunması; minimum koşullarda da olsa yaşama ve kendilerini gerçekleştirme olanaklarının sağlanması amacını taşımaktadır (Omay, 2011, s. V). Bir iş ve geliri olmadan geçimini sağlamak, eğitim almadan ülkenin yönetimine katılmak, izin alıp dönem dönem işe ara vermeden beden ve ruh sağlığını

korumak, tedavi olmadan yaşam sürdürmek ve sosyal yaşama katılmak olası değildir (Küyük, 2012, s. 11).

UNWTO'nun öncüsü olan IUOTO (International Union of Official Travel Organisations - Uluslararası Resmi Seyahat Organizasyonları Birliği) başkanlığını ve BITS'in kurucu başkanlığını yapan Arthur Haulot'a göre (1985), sosyal turizmin 1936 yılında işçilere sağlanan ücretli izin hakkı ile ortaya çıktığını belirtilmektedir. Ancak ilk olarak Kuzeybatı ve Londra Demiryolları tarafından 1890 yılında verilen, İsviçre'nin Bern Kantonu'nda 1903 yılında yasalaşan ücretli izin hakkı, sosyal turizm tarihinde bir dönüm noktasıdır. Avusturya'nın 1919 yılında, Norveç, İsveç, Almanya'nın 1925 yılında tanıdığı ücretli izin hakkı, 1936 yılında Cenevre'deki ILO (International Labour Organization - Uluslararası Çalışma Örgütü) Konferansı'nda 47 sayılı Ücretli Yıllık İzinlere İlişkin Tavsiye Kararı (Holidays with Pay Recommendation) kabul edilmiştir (Usta, 1982, s. 72). Bu tavsiye kararıyla üye devletlere, ticarette, endüstride ve ofislerde çalışanlara yıllık ücretli izin hakkının tanınması önerilmiştir. Ayrıca ILO'nun 93, 98 sayılı tavsiye kararlarında ve 52, 54, 72, 91, 101, 132, 146 sayılı sözleşmelerinde yıllık izin hakkına yer verilmiştir (Tugay, 2019, s. 207).

- İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi'nin 24'üncü maddesine göre (1948); her bireyin dinlenmeye, eğlenmeye, özellikle çalışma süresini rasyonel biçimde sınırlandırılmasına ve belirli dönemlerde ücretli izinlere hakkı vardır (Özen, 2015, s. 60).
- AB'nin temelini kuran Roma Antlaşması (Treaty of Rome), 25 Mart 1957 tarihinde Roma'da imzalanmıştır. Bu antlaşmanın AB üyesi ülkeler için uluslararası değil, uluslar üstü nitelikte olduğu kabul edilmektedir. Roma antlaşması 120'inci maddesindeki “... Üye devletler ücretli izin sistemleri arasında var olan eşitliğin sürdürülmesine özen gösterirler.” hükmü konuya ilişkin buyruk olmuştur (Özen, 2015, s. 61).
- Avrupa Sosyal Haklar Sözleşmesi diğer adıyla Avrupa Sosyal Şartı (The European Social Charter) Avrupa Konseyi'nin 13 üyesince Torino'da 18 Ekim 1961 tarihinde imzalanmış ve 1965 yılında yeter sayıdaki devletçe onaylanarak (Türkiye 1961 yılında imzalayıp 1989 yılında onaylamıştır) yürürlüğe konulmuştur. Sözleşmenin adil çalışma hakkıyla ilgili 2'nci maddesinin 3'üncü fıkrasında “en az dört hafta yıllık ücretli izin hakkı” öngören hükmü bulunmaktadır (Tugay, 2019, s. 207).

- BM Genel Kurulu tarafından 16 Aralık 1966 tarihinde kabul edilen ve 3 Ocak 1976 tarihinde yürürlüğe giren Ekonomik, Sosyal ve Kültürel Haklar Uluslararası Sözleşmesi'nin (ICESCR - International Covenant on Economic, Social and Cultural Rights) 7'inci maddesinde dinlenme, boş zaman hakkıyla çalışma saatlerinin uygun sınırlarda tutulmasının gerekliliğine ve düzenli aralıklarla ücretli izin hakkına yer verilmektedir (Sonuç, 2016, s. 6).
- Avrupa Birliği Temel Haklar Bildirgesi (Charter of Fundamental Rights of the European Union) 31'inci maddesine göre (2000): *“Tüm çalışanların çalışma saatinin sınırlandırılması, günlük ve haftalık dinlenme dönemlerine ve yıllık ücretli izne ayrılmaya hakkı vardır.”*

Ücretli izne ilişkin uluslararası regülasyonların temelinde; toplumla bütünleşme, sosyal diyaloglar kurabilme, yaşam standardının yükseltilmesinde yeterince dinlenmenin her çalışan için temel bir gereksinim olduğunun kabulü yatmaktadır (Kayhan, 2010, s. 119). Günümüzde ücretli izinler, hafta tatili, tatil günleri ve yıllık ücretli izinler olmak üzere üç biçimde verilmektedir. Ücretli izinlerin olması ilgili kurumla kuruluşların ve devletin çalışan kesimini, dolayısıyla sosyal turizmi desteklediğini göstermektedir. En başta yıllık olarak verilen izinler ve bu izin süresince ücretin kesinti olmadan ödenmesi sosyal turizmin temel koşulları arasında yer almaktadır (Usta, 1982, s. 15-17).

Ülkelerin kendi düzenlerine bağlı olarak normlar hiyerarşisinde, usulüne göre yürürlüğe konulmuş uluslararası antlaşmalar farklı konumlanabilmektedir. Ülkeler, kendi sosyokültürel yapılarına uygun yasalar çıkarmış, sosyoekonomik koşulların sunduğu olanaklar kapsamında tatillerin yaygınlaşmasını sağlamıştır. Bundan dolayı dünyanın farklı ülkelerinde ve Avrupa ülkelerinde, çalışanlara değişik sürelerde yıllık ücretli izinler sağlanmaktadır.

2.4.2. Doğrudan sosyal turizmle ilgili regülasyonlar

Sosyal turizm için önemli bir kilometre taşı olan BITS'in 1962 yılında kurulmasından 2020'li yıllara gelene değin önemli adımların atılmasını sağlayan uluslararası bildirge ve sözleşmeler şöyle özetlenebilir:

- BITS'in 1972 yılı kongresinde kabul edilen Viyana Sözleşmesi'ne (Charte de Vienne) göre: “Herkes için” temel bir sosyal hak olarak turizm

desteklenmiştir. Sözleşmede; özellikle tatillerin genişletilmesi, okul tatilleri, işletmelerin ve altyapının düşük ve ölü sezondaki sınırlı kullanımı konularına değinilmiştir.

- Sosyal turizmin gelişiminin başlangıcı sayılan Montreal Bildirgesi'ne (Montreal Declaration) göre (1996): Ekonomik büyüme faktörü toplum yaratıcısı, yerel ve planlamanın ve kalkınmanın aktörü ve dünya genelindeki kalkınma programlarının ögesi bölgesel olarak turizmin daha insancıl ve sosyal vizyonu belirlenmiştir. Bu bildirgeyle, sürdürülebilirlik ve dayanışma ilkelerinin de eklenmesiyle sosyal turizm talep ortaya çıkarıcı ve daha geniş bir turizm kavramına dönüştürülerek daha da zenginleştirilmiştir.
- Montreal Bildirgesi'ni tamamlayan Marsilya'da yapılan genel kongresinde kararlaştırılan Aubagne Eki'nde (2006): BITS'in vizyonunun ve eylemlerinin *“kalkınma ve dayanışmaya dayalı bir turizm”*e nasıl ve neden evrildiğine değinilmiştir. Sosyal turizmi yalnızca yasal yönden sınırlandırılmayan tanımlama kriterleri belirtilmiştir. Buna karşın, sosyal turizm sosyal ekonomide rol alanlar yani dernekler ve kooperatifler tarafından yönetilir ve yönlendirilir. Yerel halkın kimliğine saygı göstermenin ve çevreyi korumanın gerekliliğini ısrarla vurgular. Montreal Bildirgesi, sürdürülebilir kalkınmayı amaçlayan turist kabul eden yerel halk ve ziyaretçiler (turistler) arasında bir dayanışma başlatmıştır.
- EESC'nin Avrupa'da sosyal turizmle ilgili görüşünü yansıtan temel bir belge niteliğindeki Barselona Bildirgesi'ne göre (2006), Avrupa'da sosyal turizmin durum değerlendirmesinden çıkarılacak ilk genel sonuç; sosyal turizm sosyal, ekonomik ve ekolojik odaklı sürdürülebilir bir faaliyetdir. Sosyal turizm, tüm yararlanıcıların ve uygulayıcıların sosyal, ekonomik, istihdam, sağlık, Avrupa Yurttaşlığı gibi birçok açıdan çeşitli yararlar sağlayabilecek olan bir mucize olarak sayılmaktadır (EESC, 2006, s. C 318/73). Yine EESC'nin Barselona Bildirgesi'ne göre (2006), Lizbon gündeminin *“Dünyanın en dinamik, rekabetçi, sürdürülebilir, bilgiye dayalı, daha çok istihdam ve daha güçlü sosyal uyum sağlayan ekonomisi”* olma yolundaki stratejik hedef doğrultusunda sosyal turizmin katkılarının yabana atılmaması gerektiği vurgulanmaktadır. Bu çerçevede Avrupa Komisyonu Girişim ve Endüstri Genel Müdürlüğü (DG-ENTR - European Commission Directorate General

Enterprises and Industry) Turizm Birimi, bir dizi konferans ve çalıştay aracılığıyla 2006 yılından şu ana dek yararlı sosyal turizm uygulamalarının paylaşılmasını desteklemektedir (EESC, 2006, s. C318/67).

- İtalya'nın Rimini kentinde 2010 yılında yapılmış olan Dünya Sosyal Turizm Kongresi'nde başta yaşlılar, gençler ve özürllüer olmak üzere *"herkese tatil hakkı"*nı konu edilmiştir. Avrupa'da 2010 yılının sosyal dışlanmışlık (social exclusion) ve yoksulluk (poverty) ile mücadele yılı olarak duyurulduğu Rimini Kongresi'nde de belirtilmiştir. Daha da derinleşen krizi; bencil, ayrımcı ve aşırı kıskırtmaları aşmak için, iklim değışikliklerinin trajik ve kritik olumsuz etkilerini azaltmak için, kitle turizmi ve yıkıcı turizmin akıntısına kapılmamak için, sosyal politikaların zamanının geldiğı önemle vurgulanmıştır. Avrupa'da ISTO'yla bağlantılı olarak gerçekleştirilen projelerde, özellikle gençler, çocuklu aileler, düşük gelir grubundan olanlar ve özürllüer için turizmden yararlanabilmeleri konusunda turizme erişebilmelerini sağlama; bunun için pratik faaliyetlerin sağlanması; hem özel, hem de kamu kesiminde yer alan tüm turizmcilerin, ulusal ve uluslararası düzlemde büyük sosyal turizm kuruluşları ve sendikalarla işbirliği içinde belirli ve yaratıcı çözüm bulmada ilgi ve bağlılıklarının özendirilmesi Montreal Bildirgesi'yle onu tamamlayan 2006 tarihli Aubagne Eki'nde yer almak üzere vurgulanmıştır.

2.4.3. Sosyal turizmde uluslararası örgütlenmeler

Çalışanların ücretli izinlerinin yasalarla düzenlenmesinden sonra, sosyal turizmle ilgili dünyada önemli regülasyonlarda rol alan ISTO (The International Social Tourism Organisation - Uluslararası Sosyal Turizm Örgütü) en önemli uluslararası kuruluştur. ISTO, 1963 yılında Brüksel'de, BITS (Bureau International du Tourisme Social - Uluslararası Sosyal Turizm Bürosu) adı altında sosyal turizm konularının uluslararası düzeyde tartışılabileceğı kalıcı bir platform sağlamayı amaçlayan bir dizi kuruluş tarafından kâr amacı gütmeyen bir uluslararası organizasyon olarak kurulmuştur. BITS'in adı 2010 yılında ISTO'ya dönüştürülmüştür (Bélanger, 2011, s. 15). Tatillere finansman sağlanması, tatile katılım oranlarının artması, gençlik turizmi, turizm ve kültür, aile turizmi, turizm ve çevre, mevsimsellik, kırsal turizm ve kalkınmayla bütünleşme katalizörü olarak turizm gibi konularla ilgilenen (Bélanger

& Jolin, 2011, s. 476) ISTO'nun misyonu yaşlılar, aileler, gençler ve engelliler için eğlence tatil ve turizm erişimini sağlamak, yerel halkın yararına, doğal ve kültürel mirasa saygılı sürdürülebilir turizmiyle sosyal turizmi desteklemektir. ISTO, sosyal turizm alanındaki tüm bilgileri uluslararası düzeyde bir araya getirerek, sosyal turizmi, dayanışma turizmi ve sürdürülebilir turizmi gözlemlemektedir (ISTO, 2020, s. 12). Türkiye Cumhuriyeti, bu kuruluşun onur üyesidir.

ISTO'nun faaliyetleri arasında; sosyal turizm konusunda ilgili uluslararası kuruluşlar nezdinde temsil etme, sosyal turizm alanındaki uluslararası düzeyde tüm bilgilerin bir araya getirilmesi, haber ve akademik araştırmalarla bilgi ve görüşlerin yayılması, projelere destekle katılım ve üyeleri arasında ağ oluşturulması bulunmaktadır (Bélanger, 2011, s. 15). Dünyanın her yerinden sosyal, sürdürülebilir ve dayanışma turizmi sektörlerinden paydaşları bir araya getiren ISTO'nun başlıca amaçları (ISTO, 2020, s. 20):

- Herkes için turizmin gelişmesinin desteklenmesi ve tatillerin çok sayıda birey için erişilebilir kılınması,
- Sorumlu turizm; dayanışma turizmi, adaletli turizm ve toplum turizmini de kapsayacak biçimde bireylere, topluluklara ve destinasyonlara fayda sağlayan turizmin desteklenmesidir.

ISTO, 2022 yılı itibariyle 5 kıtadan, 46 ülke, 20 bilim insanını ve 168 üye kuruluşu temsil etmektedir. ISTO'nun Sosyal Turizm Politikaları Komisyonu'nun, Adaletli ve Sorumlu Turizm Komisyonu'nun ve işbirliklerinin; sosyal ve adaletli turizmde eğitim ve araştırma çalışmalarını pekiştirmektedir. ISTO çalışma komisyonlarında bir araya gelen üye kuruluşlar, görüş alışverişi ve işbirliği olanağına erişmektedir. ISTO'nun akademik araştırmacılar ve profesyonel üyelerinden oluşan bilimsel komitesi de örgütün araştırmalarını ve çalışmalarını destekleyen bir düşünce kuruluşu işlevini görmektedir (ISTO, 2020, s. 12; Bélanger & Jolin, 2011, s. 476-479). ISTO ayrıca Avrupa Sendikalar Konfederasyonu (ETUC - The European Trade Union Confederation), Avrupa Gıda, Tarım ve Turizm Sendikaları Federasyonu (EFFAT - The European Federation of Food, Agriculture and Tourism Trade Unions), Avrupa Bölgeleri Meclisi (AER - The Assembly of European Regions) ve Avrupa Erişilebilir Turizm Ağı (ENAT - The European Network for Accessible Tourism) gibi çeşitli kuruluşlarla ilişki ve ortaklıklar sürdürmektedir. ISTO aynı zamanda Avrupa Gönüllü Örgütleri Konseyi (CEDAG - The European Council of

Associations of General Interest) ve Avrupa Turizm Eylem Grubu (ETAG - The European Tourism Action Group) üyesidir (ISTO, 2020, s. 12).

ISTO, tüm dünyada sosyal turizmin yaygınlaşması için projeler geliştirmekte, bunu Avrupa ülkelerinde uyguladığı Avrupa Birliği projeleriyle sürdürmektedir. Sosyal turizmin geleceği için yalnızca kamu fonlarının yetersiz kalacağı kamu kurumlarının diğer paydaşlarla işbirliği yaparak koordine edici ve yönlendirici görevini yerine getirmesinin de bu faaliyetlerin sürdürülebilmesi için gerekli olduğuna değinmektedir. ISTO, Küresel Turizm Etiği yasasına göre de resmi olarak kabul görmüş olan öğrenciler, gençler, aileler; yaşlılar ve engelli bireyler için yapılan sosyal turizmle ilgili çalışmaları kolaylaştırmak ve desteklemek için çalışmaktadır. Hem ulusal hem de uluslararası düzeydeki hedeflerin gerçekleştirilmesi için kamu yöneticilerinin desteğini beklemektedir. Beklenen destek yalnızca finansal destek olamayıp ISTO, Yerel ve Bölgesel Yetkililer Ağını oluşturarak bu alanda çalışan devlet birimleriyle bağlantılarını güçlendirmektedir (Bélangier, 2011, s. 17). ISTO'nun 2021-2022 eylem planında da belirtildiği gibi turizm sektörünün en temel amacı herkes için adaletli ve sürdürülebilir turizm olmalıdır.

2.5. Sosyal Turizmin Faydaları

Sosyal turizmin, bireye, aileye, topluma, işletmelere ve devlete birçok faydaları bulunmaktadır. Sosyal turizm faydalarının kökleri, tüm bireylerin dinlenme, boş zaman, çalışma saatlerinin düzenlenmesinin temel insan hakkı olduğunu belirten İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi'nde yatmaktadır. ISTO tarafından, 1996 yılında kabul edilen Montreal Bildirgesi'nde bunları açıkça tanımlamıştır. Sosyal turizmin temel faydaları dört ana başlıkta gösterilmektedir.

- 1. Sosyal turizm toplumun biçimlendiricisidir:** Tatiller ve seyahatler; yeni yerler, kültürler ve uygarlıkların keşfi yoluyla, fiziksel, sanatsal, spor ve boş zaman faaliyetleriyle, eğitim veya farklı alanlarda bireylerle tanışarak kişisel zenginleşme için özellikle uygun fırsatlar sağlayabilir.
- 2. Sosyal turizm, ekonomik büyümenin sürükleyicisidir:** Herkes için turizm, sürekli ziyaretçi ve yatırım akışı ortaya çıkaran, yerel kalkınmaya katkı sağlayan, ulusal ve uluslararası zenginlik üreten ve kısmen daha zengin ekonomilerden yoksul ülkelere kaynak transferini destekleyen ekonomik gücün anahtarıdır.

3. Sosyal turizm bölgesel ve yerel kalkınmayı desteklemektedir:

Sürdürülebilir kalkınma kavramı, uluslararası kuruluşlar tarafından tanıtılmasından çok önce sosyal turizm tarafından benimsenmiş ve şu amaçlarla ifade edilmiştir:

- Turizm gelişimini, çevre korumayı ve yerel toplulukların kimliğine saygıyı bir arada tutmak;
- Yerel sosyal, ekonomik ve kültürel faydalar üretmektir.
- Kaynakları tüketmeden kalkınmayı sağlamak;
- İhmal edilen kaynakları korumak için yeni kaynaklar bulmak;

4. Sosyal turizm, küresel kalkınma programlarına ortaktır:

Turizm, kontrol altına alındığında; kültürel ve doğal çevreye ve yerel topluluklara saygı duyduğunda, kalkınmakta olan çoğu ülkenin sosyal, ekonomik ve kültürel beklentilerinden birini oluşturmaktadır.

Bir dizi hükûmetin refah programlarını yeniden değerlendirmelerine yol açan var olan ekonomik koşullar, sosyal turizmin ekonomik faydalarında artan önemde rol oynayabilmektedir (Minnaert, Maitland, & Miller, 2011, s. 403).

2.6. Sosyal Turizm Türleri

Sosyal turizm, uygulamalarının hedef kitlesine göre kategorize edilebilmektedir. Devlet, belirli turist kategorilerini sosyal faydalar için desteklemektedir. Kategorilere göre sosyal turizm türleri olduğu gibi öncelikli sosyal turizm türleri şunları içerir (Dolikashvili, 2021, s. 43):

- Gençler ve çocuklar için turizm,
- Sağlık ve esenlik turizmi,
- Amatör (sağlık ve spor) turizmi,
- Ekolojik, kültürel ve eğitsel turizm,
- Aile seyahati,
- Engelliler için turizm,
- Gaziler için turizm,
- Yabancı uyrukluların turistik ziyaretleriyle sosyal turizm alanında uluslararası değişimdir.

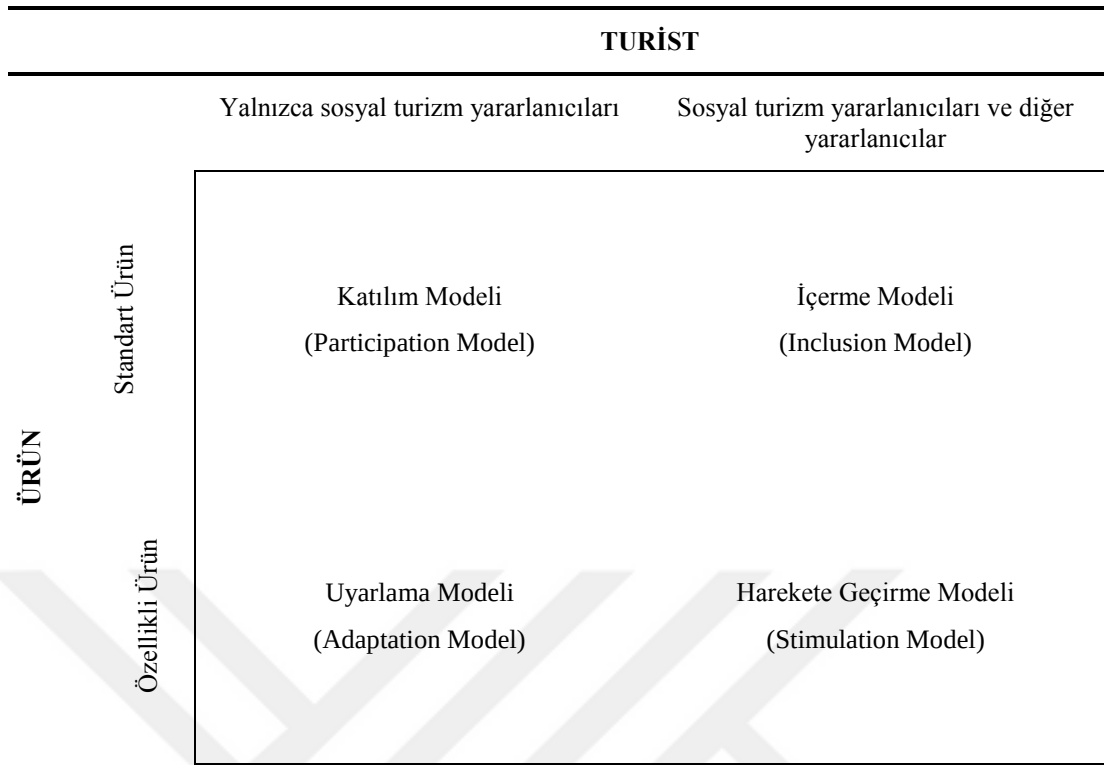
Dünyanın farklı bölgelerinde sosyal turizm uygulamalarında, sunulan diğer turistik ürünlerin konumuna, yerine ve bölgesine özgü olarak farklılık gösterebilmekte,

sosyal turizmin daha geniş anlamda farklı alt türleri ortaya çıkmaktadır. Bu durum sosyal turizmin sosyoekonomik açılımının genişletilmesinden ve yeni yeni sosyal turizm tanımlarının ortaya çıkmasından kaynaklanmaktadır. Delisle ve Jolin'ine göre (2007), Sosyal turizm türleri sınıflandırılırken turistlere (ziyaretçilere) ve ev sahibi halka (ziyaret edilen) nasıl uygulandığını ortaya koyan “*ziyaretçilere ilişkin*” ve “*ev sahibi halka ilişkin*” olarak sınıflandırılmaktadır. Bu sınıflandırmaya göre (Sonuç, 2016, s. 9);

- **Ziyaretçiye ilişkin sosyal turizm türleri:** Sorumlu turizm ve dayanışma turizmidir. Bu turizm türleri, asıl faydanın ziyaretçi tarafı olduğunu vurgulamaktadır.
- **Ev sahibi halka ilişkin sosyal turizm türleri:** Adaletli turizm, entegre turizm, izole turizm, toplumsal turizmdir. Bu turizm türlerinde fayda, ziyaret edilen yerel ev sahibi halk içindir. Burada yerel halka ve yerel işletmelere gelir getiren yeni iş olanakları ortaya çıkan bir sosyal turizm türü tanımlanmaktadır.

Öte yandan Minnaert, Maitland ve Miller (2011) uygulamada ayrımın zorlaştığı sosyal turizmin Avrupa'da var olan ilgili planlarda görülebilen dört yorumunda,

- a) Ürünün standartlaştırılmış veya özellikli olmasına,
- b) Yalnızca sosyal turizm yararlanıcıları tarafından erişilebilir mi yoksa herkese mi açık olmasına bağlı olarak dört kategoride sınıflandırmıştır ve bir şekil üzerinde gösterilmiştir. Model, Avrupa'daki sosyal turizm girişimlerinde hedef yararlanıcıları ve sunulan ürünü inceleyerek dört ana kategori önermektedir:



Şekil 2.1: Sosyal turizm modelleri

Kaynak: Minnaert, Maitland, & Miller, 2011, s. 405

Bu kategoriler sosyal turizmin tarihsel gelişimine ve önermenin etik temeline dayanmakta, Avrupa’da belirgin bir biçimde uygulanan bir dizi örnekle desteklenmektedir. Kategoriler ise (Minnaert, Maitland, & Miller, 2011, s. 404-407);

- **Katılım Modeli (Participation Model):** Doğrudan toplumsal veya diğer nedenlerle dezavantajlı durumda olan grupları hedeflenen sosyal turizmin özellikli ürün veya hizmetlerle karakterize edilmesi gerekli değildir. Özellikle ürün veya hizmetler, doğrudan sosyal turizmin kapsamında olmayan diğer yararlanıcılar için de belirli programlar aracılığıyla standart biçimde sunulmaktadır.
- **İçerme Modeli (Inclusion Model):** Ekonomik veya başka nedenlerle dışlanmış kesimleri de kapsayarak toplumun tüm kesimlerinin turizme katılımları evrensel bir fayda/hak olarak desteklenmektedir.
- **Uyarlama Modeli (Adaptation Model):** Yaralanıcılarının gereksinimlerine özel olarak uyarlanmış ürün ve hizmetler sunulmaktadır ve katılım dezavantajlı hedef kitleyle sınırlandırılmaktadır.

- **Harekete Geçirme Modeli (Stimulation Model):** Sosyal turizm girişimleri genel olarak, ev sahibi topluluk için ekonomik fayda sağlamaya odaklanmaktadır. Hedef kitlesi, omuz sezonda² çekilebilecek potansiyel müşteriler olarak görülür. Bu modelle benzerlikleri olan girişimler de bulunmaktadır. Buna örnek Yoksul Yanlısı Turizm (Pro-poor Tourism) ve Toplum Temelli Turizm (Community-based Tourism) sosyal turizmin alt türleri olarak görülebilmektedir.

Tablo 2.1: Avrupa ülkelerindeki sosyal turizm modellerinin tanımı

Ülke	Organizasyon	Hedef Kitle	Finansal Destek Kaynağı	Organizasyon Modeli
Birleşik Krallık	Family Holiday Association (Aile Tatil Birliği) (Kuruluş 1975 yılı)	Engelli çocuklar, yaşlılar, tek ebeveynli aileler	Hayır kurumları, vakıf fonu, bireysel bağışlar	Uyarlama Modeli
Belçika (Flaman Bölgesi)	Steunpunt Vakantieparticipatie (Tatil Katılım Merkezi) (kuruluş 2001 yılı)	Düşük gelir grubu	Bölgesel hükûmetler organizasyonu	Katılım Modeli
Fransa	Chèques Vacances (Tatil Çeki) (Başlangıç 1982 yılı)	Dezavantajlı olsun veya olmasın tüm yararlanıcılar	Bölgesel yönetimler, birlikler ve sağlık ve refah örgütleri	İçerme Modeli
Danimarka	Arbejdsmarkedets Feriefond (İşgücü Piyasası Tatil Fonu) (Başlangıç 1974 yılı)	Engelliler, imtiyazsız tek ebeveynli aileler	Bölgesel hükûmetler, sendikalar	
İspanya	IMSERSO - El Instituto de Mayores y Servicios Sociales (İspanyol Yaşlılar ve Sosyal Hizmetler Enstitüsü) (Kuruluş 1985 yılı)	65 yaş üstü ve devletin sosyal güvenlik hizmetlerinden yararlanan kişiler, 55 yaş ve üstü emekliler, 60 yaş ve üstü işsizlik maaşı alanlar	Bölgesel yönetimler, birlikler ve sağlık ve refah örgütleri	Harekete Geçirme Modeli

Kaynak: Almeida, 2011, s. 484; Diekmann & McCabe, 2011, s. 418; McCabe, Minnaert, & Diekmann, 2011, s. 15'ten tablolatırılmıştır

² Omuz sezon: (İng. shoulder season) Fiyatların nispeten düşük olma eğiliminde olduğu, özellikle ilkbahar ve sonbahar olmak üzere, yoğun ve yoğun olmayan sezonlar arasındaki turizm sezonu.

Sosyal turizm kategorilerinde görüldüğü gibi Katılım Modeli (standart ürün) ve Uyarlama Modeli (özellikli ürün) özellikle sosyal turizm yararlanıcılarına yöneliktir ve daha çok sosyal çıktıları vardır. Öte yandan hem sosyal turizm yararlanıcıları hem de diğer yararlanıcılar tarafından ulaşılabilen İçerme Modeli'nin (standart ürün) ile Harekete Geçirme Modeli'nin (özellikli ürün) daha çok ekonomik çıktıları vardır. Avrupa'da yaygın olarak görülen dört modelin çıktıları yerel, bölgesel veya ulusal uygulamalara göre geçişlilik göstermektedir. Farklı kategoriler arasındaki sınırlar belirsiz duruma gelebilmektedir. Çünkü belirgin önceliği ve özelliği sosyal fayda olmasına karşın, birçok girişim sosyal turizm uygulamalarında sosyal fayda kadar ekonomik faydaya da odaklanmaktadır.

Yaşlılar arasında sosyal turizmi geliştiren girişimler genellikle kamu finansmanı ile desteklenmekte ve çoğu düşük maliyetli yurt içi tatil formunda olmaktadır (Minnaert, Maitland, & Miller, 2009, s. 317). Portekiz'deki INATEL Vakfı, İspanya'daki IMSERSO (İspanya ve Portekiz arasındaki değişim programı) ve Brezilya'daki EMBRATUR gibi sosyal turizm uygulamaları; eş zamanlı olarak, özellikle düşük sezonda, hedef bölgelerin ekonomilerini canlandırmayı hedefleyerek, daha önce bahsedilen Uyarlama ve Harekete Geçirme Modeline örnek olarak gösterilebilir (Almeida, 2011, s. 484; Diekmann & McCabe, 2011, s. 418; McCabe, Minnaert, & Diekmann, 2011, s. 15).

Bu dört sosyal turizm türünün irdelenmesi, farklı türlerinin anlaşılması açısından önemlidir. Dayanışma Turizmi (Solidarity Tourism); Yoksul Yanlısı Turizm (Pro-poor Tourism) ve Toplum Temelli Turizmle (Community-based Tourism) bağlantılarıyla, sosyal turizm ve ticari turizm arasında bir köprü modeli olarak görülebilmektedir (Minnaert, Maitland, & Miller, 2011, s. 404-405).

2.7. Sosyal Turizmde Arz ve Talep

Sosyal turizm uygulamalarının sürdürülebilirliği açısından; Belçika, Birleşik Krallık, İrlanda, Danimarka, İtalya, Polonya'da yapılan bir durum çalışması sonuçlarına göre, dört önemli konuya dikkat çekilmektedir (McCabe, Minnaert, & Diekmann, 2011, s. 185-190):

- Uygun sosyal turizm arzıyla uygun talebin buluşturulmasını sağlayacak aracı bir kuruluşun olması,

- Sosyal turizm işletmelerinin özelleştirmeye kâr amaçlı duruma gelmesi ve saygınlığının bütünüyle yok edilmesinin önüne geçilmesi,
- Fonlamanın kamu-özel sektör ortaklığında güçlü kaynaklara dayandırılması,
- Sosyal turizmin hedef pazarının değişkenlik gösteren yapısının anlaşılmasıdır.

Sosyal turizm, farklı destinasyonlarda yerel koşullara ve gereksinimlere göre biçimlense de yazarların özellikle dikkat çektiği bu dört önemli konunun; finansal desteklerin yapısı, talebin yapısı, arzın yapısı incelenerek ve arzla talebin doğru eşleştirilmesiyle sosyal turizmin sürdürülebilirliğinin sağlanabileceği anlaşılmaktadır.

2.7.1. Sosyal turizmde arz

Sosyal turizm arzı, sosyal turizm yararlanıcılarının tüketimine konu olabilecek mal ve hizmetlerin bir arada sağlanmasıdır. Sosyal turizmde arz klasik ekonomi teorisindeki talebi karşılamak için ortaya çıkmadığından, orta/düşük gelir grubundan bireylerin ulaşım ve konaklama gereksinimlerinin karşılanmasında ortaya çıkan gelişmeler ve düzenlemeler olarak değerlendirilebilir. Turizmde demokratikleşme sonrası hem kamu sektörü hem de özel sektör yatırımlarında yaşanan değişim sonucu; yalnızca lüks ve büyük turizm işletmelerinin kurulması yerine, yatırımlar, orta ve düşük gelirli grupları da kapsayacak biçimde çeşitlenmiştir (Usta, 1982, s. 43).

2.7.1.1. Ulaşım

Ulaşım ağlarındaki ve ulaşım araçlarındaki gelişimin turizm sektörü üzerinde yadsınamaz etkileri olmuştur. Teknoloji ve ulaşımındaki yenilikler kitlelerin turizm hareketine katılmalarında önemli bir payı vardır. Tarihsel gelişme sürecinde taşıma kapasitesi yüksek, daha hızlı ve konforlu ve maliyeti kısmen daha düşük bireysel ve toplu ulaşım araçlarının seri üretimi, bireylerin uzak yerlere seyahat etmesini büyük ölçüde kolaylaştırmıştır (Usta, 1982, s. 43).

Ulaştırma, turizm arzındaki önemine dayanarak düşük gelir grubundan bireylerin seyahatlerinde tercih ettikleri ulaştırma araçları yönüyle yakından incelenebilir. Sosyal turizme hizmet sunan ulaştırma araçlarından (Usta, 1982, s. 43; Kara, 2009, s. 20-21);

- Otomobil, edinme maliyeti, kullanma ve bakım giderleri çok olsa da kişilere seyahatlerinde bağımsız hareket etme olanağı verdiğinden çokça tercih edilmektedir. Otomotiv endüstrisindeki gelişmeler, gelir düzeyinin artması, devletin otoyol altyapı yatırımlarına önem vermesi gibi faktörler sonucu otomobil, gelişmiş ülkelerde olduğu gibi, Türkiye’de de orta ve düşük gelir grubundan bireylerin ulaşım araçlarından biri durumuna gelmiştir.
- Midibüs, toplu taşıma uygun olduğundan kişi başına ulaştırma maliyetini düşürmektedir. Toplu gezilerde ve ucuz turistik seyahatlerde kullanılabilmesi nedeniyle turizmde kullanımı yaygınlaşmaktadır.
- Tren, alternatif ulaşım araçlarında ortaya çıkan gelişmelere karşın öngörülen hareket ve varış saatlerine uyulabilmesi, yolcuların seyahat ederken kendilerini güvende hissetmeleri, en önemlisi de bilet fiyatlarında indirim uygulamalarıyla seyahatte ucuzluk sağlamasıyla kitlesel ulaşım hizmeti sağlayacak en uygun araçlardan biridir.
- Gemi, kitlesel ulaşımın yanı sıra eğlence ve konaklama gibi hizmetler de vererek bireylerin tatillerini geçirebilecekleri bir ortam sunması nedeniyle turizmdeki payı giderek artan bir ulaşım aracıdır.
- Uçak, özellikle yolcu kapasitesi yüksek modellerin gelişimiyle koltuk başına ulaşım maliyetlerindeki düşüş, konfor ve hız yönünden sağladığı avantajlarla kullanımı artan bir ulaşım aracıdır. Orta ve düşük gelir grubundan bireyler için maliyetli bir ulaşım aracı olsa da uçak kiralama sistemleri (charter) gibi uygulamaların başlamasıyla, düşük maliyetli uçuşların sosyal turizmde uçak kullanımını yaygınlaştıracığı öngörülmektedir.

2.7.1.2.Konaklama

Sosyal turizm uygulamaları açısından bireylerin ödeme güçlerine göre işletmeler geliştirmek ve hizmet sunumunda minimum koşulları gerçekleştirmek temel amaçtır. Geleneksel otelcilik anlayışının kitlelerin tatil yapmaya olan talebini karşılayamaması, fiyat düzeyinin orta/düşük gelir grubundan ailelere göre yüksek olması gibi nedenler yeni konaklama türlerine olan gereksinimi artırmıştır. Motorlu taşıtların hızları ve tasarımlarında görülen değişim, bir yandan bireylerin uzak yerlere seyahat etmesini kolaylaştırması dışında tatil köyü, kamping, karavaning, hostel, ikinci konutlar, sağlık işletmeleri, dağ evleri, apart oteller gibi tamamlayıcı

konaklama işletmeleri³ olarak da tanımlanan yeni konaklama işletme türlerinin ortaya çıkmasına da neden olmuştur (Usta, 1982, s. 44).

Kitlesel turizme karşın daha az sayıda ziyaretçi hedefleyen çiftlik turizmi, çiftliklerde gün içerisindeki rutin çiftlik işlerine sürdürebilen çiftçilerle çiftlik yaşamını merak etme, organik ürünlere doğrudan erişim, dinlenme, eğlenme, gibi çeşitli amaçlarla bu çiftliklere gelen ziyaretçilerin etkileşimini sağlayarak hem çiftçiler hem de ziyaretçiler açısından sıra dışı deneyim olanakları sunmaktadır. Bu özelliğiyle kırsalda yaşayanlardan temel uğraşısı çiftlik işleri olanlara turistik faaliyetlere katılım olanağı sağlaması bakımından çiftlik turizmi, sosyal turizmle de ilişkilendirilebilmektedir (Ak, Bıçkıcı, & Özgökçeler, 2013, s. 49).

Bazı ülkelerde, geleneksel sosyal turizm sağlayıcıları bir yandan da ticari talebi karşılamaya çalışılırken diğerlerinde sosyal turizme, düşük ve ölü sezonda turistik işletmelere ve destinasyonlara olan hareketliliği artırmak amacıyla da başvurulmaktadır (Minnaert, Maitland, & Miller, 2011, s. 413). Bu daha çok kitle turizmine yönelik konaklama işletmelerinin bir yaklaşımıdır. Bu yaklaşım iç turizmle dinamizm kazandırarak dış turizmin risklerini azaltmaktadır.

2.7.2. Sosyal turizmde talep

Sosyal turizm açısından talep; genç, engelli ve yaşlı bireylerin veya düşük gelir grubundan ailelerin katılma talebidir. Bireylerin turizme katılmaları için gereken temel koşullar aşağıdaki gibi sıralanabilir (Demirkol, 1988, s. 34; Diekmann, McCabe, & Minnaert, 2012, s. 36):

- 1) Boş zaman,
- 2) Yeterli gelir,
- 3) Sosyal yapı,

³ **YN:** Konaklama işletmeleri literatürde farklı biçimlerde sınıflandırılabilir. Konaklama işletmeleri daha çok turizm coğrafyasında, geleneksel ve tamamlayıcı konaklama işletmeleri olarak iki ana grupta ele alınmaktadır. ET

- 4) Tatile çıkma isteği,
- 5) İsteklerini gerçekleştirebilecek teknik olanaklardır.

Bireylerin turizme katılmaları için gereken temel koşullardan değerlendirilebilir boş zamanı sosyal politika ortaya çıkarmaktadır. Ücretli izin hakkıyla ilgili ulusal ve uluslararası regülasyonlar bu hakkı çalışan bireylere vermiştir. Kişisel ekonomik olanaklar turizm harcamaları için yetersiz kaldığında, hem devlet tarafından, hem de özel kuruluşlar tarafından talebin finansmanı önemli duruma gelmektedir.

Ailelerin tüketim harcamaları, Avrupa Bireysel Tüketimin Amaca Göre Sınıflaması'nda (ECOICOP- European Classification of Individual Consumption According to Purpose) “1) Gıda ve alkolsüz içecekler 2) Alkollü içecek, sigara ve tütün 3) Giyim ve ayakkabı 4) Konut ve kira 5) Ev eşyası 6) Sağlık 7) Ulaştırma 8) Haberleşme 9) Kültür, eğlence 10) Eğitim hizmetleri 11) Otel, lokanta ve pastane 12) Çeşitli mal ve hizmetler” başlıklarında gerçekleştirilmektedir. Tatil amacıyla yapılan harcamalar, “eğlence ve kültür” grubuna girmektedir (Levent, 2020, s. 313).

Bilindiği üzere tüketim harcamalarıyla gelir düzeyi arasında pozitif bir korelasyon vardır. Alman istatistikçi ve sosyoekonomist Ernst Engel tarafından farklı gelir gruplarının çeşitli mal ve hizmet türlerine yaptıkları harcamaların oranını karşılaştırılarak belirlenmiş Engel Yasaları adlandırılan sosyal yasalara göre;

- 1) Hanehalkı geliri yüzdesel olarak arttıkça gıda harcamalarına ayırdığı pay yüzdesel olarak azalmaktadır;
- 2) Hanehalkı geliri yüzdesel olarak arttıkça lüks nitelikteki mal ve hizmetlere ayırdığı pay yüzdesel olarak artmaktadır;
- 3) Hanehalkı geliri yüzdesel olarak arttıkça giyim harcamalarına ayırdığı pay yüzdesel olarak değişmemektedir (Chai & Moneta, 2010, s. 227).

Engel Yasaları perspektifinde, bir tüketim harcaması kalemi olarak seyahat ederken yapılan harcamalar da gelir düzeyiyle doğrudan ilgilidir ve tüketim harcamalarının içinde konut, gıda gibi zorunlu harcamalardan tasarruf edilen kısımla gerçekleşir. Buradan yola çıkarak yüksek gelir düzeylerinde tasarruf edilen kısım da yüksek olacağından, gelir düzeyi arttıkça bireylerin seyahat etme, tatil vb. harcamalarının da artacağını söylemek yanlış olmayacaktır (Kara, 2009, s. 8).

Gelir düzeyi ve sosyal turizmi incelerken değinilebilecek başka bir konu da adaletli gelir dağılımıyla ilgilidir; çünkü gelir dağılımındaki adaletsizlik arttıkça düşük gelir gruplarının tasarrufta bulunma oranı azalacağından bireylerin turizm faaliyetlerine katılımı da güçleşecektir (Kara, 2009, s. 9).

Engelliler, engelli bir üyesi olan aileler, yaşlılar, çocuklu aileler ve kimi durumlarda gençler için seyahat, yetersiz fiziksel altyapı, üstyapı veya olanaklar açısından oldukça zordur. Ancak ekonomik engelleri olan engellilerde vardır, bu durumda sosyal turizm bu bireyleri yaşamın içine katmanın anahtarıdır (Akdemir, 2019, s. 34). Başlarda sosyal turizmle ekonomik ve/veya başka bir açıdan dezavantajlı durumda olan kişilere dinlenme ve eğlenme olanaklarının sağlanması yoluyla bu kişilerin beden ve ruh sağlıklarının korunmasının ve toplumla bütünleşmelerinin sağlanması hedeflenmiştir. Dolayısıyla engelliler ve engelli bir üyesi olan aileler sosyal turizm için önemli bir talep kaynağıdır.

Literatürde üçüncü yaş turizmi terimi yerine; yaşlı turizmi, geriatri turizmi, yaşlı bakımı turizmi ve üçüncü yaş baharı turizmi gibi terimlerle de karşılaşılmaktadır. İngilizce literatürde ise bu terime karşılı çok daha fazla sayıda terim kullanılmaktadır. Örneğin; active aging tourism, age friendly tourism, grey tourism, elderly tourism, mature tourism, senior tourism, silver tourism ve third age tourism bunlardan bazılarıdır. Özellikle Avrupa Birliği'nde gümüş ekonomi (silver economy) ve gümüş turizm (silver tourism) kavramları sıklıkla kullanılmaktadır (Aydemir & Kılıç, 2017, s. 2). Nasıl nitelendirilirse nitelendirilsin kavramsal olarak üçüncü yaş turizmindeki gelişmeler, sosyal turizmin önemli bir bölümünü oluşturmaktadır. Özellikle emekli kitlelerin, çeşitli sosyal güvenceler ve sosyal güvenlik kuruluşları aracılığıyla, en iyi boş zaman değerlendirme biçimi olarak turizmi görmeleri, gün geçtikçe sosyal turizmde talep kaynağı olarak özel bir yer tutmasına yol açmıştır (Kızılırmak & Ertuğral, 2012, s. 39).

Gençlik turizmi, ekonomik gücü sınırlı olan ve genellikle henüz öğrenim aşamasında olup belirli bir işte çalışmayan belirli yaş grubundaki gençlerin, bireysel ve toplu olarak gerçekleştirdikleri turistik faaliyetlerdir (Usta, 1982, s. 73-74). Gençlik turizmi, katılanların önemli bir bölümünün aile gelirine bağımlı olması veya sınırlı öğrenci bütçesiyle seyahat etmeleri nedeniyle, birçok ülkede sosyal turizm kapsamında değerlendirilmektedir (Kozak, Kozak, & Kozak, 2010, s. 14). Özellikle

gençlerin tatil gereksinimini ve talebini karşılayan gençlik kampları, sosyal turizm yönünden önem taşımaktadır.

Siyasal koşullar, devletin ekonomisi, ideolojiler veya her grubun büyüklüğü talepte farklılıklar yaratmaktadır (Hall & Brown, 2012, s. 112). Örneğin; Avusturya ailelere odaklanırken Belçika gençlere ve düşük gelirli ailelere odaklanmaktadır. Kıbrıs Rum Yönetimi yaşlıları ve engellileri desteklerken Romanya yaşlıları, gençleri, engellileri ve çalışanları desteklemektedir. (McCabe S. , 2015, s. 16-21)

2.7.3. Sosyal turizmin finansmanı

Sosyal turizmin değişik yorumlamalarına bağlı olarak finansman yapıları, hedef kitlesinden düşük gelir grubundan gençler, aileler, yaşlılar ve engelliler olmak üzere herhangi birine odaklanmış olabilir. Finansman mekanizmaları sosyal politikanın bir parçası olarak hedef kitle için belirli çıktılar sağlamayı amaçlar. Bundan dolayı, birçok ülkede bütüncül bir yaklaşım yerine, belirlenmiş bir hedef kitleye yönelik finansman mekanizmaları işletilmektedir (Diekmann, McCabe, & Minnaert, 2012, s. 36-38).

Sosyal turizmde, turizm hizmetlerine yönelik yeterli geliri olmayan kitlelerin talebinde en önemli etken bireylerin finansmanıdır. Sosyal turizme destek sağlayabilecek bireysel finansman kaynakları ise şunlardır (Usta, 1982, s. 78; Kara, 2009, s. 21):

- **Aile bütçesi:** Sosyal turizm bireylerinin gelir düzeyi ancak gıda, giyim vs. gibi zorunlu harcamaları karşılayabildiğinden, aile bütçesi sosyal turizm açısından etkili bir finansman yöntemi değildir.
- **Kredi ve taksitle seyahat:** Bireylere seyahat giderlerinin bir kısmını peşin kalan kısmını taksitle ödeyebilme olanağını sunan yöntemdir.
- **Borç veya tatil kredisi:** Kuruluşların personeline tatile çıkabilmeleri için düşük faizle borç vermeleridir.
- **Sigorta kuruluşları:** özellikle kür turizminde önemli rol oynar. Sağlık bakımından zorunlu olan durumlarda, sigortalılar kür yerlerine gönderilir ve kürle ilgili bütün finansal yükümlülükler sigorta kuruluşları tarafından karşılanır. Böylece sigorta kuruluşları turistik talebin finansmanına yardımcı olurlar.

- **Biriktirme sandıkları:** Sosyal turizmde talebin en gelişmiş finansman kaynağı biriktirme sandığı veya sosyal turizm sandığı adı verilen kuruluşlardır. Bu kuruluşlar, bir yandan sosyal turizm yararlanıcılarına ulaşım, konaklama, yeme-içme, eğlence konusunda çekici indirimler sağlamakta; diğer yandan sosyal turizm sistemine çok avantajlı koşullarda finansman olanağı sunmaktadır.

Sosyal turizmin en işlevsel finansman yolları arasında sosyal kuruluşlarca sağlanan katkılar, devlet yardımları ve teşvikler yer almaktadır (Usta, 1982, s. 78-82). McCabe'e göre (2015) Avrupa'da sosyal turizmin beş yaygın finansman planı türü vardır:

- Devlet destekli paketler: Örneğin İspanya, Portekiz, Yunanistan.
- Devlet destekli kupon programları: Örneğin Fransa, Macaristan, Romanya.
- Bölgesel hükûmet planları: Örneğin Belçika, Brüksel, Avusturya, Litvanya.
- Hayır kurumu (üçüncü sektör) temini: Örneğin Birleşik Krallık, Malta, Letonya, İrlanda, Bulgaristan.
- Özel vakıf planları: Örneğin Danimarka ve Finlandiya.

Bu finansman planları genel olarak talebin desteklenmesi yönünde olsa da kısmen de olsa arzın desteklenmesi biçiminde de olabilmektedir. Kâr amacıyla faaliyet göstermeyen çeşitli sosyal turizm ve doğa dernekleri, gençlik kuruluşları, sendikalar, kooperatifler, vakıflar gibi oluşumlar sosyal turizm yatırımlarının finansmanında önemli rol oynamaktadır. Kendi faaliyet gelirlerinin yanı sıra üyelerinden topladıkları aidatlar ve üyelerinin gönüllü katkıları sosyal turizm için potansiyel bir finansal kaynak niteliğindedir. Devlet yardımları bazı ülkelerde sübvansiyonlar biçiminde verilmektedir. Türkiye'de ise geçmişte kamu kurum ve kuruluşlarına ait dinlenme tesisleri, kamplar ve tatil merkezlerinin işletilmesi için bütçeden ayrılan ödeneklerle gerçekleştirilmiştir. Hükûmetler, sosyal turizmi geliştirmek için bedelsiz veya düşük bedelli arazi tahsisi, sosyal turizm işletmelerinin altyapı gereksinimlerinin devlet tarafından finanse edilmesi, sosyal turizme dönük yatırımlar için devlet tarafından düşük faizli kredilerin verilmesi, bazı vergiler için muafiyet tanınması gibi uygulamalardır (Usta, 1982, s. 78-82; Kara, 2009, s. 21).

2.8. Sosyal Turizm Politikaları ve Uygulamaları

Marksizm ile bağlantılı olarak sosyalist ve sosyal demokrat hareketler, toplumdaki her üyenin kendi potansiyelini tam olarak geliştirmesine izin vermeye çalışmış ve eylemlerini her bireyin eşitliği ve gelişimi ilkeleri etrafında yoğunlaştırmıştır (Minnaert, Maitland, & Miller, 2006, s. 11). Sol akımların sonucu olarak sosyal hakların devlet tarafından korunup geliştirilmesinde ücretli izinlerin yasalaşmasıyla çözülen boş zaman sorununun ardından gün yüzüne çıkan ekonomik yetersizlikler ve turistik işletme eksiklikleri, sosyal turizmin geliştirilmesiyle çözülmeye çalışılmıştır. Özellikle Birleşik Krallık, Danimarka, Finlandiya, İsveç ve Norveç gibi ülkelerde küçük farklılıklarla sosyal devlet anlayışı uygulanmaktadır. Birleşik Devletler’de sosyal turizm olgusu görece daha az bilinen ve seyrek olarak kamu kurumlarınca desteklenen bir olgu niteliğindedir. Turizm bir hak olarak değil, isteğe bağlı gerçekleştirilen bir faaliyet olarak görülmektedir (Higgins-Desbiolles, 2006, s. 1200; Almeida, 2011, s. 2; Minnaert, Maitland, & Miller, 2009, s. 317). Belçika, Fransa, Danimarka gibi devletin piyasaya müdahalesinin görece doğal karşılandığı ülkelerin sosyal turizm girişimlerinde devletin rolü büyükken Anglosakson geleneğinden gelen Birleşik Krallık gibi daha liberal ülkelerde isteğe bağlı bir faaliyet olarak görüldüğünden sivil toplum örgütleri ve hayır kurumları öne çıkmaktadır. Örneğin Birleşik Krallık’ta, şu anda sosyal turizme çok az hükûmet politikası ilgisi vardır. DCMS’nin (The Department for Digital, Culture, Media and Sport - Dijital, Kültür, Medya ve Spor Dairesi) 1999 yılında açıkladığı “*Yarının Turizmi -Tomorrow’s Tourism*” politikasında “*Herkes için Turizm - Tourism for All*” bir öge olmasına karşın, 2004 yılında yayımlanan izleme politikası belgesi olan “*Yarının Turizmi Bugün - Tomorrow’s Tourism Today*” içinde buna herhangi bir atıfta bulunulmamıştır. Düşük gelir gruplarına yapılan yardım, büyük ölçüde hayır kurumlarından alınan bağışlarla sınırlıdır (Minnaert, Maitland, & Miller, 2009, s. 6).

Fransa’da, sendikal hareket yoluyla eski bir sosyal turizm geleneği vardır. Ancak Fransa’ya ulaşımı sübvansede, sosyal tatil köylerini sürdürmede ve gençlik kamplarını finanse etmede Almanya, İsviçre, Portekiz ve İskandinav ülkeleri gibi diğer Batı Avrupa ülkeleri de katılmıştır (Higgins-Desbiolles, 2006, s. 1200; Almeida, 2011, s. 2).

Haulot (1991) gibi bazı akademisyenler, terime verilen çeşitli tanımları tartışılmasını önemsiz bir konu olarak görseler de, birçok yazar, araştırmacı, kurum ve kuruluşlar

tarafından sosyal turizm tanımı üzerine kavramsal tartışmalar ve güncellemeler yapılmıştır. Uluslararası literatürden gelen tanımlar perspektifindeki sosyal turizm uygulamaları yerine ülkelerin zaten kendi sosyokültürel ve sosyoekonomik yapılarına göre mevcut ve yeni bazı uygulamaları olmuştur. Örneğin Roberto C. Boullón'a (1990) göre *“Sosyal turizm ve Latin Amerika'daki gelişimi, kendi aralarında herhangi bir tutarlığı olmayan farklı yorumlara dayanmasına karşın, son on yıllardır yayılmaktadır”* (Almeida, 2011, s. 484).

Sosyal turizm terimini sıklıkla iç turizm terimi ile eş anlamlı gibi kullanıldığı Brezilya özelinde bir sosyal turizm tanımı geliştirmek için Almeida (2011); bireylerin psikofiziksel iyileşme ve sosyokültürel gelişimi için açıkça belirlenmiş hedeflerle, ziyaret edilen yerlere genişletilmesi gereken sürdürülebilirlik varsayımlarına göre devlet tarafından sosyopolitik olarak teşvik edilmesini; özel sektör ve buna ek olarak üçüncü sektör kuruluşları (Sivil toplum kuruluşları veya demokratik kitle örgütleri olarak anılan platform, inisiyatif, vakıf, dernek, cemiyet, birlik, federasyon ve konfederasyon) tarafından organize edilmesini vurgulamıştır. Brezilya özelinde bir tanımın geliştirilmesinde, devletin sosyal turizmin gelişimi için gerekli eylemlerin koordinatörü ve teşvik edici temsilcisi olarak görülmesinin önemli olduğu kabul edilmiştir. Tanım ayrıca, turizm uygulamalarının maliyetleriyle uyumlu oranlarda işletilmesine özel sektörün katılımını ve üçüncü sektörün rolünü vurgulamaktadır. Üçüncü sektör olarak adlandırılan kavram Brezilya'da kesin profilini ve biçimini tamamlamamış olmakla birlikte *“Devlet olmayan”, “pazar olmayan”, “kamu yararına hizmet amacı olan”, “kazanç getirmeyen”, “insancıl”, “gönüllülük tabanlı olan”* gibi terimler ile ilişkilendirilmektedir. Bu ortaklar, yararlanıcılar için uygun programların sunulmasından da sorumludur (Almeida, 2011, s. 485).

Sovyet ve Rus yazarlar arasında da sosyal turizmin yorumlanması konusunda farklı görüşler vardır. Genel olarak; Rus ve Sovyet yazarlar, sosyal turizmin finansal yönlerini hükûmete bırakma eğilimindedir. Onları Avrupalı yazarlardan ayıran da budur. Latin Amerika yorumlarında ve uygulamalarında da sosyal turizmin geliştirilmesinin hükûmetin ana önceliği olduğu görülmektedir (Amir, Artemyev, & Assipova, 2016, s. 120). Uluslararası bağlamda sosyal turizm mekanizmalarının aksine, Latin Amerika'da sosyal turizm girişimleri ve politikaları temelde

merkezileştirilmekte, hükûmet ve/veya devletçe işletilen yapılarca sürdürülmektedir (Schenkel & Almeida, 2020, s. 40).

Küreselleşme, özellikle dünyada ekonomik olarak egemen olan ülkelerin, tüm dünyayı tek bir ekonomik alana dönüştürme çabasıdır (Davis, 2007, s. 197). Küreselleşme olgusu günümüzde, sıklıkla toplumsal hatta kişisel olanın, küresel olanın etkisi altında kalması biçiminde algılanmaktadır. Küreselleşme, teknolojik araçlar ile zaman, mekân ve her türlü finansal ilişkiler türünü eritmekle birlikte, toplumsal olanın üzerindeki yansımalarından yola çıkılarak üstünlüğü ve baskılayıcılığı nedeniyle eleştirel gözle değerlendirilmektedir (Fendal, 2012, s. 148).

İkinci Dünya Savaşı sonrasında dünya ekonomik düzeninde ortaya çıkan hızlı değişim; önce IMF (International Monetary Fund - Uluslararası Para Fonu), WB (World Bank - Dünya Bankası) ve GATT (General Agreement on Tariffs and Trade - Gümrük Tarifeleri Genel Anlaşması) ile daha sonra da GATT'ı içine alan WTO (The World Trade Organization - Dünya Ticaret Örgütü) çalışma ve uygulamalarıyla yeni bir boyut kazanmıştır. Yeni Ekonomik Düzen olarak da tanımlanan bu oluşumun, özellikle ekonomik yaşama kazandırdığı en önemli farklılık değişen pazar yapısı ve artan rekabet üzerine olmuştur (Kuşat, 2012, s. 262). Keynesçi politikaların 1970'li yılların sonlarına doğru çöküşe geçmesiyle küreselleşmenin bir sonucu olarak ortaya çıkan bu yeni ekonomi politikasının adı neoliberalizmdir (Clarke, 2005, s. 55).

Neoliberalizmin düşünsel kökenleri, Friedrich A. von Hayek ve Ludwig von Mises'in 1940'lı yıllardaki yazılarında bulunmaktadır ancak Neoliberalizm teorisyenleri Friedrich A. von Hayek ve öğrencisi Milton Friedman olarak görülmektedir. Bu ikilinin ortaya koyduğu neoliberal anlayış ilk olarak, sosyalist hükûmetin 1973 yılında ABD destekli bir darbeye devrildiği Şili'de denenmiştir. Öncelikle bütün toplumsal hareketler, sendikalar bastırılmış, emek piyasasını kısıtlayan düzenlemeler kaldırılmıştır. O dönemde dünyada yaşanan ekonomik krize Şili örneğinde çare aranmıştır. 1979 yılında Birleşik Krallık'ta Margaret Thatcher'ın, 1981 yılında Birleşik Devletler'de Ronald Reagan'ın iktidara gelmesiyle neoliberalizm bir dünya politikasına dönüşmüştür (Köymen, 2014, s. 49).

Neoliberalizmde, hem bireysel hem de toplumsal özgürlüğün artması, özel mülkiyet hakları, girişimcilik ve serbest pazar mantığına bağlıdır (Çelik, 2012, s. 10-12).

Neoliberal ekonomi kuramının temelini; kamu hizmetlerinin ve kamu mallarının özelleştirilmesi, yabancı sermayenin önünün açılması ve devletin sermaye üzerindeki her türlü denetiminin azaltılması vardır (Davis, 2007, s. 197).

Devletlerin neoliberalizme, özellikle Sovyetler Birliği ve Doğu Bloku'nun çözülüşünden sonra daha hızlı bir biçimde yönelimi olmuştur özellikle neoliberalizm, kapılarını Batı'ya açmış bütün ülkelerde de uygulama alanı bulmuştur. Neoliberalizm, Marksizm ile bağlantılı olarak sosyalist ve sosyal demokrat hareketlerden sonra ülkelerin sosyal turizm politikalarının etkileyen bir öge olmuştur. Ekonomik krizler; zorunlu hiperrekabetçiliğe neden olmuş, birçok devlet artan işsizlik oranları, sosyal dışlanma ve göçmenler için uyum sorunları nedeniyle toplumdaki eşitsizliklerin artmasına neden olan sosyal politikaya yönelik yeni tutumlardan dolayı bütçelerini azaltmıştır (Bélanger & Jolin, 2011, s. 477).

Sosyal turizm, önemli ölçüde halkın sağlığının iyileştirilmesini sağlamakta ve ülkenin sosyoekonomik gelişimine olumlu yönde etkisi olmaktadır. Ancak ithal ikameci endüstri modeli ve ile sosyal devlet uygulamalarında görülen gerileme, günümüzde sosyal turizmle ticari turizmi gittikçe birbirine yaklaştırmaktadır. Neoliberalizmin ana savunucularından biri olan Birleşik Devletler'de bile, her ne kadar turizm bir hak olarak değil, isteğe bağlı gerçekleştirilen bir faaliyet olarak görülse de Genç Çiftçiler Derneği'nin (Young Farmers Association) gençlik kampları gibi kırsal gençliğin turizmin öğrenme ve eğlence kapasitelerine erişimini sağlamak için tasarlanmış sosyal turizm planları vardır (Higgins-Desbiolles, 2006, s. 1200).

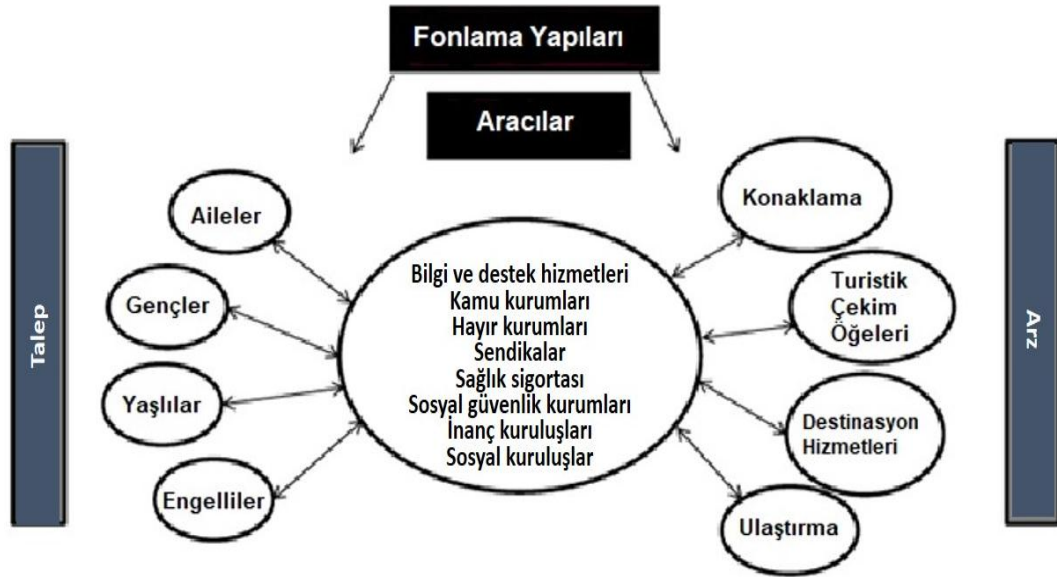
Elli altmış yıl önce özellikle kişilerin kazancına (dinlenme, kişisel gelişim, sosyal yaşamın bir parçası olma, vb.) odaklanılırken bugün sosyal turizm tartışmalarında ekonomik getiriler, devletin ve özel sektörün elde edeceği yararlar daha çok vurgulanmaktadır. Devletin ekonomiye minimum düzeyde müdahale etmesinin beklendiği günümüzde sosyal turizmde sivil girişimlerin ve özel sektörün de etkin olması gerekmektedir (Minnaert, Maitland, & Miller, 2011, s. 413).

Çeşitli ülkelerde, sosyal turizmin geliştirilmesi amacıyla bazı uygulamalar gerçekleştirilmektedir. Bu uygulamalar (Küyük, 2012, s. 79; Usta, 1982, s. 79; Kozak, Kozak, & Kozak, 2010, s. 16)

- Ücretlere ve aylıklara ek olarak tatil ödemesi,
- Taksitli ve kredili seyahat ve tatil olanakları,

- Uzun vadeli ve faizsiz tatil kredileri,
- Özel seyahat çeki veya tatil çeki kullanımı,
- Ulaşım araçlarında indirimli fiyatlar,
- Konaklama işletmeleriyle, sosyal turizm katılımcıları arasında indirimli özel anlaşmalar gibi yöntemlerle bağlantının sağlanması,
- Biriktirme, tasarruf ve yardım sandıklarının kurulması ve yaygınlaştırılması,
- Öğrenci yurtlarının, özellikle tatil döneminde gençlik turizmi için kullanılması,
- Sosyal turizm amacıyla doğrudan konaklama işletmelerinin devlet eliyle kurulması tüm katılmak isteyenlerin hizmetine sunulmasıdır.

Sosyal turizm uygulamaları açısından Avrupa ülkeleri arasındaki bazı benzerlikleri bulunmaktadır. Avrupa’da sosyal turizm sistemlerinin ortak noktaları, Şekil 1’de de görüldüğü gibi fon yapıları tarafından desteklenen talep, arz ve aracılardan oluşmaktadır (Hall & Brown, 2012, s. 37).



Şekil 2.2: Avrupa sosyal turizmi için ortak organizasyon yapısı

(Hall & Brown, 2012, s. 37)

Sosyal turizm uygulamalarını gerçekleştirmek için finansman yapıları ve aracılar, tüm Avrupa ülkelerinde gerekli öğelerdir.

Nitekim Diekmann, McCabe ve Minnaert'e göre de (2012) Avrupa'da sosyal turizmin değişik yorumlamalarına bağlı olarak genellikle altyapının desteklenmesi ve bireyin desteklenmesi olarak iki temel alana odaklanılmaktadır.

- Arz yönlü bir yaklaşım olan birincisinde, turistik işletmelerin ve bölgelerin altyapı eksiklerinin tamamlanması, gerekirse yalnızca sosyal turizme yönelik yatırımların gerçekleştirilmesinin sağlanması söz konusuyken;
- Talep yönlü bir yaklaşım olan ikincisinde, kişilere doğrudan veya dolaylı ekonomik destek, danışmanlık, tatil desteği (planlama, organizasyon) hizmetleri sağlanmaktadır.

Diekmann ve McCabe'ye göre (2011), fonlama sistemi ve fon miktarı ülkelerde sosyal turizmin uygulanma biçiminin belirleyen temel öğelerdir. Örneğin; finansman planı devlet tarafından karşılanıyorsa ve bütçe tahsisi yüksekse genellikle ülkelerin belirli sosyal turizme uygun işletmeleri vardır. Ayrıca, devletin sosyal turizm uygulamalarına ayırdığı bütçe sınırlı ise çoğu durumda ülkeler sosyal turizmi uygularken hedef pazara çek veya kupon vermektedir. Ayrıca, bazı ülkeler bir tür finansman kullanırken, diğer ülkeler finansman sistemlerini birleştirebilmektedir (Gabruc, 2016, s. 98). Sosyal turizm uygulamaları, yalnızca Avrupa'da değil dünya genelinde de ülkelerin kültürüne, sosyoekonomik ve gereksinimlerine göre biçimlenmekte; temel destekler arz yönlü veya talep yönlü olabilmektedir. Sosyal turizmin dünya üzerinde yaygınlaşmasını sağlayan örgütler ile farklı ülkelerdeki yerel paydaşlarının arz yönlü veya talep yönlü proje örneklerine ve uygulama örneklerine bu kısımda yer verilmiştir.

2.8.1. Sosyal turizmi geliştirmeye yönelik arz yönlü uygulamalar

Marksizm ile bağlantılı olarak, sosyalist ve sosyal demokrat hareketin kadın dernekleri, gençlik dernekleri ve hasta ve engelli dernekleri gibi yapılar farklı hedef kitlelerin gereksinimlerine odaklanılmasını sağlamıştır. Günümüzde Avrupa ülkelerinde, Doğu Bloku ülkelerinde ve Latin Amerika'da sosyalist örgütler, ağırlıklı olarak konaklama olanakları aracılığıyla sosyal turizmin önemli oyuncularını olmayı zorlukları aşarak sürdürmektedir (Minnaert, Maitland, & Miller, 2006, s. 11).

Avrupa'nın anakarasında bulunan birçok ülkede geleneksel sosyal turizm altyapısı "*Tatil Merkezleri ve Tatil Köyleri*" temelinde kurulmuştur. Bu tatil merkezleri ve

tatil köyleri, 1950 - 1980 yılları arasında popüler olmuştur çünkü tatil yapmanın demokratikleşmesine yönelik, arzulanan, uygun fiyatlı, yeni bir ürünü temsil etmektedir. Geleneksel olarak bu tesisler, tam pansiyon veya tüm öğünler ile aktivite ve eğlenceyi de kapsayan her şey dâhil planda bir konaklama sunmaktadır (Sonuç, 2016, s. 53).

Sosyal turizm talebi, doğası gereği çoğunlukla düşük fiyatlı basit konaklama işletmelerine yönelmektedir. Hayır kurumları, sendikalar veya şirketler tarafından işletilen tatil merkezlerinin yönetimi, yıllar geçtikçe çok daha bürokratik yapıya bürünmüştür. Ancak yine de toplumun gereksinimlerine göre hizmet vermeyi sürdürmüşlerdir. Bazıları değişen talepler doğrultusunda tam pansiyon konaklamadan yarım pansiyona geçmiş, ziyaretçilere aktivitelerini seçmelerinde çok daha fazla özgürlük tanınmıştır (Chauvin, 2002, s. 67'den aktaran Sonuç, 2016, s. 53).

Bu değişikliklerin ortaya çıkmaya 1980'li yıllardan sonra, kitle turizminin sunduğu düşük fiyatlarla rekabet etmek zorunda kalan ve dünya genelinde egemen olan neoliberal politikalar sonucu, sosyal turizm altyapıları ya özelleştirilmeye veya bütünüyle satılmaya başlanmıştır. ISTO, bu değişikliklere uyum sağlanmasında odağına dayanışma turizmini de olarak perspektifini genişletmiştir (Bélanger & Jolin, 2011, s. 478-479).

Puczko ve Ratz'ın Macaristan örneğinde sosyal turizmde neoliberal dönüşüm süreciyle ilgili bilgiler sundukları çalışmalarına göre (2011), Sosyalist dönemde, sosyal turizm en çok dağlarda, göl kenarlarında veya sağlık turizmi destinasyonlarında gerçekleşmiştir. Bu dönemde, düşük nitelikteki konaklama işletmeleri, ticari birlikler veya şirketler tarafından yönetilmekteydi. Ücretsiz veya büyük kısmı devlet tarafından karşılanan sosyal turizm faaliyetlerinde, birlik üyeleri, çalışanlarla aileleri bu yerleri ziyaret etmek için seçilebilmekteydi. Bu sistem 1990'lı yıllardaki yeniliklerin izlendiği, sosyoekonomik ve sosyopolitik dönüşümlerin olduğu süreçte bırakılmış yerine destekli tatil sistemi oluşturulmuştur. Sosyal turizm işletmeleri ya özelleştirilmiştir veya kapatılmıştır. Ticari birliklerin rolü ve gücü azalmıştır, Macaristan Sosyal İşler ve Çalışma Bakanlığı'nın bütçesinde kısıtlamaya gidilmiş ve yeniden yapılandırılmıştır. Benzer durumlar birçok doğu Avrupa ülkesinde ve Türkiye'de de yaşanmıştır. Buna karşın, son yıllarda, özellikle ekonomik gelişmişlik düzeyi yüksek olan Belçika, Kanada gibi ülkelerde ISTO,

faaliyetlerini bu önyargıyı aşmak istercesine arttırmaktadır. ISTO'ya üye olan kurum ve kuruluşlar ile meslek profesyonelleri tarafından gelişmiş ve gelişmekte olan birçok ülkede sosyal turizm yeniden ele alınmakta; sivil toplum örgütleri ve özel sektör bileşenleriyle, sosyal turizm faaliyetleri daha etkin duruma getirilmek için çalışılmaktadır (Sonuç, 2016, s. 54; Minnaert, Maitland, & Miller, 2011, s. 412).

Fransa, Belçika ve İspanya'da sosyal turizm destekleri gelişmiştir. Kitle turizminin rekabeti ve sunulan düşük fiyatlar ile karşı karşıya kalan geleneksel sosyal turizm işletmeleri, yurtdışındaki tatil fiyatları karşısında rekabette zorlanmıştır. Geleneksel sosyal turizm ürününe olan talep azaldıkça işletmeler sosyal turizme olan ilgilerinin sürdüğünü göstermek için kapsamalarını genişletmişlerdir. Fransa'da ve Belçika'da, bu kuruluşlar için sınırlı da olsa devlet sübvansiyonları sağlamaktadır. Günümüzde bu sosyal turizm kuruluşlarına sübvansiyonlara daha az bağımlı duruma gelmeleri için yeni ürünlere ve yeni pazarlara yönelmesi konusunda yapılan baskılar artmaktadır. Belçika'da sendikalar birçok sosyal turizm işletmesinin sahibi olduğu için sosyal turizmde önemli bir rol oynamaktadır. Fransa'da daha önce sosyal turizm için hizmet sunan turizm işletmeleri, şimdi orta sınıf daha yaşlı turistleri çekmektedir. Sosyal turizmle ticari turizm arasındaki sınır gittikçe daha belirsiz duruma gelmektedir. Bazı ülkelerde geleneksel sosyal turizm sunucuları yeni müşteriler çekmek için ticari talebe uyum sağlamak zorunda kalmışken İspanya'daki IMSERSO örneğindeki gibi bazı ülkelerde ticari işletmeler düşük sezonda talebi artırmak için sosyal turizme dönüş yapmıştır (Minnaert, Maitland, & Miller, 2011, s. 412-413; Sonuç, 2016, s. 55).

Valon, Flaman ve Brüksel Başkent Bölgesi olmak üzere üç farklı yönetsel bölgeden oluşan Belçika'da, bölgelerin sosyal turizm politikaları arasında kısmen farklılıklar olsa da bir uyum söz konusudur. Valon Bölgesi'nde ailelere ve gençlere yönelik merkezler bulunmaktadır çünkü sosyal turizme verilen destek, daha çok altyapının ve işletmelerin desteklenmesi gibi arz yönlü karakterdedir. Flaman bölgesinde, engelli ve düşük gelirli başta olmak üzere bireylere yöneliktir (Minnaert & Schapmans, 2009, s. 46). Wallonie Tourisme CGT (Commissariat Général au Tourisme) 1951 yılında kurulmuş kamu kuruluşunun amacı, sosyal turizm işletmelerine maddi yardımda bulunarak sosyal turizmi teşvik etmek ve geliştirmektir. Gençler, yaşlılar, engelli bireyler, geniş aileler, işsizler, bekâr ebeveynler, uzun süreli hastalar olmak üzere dezavantajlı gruplara hizmet veren ve hükûmetin istediği kriterleri karşılayan

işletmeler hedef kitlesinde yer almaktadır. Ücretlere veya maliyetlerin maksimum %75'lik vergilere sübvansiyon uygulanmaktadır. Program, herkes için etkin bir tatil olanağı sağlayarak turizm ekonomisini geliştirmektedir (ISTO, 2019, s. 4-6). Brüksel'de bulunan ve sosyal turizm için her adımı organize eden Tatile Katılım Destek Merkezi'nin (Steunpunt Vakantieparticipatie) bir Turizm Ofisi vardır. Bu bölgesel hükümet kuruluşu, sosyal turizmin uygulanma biçimini belirlemekte ve operasyonel süreçler için aracı kuruluşlarla anlaşmalar yapmaktadır (Van Cauwenberge, 2013, s. 133-141).

Almanya'da 2004 yılında kurulmuş QMJ (Qualitätsmanagement Kinder und Jugendreisen - Gençlik Konaklamaları İçin Kalite Sistemi) gençlik konaklamalarına ulusal düzeyde sertifika vermektedir. Kuruluşun amacı, gençlik konaklamalarının niteliğini ve güvenlik düzeylerini artırmaktır. Gençler ve çocuklar için turistik konaklama amacıyla hizmet veren tüm işletmeler hedef kitlesinde yer almaktadır. İşletmeler, kurumunun internet sitesi üzerinde çevrimiçi olarak başvurmakta ve uygun görülen işletmelerin çalışanları eğitim alıp denetiminden geçtikten sonra sertifika almaktadır. Programın sosyal etkileri, çocukların ve gençlerin güvenliğini artırmak olmuştur.

Portekiz'de 1935'de FNAT (Fundação Nacional para Alegria no Trabalho - Ulusal Çalışma Mutluluğu Vakfı) adıyla kurulmuş INATEL, Portekiz Çalışma, Dayanışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı'nın himayesinde işçilerin ve toplumdaki dezavantajlı kişilerin tatillere erişimlerinin artırılması, turizm sezonunu genişletmek, daha fazla işletme ve gelişmiş altyapı ile sağlık turizmini geliştirmek ve düşük gelirli yaşlılara uygun olanaklar sunmak amacıyla çeşitli faaliyetlerde bulunmaktadır. INATEL'in organizasyon yapısı içinde sosyal turizm amacıyla işletilen turistik işletmeler de bulunmaktadır. INATEL'in zaman zaman değişik yapılanmalara da gitmiştir. Kültürel ve coğrafik yakınlıktan dolayı 1999 yılında İspanya'daki IMSERSO ile INATEL arasındaki işbirliği kapsamında iki ülke arasında üçüncü yaş grubundaki turistlere yönelik değişim programları gerçekleştirilmektedir. Her ülke tarafından ayrı olarak belirlenen programa katılacak kişiler, her yıl bir hafta süren tatil için 4000 kişi Ekim – Mayıs ayları arasında yer değiştirmektedir. İspanya'da arz bütünüyle özel sektörden; Portekiz'de ise arzın %25'i INATEL'in kendi işletme ağından, kalan kısım ihaleyle özel sektörden sağlanmaktadır. Portekiz ve İspanya Devletleri, toplam tatil maliyetinin bir kısmını sübvansiyon etmektedir (ISTO, 2019, s. 37).

Latin Amerika'da, özel aktörlerin sosyal turizm hizmetlerinin yönetiminde ve yönlendirilmesinde önemli bir rol oynadığı konsolide demokrasileri olan ülkelerin deneyimlerinden farklı olarak uygun organizasyon ve katılım mekanizmalarından yoksundur ve çoğunlukla hükûmetin eylemlerinde merkezileşen içsel bir süreçle sınırlıdır (Schenkel & Almeida, 2020, s. 36).

Brezilya'da sosyal turizm devlet tarafından sosyopolitik olarak desteklenmekte ve sivil (üçüncü sektör ve ticari) kuruluşlar tarafından açıkça tanımlanan bireylerin sosyokültürel gelişimi ve psikofiziksel iyileşmeleri gibi amaçlarıyla, sürdürülebilirlik ilkelerine göre ve ziyaret edilen yerleri de içine alacak biçimde genişletilerek düzenlenmektedir (Almeida, 2011, s. 485). SESC, 1946 yılından beri faaliyet gösteren, esas olarak çalışanların ve ailelerinin refahına yönelik ve eğitim, gıda güvenliği, sağlık, eğlence ve turizm fırsatları sunan mal, hizmet ve turizm girişimcilerinden oluşan bir komitedir ve ofisleri Brezilya'nın tamamında bulunmaktadır. Buna ek olarak, São Paulo eyaletinin kıyısında bulunan bir tatil beldesi olan Bertioga'daki tatil kompleksinin kuruluşu, SESC'nin 1948 yılındaki sosyal turizm alanındaki çalışmalarının başlangıcına kadar uzanmaktadır. Ülkede geniş bir özel konaklama işletmeleri ağı olmasının yanı sıra, kendi tatil işletmelerinin bulunmadığı farklı turistik destinasyonlarda çeşitli konaklama işletmeleriyle ortaklıkları vardır. Brezilya'da turizmle ilgili eylemleri koordine etmek için ilk federal hükûmet kurumları 1966 yılında kurumuştur. Brezilya hükûmeti 1975 yılında düşük ücretle çalışmakta olan sosyal gruplara tatil olanakları sunmak için birtakım turizm girişimleri yapılması anlamında ilk defa Ulusal Turizm Plan'ında sosyal turizme yer vermiştir. 1986 yılıyla 1988 yılları arasında iç turizmi özendirmek amacıyla Federal Hükûmet ajansı EMBRATUR (Instituto Brasileiro de Turismo) çocuklar için ve yetişkinler için iki ayrı Brezilya pasaportu uygulaması başlatmış; yaşlı gruplar, engelli yurttaşlar ve gençlik yurtları için turizm programlarını oluşturmaya başlamıştır (Almeida, 2011, s. 484-485).

Uruguay Ulusal Sosyal Turizm Sistemi (SNTS - Sistema Nacional de Turismo Social), eğlence ve rekreasyonu erişilebilir kılmak, nitelikli turistik yerlere ve uygun fiyatlarla geziler sağlamak amacıyla Uruguay Turizm ve Spor Bakanlığı'nın 2006 yılından bu yana yürüttüğü programdır. İşçilerin, gençlerin, öğrencilerin, onlu yaşlardakilerin, yaşlıların ve dezavantajlı grupların seyahat etmelerine yardımcı olarak, mevsimsellik sorunlarını önlemek ve daha etkin turizm değer zinciri elde

etmek için yurttaşlarının hareketliliğini sübvans etmek için yürüttüğü farklı programlardan biridir. Hükûmet, yerel yönetim organlarını koordine etmekte ve turizm paketlerini yüksek indirimlerle sunulmasını sağlamaktadır. Konaklamalarda kamu işletmeleri de kullanılmakta ve Uruguay Merkez Bankası ödemeler konusunda destek vermektedir. Bu sistemle, köylerinden pek dışarı çıkmayan insanlar seyahat etmişler, bazı katılımcılar okyanusu yaşamlarında ilk kez görmüşler ve yerel halk kendi ürünlerini satma şansı bulmuştur.

Kolombiya'da 1957 yılında kurulmuş Fenalco Aile Tazminat Fonu (Comfenalco - Cajas de Compensación Familiar de Antioquia), işçilere ve ailelerine hizmet veren, Kolombiya'nın farklı bölgelerinde turizm işletmeleri işleten kâr amacı gütmeyen bir kuruluştur. Ailelere, yaşlılara, çocuklara ve gençlere sosyal turizm faaliyetleri sunularak yaşam niteliklerinin artırılması amaçlanmaktadır. Bu çerçevede, tur paketleri, otel hizmetleri ve rekreasyon alanları aracılığıyla bağlı çalışanlar ve bakmakla yükümlü oldukları kişilerin boş zaman faaliyetlerine erişimini kolaylaştırmayı amaçlayan sosyal turizm için farklı girişimler sunmaktadır (Schenkel & Almeida, 2020, s. 39).

2.8.2. Sosyal turizmi geliştirmeye yönelik talep yönlü uygulamalar

Sosyal turizm talebin ortak yanı, Avrupa Birliği politikasında da yer alan tüm grupların aslında dezavantajlı gruplar olmasıdır (McCabe S. , 2015, s. 15). Bu gruplar;

- Olanakları sınırlı 18-30 yaş arası genç yetişkinler,
- Mali veya diğer baskılarla karşı karşıya kalan aileler,
- Engelli bireyler,
- Ekonomik olanakları seyahat için kısıtlı olan veya seyahat katılmanın zorluklarından çekinen 65 yaş üstü bireyler ve emeklilerdir.

Turizm araştırmalarında ailelerin yerine değinen ve turizm teorisinin yeniden sosyalleşmesini savunan bir çalışmada, aile yaşamının yeniden değer kazandığı belirtilmektedir. Ayrıca, kıyılardaki konaklama işletmelerinde çekirdek aile tarafından idealleştirilen aile kavramının, aile yaşamının karmaşık gerçeklikleriyle tam bir zıtlık içinde olduğuna değinilmektedir (Sonuç, 2016, s. 62). Sosyal turizmi geliştirmeye yönelik talep yönlü uygulamalar dolaylı olarak sosyal turizm arzını da

etkilemektedir. Özellikle Latin Amerika’da, sosyalist gelenekten gelen Doğu Bloku ülkelerinde ve eski Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği ülkelerindeki uygulamalar çok yönlü olabilmektedir.

Avrupa ülkelerinin sosyal turizm uygulamalarında, temel perspektiften kaynaklanan farklılıklar olduğu paralellikler de vardır. Örneğin, Avusturya ailelere odaklanırken Belçika gençlere ve düşük gelir grubundan ailelere odaklanmaktadır. Benzer biçimde sosyal turizm uygulamaları gibi iyileştirmeler veya bütçe tahsisleri de ülkeler arasında farklılaşmaktadır. Örneğin; İtalya sosyal turizm yararlanıcılarına kupon vermekte ve Danimarka dezavantajlı ailelerin tüm tatil harcamalarını desteklemektedir (Akdemir, 2019, s. 20)

Fransa’da sosyal turizm uygulamaları sendikalardan dolayı çok eskiye dayanmakta ve birçok farklı uygulama altyapısı bulunmaktadır. Fransa’da sosyal turizm ve ilişkisel turizm, altı “turistik ürün ekseninde” gerçekleşmektedir. Bu turistik ürünler,; (1) Aileler, emekliler, sportif ve seminer grupları için tatil köyleri; (2) Gençler ve sporcular konaklamalar; (3) Çocuklar veya gençler için tatil merkezleri; (4) Keşif dersleri (kültürel miras, deniz, çevre, kar) ve okul tatilleri, (5) Yabancı dil tatilleri; (6) Yetişkinler için yurtdışına tatillerdir (Chauvin, 2002’den aktaran Sonuç, 2016, s. 59). Fransa’da sosyal turizm hizmeti sunan kurum ve kuruluşlar bu altı eksenin birden fazlasına da hedefine alabilmektedir. Başlıca sosyal turizm uygulamaları ise:

- ANCV (Agence Nationale de Cheque des Vacances - Ulusal Tatil Çekleri Ajansı) tarafından 1982 yılında Tatil çekleri (Chèques Vacances), uygulaması başlatılmıştır. ANCV’den İşverenlerce satın alınan çekler, çalışanlara verilmektedir. Böylece işverenler, vergiden düşülebilen bu çekler ile çalışanlarının sosyal haklarını desteklemiş olmaktadır (Caire, 2011, s. 75; ISTO, 2019, s. 18). Tatil çekleri, çok bilinen bir uygulama olsa da, Fransa’da tek sosyal turizm programı değildir.
- VVF Birliği (Aile Tatili Köyleri - Villages Vacances Familles) 1959 yılında ailelere nitelikli tatiller sunmak ve kırsal alanların turizm yoluyla kalkınmasını desteklemek için kurulmuş, mevcut VVF köylerini kullanmak, devlet kurumlarının kararıyla devreye giren bir kurumsal sosyal sorumluluk projesidir. Günümüzde VVF, Sosyal ve Dayanışma Ekonomisine ait dernek statüsünde (Fransız Kanunu m. 1901) bir şirkettir. Her zaman turistik aktivite sayesinde özellikle kırsal ve dağlık bölgeler olmak üzere bölgelerin yaşamına

katkıda bulunmak ve çok sayıda kişiye nitelikli tatil sunmak amacıyla. Çalışanlar, turizm paydaşları, yatırımcılar, işletme sahipleri VVF misafirleri her yıl %50 oranında destek almaktadır. Projenin çalışanları, programı yönetmek için turizm işletmesiyle birlikte çalışmaktadır. Bir kurumsal sosyal sorumluluk projesi örneği olarak gereksinim sahibi kişilerin turistik faaliyetlerinde artışı sağlamaktadır (ISTO, 2019, s. 21).

- Bir kamu kuruluşu olarak tanınan Vacances Ouvertes (Açık Tatiller) gençlerin tatile gitmelerine yardımcı olmak için 1990 yılında kurulmuştur. Sac Ados programı (gencin sırt çantası operasyonu) 16-25 yaş arası gençleri yalnız seyahat etmeleri için desteklemektedir. Gençler için ilk yalnız seyahat için mali yardım ve teknik bilgi sağlamak ve konaklama gibi isteğe bağlı hizmet sağlayıcılar için ağ oluşturmaktadır. Yararlanıcılar, yerel yönetimler tarafından belirlenmektedir. Programla, gençler yeni yerler keşfetmekte ve yalnız seyahat deneyimi yaşamakta, böylece özgüvenleri ve sosyal becerileri geliştirmekte ve AB vatandaşlığı duygusu güçlenmektedir (ISTO, 2019, s. 24)

Belçika'nın Flaman Bölgesinde 2001 yılında kurulmuş paydaşlarının çoğu kamudan ve kâr amacı gütmeyen kuruluşlardan olan Tatil Katılım Merkezi (Steunpunt Vakantieparticipatie), turizm ve sosyal organizasyonlar ağı arasında bir kolaylaştırıcı olarak hareket etmektedir. Bu, tüm sosyal organizasyonlar, gençlik yurtları ve geleneksel sosyal turizm tatil merkezleri gibi birçok turizm organizasyonu için geçerlidir. Tatil Katılım Merkezi "*Herkes Tatili Hak Eder*" mottosuyla çalışmakta ve herkesin hayatının önemli sorunlarını çözmek ve devam etmek için biraz enerji bulmak için bir tatile gereksinimi olduğuna inanmaktadır. Hedef kitlesinde tatil yapma olanağı olmayan ve minimum gelir düzeyinin altında yaşayan kişi ve aileler bulunmaktadır. Potansiyel yararlanıcılar, internet sitesinden veya doğrudan kayıt olduktan sonra Avrupa yoksulluk sınırına göre belirlenen kriterlere göre değerlendirilmektedir. Tatile Katılım Merkezi tarafından her yıl tüm paydaşları bir araya getirdiği "*Tatile Katılım Forumu*" düzenlenmekte; sosyal turizm merkezlerine "*Herkes için Turizm*" belgesi ve çeşitli destekler de sağlanmaktadır (Van Cauwenberge, 2013, s. 140; ISTO, 2019, s. 6).

Birleşik Krallık'ta ulusal hayır kurumu niteliğinde 1975 yılında kurulmuş Aile Tatil Birliği (Family Holiday Association) tatile çıkmanın lüks bir harcama olmadığı ve

herkes için hak olduğu anlayışıyla faaliyetlerini yürütmektedir. Amacı, ruh sağlığı sorunları, aile içi şiddet, engellilik, yas, akut hastalık çeken ve daha önce hiç tatil yapmamış ailelere yardım etmektir. Hedef kitlesi, 18 yaşından küçük en az bir çocuğu olan ve tatil parası olmayan ailelerdir. Yararlanıcılar, Sosyal hizmet uzmanları veya öğretmenler veya üçüncü bir kişi tarafından Birliğe önerilenler aileler arasında seçilmektedir. Bu birlik devletten fon almamaktadır. Tatillerin büyük kısmı Birleşik Krallık'ta gerçekleşse de 2006 yılından bu yana Flandre (Flaman Bölgesi) Turist Ofisi ve Fransa'daki Açık Tatiller (Vacances Ouvertes) ile işbirliği yapılmaktadır. “Avrupa Tatil Deneyimi”, Londra, Paris, Nord Pas-de-Calais ve Belçika kıyılarında gerçekleşmekte ve her yıl, her ülkeden beş ila on aileye bu biçimde yurtdışında tatil olanağı sağlanmaktadır. Birlik, düşük sezonda çok sayıda rezervasyon yaptığı için düşük ücretlerle hizmet satın alabilmektedir. Ailelerin tüm tatil giderleri, birlik tarafından karşılanmaktadır. Sadece Belçika'dan gelen aileler konaklamalarını kendileri öderken, Flandre Turist Ofisi, ailelerin ulaşımının %75'ini karşılamaktadır (ISTO, 2019, s. 46).

İspanya'da sosyal turizm en çok 1985 yılında kurulmuş hükûmete bağlı olan IMSERSO (Instituto de Mayores y Servicios Sociales - İspanyol Yaşlılar ve Sosyal Hizmetler Enstitüsü) tarafından finanse edilmektedir. IMSERSO İspanya'nın kıyı bölgelerindeki turistik merkezlerde omuz sezonda yaşlı ve engelli bireyler için sosyal turizm olanaklarını kapsayan farklı tatil programlarının %30'unu finanse ederken, sosyal turizm tüketicisi %70'ini ödemektedir (Minnaert, Maitland, & Miller, 2011, s. 407). Kuruluşun hedef kitlesinde 65 yaş üstü ve devletin sosyal güvenlik hizmetlerinden yararlanan kişiler, 55 yaş ve üstü emekliler, 60 yaş ve üstü işsizlik maaşı alanlar bulunmaktadır. Kuruluş, turizmde mevsimselliğin neden olduğu çalışanları elde tutma, değer zincirini artırma gibi sorunlarını düzeltmeyi, yaşlıların yaşam niteliklerini ve refahlarını artırmalarına yardımcı olmayı amaçlamaktadır. Yaşlılar çevrimiçi olarak başvurmakta ve kriterleri karşılayanlar, açık kontenjanlara ve bekleme listesine göre tatil olanaklarından yararlanabilmektedir (ISTO, 2019, s. 41).

İtalya'da sosyal turizm, arz ve talep arasındaki iletişim ve etkileşimin desteklenmesi ve turizmin erişilebilirliğinin artırılması bağlamında ele alınmaktadır. Sosyal turizm faaliyetlerinin büyük çoğunluğu İşçi Rekreasyon Kulüpleri tarafından düzenlenirken kültürel ve dinsel kuruluşlar, spor kulüpleri, okullar ve belediyeler de bu alanda etkin

olarak yer almaktadır. Tatil çeki uygulaması İtalya’da 2001 yılında hayata geçirilmiştir. İtalya’da sosyal turizm alanında projeler ve girişimler geliştiren FITUS (Federazione Italiana per il Turismo Sociale - İtalyan Sosyal Turizm Federasyonu) adlı bir federasyon bile vardır (Giusti & Viviani, 2013, s. 59). İtalya’da 2001 yılında başlatılan Village for All V4A aslında herkes için erişilebilirliği sağlamak, ağırlama ve konaklama hizmetlerinin niteliğini garanti etmek için bir sertifikasyon programıdır; tüm bireyler için tatil sağlama amacındaki, V4A, İtalya ve Hırvatistan’da aktiftir. Hedef kitlesinde, engelliler, kronik hastalığı olanlar, yaşlılar, uzun süreli hastalar, obezler ve geniş aileler bulunmaktadır. Ayrıca çalışanlara eğitim sürecinin sonunda sertifika verilmektedir. Turizm işletmelerine yönelik sertifikasyon çalışmaları da bulunmaktadır (ISTO, 2019, s. 30).

Sosyal ortaklığa dayalı bir mülkiyet yapısı tarafından desteklenen, kâr amacı gütmeyen bir kooperatif olan REKA (İsviçre Seyahat Fonu), 1939 yılından beri İsviçre’deki ailelerin, yalnız ebeveynlerin ve engelli bireylerin turizme katılabilmesi için indirimli tatiller ve boş zaman etkinlikleri sunmaktadır. Bu kooperatife çeşitli yan kuruluşlar ve vakıflar bağlanmıştır. Fonun hedef kitlesi, çalışanları için bu programı uygulamak isteyen firmalar ve işçi sendikalarının üyeleridir. Fonda toplanan kaynaklar ile altyapı, kalkınmaya yatırım yapılmakta ve bazı yerlerde konaklama işletmeciliği yapılmaktadır. Reka, ayrıca demiryolu, yiyecek içecek işletmeleri ve konaklama işletmelerinde geçerli avantajlı çek ve kart gibi ödeme araçları sunmaktadır. Reka’nın uygulamalarının çalışanların motivasyonunun ve performanslarının artması, ailelerin turizm faaliyetlerinde harcamalarının indirimli Reka puanlarıyla karşılayabilmesi yönünde etkisi olmaktadır (ISTO, 2019, s. 43).

Rusya’da MOSGORTUR, çocuklar için tatil ve boş zaman etkinlikleri sağlayan bir kamu kültür kurumu olarak 2011 yılında kurulmuş Hedef kitlesi, ticari turistler, dezavantajlı gruplardan aileler ve yetim çocuklardan oluşmaktadır. Mosgortur, eğitim kampları ve işletmelerini organize etmektedir ayrıca bu kamp ve işletmelerde yaratıcı etkinlikler sunmaktadır. Uygulamaların, Turizm işletmelerinde dezavantajlı gruplara çalışanların davranışları açısından erişilebilirliğe katkı sosyal etkileri bulunmaktadır (ISTO, 2019, s. 39).

Macaristan Ulusal Rekreasyon Vakfı’nın (MNÜA - Magyar Nemzeti Üdülési Alapítvány) sosyal açıdan dezavantajlı grupların turizme katılımını teşvik etme misyonuyla Macaristan hükûmeti ve altı sendika konfederasyonu tarafından kâr

amacı gütmeyen bir kuruluş olarak kurulmuştur. Dayanışma, sosyal içirme - entegrasyon zorluğuyla karşı karşıya kalmak - ve “*tatil hakkının*” desteklenmesi - turistik eğlenceyi herkes için erişilebilir kılmak - her zaman vakfın hedeflerinin merkezinde olmuştur. MNÜA, 1998 yılından bu yana yürütmekte olduğu Fransız Tatil Çek Sistemi’nin bir uyarlaması olan vergiden muaf tatil çeki uygulaması ile işverenler aracılığıyla çalışanlara ve vakıf aracılığıyla ailelere, emeklilere, engellilere ve öğrencilere tatil olanağı sağlanmaktadır. MNÜA’nın diğer bir uygulaması da Erzsébet Programıdır. Bu programla, başka türlü maddi nedenlerle tatile gidemeyen, engelliler gibi başka zorluklarla karşılaşan ve çocuklar gibi özel ilgiyi hak eden kesime rekreasyon olanağı sunmaktadır (ISTO, 2019, s. 28).

Polonya’da sosyal turizm, sosyalist dönemde önemli bir rol oynamış ancak günümüzde azalmış, çoğunlukla gençlik ve çocuk turizmine atıfta bulunmaktadır. Fonlama, doğrudan bakanlık bütçesinden etkililik konusu vurgulanarak sağlanmaktadır. Polonya Spor ve Turizm Bakanlığı, sosyal turizmin geliştirilmesinden ve işlevselliğinden sorumlu kurumdur. Milli Eğitim Bakanlığı, gençlere ve çocuklara yönelik toplu turizm faaliyetlerine finansman sağlamaktadır. Gençler ve çocuklar için turizmin geliştirilmesi amacıyla bakanlığın bir programı 2011’de başlatılmıştır. Polonya’nın diğer bir özelliği de, ticari olup olmamasına bakılmaksızın çocuk ve gençlik seyahatlerinde %7 oranında KDV uygulanmasıdır. En az 20 tam zamanlı çalışanı olan firmalar “*Çalışan Fayda Fonu*” oluşturmak veya çalışanlarına tatil primi ödemekle yükümlüdür. Ancak, toplu sözleşmeler esnasında bu haktan vazgeçilebilir (Diekmann & McCabe, 2011).

Şili’de 2001 yılında kurulmuş Ulusal Turizm Servisi (Sernatur -Servicio Nacional de Turismo) Turizm sezonunu genişletmek ve uzun süreli istihdam sağlamak için yaşlılara uygun turizm paketleri sunan bir devlet destekli bir birliktir. Şili’de turizm sezonlarının genişletilmesi ve yaşlılar için turizm faaliyetlerine erişim sağlanması amaçlayan Sernatur hedef kitlesinde mevsimsellikten dolayı sorun yaşayan turizm işletmeleri ve 60 yaş üstü yurttaşlar ve 18 yaş üstü engelli bireyler de bulunmaktadır. Birlik kendisine başvuran turizm işletmelerinin arasından seçilenlerle, belediyelerle Sernatur tarafından tanımlanan paketlere uygun ürün veya hizmet sunulmasını koordinasyonunu ve kontrolünü yapmaktadır (Schenkel & Almeida, 2020, s. 38).

Meksika’da 2001 yılında kurulmuş Meksika Turizm Bakanlığı (SECTUR-Secretaría de Turismo), sosyal turizmi güçlendirmek için 2016 yılında “*Hepimiz Meksika’yı*

dolaşalım” adlı programı başlatmıştır. Programın hedef kitlesi, çocuklar, gençler, yaşlılar, engelliler, aktif çalışanlar düşük gelir grubundan aileler ve sporculardan oluşmaktadır. Proje kapsamında, hareketliliği artırmak için tüm paydaşları rekabetçi fiyatlar sunmaya çağırılmıştır (ISTO, 2019, s. 36).

Venezuela Turizmi için Halk Gücü Bakanlığı, bağlı kuruluşu VENETUR (Venezolana de Turismo) aracılığıyla 2007 yılından bu yana, öncelikle savunmasız grupların yaşam standardını yükseltmeyi amaçlayan sosyal turizmi desteklemektedir. Bu öneri toplumun sınırlı kaynakları olan kesimleri için, sosyal içerme politikaları çerçevesinde, *“kapsayıcı”, “dayanışma odaklı”, “ekolojik”, “milliyetçi” ve “nitelikli” bir “sosyalist turizm”i teşvik etmek amacıyla başlatılmıştır. Program ağırlıklı olarak sosyal kuruluşlar, kamu ve özel kuruluşların çalışanları, yaşlılar, engelliler, yerli halklar, çocuklar ve risk altındaki gençlere odaklanmaktadır. VENETUR, ulaşım, tam pansiyon konaklama ve rehberli turları içeren tam veya kısmen sübvansiyonlu turizm paketleri sunmaktadır (Schenkel & Almeida, 2020, s. 39).*

Avrupa'da sosyal turizmin başladığı sıralarda, farklı sosyal kesimler arasında eğlenceye ve tatile eşit erişimi amaçlayan bir politika olarak Arjantin'in kamu gündemine yerleşmiştir. Devlet, nüfusun marjinal kesimleri için turizm merkezlerinin inşasını da içeren sosyal turizm girişimlerinin ana destekçisi ve koordinatörü olmuştur. Böylece, sosyal turizm politikasının yalnızca bu tatil köyleri temelinde, özellikle Chapadmalal Turizm Birimi (UTCH- Unidad Turística de Chapadmalal) ve Embalse Turizm Birimi (UTE - Unidad Turística Embalse) aracılığıyla ifade edildiği neredeyse altmış yıllık bir dönem başlamıştır, her ikisi de farklı özelleştirme süreçlerinden atlatmış ve kamu elinde kalmıştır. Turizm Bakanlığı çatısı altında sosyal turizm, *“refah” ve “yurttaşlığın” bir göstergesi olarak tanımlanmaktadır. Amaç, marjinal sektörlere belirli sübvansiyonlarla yıllık bir tatil süresi sağlamaktır. Program, ulaşım giderleri dışında yararlanıcıya bağlı olarak, indirimli bir fiyata ve/veya genellikle ücretsiz olarak yarım veya tam pansiyon konaklama olanağı sunmaktadır. Hedef kitledeki yararlanıcılar Devlet okullarında okuyan 18 yaşından küçükler, emekliler aynı zamanda 65 yaş üstü yaşlılar; düşük gelir grubundan aileler ve devlet kurumlarının ve/veya kamu yararına çalışan kuruluşların desteklediği özel durumları olan gruplar olmak üzere dört kategoriye ayrılmaktadır (Schenkel & Almeida, 2020, s. 38).*

2.8.3. Avrupa Birliği ve ISTO destekli sosyal turizm uygulamaları

Birçok AB ülkesinde sosyal turizm, devlete çok sınırlı bir maliyetle aynı anda yerel ekonomiyi canlandırarak vergilendirme ve işsizlik yardımlarının azaltılması yoluyla devletin gelirini artıracak biçimde sağlanmaktadır (Minnaert, Maitland, & Miller, 2011, s. 404-405). AB'nin sosyal turizmle ilgili destekleri ile uygulamalarının uluslararası alandaki gücü artmaktadır. AB ile ISTO tarafından desteklenen başarılı proje ve uygulamalar geliştirilmiştir.



Proje veya uygulama	Açıklama	Finansman kaynakları
Calypso Programı	Dezavantajlı gruplar için inisiyatif (18-30 yaşındakiler, ekonomik zorluk içindeki aileler, engelliler ve 65 yaş üstü veya seyahat organizasyonu desteğine gereksinim duyan emekliler). Sezon dışı turizm ve daha az ziyaret edilen destinasyonlar, sezon dışı sosyal turizm alışverişini kolaylaştırmak için Avrupa genelinde yapısal değişiklikleri teşvik eden bir modelden yararlanmaktadır.	Avrupa Komisyonu, Girişimcilik ve Yenilik Programı (EIP), yılda 2-4 proje.
EDEN Projesi (Avrupa Mükemmellik Destinasyonları Projesi - European Destinations of Excellence) (Başlangıç 2006 yılı)	Avrupa'da sürdürülebilir turizmi desteklemek, Avrupa turizm destinasyonlarının değerlerine, çeşitliliğine ve ortak özelliklerine dikkat çekmek amacıyla başlatılmıştır. Avrupa destinasyonlarının görünürliğünün artırılmasını sağlamakta ve destinasyonlar için bir paylaşım platformu oluşturmaktadır. Her Avrupa ülkesi, her yıl bir "mükemmellik hedefi" belirler. Tema her yıl değişir ve kırsal turizm ve korunan alanları içerir. Bunlar, Avrupa genelinde sürdürülebilir turizm gelişiminde iyi uygulamaları paylaşmanın bir yoludur.	Avrupa Komisyonu, Girişimcilik ve Endüstri Genel Müdürlüğü, 27 katılımcı ülke
SOWELL Projesi (Wellness ve Boş Zaman Aktivitelerinde Sosyal Turizm Fırsatları - Social Tourism Opportunities in Wellness and Leisure Activities)	Sosyal turizmin wellness (sıhhat, sağlık) turizmi ile birleştiği bir uygulama Avrupa Birliği destekli bir Calypso projesidir. Fransa'nın Midi Pyrenees Bölgesinde, yüksek sezon dışında Fransa, İspanya, İtalya ve Çek Cumhuriyeti'nden yaşlı yurttaşların ve gençlerin sağlık ve spa merkezlerinden yararlanma olanaklarını artıracak bir proje yürütülmektedir.	Avrupa Komisyonu,
ENAT (Avrupa Erişilebilir Turizm Ağı - the European Network for Accessible Tourism)	Avrupa'da erişilebilir turizm için potansiyel pazar, yıllık 68 milyar €'dan çok harcama gücü olan 130 milyon kişi olarak tahmin edilmektedir. Bu sayı, engelli turistler, yaşlı insanlar, hamile kadınlar, küçük çocuklu aileler ve kronik bir sağlık durumu veya geçici bir engeli olan kişilerden oluşmaktadır. Bütün bu insanlar ve onlarla birlikte seyahat edenlerin erişilebilir turizme gereksinimleri vardır. Ayrıca bu pazar, insan ömrünün uzamasıyla büyümektedir. Genel erişilebilirlik eksikliği turist sayısı üzerinde doğrudan olumsuz bir etkiye sahiptir: İyi erişim olmadan, birçok birey seyahat edemez; işletmelere ve toplumlara sağladıkları gelir ortadan kalkar.	Avrupa Komisyonu,
STEEP Projesi (Sosyal Turizm Avrupa Değişim Platformu - The Social Tourism European Exchange Platform) (Başlangıç 2012 yılı)	Konaklama arzı ile dört temel hedef kitle; gençler, maddi sıkıntısı olan aileler, yaşlılar ve engeli olan kişiler arasında bağlantı kurarak, Avrupa'da uluslararası işletmeler arası web temelli platform kurmak amacıyla oluşturulmuştur. Şubat 2014'te, kâr amacı gütmeyen bir kuruluş olan eCalypso ASBL, platformu yönetmesi için oluşturulmuştur	15 aylık bir dönem için, Avrupa Komisyonu'nun ortak fonu
Herkes için Turizm (Tourism for All), ISTO ve Avrupa	Sosyal turizm için arz ile talebi internet üzerinden bir araya getiren bir uygulama yakın geçmişte Uluslararası Sosyal Turizm Örgütü (ISTO) tarafından gerçekleştirilmiştir. ISTO'nun "Herkes için Turizm" (Tourism for All) sloganından hareketle "herkes-için-tatil" adlı çevrimiçi (online) web sitesi üzerinden konaklama olanakları sunulmaktadır.	Avrupa Komisyonu
FETE Projesi (First European Travel Experience- İlk Avrupa Seyahat Deneyimi)	Finansal veya diğer kısıtlamalar nedeniyle yurtdışına seyahat etme konusunda tecrübesiz olan farklı genç gruplarının ortak bölgelerden birinde tatile çıkma fırsatı bulduğu bir pilot değişim projesidir. FETE, başlıca hareket noktası Turizm Flanders ile Finlandiya, Almanya, İsveç ve Belçika'daki gençler için ilk tatil deneyimlerini teşvik ediyor. İlk kez uluslararası ortaklar, metodolojiler ve iyi uygulamalar geliştirmek için birlikte çalışmak üzere güçlerini birleştiriyor. FETE projesinin ana hedeflerinden biri, farklı Avrupa bölgelerinde kamu ve özel sektör arasındaki işbirliğini teşvik etmektir. Bunun yanında, gelecekte geliştirilen ortaklıkların, metodolojilerin ve en iyi uygulamaların diğer Avrupa bölgelerine ve ülkelerine aktarılabilmesi öngörülmektedir.	Avrupa Komisyonu

Tablo 2.2: Avrupa Birliği ve ISTO destekli sosyal turizm uygulama örnekleri

Bu uygulamalardan en iyi örnek Avrupa Komisyonu'nun sosyal turizmi Avrupa'da yaymak için 2009 yılında başlattığı bir proje olan Calypso Programıdır. ISTO'nun, sosyal turizmin dört ana kitlesi arasında gösterilen: aileler, gençler, yaşlılar ve engelliler veya hareket kabiliyeti kısıtlı kişiler aynı zamanda Calypso Programında tanımlanan sosyal turizmin hedef kitesidir (Minnaert, Maitland, & Miller, 2011, s. 404-405). Calypso, bir taraftan dezavantajlı gruplara seyahat olanakları sunmakta, diğer taraftan da yerel ekonomileri güçlendirip istihdam kapasitesini artırmaktadır.

2.9. Sosyal Turizm ve Sürdürülebilirlik

Sürdürülebilirliğin literatürde ilk olarak ne zaman yer aldığı tartışmalı olmasına karşın, kavramının popülerleşmesi, WCED (World Commission on Environment and Development - Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu) tarafından 1987 yılında yayınlanan Ortak Geleceğimiz⁴ (Our Common Future) Raporu sonrasında olmuştur. Sürdürülebilir kalkınma, fiziksel ve finansal varlıkların yanı sıra, insan kaynakları ve doğal kaynaklar olmak üzere tüm varlıkları yöneten, refahı artıran ve uzun vadeli zenginlik sağlayan bir kalkınma stratejisidir. Sürdürülebilirliğin sağlanması sürdürülebilir kalkınmayla olabildiği için, sürdürülebilirlik daha çok ekonomik boyutuyla ele alınmakta, dolayısıyla sürdürülebilir kalkınma ve sürdürülebilirlik büyük çoğunlukla aynı anlamda kullanılmaktadır (Hoşcan, 2020, s. 12; Pelit, Baytok, & Oybalı, 2015, s. 41).

Sürdürülebilir kalkınmanın, kavram olarak tartışılmaya ve kullanılmaya başlandığı zamandan bugüne genel olarak benimsenmiş, uyum içinde olması gereken ve birbirinden ayrılmaz sosyal, ekonomik ve ekolojik olmak üzere üç boyutu vardır (Harris, 2001, s. 6). Küreselleşmeyle birlikte önem kazanan sürdürülebilirlik veya sürdürülebilir kalkınma anlayışında; tüketicilerin, toplumun, işletmelerin, çevrenin ve ekonominin çıkarlarının korunması amaçlanmaktadır. Turizm, doğası gereği doğal, sosyal ve kültürel kaynaklarla simbiyotik bir ilişki içerisindedir ve turizm faaliyetlerinin toplumsal, ekonomik ve ekolojik kaynaklar üzerindeki olumsuz etkileri olmaktadır. Bu olumsuz etkilerin turizmin kendi geleceğini tehlikeye attığının anlaşılmasına başlanmasıyla, sürdürülebilirlik anlayışı turizme de yansımış ve

⁴ Brundtland Raporu olarak da bilinir.

“sürdürülebilir turizm” kavramı ortaya çıkmıştır (Hoşcan, 2020, s. 8; Tosun, 2001, s. 290; Leung, Marion, & Farrell, 2008, s. 20)

Evrensel olarak genel kabul görmüş standart bir tanımı olmayan sürdürülebilir turizm, UNWTO tarafından, “*hem şimdiki hem de gelecekteki toplumsal, ekonomik ve ekolojik etkilerini bütünüyle göz önüne alan ve aynı zamanda ziyaretçilerin, sektörün, çevrenin ve ev sahibi topluluğun gereksinimlerini dikkate alan turizm*” olarak tanımlanmaktadır (UNWTO, 2015). Birçok yazar ve araştırmacı tarafından yapılan sürdürülebilir turizm tanımlarındaki ortak öğeler; doğal ve insan yapımı kaynakların optimum biçimde uzun süreli kullanımı, ekonomik ve sosyal eşitlik, insan yerleşimi dokusunun korunması, sosyal katılım ve nitelik kavramına bağlılıktır (Demir & Çevirgen, 2006, s. 133).

Sürdürülebilir turizm, gelecek için farklı perspektiflerin geliştirildiği, destinasyonların ve turistlerin güncel gereksinimlerinin karşılandığı; yaşayan canlı sistemlerin, biyoçeşitliliğin, temel ekolojik süreçlerin ve kültürel bütünlüğün göz önüne alınarak; ekonomik, sosyal, estetik, gereksinimlerle birlikte tüm kaynakların yönetiminin bütünleştirildiği bir turizm anlayışıdır (Hoşcan, 2020, s. 8; Kuntay, 2004, s. 77; Bramwell & Lane, 1993, s. 2; Liu, 2003, s. 462).

Sürdürülebilir turizm kalkınma ilkeleri genel olarak aşağıdaki başlıklar altında toplanabilir (Hoşcan, 2020, s. 8; Tosun, 2001, s. 290-291; Fennell, 2014, s. 25; UNEP & UNWTO, 2005, s. 8-9):

- **Kaynakların sürdürülebilir kullanımı:** Sosyal, kültürel ve ekolojik kaynakların korunması ve sürdürülebilir kullanımı yaşamsal önem taşımaktadır ve uzun dönemde yeni iş olanaklarının ortaya çıkması anlamına gelmektedir.
- **Aşırı tüketimin ve atıkların azaltılması:** Turizmin niteliğini artırmak ve uzun dönemde ekolojik tahribatların yenilenme maliyetlerinden korunmak için aşırı tüketimin ve atıkların azaltılması gerekmektedir.
- **Çeşitliliğin sürdürülmesi:** Sosyal, kültürel ve ekolojik çeşitliliğin sürdürülmesi ve geliştirilmesi uzun vadede turizmin sürdürülebilirliği açısından da zorunludur.
- **Turizmin planlama kapsamına alınması:** Turizm, çevresel etki değerlendirilmesi sorumluluğu içinde, yerel ve ulusal stratejik planlama

sistemi içinde temel ekonomik süreçlerle paralel biçimde ele alındığında uzun süre varlığını sürdürebilmektedir.

- **Yerel ekonomilerin desteklenmesi:** Turizm, çevresel fayda ve maliyetleri göz önünde bulundurarak hem yerel ekonomileri korur ve destekler hem de çevresel tahribattan sakınmaktadır.
- **Yerel toplumu kapsaması:** Destinasyonda çıkabilecek olası sorunları çözmek ve uzun süre birlikte çalışabilmek için Turizmin başta yerel topluluklar olmak üzere tüm paydaşları kapsaması gerekmektedir.
- **Personel eğitimi:** Her düzeyde gereksinim duyulan, yerel personeli de kapsayan ve sürdürülebilir turizmle bütünleşmiş bir personel eğitimi turizmin niteliğini geliştirmektedir.
- **Turizmin sorumlu pazarlanması:** Turizme tam ve güvenilir bilgi sağlayan pazarlama, destinasyonun sosyal, kültürel ve doğal çevresinin korunmasını ve müşteri memnuniyetini artırmaktadır.
- **Araştırma sorumluluğu:** Süre gelen araştırma ve gözlemlerle toplanan verilerin ve analizlerin sektör tarafından etkili kullanımı, sektöre, tüketicilere ve destinasyonlara fayda sağlaması ve sorunların çözüme yardımcı olması açısından gereklidir.

Sürdürülebilir turizm kalkınma ilkeleriyle vurgulanmak istenen; turizm gelişiminin sosyal, ekonomik ve ekolojik boyutları arasında ince dengenin sağlanmasıdır. Sosyal turizm, özünde sürdürülebilir turizm kalkınma ilkeleriyle paralellikler göstermektedir ve özellikleri zaten sürdürülebilirliği benimsemek için gerekli nitelikleri taşımaktadır.

Sürdürülebilir turizmle sosyal turizm arasında üç benzerlik vardır (Baumgartner, 2012, s. 169-170):

1. İlk olarak, her iki turizm türü de eşitliği artırmaya çalışır ve sosyal sinerji inşaatmenin derin bir yolu olan turizm faaliyetlerine toplumun tüm katmanlarını yönlendirir;
2. Her ikisinin de turizmde yerel istihdamı artırmak ve turizm sezonunu genişletmek gibi ekonomik refahı artırma stratejileri vardır;
3. Çevreyi korumak sürdürülebilir turizmin temel ilkelerinden biridir

ISTO'nun Montreal Bildirgesi (1996) ile yerel kaynakları zorlayan turizmin aksine sosyal turizmin, turistle ev sahibi topluluk arasında bir dayanışma duygusunu ortaya çıkardığı vurgulanmıştır. AB'nin 2002'deki Lizbon Stratejisi'nde turizmle, azaltılmış işsizlik oranları, artan bilgi ve artan sosyal bütünleşme yoluyla sürdürülebilir bir kalkınma hedeflenmiştir. Bunların hepsi zaten sosyal turizm tarafından ele alınmıştır (Dumitru, Negricea, & Slapac, 2009, s. 90).

Haulot'a göre (1985), temel amacı turizme erişimi en geniş kitleye kadar arttırmak olan sosyal turizm, turizmde etkileşim içinde olan ve hizmet sunan paydaşlar arasındaki ilişkileri geliştirmektedir ayrıca sosyal turizmin, bireylerin sosyal anlamda çevresine ve doğal çevreye de saygısını amaçlayan bir felsefesi vardır. Dolayısıyla sosyal turizm, sürdürülebilir turizme paralel anlayışta bir alt tür olarak görülebilir.

ISTO politikalarında, sosyal turizmi daha çok bireye ulaştırmanın yanında, turizmin etik ve insancıl yönü vurgulanmaktadır. Dolayısıyla, günümüzdeki sosyal turizm anlayışında yalnızca turizmden yararlanıcı dezavantajlı grupların değil yerel halkın da turizm faaliyetlerinden yarar sağlaması ve sosyoekonomik yönden gelişmesi öne çıkmaktadır. Bunun yanında planlı ve kontrollü sosyal turizmin, kitle turizminin aksine sosyal, ekonomik ve ekolojik kaynakların korunarak geliştirilmesine yani sürdürülebilirliğe de katkı sağlayan bir turizm türü olduğu görülmektedir.

Güncel ekonomik ve sosyal gelişmelerin her zamankinden daha çok sürdürülebilirlik kaygılarında odaklandığı genel olarak kabul görmekte ve bu da turizm alanında yeni kavramların, uygulamaların ve yönetim perspektiflerinin ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Sürdürülebilirlik kavramının sosyal turizm uygulamalarının ilk aşamalarından beri ele alınmasının kanıtı, sosyal turizmin “*herkes için turizm*” ve “*erişilebilir turizm*” gibi ana yaklaşımlarında da bulunabilir (Soler, Díaz, & Vera, 2018, s. 155).

Sosyal turizm iç turizmi desteklediğinden ulaşımdan kaynaklanan karbon emisyonu, kitlesel uluslararası turizm faaliyetlerinden daha düşüktür. Bunun nedeni, iç turizmde ulaşım araçlarının bireysel araba veya uçaktan çok otobüs olmasıdır (Baumgartner, 2012, s. 169-170).

EESC, sosyal turizm ve sürdürülebilirlik arasındaki ilişkiyi Sosyal Turizm Görüşü'nde şu biçimde ifade etmektedir: “*Turizm destinasyonlarındaki altyapının her zaman için sürdürülebilir olduğu söylenemez. Bunun başlıca nedeni, turizm*

genellikle kısa vadeli kazanç amacıyla geliştiği için doğal kaynakların sömürölmesi ve kıyılar ve dağlar gibi en güzel alanların işgal edilmesidir. Ekonomiden çok sosyal koşullara odaklanan sosyal turizm; sürdürülebilirliğin sosyal, ekonomik ve ekolojik boyutlarına uyumuyla turizm destinasyonlarının inşa edilmesine veya iyileştirilmesine destek olabilir” (EESC, 2006, s. C318/70).

Tarih boyunca dünya çapında çeşitli hükümetler turizm planlarına ve politikalarına sosyal turizmi eklemişlerdir. Birçok yazar ve araştırmacı son zamanlarda erişilebilirlik perspektifinden sosyal turizmi, “Özel gereksinimleri olan kişilerin turizmden aktif olarak yararlanmasını kolaylaştırmayı ve aynı zamanda yararlanıcıları için sosyal ağlar aracılığıyla ve toplum ve pazar için ekonomik getiri sağlamayı amaçlayan girişimler dizisi” olarak tanımlamışlardır (Soler, Díaz, & Vera, 2018, s. 255; Dumitru, Negricea, & Slapac, 2009, s. 90). Ek olarak, birçok sosyal turizm türü, kamp alanları veya bungalovlar gibi doğa temelli konaklamalar sunmaktadır. Bununla birlikte, sosyal turizmin birincil amacı kesinlikle dezavantajlı gruplardan kâr elde etmek için bir pazar yaratmak olmadığından, sürdürülebilir ve sosyal turizm arasında da farklılıklar vardır (Baumgartner, 2012, s. 176) .

Sosyal turizm konseptinin evrimi göz önüne alındığında, sürdürülebilir turizmin ortaya çıkışı ile sosyal turizm, erişilebilirlik, etik gibi kavramları da kapsayarak özünde olan sürdürülebilir turizmle paralellik gösteren karakteriyle, ülkelerin kendi politik ve kültürel ortamlarına göre tanımlanmayı uygulanmayı ve sürdürmüştür (Minnaert, Maitland, & Miller, 2006, s. 9; Dumitru, Negricea, & Slapac, 2009, s. 90). Günümüzde sosyal turizm daha kapsayıcı ve sürdürülebilir duruma gelmiştir (Bélanger & Jolin, 2011, s. 480).

2030 Sürdürülebilir Kalkınma Gündemi, yoksulluğu sona erdirmek, eşitsizlik ve adaletsizlikle mücadele etmek ve küresel iklim değişikliğinin üstesinden gelmek amacıyla 2015 yılında başlatılmış ve Ocak 2016'da yürürlüğe girmiş bir evrensel eylem çağrısıdır. Bu amaçların uygulamaya geçirilmesi için 17 tane Sürdürülebilir Kalkınma Hedefi belirlenmiştir. Bu hedefler (UN, 2020, s. 4);

- 1) Yoksulluğu her yönüyle sona erdirmek,
- 2) Açlığu sona erdirmek, herkesin sağlıklı ve besleyici yiyeceklere ulaşmasını sağlamak, gıda güvenliğini sağlamak ve sürdürülebilir tarımı güçlendirmek,

- 3) Sağlıklı yaşam koşullarını korumak, her yaşta herkes için eşit yaşamı ve sağlıklı olmayı benimsemek,
- 4) Tüm bireyler için kapsayıcı ve nitelikli eğitimi sağlamak ve yaşam boyu eğitim olanaklarının desteklemek,
- 5) Cinsiyet eşitliğini sağlamak ve tüm kadınlarla kız çocuklarının toplum içindeki yerlerini güçlü kılmak,
- 6) Herkesin temiz suya, güvenli ve hijyenik altyapıya erişimini sağlamak,
- 7) Herkesin düşük maliyetli, güvenilir, sürdürülebilir ve temiz enerjiye ulaşımını sağlamak,
- 8) Sürekli, kapsayıcı ve sürdürülebilir ekonomik büyümeyi desteklemek, verimli ve uygun çalışma koşullarını oluşturmak,
- 9) Dayanıklı bir altyapı inşa etmek; kapsayıcı ve sürdürülebilir endüstrileşme ve inovasyonu desteklemek,
- 10) Ülkelerarası ve ülke içindeki kişiler arasında eşitsizliği azaltmak,
- 11) Kentleri ve insan yerleşimlerini kapsayıcı, güvenli, dayanıklı ve sürdürülebilir duruma getirmek,
- 12) Sürdürülebilir üretim ve tüketimin sağlanmasının yanında gıda atıklarıyla israfın engellenmesini sağlamak,
- 13) İklim değişikliği ve etkileriyle mücadele etmek için ivedi ve hızlı ulaşılabilir çözümler üretmek,
- 14) Okyanusları, denizleri ve sualtı yaşamını korumak ve sürdürülebilirlik ilkeleriyle kullanmak,
- 15) Ekosistemi korumak verilen zararları gidermek ve sürdürülebilir kullanım ortamlarını sağlamak ve içinde yaşayan canlı türlerini korumak, çölleşmeyle savaşmak, toprak verimliliği ve bioçeşitlilik yitimini durdurmak ve tersine çevirmek,
- 16) Sürdürülebilir kalkınma hedefleri çerçevesinde barış içerisinde ve kapsayıcı toplumları desteklemek, herkes için adalet sağlamak, her düzeyde hesap verilebilirlik ilkesi olan verimli ve kapsayıcı kurumlar oluşturmak,
- 17) Sürdürülebilir kalkınma için küresel destek ağının canlandırılması ve hedeflerin uygulanabilirliğinin güçlendirilmesini sağlamaktır.

2030 Sürdürülebilir Kalkınma Gündemi'nde ayrıca, 17 sürdürülebilir kalkınma hedefini gerçekleştirmek için ulusal planların desteklenmesinin önemi de

vurgulanmıştır. Sürdürülebilir kalkınma hedeflerinin gerçekleşmesinde sosyal turizm faaliyetleri de önemli rol oynamaktadır. Sürekli, kapsayıcı ve sürdürülebilir ekonomik büyümeyi desteklemek, verimli ve uygun çalışma koşullarını oluşturmakla ilgili 8'inci Sürdürülebilir Kalkınma Hedefi kapsamında sosyal turizm bir araç olarak görülebilir.

Sosyal turizm konseptinin evrimi göz önüne alındığında, sürdürülebilir turizmin ortaya çıkışı ile sosyal turizm, erişilebilirlik, etik gibi kavramları da kapsayarak özünde olan sürdürülebilir turizmle paralellik gösteren karakteriyle, ülkelerin kendi politik ve kültürel ortamlarına göre tanımlanmayı uygulanmayı ve sürdürmüştür (Minnaert, Maitland, & Miller, 2006, s. 9; Dumitru, Negricea, & Slapac, 2009, s. 90). Ayrıca, EESC'ye göre (2006) Sosyal turizm sosyal bir faaliyet olmasına karşın, aynı zamanda ekonomik bir faaliyettir ve sosyal turizm katılımcılarının işlerinde verimli olduğu, ekonomiye ve topluma katkılarının daha fazla olduğu açıktır. Günümüzde sosyal turizm daha kapsayıcı ve sürdürülebilir duruma gelmiştir (Bélanger & Jolin, 2011, s. 480).

2.10. Türkiye'de Sosyal Turizm

Türkiye örneğinde, emekli, memur, işçi ve öğrencilerin yönlendirdiği bir sosyal turizm hareketi vardır ancak sosyolojik gerçekliklerden dolayı yeterli düzeyde gelişmemiştir. Avrupa'daki sosyal turizm uygulamalarının çok yönlülüğü karşılaştırıldığında Türkiye'deki sosyal turizm uygulamaları da sınırlıdır (Sarıbaş & Akbaba, 2018, s. 194). Hem talep yönlü hem de arz yönlü politikalarla Türkiye'de sosyal turizm, kısmen de olsa desteklenmeye çalışılmıştır.

Türkiye'de, kentleşme ve endüstrileşme olgusu hızlandıkça tatile çıkanların sayısı artmaktadır. Yıllık izinlerle ortaya çıkan bu turizm hareketinin dışında, hafta sonu ve bayram tatilleri de sosyal turizmin bir kaynağı olarak görülmektedir (Usta, 2008, s. 77). Öte yandan, Türkiye'de yaşanan ve yine Türkiye'ye özgü olan diğer turizm türü de kırsal kesime, daha açık anlamıyla memlekete yönelik olarak gerçekleşmektedir. 1950'li yıllardan sonra büyük kitleler hâlinde kentlere yönelen iç göç, iç turizmin nedeni olmaktadır. İç turizm faaliyetinde, daha önceden kente göç etmiş olan aileler ve bireyler yaz aylarında veya bayram tatillerinde köylerine, kasabalarına belli sürelerde seyahat etmektedir (Kozak, Kozak, & Kozak, 2010, s. 123). MasterCard tarafından Türkiye'nin kentsel nüfusunu temsil eden 11 il merkezinde 1000 kişi

üzerinde gerçekleştirilen MasterIndex Araştırması'nın turizm kısmına göre (2009) yaz tatili yapacaklar yaş aralıkları bakımından incelendiğinde, yaş yükseldikçe tatile çıkma planının azaldığı görülmektedir. Aynı biçimde ekonomik düzey düştükçe tatil yapma oranı azalmaktadır. Araştırma katılımcılarının %43'ü tatilin kendileri için aile ziyareti, akraba ziyareti veya köye (memlekete) gitmek; %36'sı ise deniz kenarı, güneş ve kumsal anlamına geldiğini belirtmektedir.

Günümüzde dünyada turizm politikasının boyutları, gelir düzeyinin yükselmesi, toplumun gelişmesi, boş zamanın daha etkin değerlendirilmesi ve sosyoekonomik politikaların toplumun tüm kesimlerine yönelik olarak hazırlanmasına bağlı olarak genişlemektedir. Türkiye, turizmin yalnızca ekonomik boyutuna yönelik olmaya alışkın olduğu politikalarını dünyada yaygınlaşmaya başlayan sürdürülebilirlik perspektiflerini izleyerek geliştirmeye çalışmaktadır. (Sonuç, 2016, s. 70). Bu bağlamda, dünyada yaygınlaşmaya başlayan sürdürülebilirlik perspektiflerini izleyerek yapılan çalışmaların ilki T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın hazırlamış olduğu Türkiye Turizm Stratejisi 2023 ve Türkiye Turizm Stratejisi Eylem Planı (2007-2013) olmuştur. Planda iç turizmle ilgili *“toplumun farklı kesimleri için fiyatta ve uygun kalitede turistik ürün alternatiflerinin sunulması”* strateji olarak belirlenmiştir. Dünyada en fazla turist çeken ülkelerin aynı zamanda iç pazar potansiyelinin de yüksek olduğu görüldüğünden, Türkiye’de de dış pazar kadar iç pazarın da gelişmesinin önem taşıdığı vurgulanmıştır. Plana göre bu hedefe yönelik olarak kamu, özel sektör, turizm sektöründeki kuruluşlar ve STK’lar arasında güçlü bir işbirliği ve eşgüdüm sağlanması, tanıtım faaliyetlerinin artırılması ve yerli turistlerin tatile özendirilmesi sağlanacaktır. Bu faaliyetler, turizm gelirlerinde iç turizmin payının yükselmesini sağlamakla kalmayıp, kültürel ve tarihsel değerlerin tanınip, korunmasında da büyük rol oynayacaktır. Türkiye’de 20 milyon kişinin iç turizm pazarından yararlanması sağlanacaktır (Ak, Bıçk, & Özgökçeler, 2013, s. 65). Türkiye’de seyahat alışkanlığı olmayan yurttaşların da tercihlerine uygun turistik ürünlerin pazara sunulması ve bunların tanıtılmasıyla seyahat alışkanlığının yaygınlaşması sağlanacaktır.

Planda, gençlik turizmine yönelik çalışmalarda, toplam nüfusun %20’lik kısmını oluşturan hareketliliği daha fazla olan üniversite ve orta öğretim çağındaki bireylere ve bekâr orta yaş grubuna hitap eden program alternatifleri geliştirilecektir. Gençliğin ülkeyi daha iyi tanınması, seyahat ve tatil alışkanlığı edinmesi açısından

turizm işletmelerinin gençlik turizmine daha fazla yönelmeleri için sektör ile ortak çalışma ve programlar gerçekleştirileceğine değinilmiştir. Ayrıca planda iç turizmden başta dezavantajlı gruplar (düşük gelir grubundakiler, engelliler, kadınlar vb.) ve genç nüfusun daha fazla yararlanmasına yönelik çeşitli sosyal turizm projelerinin, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Yerel Yönetimler, TÜRSAB (Türkiye Seyahat Acentaları Birliği), TÜROFED (Türkiye Otelciler Federasyonu) ve Sivil Toplum Kuruluşları ile geliştirileceği belirtilmiştir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007, s. 1-47).

Kısacası kamunun ekonomik ve sosyal yaşamdaki rolü, katkısı oldukça azaltılmış, dolayısıyla sosyal turizmle ilgili uygulamalar bu durumdan olumsuz etkilenmiştir.

Bu kısımda Türkiye’de geçmişten günümüze değin sosyal turizm ortamını etkileyen gelişmeler değerlendirilecektir.

2.10.1.1. Ücretli tatiller

Türkiye’de sosyal turizm ortamını belirleyen olumlu etkenlerin başında 1960 yılında yıllık ücretli izin, haftalık izin, bayram tatili gibi hakların yasallığa bütünüyle kavuşmuş olması söylenebilir. Dinlenme hakkı, anayasal sosyal bir hak olan çalışma hakkı kapsamında kesin olarak karşılanması gereken haklardanır (Ak, Bıçkıcı, & Özgökçeler, 2013, s. 64). Çalışanlar dinlenme hakkı, Türk Hukukunda öncelikle anayasal sosyal bir hak olan çalışma hakkı kapsamında güvence altına alınmış, özellikle İş Kanunu ile günün değişen koşullarına uygun olarak çalışanları koruyucu ve gözetici hükümlerle desteklenmiştir. Uluslararası alanda da özellikle ILO Sözleşmeleri ve Tavsiye Kararları doğrultusunda hafta tatili ve yıllık ücretli izne ilişkin çalışanı ve dinlenme hakkının özünü koruyucu hükümler içermektedir.

Türkiye’de ilk olarak 1960 Anayasası’nın 44’üncü maddesinde; “*Her çalışan dinlenme hakkına sahiptir. Ücretli hafta ve bayram tatili ve ücretli yıllık izin hakkı kanunla düzenlenir*” hükmüyle çalışanlara ücretli izin hakkı resmi olarak tanınmıştır. 1982 Anayasasının “*Çalışma şartları ve dinlenme hakkı*” başlıklı 50’inci maddenin 3’üncü fıkrasında; “*Dinlenmek çalışanların hakkıdır*” denildikten sonra 4’üncü fıkrasında “*Ücretli hafta ve bayram tatiliyle ücretli yıllık izin hakları ve şartları kanunla düzenlenir.*” hükmüyle de tarihsel ve hukuksal gelişimine uygun olarak dinlenme hakkı içinde yer alan en temel dinlenme süreleri belirtilmiş olmaktadır.

Bir çalışanın yıllık izne hak kazanabilmesi için 4857 sayılı İş Kanunu'nun 53'üncü maddesine göre işe girdiği tarihten başlayarak deneme süresiyle beraber iş sözleşmesine dayalı olarak ücret karşılığı bir yıl aralıksız çalışması gerekmektedir. Yıllık cretli izin hakkından vazgeçilemez. Çalışanlara verilecek yıllık ücretli izin süresi, hizmet süresi; bir yıldan beş yıla kadar (beş yıl dâhil) olanlara 14 günden; beş yıldan çok 15 yıldan az olanlara 20 günden, 15 yıl (dâhil) ve daha çok olanlara 26 günden az olamaz. 55'inci maddeye göre de yıllık ücretli izin günlerinin hesabında izin süresine rastlayan hafta tatili, ulusal bayram ve genel tatil günleri izin sresinden sayılmaz.

4857 sayılı İş Kanunu'nun 63'üncü maddesine göre, çalışanlara tatil gününden önce iş günlerinde çalışmış olmaları koşuluyla yedi günlük bir zaman dilimi içinde en az 24 saat dinlenme (hafta tatili) verilir ve bu süre kesintisiz olarak kullanılır. Ayrıca 44'üncü maddeye göre ulusal bayram ve genel tatil günlerinde işyerlerinde çalışılıp çalışılmayacağı toplu iş sözleşmesi veya iş sözleşmeleriyle kararlaştırılır. Sözleşmelerde hüküm bulunmaması durumunda söz konusu günlerde çalışılması için işçinin onayı gerekmektedir.

Türkiye'de anayasa, yasalar, yönetmelikler, karşılıklı iş sözleşmeleri, toplu iş sözleşmeleri, işyeri iç yönergeleri yıllık ücretli izin hakkının kaynaklarıdır. Sosyal turizm uygulamalarında, ücretli izin hakkı önem taşımaktadır. Çünkü bu hak, çalışanların değerlendirilebilir boş zamanlarının artmasını sağlamaktadır. Bu hakların çalışanlara yasal olarak sağlanmış olması ve Türkiye'nin turistik alansal varlıklarının elverişliliği, turizme katılan birey sayısını arttırsa da Türkiye'de sosyal turizmin gelişmesi için yeterli olmamıştır. Geçim sıkıntısı çeken, işsiz veya çalışan yoksul kategorisinde bulunan kitlelerin önceliğinin turizm faaliyetine katılmak olmadığı, tatil yapmanın bir gereksinim olarak değil lüks tüketim olarak değerlendirildiği görülmektedir. Bu da Türk toplumunda tatil yapma alışkanlığının st gelir gruplarına özgü bir faaliyet alanı olarak kalmasına neden olmaktadır (Ak, Bıkı, & zgkeler, 2013, s. 63).

2.10.1.2.Turizm Bankası'nın faaliyetleri

İkinci Dünya Savaşı'nın ardından savaşın turizm üzerindeki olumsuz etkilerini azaltmaya alışan Avrupa devletleri, turizm endüstrisine canlılık kazandırabilmek

için bir yandan yeni kredi kurum ve kuruluşları oluşturmaya; diğer yandan giderek yoğunlaşmaya başlayan turizm hareketlerinin ortaya çıkardığı konaklama gereksinimini karşılayabilmek için turizm konaklama tesisleri kurmaya başlamıştır. Avrupa ülkelerinde söz konusu gelişmenin sağlanabilmesi konusunda finansmanını karşılayabilecek ve turizm işletmelerini içinde toplayacak bankalar kurulmuştur (Kozak, Kozak, & Kozak, 2010, s. 107) . Türkiye’de de turizm sektörünün finansman gereksinimini karşılamak amacıyla 23 Haziran 1955 tarihinde İcra Vekilleri Heyeti'nin (Bakanlar Kurulu) 4/5413 sayılı kararıyla Türkiye Turizm Bankası AŞ kurulmuştur. Bu özel sektöre ait "sektör bankası" turistik tesis işletmeciliği ve sektöre finansman sağlama (bankacılık) görevlerini üstlenmeyi hedeflemişse de, kaynak yetersizliği nedeniyle kredileme faaliyetlerinde bulunamamış, faaliyetlerini yalnızca işletmecilik alanında önderlik görevini yerine getirmekle sınırlı olmuştur. Özsermaye yetersizliği nedeniyle beklentileri karşılayamayan Türkiye Turizm Bankası AŞ 10 Mayıs 1960 tarihinde yürürlüğe giren 7470 sayılı Türkiye Cumhuriyeti Turizm Bankası Kanunu’yla yeniden yapılandırılmış ve sermayesinde kamu ağırlıklı yapısı olan T.C. Turizm Bankası AŞ’ne (TURBAN) dönüştürülmüştür (Cingi, 1990, s. 111; Kozak, Kozak, & Kozak, 2010, s. 107). Söz konusu Kanunun bankanın yapacağı işlerle ilgili 2’inci maddesinin A-5 fıkrasında “*İşçi ve memurların tatil ve dinlenme ihtiyaçlarına cevap verecek sosyal turizm tesisleri kurmak*”, B-2 fıkrasında “*Sosyal turizmi tasarruf yoluyla kolaylaştıracak mevduat kabul etmek*” de sayılmış yani Avrupa ülkelerinde görülen yapılanmanın paralelinde TURBAN’a sosyal turizmle ilgili önemli bir görev verilmiştir.

İlk kez sosyal turizmin kavramsal olarak ele alındığı Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı (1973-1977) sonrası, TURBAN tarafından 1975-1984 yılları arasında memur ve işçilerin tatile çıkmalarına olanak sağlayan tatil kredisi uygulanması olmuştur. Ancak hedef kitlesi geniş tutulan bu tatil kredisi uygulanmasında, verilen kredi tutarı bir ailenin turizm belgeli bir işletmede geçirebileceği tatilin tutarının çok altında kalmıştır (Kozak, Kozak, & Kozak, 2010, s. 17). Ayrıca, tatil kredisi uygulaması, kullanıcılar için bir borç bitmeden yeni tatil sezonunun başlaması ve yolculukta beklenilmeyen giderlerin çıkması gibi nedenlerden dolayı Avrupa’da da uygulama alanı bulamamıştır (Usta, 1982, s. 79). TURBAN’ın tatil kredisi sisteminden yanlış

uygulama kriterinden dolayı vazgeçilmiştir. TURBAN'ın statüsünün 1986 yılında kamusal sermayeli kalkınma ve yatırım bankası olarak değiştirilmesiyle Türkiye'de faaliyet gösteren bazı bankaların tatil kredileri vermeye başladığı görülmüştür.

TURBAN tarafından sosyal turizm amaçlı kurulmuş tatil köylerine örnek gösterilebilecek Beldibi Sosyal Turizm İşletmesi 29 Haziran 1984 tarihinde ve Belek Sosyal Turizm İşletmesi 20 Temmuz 1985 tarihinde hizmete açılmıştır (Özdemir, 1992, s. 31). Geçmişte planlanmış bu tesislerin, neoliberal dönüşüm yaşandığı bir dönemde Türkiye'deki Kamu İktisadi Teşekkülleri gibi tam olarak kuruluş amacına uygun kullanıldığı ve verimli olarak işletildiği söylenemez. Nitekim Yüksek Planlama Kurulu'nun 27 Eylül 1988 tarih ve 88/9 sayılı kararıyla TURBAN işletmeleri özelleştirme kapsamına alınmıştır. Özelleştirme kapsamına alınmış Turizm Bakanlığı tarafından İzmir ili Seferihisar ilçesi yakınındaki Gümüldür'de inşa ettirilen Gümüldür Sosyal Turizm Merkezi TURBAN tarafından 9 Şubat 1989 tarihinde teslim alınmış ve 14 Haziran 1989 tarihinde hizmete girmiştir.

2.10.1.3. Kamu kampları ve sosyal tesisler

Türkiye'de sosyal turizm kapsamı içerisinde değerlendirilebilecek turizm faaliyetlerinin önemli bir kısmı da kamu kamplarında gerçekleştirilmektedir. Genç Türkiye Cumhuriyeti 1930'lu yıllardan sonra biraz da Sovyetler Birliği'ndeki uygulamaları örnek alarak "*kamu kampları*" kurmaya başlamıştır. KİT'ler (Kamu İktisadi Teşebbüsü), bakanlıklar, TSK (Türk Silahlı Kuvvetleri) ve diğer kamu kurumları 1960'lı yıllardan itibaren tatil yörelerinde kamu kampları kurarak çalışanlarının uygun ücretlerde tatil yapabilmelerini sağlamıştır. Bu kamplarda yılda yüzbinlerce kişinin konaklayarak tatillerini geçirdikleri bilinmektedir (Kozak, Kozak, & Kozak, 2010, s. 156). Bu tür kamplar yalnızca o kurumlarda çalışanlarına açık olduğundan yaralanabilecek kişilerle sınırlı olmakla beraber profesyonel yaşamda bağlı olunan hiyerarşi içinde yapılacak tatilin psikolojik dinlenmeye katkısı ayrı bir tartışma konusudur (Sonuç, 2016, s. 72).

Sosyal turizme hizmet sunan tesisler arasında yine bu dönemde sayısal artış gösteren; üye olmayanların kullanımına bütünüyle kapalı olan ordu evleri; üye olmayanların kullanımına kısmen açık olan Öğretmenevleri ve Polisevleri de sayılmaktadır (Şenel, 1997, s. 5; Sonuç, 2016, s. 72). Özellikle sosyal turizm amacıyla kurulup işletiliyor

olmasa da, tamamlayıcı konaklama işletmelerinden olan moteller, pansiyonlar ve kamp alanları da sosyal turizm için kullanılabilecek işletmeler olarak nitelendirilmektedir (Küyük, 2012, s. 59).

Puczko ve Ratz tarafından yapılan çalışmaya göre (2011), Macaristan'daki sosyal turizmin sosyalist dönemden bugünkü belirsizlik aşamasına gelişi incelenmiştir. Çalışmada, sosyalist dönemde yoğun olarak kamu desteği ile sosyal turizm hizmeti sunan işletmelerin neoliberalizm etkisiyle ya özelleştirildiği veya kapatıldığı dolayısıyla sosyal destek mekanizmasının çöktüğü ve sosyal turizmde Macaristan'da belirsizlik durumunun ortaya çıktığı sonucuna ulaşılmıştır. (Puczko & Ratz, 2011, s. 465; Sonuç, 2016, s. 74). Macaristan'da yaşanan belirsizlik durumunun bir benzerinin Türkiye'de de yaşandığı söylenebilir. Planlı dönemde bir kaç kere kamu kamplarının iç ve dış turizme açılarak değerlendirilmesi yolunda bazı girişimler olmuşsa da gerçekleştirilememiştir. 1993 yılı içerisinde Turizm Bakanlığı tarafından kamu kamplarını turizme açmayı amaçlayan çalışma kapsamında kamu kamplarının bir envanteri çıkarılmıştır. Ancak daha sonraki yıllarda özelleştirme kapsamına alınan kamu kamplarının işlevselliğini yitirdiği söylenebilir. Önceleri yalnızca o kurumda çalışanların yararlanabileceği ve kurum kimliğiyle giriş yapılabilen bu kamplar, son yıllarda özelleştirilmekte veya yerini lüks otellere bırakmaktadır. Bu durum da kampların sunduğu hizmetlerin pahalılaşmasına neden olmakta ve dezavantajlı grupların bu hizmetlere erişmesi güçleşmektedir (Kozak, Kozak, & Kozak, 2010, s. 14,17). Türkiye'de kamuya ait sosyal turizm hizmeti veren sosyal tesislerin ve kampların durumu, çözülmesi gereken bir konudur.

2.10.1.4.Gençlere yönelik uygulamalar

Türkiye'de gençlere ve çocuklar yönelik; devletin, yerel yönetimlerin ve bazı özel kurumlarla kuruluşların sosyal turizm niteliğinde olan uygulamaları bulunmaktadır. Bunlar,

- TCDD (Türkiye Cumhuriyeti Devlet Demiryolları) 1992 yılından sonra “Uluslararası Gençlik Taşınması”, “Grup Taşınmaları”, “Euro Mini Group”, “Interrail”, “Euro Domino” ve “Öğrenci İndirimi” gibi birtakım örnekler ile gençlere yönelik sosyal turizm uygulamaları sunmaya başlamıştır. Ayrıca

TCDD'nin yılın belirli dönemlerinde düzenlediği Trenle Anadolu Turları da konuya farklı bir örnektir (Kozak, Kozak, & Kozak, 2010, s. 57).

- Yüksek Öğrenim Kredi ve Yurtlar Kurumu'na bağlı yurtların yaz aylarında rezervasyonla 18-25 yaş arası gençlere ücretsiz olarak açılması için birkaç defa girişimler ve denemeler olmuştur.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı'nca 1992 yılından bu yana yıllık olarak "Gençlik Turizmi Rehberi" hazırlanmaktadır. Bu rehberde, o yıl içinde gençlere yönelik indirimlerde bulunmayı taahhüt eden işletmelerin adresleri ve indirim tutarları ile ilgili bilgiler; Kredi ve Yurtlar Genel Müdürlüğü'ne bağlı yurtlarla konaklama tesislerinden yararlanma koşulları ve konaklama fiyatları bulunmaktadır (Kozak, Kozak, & Kozak, 2010, s. 17).
- Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü'nce, yaz aylarında Türk Gençliği için kamp organizasyonu gerçekleştirilmektedir. Bu organizasyon dışında kalan zamanlarda söz konusu tesisler Gençlik Turizmi Projesi kapsamında Türkiye içinden ve Türkiye dışından 18-26 yaş grubundaki gençlerin hizmetine sunulmaktadır. Yararlanacak yabancılardan Uluslararası Hostel Kartı (IYHF- International Youth Hostel Federation), Uluslararası Gençlik ve Seyahat Kartı, (IYTC- International Youth Travel Card) ve Uluslararası Öğrenci Kimlik Kartı (ISIC- International Student Identity Card) sahipleri ile Türk Gençlerinin kimlik ve nüfus cüzdanları geçerli olmaktadır (Bahar, 2016, s. 50).
- Belediyeler, sorumluluk sınırları içinde yaşayan düşük gelir grubunda olan bireylerin özellikle de gençlerin ve çocukların rekreasyon ve tatil gereksinimlerinin karşılanması için, sosyal turizm kapsamında değerlendirilebilecek nitelikte geniş katılımlı ve kısa süreli geziler düzenlemektedir (Kızılırmak & Ertuğral, 2012, s. 50).

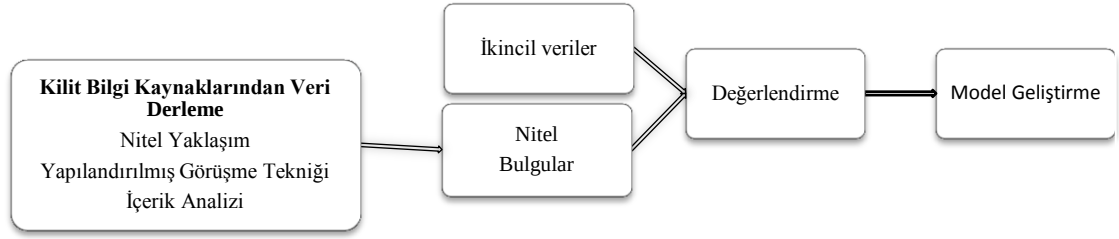
BÖLÜM 3. SOSYAL TURİZMİ GELİŞTİRMEYE YÖNELİK TALEP YÖNLÜ BİR TEŞVİK MODELİ ARAŞTIRMASI

Çalışmanın bu bölümünde araştırmanın metodu, nitel verilerin toplanmasında, analizinde ve değerlendirilmesinde kullanılan yöntemler hakkındaki bilgiler sunulmaktadır.

3.1. Araştırma Yöntemi

Hazırlanan çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Nitel araştırma, “gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama tekniklerinin kullanıldığı, algıların ve olayların kendi doğal ortamında gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmasına yönelik nitel bir sürecin izlendiği araştırma” olarak tanımlamak mümkündür (Yıldırım & Şimşek, 2011, s. 22). Bir başka tanımda ise “belirli bir olgu veya olayları kendi doğal ortamları içerisinde çok yönlü ve uzun süreli olarak derinlemesine incelenmesi” olarak da ifade edilmektedir (Işıkoğlu, 2005, s. 160).

Araştırma deseni, araştırmanın sorularını yanıtlamak ya da hipotezlerini test etmek amacıyla araştırmacı tarafından geliştirilen bir plandır (Büyüköztürk, Kılıç-Çakmak, Akgün, Karadeniz, & Demirel, 2008, s. 17). Bu çalışmada Türkiye’de sosyal turizmi geliştirilmesine ilişkin İl Kültür ve Turizm Müdürleri’nin görüşlerinin derinlemesine incelemesi ve durumun bütüncül olarak analiz edilmesi amacıyla Durum Çalışması araştırma deseni kullanılmıştır.



Şekil 3.1. Araştırma deseni

Bu araştırmada betimleyici araştırma modeli kullanılmıştır. Tanımlayıcı / betimleyici (descriptive) araştırmalar; geçmiş veya mevcut olayları, kavramları, ilişkileri açıklamaya çalışır (Balcı, 2015, s. 10), değişkenlerin yapısı hakkında bilgi verir, özellik benzerliklerine göre gruplandırmalar (faktör ve/veya değişken gruplandırmaları) yapar (Erdoğan, 2012, s. 169).

3.2. Evren ve Örneklem

Çalışmada; araştırma çerçevesini oluşturan, önceden ayrıştırılmış belirli özellikler taşıyan ve araştırma sonuçlarının kapsadığı elemanlar bütünü olarak tanımlanan (Karasar, 2011, s. 109) evren olarak; sosyal turizmi yönlendiren otoriteler olmaları gereğiyle 81 ilin il kültür ve turizm müdürleri seçilmiştir. İl kültür ve turizm müdürlerinin konuları gereği hem arz tarafının imkânlarını hem talep tarafının beklentilerini biliyor ve tamamı ile ilgili objektif değerlendirme yapabiliyor oldukları kabul edilmektedir. Bu çıkarım, ilgili mevzuata dayanmaktadır. Kültür ve Turizm Bakanlığı İl Kültür ve Turizm Müdürlüklerinin Görev, Yetki, Sorumluluk ve Çalışma Esasları Hakkında Yönetmelik (2011) uyarınca bu müdürlüklerin bazı görevleri şunlardır:

- İl'deki turizm talep ve türlerinde meydana gelen değişme ve gelişmelerle uyumlu turizm politikalarının oluşturulmasına ve yatırımların yönlendirilmesine elverişli her türlü araştırmaları yapmak ve yaptırmak,

- İl'deki turizm potansiyelini değerlendirmek,
- Yöredeki mevcut ve potansiyel turizm türlerini tespit ettikten sonra turizmin çeşitlendirilerek on iki aya çıkartılması ve sürdürülebilir bir nitelik kazanması için gerekli çalışmaları yürütmek
- Valiliklerce yörenin kültür ve turizm sorunlarının çözümü için oluşturulan kurul, komisyon vb. teşekküllere katılarak, alınan kararların uygulanmasına yönelik çalışmalarda bulunmak,
- Her türlü imkândan yararlanarak, milli, manevi, tarihi, kültürel, sanatsal ve turistik değerlerin tanıtımını yapmak, yaptırmak, bu amaçla seminer, sempozyum, panel, konferans, sergi, festival, yarışma, gösteri, kutlama haftaları ve benzeri faaliyetleri düzenlemek, düzenlenmiş olanlara katılmak, bu yönde faaliyet gösteren kamu veya özel kurum, kuruluş, topluluk ve kişileri desteklemek, yönlendirmek ve bunlar arasında gerekli işbirliğini sağlamak,
- Yerli ve yabancı seyahat ticareti kuruluşları ile ortak projeler geliştirmek ve bunların faaliyetlerine yardımcı olmak...

Müdürlüğün görevlerini yürütmesinden birinci derecede sorumlu kişi de il müdürüdür. Aynı yönetmeliğin üçüncü bölümünde yer alan “İl kültür ve turizm müdürünün görev ve yetkileri” başlığı altında bu sorumluluk şöyle dile getirilmiştir:

- İl Müdürlüğünün görevlerini yürütmek ve yürütülmesini sağlamak,
- İl Müdürlüğü görevlerinin kamu hizmeti gereklerine uygun olarak etkin, verimli ve en az maliyetle yürütülmesine yönelik tedbirleri almak ve uygulamak...

Bu ifadeler araştırma evreninin doğru seçilmiş olduğunun açık bir göstergesidir. Bir araştırmada ana kütleyi oluşturan bütün birimlere ulaşmak söz konusu ise, bu durum tam sayım olarak nitelendirilir. Herhangi bir kısıttan dolayı ana kütlenin sadece bir kesimine ulaşılabilmesi durumuna da örneklem denmektedir (Nakip, 2013, s. 261). Bu araştırmada örneklem seçimine gidilmemiş, tamsayım yapılması amaçlanmıştır. Dolayısıyla araştırmanın evreni ve örnekleme eşit büyüklüktedir.

Kovid-19 pandemisi koşullarında telefonla görüşme uygulaması, araştırmanın güvenilirliğini artırmak amacıyla özellikle tercih edilmiştir. Ulaşılamayan ya da telefon görüşmesi anında soruları yanıtlamayacak İl Kültür ve Turizm müdürleri için görüşme formu, çevrimiçi olarak doldurulabilecek şekilde düzenlenmiş ve formun bağlantı linki açıklayıcı bir metinle İl Kültür ve Turizm müdürlerinin e-posta adreslerine de gönderilmiştir. Sonrasında geri dönüş düzeyi beklenen ölçüde olduğu için, hatırlatma amacıyla yeniden telefon edilerek ve hatırlatma e-postaları gönderilerek çevrimiçi görüşme formunun doldurulması sağlanmaya çalışılmıştır.

İnternet üzerinden (online) görüşme formu yollanmasıyla ilgili tartışma konuları yanıtlanma oranları, olasılık örneklemesini sağlamanın zorluğu ve veri kalitesi üzerinde yoğunlaşmaktadır. Ayrıca katılımcının izlenmesinin ve kontrolünün güçlüğü gibi dezavantajları da bulunmaktadır (Altunışık, 2008, s. 5). Buna karşın Androusopoulos'a (2006) göre orta yaş altı katılımcılar arasında yazılı iletişimi kullanmak daha yaygındır. E-görüşmelerin yazılı olması öz ve zengin veri sağlamayı mümkün kılmaktadır (Yıkımsı, 2020, s. 185). E-görüşmelerde zaman ve mekân sınırı yoktur. Uzaktan çevrimiçi ortamda gerçekleştirilen bir iletişim söz konusudur (Linabary & Hamel, 2017, s. 99). Salgın şartları bu araştırmayı uzaktan görüşmelerle yürütmeyi zorunlu kılmışsa da e-görüşmelerin katılımcıların fikirlerini rahatça yazabilmesi, yazılanların tekrar kontrol edilebilir olması, yüzeysel cevaplar yerine derinlemesine cevap verilebilme imkânı ve zaman sınırlaması olmaması gibi avantajları vardır (Fritz & Vandermause, 2017, s. 3). Örneklemin belirli kişilerden oluştuğu durumlarda, yanıtlanmama durumlarında telefonla ya da e-posta ile tekrar ulaşma gibi ek girişimlerle yanıtlanma oranı yükseltilebilmektedir. Bu sebeplerle, bilinen ve e-postalarına topluca ulaşılabilen bir evrenden alınan olasılıklı örneklem üzerine uygulama yapmak daha geçerli sonuçlar vermektedir (Avcıoğlu, 2014, s. 13-15). İşbu araştırmada telefonla görüşme, çevrimiçi görüşme formunu doldurtma uygulanmasında tamsayım amaçlanmasına binaen geçerli ve güvenilir sonuçlara ulaşılabileceği öngörülmüştür.

Araştırmaya, birebir telefonla görüşülerek ve çevrimiçi form doldurtularak 24 katılım sağlanmıştır. Bu sayı 81 kişilik evrenin yaklaşık % 30'unu oluşturmaktadır. Sosyal

bilimlerde araştırma evrenin % 5'inin araştırma kapsamında bulunmasının yeterli olduğu (De Vaus, 2014, s. 66) göz önüne alındığında, % 30 gibi bir oranın araştırma evrenini fazlasıyla temsil etmektedir.

3.3. Verilerin Toplanması

3.3.1. İkincil veri toplama

Bu araştırmanın, teorik altyapısının oluşturulması ve sosyal turizmin gelişimiyle ilgili kavramların tanımlanmasında literatür taraması yöntemi kullanılmıştır. Sosyal turizm ile ilgili literatürün yanı sıra sürdürülebilir turizm, engelli turizmi, gönüllü turizmi, 3. Yaş turizmi ve gençlik turizmi temel alanıyla ilgili literatür incelenmiş, T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı (eski adıyla Kalkınma Bakanlığı), T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, TÜİK, BMDTÖ, BITS ve diğer yerel, bölgesel, ulusal, uluslararası kuruluşların ve kurumların yayınladığı araştırmalardan ve raporlardan ikincil veriler derlenmiştir.

3.3.2. Birincil veri toplama yöntemi

Araştırmanın içeriği, sosyal bir kavram olan sosyal turizmi geliştirmek olduğu için, amaçlara ulaşılması ve özgün sonuçlar çıkması amacıyla (Karasar, 2011, s. 135) birincil veri olarak kullanılacak bilgilerin toplanması gerekliliği doğmuştur. Bu araştırmada birincil verileri toplamak için, araştırma problemi ve amaçlarına yönelik olarak, anket sonucunda ortaya çıkmayan, doğrudan gözlemlenemeyen, bireylerin duygu ve düşüncelerini ifade eden, araştırma esnasında meydana gelen değişiklikleri gösteren verilerin elde edilmesi amacıyla görüşme (mülakat) tekniğinden yararlanılmıştır. Görüşme; sözlü iletişim yolu ile kişileri ve onlarla ilgili durumların anlaşılmasını sağlayan bir veri toplama tekniğidir (Gülbüz & Şahin, 2014).

Bu araştırmada, katılımcıları etkilememek ve yönlendirmemek adına “*yapılanmış görüşme*” tercih edilmiştir. Yapılanmış görüşmede araştırmacı sorulacak soruları önceden hazırlar ve görüşmede bu sorulara bağlı kalır (Erdoğan, 2012, s. 220). Anketten farkı ise soruların açık uçlu olmasıdır. Yapılanmış görüşmenin başlıca avantajları şunlardır (Finn, Walton, & Elliott-White, 2000, s. 157)

- Cevaplayıcı benzer soruları cevaplayacaktır, cevapların karşılaştırılabilirliği artacaktır.
- Araştırmacının ön yargısı azalacaktır
- Veri istatistiksel teknikler kullanılarak kolayca analiz edilebilmektedir.

Tablo 3.1. Görüşme (Mülakat) Formu Soru Planı

Boyut	Sorular	Edinim
Turizmin ihtiyaç olma durumu ve fayda boyutu	1) Bazı insanların tatile gidememeleri sizce bir eksiklik midir? Neden?	• Turizmin ihtiyaç olarak nitelendirilme durumu
	2) Düşük gelir grubundaki insanların tatile gitmeleri, gittikleri yöre veya diğer tatilciler nezdinde hoşnutsuzluk yaratır mı?	• Sosyal sınıf ayrımı
	3) Sizce insanların gezi, tatil veya dinlenme amaçlı seyahat etmeleri, çalışma performans ve motivasyonlarını etkiler mi? Evetse nasıl?	• Turizmin sosyal faydaları
	4) Sizce insanların gezi, tatil veya dinlenme amaçlı seyahat etmelerinin, toplumsal barışa etkisi olur mu? Evetse ne yönde?	
	5) Böyle bir projenin yararlanıcısı olan kişi veya aileden başkasına herhangi bir faydası olur mu?	
Farkındalık ve sosyal devlet anlayışı	6) Devletin halktan topladığı vergilerle finanse ettiği sigara bırakma, hasta/yaşlı bakımı, doğum ve çocuk yardımları gibi uygulamalar hakkında ne düşünüyorsunuz?	• Katılımcıların sosyal devlet algısı
	7) Sosyal turizm kavramı sizin için ne ifade ediyor?	• Katılımcıların sosyal turizm algısı
	8) Sosyal turizm kapsamında gelir düzeyi düşük insanların tatile gidebilmeleri ile ilgili bir proje uygulaması sizce uygun olur mu?	• Katılımcıların olası bir sosyal turizm teşvik projesine bakış açısı
	9) Turizm faaliyetleri için dernek, vakıf vb kuruluşlar ya da devletin teşvik ödeneği ayırmasını olumlu karşılıyor musunuz?	
Finansman kaynağı	10) Böyle bir proje sizce hangi kurum ve kuruluşlarca yürütülmeli ve finanse edilmeli?	• Olası bir projenin sübvansiyon biçimi

Boyut	Sorular	Edinim
Yararlanıcı profili	11) Teşviklerin formu ne olmalı? (Hibe, geri ödemeli ya da karma gibi...) 12) Hangi gelir grubundaki insanlar bu teşvikten faydalandırılmalı? 13) Sosyal turizme yönelik yapılacak bir projede tek kıstas gelir düzeyi mi olmalı? Başka hangi kriterlere göre ayırım yapılabilir?	• Oluşturulacak teşvik modelinden kimlerin yararlanması gerektiği
Diğer teşvik unsurları	14) Bu teşvikler hangi süreler veya aralıklarla verilmeli? 15) Bu ödenekler için gidilecek yerler ve dönemler konusunda ayırım gözetilmeli mi? 16) Bu teşvik sisteminin suiistimal edilmemesi için ne tür önlemler alınmalıdır?	• Teşvik modelinin finans dışındaki kıstasları • Sürdürülebilirlik

Hazırlanan görüşme formundaki sorular üç kişiye yüz yüze ve bir kişiye online görüşme şeklinde sorularak bir pilot çalışma yapılmıştır. Online görüşme ile yüz yüze görüşme arasında soruların algılanma durumunda bir farklılık gözlenmemiştir. Pilot çalışmada görüşülen 4 kişi, turizmle ilgili faaliyetler yürüten bazı birliklerin üst düzey yöneticileridir. Bu şekilde hem soruların geçerliliği teyit edilmeye çalışılmış hem de konunun işletmeler nezdinde nasıl değerlendirildiği gözlemlenmiştir. Pilot çalışma sonrasında görüşme formunda yer alan soruların yanıtlanmasında ve anlaşılmasında bir sorun olmadığı gözlenmiştir ancak elde edilen deneyime ve geri bildirimlere dayanarak gerekli bazı küçük düzenlemeler ve değişiklikler yapılmıştır. Görüşme Formu Ek-2'deki son halini almıştır. Açık uçlu soruların ve demografik bilgilerin yer aldığı görüşme formu birebir telefon görüşmesi esnasında bizzat araştırmacı tarafından doldurulmuş veya çevrimiçi olarak doldurulması sağlanmıştır. Birebir yapılan telefon görüşmeleri 15-18 dk sürmüştür.

3.4. Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırmada ulaşılabilecek evren bakımından ve belirlenen yöntemler bakımından herhangi bir sınırlılık görünmemektedir ancak araştırmanın nitel boyutlarının olması farklı sınırlılıkları da beraberinde getirmiştir. Sosyal turizm kavramının genel olarak yanlış anlaşılması ve il kültür ve turizm müdürlerinin bu tür araştırmalara çok katılmalarından dolayı yeterli zaman ayırmak istememeleri en temel sınırlılık olmuştur.

Sosyal turizmi geliştirmeye yönelik değişik ve kapsamlı kaynaklara ulaşılmaya çalışılmakla birlikte, özellikle araştırmanın ana teması olan Sosyal turizmi teşvik ile ilgili konuların, Türkçe literatürde, geniş ve yeterli biçimde yer almaması, uluslararası platformda ise, son yıllarda yayımlanan kimi kaynaklarda ve kısmen dar kapsamda yer almasıdır.

Literatür incelemesi ve değerlendirilmesi sonucunda ortaya çıkan ve yapılandırılmış görüşme formunda sadece yer verilen belirli faktörlerin ele alınması, ayrıca konu açısından bir sınırlılıktır.

Araştırmada, Türkiye'deki 81 ilin il kültür ve turizm müdürleri evren olarak alınmıştır ve onlarla birebir görüşme amaçlanmıştır. 2021-2022 döneminde Kovid-19 pandemisi nedeniyle yüz yüze görüşülmesi mümkün olmadığı için, katılımcılarla ve birebir telefonla ulaşılarak birebir konuşarak görüşme formları doldurulmuş ya da evrimii (online) görüşme formunun doldurulması sağlanmıştır. Bu da, koşullardan kaynaklanan bir sınırlılık olarak değerlendirilebilir.

3.5. Verilerin Analizi ve Değerlendirme

Günümüzde yapılan araştırmalarda sıkça kullanılan nitel analiz tekniği, çıkarım yapmaya uygun bir araştırma tekniğidir (Aziz, 2013). Nitel araştırmalarda veri analizi için farklı yaklaşımlar olmasına karşın bu analiz, genelde verilerin kodlanması, betimleme sonucunda temaların ortaya çıkarılması, kodların ve temaların düzenlenmesi, bulguların tanımlanması ve yorumlanması aşamalarından oluşur (Yıldırım & şimşek, 2011, s. 157). Nitel karakterdeki bu araştırmada da elde edilen verilerin analizinde içerik analizinden yararlanılmıştır. İçerik analizi, çeşitli söylemlere uygulanan metodolojik araç ve tekniklerin bütünü olarak ifade edilmektedir (Bilgin, 2014). Bu analiz, temaları, önyargıları, kalıpları ve anlamları belirlemek amacıyla belirli bir materyalin (yazılı dokümanlar, videolar, fotoğraflar, ses kayıtları vb.) dikkatli, ayrıntılı ve sistematik bir biçimde incelenmesi, okunması ve yorumlanması demektir (Berg & Lune, 2015). İçerik analizinin objektiflik, sistematiklik, niceliksellik ve yazılı / açık içerik özelliklerinden bahsedilebilir (Gökçe, 2006, s. 35). İçerik analizinin tahmin ve çıkarım kabiliyeti yüksektir. Bu kabiliyet analizin deneysel ve açıklayıcı rolüyle elde edilmektedir. Kategorileştirilmiş veri setleri daha basit ve sistematik bir hal almaktadır. Bu analiz

biçiminde altı temel beklentinin karşılanması esastır (Stemler, 2000; Krippendorff, 2004). Bu beklentiler ve araştırmadaki karşılıkları Tablo 1’de verilmektedir.

Tablo 3.2: İçerik analizinden beklentiler ve araştırmadaki karşılıkları

Sorular	Edinim
<i>Hangi veriler analiz edilecek?</i>	İl Kültür ve Turizm Müdürleri ile yapılan mülakatlar neticesinde elde edilen veriler.
<i>Veriler nasıl tanımlanır?</i>	İl Kültür ve Turizm Müdürlerinin sosyal turizme ve yeni teşvik modeli gereksinimine dair görüşleri
<i>Veriler hangi gruptan toplandı?</i>	24 ilin İl Kültür ve Turizm Müdürleri
<i>Verilerin analiz edileceği bağlam nedir?</i>	Toplanan verilere ilişkin oluşturulan temalar arasındaki ilişkilerin tanımlanması (Sosyal Turizm ve Teşvik)
<i>Hangi analizler kullanılacak?</i>	Görüşme içeriklerine dair kelime bulutları, ilişki tarayıcıları, ilişki haritaları ve kodların birlikte çalışma modelleri
<i>Sonuçların amacı nedir?</i>	Sosyal turizmi geliştirmeye yönelik yeni bir teşvik modeline olan ihtiyacın saptanması ve model geliştirme

Nicel araştırma yöntemlerinde geçerlik ve güvenilirlik kavramı, araştırmada kullanılan ölçme aracına ilişkin bir kavram olmasına karşın, nitel araştırma yöntemlerinde veri toplamak için bir ölçme aracı yerine araştırmacı kullanıldığı için geçerlik ve güvenilirlik kavramı, araştırmacıya ilişkin olarak kullanılmaktadır (Türnüklü, 2000, s. 550). Nitel araştırmada geçerlik, araştırmacının ilgilendiği konuyu olabildiğince objektif gözlemesidir. Nitel araştırmada güvenilirlik, araştırma sonuçlarının tekrar edilebilirliği ile ilgilidir (Yıldırım & Şimşek, 2011, s. 256,259). Ayrıca nitel araştırmalarda güvenilirliği sağlayan diğer bir konu da veri setlerini birden çok kodlayıcının kodlamasıyla ortaya çıkan yanıtlardaki kararlılıktır (Creswell, 2018).

Nitel araştırmalara özgü geçerlik ve güvenirliliğin sağlanabilmesi için araştırmacı tarafından görüşmeler bizzat gerçekleştirilmeye çalışılmıştır. Katılımcılara soruların nasıl sorulacağı, soruların etkisi, görüşmeyi uygulamada ve bitirmede yapılacaklarda objektivitenin sağlanması, duyarlı olunan konular olmuştur.

Verilerin sistematik olarak analizini sağlamak için MAXQDA20 (VERBI Software, 2020) programı kullanılmıştır. İlgili program harita ve görseller yardımıyla fikirleri netleştirmekve kategoriler ile özellikler arasındaki varsayımsal ilişkileri anlamak için

kullanılmaktadır (Azzopardi ve Nash, 2016; Kuckartz ve Radiker, 2019). Bu programla verilerin kodlanması, görselleştirilmesi sağlanırken aynı zamanda çalışmanın güvenilirliğinin artmasına da katkı sağlanmıştır.

Analize başlamadan önce veri seti dikkatli bir şekilde okunmuştur. Ardından tüm veriler MAXQDA20 (VERBI Software, 2020) programına aktarılmış ve analize başlanmıştır. Lincoln ve Guba'nın (1985) nitel araştırmalarda geçerlik ve güvenilirliği sağlanmasına yönelik önerdikleri bir kavrama karşılık gelen güvendenin sağlanması için inandırıcılık, aktarılabilirlik, tutarlılık ve onaylanabilirlik ölçütlerinin sağlanmasına azami derecede dikkat edilmiştir. Buna göre; inandırıcılığın sağlanması için katılımcıların düşünceleri mümkün olduğunca yüksek şekilde yansıtılmaya çalışılmıştır. Aktarılabilirliğin sağlanması için bulguların sunumunda katılımcıların doğrudan alıntılara yer verilmiştir. Tutarlılığın sağlanması için nitel araştırma yöntemlerine hakim bir denetimin metodolojik ve analitik süreçlerin izlenmesinde rol alması sağlanarak bir denetim izi uygulamıştır. Son olarak onaylanabilirliğin sağlanması için de bulguların araştırmacının inançları ve önyargılarını değil, mümkün olduğu kadar araştırılan olguya dair görüşlerini yansıtmasına özen gösterilmiştir (Geertz, 1973; Lincoln & Guba, 1985; Morrow, 2005; Patton, 2014). Ayrıca sürecin şeffaf bir şekilde yürütmesi için araştırmanın veri toplama aracı ve yöntemi, verilerin çözümü ve yorumlanması süreci detaylı bir şekilde anlatılmıştır.

Literatür incelendiğinde MAXQDA programının, katılımcı görüşlerinin analiz edildiği çalışmalarda sıkça kullanılmaya başlandığı görülmektedir (Yayla, 2020; Yayla & Ergün, 2020).

3.6. Bulgular ve Yorumlar

24 il kültür ve turizm müdüründen elde edilen verilerin tamamı analize dâhil edilmiştir. Mülakatta demografik olarak değerlendirilebilecek iki soru mevcuttur. Bunlardan biri kaç yıldır yöneticilik görevinde bulunulduğu diğeri ise hangi bölgede görev yapıldığıdır. Bunun haricindeki demografik özellikler araştırma çıktıları açısından bir önem arz etmemektedir. Örneğin; cinsiyetle ilgili bir farklılık gözetilecek olsa, yöneticilerin büyük çoğunluğu erkek olduğu için dağılım konusunda problem oluşacaktır. Yine bir başka örnek eğitim düzeyi üzerinden

verilebilir. İl müdürü düzeyindeki bir yöneticinin eğitim düzeyi sorgulandığında da bu hoşnutsuzluk yaratabilir ve bu durum sonraki sorulara verilecek cevapları etkileyebilir. Sadece gereksinim duyulan verilere ulaşmak ve gereksiz vakit almamak adına demografik sorular iki adetle sınırlandırılmıştır. Araştırmaya katılan müdürlerin görev yaptıkları bölgelere göre dağılımı şekil...’de gösterilmiştir.



Şekil 3.2: Katılımcıların bölgelere göre dağılımı

En yüksek katılım 7 kişi ile Marmara Bölgesinden sağlanmıştır. Marmara'yı 4 katılımla İç Anadolu Bölgesi izlemektedir. Ege, Karadeniz ve Doğu Anadolu bölgelerinden üçer, Akdeniz ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinden ikişer katılım sağlanmıştır. Her bölgeden en az iki katılım sağlanmış olması, çıktılarının tüm kütleyi temsil edebilmesi açısından önem arz etmektedir. Katılımcıların 14'ü 5 yıldan daha uzun süredir yöneticilik yapmaktadır. 6'sının görev süresi 2 ile 5 yıl arasındayken sadece 4 müdürün yöneticilik deneyimi 2 yılın altındadır. Müdürlerin sosyal turizme dair görüşleri arasında bölgesel ya da görev süresine dayalı bir farklılık gözlenmemiştir. Zaten bu araştırmada amaç görüş farklılıklarını tespit etmek değil genel eğilimin ne yönde olduğunu saptayıp uygun bir model üretmektir. Analizde yer yer katılımcıların ifadeleri direkt olarak aktarılmıştır. Bu yapılırken araştırma etiği gereği katılımcıların kimlikleri ifşa edilmemiş ve her biri Md1, Md2... biçiminde kodlanmıştır.

Araştırmada elde edilen veriler oluşturulan kodlar yardımıyla dört farklı aşamada analiz edilmiştir. İlk olarak görüşme içerikleri için kelime bulutu analizi yapılmıştır. İkinci aşamada tema ve kodlar arasındaki aynı verinin içerisinde geçme durumuna bağlı olarak oluşan ilişki tarayıcılarına ilişkin analiz gerçekleştirilmiştir. Üçüncü

aşamada bütüncül bir bakış açısı sağlamak için kodların ilişkilerini gösteren bir ilişki haritası oluşturulmuştur. Bu çerçevede haritadaki çizgilerin nitelikleri değerlendirilmiş ve kodlar arasındaki ilişkiler ve bunların nedenleri yorumlanmıştır. En son aşamada ise kodların birlikte çalışmalarını gösteren kod birlikte oluşum modeline yer verilmiştir. Analiz kapsamında her kategorinin bulguları MAXQDA yardımıyla şekiller halinde verilerek raporlama yapılmıştır.

Veri analiz sürecinin ilk aşamasını oluşturan kelime bulutu Şekil 1’de verilmektedir. Bu analiz, kelimelerin verilerde geçme sıklıklarına bağlı olarak şekillenmektedir. Şekil 1’de kelimelerin büyüklüğü verilerin içerisindeki geçme sıklığına göre şekillenmekte olup, merkezde yer alan kelime en büyük sıklığa sahip kelimedir. Bu çalışma kapsamında kullanılan kelimelerin daraltılması için frekans olarak “10” değeri en alt değer olarak belirlenmiş ve 10’nun üzerinde frekans değerine sahip olan kelimeler kelime bulutuna dâhil edilmiştir. İkinci aşamada ise konuyla ilgili olmayan kelimeler (yüklemler, bağlaçlar, zamirler vb.) kelime bulutundan çıkarılmıştır.



Şekil 3.3: Görüşme içeriklerine ait kelime bulutu

Kelime bulutu analizine göre en sık tekrarlanan kelime “devlet”tir. Devlet dışında “turizm”, “insan”, “tatil”, “gelir”, “sosyal”, “destek”, ve “ekonomik” gibi kelimeler en sık geçen kelimeler olarak öne çıkmaktadır. Kelime bulutunda da görüldüğü üzere katılımcılar arasında devlet vurgusu ön plandadır.

Md2, en çok devlet vurgusu yapan katılımcıdır. Sosyal turizm projesinin kim tarafından yürütülmesi gerektiği sorusuna “tüm turizm paydaşları” cevabı vermiş ve devlet kontrolünde olması gerektiğini özellikle vurgulamıştır. Yine destek periyodu ile ilgili soruyu cevaplarken de devlet kontrolü vurgusu yapmıştır. Aynı katılımcı sistemin suiistimal edilmemesi için de devlet bilgisi ve kontrolünü gerekli görmüştür.

Md5, bir sosyal turizm projesi yapılmasının uygun olup olmadığı sorusuna cevaben tatilin çok masraflı olduğuna dikkat çekerek cevabını; “hangi birine destek verecek devlet?” biçiminde bitirmiştir. Bu soruda devletle ilgili herhangi bir ifade yer almamasına rağmen proje ifadesi katılımcının zihninde direkt devlet algısı oluşturmuş ve olası bir sosyal turizm projesini direkt olarak devletle ilişkilendirmiştir. Oysa ki literatür kısmında görüldüğü üzere dünya genelindeki birçok sosyal turizm uygulaması vakıf ve derneklerce yürütülmekte ve devlet bu projelere doğrudan müdahil olmamaktadır. Türk devlet geleneğinde ise bir destek projesinin devletten bağımsız düşünülemeyeceği bu cevapla bir kez daha gözler önüne serilmiştir.

Md17, birçok diğer katılımcı gibi sosyal devlet vurgusu yapmış ve devlet tarafından kamu kamplarından kurum dışı vatandaşların da yararlanabilmesinin sağlanmasını gerekli gördüğünü ifade etmiştir.

Md23 de sosyal turizm kavramını açıklarken kavramı devletle ilişkilendirmiştir.

Md24 ise oluşturulacak bir destekleme sisteminin suiistimal edilmemesi için e-devlet üzerinden bilgi erişimi ve denetimi gerekli gördüğünü vurgulamıştır.

Örneklerde de görüldüğü üzere katılımcıların hemen hemen hepsi sosyal turizmle ilgili soruları yanıtlarken devlet vurgusu yapmaktadır. Bunun sebebinin katılımcıların tamamının bürokrat olması ve Türk devlet geleneğinde sosyal devlet algısının çok güçlü olması olduğu düşünülebilir.

Kelime bulutunda insan ve turizm kelimelerinin aynı yoğunlukta kullanıldığı görülmektedir. Bunu literatürde sıklıkla vurgulandığı gibi, turizmin bir gereksinim olduğu ve her insanın turizme katılmasının bir hak olduğu vurgusuyla bağdaştırmak mümkündür. Benzer şekilde tatil ve gelir ifadelerinin kullanım yoğunluğu da

benzerlik göstermektedir. Bilindiği üzere tatile gitme durumunu belirleyen en önemli değişkenlerden biri gelir düzeyidir.

Kod Sistemi	Sosyal Adalet	Ruhsal Sağlık	Teşvik	Proje	Toplumsal Barış	Devlet	Gelir Düzeyi	Tatil
Sosyal Adalet		36	65	46	51	50	63	65
Ruhsal Sağlık	36		13	12	41	9	14	39
Teşvik	65	13		40	16	116	56	50
Proje	46	12	40		23	38	39	19
Toplumsal Barış	51	41	16	23		18	23	42
Devlet	50	9	116	38	18		31	39
Gelir Düzeyi	63	14	56	39	23	31		56
Tatil	65	39	50	19	42	39	56	

Şekil 3.4: Kod ilişki tarayıcısı

Kod ilişki tarayıcısında en göze çarpan ilişki devlet ve teşvik kodları arasındadır. Bu iki kod 116 kez ilişkilendirilmiştir. Literatürde görüldüğü üzere Dünya genelindeki sosyal turizm uygulamaları devletler tarafından desteklendiği ve uygulandığı kadar vakıf ve dernekler aracılığı ile de hayata geçirilmektedir. Oysa bu araştırmada teşvik denince ilk akla gelen kavramın devlet olduğu açıkça görülmektedir. Katılımcıların bürokratlar yani devlet görevlileri olmasının da bunda payı olduğu düşünülebilir. İlişki tarayıcısı aynı zamanda gelir düzeyi, tatil, teşvik ve sosyal adalet kodlarının da sıklıkla birlikte kullanıldığını gözler önüne sermektedir.

Devlet ve teşvik kodlarının en fazla ilişkilendirildiği soru “(sosyal turizme teşvik sağlanması kastedilerek) böyle bir proje sizce hangi kurum ya da kuruluşça yürütülmeli ve finanse edilmeli” sorusudur.

Soruya verilen bazı cevaplar şunlardır:

Md 24: Devlet Hazine ve Maliye Bakanlığı kanalıyla birçok projeyi destekliyor. Sosyal turizmi neden desteklemesin?

Md 17: Tabi ki Devletçe desteklenmeli. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yürütülmeli.

Md 10: Belediyeler tarafından yürütülecek projeler Kültür ve Turizm Bakanlığı ve devlet tarafından oluşturulacak fonlar aracılığı ile finanse edilmelidir.

Md 5: Aile Sosyal Hizmetler ve Turizm Bakanlığı olabilir. Devletin dışında vakıf ve kurumlar devamlılığını sağlayamaz.

Md 3: Ben her zaman devlet eliyle veya kamu denetiminde olmalıdır diyorum.

Md 16: Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı eliyle devlet.

Md 21: Devlet Aile ve Sosyal Politikalar ile Kültür ve Turizm Bakanlıkları ile bunu yapabilir. Uygulama konusunda da yerel yönetimler işin içine girebilir.

Md 22: Turizm Bakanlığı, devlet kurumlarının tamamı, belediyeler, THY, DDY gibi ulusal kuruluşlar.

Birçok cevapta teşvik devletle bağdaştırılmıştır. Yukarıdaki cevaplardan sadece Md 3'ün cevabında devlet tarafından yürütülmesi de denetlenmesi gerektiği ifade edilmiş ve devletten başka kanallarla da yapılabileceği ancak devletin kontrolünde olması gerektiği vurgulanmıştır. Devletin dışında teşvik sağlanabileceğini ileri süren yegane katılımcı olan Md 2'nin cevabı ise şöyledir:

Turizme etkisi olan tüm paydaşlarla (devlet kontrolünde ve bilgisi dahilinde!).

Görüldüğü üzere tüm katılımcılar doğrudan veya dolaylı olarak devletin konuya müdahil olması gerektiğini düşünmektedirler.

İlişki tarayıcısına göre sosyal adalet kodu, gelir düzeyi, teşvik ve tatil kodlarıyla sıkça ilişkilendirilmiştir. Benzer şekilde gelir düzeyi kodu da teşvik ve tatil kodlarıyla ilişkilendirilmiştir.

Md 19 “Bazı insanların tatile gidememeleri sizce bir eksiklik midir? Neden?” sorusuna “insanlar arasındaki sosyal adalet turizmle sağlanabilir” cevabı vermiştir.

Md 9 “Turizm faaliyetleri için dernek, vakıf vb kuruluşlar ya da devletin teşvik ödeneği ayırmasını olumlu karşılıyor mısınız?” sorusuna “Teşvikler adaletli verilirse olumlu olur.” cevabı vermiştir.

Md 12 “Bu teşvikler hangi süreler veya aralıklarla verilmeli?” sorusuna “Toplumsal adalet göz önünde bulundurularak herkesin faydalanabileceği sürelerde...” biçiminde cevap vermiştir.

Md 5 “Sosyal turizm kavramı sizin için ne ifade ediyor?” sorusuna “Dar gelirli insanlara da tatil yapabilme fırsat ve imkânının sağlanması” biçiminde cevaplamıştır.

Aynı soruya Md 14 “Gelir düzeyi düşük olan kitlelerin çeşitli turistik faaliyetlere katılım sağlanması” cevabı vermiştir. Aynı soruya Md 15'in cevabı ise şu şekildedir: Dezavantajlı veya düşük gelirli bireylerin turistik faaliyetlere katılması anlamına gelir.

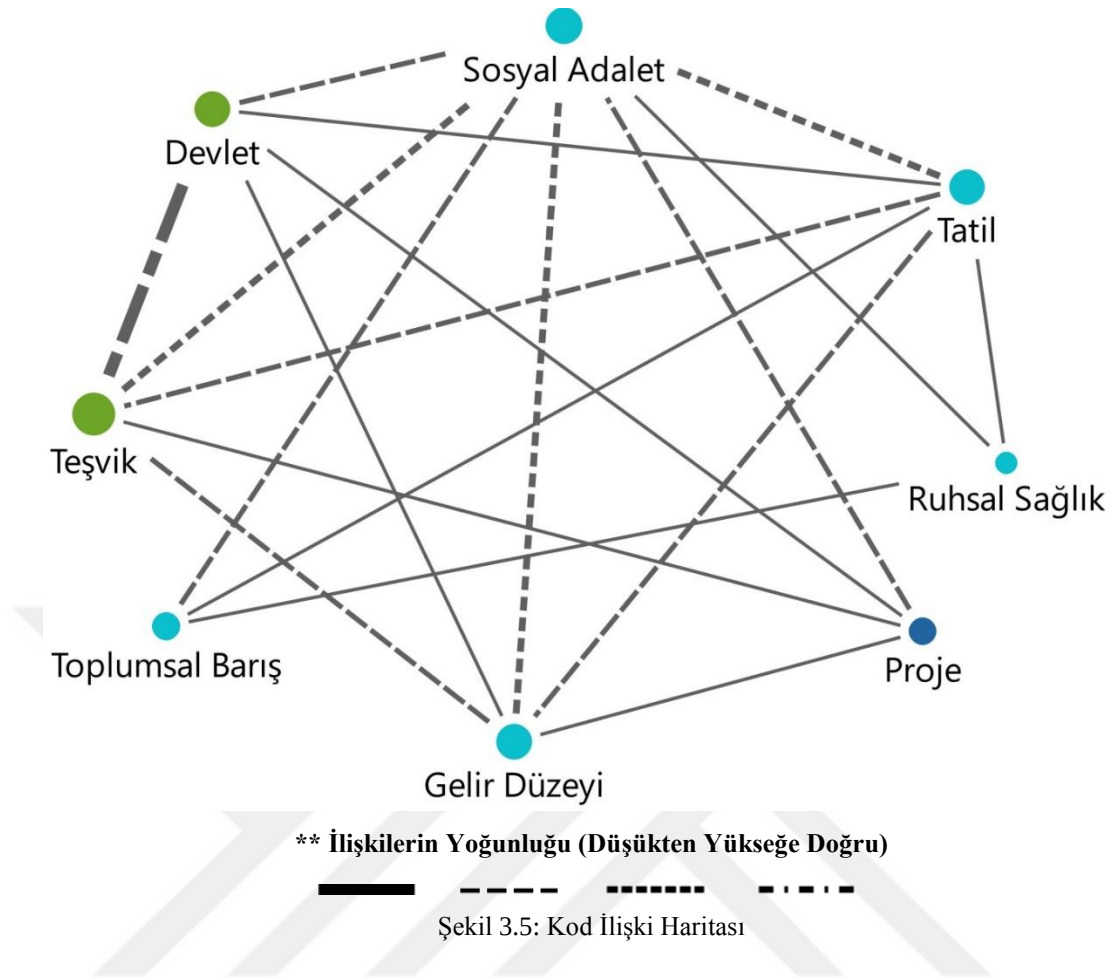
Bu soruda sosyal turizm ve gelir düzeyi 5 katılımcı tarafından açık bir biçimde ilişkilendirilmiş, 6 katılımcı ise “tatile gidemeyen kişiler” biçiminde dolaylı olarak gelir düzeyine göndermede bulunmuştur.

Teşvik kodunun tatil koduyla en çok ilişkilendirildiği sorunun “Turizm faaliyetleri için dernek, vakıf vb kuruluşlar ya da devletin teşvik ödeneği ayırmasını olumlu

karşılar mısınız?” biçimindeki soru olduğu görülmektedir. Bu soruya Md 10, “Dernek ve vakıflar, yörelerinin tanıtımı, potansiyelinin harekete geçirilmesi için kamuoyu oluşturan böylece turizme katkı sağlayan tüzel kişiliklerdir denilebilir. Turizm sektöründe yatırım yapanlar ve turizm hareketine katılmak isteyenler için teşvik ödeneği ayrılmalıdır” biçiminde cevap vermiştir. Soruya bütün katılımcılar olumlu cevap vermiş, sadece bir katılımcı; “Bence gerek yok. Ekmek bulamayan insan tatili mi düşünecek?” biçiminde olumsuz fikir beyan etmiştir.

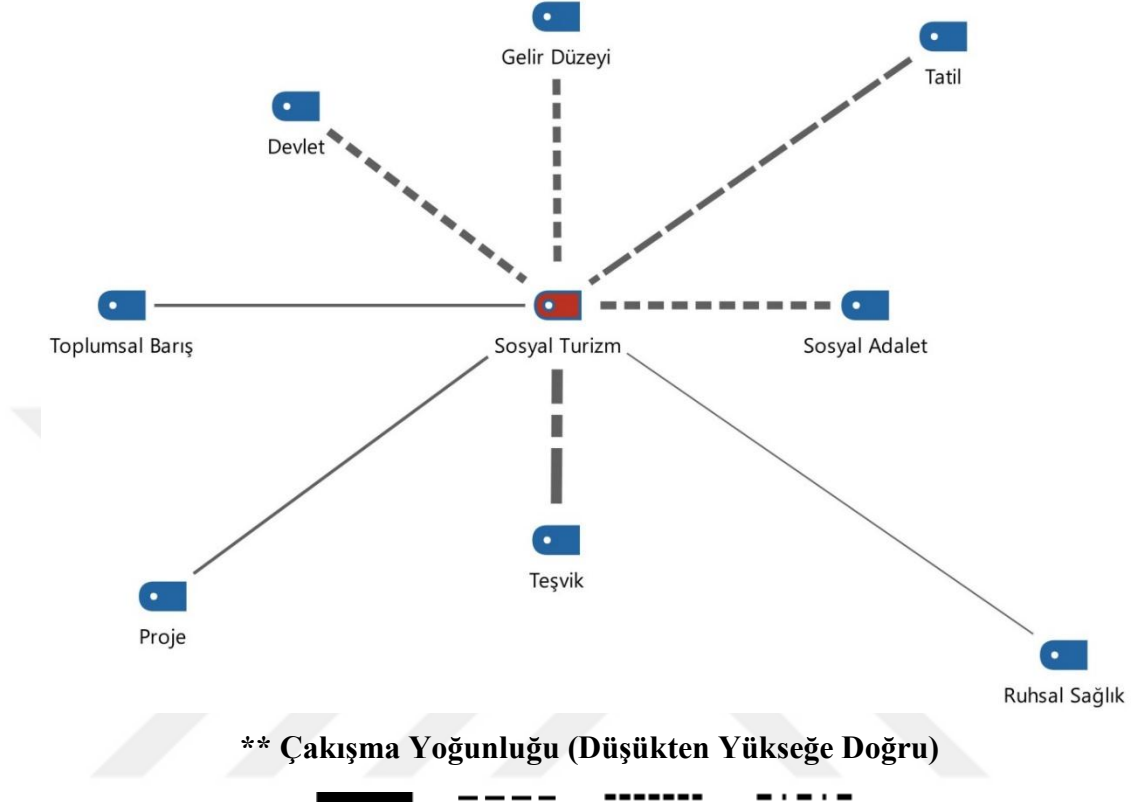
İlişki tarayıcısına göre diğer kodlarla en az ilişkilendirilen kod “ruhsal sağlık” olarak göze çarpmaktadır. Md 5 “İnsan ruh ve bedeninin dinlenmeye ihtiyacı vardır. Sürekli aynı yerde ve aynı ortamda bulunan insanlarda ister istemez bir göz aşinalığı oluşmaktadır. Bunun için yılda bir defa da olsa tatil yapmak gereklidir” biçiminde fikir beyan etmiştir. Md 8 de; tatil sosyal, ruhsal ve fiziksel bir ihtiyaçtır demiştir. Ruhsal sağlık kodu en fazla sosyal adalet ve toplumsal barış kodlarıyla bir arada kullanılmış, devlet koduyla ise hemen hemen hiç bir arada kullanılmamıştır. Ruhsal sağlık kodu analiz sonucu elde edilen tek kişisel koddur. Araştırmada verilen cevaplar daha genele yönelik cevaplar olduğu için bu kod nispeten zayıf kalmış olabilir. Her ne kadar koda araştırma genelinde çokça yer verilmemiş olsa da sosyal adalet ve toplumsal barış kodlarıyla bir arada kullanım sıklığı göze çarpmaktadır. Ayrıca sosyal adalet ve toplumsal barış kodları birbirleriyle ilişkilendirilmiştir. Örneğin, Md 10 “Farklı kültürler, farklı yaşantılar, kişiyi empati yapmaya yönlendirir ki toplumsal barışı sağlamanın olmazsa olmazı empati kurmaktır. Bu açıdan bakıldığında da tatil ve gezilerin toplumsal barışa ve huzura katkısı önem taşımaktadır” biçiminde bir ifadeye yer vermiştir.

Şekil 3 karmaşık gibi görünse de temelde basit bir mantığa dayanmaktadır. Kodlar arası ilişkilerde ilişkinin yoğunluklarına göre değerlendirilmesi biçimin devamında yer almaktadır. Dört kademe ilişki şekil üzerinde gösterilmiş, daha düşük kademeli ilişkiler belirtilmemiştir. Kod ilişki haritasına, kod ilişki tarayıcısının görsel olarak belirginleştirilmiş hali demek mümkündür.



Haritaya göre en yoğun ilişkili iki kod devlet ve teşviktir. Sosyal adalet kodu tatil, teşvik ve gelir düzeyi kodlarıyla eşit yoğunlukta ilişkilendirilmiştir. Devlet ile teşvik kodları arasındaki ilişki düzey bakımından birinci derece olarak nitelendirilirse sosyal adalet kodunun tatil, teşvik ve gelir düzeyi kodlarıyla ilişkisi ikinci derece olarak nitelendirilebilir. Tatil, teşvik ve gelir düzeyi kodlarının birbiriyle ilişkisi ise üçüncü derecedir. Yine üçüncü derece bir yoğunluk sosyal adalet ve proje kodları arasında gözlenmektedir. “(Sosyal turizm kapsamında) bir projenin yararlanıcısı olan kişi veya aileden başkasına herhangi bir faydası olur mu?” sorusuna verilen cevaplarda bu ilişki göze çarpmaktadır. Md 7 soruyu “Öncelikle turizm sektörüne katkı sağlar, uzun vadede ise mutlu bireylerin oluşturduğu, sosyal adaletin sağlandığı huzurlu bir toplumun oluşumuna zemin hazırlar” biçiminde cevaplamıştır. Devlet ve sosyal adalet kodları arasındaki ilişki de üçüncü derece yoğunluktadır. Haritaya göre ruhsal sağlık kodu yalnızca üç kodla ilişkilendirilmiştir. Bunlar toplumsal barış, sosyal adalet ve tatil kodlarıdır. Bu kodlarla dahi güçlü şekilde ilişkilendirilmemiş ve ilişki düzeyi her biri için dördüncü düzeyden ileri gidememiştir. Proje kodu da

ilişkilendirildiği dört koddan sadece sosyal adalet koduyla üçüncü derece yoğunlukta ilişkilendirilmiş, ilişkili olduğu diğer üç kod olan devlet, teşvik ve gelir düzeyi ile ilişki yoğunluğu dördüncü derecede kalmıştır.



Şekil 3.6: Kodların birlikte oluşum modeli
(Çakışan Kodlar)

Birlikte çalışma modelinin yer aldığı Şekil 4’te kodların etkileşimleri diğer analizlerle paralellik arz etmektedir. Beklendiği üzere sosyal turizm kodu diğer bütün kodların odak noktasını oluşturmaktadır. “Sosyal turizm kavramı sizin için ne ifade ediyor?” sorusu koda ilişkin çakışmaları en iyi vurgulayacak soruların başında gelmektedir. Bu soruya verilen bazı cevaplar şunlardır:

Md 1; “Sosyal turizm; dezavantajlı bireylerin turistik faaliyetlere katılması ve sosyal yaşamın içinde olmasını sağlamak için turizmi araç olarak kullanan, belirli hizmetlere erişilebilirliğin sağlandığı, devlet tabanlı ya da bireysel çabalarla destekli bir şekilde çalışan turizm modellerinden bir tanesidir”.

Görüldüğü üzere Md 1’in cevabında doğrudan devlet ve teşvik dolaylı olarak da toplumsal barış kodlarına vurgu vardır.

Md 4; “Sosyalleşmek aynı zamanda kişinin deneyim sahibi olması ve bu üstünlüğü sayesinde toplumda kabul görmesidir. Turizm de artık günümüzde farklı deneyimleri içermektedir”.

Bu cevaptan katılımcının sosyal turizme dair algısının kavramsal olarak yanlış ya da eksik olduğu düşünülebilir.

Md 5; “Günümüze birçok bilgiye sosyal medyadan ulaşılabiliyor. Tatil ile ilgili bilgilere de...” cevabıyla kavramı çok farklı değerlendirdiğini ortaya koymuştur.

Md 6; “Dar gelirli insanlara da tatil yapabilme fırsat ve imkânının sağlanması...” cevabı ile gelir düzeyine vurgu yapmıştır.

Md 8 de kavramı farklı algılayan katılımcılardan biridir ve soruyu; “Kişisel gelişim ve sosyalleşme...” biçiminde cevaplamıştır.

Md 10 “Zengin - fakir, kadın - erkek, engelli ayrımı gözetmeksizin her insanın turizm hareketine katılımını...” biçiminde cevap vermiş ve toplumun tüm kesimlerinin turizme katılımını ifade ederken özellikle gelir düzeyine vurgu yapmıştır.

Md 11 “akraba, eş - dost ziyaretleri...” diyerek kavrama yeni bir boyut kazandırmıştır. Md 12; “Tatil imkânına sahip olmayan insanlar için devlet katkılı organizasyonlara denir”. Bu cevapta da devlete ve teşvik kodlarına vurgu yapılmıştır.

Md 14’ün cevabı “Gelir düzeyi düşük olan kitlelerin çeşitli turistik faaliyetlere katılım imkânı sağlanması...” biçimindedir. Bu cevapta da sosyal turizm ile gelir düzeyi ilişkilendirilmiştir.

Bu soru kapsamında sosyal turizm koduyla en fazla çakışan kodun gelir düzeyi olduğu gözlenmektedir. Devlet ve teşvik de sosyal turizmle çakışan diğer kodlardır. Soruya verilen en ilgi çekici cevap ise M21’in “Sosyal olmayan turizm de var mı?” biçimindeki cevabıdır. Araştırma kapsamında sosyal turizm koduyla en çok çakışan kodun teşvik olmasına karşın bu soruda en fazla çakışmanın sosyal turizm ile gelir düzeyi arasında olduğu gözlenmektedir. Sosyal turizm ve teşvik kodlarının en çok çakıştığı soru “Turizm faaliyetleri için dernek, vakıf vb kuruluşlar ya da devletin

teşvik ödeneği ayırmasını olumlu karşılar mısınız?” sorusudur ve bu soruya 24 katılımcının tamamı olumlu cevap vermiştir.

Devlet, gelir düzeyi ve sosyal adalet kodları sosyal turizm koduyla eşit düzeyde ve güçlü şekilde çakışmaktadır. “Turizm faaliyetleri için dernek, vakıf vb kuruluşlar ya da devletin teşvik ödeneği ayırmasını olumlu karşılar mısınız?” sorusu sosyal turizm ve devlet kodlarının çakışmasının da en fazla görüldüğü sorudur. Bunun yanı sıra “(sosyal turizmin teşvik edilmesi kastedilerek) Böyle bir proje sizce hangi kurum ve kuruluşlarca yürütülmeli ve finanse edilmeli?” sorusuna Md 1, “Aile ve Sosyal Politikalar (değişen adıyla aile ve sosyal hizmetler) Bakanlığı, Gençlik ve Spor Bakanlığı, Kültür ve Turizm Bakanlığı...” biçiminde cevap vermiştir. 6 katılımcı daha Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı’nı işaret etmiş, 4 katılımcı beraberinde Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın da olması gerektiğini vurgulamış, 3 katılımcı yalnızca Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın olması gerektiğini söylemiştir. Sadece Md 7 ve Md 10 stklar tarafından uygulanması gerektiğini ifade etmiş, Md 19 ise “turizm bakanlığı devlet kurumlarının tamamı belediyeler THY DDY gibi ulusal kuruluşlar...” olarak cevaplamıştır. Bu soruda 22 katılımcının verdiği cevaba göre devlet koduyla hem teşvik kodu hem sosyal turizm kodu çakışmaktadır.

Tatil kodu da diğer kodlardan bağımsız olarak sosyal turizm koduyla etkileşim halinde iken toplumsal barış ve proje kodlarının sosyal turizm bağlamında etkileşim halinde olduğu ve sosyal turizmi tatil koduna nispetle bir kademe daha az etkilediği görülmektedir. Sosyal turizmin en düşük etkileşimde olduğu kod ise ruhsal sağlıktır. Daha önce de belirtildiği üzere katılımcılar tarafından konu daha ziyade toplumsal açıdan ele alınmış olup daha öznel bir durum olan ruhsal sağlık üzerinde fazla durulmamıştır. Bir bürokratin, belli bir kitleye veya sınıfa yönelik bir kavramı ele alırken konuya genel bir perspektiften bakarak çok kişisel konulara indirgememelerinin temsil rolleri açısından normal karşılanması gerektiği düşünülebilir.

Katılımcılara yöneltilen 18 ilk 2’si demografik sorulardır. Sonraki 6’sı katılımcıların sosyal turizme ve sosyal devlete dair bakış açılarını anlamaya yöneliktir. Sonraki 2’si yeni bir sosyal turizm modelini gerekli görüp görmediklerini sorgulamaktadır. Son 8 soru ise modeli şekillendirmeye yöneliktir. Yeni bir sosyal turizm modelini gerekli görmeyen iki katılımcının haricindeki 22 katılımcının cevapları modelin

belirlenmesine yardımcı olmuştur. Bu kısımda son 8 sorunun cevapları tek tek incelenerek model oluşumuna katkıları gözler önüne serilmiştir.

Tablo 3.3: Katılımcıların 11. soruya verdikleri cevaplar

Soru 11: (Sosyal turizmin desteklenmesi kastedilerek) böyle bir proje sizce hangi kurum ve kuruluşlarca yürütülmeli ve finanse edilmeli?	
Katılımcı	Cevap
Md 1	Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı, Gençlik ve Spor Bakanlığı, Kültür ve Turizm Bakanlığı
Md 2	Turizme etkisi olan tüm paydaşlarla(Devlet kontrolünde)
Md 3	Ben her zaman kamu eliyle veya kamu denetiminde olmalıdır diyorum.
Md 4	Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı
Md 5	ASP ile Kültür ve Turizm Bakanlığı olabilir. Diğer vakıf ve kurumlar devamlılığını sağlayamaz.
Md 6	Kültür ve Turizm Bakanlığı- Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı
Md 8	Aile Sosyal Politikalar Bakanlığı ve Kültür ve Turizm Bakanlığınca
Md 9	stk ve kamu dernekleri
Md 10	Kültür ve Turizm Bakanlığı
Md 11	Belediyeler tarafından yürütülecek projeler, Kültür ve Turizm Bakanlığı ve kamu tarafından oluşturulacak fonlar aracılığıyla finanse edilmelidir.
Md 13	bence kurumlarca değil stk larca yürütülmelidir
Md 14	Her kurum yapmalı
Md 15	Kültür ve Turizm Bakanlığı, turban turob ve belediye ler
Md 16	Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı
Md 17	Kültür ve Turizm Bakanlığı
Md 18	Her kurum kendi içinde bunu planlamalı finanse etmeli ve uygulamaya sokmalıdır
Md 19	Kültür ve Turizm Bakanlığı
Md 20	Milli Eğitim Bakanlığı ve Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı
Md 21	Aile ve Sosyal Politikalar ile Kültür ve Turizm bakanlıkları bunu yapabilir. Uygulama konusunda da yerel yönetimler işin içine girebilir.
Md 22	Kültür ve Turizm Bakanlığı devlet kurumlarının tamamı belediyeler THY DDY gibi ulusal kuruluşlar
Md 23	Hazine ve Maliye Bakanlığı, Hazine ve Maliye Bakanlığı, Kültür ve Turizm Bakanlığı
Md 24	Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı, Gençlik ve Spor Bakanlığı, Kültür ve Turizm Bakanlığı

Verilen cevaplar incelendiğinde olası bir sosyal turizm modelinin Aile ve Sosyal Hizmetler ile Kültür ve Turizm bakanlıklarınca yürütülmesi konusunda neredeyse fikir birliği söz konusudur.

Tablo 3.4: Katılımcıların 12. soruya verdikleri cevaplar

Soru 12: Hangi gelir grubundaki insanlar bu teşvikten faydalandırılmalı?	
Katılımcı	Cevap
Md 1	Düşük gelir grubu
Md 2	Asgari aile geçim standardının altında olan gruplar
Md 3	Bir evde tek maaşlı 2-3 çocuklu aileler, asgari ücretle çalışanlar, engelli bireyler...
Md 4	Gelir düzeyi 5000 tl altındakiler. (Asgari ücret 2bin325 TL iken)
Md 5	Orta gelir grubundakiler.
Md 6	Beşbin lira altı geliri olanlar (Asgari ücret 2bin325 TL iken)
Md 8	Geliri düşük olan
Md 9	Alt gelir
Md 10	Engelli ve düşük gelirli
Md 11	Düşük gelir grubu
Md 13	Asgari gelir düzeyi ve altında gelire sahip insanlar
Md 14	İmkânı kısıtlı olanların
Md 15	Asgari ücretle çalışanlara
Md 16	Asgari ücret ve evli olup tek maaş alanlar
Md 17	Gelir düzeyi düşük grup yararlanmalı
Md 18	Asgari ücret ve daha düşük gelir grubuna
Md 19	Kendi imkânları ile bu tür imkânları olmayanlar
Md 20	Gidilecek yerin faydası da düşünülerek gelir grubu değil de mevsim ve destinasyon kısıtı olması daha mantıklı olur.
Md 21	Asgari ücretle çalışanlar yada açlık ve yoksulluk sınırı altında bulunanlar
Md 22	Asgari ücret ile 3 4 çocuk okutmak zorunda olanlar
Md 23	Asgari geçimini altının da altında olan insanlar ve asgari ücretle geçinen insanlar bu indirimden bu uygulamadan faydalanabilir
Md 24	Düşük gelir grubu

Bu soru gelir düzeyine yönelik olsa da verilen cevaplar sadece gelir grubunu içermemektedir. Katılımcılar asgari ücretin iki katına yakın geliri olanların dahi sisteme dahil edilmesini, kalabalık ailelerin ve gelir dışındaki dezavantajlı kesimlerin da sisteme dahil olması gerektiğini savunmaktadırlar.

Tablo 3.5: Katılımcıların 13. soruya verdikleri cevaplar

Soru 13: Bu teşvikler hangi süreler veya aralıklarla verilmeli?	
Katılımcı	Cevap
Md 1	İki yılda bir hafta süre ile
Md 2	Yılın 12 ayına uygun olan her zamanda olabilir
Md 3	Mümkünse her yıl veya aynı kişilere 3 yılda bir.
Md 4	Yılda bir
Md 5	5 yılda bir olabilir.
Md 6	En fazla iki yılda bir, bir hafta
Md 8	Yılda bir kez
Md 9	Yılda bir
Md 10	5 yılda bir
Md 11	Hibe 3 yıllık, Geri ödemeli teşvikler 2 yıllık aralıklarla
Md 13	12 ay
Md 14	Toplumsal adaleti göz önünde bulundurularak herkesin faydalanabileceği sürelerde
Md 15	Yıllık
Md 16	Yılda iki üç kez verilmeli
Md 17	Her yıl okul tatil olunca
Md 18	Yılda bir defa 15 ile 20 gün arasında
Md 19	Yılda 1
Md 20	5 yılda bir
Md 21	Her yıl olmasa da iki veya üç yılda bir verilebilir. Böylece herkes düzenli olarak tatile çıkmış olur.
Md 22	En kötü ihtimalle 2 yâda 3 devamında her sene
Md 23	Yaz aylarınla 2 yılda bir olabilir
Md 24	Dönemsel olarak da yapılabilir yıllık olarak da yapılabilir ama aylık dönemsel olarak yani kış dönemi ve yaz dönemi olarak yapılırsa daha uygun olur diye düşünüyorum

Teşvik periyoduna dair soruya verilen cevaplar incelendiğinde, katılımcıların genel olarak desteğin ortalama 2 veya 3 yılda bir ve bir hafta süre için verilmesi gerektiği düşünüldükleri anlaşılmaktadır.

Tablo 3.6: Katılımcıların 14. soruya verdikleri cevaplar

Soru 14: Teşviklerin biçimi ne olmalı? (Hibe, geri ödemeli ya da karma gibi...)	
Katılımcı	Cevap
Md 1	Hibe
Md 2	Karma
Md 3	%50 hibe biçiminde olmalıdır.
Md 4	Ülkenin sosyoekonomik durumuna göre değişir...
Md 5	En doğrusu hibe ancak gelir düzeyine göre düzenlenebilir.
Md 6	Gelir durumuna göre değişiklik gösterebilir.
Md 8	Uzun vadeli faizsiz kredi
Md 9	Karma
Md 10	Hibe veya karma olabilir
Md 11	Hibe
Md 13	Hibe
Md 14	Nakti
Md 15	Öncelikle hibe olmalı
Md 16	Hibe uzun vadeli geri ödeme
Md 17	İmkanlar dahilinde hibe
Md 18	Hibe veya karma
Md 19	Karma olabilir. Yada gidilecek yerin gelişmişlik durumuna yada mevsime göre ayarlanabilir.
Md 20	Hibe ve uzun vadeli geri ödeme
Md 21	Kesinlikle hibe olmalı geri ödemeli olacaksa bu bir teşvik değil borç olur ve geri ödemesi olacak olsa zaten böyle insanların paraya ihtiyacı olmaz tatile ihtiyacı olmaz geri ödeyebilecek durumları olsa hibe kesinlikle geri ödemesiz olmalı hibe i olmalı yani bunu gönülden yapıyor olmalıyız zaten borç olarak değil
Md 22	Hibe
Md 23	Karma
Md 24	Hibe

Katılımcıların çoğu desteğin hibe biçiminde olması gerektiğini savunmuştur.

Tablo 3.7: Katılımcıların 15. soruya verdikleri cevaplar

Soru 15: Bu teşvikler kapsamında gidilecek yerler ve dönemler konusunda ayırım gözetilmeli mi?	
Katılımcı	Cevap
Md 1	Hayır
Md 2	Hayır
Md 3	Hayır
Md 4	Kesinlikle rastgele olmamalı, bilinçli uzman kişilerce planlanmalı ve uygulanmalı...
Md 5	Genellikle gezi kültür tanıma tarih v.b. başlıklar öne alınmalı. Deniz kum eğlence geride tutulmalı.
Md 6	İnsanlar istediği yere istediği zaman gidebilsin ama daha az popüler yerlere ve sezon dışında gitmek bütçe açısından daha iyi olabilir
Md 8	Gözetilmemeli
Md 9	Her ilde uygun kontenjan ayrılmalı
Md 10	Bölgeye göre
Md 11	Sıraya konulup tercihe bırakılmalı
Md 13	Olabilir
Md 14	Hayır
Md 15	Yüksek sezonun dışında kalan sezonlarda daha uygun olur işletmelerin doluluk oranları da artar
Md 16	Hayır.
Md 17	Evet
Md 18	Evet. Düşük mevsim ve turizm açısından daha az gelişmiş coğrafyalar tercih edilirse esnaf da rahatlamış olur.
Md 19	Yüksek sezonun dışında kalan zamanlarda
Md 20	Hayır her yeri görme haklarına sahip olmalılar ve her seferinde farklı yerlere gönderilmeliler
Md 21	Hayır, tabii ki ayırım olmaması gerekir birlikte hareket edilmeli ve ortak sulh karar alınmalı
Md 22	Hayır
Md 23	Hayır
Md 24	Hayır

Gidilecek destinasyon ve dönemlerle ilgili olarak katılımcılar, temelde bir fark gözetilmemesi gerektiğini ancak düşük sezon ve daha az popüler yerlerin özendirilmesi gerektiğini düşünmektedirler.

Tablo 3.8: Katılımcıların 16. soruya verdikleri cevaplar

Soru 16: Sosyal turizme yönelik yapılacak bir projede tek kıstas gelir düzeyi mi olmalı? Başka hangi kriterlere göre ayırım yapılabilir?	
Katılımcı	Cevap
Md 1	Gelir düzeyinin yanı sıra anayasanın temel ilke ve hükümlerine aykırı davranmayanlar kriter olarak alınmalı.
Md 2	Engelli bireyler ve özel çalışmalar sonucunda hiç tatil yapmayan kişiler...
Md 3	Eğitim düzeyi yaşanan kırsal kesim bayan ve çocuklar öncelenmelidir.
Md 4	Hayır. Diğer düzeylerde de(Yaş grupları, dezavantajlı gruplar v.b.)
Md 5	İşin sosyal boyutu varsa fiziki engeller de işin içine katılmalı.
Md 6	Engellilik durumu, eğitim,
Md 8	Gelir düzeyi, sağlık durumu ve ilgi ve ihtiyaç alanları
Md 9	Gelir düzeyi yanında , gittiği yöre kültürünü tanıma ve devletle , toprakla bağı güçlendirme
Md 10	Engelli, dul, yetim, öksüz, zararlı alışkanlıkları olanların bu alışkanlıklarından kurtulması
Md 11	Bedensel engelliler, yaşlılar, öğrenciler, gençler.
Md 13	Gelir
Md 14	Gelir ve yaş
Md 15	3. Yaş emekliler, engelli vatandaşlar
Md 16	Gelir düzeyi olmalı
Md 17	Başka kriterler olabilir
Md 18	Gelir düzeyi ve eğitim düzeyi olabilir
Md 19	Yüzde 90 gelir düzeyi yüzde 10 da vakit ayıramayanlar
Md 20	Başarıların ödüllendirilmesi
Md 21	Yararlanıcı açısından sadece ekonomik engeller değil fiziksel engeller de önemsenmeli. Devlet için üstün hizmetlerde bulunanlar, uluslararası başarılar kazananlar, gaziler ve şehit yakınları daha çok faydalandırılmalı. Ayrıca gidilecek yerler açısından da tesislerin doluluk durumları göz önüne alınmalı. Daha düşük sezonlar ve ekonomik olarak gelişmeye muhtaç bölgeler tercih edilmeli. Herkes Antalya'ya gidecek değil. Memleketimizin her yeri güzel.
Md 22	3. Yaş ve engelli vatandaşlar da dahil edilebilir
Md 23	Evet
Md 24	Sosyal turizm de yapılacak bu projede tek neden tek kıstas gelir düzeyi olmalı tabii ki başka bir problemimiz yok bizim ülkemizde gelir düzeyi başlı başına bir sorun

Bu soruda Md 21'in cevabı, tüm cevapları özetler niteliktedir: “Yararlanıcı açısından sadece ekonomik engeller değil fiziksel engeller de önemsenmeli. Devlet için üstün hizmetlerde bulunanlar, uluslararası başarılar kazananlar, gaziler ve şehit yakınları

daha çok faydalandırılmalı. Ayrıca gidilecek yerler açısından da tesislerin doluluk durumları göz önüne alınmalı. Daha düşük sezonlar ve ekonomik olarak gelişmeye muhtaç bölgeler tercih edilmeli”.

Tablo 3.9: Katılımcıların 17. soruya verdikleri cevaplar

Soru 17: Böyle bir projenin yararlanıcısı olan kişi veya aileden başkasına herhangi bir faydası olur mu?	
Katılımcı	Cevap
Md 1	Olur
Md 2	Turizm sektörünün 60'a yakın sektörü tetiklediği göz önünde bulundurulursa birçok sektöre faydası olur.
Md 3	Olur...
Md 4	Bence tüm çevresine olumlu etkisi olur.
Md 5	Çevresine ve topluma faydacı olur.
Md 6	Zannetmiyorum. Haaa bir yere giden turist sayısı artarsa esnafa faydası olur tabi.
Md 8	Tüm topluma faydası olur
Md 9	Kişinin ailesine olur
Md 10	Öncelikle turizm sektörüne katkı sağlar, uzun vadede ise mutlu bireylerin oluşturduğu, toplumsal barışın sağlandığı huzurlu bir toplumun oluşumuna zemin hazırlar .
Md 11	Toplum huzuru sağlanır
Md 13	Toplumsal refahı ve mutluluğu olumlu etkiler
Md 14	Bilmiyorum
Md 15	Herkese tüm topluma
Md 16	Hayır
Md 17	Duruma göre değişir
Md 18	Evet
Md 19	Tabi ki olur. İnsanlar gittikleri yerlerde de turistik mal ve hizmet alarak ekonomiyi canlandırırlar. Ayrıca tatil sonrası çalışma performansları artar.
Md 20	Toplumsal refahı huzur barış gelişir
Md 21	Evet tatile giden ailenin bireyinin çalıştığı yere manevi faydası olabilir işini daha severek yapabilir tatil dönüşü güzel bir motive ile
Md 22	Böyle bir projenin yararlanıcısı olan kişi veya aileden başkasını herhangi bir kişiye faydası olur direkt olmasa da dolaylı yoldan olur
Md 23	Olur
Md 24	Turizm sektörünün 60'a yakın sektörü tetiklediği göz önünde bulundurulursa birçok sektöre faydası olur.

Katılımcılar oluşturulacak destek sistemi ile turizm işletmelerinin yanı sıra gidilen destinasyondaki yerel esnafın da destekleneceğini, ekonominin canlanacağını ve genel olarak da sosyal barışın sağlanacağını düşünmektedirler.

Tablo 3.10: Katılımcıların 18. soruya verdikleri cevaplar

Soru 18: Bu teşvik sisteminin suiistimal edilmemesi için ne tür önlemler alınmalıdır?	
Katılımcı	Cevap
Md 1	İlgililerden taahhütname alınmalı,
Md 2	Harcama belgeleri istenmeli
Md 3	Devlet bilgisi, kontrolü dahilinde her şeyin belgelendirilmesi, bilgilendirilmesi...
Md 4	Çok rantıbil faydacı ve realist denetim birinci kural olmalıdır.
Md 5	Veri tabanlı kayıtları suiistimali önler.
Md 6	Gelir veya hangi kritere göre destek sağlanacaksa belgelenmeli
Md 8	Devletimizin elinde tüm veriler mevcuttur kriterler iyi belirlenerek adalet ve hakkaniyet ölçeğinde uygulanırsa faydalı olur
Md 9	Denetim ve kontrolle önlem alınabilir
Md 10	Kamu denetimine t6abi olmalı
Md 11	Ağır yaptırımlar getirilmeli
Md 13	Teşvikten yararlanmak isteyenler için ön araştırma yapılması.
Md 14	Kontrol, denetleme
Md 15	Kontrol ve disiplin
Md 16	İhtiyaç sahipleri belirlenirken kriterlerin denetlenmesi gerekir
Md 17	Denetim sistemi işlevsel olmalı
Md 18	Devletin tüm kurumlarının tatil ve kamp yerleri var bir ailede kari koca memur ise aylık ortalama 12 bin tl maaş alıyor ve kendi kurumlarına ait tatil kamplarında çok cüzi tatil yapıyorlar oysa bunlar otele gitme imkanına sahip birazda burada devlet tatil yapamayan fakir halka açsın kapılarını
Md 19	Belirli sınır ve kriterler mutlaka getirilmeli
Md 20	Bir şablon oluşturulmalı kişilerin inisiyatifine bırakılmamalı o zaman hiç bir şekilde problem çıkmaz. Oluşturulan şablona uyanlar faydalanır
Md 21	Seçilecek insanların belirlenecek bir kurul tarafından seçilmesi
Md 22	Kişilerin gelir, engel vs durumlarını belgelemeleri ve belgeleri rezervasyon yaparken ibraz etmeleri istenebilir. TC kimlik no ile zaten birçok bilgiye ulaşılabilir. Tesisler açısından da yararlanıcıların geri bildirimleri dikkate alınarak kontrol sağlanabilir.
Md 23	Denetimin liyakat sahibi insanlar tarafından yapılması siyasi ayrımcılık olmaması
Md 24	Sözleşme imzalanabilir

Destekleme sisteminin suiistimal edilmemesi için sıkı bir denetim sağlanması, yararlanıcılardan da geri bildirim alınması gerektiği katılımcılar tarafından alınması gerektiği düşünülen tedbirlerdir.

BÖLÜM 4. SOSYAL TURİZMİ GELİŞTİRMEYE YÖNELİK TALEP YÖNLÜ BİR TEŞVİK MODELİ ÖNERİSİ

Sosyal Turizmi Geliştirmeye Yönelik Talep Yönlü Bir Teşvik Modeli (kısaca SOTGEM), pazarlama ulaşımının tersten işlediği yani ürünün müşteriye değil müşterinin ürüne gittiği bir sistem olan turizm pazarı, özellikle kalkınmada öncelikli yörelerin geliştirilmesi için bir fırsattır.

Birçok yazar, araştırmacı, kurum ve kuruluşlar tarafından yapılan araştırmalarda da görüldüğü gibi dış turizmin gelişmesi iç turizmin gelişmesi ile doğru orantılıdır. SOTGEM sayesinde potansiyel turizm kaynakları turizme kazandırılacak, turizm altyapısının gelişmesi, ödemeler dengesindeki en önemli kalemi olan dış turizmin büyümesini ve Türkiye'nin tüm dış dünya için bir çekim merkezi olmasını tetikleyecektir. Böylece ekonomide çok büyük bir problem olan dövizin değer kazanması özellikle Avrupalı turist için bir avantaja dönüşebilecektir. Artan talep, yerli ve yabancı turizm yatırımlarını arttıracak, bu da turizm potansiyelini ve tercih edilebilirliği olumlu yönde etkileyecektir. Aynı zamanda Türkiye'de bölgelerarası gelişmişlik farklılıklarının ortadan kalkmasına yardımcı olacak, sosyal dayanışmayı artıracaktır. Bu modelin bölgesel kalkınma projeleriyle ve bazı yerlerde oluşturulmuş kültürel miras alanlarının yönetimleriyle koordineli biçimde yürütülmesi, modelden beklene çıktıları artıracaktır.

SOTGEM'in yapısından kaynaklanan otokontrol sayesinde gelişmek isteyen ve atıl kapasitesi yüksek olan işletmeler sisteme kayıt olacak ve gelir düzeyi o an için daha kısıtlı olan kesim bu işletmeleri tercih edecek, doluluk oranı yüksek olan işletmeler sistemin dışında kalmayı tercih edecek dolayısıyla alım gücü yüksek olan kesim de popüler olan bu işletmeleri tercih edecektir. Böylece, herhangi bir yaptırıma veya kısıtlamaya gerek duyulmaksızın modelin amacına hizmet etmesi sağlanmış olacaktır.

Sosyal turizmi geliştirme politikası, turizm alanında yoğun devlet müdahalesi ve uzun vadeli bir perspektif gerektirmektedir. Türkiye’deki temel ulusal politika belgelerinden olan kalkınma planlarında sosyal turizm defalarca yer almış ancak kayda değer bir sonuca ulaşamamıştır. Sosyal turizmle ilgili literatürden ve il kültür ve turizm müdürleriyle yapılan yapılandırılmış görüşmelerden elde edilen bulgular değerlendirildiğinde, Türkiye’de sosyal turizmde, turizm işletmeleri ile sosyal turizm yararlanıcıları arasında bağlantı görevini üstlenecek kâr odaklı olmayan bir yapıya gereksinim duyulmaktadır.

SOTGEM kurulmasında izlenecek aşamalar şunlardır:

1. Sorumlu kişi, kurum ve kuruluşların belirlenmesi,
2. Bir çalışma grubunun oluşturulması,
3. Akademisyenler, STK’lar, özel sektör temsilcileri ve kamu yöneticilerinin sosyal, ekonomik, kültürel ve kamusal durum belirlemesinin yapılması,
4. Alan araştırmalarının ve envanter çalışmasının yapılması,
5. Kullanılabilecek kaynakların tahsisi ve bütçe taslağının hazırlanması
6. SOTGEM’in kurumsal yapısının belirlenmesi ve kuruluş işlemleri,
7. İzleme ve değerlendirmedir.

4.1. Sosyal Turizmi Geliştirmeye Yönelik Talep Yönlü Teşvik Modeli’nin Organizasyonel Yapısı ve İşleyişi

SOTGEM kurulmadan önce ulusal düzeyde bir Çalışma Grubu oluşturulacaktır.

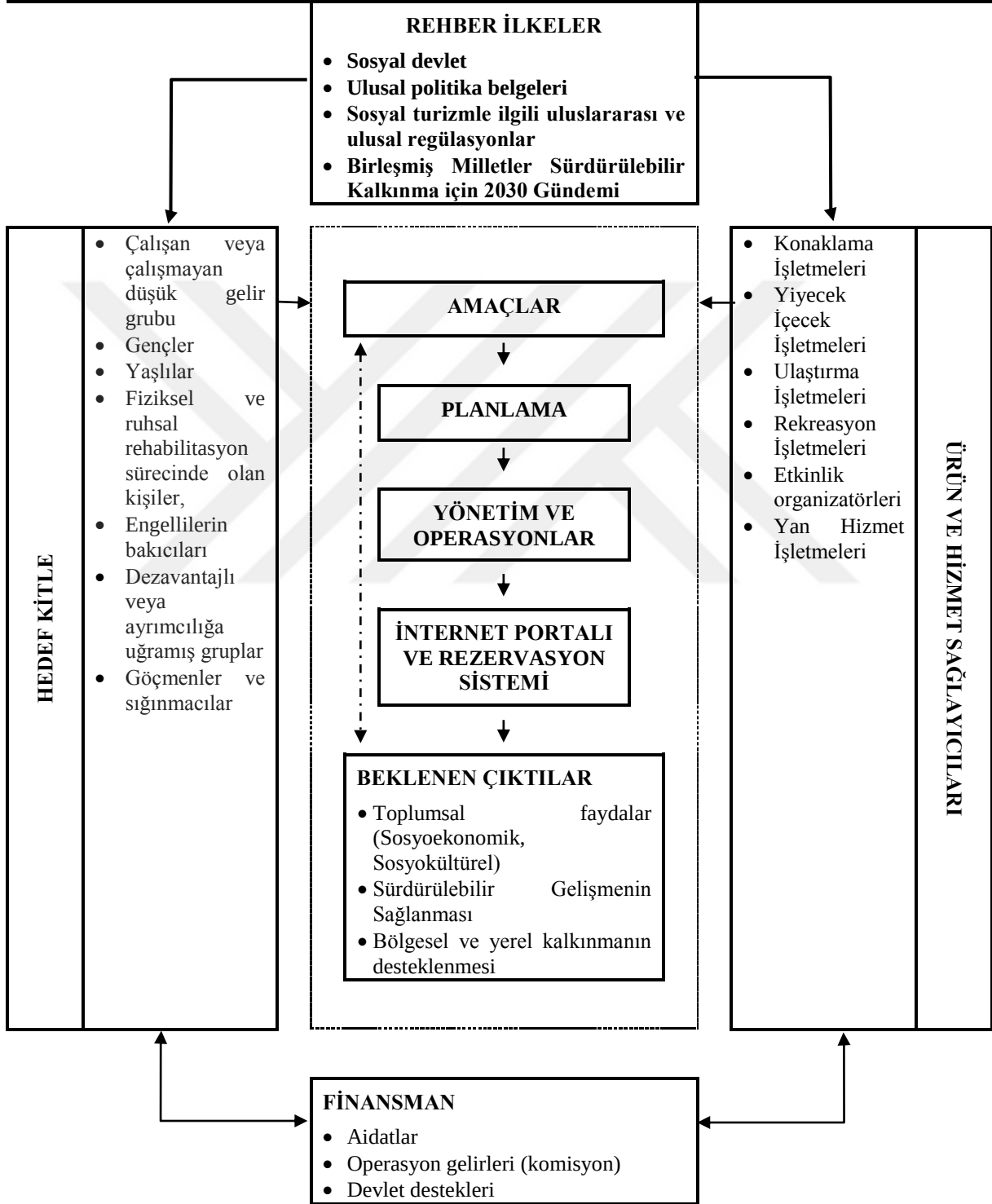
Tablo 4.1: SOTGEM çalışma grubu üyeleri

SOTGEM ÇALIŞMA GRUBU	
• Kültür ve Turizm Bakanlığı	• Üniversiteler - Akademisyenler
• Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı	• Turizm İşletmecileri
• Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı	• Sivil Toplum Kuruluşları
• Gençlik ve Spor Bakanlığı	• Gönüllüler
• Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı	• Türkiye Esnaf ve Sanatkarları
• Ticaret Bakanlığı	• Konfederasyonu (TESK)
• Sağlık Bakanlığı	• Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği) TOBB
• T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe	• İşçi sendikaları
Başkanlığı	• Emekli sendikaları

SOTGEM Çalışma Grubu, kamu yönetimi, özel sektör, üniversite ve sivil toplum kuruluşlarının yer alacağı bir yapı olacaktır. SOTGEM Çalışma Grubu, SOTGEM

kurulduktan sonra da belirli periyotlarla toplanarak organizasyonun çalışmalarına rehberlik edecek, çalışma takvimini ve iş bölümünü belirleyecektir.

Türkiye için oluşturulan SOTGEM (Sosyal Turizmi Geliştirmeye Yönelik Talep Yönlü Bir Teşvik Modeli) Şekil XX’de sunulmuştur.



Şekil 4.1: Sosyal Turizmi Geliştirmeye Yönelik Talep Yönlü Teşvik Modeli'nin işleyişi

Modelde kesik çizgi ile sınırlanan alan içinde sosyal turizm gelişme süreçleri yer almaktadır. Bu alan dışında kalan ilgili gruplar ve ürün ve hizmet sağlayıcıları modeli tamamlayan diğer öğeleri oluşturmaktadır. Bu öğeler modelin tüm aşamalarında farklı düzeylerde ve farklı durumda gelişme sürecine katıldığından, kesik çizgi ile belirtilen alanın dışında gösterilmiştir.

Rehber ilkelerle biçimlenen ilgili gruplar ve ürün ve hizmet sağlayıcıları arasındaki etkileşim, çift yönlü ok biçimindeki koyu çizgi ile belirtilmiştir. Şekilde gelişmenin başlangıcını gösteren akış sol üst köşeden başlayıp, amaçlardan beklenen çıktılara kadar olan süreçle sürmektedir. Beklenen çıktılar ve amaçlar arasındaki noktalı çizgiden oluşan çift yönlü ok geri beslemeyi (feedback) ifade etmektedir.

Ulusal ve uluslararası organizasyonlar tarafından oluşturulan rehber ilkeler ise, gelişme sürecinin her aşamasında göz önünde bulundurulması gereken modelin diğer önemli bir ögesidir ve şekilde kesik çizgili küçük oklarla Bu ilişki belirtilmiştir. SOTGEM'in işleyişi kısaca aşağıdaki gibi açıklanabilir.

4.1.1. Rehber ilkeler

SOTGEM'de rehber ilkeler, anayasasında sosyal devlet olarak tanımlanmış Türkiye'de sosyal devlet uygulamalarının biri sayılabilecek sosyal turizmin niteliğini belirleyen düzenlemelerdir. Çoğu Birleşmiş Milletler, AB, ISTO öncülüğünde hazırlanan ve tüm dünyada kabul gören bu ilkeler gönüllü ve tavsiye niteliğindeki düzenlemelerdir. Özellikle Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma için 2030 Gündem'inde yer alan 17 tane sürdürülebilir kalkınma hedeflerinin gerçekleşmesinde sosyal turizm faaliyetleri de önemli rol oynamaktadır.

Türkiye'nin sosyoekonomik ve sosyokültürel yapısına uygun sosyal turizm faaliyetlerinde, en başta sürdürülebilirlik, erişilebilirlik ve dayanışma ilkeleri yol gösterici nitelik taşımaktadır.

4.1.2. Hedef kitle

SOTGEM'in hedef kitlesi;

- Çalışan veya çalışmayan düşük gelir grubu,
- Gençler,

- Yaşlılar,
- Fiziksel ve ruhsal rehabilitasyon sürecinde olan kişiler,
- Engellilerin bakıcıları,
- Dezavantajlı veya ayrımcılığa uğramış gruplar,
- Göçmenler ve sığınmacılardır.

4.1.3. Ürün ve Hizmet Sağlayıcıları

SOTGEM’de ürün ve hizmet sağlayıcı işletmeler,

- Konaklama İşletmeleri
- Yiyecek İçecek İşletmeleri
- Ulaştırma İşletmeleri
- Rekreasyon İşletmeleri
- Etkinlik organizatörleri
- Yan hizmet işletmeleridir

Turizm il müdürlükleri, ürün ve hizmet sağlayıcısı olarak sisteme katılmak isteyen işletmeleri, önceden belirlenen kriterlere göre değerlendirecektir. İşletme tarafından teşvik kapsamında sunulan hizmetler, yöre halkının da gelen turistlerden ekonomik anlamda yararlanabilmesi için yarım pansiyon ya da oda kahvaltı olacaktır. İşletme sisteme dâhil edeceği oda sayısını kendisi belirleyecek. Konaklama işletmeleri kapasitesinin istediği miktarını sistem dışı konaklamalara ayırabilecek ya da istediği zaman kapasitesini kendisi doldurup sisteme kapatabilecektir.

İşletme belgesi, son ayın sigorta dökümü, vergi levhası, işletmenin iç ve dıştan çekilmiş farklı fotoğrafları, dijital ortamda tanıtım materyali (iletişim bilgileri, internet adresi, oda sayısı, yatak kapasitesi, uydu ve internet imkânları, teknik ayrıntılar), teşvik dışında kalan hizmetlerin fiyatları, taahhütname (gerekli hizmetlerin tam olarak verileceği ve belirtilen zaman dilimi içinde fiyat değişikliğine gidilmeyeceği vs), İmza sirküleri, teşvik bölgesine göre belirlenecek kayıt ve yıllık katılım ücreti, işletmelerin sistemde yer alması için yeterli olacaktır.

4.1.4. Amaçlar

Türkiye’de sosyal turizmin geliştirilmesinde hedef kitlenin beklentilerine ve bakış açılarına göre çeşitli amaçlar belirlenebilir.

- Sürekli ihmal edilen sosyal turizmi desteklemek.
- Alt gelir grubunu da kapsayacak biçimde toplumsal turizm bilincini oluşturmak,
- Tatile gidemeyen ve yıllık izinlerini evde geçiren alt gelir grubundan bireylere tatil olanakları sağlayarak onların iş motivasyonunu ve verimliliğini artırmak,
- Sosyal barışa katkı sağlamak.
- Yurttaşların ulusal coğrafya bilgisini artırmak.
- Turizm işletmelerine ve destinasyonlara büyük tanıtım bütçeleriyle gerçekleştirilecek tanıtım ve reklam ortamını sunmak,
- Bölgeler arası insan trafiği ile yurttaşların iletişimini ve etkileşimini artırarak sosyal dışlanmıslığı önlemek ve sosyal içermeyi sağlamak,
- Talebin arzı tetiklemesiyle yörede yeni işletmeler kurulmasına olanak sağlamak,
- İşletmelerin kayıt dışı faaliyetlerinin önüne geçmek,
- Yöresel kalkınmaya katkı sağlamak,
- Özellikle sanayisi gelişmemiş ve gelişmesi zor olan bölgelerde gelir kaynağı yaratmak.
- Atıl turizm potansiyelini değerlendirmek.
- İç turizmi geliştirmek.
- Büyük ölçüde mevsimsellik arz eden turizmi dört mevsime yayarak sektörde istihdam olanaklarını arttırmak ve mesleki işsizlik kaygısının önüne geçmek.
- Pasif dış turizm harcamalarının bir kısmının yurt içinde kalmasını sağlamaktır.

4.1.5. Planlama

Modelin bu aşamasında konaklama, ulaşım, altyapı, turlar gibi öğelerin nasıl olması gerektiği planlanmalıdır. Planlama; en başta toplumun gereksinimleri, temel ulusal politika belgelerinden olan kalkınma planları, bölgesel gelişme planları, turizm ana planları, ilgili yasalarla bütünlük sağlanarak, sürdürülebilirlik ilkelerine uygun biçimde yapılmalıdır. Özellikle planlamada sunulacak olanakların destinasyonların doğal ve kültürel dokusu ile uyumlu olmasına ve olumsuz çevresel etkilerinin minimum düzeyde olacak biçimde tasarlanmasına özen gösterilmelidir.

Turizm işletmeleri arasında en maliyetlisi kuşkusuz konaklama işletmeleridir. Bu model kapsamında temel destek kalemi olarak konaklama yer almaktadır. Katılımcıların konaklama finansmanı konusunda ne şekilde destekleneceği 21 Ağustos 2020 tarihinde yürürlüğe giren Yatırımlarda Devlet Yardımları Hakkında Kararda Değişiklik Yapılmasına Dair Cumhurbaşkanı Kararı, temel alınarak belirlenmiştir. Bu karara göre Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması (SEGE) 2017 çalışması sonucu oluşan Türkiye’deki il ve ilçeler kalkınma önceliğine göre altı gruba ayrılmıştır.



1. Bölge	2. Bölge	3. Bölge	4. Bölge	5. Bölge	6. Bölge
- ANKARA - ANTALYA - BURSA - ESKİŞEHİR - İSTANBUL - İZMİR - KOCAELİ - MUĞLA - TEKİRDAĞ	- AYDIN - BALIKESİR - BİLECİK - BOLU - ÇANAKKALE - DENİZLİ - EDİRNE - İSPARTA - KARABÜK - KAYSERİ - KIRKLARELİ - KONYA - MANİSA	- ADANA - BURDUR - DÜZCE - GAZİANTEP - KARAMAN - KIRIKKALE - KÜTAHYA - MERSİN - SAMSUN - TRABZON - RİZE - UŞAK - ZONGULDAK	- AFYONKARAHİSAR - AKSARAY - AMASYA - ARTVİN - BARTIN - ÇORUM - ELAZIĞ - ERZİNCAN - HATAY - KASTAMONU - KIRŞEHİR - MALATYA - NEVŞEHİR - SİVAS	- BAYBURT - ÇANKIRI - ERZURUM - GİRESUN - GÜMÜŞHANE - KAHRAMANMARAŞ - KİLİS - NİĞDE - ORDU - OSMANIYE - SİNOP - TOKAT - TUNCELİ - YOZGAT	- ADIYAMAN - AĞRI - ARDAHAN - BATMAN - BİNGÖL - KAHRAMANMARAŞ - DIYARBAKIR - HAKKÂRİ - İÇDİR - KARS - MARDİN - MUŞ - SİİRT - ŞANLIURFA - SIRNAK - VAN
9 il	13 il	13 il	14 il	14 il	16 il

Şekil 4.2: Bölgesel yatırım teşvik uygulamaları

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı; 2022

Ayrıca bulunduğu il sınırlarına göre görece daha az gelişmiş ilçelere bulunduğu ilden daha fazla destek sağlanmak suretiyle il ve ilçeler arası gelişmişlik farklılıklarının azaltılmasına yönelik düzenleme yapılmıştır ve 53 ilin 263 ilçesine bulunduğu ile göre daha fazla destek sağlanmıştır.

Alt Bölge desteğinden yararlanabilecek ilçeler ise,

İl	İlçeler	İl	İlçeler
Ankara Adana	Çamlıdere, Bala, Haymana Yumurtalık, İmamoğlu, Karataş, Karaisalı, Tufanbeyli, Aladağ, Feke, Saimbeyli	Karabük Karaman	Eskipazar, Yenice, Ovacık, Eflani Kazımkarabekir, Başyayla, Sarıveliler, Ayrancı
Afyonkarahisar	Kızılören, İhsaniye, Bayat, Sinanpaşa, Hocalar, Çobanlar	Kastamonu	Daday, Cide, İhsangazi, Hanönü, Azdavay, Pınarbaşı, Şenpazar, Doğanyurt
Aksaray	Ortaköy, Sarıyahşi, Eskil, Ağaçören, Güzelyurt, Gülağaç	Kayseri	İncesu, Felahiye, Yahyalı, Bünyan, Yeşilhisar, Pınarbaşı, Sarıoğlu, Tomarza, Sarız, Akkışla
Amasya	Göynücek, Hamamözü	Kırıkkale	Karakeçili, Delice, Keskin, Sulakyurt, Balışeyh, Çelebi
Antalya Aydın	Gündoğmuş Kuyucak, Germencik, Karacasu, Sultanhisar, Köşk, Buharkent, Yenipazar, İncirlioğlu, Bozdoğan, Koçarlı, Karpuzlu	Kırklareli Kırşehir	Demirköy, Pehlivan köyü, Kofçaz Akpınar, Çiçekdağı, Boztepe, Akçakent
Balıkesir	Savaştepe, Dursunbey, Sındırgı, Havran, Kepsut, İvrindi, Balya	Kilis	Musabeyli, Polateli
Bartın	Kurucaşile	Konya	Kulu, Sarayönü, Hadim, Taşkent, Güneysınır, Hüyük, Kadınhanı, Doğanhisar, Tuzlukçu, Yalıhöyük, Bozkır, Derebucak, Altınekin, Çeltik, Yunak, Ahırılı Derbent, Halkapınar, Emirgazi
Bilecik	Gölpazarı, İnhisar, Yenipazar	Kütahya	Domaniç, Hisarcık, Şaphane, Pazarlar, Dumlupınar, Altıntaş, Çavdarhisar, Aslanapa
Bolu	Yeniçağa, Mudurnu, Göynük, Seben, Kıbrısçık, Dörtdivan	Malatya	Hekimhan, Doğanşehir, Akçadağ, Yazıhan, Doğanyol, Arguvan, Kuluncak, Kale, Pütürge
Burdur	Kemer, Ağlasun, Çavdır, Çeltikçi, Yeşilova, Altınyayla	Manisa	Saruhanlı, Köprübaşı, Ahmetli, Gölmarmara, Selendi
Bursa	Harmancık, Keles, Büyükorhan	Mersin	Aydıncık, Mut, Gülnar
Çanakkale Çankırı Çorum	Bayramiç, Yenice Bayramören Ortaköy, Boğazkale, Uğurludağ, Mecitözü, Bayat, Laçın	Muğla Nevşehir Niğde	Seydikemer Derinkuyu, Acıgöl Altınhisar, Çiftlik
Denizli	Babadağ, Kale, Beyağaç, Baklan, Güney, Çameli	Osmaniye	Sumbas
Düzce	Çilimli, Kaynaşlı, Cumayeri, Gölyaka, Yığılca	Rize	Hemşin, Güneysu, İyidere, Derepazarı, İkizdere, Kalkandere, Çamlıhemşin
Edirne	Enez, İpsala, Meriç, Lalapaşa	Sakarya	Kaynarca, Ferizli, Karapürçek, Taraklı
Elazığ	Kovancılar, Karakoçan, Alacakaya, Maden, Palu, Baskil, Sivrice, Arıcak	Samsun	Kavak, Havza, Alaçam, Yakakent, Vezirköprü, Salıpazarı, Asarcık, Ayvacık

İl	İlçeler	İl	İlçeler
Erzincan	Otlukbeli, Tercan, Çayırılı	Sinop	Dikmen
Erzurum	Horasan, Hınıs, Şenkaya, Çat, Köprüköy, Tekman, Karaçoban, Karayazı	Sivas	Akıncılar, Zara, Gölova, Kangal, Ulaş, Altınyayla, Hafik, Yıldızeli, Koyulhisar
Eskişehir	Alpu, Günyüzü, Han	Trabzon	Çarşıbaşı, Araklı, Şalpazarı, Dernekpazarı, Tonya, Köprübaşı, Hayrat, Düzköy
Gaziantep	Nizip, İslahiye, Oğuzeli, Nurdağı, Karkamış, Araban, Yavuzeli	Uşak	Banaz, Karahallı, Sivasslı
Hatay	Arsuz, Reyhanlı, Yayladağı, Hassa, Kumlu, Altınözü	Yozgat	Aydıncık
Isparta	Şarkikaraağaç, Aksu, Gelendost, Sütçüler	Zonguldak	Kilimli, Gökçebey.
İzmir	Bayındır, Beydağı, Kiraz		

Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgelerinin, kalkınmada öncelikli illerin ve ilçelerin desteklenme oranları bu gruplandırmaya göre olacaktır. Örneğin; İkinci Bölge için %15, üçüncü bölge için %20, Dördüncü Bölge için %25, Beşinci Bölge için %30 ve Altıncı Bölge için %40 oranında destekleme yapılabilir.

4.1.6. Yönetim ve Operasyonlar

Sosyal turizm planlarının nasıl uygulanacağını ve yönetileceğini ifade eden bu aşamada göz önünde bulundurulması gereken konular;

- Kitle turizminden çok sürdürülebilir turizm hareketliliğinin sağlanması,
- Operasyonlarla ilgili yararlanıcılara ve ürün ve hizmet sağlayıcılarına yönelik etik kuralların belirlenmesi,
- Kamu ve özel sektör arasında sürdürülebilir işbirliğinin sağlanması,
- Modele katılan tüm ilgili gruplara yönelik bilgilendirme, eğitim ve sertifikasyon programlarının organize edilmesi,
- Sosyal turizm ürününün oluşturulması, pazarlaması konusunda ürün ve hizmet sağlayıcılarına destek sağlanması,
- Yerel halk tarafından küçük ölçekli işletmelerin kurulması ve diğer hizmetlerde de yerel halkın istihdam olanaklarının artmasının sağlanması,
- Adalar, milli parklar ve korunan alanlar gibi ekolojik yönden hassas destinasyonlarda, taşıma kapasitelerinin aşılmamasına yardımcı olunması,

- Yöresel ürünlerin, el sanatlarının ve yerel hizmetlerin kullanımının özendirilmesi,
- Yararlanıcılara ve ürün ve hizmet sağlayıcılarına beklentileri, motivasyonları, tatmin düzeyleri gibi konuların belirlenmesi için pazar araştırmalarının yapılmasını ve istatistiksel bilgilerin toplanmasını sağlayacak bir sistemin oluşturulmasıdır.

4.1.7. İnternet Portalı ve Rezervasyon Sistemi

Model kapsamında oluşturulacak internet portalında bölge, kent, ilçe gibi genelden özele doğru arama ve teşvik oranlarına göre sıralama kriterleri yer alacaktır. İşletmenin konumu ve bilgileri bu portala kaydedilecektir. Fotoğrafları ve rezervasyon cetveli de yer alacak. Bunun yanı sıra işletmenin kendi internet sitesine ve yöreyi tanıtan diğer internet sitelerine buradan linkler verilecektir. Ayrıca ulaşım olanakları ve ücretleri de işletmeye ayrılan bölümde yer alacak. İşletme, teşvik kapsamına girmeyen hizmetlerini ve fiyatlarını da burada açıkça belirtecektir.

Sistemde yurttaş girişi ve işletme girişi olmak üzere iki giriş linki bulunacaktır. Öncelikle sosyal turizm yararlanıcıları, yurttaş girişini kullanarak sisteme giriş yapacaklar ve öncelikle kendilerine sorulacak soruları yanıtlayarak bir kullanıcı adı ve şifre belirleyeceklerdir. Bu bilgiler arasında kimlik numarası, eğitim durumu, iletişim bilgileri, aylık ortalama gelir gibi bilgiler yer alacaktır. İşletmeler işletme girişi linkinden kendilerine kültür ve turizm il müdürlüklerince verilen şifreyle giriş yaparak bilgilerinde küçük değişiklikler yapabileceklerdir. Bu değişiklikler girildikten sonra il müdürlüğünce onaylandıktan sonra değişiklik gerçekleşmiş olacaktır.

Yurttaş bilgileri eksiksiz doldurup şifresini aldıktan sonra rezervasyon yapmak istediği bölgeyi, kenti ve ilçeyi seçecek, alternatifleri ve rezervasyon durumunu görecektir. En az 90 gün önceden yapmak koşuluyla rezervasyonunu tamamlayacaktır. Ödemesini de kredi kartı bilgilerini girerek çevrimiçi olarak yapacaktır. Bu destekleme ödemesi sistem üzerinden Bakanlığın kasasına aktarılacak ve Bakanlık ücreti konaklamadan sonraki 40 gün içinde ilgili işletmeye ödeyecektir. İşletmenin vergi, sigorta vs. borcu varsa ödemede alacağı devlet katkısı bu borçlara mahsup edilebilecektir. Rezervasyon iptalleri de 15 gün öncesine kadar bedelsiz, bir

hafta öncesine kadar %25 bedelli yapılabilecek. Bir haftadan daha kısa süre içinde rezervasyon iptali yapılamayacaktır.

Bu teşvik sistemi için Kültür ve Turizm Bakanlığınca bir portal oluşturulacak ve teşvik programına katılmak isteyen tüm konaklama işletmeleri, kendilerinden istenen evrakları tamamlayıp il kültür ve turizm müdürlüklerine elden teslim edeceklerdir. Tüm Türkiye Cumhuriyeti yurttaşları her üç yılda bir kere ve maksimum yedi geceleme için teşvikten yararlanabilecektir. Müşteri tatili bittikten sonra 15 gün içinde sitede yer alan memnuniyet anketini doldurarak kendisine bir yıl avantaj sağlayacaktır. Yani normalde üç yılda bir olan teşvik hakkını anket doldurarak sisteme katkı sağladığı için iki yılda bir kullanabilecektir.

Sosyal turizm kapsamında dezavantajlı grup olarak nitelendirilen, gaziler ve şehit yakınları bölge gözetmeksizin sistemden en üst yüzdeyle ve üç yıl sınırı olmaksızın yararlanabilecekler.

4.1.8. Beklenen Çıktılar

Modelde beklenen çıktılarla amaçlar arasında kurulan ilişki, gelişme sonucunda ortaya belirlenen amaçlarla çıkan sonuçların karşılaştırmalı olarak sürekli izlenmesine ve beklenilmeyen gelişmelerde modelin her aşamasında gerekli düzenlemelerin yapılmasına olanak sağlamaktadır.

Modelin geliştirilmesiyle ulaşılmak istenen hedefler ve arzu edilen başlıca sonuçlar aşağıdaki gibi belirtilebilir;

- Toplumsal faydalar (sosyoekonomik, sosyokültürel),
- Sürdürülebilir gelişmenin sağlanması,
- Bölgesel ve yerel kalkınmanın desteklenmesidir.

4.1.9. Modelin Finansmanı

SOTGEM, ilgili bakanlıkların bütçelerinden aktaracakları kaynaklar, kalkınmada öncelikli yörelerdeki turizm yatırımları için ayrılan ödenekten belli bir oranda pay verilmesi, işletmeler tarafından ödenen aidatlar ve kayıt ücretleri ayrıca tahsilatla ödeme arasındaki geçecek sürede bir kaynak olarak modelin bütçesini oluşturacaktır.

BÖLÜM 5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Türkiye’de sosyal turizmin gelişmesi için yıllık ücretli izin; haftalık izin, bayram tatili gibi hakların uygulanması, kamu kuruluşlarının yararlanıcılara sunduğu kamu kampları, erken rezervasyonlarda ulaşım ve konaklama hizmetlerinde uygulanan indirimler, taksitli tatil fırsatları, ulaşım altyapısının iyileştiriliyor olması yeterli olmamaktadır. Buna göre, Türkiye’deki sosyoekonomik yapı göz önüne alındığında, tatil bir gereksinim olarak değil bir lüks olarak algılanmaktadır. Önceliği temel gereksinimlerini karşılamak olan düşük gelir grubundakiler için ve hastalığı veya engellilik durumu nedeniyle turizm faaliyetine katılamayanlar için tatil kavramı evde kalmak anlamına gelmektedir (Ak, Bıçk, & Özgökçeler, 2013, s. 69).

Yerel yönetimlerin de sosyal turizm uygulamalarının türü açısından önemli katkıları vardır. Ancak, Türkiye’de turizm yönetiminin merkezi olması ve turizm politikalarında devlet tarafından sosyal turizme bütüncül olarak yer verilmemesi nedeniyle sosyal turizmi uygulamak kısmen belediyelerin inisiyatifine kalmıştır (Kızılırmak & Ertuğral, 2012, s. 44-47) Turizm işletmecilerinin bazı kişi ve kurumların sosyal sorumluluk projeleri olarak sosyal turizm konusunda da uygulamalar bulunmaktadır. Özetle, Türkiye’de sosyal turizm uygulamaları şirketlerin, yerel yönetimlerin, özel kuruluşların veya kişilerin inisiyatifine göre gelişmektedir.

Konaklama işletmeleri ile sosyal turizm yararlanıcıları arasında bağlantı kurulması son derece önemlidir. Bu bağlantı görevini üstlenecek kâr odaklı olmayan bir yapıya gereksinim duyulmaktadır. İnternet üzerinden, merkezi rezervasyon sistemi ile rezervasyon yapabilme kısa bir zaman diliminde rezervasyon onayı alabilme olanağının, sosyal turizme yönelik hizmet veren kamu kurum ve kuruluşlarının olmaması büyük eksiklik olarak göze çarpmaktadır.

Tüm bu hususlar göz önüne alındığında teşvik modelinin maddi manevi hiçbir olumsuz sonucu ve kamuya ekstra külfeti olmadığı açıkça görülmektedir. Konuyla ilgili otorite görüşlerinin ortaya konması ve bu teşvikin, Türkiye Turizm Stratejisi 2023 içinde turizm politikasının bir parçası haline gelerek ekonomik faydaya dönüşebilmesi için ilgili bakanlıklar ve son olarak da T.C. Cumhurbaşkanlığı ile görüşülerek bir konsorsiyum sağlamaya gereksinim duyulmaktadır.

Bir önceki bölüm çalışmanın konusu olan öneri niteliğindedir. Bu yüzden öneri başlığı altında bir bölüme ayrıca geniş yer vermeye gerek görülmemiştir. Sonucu özetlemek gerekirse;

- Hali hazırda Türkiye’de İl Kültür ve Turizm müdürü olmak gibi turizm otoritesi sayılabilecek konumdaki bazı yöneticiler dahi sosyal turizm kavramına yeterince hâkim değildirler.
- Dünya’da uygulanagelen sosyal turizm modelleri kapsayıcı değildir.
- Türkiye’de sosyal turizme dair bazı girişimlerde bulunulmuşsa da bunlar sürdürülebilir olmamıştır.
- Türkiye’de kapsayıcı ve sürdürülebilir yeni bir sosyal turizm politikasına ihtiyaç vardır.
- Söz konusu bir sosyal turizm politikasında sosyal devlet sıfatıyla başrolü hem denetim hem uygulama hususunda devlet üstlenmelidir.

Son olarak, çalışmaya dair bir öneride bulunmak gerekirse; bu öneri daha da geliştirilerek devlet politikası haline getirilmesi için gerekli çalışmalar yapılabilir. Bunun daha kolay hale gelmesi için de model projelendirilerek örnek bir uygulama yapılabilir ve böylece modelin uygulanabilirliği test edilmiş olur.

KAYNAKLAR

- Ak, D., Bıçkıcı, D., & Özgökçeler, S. (2013). Avrupa'da ve Türkiye'de Sosyal Turizm. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(31), 49-73. <https://dergipark.org.tr/en/pub/musbed/issue/23292/248568> adresinden alındı
- Akdemir, H. (2019). *Social Tourism As A Tool For Creating An Inclusive Society: Examining The Turkey's Alternative Camp*. İstanbul: Boğaziçi University Institute for Graduate Studies in Social Sciences, Department of Sustainable Tourism Management.
- Almeida, M. (2011). The Development of Social Tourism in Brazil. *Current Issues in Tourism*, 14(5), 483-489.
- Altunışık, R. (2008). Anketlerde veri kalitesinin iyileştirilmesi için öntest (pilot test) yöntemler. *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*(2), 1-17.
- Amir, B., Artemyev, A. M., & Assipova, Z. M. (2016). Definition of the different social tourism models in the World. *KazNU Bulletin Geography Series*, 43(2), 118-127.
- Avcıoğlu, G. Ş. (2014). Sosyal bilimlerde internet anketi uygulamaları: cevaplama oranı, veri kalitesi, örneklem sorunları ve çözümleri. *Journal of Human Sciences*, 11(2), 89-113.
- Aydemir, B., & Kılıç, S. N. (2017). Dünyada ve Türkiye'de üçüncü yaş turizmi. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(3), 1-11.
- Aykaç, A. (2009). *Yeni İşler, Yeni İşçiler Turizm Sektöründe Emek*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Bahar, E. (2016). Gençlik Turizminin Sorunları, Gelişmesine Yönelik Çözüm Önerileri . *Ekonomi, Yönetim ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1(1), 45-58.
- Balcı, A. (2015). *Sosyal bilimlerde araştırma: Yöntem teknik ve ilkeler*. Ankara: Pegem A Yayıncılık.

- Baumgartner, C. (2012). Social tourism and sustainability . S. McCabe, L. Minnaert, & A. Diekmann içinde, *Social Tourism in Europe: Theory and Practice* (s. 166-176). New York: Routledge.
- Bélangier, C. É. (2011). Case Study 1: International Social Tourism Organisation (ISTO, formerly BITS). S. McCabe, L. Minnaert, & A. Diekmann içinde, *Social Tourism in Europe: Theory and Practice* (s. 14-17). Bristol, Blue Ridge Summit:: Channel View Publications.
- Bélangier, C. É., & Jolin, L. (2011). The International Organisation of Social Tourism (ISTO) working towards a right to holidays and tourism for all. *Current Issues in Tourism*, 14(5), 475-482.
- Bramwell, B., & Lane, B. (1993). Sustainable tourism: An evolving global approach. *Journal of Sustainable Tourism*, 1-5.
- Büyüköztürk, Ş., Kılıç-Çakmak, E., Akgün, Ö., Karadeniz, Ş., & Demirel, F. (2008). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Pegem Akademi.
- Caire, G. (2011). Social Tourism and the Social Economy. A. Diekmann, S. McCabe, & L. Minnaert içinde, *Social Tourism in Europe Theory and Practice* (s. 73-91). Bristol: Channel View Publications.
- Chai, A., & Moneta, A. (2010). Retrospectives: Engel Curves. *Journal of Economic Perspectives*, 24(1), 225-240.
- Cingi, S. (1990). Türk Banka Sisteminde Yeniden Yapılanma Girişimleri Çerçevesinde Türkiye Kalkınma Bankası Örneği. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(1), 109-140.
- Clarke, S. (2005). Neoliberalism - A Critical Reader. A. Saad-Filho, & D. Johnston (Dü) içinde, *The Neoliberal Theory of Society*. London: Pluto Press.
- Çallı, D. S. (2015). Uluslararası Seyahatlerin Tarihi Gelişimi ve Son Seyahat Trendleri Doğrultusunda Türkiye'nin Konumu. *Turar Turizm ve Araştırma Dergisi* , 4(1), 4-28. <https://dergipark.org.tr/en/pub/turar/issue/39646/469126> adresinden alındı
- Çelik, Z. (2012). "Neoliberalizm ve Kentsel Eşitsizlikler Neoliberalizm ve Kentsel Eşitsizlikler" Üzerine Prof. Dr. Nezar AlSayyad ile Söyleşi. *İdeal Kent Araştırma Dergisi*(7), 10-20.

- Çiçek, D., & Sarı, Y. (2018). Kalkınma Kuramları ve Turizmin Gelişimi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(4), 993-1015.
- Davis, M. (2007). *Gecekondu Gezegeni*. (G. Koca, Çev.) İstanbul: Metis Yayınları.
- De Vaus, D. (2014). *Surveys in Social Research*. Crows Nest: Routledge.
- Demir, C., & Çevirgen, A. (2006). *Turizm ve çevre yönetimi: sürdürülebilir gelişme yaklaşımı*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Demirkol, Ş. (1988). *Sosyal Turizm ve Türk Turizmindeki Yeri*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Diekmann, A., & McCabe, S. (2011). Systems of social tourism in the European Union: a critical review. *Current Issues in Tourism*, 14(5), 417-430.
- Diekmann, A., & McCabe, S. (2020). Introduction to the Handbook of Social Tourism. A. Diekmann, & S. McCabe içinde, *Handbook of Social Tourism* (s. 1-11). Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited.
- Diekmann, A., McCabe, S., & Minnaert, L. (2012). Social Tourism Today: Stakeholders, Supply and Demand Factors. A. Diekmann, S. McCabe, & L. Minnaert içinde, *Social Tourism In Europe: Theory and Practice* (s. s. 35-47). Toronto: Channel View Publications.
- Dolikashvili, L. (2021). The Importance of Social Tourism Development in Georgia. *Vectors of Social Sciences*, 1(2), 42-52.
- Dumitru, N., Negricea, C., & Slapac, A. (2009). Social Tourism-A Factor In Cultural, Social and Economic Change. *Romanian Economic and Business Review*, 4(2), 89-94.
- EESC. (2006). *Opinion of the European Economic and Social Committee on Social tourism in Europe*. European Economic and Social Committee. European Union. Haziran 23, 2022 tarihinde <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:52006IE1155&from=IT#:~:text=According%20to%20the%20European%20Commission,underprivileged%20sector%20of%20the%20population!> adresinden alındı

- Erdoğan, İ. (2012). *Pozitivist metodoloji ve ötesi: Araştırma Tasarımları Niteliksel ve İstatistiksel Yöntemler*. Ankara: Erk Yayınları.
- Faulkner, B., Moscardo, G., & Laws, E. (2000). *Tourism in the twenty-first century – Reflections on experience*. London and Newyork: Continuum.
- Fennell, D. A. (2014). *Ecotourism* (2 b.). New York: Routledge.
- Finn, M., Walton, M., & Elliott-White, M. (2000). *Tourism and leisure research methods: Data collection, analysis, and interpretation*. . Pearson education.
- Finn, M., White, M. E., & Walton, M. (2000). *Tourism And Leisure Research Methods*. London: Longman.
- Gabruc, J. (2016). Multi-Channel Funding of Social Tourism Programs: The Case of the Association of Friends of Youth. (U. o. Press, Dü.) *Academica Turistica - Tourism and Innovation Journal*, 9(2), 97-105.
- Giusti, A., & Viviani, A. (2013). Social diversity: a look at tourism. *Journal of Environmental Management & Tourism*, 4(2), 57-64.
- Gürbüz, N. (2019). Ulusal ve Uluslararası Alanda Seyahat Özgürlüğüne Bakış ve Diğer Temel Hak ve Özgürlüklerle İlişkisi. *Türkiye İnsan Hakları ve Eşitlik Kurumu Akademik Dergisi*, 2(3), 95-126.
- Hall, D., & Brown, F. (2012). The welfare society and tourism: European perspectives. S. McCabe, L. Minnaert, & A. Diekmann içinde, *Social Tourism in Europe; Theory and Practice* (s. 108-121). Bristol: Channel View Publications.
- Harris, J. M. (2001). Frontier Issues in Economic Thought: Basic principles of sustainable development. J. M. Harris, T. A. Wise, K. P. Gallagher, & R. G. Neva içinde, *A survey of sustainable development: Social and economic dimensions - The Encyclopedia of Life Support Systems* (E. Özmete, Çev., Cilt 6). Washington DC: Island Press.
- Haulot, A. (1983). International Bureau of Social Tourism. *Annals of Tourism Research*, 10(4), 558-560.
- Haulot, A. (1985). The environment and the social value of tourism. *International Journal of Environmental Studies*, 25(4), 219-223.

- Higgins-Desbiolles, F. (2006). More than an "industry": The forgotten power of tourism as a social force. *Tourism Management*, 27(6), 1192–1208.
- Hoşcan, N. (2018). Küreselleşme Sürecinde Yöresel Gastronomik Ürünlerin Üretiminde ve Pazarlanmasında Kooperatifçilik Üzerine Bir Model Önerisi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(Ek1), 390-413.
- Hoşcan, N. (2020). Seyahat Endüstrisinde Sürdürülebilir Pazarlama Yaklaşımı. E. Karaçar içinde, *Turizm Alanında Güncel Konular ve Araştırmalar* (s. 7-47). İstanbul: Çizgi Kitabevi.
- ISTO. (2016). *Montreal Declaration "Towards a humanist, social vision of tourism"* 1996. Brussels: ISTO. <https://isto.international/wp-content/uploads/2020/02/Declaration-Montreal-EN.pdf> adresinden alındı
- ISTO. (2019). *Tourism in actions 20 examples of social policies & programmes around the world*. ISTO. https://www.isto.international/wp-content/uploads/2019/12/EN_Tourism-in-actions-20-examples-of-social-policies-programmes-around-the-world.pdf adresinden alındı
- ISTO. (2020). *Action Plan 2021-2022*. Brussels: The International Social Tourism Organisation.
- Işıkoğlu, N. (2005). Eğitimde nitel araştırma. *Eurasian Journal of Educational Research*, 20, 158-165.
- Kara, B. (2009). *Uluslararası Düzeyde Sosyal Turizm ve Türkiye'deki Uygulamaları*. Ankara: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Dış İlişkiler ve Avrupa Birliği Koordinasyon Dairesi Başkanlığı Uzmanlık Tezi.
- Karasar, N. (2011). *Bilimsel Araştırma Yöntemi: Kavramlar, İlkeler, Teknikler*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Kayhan, N. (2010). Ulusal ve Uluslararası Normlara Göre Türkiye’de Yıllık İzin Hakkı. *Çalışma İlişkileri Dergisi*, 1(1), 119 – 149.
- Kızılırmak, İ., & Ertuğral, S. M. (2012). Sosyal Turizmin Gelişiminde Yerel Yönetimlerin Rolü ve Yapılan Uygulamalar. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1(2), 33-53.

- Kozak, N., Kozak, M., & Kozak, m. (2010). *Genel Turizm: İlkeler - Kavramlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kuntay, O. (2004). *Sürdürülebilir Turizm Planlaması*. Ankara: Alp Yayınevi.
- Küyük, E. F. (2012). *Sosyal Turizmin Desteklenmesiyle Turizmde Mevsimselliğin Azaltılması: İspanya Örneği*. İstanbul: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı İstanbul Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü Uzmanlık Tezi .
- Leung, Y.-F., Marion, J. L., & Farrell, T. A. (2008). The role of recreation ecology in sustainable tourism and ecotourism. S. F. McCool, & R. N. Moisey içinde, *Tourism, recreation and sustainability: Linking culture and the environment* (2 b., s. 19-37). Oxfordshire: CABI.
- Levent, A. H. (2020). Uluslararası İstatistiksel Sınıflamalara Yönelik Kod Atama Sistemi (KASİS). *Bilişim Teknolojileri Dergisi*, 13(3), 313-327.
- Liu, Z. (2003). Sustainable tourism development: a critique. *Journal of Sustainable Tourism*, 11(6), 459-475.
- McCabe, S. (2015). Is the UK being left behind? *Current trends in social tourism in Europe and beyond, commissioned by Family Holiday Association*.
- McCabe, S., & Qiao, G. (2020). A review of research into social tourism: Launching the Annals of Tourism Research Curated Collection on Social Tourism. *Annals of Tourism Research*, 85, 103103., 85(103103), 1-19.
- McCabe, S., Minnaert, L., & Diekmann, A. (2011). *Social tourism in Europe: Theory and practice*. Channel View Publications.
- Minnaert, L., & Schapmans, M. (2009). Tourism as a form of social intervention: the Holiday Participation Centre in Flanders. *Journal of Social Intervention: Theory and Practice*, 18(3), 42-61.
- Minnaert, L., Diekmann, A., & McCabe, S. (2012). Defining social tourism and its historical context. S. McCabe, L. Minnaert, & A. Diekmann (Dü) içinde, *Social tourism in Europe: Theory and practice* (s. 18-30). Toronto:: Channel View Publications.
- Minnaert, L., Maitland, R., & Miller, G. (2006). Social tourism and its ethical foundations. . *Tourism Culture & Communication*, 7, 7-17.

- Minnaert, L., Maitland, R., & Miller, G. (2009). Tourism and social policy: The value of social tourism. *Annals of Tourism Research*, 36(2), 316-334.
- Minnaert, L., Maitland, R., & Miller, G. (2011). What is Social Tourism? *Current Issues in Tourism*, 14(5), 403-415.
- Minnaert, L., Stacey, J., Quinn, B., & Griffin, K. (2010). Social tourism for low income groups, benefits in UK and Irish context. S. Cole, & M. N. içinde, *Tourism and Inequality* (s. 126-143). Wallingford: CABI.
- Nakip, M. (2013). *Pazarlamada Araştırmaları Teknikleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Omay, U. (2011). *Sosyal Haklar*. İstanbul: Beta Basım Yayım.
- Ölmezoğulları, N. (2012). Türkiye Ekonomisinde Yapısal Uyum Süreci ve İstikrar Tartışma Metni, No. 2012/68. *Turkish Economic Association*, 297-316. <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/81575/1/722275994.pdf> adresinden alındı
- Özdemir, M. (1992). Türk Turizm Tarihi İçinde TURBAN Yeri ve Önemi. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(6), 23-34.
- Özen, C. (2015). Yıllık Ücretli İzin Hakkının 4857 Sayılı İş Kanunu'ndaki Görünümü. *Çalışma Dünyası Dergisi*, 3(1), 55-77.
- Pelit, E., Baytok, A., & Oybalı, H. H. (2015). Sürdürülebilir Turizm mi? Turizmde Sürdürülebilirlik mi? Kavramsal Bir Tartışma. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 6(14).
- Pié Ninot, R., & Vilanova Claret, J. M. (2012). A century of tourism in Europe: new challenges to the discipline of urbanism. *6th Conference of the International Forum on Urbanism (IFoU): TOURBANISM* (s. 1-6). Barcelona: International Forum on Urbanism.
- Puczko, L., & Ratz, T. (2011). Social Tourism in Hungary: From Trade Unions to Cinema Tickets. *Current Issues in Tourism*, 14(5), 459-473.
- Sarıbaş, Ö., & Akbaba, A. (2018). A general overview of social tourism literature . VII. ULUSAL III. ULUSLARARASI DOĞU AKDENİZ TURİZM

SEMPOZYUMU BİLDİRİLER KİTABI (s. 193-202). HATAY: İskenderun Teknik Üniversitesi.

Schenkel, E., & Almeida, M. V. (2020). Social tourism in Latin America: regional initiatives. A. Diekmann, & S. McCabe içinde, *Handbook of Social Tourism* (s. 33-42). Edward Elgar Publishing.

Soler, J. A., Díaz, M. B., & Vera, P. S. (2018). The accessible social tourism: A new tourist model. *Cuadernos de Turismo*, 41, 139-155.

Sonuç, N. (2016). *Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Sosyal Turizm: İzmir Örneği*. İzmir: T.C. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı Turizm İşletmeciliği Programı Doktora Tezi.

Şenel, İ. (1997). *Türkiye’de Sosyal Turizmin bir unsuru Olarak Öğretmenevlerinin Türk Turizmine olan Katkısı*. Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Eğitimi Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2007). *Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Eylem Planı*. Ankara: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı.

Taymaz, E., & Voyvoda, E. (2015). 2023'e Doğru Sanayi, Yapısal Dönüşüm ve Sanayi Politikaları. *İktisat İşletme ve Finans*, 30(350), 25-62.

Thomas, T. K. (2018). Inclusions and exclusions of social tourism. *Asia Pacific Journal of Innovation in Hospitality and Tourism*, 7(1), 85-89.

Tosun, C. (2001). Challenges Of Sustainable Tourism Development In The Developing World: The Case Of Turkey. *Tourism Management*, 22(3), 289-303.

Tugay, M. (2019). Yıllık Ücretli İzin. *Yaşar Hukuk Dergisi*, 1(2), 205-247.

Türnüklü, A. (2000). Eğitimbilim Araştırmalarında Etkin Olarak Kullanılabilecek Nitel Bir Araştırma Tekniği: Görüşme. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi*, 6(4), 543-559.

UN. (2020). *The Sustainable Development Goals Report 2020*. New York: United Nations.

UNEP, & UNWTO. (2005). *Making Tourism More Sustainable - A Guide for Policy makers*. Paris: UNEP.

- UNWTO. (2015, 09 15). *World Tourism Organization Network*. 09 15, 2015 tarihinde World Tourism Organization: <http://sdt.unwto.org/content/about-us-5> adresinden alındı
- Usta, Ö. (1982). *Sosyal Turizm*. İzmir: İstiklal Matbaası.
- Usta, Ö. (2008). *Turizm, Genel ve Yapısal Yaklaşım*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Van Cauwenberge, E. (2013). The Layout of Tourism Promotion in and for Belgium. *Journal of Tourism & Services*, 4, 133-149.
- WTTC. (2022). *Travel and Tourism Economic Impact 2021*. London: World Travel and Tourism Council.
- Yıkılmış, M. S. (2020). Nitel Araştırmalarda E-Görüşme Tekniği. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(1), 183-197.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2011). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara.