

**T.C.**  
**BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**TURİZM İŞLETMECİLİĞİ VE OTELCİLİK ANABİLİM DALI**

**TÜRKİYE TURİZM STRATEJİSİ'NDE (2023) TEŞVİK**  
**EDİLEN EKOTURİZME KATILAN YERLİ TURİSTLERİN**  
**DESTİNASYON HİZMET KALİTESİNE YÖNELİK**  
**DEĞERLENDİRMELERİ**  
**(DOĞU KARADENİZ BÖLGESİ ÖRNEĞİ)**

**DOKTORA TEZİ**

**Özge DEMİRBULAT**

**Balıkesir, 2018**

**T.C.**  
**BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**TURİZM İŞLETMECİLİĞİ VE OTELCİLİK ANABİLİM DALI**

**TÜRKİYE TURİZM STRATEJİSİ'NDE (2023) TEŞVİK**  
**EDİLEN EKOTURİZME KATILAN YERLİ TURİSTLERİN**  
**DESTİNASYON HİZMET KALİTESİNE YÖNELİK**  
**DEĞERLENDİRMELERİ**  
**(DOĞU KARADENİZ BÖLGESİ ÖRNEĞİ)**

**DOKTORA TEZİ**

**Özge DEMİRBULAT**

**Tez Danışmanı**  
**Doç. Dr. Yusuf AYMANKUY**

**Balıkesir, 2018**

T.C.  
BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

TEZ ONAYI

Enstitümüzün Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı'nda 201312502006 numaralı Özge DEMİRBULAT'ın hazırladığı "**Türkiye Turizm Stratejisi'nde (2023) Teşvik Edilen Ekoturizme Katılan Yerli Turistlerin Destinasyon Hizmet Kalitesine Yönelik Değerlendirmeleri (Doğu Karadeniz Bölgesi Örneği)**" konulu DOKTORA tezi ile ilgili TEZ SAVUNMA SINAVI, Lisansüstü Eğitim Öğretim ve Sınav Yönetmeliği uyarınca 30/11/2018 tarihinde yapılmış, sorulan sorulara alınan cevaplar sonunda tezin onayına OY BİRLİĞİ/~~OY ÇOKLUĞU~~ ile karar verilmiştir.

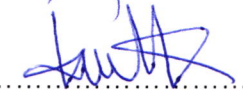
(Başkan) Prof. Dr. Derman KÜÇÜKALTAN

İmza.....

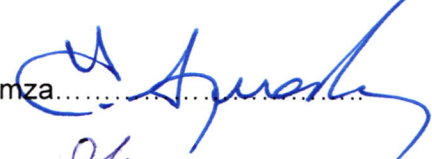
(Üye) Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT

İmza.....

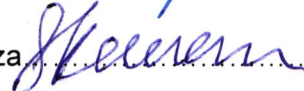
(Üye) Prof. Dr. İsmail Hakkı ERASLAN

İmza.....

(Üye) Doç. Dr. Yusuf AYMANKUY

İmza.....

(Üye) Doç. Dr. Sebahattin KARAMAN

İmza.....

Yukarıdaki imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduklarını onaylarım.

17/12/2018

Enstitü Onayı



## ÖNSÖZ

Bu araştırmada, turizm sektörü açısından bir destinasyonun hizmet kalitesi düzeyinin belirlenebilmesi için, turistik talebin beklentileri ile algıladıkları performans düzeyi arasındaki farklılığın ortaya koyulması hedeflenmiştir. Araştırmada destinasyon olarak, ekoturizm potansiyeline sahip olan Doğu Karadeniz Bölgesi tercih edilmiş ve Doğu Karadeniz Bölgesi'nin ekoturizm açısından hizmet kalitesinin mevcut durumunun belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda, araştırma, beş bölüm olarak tasarlanmıştır. Araştırmanın birinci bölümünde; araştırmanın konusu, amacı ve önemi ele alınarak, araştırmanın varsayımları ve sınırlılıkları ortaya koyulmuştur. Kuramsal çerçeve ve ilgili araştırmalar başlığı ile iki kısımda ele alınan ilgili alanyazın bölümü, araştırmanın ikinci bölümünü oluşturmaktadır. Türkiye Turizm Stratejisi, sürdürülebilirlik, ekoturizm, Türkiye'de turizm hareketleri ile hizmet ve kalite kavramları, kuramsal çerçevede ele alınırken; hizmet kalitesi ve ekoturizm ile ilgili daha önce yapılmış araştırmalara, ilgili araştırmalar bölümünde yer verilmiştir. Üçüncü bölümde; araştırmanın modeline, evren ve örneklemine, veri toplama araç ve teknikleri ile veri toplama sürecine yer verilmiştir. Dördüncü bölümde; araştırmanın bulguları ile yorumlara ve son bölümde ise, araştırmanın sonuçlarına yer verilerek, bu sonuçlara göre önerilerde bulunulmuştur. Yapılan bu araştırma ile ilgili yazına katkı sağlamak amaçlanmıştır.

Söz konusu bu araştırmanın tamamlanmasında yardımlarını esirgemeyen ve özellikle doktora eğitimine başlamam hususunda beni yüreklendiren danışman hocam Doç. Dr. Yusuf AYMANKUY'a, değerli görüşleriyle araştırmama katkıda bulunan hocam Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT'a, bilimsel görüş ve önerilerinden faydalandığım Prof. Dr. İsmail Hakkı ERASLAN'a, Prof. Dr. Derman KÜÇÜKALTAN'a, Doç. Dr. Sebahattin KARAMAN'a ve Doç. Dr. Murat DOğDUBAY'a sonsuz teşekkürlerimi sunuyorum. Ayrıca akademik hayata atılmak için çabaladığım zorlu zamanlarda umudumu kaybetmememe vesile olan Doç. Dr. Kamil YAğCI'ya minnetlerimi sunuyorum.

Eğitim hayatım boyunca desteklerini hissettiğim, ismini sayamadığım tđm hocalarıma ayrı ayrı şükranlarımı sunuyorum. Ayrıca bu araştırmanın özellikle veri toplama sürecinde, yoğun tempolarına rağmen yardımlarını esirgemeyen profesyonel turist rehberi meslektaşlarıma teşekkürlerimi iletiyorum.

Bu zorlu yolda bana nefes olan, hep daha iyisini yapabileceğime inanan, her anımı varlığıyla anlamlandıran, canım eşim Hakan DEMİRBULAT'a, her şeyim, varlığı, canım babacığım Vahap GÜDÜ ve bir tanecik annem şükran GÜDÜ'ye, kardeşlerim Gözde GÜDÜ UZUN, Gülşah GÜDÜ ve Barış Can GÜDÜ'ye sonsuz teşekkürler ediyorum. Son olarak, hayatımızın neşesi, canım kızım Beliz Lena DEMİRBULAT... İyi ki geldin, seni seviyorum.

**Balıkesir, 2018**

**Özge DEMİRBULAT**

## ÖZET

### **TÜRKİYE TURİZM STRATEJİSİ'NDE (2023) TEŞVİK EDİLEN EKOTURİZME KATILAN YERLİ TURİSTLERİN DESTİNASYON HİZMET KALİTESİNE YÖNELİK DEĞERLENDİRMELERİ (DOĞU KARADENİZ BÖLGESİ ÖRNEĞİ)**

**DEMİRBULAT, Özge**

**Doktora, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı**

**Tez Danışmanı: Doç. Dr. Yusuf AYMANKUY**

**2018, 271 Sayfa**

Hizmet kalitesinin belirlenmesi, özellikle ekoturizm potansiyeline sahip destinasyonlarda hizmet kalitesinin geliştirilmesi için önemli bir başlangıç unsuru olarak ele alınabilir. Bu nedenle, söz konusu hususta hizmet kalitesinin geliştirilebilmesi için öncelikle mevcut (güncel) düzeyin bilinmesi/ortaya koyulması gerekmektedir. Buradan hareketle, bu araştırmanın temel amacı; ekoturizm potansiyeline sahip Doğu Karadeniz Bölgesi'ni ziyaret eden yerli turistlerin, destinasyona yönelik bekledikleri hizmet kalitesi ile algıladıkları hizmet kalitesi arasındaki farklılığın tespit edilmesidir. Bu amaçla, Doğu Karadeniz Bölgesi'nde 2017-2018 yıllarında ekoturizm turlarına (ekoturlara) katılan yerli turistlerin destinasyona yönelik hizmet kalitesi beklenti ve algılarının belirlenmesi için alanyazında kabul görmüş ECOSERV ölçeği kullanılarak 400 yerli turiste anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Hizmet kalitesi ölçülürken beklentilerin, hizmetten yararlanmadan (yani deneyim gerçekleşmeden) önce, algılamaların ise hizmetten yararlandıktan sonra ölçülmesi önemli görülmektedir. Bu sebeple bu çalışmada, araştırma anketi iki aşamalı olarak uygulanmıştır. İlk aşamada yerli turistlere, tura başladıkları ilk gün, otobüste, destinasyona ilişkin hizmet kalitesinden beklentileri sorulmuştur. Ayrıca aynı kişinin aynı anketi cevaplayabilmesi adına, anketlere numara verilerek turistlerin tatillerinin/turlarının sonuna kadar beklenmiştir. Son olarak anketler, turistlere, turlarının son günü, destinasyondan ayrılıp dönüş yoluna geçtiklerinde dağıtılarak, algıları sorulmuştur. Elde edilen araştırma verileri, araştırmanın amacına uygun istatistiki teknikler ve programlar kullanılarak analiz

edilmiş ve bu doğrultuda yorumlanarak sonuçlar tespit edilerek, öneriler geliştirilmiştir.

Araştırma sonucunda elde edilen verilerden, Doğu Karadeniz Bölgesi'ni ziyaret eden yerli turistlerin, ekoturizm kavramı ile ilgili değerlendirmeleri, ekoturlara katılma nedenleri ile Doğu Karadeniz Bölgesi'nde ekoturizm gelişiminin önündeki engellere ilişkin düşünceleri tespit edilmiştir. Ayrıca yerli turistlerin, ekoturlara ilişkin bilgileri hangi yolla elde ettikleri, Doğu Karadeniz Bölgesi'nde ekoturizme yönelik hizmetlerden beklentilerinin düzeyi ile Doğu Karadeniz Bölgesi'ndeki ekoturizme yönelik hizmetleri algılama düzeyleri detaylı olarak incelenmiştir. Doğu Karadeniz Bölgesi'ni ziyaret eden yerli turistlerin, ekoturlara yönelik destinasyon hizmet kalitesinden beklenti düzeyleri ile beklentilerinin karşılanmasına yönelik görüşleri arasındaki ilişki de bu araştırma ile ortaya çıkarılmıştır. Bu doğrultuda, araştırma sonucunda, yerli turistlerin Doğu Karadeniz destinasyonuna yönelik beklenti düzeylerinin yüksek olduğu tespit edilirken; performans düzeylerinin (algıladıkları hizmet kalitesi), beklenti düzeylerini kısmen karşıladığı saptanmıştır. Araştırma faktörlerinden “eko-fiziksel özellikler” faktörü, diğer faktörlere kıyasla, katılımcıların en fazla önem verdiği faktör olmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Sürdürülebilir Turizm, Ekoturizm, Hizmet Kalitesi, Destinasyon Hizmet Kalitesi, Doğu Karadeniz Bölgesi.

## **ABSTRACT**

### **DESTINATION SERVICE QUALITY ASSESSMENTS OF DOMESTIC TOURISTS PARTICIPATING IN THE ECOTOURISM INDUCED TURKEY TOURISM STRATEGY (2023) (AN EXAMPLE OF EASTERN BLACK SEA REGION)**

**DEMİRBULAT, Özge**

**Phd Thesis, Department of Tourism and Hotel Management**

**Advisor: Doç. Dr. Yusuf AYMANKUY**

**2018, 271 pages**

The determination of the quality of service can be regarded as an important starting element for the development of service quality, especially in destinations with ecotourism potential. For this reason, in order to improve the quality of service in subject matter, it is first necessary to know or reveal the current level. Thus, the main purpose of this research is to determine the difference between the quality of service that the domestic tourists visiting the Eastern Black Sea Region with the potential of ecotourism expects for the destination and the quality of service they perceive. For this purpose, in the Eastern Black Sea Region, 400 domestic tourists were surveyed using the accepted ECOSERV scale to determine the expectations and perceptions of the service quality of the domestic tourists participating in the ecotourism tours (ecotours) in 2017-2018. It is important to measure expectation of service quality before using the service (before the experience takes place) and measuring the perceptions after using the service. For this reason, the research questionnaire was applied in two phases. In the first stage, domestic tourists were asked about the service quality of the destination on the tour bus and on the first day they started the tour. The questionnaires were numbered in order to allow the same person to answer the same questionnaire and waited until the end of the tour. Finally, the questionnaires were given to the tourists and their perceptions were asked when the last day of the tours. The obtained research data were analyzed by using appropriate statistics and programs for the purpose of research, the results were interpreted in this direction and suggestions were developed.

From the results obtained from the research, domestic tourists visiting the Eastern Black Sea Region have been assessed about the concept of ecotourism, reasons for participating in the ecotours and opinions about the obstacles before the development of ecotourism in the Eastern Black Sea Region. In addition, how domestic tourists have obtained information about ecotours, the level of expectations of services for ecotourism in the Eastern Black Sea Region and the level of perception of services for ecotourism in the Eastern Black Sea Region have been examined in detail. This research also revealed the relationship between the expectation level of the domestic tourists visiting the Eastern Black Sea Region and the quality of the destination service for ecotours and their views on meeting expectations. In this direction, as a result of the research; it is determined that the expectation levels of domestic tourists for the Eastern Black Sea destinations are high and performance levels (the service quality they perceive) partially meet the expectation levels. The “eco-tangibles” factor of the research factors was the most important factor of the participants compared to the other factors.

**Key Words:** Sustainable Tourism, Ecotourism, Service Quality, Destination Service Quality, Eastern Black Sea Region.

*Sevgili eşim, kıymetlim Hakan'a,*

*Hayatımın tadı, canım kızım Beliz Lena'ya...*



# İÇİNDEKİLER

Sayfa

|                           |      |
|---------------------------|------|
| ÖNSÖZ.....                | iii  |
| ÖZET .....                | v    |
| ABSTRACT .....            | vii  |
| İÇİNDEKİLER .....         | x    |
| ÇİZELGELER LİSTESİ .....  | xiii |
| ŞEKİLLER LİSTESİ .....    | xv   |
| KISALTMALAR LİSTESİ ..... | xvi  |

## 1. GİRİŞ.....1

|                                                 |   |
|-------------------------------------------------|---|
| 1.1. Araştırmanın Konusu (Problem Durumu) ..... | 1 |
| 1.2. Araştırmanın Amacı .....                   | 3 |
| 1.3. Araştırmanın Önemi.....                    | 4 |
| 1.4. Araştırmanın Varsayımları .....            | 5 |
| 1.5. Araştırmanın Sınırlılıkları.....           | 5 |
| 1.6. Tanımlar .....                             | 6 |

## 2. İLGİLİ ALANYAZIN .....

|                                                             |    |
|-------------------------------------------------------------|----|
| 2.1. Kuramsal Çerçeve .....                                 | 8  |
| 2.1.1. Türkiye Turizm Stratejisi.....                       | 8  |
| 2.1.1.1. Strateji Kavramının Tanımı.....                    | 9  |
| 2.1.1.2. Turizm Stratejisi Kavramı ve Önemi .....           | 10 |
| 2.1.1.3. Türkiye Turizm Stratejisi 2023 .....               | 11 |
| 2.1.1.3.1. Turizmin Çeşitlendirilmesi Stratejisi .....      | 16 |
| 2.1.1.3.2. Turizm Gelişim Bölgeleri Stratejisi .....        | 19 |
| 2.1.1.3.3. Turizm Gelişim Koridorları .....                 | 20 |
| 2.1.1.3.4. Turizm Kentleri .....                            | 21 |
| 2.1.1.3.5. Ekoturizm Bölgeleri Stratejisi .....             | 22 |
| 2.1.1.3.6. Hizmet Kalitesi Stratejisi .....                 | 23 |
| 2.1.2. Sürdürülebilirlik Kavramı .....                      | 26 |
| 2.1.2.1. Sürdürülebilirlik Kavramının Tanımı.....           | 26 |
| 2.1.2.2. Sürdürülebilir Turizmin Tanımı .....               | 30 |
| 2.1.2.3. Sürdürülebilir Turizmin Tarihsel Gelişimi .....    | 33 |
| 2.1.2.4. Sürdürülebilir Turizmin Özellikleri ve Önemi ..... | 35 |
| 2.1.2.5. Sürdürülebilir Turizmin Amaçları ve İlkeleri.....  | 37 |
| 2.1.2.6. Sürdürülebilirlik ve Ekoturizm İlişkisi .....      | 40 |
| 2.1.3. Ekoturizm Kavramı.....                               | 43 |
| 2.1.3.1. Ekoturizm Kavramının Tanımı .....                  | 43 |
| 2.1.3.2. Ekoturizm Kavramının Tarihsel Gelişimi .....       | 47 |
| 2.1.3.3. Ekoturizmin Özellikleri ve Önemi .....             | 48 |
| 2.1.3.4. Ekoturizmin Amaçları ve İlkeleri .....             | 49 |
| 2.1.3.5. Ekoturizmin Etkileri.....                          | 52 |
| 2.1.3.5.1. Ekoturizmin Çevresel Etkileri .....              | 53 |

|                                                                                                          |            |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 2.1.3.5.2. Ekoturizmin Sosyo-Kültürel Etkileri .....                                                     | 55         |
| 2.1.3.5.3. Ekoturizmin Ekonomik Etkileri .....                                                           | 56         |
| 2.1.3.6. Ekoturizm Aktiviteleri .....                                                                    | 58         |
| 2.1.3.7. Ekoturizmin Dünya'daki Gelişimi .....                                                           | 65         |
| 2.1.3.8. Ekoturizmin Türkiye'deki Gelişimi .....                                                         | 67         |
| 2.1.3.9. Ekoturizmde Yer Alan Aktörler .....                                                             | 70         |
| 2.1.3.10. Ekoturizmde Tüketici Profili .....                                                             | 75         |
| 2.1.3.10.1. Ekoturist Kavramının Tanımı .....                                                            | 76         |
| 2.1.3.10.2. Ekoturist Tipleri.....                                                                       | 77         |
| 2.1.3.10.3. Ekoturistlerin Sosyo-Demografik Yapıları .....                                               | 78         |
| 2.1.3.10.4. Ekoturistlerin Kalış Süreleri ve Konaklama Tercihleri.....                                   | 79         |
| 2.1.3.10.5. Ekoturistlerin Seyahat Motivasyonları ve Aktivite Tercihleri .....                           | 80         |
| 2.1.4. Türkiye'de Turizm Hareketleri .....                                                               | 81         |
| 2.1.4.1. Türkiye'de İç Turizm Hareketleri ve Önemi.....                                                  | 83         |
| 2.1.4.2. Doğu Karadeniz Bölgesi'nde İç Turizm Hareketleri ve Önemi.....                                  | 85         |
| 2.1.5. Hizmet ve Kalite Kavramları .....                                                                 | 90         |
| 2.1.5.1. Hizmet Kavramı ve Önemi .....                                                                   | 90         |
| 2.1.5.1.1. Hizmetlerin Temel Özellikleri .....                                                           | 91         |
| 2.1.5.2. Kalite Kavramı ve Önemi.....                                                                    | 93         |
| 2.1.5.2.1. Kalite Kavramının Gelişimi .....                                                              | 94         |
| 2.1.5.2.2. Kalite İle İlgili Kavramlar .....                                                             | 95         |
| 2.1.5.3. Hizmet Kalitesi Kavramı .....                                                                   | 97         |
| 2.1.5.4. Hizmet Kalitesinin Önemi .....                                                                  | 99         |
| 2.1.5.5. Hizmet Kalitesinin Boyutları.....                                                               | 100        |
| 2.1.5.6. Hizmet Kalitesinin Etkileyen Faktörler .....                                                    | 103        |
| 2.1.5.7. Hizmet Kalitesi Üzerine Geliştirilen Modeller .....                                             | 105        |
| 2.1.5.7.1. Lehtinen ve Lehtinen'in Hizmet Kalitesi Modeli .....                                          | 106        |
| 2.1.5.7.2. Grönross'un Algılanan Hizmet Kalitesi Modeli .....                                            | 107        |
| 2.1.5.7.3. Parasuraman, Zeithaml ve Berry Tarafından Geliştirilen Algılanan Hizmet Kalitesi Modeli ..... | 108        |
| 2.1.5.8. Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi Üzerine Geliştirilen Modeller .....                                | 110        |
| 2.1.5.9. Hizmet Kalitesi İle Müşteri Memnuniyeti Arasındaki İlişki.....                                  | 124        |
| 2.1.5.10. Hizmet Kalitesi İle Müşteri Sadakati Arasındaki İlişki .....                                   | 126        |
| 2.2. İlgili Araştırmalar .....                                                                           | 128        |
| 2.2.1. Hizmet Kalitesi İle İlgili Araştırmalar .....                                                     | 128        |
| 2.2.2. Ekoturizm İle İlgili Araştırmalar .....                                                           | 135        |
| <b>3. YÖNTEM .....</b>                                                                                   | <b>138</b> |
| 3.1. Araştırmanın Modeli .....                                                                           | 138        |
| 3.2. Evren ve Örneklem .....                                                                             | 142        |
| 3.3. Veri Toplama Araçları ve Teknikleri.....                                                            | 145        |
| 3.4. Verilerin Analizi .....                                                                             | 147        |
| <b>4. BULGULAR VE YORUMLAR .....</b>                                                                     | <b>149</b> |
| 4.1. Tanımlayıcı Özelliklerin Dağılımı .....                                                             | 149        |
| 4.2. Ekoturizme İlişkin Görüşlerin Dağılımı .....                                                        | 152        |
| 4.3. Ölçek Maddelerine İlişkin Bulgular .....                                                            | 160        |
| 4.4. Hipotez Analizlerine İlişkin Bulgular .....                                                         | 168        |

|                                   |     |
|-----------------------------------|-----|
| <b>5. SONUÇ VE ÖNERİLER</b> ..... | 203 |
| 5.1. Sonuçlar .....               | 203 |
| 5.2. Öneriler.....                | 215 |
| <br><b>KAYNAKÇA</b> .....         | 222 |
| <b>EKLER</b> .....                | 266 |



## ÇİZELGELER LİSTESİ

Sayfa

|                   |                                                                                                                                                  |     |
|-------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>Çizelge 1</b>  | Ekoturizm Kavramına İlişkin Çeşitli Tanımlar .....                                                                                               | 44  |
| <b>Çizelge 2</b>  | Türkiye Turist Varışları ve Turizm Gelirleri .....                                                                                               | 81  |
| <b>Çizelge 3</b>  | Turizm İşletmelerinde Kullanılan Hizmet Kalitesi Ölçüm Modelleri ve İçerikleri.....                                                              | 113 |
| <b>Çizelge 4</b>  | Hizmet Kalitesinin Ölçülmesine Yönelik Olarak Gerçekleştirilen Araştırmalar.....                                                                 | 129 |
| <b>Çizelge 5</b>  | Ekoturizm İle İlgili Olarak Gerçekleştirilen Araştırmalar.....                                                                                   | 135 |
| <b>Çizelge 6</b>  | Doğu Karadeniz Bölgesi'ni Ziyaret Eden Turistlerin İllere Göre Dağılımı (2016).....                                                              | 142 |
| <b>Çizelge 7</b>  | Yerli Turistlerin Tanımlayıcı Özelliklerinin Dağılımı .....                                                                                      | 149 |
| <b>Çizelge 8</b>  | Ekoturizm Kavramına Yönelik Algılar.....                                                                                                         | 153 |
| <b>Çizelge 9</b>  | Ekoturizm Turlarına Katılma Sıklığına İlişkin Dağılım.....                                                                                       | 153 |
| <b>Çizelge 10</b> | Ekoturizm Turlarına Katılım Nedenlerinin Önem Sıralaması.....                                                                                    | 154 |
| <b>Çizelge 11</b> | Turdaki Destinasyonda Ekoturizmin Gelişimi Önündeki Engellerin Önem Sıralaması .....                                                             | 156 |
| <b>Çizelge 12</b> | Ekoturizme Yönelik Tura Katılımla İlgili Bilgi Kaynakları.....                                                                                   | 159 |
| <b>Çizelge 13</b> | Ekoturizm Faaliyetlerine Yönelik Tutumlar .....                                                                                                  | 160 |
| <b>Çizelge 14</b> | Ekoturizmde Destinasyon Hizmet Kalitesi Ölçeği Faktör Yapısı .....                                                                               | 161 |
| <b>Çizelge 15</b> | Beklenti ve Performans Ölçek Maddelerine İlişkin Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri .....                                            | 165 |
| <b>Çizelge 16</b> | Beklenen Hizmet Kalitesi İle Algılanan Hizmet Kalitesi (Performans) Arasındaki Fark .....                                                        | 169 |
| <b>Çizelge 17</b> | Hizmet Kalitesi Beklenti ve Performans Alt Boyutlarının Cinsiyete Göre Ortalamaları (T Testi Sonuçları) .....                                    | 174 |
| <b>Çizelge 18</b> | Hizmet Kalitesi Beklenti Alt Boyutlarının Yaşa Göre Ortalamaları (Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları) .....                                     | 176 |
| <b>Çizelge 19</b> | Hizmet Kalitesi Performans Alt Boyutlarının Yaşa Göre Ortalamaları (Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları) .....                                   | 179 |
| <b>Çizelge 20</b> | Hizmet Kalitesi Beklenti Alt Boyutlarının Eğitim Durumuna Göre Ortalamaları (Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları) .....                          | 180 |
| <b>Çizelge 21</b> | Hizmet Kalitesi Performans Alt Boyutlarının Eğitim Durumuna Göre Ortalamaları (Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları) .....                        | 183 |
| <b>Çizelge 22</b> | Hizmet Kalitesi Beklenti Alt Boyutlarının Aylık Ortalama Gelire Göre Ortalamaları (Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları) .....                    | 187 |
| <b>Çizelge 23</b> | Hizmet Kalitesi Performans Alt Boyutlarının Aylık Ortalama Gelire Göre Ortalamaları (Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları) .....                  | 189 |
| <b>Çizelge 24</b> | Hizmet Kalitesi Beklenti Alt Boyutlarının Tur Süresince Ortalama Harcama Tutarına Göre Ortalamaları (Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları).....   | 191 |
| <b>Çizelge 25</b> | Hizmet Kalitesi Performans Alt Boyutlarının Tur Süresince Ortalama Harcama Tutarına Göre Ortalamaları (Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları)..... | 193 |
| <b>Çizelge 26</b> | Hizmet Kalitesi Beklenti Alt Boyutlarının Ekoturizm Turlarına Katılım Sayılarına Göre Ortalamaları (Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları) .....   | 196 |

|                   |                                                                                                                                                  |     |
|-------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>Çizelge 27</b> | Hizmet Kalitesi Performans Alt Boyutlarının Ekoturizm Turlarına Katılım Sayılarına Göre Ortalamaları (Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları) ..... | 199 |
| <b>Çizelge 28</b> | Hipotez Testi Sonuçları .....                                                                                                                    | 202 |



## ŞEKİLLER LİSTESİ

Sayfa

|                |                                                                                                                                           |     |
|----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>Şekil 1</b> | Sürdürülebilirlik ve Ekoturizm İlişkisi .....                                                                                             | 42  |
| <b>Şekil 2</b> | Araştırma Modeli .....                                                                                                                    | 139 |
| <b>Şekil 3</b> | Beklenen Hizmet Kalitesi İle Algılanan Hizmet Kalitesi Değerlerinin<br>Diyagram Gösterimi.....                                            | 170 |
| <b>Şekil 4</b> | Beklenen Hizmet Kalitesi İle Algılanan Hizmet Kalitesi Değerlerinin<br>Eko-Fiziksel Özellikler Alt Boyutuna Göre Diyagram Gösterimi ..... | 170 |
| <b>Şekil 5</b> | Beklenen Hizmet Kalitesi İle Algılanan Hizmet Kalitesi Değerlerinin<br>Güvence Alt Boyutuna Göre Diyagram Gösterimi.....                  | 171 |
| <b>Şekil 6</b> | Beklenen Hizmet Kalitesi İle Algılanan Hizmet Kalitesi Değerlerinin<br>Güvenilirlik Alt Boyutuna Göre Diyagram Gösterimi.....             | 172 |
| <b>Şekil 7</b> | Beklenen Hizmet Kalitesi İle Algılanan Hizmet Kalitesi Değerlerinin<br>Heveslilik Alt Boyutuna Göre Diyagram Gösterimi .....              | 172 |
| <b>Şekil 8</b> | Beklenen Hizmet Kalitesi İle Algılanan Hizmet Kalitesi Değerlerinin<br>Empati Alt Boyutuna Göre Diyagram Gösterimi.....                   | 173 |
| <b>Şekil 9</b> | Beklenen Hizmet Kalitesi İle Algılanan Hizmet Kalitesi Değerlerinin<br>Fiziksel Özellikler Alt Boyutuna Göre Diyagram Gösterimi.....      | 174 |

## KISALTMALAR LİSTESİ

|                |                                                                                 |
|----------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| <b>AMA</b>     | : Amerikan Pazarlama Birliği                                                    |
| <b>BAKA</b>    | : Batı Karadeniz Kalkınma Ajansı                                                |
| <b>DOKA</b>    | : Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı                                                |
| <b>DOKAP</b>   | : Doğu Karadeniz Projesi                                                        |
| <b>FEE</b>     | : Uluslararası Çevre Eğitim Vakfı                                               |
| <b>GPS</b>     | : Küresel Yer Belirleme Sistemi                                                 |
| <b>ITC</b>     | : Uluslararası Ticaret Merkezi                                                  |
| <b>IUCN</b>    | : Uluslararası Doğayı Koruma Birliği                                            |
| <b>İBSS</b>    | : İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflandırması                                   |
| <b>KOSGEB</b>  | : Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı |
| <b>TIES</b>    | : Uluslararası Ekoturizm Topluluğu                                              |
| <b>TKDK</b>    | : Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu                                  |
| <b>TRO</b>     | : Trabzon Bölgesel Rehberler Odası                                              |
| <b>TÜİK</b>    | : Türkiye İstatistik Kurumu                                                     |
| <b>TUREB</b>   | : Turist Rehberleri Birliği                                                     |
| <b>TÜRÇEV</b>  | : Türkiye Çevre Eğitim Vakfı                                                    |
| <b>TÜROB</b>   | : Türkiye Otelciler Birliği                                                     |
| <b>TÜROFED</b> | : Türkiye Otelciler Federasyonu                                                 |
| <b>UNEP</b>    | : Birleşmiş Milletler Çevre Programı                                            |
| <b>UNWTO</b>   | : Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü                                       |
| <b>WMO</b>     | : Dünya Meteoroloji Örgütü                                                      |
| <b>WWF</b>     | : Doğa için Dünya Fonu                                                          |

# 1. GİRİŞ

Bu araştırma, turizm sektörü açısından bir destinasyonun hizmet kalitesi düzeyinin belirlenebilmesi için, turistik talebin beklentileri ile algıladıkları performans düzeyi arasındaki farklılığın ortaya koyulması amacıyla yapılmıştır. Araştırmada destinasyon olarak, ekoturizm potansiyeline sahip olan Doğu Karadeniz Bölgesi tercih edilmiştir. Evren olarak da, bu bölgeyi ziyaret eden turist sayıları incelenerek, en büyük paya sahip olan yerli turistler seçilmiş ve bu talebin ekoturizm açısından beklenti düzeyleri ile algıladıkları performansları ölçülmeye çalışılmıştır. Böylece bu araştırma ile Doğu Karadeniz Bölgesi'nin ekoturizm açısından hizmet kalitesi düzeyinin tespit edilebilmesi hedeflenmiştir.

Araştırma beş ana bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde giriş ana başlığı altında araştırmanın konusuna, amacına, önemine, varsayımlarına, sınırlılıklarına ve tanımlara yer verilmiştir. Kuramsal çerçeve ve ilgili araştırmalar başlığı ile iki kısımda ele alınan ilgili alanyazın bölümü, araştırmanın ikinci bölümünü oluşturmaktadır. Kuramsal çerçeve; Türkiye Turizm Stratejisi, sürdürülebilirlik, ekoturizm, Türkiye'de turizm hareketleri ile hizmet ve kalite kavramları alt bölümleri olmak üzere beş bölümde incelenmiştir. İlgili araştırmalar bölümünde, hizmet kalitesi ve ekoturizm ile ilgili daha önce yapılmış araştırmalara yer verilmiştir. Araştırmanın üçüncü bölümünde ise; Doğu Karadeniz Bölgesi'ni ziyaret eden yerli turistlerin, destinasyona yönelik bekledikleri hizmet kalitesi ile algıladıkları hizmet kalitesi arasında farklılığın söz konusu olup olmadığının tespit edilmesi amacıyla yapılan araştırma süreci ve yöntemi değerlendirilmiştir. Dördüncü bölümde araştırmanın bulgularına ve son bölümde ise, araştırmanın sonuçlarına yer verilerek, bu sonuçlara yönelik olarak önerilerde bulunulmuştur.

## 1.1. Araştırmanın Konusu (Problem Durumu)

Özelde turizm, genelde ise hizmet sektörünün dünyada büyüme trendi giderek artmaktadır (D. Küçükaltan, 2007: 36). Hizmet sektöründeki gelişim/değişim, hem

hizmet sağlayıcıları hem de hizmet işletmeleri açısından farklılaşma arayışlarını da beraberinde getirmekte ve hizmet kalitesinin değerlendirilmesine yönelik girişimleri desteklemektedir. Bu noktada, hizmet kalitesi ile ürün kalitesi değerlendirmelerinin birbirinden farklı olduğunun altını çizmek gerekmektedir. Nitekim hizmet kalitesinin değerlendirilmesi, ürün kalitesinin değerlendirilmesine göre kıyasalandığında, tüketiciler açısından daha zor bir hal almaktadır. Zira tüketicilerin hizmetten bekledikleri ile algıladıkları, hizmet kalitesini ortaya çıkarırken, tüketicilerin hizmetin sunum aşamalarını da değerlendirmesi söz konusu olmaktadır (Eleren ve Kılıç, 2007: 241). Bu çerçevede tüketiciler, hizmetleri kalite yönünden değerlendirirken sınırlı fiziksel özellikleri göz önünde bulundurmaktadırlar. Ayrıca söz konusu özellikler kimi zaman tüketiciye hizmetle ilgili yeterli bilgiyi verememektedir. Örneğin; müşteriler çok iyi görünen bir restoranın atmosferinden, yemek yemeden önce etkilenmesine rağmen, bu atmosfer, yemeğin ve hizmetin mükemmelliği konusunda müşteriye herhangi bir garanti vermemektedir. Öte yandan; her zaman kullanılan ve memnun kalınan bir işletmenin, bir sonraki satın almada aynı hizmeti aynı mükemmellikte sunacağı da garanti değildir. Yani hizmetler açısından fiziksel varlıkların olmayışı/eksikliği sebebiyle, hizmet kalitesi değerlendirmelerinde diğer özelliklerin dikkate alınması zorunluluk haline gelmektedir. Hizmetlerin soyut özellik taşıması da bu durumu desteklemektedir. Nihayetinde, bu durum, hizmet kalitesinin ölçümündeki güçlüğü de açıkça ortaya koymaktadır (Giritlioğlu, 2012: 152).

Bu araştırmanın temel problemi, yerli turistlerin, ekoturizm potansiyeline sahip Doğu Karadeniz destinasyonuna yönelik bekledikleri hizmet kalitesi ile algıladıkları hizmet kalitesi arasındaki ilişkinin tespit edilmesidir. Bu problem kapsamında; ekoturizmde hizmet kalitesinden beklenen ve algılanan performansın, cinsiyet, yaş, eğitim durumu, aylık ortalama gelir durumu, tatil/tur süresince ortalama harcama durumu ve ekoturizm turlarına katılma sayısına göre farklılık gösterip göstermediği araştırma yapılmasını gerekli kılan diğer sorunlar olarak sayılmaktadır.

Bu çerçevede; bu ana sorun ve alt sorunların araştırılması için öncelikle ekoturizmde hizmet kalitesi ile ilgili yazın taranmış, destinasyonlarda hizmet kalitesinin belirlenmesine yönelik yapılan araştırmalar incelenmiş ve son olarak turistlerin destinasyondan bekledikleri hizmet kalitesi ile algıladıkları hizmet kalitesi arasındaki farklılığı ortaya çıkarmak amacıyla bir anket formu geliştirilmiştir. Anket formunun

anlaşılır, geçerli ve güvenilir olup olmadığını tespit etmek amacıyla bir ön test yapılmış ve anket formuna son şekli verilmiştir. Anket formunun son haliyle toplanan veriler değerlendirmeye alınmıştır.

## 1.2. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın temel amacı; ekoturizm potansiyeline sahip Doğu Karadeniz Bölgesi'ni ziyaret eden yerli turistlerin, destinasyona yönelik bekledikleri hizmet kalitesi ile algıladıkları hizmet kalitesi arasındaki farklılığın tespit edilmesidir. Bu amaçla, Doğu Karadeniz Bölgesi'nde ekoturizm turlarına (ekoturlara) katılan yerli turistlerin destinasyona yönelik hizmet kalitesi beklenti ve algılarının belirlenmesi için alanyazında kabul görmüş ECOSERV ölçeği kullanılmıştır. Öte yandan; demografik değişkenlere göre hizmet kalitesinde bir farklılaşmanın olup olmadığının da tespit edilmesi amaçlanmıştır. Söz konusu araştırma amaçları doğrultusunda, aşağıdaki sorulara yanıtlar aranacaktır.

- Doğu Karadeniz Bölgesi'ni ziyaret eden yerli turistlerin, ekoturizm kavramı ile ilgili değerlendirmeleri nelerdir?
- Doğu Karadeniz Bölgesi'ni ziyaret eden yerli turistlerin, ekoturizm turlarına katılma nedenleri nelerdir?
- Doğu Karadeniz Bölgesi'ni ziyaret eden yerli turistlerin, Doğu Karadeniz Bölgesi'nde ekoturizmin gelişiminin önündeki engellere ilişkin düşünceleri nelerdir?
- Doğu Karadeniz Bölgesi'ni ziyaret eden yerli turistler, ekoturizm turlarına ilişkin bilgilendirmeleri hangi yolla elde etmektedirler?
- Doğu Karadeniz Bölgesi'ni ziyaret eden yerli turistlerin, Doğu Karadeniz Bölgesi'nde ekoturizme yönelik hizmetlerden beklentilerinin düzeyi nedir?
- Doğu Karadeniz Bölgesi'ni ziyaret eden yerli turistler, Doğu Karadeniz Bölgesi'ndeki ekoturizme yönelik hizmetleri nasıl algılamaktadırlar?
- Doğu Karadeniz Bölgesi'ni ziyaret eden yerli turistlerin beklentileri hangi boyutlarda (eko-fiziksel özellikler, güvence, güvenilirlik, heveslilik, empati, fiziksel özellikler) karşılanmıştır?

- Doğu Karadeniz Bölgesi'ni ziyaret eden yerli turistlerin, destinasyon hizmet kalitesinden beklentileri demografik özelliklerine göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?
- Doğu Karadeniz Bölgesi'ni ziyaret eden yerli turistlerin, destinasyon hizmet kalitesini algılama düzeyleri demografik özelliklerine göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?
- Doğu Karadeniz Bölgesi'ni ziyaret eden yerli turistlerin, ekoturizm turlarına yönelik destinasyon hizmet kalitesinden beklenti düzeyleri ile beklentilerinin karşılanmasına yönelik görüşleri arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

### 1.3. Araştırmanın Önemi

Araştırmaya konu olan hizmet kalitesi beklentisi ve algısı, destinasyonlar için önemli bir konu olarak dikkat çekmektedir. Hizmet kalitesinin belirlenmesi, özellikle ekoturizm potansiyeline sahip destinasyonlarda hizmet kalitesinin geliştirilmesi için önemli bir başlangıç unsuru olarak ele alınabilir. Bu nedenle, hizmet kalitesinin geliştirilebilmesi için öncelikle mevcut (güncel) düzeyin bilinmesi gerekmektedir. Öte yandan; destinasyonların hizmet kalitesi düzeylerinin belirlenmesinde birçok farklı unsuru (fiziksel, sosyal, kültürel, çevresel vb.) dikkate almak mümkündür. Ancak söz konusu hizmet kalitesi düzeyinin, destinasyonlara özgü araştırılması daha doğru bir yaklaşım olarak değerlendirilmektedir.

Araştırmada, yerli turistlerin deneyim öncesi bekledikleri hizmet kalitesi ile deneyim sonrası algıladıkları hizmet kalitesi arasındaki farklılıklar ECOSERV ölçeği kullanılarak ölçülmektedir. ECOSERV ölçeği, ekoturistlerin kitle turistlerinden farklı olduğunu, bu sebeple de hizmet kalitesinden beklentilerinin ayrı bir ölçme aracılığıyla değerlendirilmesi gerektiğini savunan Khan (1996, 2003) tarafından geliştirilmiştir.

Bu araştırma, konusu itibarıyla, ekoturlara katılan yerli turistlerin destinasyon hizmet kalitesine yönelik değerlendirmeleri hususunda henüz literatürde derinlemesine araştırma yapılmamış olması açısından önem arz etmektedir.

#### **1.4. Araştırmanın Varsayımları**

Araştırmanın iki temel varsayımı bulunmaktadır. Araştırmanın birinci temel varsayımına göre; ekoturlara katılan yerli turistlerin destinasyon hizmet kalitesine yönelik beklentileri ile algıladıkları hizmet kalitesi arasında farklılıklar bulunmaktadır. Diğer bir varsayımına göre ise, yerli turistlerin hizmet kalitesinden beklenti düzeyleri ile algılanan performans arasındaki fark, destinasyonun hizmet kalitesi düzeyini ortaya koymaktadır. Ayrıca Doğu Karadeniz Bölgesi'nde ekoturizme yönelik aktiviteler ve ekoturlar gerçekleştirildiği varsayımına dayanarak, araştırmanın uygulama kısmı söz konusu bölgede gerçekleştirilmiştir. Son olarak, turlara katılan yerli turistler içerisinde ulaşılabilen örneklemin, evreni temsil ettiği varsayılmıştır.

#### **1.5. Araştırmanın Sınırlılıkları**

Araştırma, kuramsal çerçevede ulaşılabilen yazın ve sadece Doğu Karadeniz Bölgesi'nde ekoturlara katılan yerli turistlerin özellikleri ve görüşleri ile sınırlıdır. Doğu Karadeniz Bölgesi'ne yönelik sadece ekoturlara katılan turistlerin istatistiksel bir verisi mevcut değildir. Bu nedenle araştırmanın uygulaması, bölgeyi ziyaret eden toplam yerli turist sayısı dikkate alınarak, söz konusu turistler ile sınırlı tutulmuştur. Başka bir ifadeyle; araştırma sadece Doğu Karadeniz Bölgesi'nde (Artvin, Giresun, Gümüşhane, Ordu, Rize, Trabzon) ekoturizm turlarına katılan ziyaretçiler ile sınırlandırılmıştır.

Araştırma verileri, 2017-2018 yılları arasında Doğu Karadeniz Bölgesi'ni ziyaret eden yerli turistler ile görüşülerek elde edilmiştir. Dolayısıyla araştırma bulguları, uygulamanın gerçekleştirildiği zaman dilimindeki turistler için geçerli olduğundan, tüm yıl boyunca Doğu Karadeniz Bölgesi'ne gelen turistlerin görüşünü yansıtmamakta, bu durum da araştırmanın bir sınırlılığı olarak karşımıza çıkmaktadır. Araştırmanın bir başka sınırlılığı da, araştırma kapsamında görüşülen yerli turistler genellikle paket turlar ile Doğu Karadeniz Bölgesi'ni ziyaret eden kişilerden oluşmaktadır. Farklı konaklama ve seyahat şekilleri ile destinasyonu ziyaret eden kişilerin özellikleri, destinasyona ilişkin algı ve beklentilerinde farklılıklar söz konusu olabilmektedir.

## 1.6. Tanımlar

Araştırmada kuramsal çerçevede geçen bazı kavramlara ilişkin tanımlara aşağıda yer verilmektedir.

**Türkiye Turizm Stratejisi 2023;** turizm sektörüne hem üretim, hem de yönetim ve uygulama süreçlerinde yol göstermeyi amaçlayan bir çalışmadır. Turizm sektörünün yönlendirilmesi adına temel hedef; turizm sektöründe, kamu ve özel sektörün yönetişim ilkesi çerçevesinde işbirliğini gündeme taşıyarak, stratejik planlama çalışmalarının yönetim ve uygulamasına yönelik açılımlar sağlamaktır (Türkiye Turizm Stratejisi, 2007).

**Sürdürülebilir Turizm;** turistlerin ve misafir kabul eden bölgelerin temel ihtiyaçlarını karşılarken, gelecek için bir takım fırsatları da hem koruyan hem de geliştiren bir turizm gelişmesidir. Bu kapsamda yürütülecek çalışmalar, sürdürülebilir kalkınma ilkeleri temeli üzerinde kuruludur (Erdoğan, 2003a).

**Ekoturizm;** doğal çevrenin korunmasının yanısıra doğal kaynakların sürdürülebilirliğinin yönetilmesine katkı sağlayamayı hedefleyen, doğa tabanlı bir turizm türüdür (Bascomb ve Taylor, 2008: 11; Korkmaz ve Başkalkan, 2011: 64).

**Ekoturist;** çevre bilincine sahip, risk almayı seven, doğaya saygılı ve duyarlı, doğayı öğrenmek amacıyla bozulmamış doğal alanlara, yerel kültürleri tanıma, eğlenme ve doğayı koruma amacıyla bireysel veya küçük gruplar halinde seyahat eden bireylerdir (Keleş, Pelit, Keleş ve Pelit, 2015: 468; Kerstetter, Hou ve Lin, 2004: 491; Seyhan, 2011: 153; Şahin ve Şahin, 2009: 1224).

**Hizmet Kalitesi;** tüketicilerin ihtiyaçları ve beklentileri doğrultusunda hizmette olması gereken özellikler ile hizmetin söz konusu bu özelliklere sahip olup olmadığına yönelik durumu ifade etmektedir (Çiçek ve Doğan, 2009: 203).

**Destinasyon Hizmet Kalitesi;** destinasyonda turistlere sunulan imkanların kalitesi olarak tanımlanmaktadır (Alvarez, 2007: 282; Çimen, 2010: 26; Murphy, Pritchard ve

Smith, 2000: 43). Destinasyonun fiziksel, sosyal, kültürel ve çevresel unsurları başta olmak üzere, turistleri etkileyen, ilgilendiren tüm unsurlar, destinasyon hizmet kalitesi kapsamında değerlendirilmektedir (Ünlüönen ve Çimen, 2011: 356).



## **2. İLGİLİ ALANYAZIN**

İlgili alanyazın bölümü kuramsal çerçeve ve ilgili araştırmalar olmak üzere iki başlıktan oluşmaktadır. Kuramsal çerçevede; Türkiye Turizm Stratejisi, sürdürülebilirlik, ekoturizm ve hizmet kalitesi ile ilgili kavramlar, yazında yapılmış olan araştırmalardan yararlanılarak incelenmiştir. Bu bağlamda; alanyazın kısmı incelenen kaynaklar çerçevesinde oluşturulmuştur. İlgili alanyazın kısmının ikinci bölümü olan önceki araştırmalar kısmında ise, hizmet kalitesine yönelik yapılmış olan araştırmalarla, ekoturizme yönelik yapılmış araştırmaların bulguları incelenmiştir.

### **2.1. Kuramsal Çerçeve**

İlgili alanyazının birinci bölümünü kuramsal çerçeve oluşturmaktadır. Kuramsal çerçeve beş aşamada incelenmiştir. İlk aşamada; Türkiye Turizm Strateji ile turizm stratejisi kavramları ele alınmıştır. İkinci aşamada; sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir turizm kavramları genel olarak ele alınmış ve sürdürülebilirlik ile ekoturizm arasındaki ilişkiye değinilmiştir. Üçüncü aşamada; ekoturizm kavramı ayrıntılı olarak irdelenmiştir. Dördüncü aşamada; Türkiye'de ve Doğu Karadeniz Bölgesi'nde iç turizm hareketleri incelenerek, istatistiki bilgiler sunulmuştur. Beşinci aşamada ise hizmet ve kalite kavramları incelenerek, hizmet kalitesi detaylı olarak ele alınmıştır.

#### **2.1.1. Türkiye Turizm Stratejisi**

Kullanıldığı alana göre çeşitli şekillerde tanımlanabilen strateji kavramı; ulaşmaya değer bir gelecek için bugünden çalışmak, değişim yaratmak ve değişime hükmedebilmek ifadeleri çerçevesinde şekillenmektedir. Nitekim algılanması güç fırsat ve tehditleri algılayabilmek ve riskleri değişik yönleriyle ele alarak

hesaplayabilmek, strateji kavramının temel çerçevesini oluşturmaktadır. Bu kapsamda, genel olarak strateji kavramı; hedeflenenlere ulaşabilmek amacıyla çevresel tüm fırsat ve tehditleri öngörmek, bir işletmenin/örgütün zayıf ve güçsüz yönlerini temel almak ve gelecekte elde edilebilecekler için bugünün kayıplarını göze alabilmek şeklinde tanımlanabilmektedir (Güripek, 2013: 3). Bu çerçevede; Türkiye Turizm Stratejisi 2023; turizm sektöründe kamu ve özel sektörün işbirliği içerisinde çalışarak, stratejik planlama çalışmalarının yönetim ve uygulamasını teşvik eden bir çalışmadır. Türkiye Turizm Stratejisi 2023 ve Eylem Planı, katılımcı planlama anlayışı ile hazırlanmıştır. Bu bağlamda temel amaç; turizm sektörünün yönlendirilmesi için gerekli olan adımların -üretim, yönetim ve uygulama süreçlerinde- atılmasında yol göstermektir (Türkiye Turizm Stratejisi, 2007).

#### **2.1.1.1. Strateji Kavramının Tanımı**

Köken itibarıyla Yunanca bir kelime olan strateji kavramını birbirinden farklı şekillerde tanımlamak mümkündür. Strateji kavramı “politika” ve “taktik” gibi kavramlarla aynı anlamlarda da kullanılmaktadır. Strateji; gücü ya da kaynağı hedefe götüren yol olarak ifade edilmektedir. Politikalar da, örgütlerin tespit ettikleri amaçlara ulaşabilmeleri için izlemeleri gereken ana yol veya yollardır. Her iki kavramın ortak noktası, mevcut gücün ya da kaynakların, elde edildiği takdirde belirlenen amaçların gerçekleşmesine olanak sağlayacak olan hedeflere yönltilmesi ve kullanılmasıdır (Kalyon ve Kalyon, 2009: 787). Öte yandan; strateji bir plan olarak da ifade edilebilir. Plan; amaca ulaşmak için ihtiyaçların belirlenerek, genel olarak neyin nasıl yapılacağıının saptanmasıdır. Dolayısıyla bu yönüyle plan, strateji kavramıyla benzerlik göstermektedir (Güripek, 2013: 6; İçöz, Var ve İlhan, 2009: 213).

Turizm politikasının en önemli elemanlarından biri turizm planıdır (Mercan, 2015: 5). Diğer bir ifadeyle; turizm politikalarının genel bir turizm planına dayanması gerekmektedir (Akay, 2009: 17). Planlar, yapılan durum değerlendirmesi ve alınan kararlar ışığında, amacın gerçekleştirilmesi için kimin, ne zaman, nasıl, nerede, ne yapacağına dair yol gösteren haritalardır. Bu bağlamda planlar; amaç ve hedefler

doğrultusunda bir dizi eylemleri veya politikaları içermektedir (Kalyon ve Kalyon, 2009: 783).

Strateji ve politikaları geliştirme sürecinin temel öğeleri aynıdır. Nitekim planlar, strateji ve politikalar sayesinde yönlendirilmektedir. Süreç ve amaç bakımından pek fazla ortak noktaya sahip olan strateji ve politika kavramları, bazı hususlarda birbirinden farklılaşmaktadırlar. Politikaların daha uzun süreleri kapsaması ve her zaman belirlenen amaçlarla eşgüdümlü olmaması, söz konusu farklılaşmanın temel dayanak noktasıdır. Zira stratejiler, temel amaçlarıyla daha yakından ilgilidirler (Demirkol ve Oktay, 2004: 20-21). Strateji ya da politika oluşum sürecinde ortaya çıkan hususlar ve çözüm bekleyen durumlar eylem planlarına dahil edilmektedir. Eylem planları, uzun süren ve koordineli bir çalışma ile karar sürecinin sonunda oluşturulmaktadır. Dolayısıyla eylem planına dahil olan tüm eylemlerin daha önceden yapılmış çok yönlü değerlendirmeler ve karar sürecinin birer ürünü olduğunu söylemek mümkündür (Kalyon ve Kalyon, 2009: 789).

#### **2.1.1.2. Turizm Stratejisi Kavramı ve Önemi**

Tüm dünyada en hızlı gelişen sektörlerden biri de turizm sektörüdür. Türkiye’de turizm sektörüne verilen önemin, 1963 yılında planlı kalkınma dönemine girilmesiyle birlikte arttığını söylemek mümkündür. Türkiye’de, 1963 yılından itibaren Beş Yıllık Kalkınma Planları hazırlanmaya başlanmıştır. İktisadi, sosyal ve kültürel kalkınmayı demokratik yollarla gerçekleştirmek amacıyla hazırlanan söz konusu planlarda, ülkenin gelişmesine katkı sağlayacak sektörlerle yönelik hedefler belirlenmiştir. 1980’li yıllardan sonra ise sektörel gelişme anlamında ciddi bir atılım söz konusu olmuştur. Türkiye’de, 2018 yılına kadar on adet Beş Yıllık Kalkınma Planı hazırlanmıştır. Bu planlar içerisinde turizm sektörü ayrı bir başlık altında ele alınarak, sektörün geliştirilmesi için gerekli hedefler ortaya koyulmuştur (Demir, 2014a: 102).

Kalkınma planlarında yer alan turizm planlaması, bir dönemde turizm sektöründe ulaşılmak istenen hedefleri, bu hedeflere varabilmek için yararlanılabilecek araçları, imkanları, yapılacak işleri, iş zamanlamasını ve işlerin sorumlularını gösteren

disiplinli bir düzenlemedir (İçöz ve diğerleri, 2009: 80; Olalı, 1990: 25). Dolayısıyla turizm planlamasının amacı; turizmin ekonomik faydalarından yararlanırken, plansız gelişmenin ülkede yol açacağı olumsuz etkilerden kaçınmaktır. Bu durumdan yola çıkarak; bir ülkede turizm planlaması yapılmasının önem arz ettiğinin altını çizmek mümkündür (Demir, 2014a: 106).

Çevre ve sistem arasındaki en uygun dengeyi araştırması hususunda önemli, gerekli ve verimli bir yaklaşım olarak kabul edilen stratejik planlama, aynı zamanda sürdürülebilir turizmin olmazsa olmazı olarak da kabul görmektedir (Bardakoğlu, 2014: 123). Nitekim stratejik planlama, gelecek için bugün ne yapılması gerektiğine ilişkin alınacak sistematik kararları kapsayan bir yönetim biçimidir (Güçlü, 2013: 28). Turizm işletmelerinin, uzun dönemli bir işletme vizyonu ortaya koyabilmeleri için hem iç hem de dış çevrenin tüm özelliklerini analiz etmeleri gerekmektedir. Bu durumda işletme vizyonuna ulaşılabilmesi için gerekli araç ve yöntemlerin belirlenerek hareket edilmesi stratejik planlama kapsamında yer almaktadır (Akyurt, 2014: 43).

Turizm sektöründe gelişme sağlanması noktasında en önemli görev devlete düşmektedir. Özellikle hükümetlerin turizm politikalarını, kaynak kullanımlarını, bölgesel ve ülkesel gelişme stratejilerini belirleyerek turizm gelişimini sağlayacak tüm hesaplamaları desteklemeleri gerekmektedir (Alkan, 2014: 10). Zira strateji sahibi olmayan ülkeler, amaçlarını açıkça ve net bir şekilde saptayamamakla beraber söz konusu amaçlara yönelik hesaplamalarını da yapamazlar. Böylece yeni girişimlere öncü olarak kurallardan yoksun kalır, mevcut kaynaklarını etkin ve verimli kullanamazlar (Yalçınkaya, 2010: 9). Strateji, geleceğe dönük amaç ve eylemlerin planlanıp, kurgulanarak başarılı olmasını olanaklı kılan en önemli unsurdur (Güçlü, 2013: 18).

### **2.1.1.3. Türkiye Turizm Stratejisi 2023**

Türkiye, kıyı turizminin yanı sıra, alternatif turizm türleri (sağlık ve termal turizm, kış sporları, dağ ve doğa turizmi, yayla turizmi, kırsal ve ekoturizm, kongre ve fuar turizmi, kurvaziyer ve yat turizmi, golf turizmi vb.) açısından da çeşitli imkanlara sahiptir. Mevcut durumdan yola çıkarak, Türkiye'nin doğal, kültürel, tarihi ve coğrafi

değerlerini koruma-kullanma dengesi içinde kullanmak ve turizm alternatiflerini geliştirerek ülkenin turizmden alacağı payı artırmak hedefiyle, Türkiye Turizm Stratejisi 2023 ve Eylem Planı 2013 çalışmaları yapılmıştır. Söz konusu çalışmaların temel hedefleri arasında daha güçlü alternatif varış noktaları ve güzergahlar oluşturulması yer almaktadır. Bu hedeflerin; sağlık, termal, yayla, kış ve dağ sporları ile kültürel açıdan önemli destinasyonların birbirleriyle eşgüdümü sayesinde gerçekleştirilmesi öngörülmektedir. Bu öngörüler çerçevesinde; bölgesel varış noktaları oluşturularak, güçlü turizm güzergahları belirlenmesi sağlanabilecektir. Ayrıca söz konusu bölgelerin, yiyecek-içecek ve konaklama imkanlarının artırılarak, kültürel açıdan güçlenmeleri olanaklı hale getirilecektir (Türkiye Turizm Stratejisi, 2007).

İstanbulu Dinçer, Çakmak, Küçükali ve Cor'un (2015: 47) belirttiği üzere; turizm ile çevre arasındaki ilişki önemli bir boyutta yer almakta ve turizmin varlığını sürdürüp koruyabilmesi için çevrenin korunması gerekmektedir. Başka bir ifadeyle; turizm endüstrisi yerel ölçekten küresel ölçeğe kadar doğal çevresel sistemler ile etkileşim içerisinde yer almaktadır (Demir ve Çevirgen, 2006a: 61). Türkiye'de, kitle turizmine yönelik gelişmeler sonucunda meydana gelen bir takım çevre sorunlarına ilişkin olarak Türkiye Turizm Stratejisi kapsamında, kıyı alanlarında turizm potansiyeli yüksek olan alanların "Turizm Kentleri" şeklinde, bölgesel ölçekte ve özel sektör yatırımlarını özendirici "Arazi Geliştirme Modeli" anlayışında planlanması ve geliştirilmesi planlanmıştır. Türkiye Turizm Strateji 2023 çalışması; "planlama", "yatırım", "örgütlenme", "iç turizm", "araştırma-geliştirme (ar-ge)", "ulaşım ve altyapının güçlendirilmesi", "tanıtım ve pazarlama", "eğitim", "hizmet kalitesi", "kentsel ölçekte markalaşma", "turizmin çeşitlendirilmesi", "mevcut turizm alanlarının rehabilitasyonu", "turizm gelişim bölgeleri", "turizm gelişim koridorları", "turizm kentleri" ve "ekoturizm bölgeleri" konularında uzun erimli stratejiler önermektedir. Söz konusu stratejiler aynı zamanda turizm sektörünün sürdürülebilirliğinin sağlanması açısından da önemli görülmektedir (Aslan, 2009: 28-47; Türkiye Turizm Stratejisi, 2007).

"Planlama", "Yatırım", "Örgütlenme", "İç Turizm", "Araştırma-Geliştirme (Ar-Ge)", "Ulaşım ve Altyapının Güçlendirilmesi", "Tanıtım ve Pazarlama", "Eğitim", "Kentsel

Ölçekte Markalaşma”, “Mevcut Turizm Alanlarının Rehabilitasyonu” stratejileri aşağıda açıklanmaktadır (Türkiye Turizm Stratejisi, 2007):

- Planlama Stratejisi’nde; turizm sektöründeki planlamanın esnek, şeffaf ve hesap verebilir, yönetim ve uygulama etaplarında katılımcı ve sürdürülebilir gelişim niteliklerine sahip stratejik planlama anlayışına dayanması gerekliliği vurgulanmaktadır. C. Çetin (2015: 55), stratejik planlamanın, geçmişte yalnızca mali hedeflerden ya da pazarlama hedeflerinden oluştuğuna dikkat çekmektedir. Bu bağlamda; ekonomik gelişimi destekleyen, fiziksel düzeyde uygulanabilir, toplum yönelimli ve sürdürülebilir turizm ilkesini içeren bir planlama yaklaşımının ortaya koyulması hedeflenmektedir.
- Yatırım Stratejisi’nde; turizm sektöründe yatırımların artırılması amaçlanmaktadır. Bu amaçla turizm yatırım projelerini uygulanabilir kılacak teşvikler öngörülmekte, genel olarak teşvik sistemlerinin geliştirilmesi ele alınmaktadır.
- Örgütlenme Stratejisi’nde; T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı bünyesinde Ulusal Turizm Belgeleme, İç Turizm Araştırma ve Yönlendirme ile Turizm Eğitimi Yönlendirme gibi birimlerin kurulmasını sağlayacak yasal ve örgütsel düzenlemelerin yapılmasının gerekliliği vurgulanarak, turizm sektörü için daha iyi yönetim çalışmalarının yapılması teşvik edilmektedir.
- İç Turizm Stratejisi’nde; genel olarak iç turizmle ilgili istatistiklerin derlenmesi ve iç turizmi özendirici kampanyaların önemi üzerinde durulmaktadır. Bu kapsamda; iç turizmde toplumun farklı kesimlerine uygun kalite ve fiyatta turistik ürün alternatiflerinin sunulması hedeflenmektedir.
- Araştırma-Geliştirme Stratejisi’nde (Ar-Ge) ise gelecekteki ulusal düzeyde turizm sektöründe araştırma-geliştirmeden sorumlu kuruluşlar ve görevleri hakkında öneriler sunulmaktadır. Turizm sektöründe Ar-Ge’nin kamu, özel sektör ve turizm sektöründeki kuruluşlar arasında öncelikle ele alınması

hedeflenmektedir. Gündoğdu'nun (2017: 455) da değindiği gibi; turizm sektörü için olmazsa olmaz konuların başında, sektöre yönelik ürün, sunum, hizmet ve pazarlamada yenilikçi yaklaşımların geliştirilmesi gelmektedir. Sektörün kendi dinamiklerine dayanarak yapılan Ar-Ge, aynı zamanda turizmin sürdürülebilirliğini ve rekabet edebilirliğini sağlayacak olan güçlü temellerdir.

- Ulaşım ve Altyapının Güçlendirilmesi Stratejisi'nde; turizmin gelişimi ve çeşitlenmesinin zorunlu koşullarından biri olarak altyapının geliştirilmesi ile birlikte ulaşımın çeşitlendirilmesi ve niteliğinin artırılması gerektiği belirtilmektedir. Buna ilave olarak; bu alanlarda kamunun maliyetini en aza indirecek, özel sektörü ön plana çıkaracak çeşitli uygulamalara girişilmesinin önemi ele alınmaktadır. Bu çerçevede; hızla gelişen turizm sektörünün yoğunlaştığı yerleşmelerin altyapı ve ulaşım sorunlarının giderilmesi hedeflenmektedir.
- Tanıtım ve Pazarlama Stratejisi'nde; reklam kampanyaları, markalaşma ve imajın öneminin altı çizilmektedir. Bu bağlamda; ulusal, bölgesel ve yerel ölçekte markalaşmanın hedeflenmesi, ulusal tanıtım ve pazarlamaya ek olarak varış noktası bazında tanıtım ve pazarlama faaliyetlerine başlanması amaçlanmaktadır.
- Türkiye turizm politikalarının yönelimi ile T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığının gelecek dönemdeki plan ve programları, turizm eğitimi açısından önem arz etmektedir. Turizm sektörüne donanımlı eleman yetiştirmeye çalışan yaygın ve örgün eğitim kurumlarının, endüstri konjonktürüne hakim olması gerekmektedir (Uğurlu ve Çakmak, 2015: 99). Bu bağlamda, Eğitim Stratejisi'nde; turizm sektöründeki eğitimin ölçülebilir sonuçlar içermesi, sektörde yer alan aktörlerin sürekli eğitimle niteliklerinin iyileştirilmesi ve turizm eğitiminin nitelik ve nicelik olarak üst ölçekli kararlar düzeyinde yönlendirilmesi hususlarında T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığının etkin rol oynamasına vurgu yapılmaktadır.
- Kentsel Ölçekte Markalaşma Stratejisi incelendiğinde; Türkiye'de turizmde markalaşan şehirlere ve kültür turizmi kapsamında yapılması gereken

alışmalara vurgu yapılmaktadır. Ayrıca zengin kültürel ve doğal değerlere sahip kentlerimizin markalaştırılarak, turistler için bir çekim noktası haline getirilmesi hedeflenmektedir.

- Mevcut Turizm Alanlarının Rehabilitasyonu Stratejisi'nde; kitle turizminin yoğun olarak geliştiği alanların altyapısının öncelikli olarak ele alınarak güçlendirilmesi ve bu bölgelerde turizm sezonunun tüm yıla yayılabilmesine yönelik düzenlemelerin yapılması hedeflenmektedir. Nitekim her şey gibi turistik destinasyonlar ve ürünler de zaman için de kendini yenilemelidir. Kendini yenilemeyen bir destinasyonun kısa bir sürede rekabet ortamında kaybedeceği açıktır (Gündoğdu, 2017: 456).

Türkiye Turizm Stratejisi 2023'te belirlenen stratejik yaklaşımlar çerçevesinde yapılacak çalışmaların tamamlanması, geliştirilmesi öngörülen bölgelerdeki altyapı ve konaklama ihtiyaçlarının karşılanması durumunda; 2023 yılında 63 milyon turist, 86 milyar\$ dış turizm geliri ve turist başına yaklaşık 1350\$ harcamaya ulaşılması öngörülmektedir (Türkiye Turizm Stratejisi, 2007).

Turizm sektörünün mevcut durumunun değerlendirilmesi ve geleceğe yönelik ulusal bir turizm politikasının oluşturulabilmesi amacıyla, 1-3 Kasım 2017 tarihleri arasında kamu kurum ve kuruluşları, turizm meslek örgütleri, sivil toplum kuruluşları, turizm sektörü ve akademik camianın katılımı ile "III. Turizm şurası" düzenlenmiştir. III. Turizm şurası'nda; Türkiye Turizm Strateji 2023 belgesinde belirlenen hedeflerin, günümüz koşulları ve turizm sektöründeki yeni eğilimlere göre sektörün görüşleri de alınarak Kültür ve Turizm Bakanlığınca güncellenmesi, söz konusu belgenin periyodik aralıklarla gözden geçirilerek uygulanabilir ve izlenebilir eylem planları ile faaliyete geçirilmesi yönünde görüş birliğine varılmıştır (III. Turizm şurası Komisyon Raporu, 2017c).

Türkiye Turizm Stratejisi 2023'te ekoturizm; "Turizmin eşitlendirilmesi", "Turizm Gelişim Bölgeleri", "Turizm Gelişim Koridorları", "Turizm Kentleri" ve "Ekoturizm Bölgeleri" stratejileri olmak üzere beş temel başlık altında ele alınmaktadır. Bunlara

ilave olarak hizmet kalitesi hususunda ise; “Hizmet Kalitesi Stratejisi” başlığı yer almaktadır. Söz konusu stratejiler alt başlıklarda incelenmektedir.

#### **2.1.1.3.1. Turizmin Çeşitlendirilmesi Stratejisi**

Turistik talebin kıyı bölgelerde yoğunlaşması, söz konusu bölgelerde zamanla artan betonlaşma, deniz kirliliği ve turizm sezonunda aşırı nüfus yoğunluğu gibi durumları da beraberinde getirmiştir. Bu durum, hem söz konusu bölgelerdeki, hem de büyük şehirlerdeki insanlar üzerinde çeşitli baskılar meydana gelmesine sebep olmuştur. Dolayısıyla farklı arayışlar içerisine giren insanlar için daha aktif olarak katılabilecekleri ve doğa ile daha yakın olabilecekleri yeni turizm çeşitleri ortaya çıkmıştır (Demirkol ve Oktay, 2004: 152). Nitekim turizmin çeşitlendirilmesi yoluyla sürdürülebilirliğin sağlanabileceği gerçeğinden hareketle; özellikle kitle turizminin çevre üzerinde olumsuz etkilerinin iyice arttığı destinasyonlarda doğal kaynakların zorlanması yerine, söz konusu bölgenin niteliklerine uygun turistlerin başka bölgelere çekilmesine yönelik çalışmalar da yapılması gerekmektedir (Güdük, Uca ve Özkul, 2017: 77).

“Turizmin Çeşitlendirilmesi Stratejisi”nde, öncelikle geliştirilmesi planlanan turizm türleri olarak; sağlık ve termal turizm, kış turizmi, golf turizmi, deniz turizmi, ekoturizm ve yayla turizmi ile kongre ve fuar turizmi ayrı ayrı ele alınarak incelenmektedir. Ekoturizm kapsamında değerlendirildiğinde; Türkiye’de ekoturizm ve yayla turizmi gibi doğa amaçlı turizm türlerinin geliştirilmesi için bu amaca yönelik turizm altyapısının niteliğinin artırılması hedeflenmektedir. Buna ilave olarak; doğa amaçlı turizmin yapılacağı yörelerde, ana tur güzergahları, varış noktaları, ara istasyon ve alt istasyon noktaları belirlenerek, planlama çalışmalarının yönlendirilmesi amaçlanmaktadır. Yaylaların yoğunlaştığı alanlarda ise spot merkezler veya aks olarak öncelikli turizm gelişme/eylem bölgelerinin belirlenmesi söz konusudur. Turizmin Çeşitlendirilmesi Stratejisi kapsamında gerçekleştirilmesi planlanan faaliyetler aşağıda yer almaktadır (Türkiye Turizm Stratejisi, 2007):

- Yerel halkın turistik farkındalığının artırılması adına çalışmalar yapılacaktır. Bu hususta; turistik ürün, hediyeelik eşya yapımı, hizmet kalitesi, pansiyonculuk ve yöneticilik konuları başta olmak üzere turizme ilişkin eğitimlerin düzenlemesi sağlanacaktır.
- Etnografik ve ekolojik özellikli ürünlerin sergilendiği müze evlerin açılması teşvik edilecektir.
- Alana girişte kabul noktaları oluşturulacak ve buralarda ziyaretçilere farklı güzergahları ve yöresel özellikleri gösteren mola noktaları ile tur güzergahlarını gösteren yol haritaları sunulacaktır.
- Doğa turizmi için kullanılacak alanlarda, çeşme, barınak, mesafe ve yön levhalarının tamamlanması, trekking rotalarının Küresel Yer Belirleme Sistemi'nden (GPS) yararlanılarak, uydulara tanıtılması ile yeni taşıt yolu açılmaması sağlanacaktır.
- Kitle turizmi amaçlı kullanılacak alanlarda; fiziksel planlama çalışmalarına altlık oluşturacak kadastro tamamlanarak, orman ve mera alanlarının sınırlarının tespitini takiben 1/25000, 1/5000 ve 1/1000 ölçekli imar planları hazırlanacaktır.
- Doğa turizmine yönelik olarak seçilen alanlarda güzergah üzerinde yer alan mağara, şelale, ilginç ağaç ve kaya oluşumu, sportif alanlar ve kamping alanları gibi çekicilikler için çevre düzenlemeleri yapılacak, başta ulaşım olmak üzere gerekli altyapılar tamamlanacaktır.
- Yörenin özelliklerinin araştırılmasına imkan verecek ve bunun bilimsel anlamda gösterimini sağlayacak araştırma istasyonları ve bilim müzeleri kurulacaktır.
- Yöre halkına pansiyonculuk eğitimi verilecektir.
- Turizm gelişim alanlarında yer alan ekoturizm alanlarının "alan yönetim planları" yapılacaktır.

III. Turizm Şurası'nda, turizmin çeşitlendirilmesine yönelik bir takım kararlara imza atılmıştır. Bu kararlar; turizmde sürdürülebilirlik, deniz turizmi, doğa-kırsal turizm, düşün turizmi, erişilebilir turizm, etkinlik turizmi, film turizmi, helal turizm, kamp ve karavan turizmi, kruvaziyer turizm, kültür ve arkeoloji turizmi, lüks tren turizmi, lüks turizm, sağlık turizmi ve spor turizmi olmak üzere 15 başlık altında ele alınmıştır.

Söz konusu başlıklara ilişkin komisyonda alınan esaslı kararlardan bazıları aşağıda özetlenmektedir (III. Turizm Şurası Komisyon Raporu, 2017a):

- Deniz turizmi tesislerinin bağlama kapasitesinin ve yat işletmeciliği için araç kapasitesinin artırılması sağlanacaktır.
- Deniz turizminin geliştirilmesi için ikinci el yat ithalinin kolay ve uygulanabilir hale getirilmesi sağlanacaktır.
- Kırsal kalkınmanın ulusal bir politika olarak ele alınması ve konuya ilişkin kırsal bölgelerde uygulanacak projelerin yerel yönetimler ve yerel halkla işbirliği içinde yürütülmesi teşvik edilecektir.
- Düğün turizmi harcamalarının, Katma Değer Vergisi'nden (KDV) muaf tutulması ve Ekonomi Bakanlığınca düğün turizmi teşvik belgesinin düzenlenmesi sağlanacaktır.
- Türkiye'de düzenlenecek önemli uluslararası bilimsel etkinliklere yurtdışından gelecek katılımcılar için ulaşım, konaklama veya diğer yan hizmetlerde özel indirimler yapılmasını sağlayacak protokolün ilgili kurum ve kuruluşlarca imzalanması sağlanacaktır.
- Kültürel mirasın film platosu olarak kullanılması için çağrı yapılması ve desteklenmesi teşvik edilecektir.
- Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB), Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu (TKDK) ve Kalkınma Bakanlığı koordinasyonunda faaliyet gösteren "Bölgesel Kalkınma Ajansları" gibi teşvik sağlayıcı kurumların Türkiye'de helal turizm işletmeciliği noktasında farkındalık oluşturup bu doğrultuda projeler geliştirmesi desteklenecektir.
- Kültür ve Turizm Bakanlığına, yerel yönetimlere ve Türkiye Büyük Millet Meclisine bağlı müze ve ören yerleri ile özel müzelerin herkes için turizme uygun hale getirilmesi sağlanacaktır.
- Kamp ve karavan turizminin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından alternatif turizm türleri arasında ele alınması teşvik edilecektir.
- Türkiye'de bulunan limanlar arasında rekabet yerine ortak stratejiler geliştirilerek dünya destinasyonları ile rekabet edilmesi sağlanacaktır.
- Kırsal alanlardan geçen sürdürülebilir kültür rotaları için Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yönetim planı oluşturulacaktır.

- Lüks turizm destinasyonlarında yerel yönetimlerle birlikte çalışılması, bu kapsamda yerli ürünler ve markalarının desteklenmesi, bölge halkı ve esnafın bilgilendirilmesi, eğitilmesi ve yerel ürünlerin ön plana çıkarılması üzerine çalışmalar yapılacaktır.
- Yabancı sağlık turistlerinin uluslararası arenada ikili anlaşmalarla Türkiye'ye çekilmesi sağlanacaktır.
- Türkiye'de yüksek rakımlardaki kayak tesislerinin ve termal tesislerin yaz-kış sürekli çalışabilmesi için tesislerin çok yönlü hale getirilmesi ve böylece istihdam devamlılığının sağlanması teşvik edilecektir.
- "Lüks Tren Turizmi" alanında uzman yabancı firma temsilcilerinin deneyimlerinden faydalanılması ve bu firmaların Türkiye'yi rotalarına eklemeleri için gereken şartların sağlanması konusunda çalışmalar yapılacaktır.

#### **2.1.1.3.2. Turizm Gelişim Bölgeleri Stratejisi**

Turizm Gelişim Bölgeleri Stratejisi'nde, tematik ve yönlendirici nitelikte bir yaklaşım söz konusudur. Bu yaklaşım; kamu kaynaklarını ve özel sektörü bir anlamda öncelikli turizm gelişim bölgelerine yönlendirmeyi amaçlamaktadır. Bu strateji kapsamında, dokuz turizm gelişim bölgesi (Frigya Kültür ve Termal Turizm Gelişim Bölgesi, Troya Kültür ve Termal Turizm Gelişim Bölgesi, Aphrodisia Kültür ve Termal Turizm Gelişim Bölgesi, Söğüt Kültür Turizmi Gelişim Bölgesi, Kapadokya Kültür Turizmi Gelişim Bölgesi, Göller Bölgesi Kültür Turizmi Gelişim Bölgesi, Hitit Kültür Turizmi Gelişim Bölgesi, Urartu Bölgesi Kültür Turizmi Gelişim Bölgesi, GAP Kültür Turizmi Gelişim Bölgesi) önerilmiştir. Ayrıca alternatif turizm türlerinin ulusal ve bölgesel ölçekte nasıl, nerede ve hangi ölçütler çerçevesinde geliştirileceği konusunda bilgiler verilmektedir. Varış noktası olarak geliştirilecek ve birden fazla ili kapsayan turizm gelişim bölgelerinde, yerel ve bölgesel kalkınmada turizmin güçlü bir araç olarak kullanılması hedeflenmektedir (Türkiye Turizm Stratejisi, 2007).

Nitekim III. Turizm Şurası'nda alınan esaslı kararlardan biri de; Türkiye'nin turizm gelirlerini artırabilmek için yerel yönetimlerce, "turizm paradoksu" yaşanmasına meydan vermeden, yöresel, tarihi, kültürel, sosyal ve doğal alternatif turizm ürünleri

geliştirilmesi ile turizmi on iki aya yayacak çalışmalar yapılmasıdır (III. Turizm Şurası Komisyon Raporu, 2017b: 5). Öte yandan; Kültür ve Turizm Bakanlığınca ilan edilecek turizm merkezleri ile kültür ve turizm koruma ve gelişim bölgelerinin tespitinde, çevresel değerlerin sürdürülebilirliği dikkate alınarak, turizm sektöründe değerlendirilmesi için taşıma kapasitesi ve koruma-kullanma dengesini gözeterek etüt çalışmaları yapılması karar (III. Turizm Şurası Eylem Planı, 2018).

#### **2.1.1.3.3. Turizm Gelişim Koridorları**

Turizm Gelişim Koridorları Stratejisi kapsamında; belli bir güzergahın doğal ve kültürel dokusunun yenilenerek belli temalara dayalı olarak turizm amacıyla geliştirilmesi hedeflenmektedir. Bu çerçevede; Türkiye’de yedi adet tematik turizm gelişim koridoru önerilmektedir. Bunlar; “Zeytin Koridoru”, “Kış Koridoru”, “İnanç Turizmi Koridoru”, “İpek Yolu Turizm Koridoru”, “Batı Karadeniz Kıyı Koridoru”, “Yayla Koridoru” ve “Trakya Kültür Koridoru” şeklindedir. Batı Karadeniz Kıyı Koridorunun, Şile-Sinop arasında uzanan takriben 500km, özellikle Ankara ve İstanbul gibi büyük şehirlere hizmet edecek bir iç turizm gelişim koridoru olarak geliştirilmesi öngörülmektedir. Bölge; kültür, kıyı ve doğa turizmi çerçevesinde geliştirilecektir (Türkiye Turizm Stratejisi, 2007).

Gelişim koridorunda yer alan, Şile, Akçakoca, Amasra, Cide, Çaylıoğlu ve Sinop yerleşmelerinde bulunan balıkçı barınaklarının, yatları kabul edebilecek şekilde yenilenmesi sağlanacaktır. Ayrıca söz konusu yerleşmelerin, marina/balıkçı köyü kavramı çerçevesinde gelişmesi sağlanacaktır. Koridor boyunca yer alan orman içi dinlenme tesisleri gibi ekoturizmin gelişmesinde odak noktası olabilecek koruma alanlarında, oto karavan ve çadırli kampingi olanaklı kılan düzenlemeler yapılacak ve planlama çalışmaları ile butik otel ve pansiyonlar ile kırsal turizm tesisleri geliştirilecektir. Bölgede, mevcut konaklama kapasitesi, kültür ve ekoturizme yönelik yapılacak planlama ve uygulamalarla artırılacaktır (Türkiye Turizm Stratejisi, 2007). Öte yandan; III. Turizm Şurası’nda fikir birliğine varılan karara göre; doğal ve tarihi değerlerin korunması ve turizm sektörünün geliştirilmesi çalışmalarına daha fazla odaklanabilmek için kentsel yerleşimlerin Turizm Merkezi ve Kültür ve Turizm

Koruma ve Gelişim Bölgesi sınırlarından çıkarılması kapsamında gerekli çalışmalar yürütülecektir (III. Turizm Şurası Eylem Planı, 2018).

#### **2.1.1.3.4. Turizm Kentleri**

Turizm Kentleri Stratejisi kapsamında; dünya ile yarışabilen, markalaşan turizm kentlerinin planlanması hedeflenmektedir. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığınca planlama çalışmaları devam eden beş turizm kentine (Çeşme Turizm Kenti, Dalaman Turizm Kenti, Didim Turizm Kenti, Kuzey Antalya Turizm Kenti, Manavgat/Oymapınar Turizm Kenti) ek olarak on yeni turizm kentinin turizm sektörüne kazandırılması amaçlanmaktadır. Önerilen turizm kentleri; “İğneada-Kıyıköy Ekoturizm Kenti”, “Kilyos Turizm Kenti”, “Saros Körfezi Turizm Kenti”, “Kapıdağ Yarımadası-Avşa-Marmara Adaları Turizm Kenti”, “Datça Ekoturizm Kenti”, “Kaş-Finike Turizm Kenti”, “Anamur Kıyı Kesimi Turizm Kenti”, “Samandağ Turizm Kenti”, “Maçka Turizm Kenti” ve “Kahta Turizm Kenti” şeklindedir (Türkiye Turizm Stratejisi, 2007).

Turizmdeki deneyimler ve dünya turizmindeki yeni anlayışlar doğrultusunda planlama anlayışında değişiklikler yapılması gerekliliğinin vurgulandığı III. Turizm Şurası’nda; her şeyden önce “destinasyon planlaması ve yönetimi” kavramlarını mümkün kılacak bir yasal altyapının hayata geçirilmesi ve “Turizm Kentleri” kavramının yasal altyapısı ile birlikte tekrar ele alınmasının sağlanması ifade edilmektedir (III. Turizm Şurası Komisyon Raporu, 2017d). Ayrıca III. Turizm Şurası’nda; turizm kentleri projesi ve uluslararası standartlarda termal kentlerin oluşturulması ile ilgili çalışmalar yapılması hususlarında esaslı kararlar alınmıştır. Bu kapsamda; farklı turizm çeşitlerinin bir araya geldiği, bütüncül planlama ve tahsise imkan veren turizm kentleri oluşturulmasına yönelik çalışmalar yürütülmesi sağlanacaktır. Türkiye’de termal turizmin geliştirilmesi, yaygınlaştırılması ve elde edilen gelirin artırılmasına katkı verebilmesi için yerleşim yerleri ve diğer turizm çeşitleriyle bağlantısının güçlendirildiği, kaynakların optimum düzeyde verimli kullanıldığı, kent ölçeğinde kür merkezleri kurulduğu termal kentlerin oluşturulması için de çalışmalar gerçekleştirilecektir (III. Turizm Şurası Eylem Planı, 2018).

### 2.1.1.3.5. Ekoturizm Bölgeleri Stratejisi

Türkiye'nin 2023 yılı hedeflerinde; Karadeniz Bölgesi'nde yer alan Bolu, Zonguldak, Bartın, Kastamonu ve Sinop illerini kapsayan bölge, Antalya'nın iç bölgelerine doğru doğusu, Torosların eteklerinde Antalya ve Mersin'in birleştiği alanlar ve GAP koridoru ile Kış Koridorunu birleştiren "GAP Ekoturizm Koridoru" biyolojik çeşitlilik ve ekoturizm potansiyeli açısından öncelikle ekoturizmin geliştirileceği bölgeler olarak belirlenmiştir. Söz konusu bölgeler içerisinde yer alan doğal kaynaklar çeşitlilik göstermektedir. Bu nedenle söz konusu bölgelerde, koruma ve kullanma dengeleri gözetilerek, doğaya uygun yerel mimari özellikleri taşıyan yapılaşma, pansiyonculuk, agro-turizm faaliyetleri, yerel halkın kalkınmasına katkı sağlayacak el sanatları ve yöresel örneklerin sunulduğu atölyeler ile markalaşma yönünde ilk adımları oluşturabilecek yöresel ürünlerin değerlendirilmesi öngörülmektedir (Akesen, 2009: 371-372; Türkiye Turizm Stratejisi, 2007).

Ekoturizm Bölgeleri Stratejisi kapsamında gerçekleştirilecek olan faaliyetler aşağıda yer almaktadır (Türkiye Turizm Stratejisi, 2007):

- Söz konusu bölgelerin, karayolu, havayolu ve demiryolu ulaşım bağlantıları güçlendirilerek alternatif ulaşım olanakları da çeşitlendirilecektir.
- Ekoturizm bölgelerinde, kamu kurum ve kuruluşları ile yerel yönetimlerin eşgüdümlü çalışması sağlanacaktır.
- Ekoturizm çıktılarının yöre halkına geri dönüşümü sağlanarak, planlama ve uygulama çalışmalarına yerel halk katılımı teşvik edilecektir.
- Ekoturizm uygulanacak yörelerde kamu kuruluşları, yerel yönetimler, özel sektör ve yerel sivil toplum kuruluşlarının da katkıları ile yerel ölçekte "Altyapı Birlikleri"nin kurulması için gerekli girişimlerde bulunulacaktır.

Ekoturizm uygulanacak yörelerde, kırsal kesimde tarım dışı istihdam alanları oluşturulacaktır. Bu durum, bölgeler arasındaki dengesizliklerin azaltılmasına, kırsal alanlardaki nüfus göçünün durdurulmasına ve milli değerlerin korunması ile tanıtımına katkıda bulunacaktır. Ayrıca ekoturizm bu bölgelerde (Türkiye Turizm Stratejisi, 2007):

- Bölge ekonomisinde üretim çeşitliliğinin artırılarak ekonomik istikrarın sağlanmasına,
- Bölgede nitelikli/niteliksiz işgücüne yönelik önemli çalışma alanları fırsatlarının oluşturulmasına,
- Bölgede yer alan küçük ve orta ölçekli işletmelerin niteliksel olarak gelişmesine,
- Yerel düzeyde sanayi ve ticareti uyarıcı altyapı yatırımlarının geliştirilmesine,
- Gençlerin ve toplumun eğitimi ile yerel düzeyde modernizasyon sürecinin sağlanmasına,
- Sosyo-ekonomik gelişme konusunda başka seçeneği olmayan bir yörede yerel halk ve turistler tarafından kullanılabilir rekreatif ve turistik olanaklar sağlanmasına,
- Yerel düzeyde kişisel gelirlerin ve vergi gibi kamu gelirlerinin artmasına,
- Yerel düzeyde imajın geliştirilmesi ve yerel halkın çevreyi koruma ve geliştirme bilincinin artmasına katkı sağlayacaktır.

#### **2.1.1.3.6. Hizmet Kalitesi Stratejisi**

Hizmet sektöründe yer alan turizmde sunulan ürünün kalitesinin devamlılığı ve güvenirliliği büyük önem taşımaktadır. Ürün kalitesi ile hizmet sunacak olan tesis, birim ve personelin ölçme ve denetimlerinin objektif bir şekilde yapılması gerekmektedir (Gündoğdu, 2017: 456). Hizmet Kalitesi Stratejisi'nde; turizm sektöründe sürekli eğitim, müşteri memnuniyeti, toplam kalite yönetimi konusunda karar vericilerin bilinçlendirilmesinin gerekliliği, mesleki niteliklerin standardizasyonu ve belgelendirilmesinin önemi üzerinde durulmaktadır. Hizmet kalitesinin ve standardının geliştirilmesi ile sürekli gelişmenin, müşteri ve çalışan memnuniyetinin, katılımcılığı ön planda tutan bir yönetim anlayışının ortaya çıkması mümkündür. Böylece kalite uygulamalarının sürekliliğinin sağlanması, işletmelerin hizmet standardını ve verimliliğini artıracaktır. Öte yandan; rekabet gücü ve pazarlama açısından da işletmelere büyük yararlar sağlanması söz konusudur. Hizmet sunumunda işletmenin ve bireyin amaçları arasında denge sağlamak üzere, kalitenin geliştirilmesinde, sürekli eğitim, eşgüdüm ve motivasyon ile işgücünün ve

yönetimin etkinliğinin geliştirilmesi amaçlanmaktadır (Türkiye Turizm Stratejisi, 2007).

Bir hizmet sektörü olan turizm sektöründen daha fazla gelir elde edebilmek için hizmet standardının yükseltilmesi öncelikle ele alınması gereken bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Nitekim Yıldız ve Erdil'e (2013: 90) göre hizmet kalitesi; hizmetin beklentileri ne kadar iyi karşıladığı veya ne kadar aştığı anlamına gelmektedir. Bu sebeple, hizmet kalitesinin artırılarak müşteri memnuniyetinin maksimum düzeye çıkarılması ve süreklilik arz eden bir yapıya kavuşturulması ile turizmde sürekli gelişme kavramının yerleşmesi sonucu yaratılacak talep ile turizm gelirlerinin artırılması hedeflenmektedir. Öte yandan; teknolojinin değişim hızı turizm sektöründe hizmetin daha etkin ve hatasız sunulması beklentisini beraberinde getirmektedir. Bu bağlamda; daha az kaynak kullanılarak daha nitelikli hizmet hedeflenmektedir. Dolayısıyla hizmet standartlarının geliştirilmesinde yeni bir ürünün tasarımı ya da mevcut ürünün geliştirilmesi, farklı hedef gruplarında yer alan turist beklentilerine göre şekillendirilecektir (Türkiye Turizm Stratejisi, 2007).

Hizmet Kalitesi Stratejisi kapsamında yer alan hedefler aşağıda yer almaktadır (Türkiye Turizm Stratejisi, 2007):

1) Kalite Anlayışı Bilincini Oluşturmak

- Kalite anlayışı turizmin her alanında ve her basamağına uygulanacaktır.
- Turizm sektöründe kaliteyi artırmak için mesleki eğitim desteklenecektir.
- Sürdürülebilir gelişme ve çevre korumasına yönelik çalışmalar yapılacak ve turizmle ilgili kurum ve kişiler arasında bilgi ve deneyim paylaşımı sağlanacaktır.
- Kültürel mirasın korunması ve turizm içindeki önemi ile gerekliliğinin anlaşılacak değerlendirilmesine yönelik yapılacak çalışmalara yerel yönetimlerin ve sivil toplum kuruluşlarının dahil edilmesi sağlanacaktır.

2) Kaliteyi “Ölçülebilir” Kılmak

- Turizmin yoğun olarak konumlandığı merkezlerde hizmetin kalitesini ölçmek ve takip etmek için ortak metot ve ölçü araçlarına karar verilecek ve bunların kullanımı yaygınlaştırılacaktır.
- Konaklama tesislerinin belgelendirilmesinde entegrasyon sağlanarak tek bir sistem kurulacaktır.
- Uluslararası standartlara uyum sağlanacak ve bu standartların korunarak, sürekliliğini sağlayacak mekanizmalar, rekabet kuralları çerçevesinde, sivil toplum kuruluşları aracılığı ile geliştirilecektir.

3) Planlı Gelişme

- Altyapı ve üstyapı yatırımları fiziksel planlara uygun olarak gerçekleştirilecektir. Bu amaçla yatırıma açılması uygun görülen alanlarda öncelikle fiziksel planlama çalışmaları tamamlanacaktır.
- Özel sektörün alternatif konaklamaya yönelik kırsal turizm tesisleri, özel nitelikli tesisler ve pansiyon gibi konaklama üniteleri kurması desteklenecektir.

4) Mevzuat Düzenlemeleri

- Turizm gelirlerinin hesabında turizm uydu muhasebesi sistemine geçilecektir.
- Doğal ve tarihi çevrenin korunmasında Kültür ve Turizm Bakanlığının, ilgili sivil toplum kuruluşları ile işbirliği yaparak çevreye yönelik tehdit niteliğindeki her türlü eylemin önlenmesi için müdahale, yargılama ve yaptırımların uygulanmasında hız ve etkinliği artırılacaktır.
- Çevre Kanunu, Turizmi Teşvik Kanunu ve Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu uygulamalarında ve bağlı yönetmeliklerde bu amaçla gerekli düzeltmeler yapılacaktır.
- Turizm sektöründe hizmet kalitesinin iyileştirilmesi ve etkinliğinin sağlanması için sektörde karar verme mekanizmaları iyi yönetim çerçevesinde yeniden tasarlanacaktır.

5) Eğitim İle Kalitenin Artırılması

- Mesleki niteliklerin belgelendirilmesi (sertifikasyon) sistemi ile mesleki eğitimde standardizasyon sağlanacaktır.

- Hizmet kalitesinin gelişimi açısından belirlenen nitelikleri gerçekleştirecek bir dizi eğitim programı hazırlanacaktır.

### **2.1.2. Sürdürülebilirlik Kavramı**

Araştırmanın bu bölümünde öncelikle sürdürülebilirlik kavramı açıklanmış, ardından sürdürülebilir turizm kavramının tanımı yapılarak, tarihsel gelişimi ele alınmıştır. Son olarak sürdürülebilir turizmin özellikleri ve önemi ile amaçları ve ilkelerine yönelik bilgiler sunulduktan sonra sürdürülebilirlik ve ekoturizm ilişkisine değinilmiştir.

#### **2.1.2.1. Sürdürülebilirlik Kavramının Tanımı**

Sürdürülebilirlik kavramının kökü Latince “sustinere” kelimesinden gelmekte, İngilizcede “sustainability” olarak bilinmektedir. “Devam ettirmek, beslemek” anlamını ifade eden kavram, Türkçe’de “sürdürülebilirlik” olarak karşılık bulmaktadır (Hacıoğlu, Girgin ve Tetik, 2011: 374). Başka bir ifadeyle; kavram olarak sürdürülebilirlik, bir eylemin çeşitli desteklerle devamlılığının sağlanması anlamını taşımaktadır (Kuşat, 2011: 34). Nitekim günümüz koşullarına göre değerlendirildiğinde, sürdürülebilirlik kavramı; sürdürmek, sağlamak, devam ettirmek, desteklemek ile var olmak anlamlarında kullanılmaktadır (Çalık, 2014: 13; Tetik, 2012: 12). İnsan faaliyetlerinin çevresel kaynaklar üzerinde meydana getirdiği etkiler, sürdürülebilirlik kavramının ortaya çıkmasına neden olmuştur. Ayrıca teknolojik ve ekonomik gelişmeler sayesinde ortaya çıkan çevre sorunlarının etkisini azaltarak, çevresel ekosistemlerin korunmasını sağlamak da bu durumu desteklemiştir (Kodaş, 2012: 347; Poudel ve Nyaupane, 2013: 660). Bu açıdan değerlendirildiğinde; sürdürülebilirlik, uzun dönemde ekonomik, sosyal ve çevresel amaçlar arasındaki dengenin yeniden kurulmasını ifade etmektedir (Çevirgen, 2003: 2).

Bir ülkede, yörede ya da bölgede turizmin gelişmesi esnasında, turizmin temel unsurları niteliğindeki doğal ve sosyo-kültürel kaynakların geri dönüşü olmayacak bir şekilde zarar görebilmesi söz konusudur. Bu durum, sürdürülebilirlik kavramını

küresel boyutlara taşımış ve 1970'li yıllardan sonra hem sürdürülebilirlik kavramı hem de sürdürülebilir kalkınma ile sürdürülebilir turizm kavramları ortaya çıkmıştır. Bu sayede söz konusu zararlardan en az düzeyde etkilenilmesi amaçlanmıştır (Demir ve Çevirgen, 2006a: 93; Keskin ve Örgün, 2015: 31; Zengin ve Yamaç, 2014). Ancak, 1987 yılında, Birleşmiş Milletler Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu'nun raporunda "Ortak Geleceğimiz" başlığıyla gündeme getirilen sürdürülebilirlik kavramı üzerinde, 1992 yılında düzenlenen Rio Konferansı'na kadar fikir birliği sağlanamamıştır (Çalık, 2014: 18; Eser, Dalgın ve Çeken, 2011: 153; Sarkım, 2014: 279).

Sürdürülebilirliğin sağlanabilmesi için hem etkin halk katılımı, hem de yeni sosyal sistemlerin oluşturularak çevreci teknolojilerin ve stratejilerin bütünleşmesinin sağlanması gerekli görülmektedir (Kınacı, 2011: 80). Yani sürdürülebilirlik kavramı; hem aktif hem de proaktif bir yapıya sahiptir. Burada altı çizilmeye çalışılan nokta, sürdürülebilirlik kavramı ile toplumun, ekosistemin ya da sürekliliği olan herhangi bir sistemin işlerini kesintisiz ve bozulmadan devam ettirirken, aynı zamanda sistemin temel kaynaklarına aşırı yüklenmeden yapılması yeteneğinin ifade edilmesidir (Ekinci, 2014: 221; Mısırdalı Yangil, 2015: 358).

Sürdürülebilirlik temel olarak; ekonomik, çevresel ve sosyo-kültürel olmak üzere üç yaklaşımla ele alınmaktadır. Toplumun her kesiminden bireyin, tüm ihtiyaçlarının karşılanırken, gelecek nesillerin de hesaba katılması ile şekillenecek bir ekonomik yapının oluşturulması, ekonomik sürdürülebilirlik kavramını ortaya koymaktadır. Çevresel açıdan sürdürülebilirlik; tüm doğal kaynakların korunması, geri dönüşüme önem verilmesi, atık miktarının azaltılması, doğal sistemlerin anlaşılması için bilimsel çalışmalara ağırlık verilmesi, biyolojik çeşitliliğin korunması, su, hava ve toprak gibi çevresel kaynakların korunması ile devamlılığının sağlanması gibi ekosistem unsurlarını içermektedir. Çoğu destinasyon için önemli bir çekicilik unsuru olan ekolojik ve doğal çevre, bazı destinasyonlar için turistik ürün olarak değerlendirilmektedir. Turizm sektörünün ekolojik ve çevresel sürdürülebilirliğe destek olabilmesi için, çevreyi koruyan turistik ürünlerin ve faaliyetlerin geliştirilmesi son derece önemli uygulamalar arasında yer almaktadır. Bununla beraber, bir bölgenin gelişimi için çevresel kaynakların korunmasının yanısıra yerel sosyal yapıların da sürdürülebilirliği önem arz etmektedir. Yani sosyo-kültürel açıdan

sürdürülebilirlik; yoksulluğun yanısıra eğitimsizlik, yetersiz ve düzensiz istihdam, nüfus artışı, aile planlaması ve sağlık hizmetleri gibi konuları da kapsamaktadır (Bardakoğlu, 2014: 128; Kınacı, 2011: 83; Najdeska ve Rakicevik, 2012: 211; Sarkım, 2014: 281). III. Turizm Şurası'nda da belirtildiği üzere; sürdürülebilir bir turizm ancak; çevresel ve ekolojik anlamda sürdürülebilir, ekonomik anlamda uygulanabilir, sosyal anlamda kapsayıcı ve kabul edilebilir özelliklere bağlı olarak, çevreci bir yönetim ve planlama ile gerçekleşme olasılığına sahiptir (III. Turizm Şurası Komisyon Raporu, 2017d).

Sürdürülebilirliğin, gelecekte bugüne bakmayı, bugünkü eylem ve faaliyetlerin gelecek perspektifinden yerine getirilmesini içerdiğinin altını çizen Mısırdalı Yangil (2015: 357), 21. yüzyıl için sürdürülebilirlik kavramını slogan niteliğinde değerlendirmektedir. Başka bir ifadeyle sürdürülebilirlik; gelecek nesiller için doğal çevrenin ve kültürel başarıların korunmasında daha eşitlikçi ve zengin bir dünyaya yönelik sosyal gelişimin öngörülmesidir.

Dinamik bir süreç olarak kabul edilen, insanın doğa karşısındaki tavrı ve onunla geliştirdiği ilişki biçimi ele alındığında; sürecin toplumsal gelişme ve kültür süreçlerine koşul olarak nitelik değiştirdiği ve içerisinde bulunan koşullar bütünü ile toplumsal ekolojinin bir parçası olarak geliştiği söylenebilir. Bu sebeple sürdürülebilirlik kavramı; siyasal, kültürel, sosyal, ekonomik ve yönetsel pek çok boyutla birlikte ele alınmalıdır (Cernikova ve Malikova, 2013: 696; Küçükaslan, 2007: 50). 1980 yılında Uluslararası Doğayı Koruma Birliği (IUCN) tarafından yayınlanan Dünya Korumacılığı Stratejisi ve Brundland Raporu olarak bilinen ve 1987 yılında "Ortak Geleceğimiz" adıyla yayınlanan Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu Raporu gibi uluslararası örgütlerce yapılan çalışmalar sonucunda, sürdürülebilirlik için bazı temel ilkeler geliştirilmiştir. Temel ekolojik süreçlerin bütünlüğü bir planlama ile geliştirilerek korunması, biyolojik çeşitliliğin korunması ve gelecek kuşaklar göz önünde bulundurularak yapılacak verimlilik çalışmaları bu ilkeler arasında yer almaktadır (Çevirgen, 2003: 1; Fennell ve Dowling, 2003: 4).

Sürdürülebilirlik kavramı sadece korumayı değil, koruma ile kullanma arasındaki dengeyi bulma çabalarını da içermektedir. Bu çerçevede; sürdürülebilirlik, tüm sektörlerde gerçekleşmesi gereken birçok yönlendirici ilke, strateji ve hedefler

bütününü ifade etmektedir (Hacıoğlu ve diğerleri, 2011: 374). Zira Beyhan ve Ünügür'e (2005: 80) göre; sürdürülebilirlik kavramı beşeri yaşamın bir gerekliliği olarak ortaya çıkmıştır. Bununla birlikte tarım, turizm, teknoloji gibi birçok örneğin sürdürülebilirliği, farklı alanlarda örnek niteliği taşımıştır. Söz konusu alanların toplumsal boyutunun farklı olmasının yanısıra insanın geleceğini konu almaları ve hangi alan için düşünülüyorsa o alanın kaynaklarının korunmasını amaç edinmeleri açısından ortak özelliklere sahip olduklarını söylemek mümkündür (Hacıoğlu ve diğerleri, 2011: 375; Khalid ve Way, 2010: 18).

Nazlı (2016) tarafından yapılan bir araştırmada; İzmir'de bulunan bir vakıf üniversitesinde lisans düzeyinde eğitim gören turizm öğrencilerinin sürdürülebilirlik kavramına ilişkin algıları analiz edilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre; öğrencilerin çoğunluğu (%33) sürdürülebilirlik kavramını "tarihi, kültürel ve doğal değerlerin geliştirilmesi ve korunması" şeklinde tanımlarken; %28'i de "ekolojik sistemlerin devamlılığının sağlanması" şeklinde tanımlamışlardır. Ayrıca %10'luk bir katılımı sürdürülebilirlik kavramı "gelecek nesillere kaynakların aktarılması" şeklinde ifade edilmiştir. Öte yandan; söz konusu araştırmanın katılımcıları %26 katılımı sürdürülebilirlik kelimesini "koruma (yeşilin, değerlerin ve insanların)" ve %12 katılımı "devamlılık (hayatta kalmak, ekonomik, çevresel ve sosyal faktörler arasındaki denge)" şeklinde açıklamaktadırlar. İlgili yazında (Koçoğlu, 2008: 11; Küçükaltan ve Yılmaz, 2011: 158; Tetik, 2012: 16; Yılmaz, 2005: 268) da sürdürülebilirlik kavramı benzer şekillerde tanımlanmaktadır.

Kuter ve Ünal (2009: 147) sürdürülebilirlik kavramını, bugünün ihtiyaçlarını karşılarken doğal kaynakları korumak ve gelecek nesillere iyi bir çevre bırakmak için yapılan faaliyetler olarak tanımlamaktadırlar. Keskin ve Örgün (2015: 31) ise sürdürülebilirliğin, yaşam kalite standartlarını değiştirmeden tüketim toplumu olmaktan sıyrılıp, çevreyi koruyan ve toplumsal sorumlulukları ortaya koyan bir unsur olduğunun altını çizmektedirler.

Baykal ve Çimen'e (2015: 11) göre sürdürülebilirlik, insan yaşamının ihtiyaçları ve doğal kaynakların devamlılığı arasındaki dengenin sağlanmasını ifade etmektedir. Diğer bir deyişle; ekonomik, çevresel ve toplumsal boyutlarıyla günümüzden geleceğe uyumlu bir planlama yapılmasını amaçlayan bütünsel yaklaşım,

sürdürülebilirliği açıklamaktadır. Bu kapsamda; sürdürülebilirliğin çevresel, toplumsal ve ekonomik düzeyde amacına uygun olarak planlanması ve uygulanması oldukça önemlidir. Ancak bu hususta kavramsal bazı ilkelere dikkat edilmesi gerekmektedir. Bu amaçla benimsenmiş yedi temel ilkeden bahsetmek mümkündür. Bu temel ilkeler aşağıda yer almaktadır (Pelit, Baytok ve Soybalı, 2015: 260-261; Tuna, 2011: 4-5):

- Gelecek Kaygısı: Sürdürülebilir kalkınmanın zamanla ortaya çıkaracağı etkiler (olumlu/olumsuz), detaylı bir bakış açısıyla ele alınmalıdır.
- Kuşaklararası Eşitlik: Günümüz kuşaklarının kaynak kullanımının gelecek kuşakların kaynak kullanımını engellememesi için gerekli tedbirleri almak gerekmektedir.
- Katılım: Sürdürülebilir kalkınmadan etkilenen tüm toplumsal ve politik gruplar, kalkınma ile ilgili tartışma ve karar alma süreçlerine dahil edilmelidir.
- Ekonomik ve Çevresel Faktörlerin Dengesi: Sürdürülebilir kalkınmaya yönelik alınan kararlarda çevresel faktörler de dikkate alınmalıdır. Ekonomik maliyet faktörü ile çevresel faktörler arasında eşgüdüm sağlanmalıdır.
- Çevresel Kapasiteler: Tüm çevresel etkiler, ekolojik denge üzerinde olumsuz bir etki bırakmayacak şekilde değerlendirilmelidir.
- Niceliksel Kadar Niteliksel Unsurlara Dikkat Edilmesi: Sürdürülebilir kalkınmaya yönelik kararlarda uzun vadeli planlamalar yapılmalı, çevresel zarar ilkesi göz ardı edilmemelidir.
- Yerel Ekosistemlerin Dikkate Alınması: Yerel, toplumsal, politik, tarımsal ve ekolojik sistemlerin sürdürülebilirliğinin hedeflemesi sağlanmalıdır.

#### **2.1.2.2. Sürdürülebilir Turizmin Tanımı**

Sürdürülebilirlik ifadesinin sıklıkla kullanıldığı disiplinlerden biri de turizmdir. Turizm endüstrisinde mevcut ve potansiyel risklere/tehditlere yönelik ortaya çıkan fikir ayrılıkları, çevresel bakımdan duyarlı bir turizm yaklaşımının araştırılması gerekliliği ile sonuçlanmıştır. Buna bağlı olarak da sürdürülebilir turizm kavramı ortaya çıkmıştır (Canavan, 2014: 128; Erdoğan, 2003a). Sürdürülebilir turizm; mevcut konaklama kapasitesi, yerel nüfus ve çevreyi dikkate alarak gelişen, çevreye duyarlı bir turizm olarak tanımlanmaktadır (Çelik ve Bahar, 2014: 370).

Erdoğan (2003a) sürdürülebilir turizmi; turistlerin ve misafir kabul eden bölgelerin temel ihtiyaçlarını karşılarken, gelecek için bir takım fırsatları da hem koruyan hem de geliştiren bir turizm gelişmesi olarak tanımlamaktadır. Bu kapsamda yürütülecek çalışmaların, sürdürülebilir kalkınma ilkeleri temeli üzerinde kurulu olduğunun da altını çizmektedir. Bu çerçevede, sürdürülebilir turizmle ilgili yapılan tanımlarda görülen ortak noktalar; turizmde kullanılabilecek tüm kaynakların en verimli şekilde uzun süre kullanılabilmesinin sağlanması, insan yerleşimi dokunun korunması ile ekonomik ve sosyal eşitlik, kaliteye bağlılık ve toplumsal katılımıdır (Yavuz, 2015: 75).

Sürdürülebilir turizm kavramının kökeni, 1973 yılındaki “Ecological Principles for Economic Development” adlı Dasmann, Milton ve Freeman ortak yazarlı yayına dayanmaktadır. Bu çalışmadaki fikirlerin çoğu, Cenevre merkezli “Uluslararası Doğa ve Doğal Kaynakların Korunması Birliği” tarafından geliştirilmiştir. Kitle turizminin ekolojiye verdiği zarardan yola çıkarak geliştirilen sürdürülebilir turizm, ekolojik değerleri hesaba katarak turizm olanaklarının kullanılması iddiasını taşımaktadır (Kaymaz ve Sezerel, 2015: 190; Sonuç, 2014: 20). Öte yandan; sürdürülebilir turizm, günümüzde dünya turizminde ağırlığını hissettiren kitle turizmi ile önemli ölçüde ters düşmektedir (Tuna, 2007: 28). Bu çerçevede; ekonomik gelişmeyi teşvik ederek kalkınmaya katkı sağlayan sürdürülebilir turizm, planlı ve uzun dönemli faaliyetleri ile destinasyonlar açısından yerel, doğal, kültürel ve yapısal kaynakların korunmasını da sağlamaktadır (Erdoğan ve Erdoğan, 2005: 6; Korkmaz ve Başkalkan, 2011: 63; Singh, 2018: 828).

Çevre ile ilgili konuların politik arenada yer bulması 1980’li yıllarda söz konusu olmuştur. Bu durumun en önemli yansıması olarak sürdürülebilir turizm kavramı, 1992 yılında Birleşmiş Milletler Rio Sürdürülebilir Kalkınma Zirvesi’nden sonra tanımlanmıştır. Söz konusu Zirve’de, sürdürülebilir turizmin temel amacı; turizm olayını, çevreye, topluma, tarihsel, doğal ve kültürel varlıklara zarar vermeden, bölge ekonomisine ve toplumsal yaşantıya sürekli katkıda bulunacak şekilde geliştirmek olarak şeklinde ifade edilmiştir (Demir ve Çevirgen, 2006a: 101; Dinçer ve Gedik, 2010: 664; Ünlüönen, Kızanıklı ve Arslan, 2011: 447). Nitekim sürdürülebilir turizmde; turistik faaliyetlerin gerçekleştirilmesi esnasında turistik değerlere en hassas düzeyde bir yaklaşım sergilenmesine özen gösterilmektedir. Yani,

sürdürülebilir turizm sayesinde, turizmden en üst düzeyde ekonomik fayda amaçlanırken; çevresel, kültürel ve ekolojik değerlere yönelik olarak da korumacı bir tavır sergilenmektedir (Kuşat, 2011: 35). Çünkü sürdürülebilir turizm; sektör, ziyaretçiler, çevre ve turist kabul eden toplum arasındaki karmaşık ilişkiler tarafından yaratılan gerilim ve sürtüşmeleri azaltmayı amaçlayan, pozitif niyetli bir yaklaşımdır (Akoğlu Kozak ve Bahçe, 2012: 94).

Sarkım'a (2014: 282) göre; sürdürülebilir turizm, her aşamasında toplumsal sorumluluk, ekonomik verimlilik ve ekolojik duyarlılığı içermekle beraber, bunları birbirleriyle uyumlu hale getirmeye çalışmaktadır. Nitekim sürdürülebilir turizm, tüm turizm türlerini de içerisinde barındıran, turizmin kullandığı tüm kaynaklara duyarlı olan politika ve uygulamaları içeren bir yaklaşımdır (Alagöz, Güneş ve Uslu, 2015: 237). Keleş ve diğerlerine (2015: 467) göre sürdürülebilir turizm; doğal, tarihi ve kültürel kaynakların gelecekte kullanımı için de korunmasını, turizm gelişiminin turistik bölgede çevresel ve sosyo-kültürel problemlere yol açmayacak şekilde planlanmasını ve yönetilmesini, çevre kalitesinin sürdürülmesini ve geliştirilmesini içermektedir.

“Yeşil turizm, sorumlu turizm, pozitif turizm, alternatif turizm, yumuşak turizm, saldırgan olmayan turizm” gibi kavramların tümü sürdürülebilir turizm kavramını ifade etmektedir (Demir ve Çevirgen, 2006b: 16). Avcıkurt'a (2015: 200) göre; sürdürülebilir turizm kavramı, söz konusu bu turizm türlerinin tümünü içermektedir. Çevreyle sosyal uyumlu turizmin gelişmesi fikri de bu kapsamda ele alınabilir. Benzer şekilde Swarbrooke (1999: 14) da “alternatif turizm, ekoturizm, çevreye duyarlı turizm, minimum etki turizmi, yumuşak turizm ve sorumlu turizm” gibi kavramları, sürdürülebilir turizm kavramı ile ilişkilendirilmektedir. Söz konusu bu kavramların ortak noktaları, kitle turizmine alternatif olmaları ile turizmin var olma sebebi olan insan ve çevreye yönelik duyarlı davranışları yönlendirmeleridir. Nitekim yerel kaynaklar kullanılarak, yerel kültürleri yeniden yaşatmak amacıyla yapılan söz konusu faaliyetler bu kapsamda yer almaktadır (Küçükaslan, 2007: 29, 93).

### 2.1.2.3. Sürdürülebilir Turizmin Tarihsel Gelişimi

Sürdürülebilir gelişmenin uluslararası nitelik kazanması, beraberinde yeni kavramları da gündeme getirmiştir. Nitekim sürdürülebilir gelişme yaklaşımının temel ilkelerinin turizm sektörüne uygun hale getirilmesiyle, sürdürülebilir turizm kavramı ortaya çıkmıştır (Kınacı, 2011: 85; Salem ve El-Shimy, 2012: 4). İnsanların bitmek bilmeyen istek ve arzuları karşısında dünyadaki mevcut kaynakların hızla tükenmesi söz konusudur. Küreselleşmenin bir sonucu olarak insanlar, ihtiyaçlarından daha fazlasını tüketmeye yönlendirilmektedir. Bu durum da mevcut kaynaklar üzerinde aşırı yüklenmeye neden neden olmaktadır (Alagöz ve diğerleri, 2015: 236). Özellikle yerel topluluklar açısından değerlendirildiğinde, turizmde sürdürülebilirlik; ekolojik olarak uyumlu, ekonomik olarak kendi kendini yenileyebilen ve sosyal açıdan toplumun her kesimine hitap eden bir özellik taşımaktadır (Doğan, 2010: 26).

Çevresel ve sosyal sorunlara karşı insanların daha duyarlı hale gelmesi, turizmde de çevreye zarar vermeyen, düşük etkiye sahip bir gelişmenin gerekliliğini ortaya çıkarmıştır. Bu akım ile insanlar toplumsal girişimleri daha fazla destekler hale gelirken aynı zamanda yerel korumacılığı da destekleme eğilimine doğru yönelmektedirler. Sürdürülebilir turizme yönelik artan ilgi bu gelişmelerin bir sonucu olarak karşımıza çıkmaktadır (Demir ve Çevirgen, 2006a: 71; Guerrero, Perez, Valdez ve Ibarra, 2013: 418). Bu sonuç karşısında sürdürülebilirlik yaklaşımını turizm açısından ele almak, birtakım ilke ve uygulamalarını ortaya koymak adına çok sayıda uluslararası toplantı düzenlenmiştir. Belli başlı toplantıların bir kısmı aşağıda açıklanmaktadır (Bozlağan, 2005: 1024; Doğan, 2010: 25-26; ITC ve UNWTO, 2015: 4; Kınacı, 2011: 89; Koçoğlu, 2008: 8; Tetik, 2012: 24-28):

- 1990 yılında Kanada’da gerçekleştirilen Globe’90 Konferansı, turizm ve sürdürülebilirlik adına atılan önemli adımlardan biri olmuştur. Konferansta, turizmin çevreye ve ekonomiye sağladığı katkıların farkına varmak ile turist kabul eden ülkelerin yaşam kalitesini arttırmak, sürdürülebilir turizmin temel amaçları olarak ifade edilmiştir.
- 1992 yılında Globe’92 Konferansı düzenlenmiştir. Globe’92 Konferansı’nın temel amacı; Globe’90 Konferansı’nda alınan kararların uygulanmasının sağlanmasıdır.

- 1995 yılında düzenlenen “Sürdürülebilir Turizm Üzerine Dünya Konferansı”nda 18 maddelik “Sürdürülebilir Turizm Sözleşmesi” kabul edilmiştir. Turizm gelişiminin çevresel, sosyal ve etik çerçevelerde sürdürülebilir olması; yerel, ulusal, bölgesel ve uluslararası tüm düzeylerde etkili işbirliğine dayalı olması; turizm planlamasına hükümetlerin ve ilgili otoritelerin, sivil toplum örgütlerinin ve yerel halkların katılması gibi hususlar sözleşme maddeleri arasında yer almaktadır.
- 1997 yılında Berlin’de düzenlenen “Bio-çeşitlilik ve Sürdürülebilir Turizm Üzerine Uluslararası Çevre Konferansı ve Berlin Deklarasyonu”nda sürdürülebilir turizm gelişiminin sağlanabilmesi için hem turist gönderen hem de turist alan ülkelerin hükümetlerinin, uluslararası örgütlerin, özel sektörün ve çevre gruplarının ortak katılımının gerekli olduğu üzerinde durulmuştur.
- 10 ilkedan oluşan Turizmde Küresel Etik İlkeler, Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) tarafından 1999 yılında kabul edilmiştir. Bu ilkeler; “turizmin toplumlararası karşılıklı anlayışa katkısı, turizmin bireysel ve kolektif yönleri, sürdürülebilir kalkınmanın unsuru olarak turizm, kültürel mirası kullanan ve zenginleştiren unsur olarak turizm, ülke ve toplumların refahını arttıran bir faaliyet olarak turizm, turizmin geliştirilmesinde tarafların rolü, turizme katılma hakkı, turist hareketlerinde özgürlük, turizm sektöründe çalışanların ve girişimcilerin hakları ile turizmde küresel etik ilkelerin uygulanması” şeklindedir.
- 26 Ağustos - 4 Eylül 2002 tarihleri arasında Güney Afrika’nın Johannesburg kentinde “Dünya Sürdürülebilir Kalkınma Zirvesi” gerçekleştirilmiştir. Zirvede, 1992 Rio Zirvesi sonrasındaki gelişmelerin ve uygulamaların değerlendirmesi yapılmıştır.
- Uluslararası İklim Değişikliği ve Turizm Konferansı ve Djerba Deklarasyonu, 2003 yılında düzenlenmiştir. Konferans sonunda, Djerba Deklarasyonu kabul edilmiştir. Deklarasyonda, küresel turizm endüstrisinin sürdürülebilirliği için iklim değişikliğinin önemi vurgulanmıştır.
- 2004 yılı Mart ayında ise Tayland’da Dünya Turizm Örgütü Sürdürülebilir Turizm Gelişme Komitesi toplanmıştır. Söz konusu toplantıda, 1995 yılında Turizm ve Seyahat için Gündem 21’de yayınlanan sürdürülebilir turizm kavramının kapsamı genişletilmiştir. Kavram, turizmin çevresel, sosyal ve ekonomik yönleri arasında dengeye önem veren ve turizmin tüm aşamalarında

sürdürülebilirlik ilkelerine uygun davranmayı kapsayan bir içerikle yeniden tanımlanmıştır.

- Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO), Birleşmiş Milletler Çevre Programı (UNEP) ve Dünya Meteoroloji Örgütü (WMO) tarafından Dünya Ekonomik Forumu'nun desteği ile 2007 yılında düzenlenen "2. Uluslararası İklim Değişikliği ve Turizm Konferansı ve Davos Deklarasyonu"nda; kıyı destinasyonları ve adalar, dağ ve kış turizmi destinasyonları, doğa temelli destinasyonlar gibi özel destinasyon türlerine uyum sağlanması ile ulaşım, tur operatörleri, konaklama işletmeleri gibi turizmin yan sektörlerinin sorunlarına çözüm getirilmesi gibi konular üzerinde durulmuştur.
- 2008 yılında Küresel Sürdürülebilir Turizm Kriterleri belirlenmiştir. Söz konusu kriterler, etkili sürdürülebilir yönetimi oluşturmanın yanısıra; turizmin, yerel halk, kültürel miras ve çevreye olan yararlarını artırıp, olumsuz etkilerini azaltmak şeklindedir.

#### **2.1.2.4. Sürdürülebilir Turizmin Özellikleri ve Önemi**

Günümüz dünyasında turizm sektörü, çevreye yönelik uygulamalardan giderek daha fazla etkilenir hale gelmiştir. Dolayısıyla sürdürülebilir turizm ile bağlantılı olarak değerlendirildiğinde; yönetsel politikalar, günlük uygulamalar ve bunların çevresel sonuçları ile birlikte değerlendirmede bulunmanın gerekliliği ortaya çıkmaktadır (Erdoğan ve Albustanlıoğlu, 2013). Bu kapsamda; sürdürülebilir turizm gelişimine yönelik süreçler ve yönetsel faaliyetler her türlü turistik destinasyondaki turizm türlerine (kitle turizminden farklı niş turizm pazar bölümlerine kadar) uygulanabilmektedir (Yılmaz, 2005: 269).

Doğan (2010: 30), sürdürülebilir turizm ilkelerinin uygulamada başarılı olabilmesi için turizm endüstrisi, merkezi ve yerel düzeydeki kamu yönetimi ve yerel halkın uyumu ve işbirliğinin zorunlu olduğunun altını çizmektedir. Aynı zamanda, bu bileşenlerden birinin eksikliği ya da rolünü etkin biçimde yerine getirememesi, genel amaçların gerçekleştirilmesinde başarısızlığa neden olabilecektir. Bu nedenle, sürdürülebilir turizm için politika ve planlama yapılırken bu bileşenlerin birbirleriyle uyumunun dikkate alınması sağlanmalıdır.

Turizm sektöründe tarihi, doğal ve çevresel kaynaklara bağımlılık söz konusudur. Nitekim söz konusu bu kaynakları en yoğun biçimde kullanan sektörlerin başında turizm gelmektedir. Bu durum, turizm sektöründe sürdürülebilir politikaların uygulanması gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır. Bu çerçevede; turizm gelişiminde uygulanacak politika ve stratejilerin, turizm gelişim hızını ve türünü dikkate alarak yerel önceliklere, doğal ve sosyo-ekonomik özelliklere dayanması gerektiğinin altını çizmek gerekmektedir (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2012: 87). Sürdürülebilir turizm; ev sahibi toplumların geleneksel değerlerine hem korumacı hem de saygılı bir tavır sergilerken, söz konusu toplumlarda kalıcı istihdam yaratılmasına ve ekonomik istikrarın sağlanmasına katkıda bulunmaktadır (Çalık, 2014: 26; Grundey, 2008: 122). Bu çerçevede sürdürülebilir turizmin faydalarını Çevirgen (2003: 12-13) ve Swarbrooke (1999: 10) aşağıdaki gibi özetlemektedirler:

- Sürdürülebilir turizm ile turizmin doğal ve kültürel çevre ile insanlar üzerindeki etkilerinin anlaşılması teşvik edilmektedir.
- Sürdürülebilir turizm, yerel toplumlar için fayda ve maliyetlerin eşit bir şekilde dağıtılmasına olanak sağlamaktadır.
- Sürdürülebilir turizm ile hem doğrudan turizm sektörüne hem de sektörü destekleyen diğer sektörlerle yerel istihdam imkanı sağlanmaktadır.
- Sürdürülebilir turizm sayesinde yerel ekonomide çeşitlilik sağlanmaktadır. Özellikle tarımsal istihdamın yetersiz ve düzensiz olduğu alanlarda ekonomik çeşitlilik teşvik edilmektedir.
- Sürdürülebilir turizm; toplumun her kesimi için karar alma mekanizmalarının oluşturulmasını sağlamaktadır. Burada temel amaç, turizm ve diğer amaçlarla mevcut kaynakları kullananların bir arada yaşayabilmesini teşvik etmektir.
- Sürdürülebilir turizm; altyapı hizmetlerinin (yerel ulaşım, yerel haberleşme vb.) gelişmesini hızlandırmaktadır.
- Sürdürülebilir turizm, rekreasyonel imkanları artırarak, söz konusu imkanlar dahilinde korumacı bir yaklaşımın tercih edilmesine yardımcı olmaktadır.
- Sürdürülebilir turizm, farklı yaşam biçimlerine sahip insanlar arasında iletişimi kuvvetlendirerek, bireylere, birbirlerini anlama fırsatı sunmaktadır.

### 2.1.2.5. Sürdürülebilir Turizmin Amaçları ve İlkeleri

Turistik seyahat tercihlerinde bir destinasyonun sahip olduğu doğal ve kültürel çekicilikler önemli bir rol üstlenmektedir. Diğer bir ifadeyle; turizmde başarıdan söz edebilmek için hem doğal olarak oluşan hem de insanlar tarafından oluşturulan çevrenin kalitesine önem vermek gerekmektedir. Bu kapsamda; turizm sektöründe yaşanacak uzun dönemli başarıların altında yatan temel sebeplerin başında bir destinasyonun doğal, kültürel ve tarihi çekiciliklerini sürdürebilmesi gelmektedir. Özellikle hassas çevrelerde turizm sektörü, doğal ve kültürel kaynakların korunarak geliştirilmesi ve tüm bunlara verilebilecek hasarların azaltılması bakımından önemli bir rol oynamaktadır (Demir ve Çevirgen, 2006a: 62). Bu bağlamda da, sürdürülebilir turizm, hem ulusal hem de uluslararası düzeyde turizm gelişimi için bir araç olarak değerlendirilmektedir (Çetinkaya, 2014: 22; Koçan, 2011: 70).

Kaya (2011: 18), sürdürülebilir turizmin temel amacını, turizme kaynak oluşturan ekonomik, ekolojik, sosyal ve kültürel değerlerin koruma-kullanma dengesi gözetilerek kullanılması ve gelecek kuşakların da turistik faaliyetleri gerçekleştirebilecekleri bir çevreye sahip olabilmemesinin sağlanması şeklinde özetlemektedir.

Turizm ile çevre arasındaki güçlü bağ, sürdürülebilir turizmin temel amaçlarını desteklemektedir. Bu noktada, dünya üzerindeki kaynakların tüketilirken, yaşanabilirlik sınırının da göz önünde bulundurulması gerekmektedir. Bunun yanı sıra; sürdürülebilir turizmde ekolojik, ekonomik ve toplumsal amaçlar bir bütün olarak dikkate alınmalıdır. Turizmin ekolojik sürdürülebilirliğinin koşulları; kirlenen öder ilkesinin uygulanması, çevresel etki değerlendirmesi yönteminin uygulanması, biyolojik çeşitliliğin korunması, ekolojik ayak izi ve taşıma kapasitesi kavramlarının dikkate alınması ve temiz enerji kaynaklarının tercih edilmesidir. Ekonomik sürdürülebilirlik ise, turistik faaliyetlerin devam etmesi anlamına gelmektedir. Yerel halkın önceliği, sosyal ve kültürel kimliklerin korunması, kültürel yaşam ve kültürel varlıkların korunması ise toplumsal sürdürülebilirlik kapsamında değerlendirilmektedir (Çelik ve Bahar, 2014: 370; Dinçer ve Gedik, 2010: 665; Kaplan, 2013: 20; Kaya, 2011: 17; Sonuç, 2014: 23).

Demir ve Çevirgen (2006a: 105) sürdürülebilir turizmin öncelikli amacının, turizmle beraber ortaya çıkan olumlu etkilerin devamının sağlanması ve bu şekilde beklenen çıktıların elde edilmesi olduğunu altını çizmektedirler. Koçoğlu (2008: 15), Korkmaz ve Başkalkan (2011: 63), Kutluay Tutar (2015: 332), UNWTO (2013: 18) ve Yılmaz (2006: 586-587) sürdürülebilir turizmin temel amaçlarını aşağıdaki gibi özetlemektedirler:

- Ekonomik Uygulanabilirlik: Turizm işletmelerine rekabet adına verilen desteğin sağlanması bu kapsamda ele alınmaktadır.
- Yerel Toplumun Refahı: Yerel ekonominin turizm faaliyetlerinden faydalanmasını sağlayarak, yerel toplumun yaşam kalitesini yükseltmek mümkündür.
- İstihdam Kalitesi: Yerel topluluğa sağlanan birtakım imkanlar sayesinde (iş imkanı, turizme katılma hakkı vb.), yerel işgücünün hem niteliksel hem de niceliksel kalitesinin artırılması teşvik edilmelidir.
- Sosyal Eşitlik: Toplumun her kesiminin turizm faaliyetlerinin çıktısından (ekonomik sosyal, çevresel vb.) faydalanması sağlanmalıdır.
- Ziyaretçi Memnuniyeti: Ziyaretçi memnuniyetine son derece önem verilmeli, ziyaretçilere kaliteli deneyim sunmak adına adil davranılması sağlanmalıdır.
- Yerel Denetim: Yerel halkın turizmin gelişimine yönelik faaliyetlerde söz sahibi olması teşvik edilmelidir. Turizm planlamasının, çevresel, sosyal ve kültürel sorunlara yol açmayacak şekilde yönetilmesi sağlanmalıdır.
- Kültürel Zenginlik: Yerel toplumların sosyal, kültürel ve geleneksel mirasına saygılı olunmalıdır.
- Fiziksel Bütünlük: Turizmin, çevrenin fiziksel yapısının bozulmasına sebebiyet vermesinin önüne geçilerek, genel çevre kalitesi korunmalıdır.
- Biyolojik Çeşitlilik: Çevresel farkındalık oluşturularak, doğal alanların, habitatların, yaban hayatının korunması ve bunlara olabilecek zararların en aza indirilmesi sağlanmalıdır.
- Kaynak Verimliliği: Turizm kaynakları (doğal, tarihi, kültürel vb.), bugünün toplumuna fayda sağlarken aynı zamanda gelecekte de kullanımına izin verecek biçimde korunmalıdır.
- Çevresel Temizlik: Turizm işletmeleri ve ziyaretçilerden kaynaklanan kirlilik ve atıkların en aza indirgenmesi için çaba gösterilmelidir.

Sürdürülebilir turizm kavramının turizm sektöründe bütünsel bir uygulama alanına kavuşabilmesi için öncelikle genel bazı ilkelerin belirlenmesi gerekmektedir. Bu kapsamda Doğan (2010: 34); sürdürülebilirlik ilkelerinin turizm faaliyetlerinde bir bütün olarak değerlendirilmesi gerektiğinin, sadece ev sahibi destinasyon temelinde değil tüm süreç için düşünülmesi ve uygulanması gerektiğinin altını çizmektedir. Başka bir ifadeyle; sürdürülebilir turizmin istenilen/beklenen faydaya ulaşabilmesi için bütünsel bir bakış açısıyla ele alınması ve uygulanması gerekmektedir. Bu durumda sürdürülebilir turizm anlayışının yaygınlaşması için stratejik bir politika olarak benimsenerek, desteklenmesi gerekmektedir (Kutluay Tutar, 2015: 349). Nitekim sürdürülebilir turizm, bir turizm çeşidi değil, daha çok turizmin tüm türleri için geçerli olması öngörülen temel bir koruma yaklaşımıdır. Sürdürülebilir turizmin başlıca ilkelerini şu şekilde özetleyebiliriz (Blamey, 2001: 13; Çevirgen, 2003: 14-15; Erdoğan, 2013; Erdoğan ve Erdoğan, 2005: 7; Kınacı, 2011: 88-89):

- Kaynakların Sürdürülebilir Kullanımı: Doğal, sosyal ve kültürel kaynakların sürdürülebilirliği ve korunması, uzun vadede istihdam yaratılması açısından oldukça önemli ve gerekli bir yaklaşımdır.
- Aşırı Kullanım ve Atıkların Azaltılması: Uzun vadede çevresel tahribatları azaltmak adına aşırı tüketimi kontrol altına almak gerekmektedir.
- Çeşitliliğin Muhafaza Edilmesi: Turizm sektörü için daha sağlam bir yapı oluşturabilmek adına doğal, sosyal ve kültürel çeşitliliğin teşvik edilmesi gerekmektedir.
- Yerel Toplumu Planlamaya Dahil Etme ve Yerel Ekonominin Desteklenmesi: Turizm faaliyetlerinde yerel ekonomik unsurların göz önünde bulundurularak planlamaların yapılması uzun süreli turizm gelişimini teşvik etmektedir.
- Turizm Sektörü ve Kamu Arasında Karşılıklı Koordinasyon Sağlanması: Turizm sektörünün ve yerel halkın, organizasyonların ve kurumların birbirleriyle etkileşimli çalışmaları gerekmektedir.
- Personel Eğitimi ve Turistlerin Bilgilendirilmesi: Sürdürülebilir turizmi uygulamaya dönüştüren bireylerin eğitilmesi, turizm ürünlerinin kalitesini artırırken, müşteri memnuniyetini de sağlamaktadır.
- Sorumlu Bir Turizm Pazarlaması Oluşturmak: Pazarlama faaliyetlerinin sürdürülebilir turizmin hedeflerini içeren bir yaklaşımla gerçekleştirilmesine önem verilmelidir.

- Araştırma Yapmak: Turistik destinasyonlara yönelik olarak gerçekleştirilecek araştırmalarla, mevcut/olası problemlerin çözümü de söz konusu olacaktır.

#### **2.1.2.6. Sürdürülebilirlik ve Ekoturizm İlişkisi**

Sürdürülebilirlik düşüncesinin altında yatan temel dayanak, sürekliliğin sağlanmasıdır (Çetinkaya, 2014: 20). Nitekim ülkeler açısından gayri safi milli hasılaya önemli katkılar sağlayan bir gelir aracı olarak görülen turizm sektörünün sürekliliğini ve devamlılığını sağlamak için önemli çabalar sarf edilmektedir (Kasalak, 2015a: 75). Bununla beraber; uluslararası turizm gelirlerini arttırmak isteyen ülkeler için alternatif turizm değerlerinin korunması kadar sürdürülebilirliklerinin sağlanması da önem arz etmektedir. Turizmin gelişimi, ülke ekonomilerine olumlu katkılar sağlamaktadır. Öte yandan; çevresel unsurların, söz konusu katkılardan olumsuz etkilenmesi söz konusu olabilmektedir. Oysa turizm gelirlerinin sürdürülebilirliğinin sağlanabilmesi için çevrenin tahribata uğramaması ve doğal kaynakların zarar görmemesi gerekmektedir. İşte bu noktada sürdürülebilirlik ve ekoturizm ilişkisi değer kazanmaktadır. Ekoturizm, doğayı temel alan bir turizm çeşididir. Ancak sürdürülebilir turizmin bundan ayrı olarak ekonomik ve sosyal yönleri de bulunmaktadır. Bu açıdan ele alındığında; ekoturizmin, sürdürülebilir turizme giriş niteliği taşıdığını söylemek mümkündür. Bir başka deyişle; ekoturizmin amacı hem çevreyi korumak hem de yerel halkın refah düzeyini artırıcı bir çaba da sergilemektedir (Baykal ve Çimen, 2015: 11; Kahraman ve Türkay, 2014: 113; Ocampo, Ebisa, Ombe ve Escoto, 2018: 875; Şahin ve Şahin, 2009: 1221).

Tüm turizm türlerinin sürdürülebilir olması gerekliliğinin yanısıra, ekoturizmin sürdürülebilir olması bir zorunluluk olarak karşımıza çıkmaktadır. Nitekim ekoturizm, sürdürülebilirlik ilkelerine dayalı olarak ortaya çıkmıştır (Koçoğlu, 2008: 20). Uzun dönemli turizm politikasını amaçlayan ülkelerde, sürdürülebilir turizm için en uygun kalkınma aracı, ekoturizmdir (Erdoğan ve Yağcı, 2002). Zira turizm politikası; turizme sanayileşme yoluyla kalkınmanın bir alternatifi olarak bakılmasını önlemekle birlikte, turistik sermayeyi sistematik bir şekilde koruyup işletmektedir (Akay, 2009: 15).

Ekoturizm; sosyal bilimlerde yönetsel yaklaşımların bir parçası olarak değerlendirilmektedir. Bu niteliği ile ekoturizmin, sürdürülebilir turizm ürünleri ve faaliyetlerinin gelişmesi, yönetimi ve planlanması üzerine odaklandığını söylemek mümkündür (Erdoğan, 2003a). Başka bir ifadeyle; ülkelerin ekonomik gelişmelerinde, sürdürülebilir turizm faaliyetlerini ekolojik bir yaklaşımla yürütmeleri önemli rol oynamaktadır (Koçan, 2011: 74). Ancak bu noktada ekoturizm planlamasının iyi bir yönetim yaklaşımıyla yapılması gerekmektedir. Yani çevrenin korunmasından, altyapının geliştirilmesine kadar pekçok husus dikkate alınarak planlama yapılmalıdır. Ev sahibi bölgenin doğal, tarihi, kültürel kaynaklarının ve temel ekolojik süreçlerinin zarar görmemesi ve devamlılığının sağlanması, sürdürülebilir gelişmeyi de beraberinde getirecektir (Kuter, 2009: 336). Bu noktada Tetik (2012: 18), sürdürülebilir turizm ile ekoturizmi birbirinden ayırarak, ekoturizmin doğa temelli turizm türlerine odaklandığını belirtirken, sürdürülebilir turizmin turistik destinasyonlardaki tüm turizm türlerini kapsadığının altını çizmektedir.

Sürdürülebilir gelişmenin temelini, turistik alanlarda yaşayan yerel halka turizmin sosyo-ekonomik faydalarının eşit olarak dağıtılması ve çevresel kaynaklar ile kültürel bütünlüğün sürekliliğinin sağlanması oluşturmaktadır. Sürdürülebilir gelişme, bir yandan ekonomik gelişmenin devamını, diğer yandan ise ekolojik dengenin korunmasını amaçlamaktadır (Baros ve David, 2007: 395; Demir ve Çevirgen, 2006a: 85). Ayrıca ekoturizm, sürdürülebilir gelişmeye alternatif bir yaklaşım olarak ele alınmaktadır (Kiper, Uzun ve Topal, 2017: 294). Bu bağlamda ekoturizm, sürdürülebilir turizm ilkeleri ile çevresel ve ekonomik maliyetler arasındaki dengeyi sağlamaktadır (Çevirgen, 2003: 91; Kiper, 2013: 789).

Dünya'da ve Türkiye'de artan çevre bilinci, eğitim düzeyi ve yeni nesil turist algılarındaki değişiklik ile birlikte turizm talebi, diğer turizm türlerine oranla çevre üzerinde daha az olumsuz etkiye sahip olan sürdürülebilir turizme doğru kaymaktadır. Turizm, sürdürülebilir turizm ve ekoturizm yaklaşımları içinde ele alındığında, kendisine kaynak oluşturan alanların sürdürülebilirliğine katkıda bulunabilmektedir (Arslan, 2015: 138; Barkauskiene ve Snieska, 2013: 450; Çelik ve Bahar, 2014: 372; Güneş, 2008: 29; Haraç, 2015: 735).

Özetle; sürdürülebilir turizm, geleneksel turizm anlayışından farklı olarak çevresel unsurların hem yerel halk hemde ziyaretçiler nezdinde daha kaliteli bir gelişim seyrini izlemesini sağlamaktadır (Güneş, 2008: 30). Sonuç olarak bakıldığında; ekoturizm, dünyanın kabul ettiği sürdürülebilir ve global ekolojik uygulamalar ile önemli bir gelişme kaydetmiştir (Demir ve Çevirgen, 2006b: 66). Temel amacı doğal alanların korunması olan ekoturizm ile sürdürülebilirliğin sağlanmasını Şekil 1’deki gibi açıklamak mümkündür.

### Şekil 1. Sürdürülebilirlik ve Ekoturizm İlişkisi

Şekil 1’de de görüldüğü gibi; ekoturizm, doğal ve bozulmamış alanların korunması, yerel halka gelir imkanı sunma, yere halkın turizm faaliyetlerine katılımını teşvik etme ve hem yerel halkın hem de turistlerin çevre bilincini artırma yoluyla sosyo-ekonomik gelişmeye katkı sağlayarak çevreyi korurken, aynı zamanda sürdürülebilirliğe de fayda sağlamaktadır.

### 2.1.3. Ekoturizm Kavramı

Araştırmanın bu bölümünde ekoturizm kavramı tanımlanarak, ekoturizm kavramının tarihi gelişimi, özellikleri, önemi, amaçları ve ilkeleri ele alınmıştır. Ekoturizmin çevresel, sosyo-kültürel ve ekonomik etkilerine değinilerek, konu ile ilgili örnekler sunulmuştur. Ekoturizm aktiviteleri ayrı ayrı incelenmiş, ekoturizmin Dünya'daki ve Türkiye'deki uygulamaları ile ilgili örnekler sunulmuştur. Ardından ekoturizmde yer alan aktörler ayrıntılı olarak ele alınmıştır. Son olarak ekoturizmde tüketici profili değerlendirilmiştir.

#### 2.1.3.1. Ekoturizm Kavramının Tanımı

Dünyada yaşanan ekonomik, sosyal ve teknolojik bir takım gelişmeler, turizm kavramına yönelik daha yenilikçi bir yaklaşımı gündeme getirmiştir (Yusof, Rahman, Jamil ve Iranmanesh, 2014: 1). Bu değişim ve dönüşüm, sektörde turizm gelirlerindeki yükseliş ve turist sayısındaki artış gibi niceliksel olarak kendini göstermenin yanısıra niteliksel boyutta da birtakım çıktılar elde etmiştir. Turistik tercih ve beklentilerde ortaya çıkan değişimler bu açıdan ele alınmaktadır (Tuna, 2015: 5). Ekoturizm kavramı, sürdürülebilir turizm kavramı ile beraber gündeme gelmiştir (Ahipaşaoğlu ve Çeltek, 2006: 18).

Kavram, ilk kez Ceballos-Lascurain tarafından 1983 yılında kullanılmıştır (Cosmescu ve Cosmescu, 2007: 67). 2002 yılı "Dünya Ekoturizm Yılı" olarak ilan edilmiştir. Ardından Birleşmiş Milletler Çevre Programı, Dünya Turizm Örgütü, Quebec Turizm Teşkilatı ve Kanada Turizm Komisyonu tarafından "Dünya Ekoturizm Zirvesi" gerçekleştirilmiştir. 19-22 Mayıs tarihinde Kanada'nın Quebec eyaletinde, 138 ülkeden gelen 1100 delegenin katılımıyla gerçekleştirilen Zirve'de, tüm ülkelerin benimsediği bir ekoturizm tanımı belirlenerek, ortak ekoturizmin ilke ve prensipleri benimsenmiştir (Bekdemir ve Elmacı, 2014: 2; Buckley, 2013: 9; Gheorghe ve Udrescu, 2018: 123; Kaplan, 2013: 34).

Turizm pazarında doğa temelli bir turizm türü olarak ele alınan ekoturizm; yaşamın bazı yönlerini bizzat yerinde görmek için yapılan, rekreasyonel değere sahip turistik

gezileri kapsamaktadır (Huang, Liang, Tseng ve Wong, 2015: 23; Küçükaltan ve Yılmaz, 2011: 159; Yalçınalp, 2005: 20). Öte yandan; ekoturizmle ilgili olarak, “doğa turizmi, alternatif turizm, yumuşak turizm, macera turizmi, düşük etkili turizm, kültürel turizm, bilimsel turizm, inceleme turizmi ve kırsal turizm” gibi 35’e yakın terim kullanılmaktadır (Aydın Tükeltürk ve Yılmaz, 2013: 5; Haberal, 2015: 20; Khan ve Su, 2003: 115). Nitekim ekoturizm çeşitli araştırmalarda farklı biçimlerde tanımlanmıştır. Çizelge 1’de çeşitli yazarlar (Arachchi, Yajid ve Khatibi, 2015: 214; Björk, 2000: 189; Blamey, 2001: 6; Wearing ve Neil, 2009: 6; Yılmaz, Ok ve Okan, 2004: 10) tarafından yapılmış ekoturizm tanımları yer almaktadır.

**Çizelge 1. Ekoturizm Kavramına İlişkin Çeşitli Tanımlar**

| Tanımlayan                         | Tanımın İçeriği                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Kutay, 1989                        | Ekoturizm, toplumsal hayatta varlığını devam ettiren diğer tüm ekonomik sektörlerle ilişkilendirilmiştir. Ekoturizm; turizmin önemli bir unsuru olarak planlanan, doğal alanların geliştirilmesi için önem arzeden bir gelişim modelidir.                                                  |
| Ceballos ve Lascurain, 1989        | Ekoturizm, kültürel çekicilikleri görmek ve duygusal olarak tatmin olmak amacıyla, doğal alanlara özel amaçlarla yapılan seyahatleri ifade etmektedir. Söz konusu doğal alanların dokunulmamış ve nispeten bozulmamış olması ise en önemli seyahat motivasyonları arasında yer almaktadır. |
| Boo, 1991                          | Ekoturizm, rekreasyonel bir faaliyet olarak ele alınarak, doğa ile bütünleşmiş bir şekilde konumlandırılmıştır. Ayrıca tüketici olmayan faaliyetleri (kuş gözlemleme, bitki fotoğrafı vb.) kapsamaktadır.                                                                                  |
| Boeger, 1991                       | Ekoturizm, çevresel ve kültürel değerleri koruyan, kültürel çeşitliliğe saygılı olmayı amaç edinen bir turizm yaklaşımıdır.                                                                                                                                                                |
| Avustralya Ekoturizm Derneği, 1992 | Ekoturizm; hem çevresel hem de kültürel unsurların koruma-kullanma dengesi gözetilerek şekillenmesine katkı sağlayan, ekolojik olarak sürdürülebilir turizmdir.                                                                                                                            |
| Ekoturizm Birliği, 1993            | Ekoturizm sayesinde yerel toplulukların, çevrenin doğal tarihini ve kültürünü anlaması teşvik edilmekle beraber, doğal kaynakların korunması konusunda ekonomik fırsatlar yaratılmaktadır.                                                                                                 |
| Eagles, 1994                       | Ekoturizm, sürdürülebilir turizmin önemli bir bileşeni olarak ele alınmaktadır. Bu yönüyle, doğal çevreyi öğrenmek ve keşfetmek amacıyla yapılan seyahatleri kapsamaktadır.                                                                                                                |
| Blamey, 1997                       | Ekoturizm, temel olarak nispeten bozulmamış alanlara, kültürel değerleri keşfetmek, öğrenmek ve onlara kıymet vermek amacıyla yapılan bireysel seyahatlerden oluşmaktadır.                                                                                                                 |

Çizelge 1’deki tanımlarından da anlaşılabileceği üzere ekoturizm; çok boyutlu, çok fazla bileşeni olan kompleks bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır (Cosmescu ve Cosmescu, 2007: 68). Avustralya Ulusal Ekoturizm Stratejisi’nde, ekoturizm

kavramının, “doğal çevre yorumunu ve eğitimi gerektiren ve ekolojik olarak sürdürülebilir biçimde yönetilen doğa tabanlı turizm” şeklinde ifade edilmiş olması da bu durumun bir kanıtı niteliğindedir (Bascomb ve Taylor, 2008: 11; Korkmaz ve Başkalkan, 2011: 64).

Uluslararası Doğa Koruma Birliği'nin tanımına göre ekoturizm; “doğayı ve kültürel kaynakları anlayarak korumayı destekleyen, düşük ziyaretçi etkisi olan ve yerel halka sosyo-ekonomik fayda sağlayan, bozulmamış doğal alanlara çevresel açıdan sorumlu seyahat ve ziyaret” şeklinde ifade edilmektedir (Omieciuch, 2014: 75; Şahin ve Şahin, 2009: 1220).

Doğa için Dünya Fonu'na (WWF) göre ise ekoturizm; vahşi doğa çevresinde, doğal çevreye en az etkide bulunan ve bu arada yerel topluluklara ekonomik fayda sağlayan turizm türü olarak tanımlanmaktadır (Bhattacharya, 2005: 74; Bekdemir ve Elmacı, 2014: 3). Bu çerçevede; Blamey (1997: 110), Diamantis ve Westlake (2001: 33) ile Kaypak (2010: 96), ekoturizm konusundaki tanımlarda çoğunlukla, doğal çevre, ekolojik ve kültürel sürdürülebilirlik, eğitim ve yerel düzeydeki ekonomik yararlar olmak üzere dört ögeye odaklanıldığının altını çizmektedirler.

Ekoturizmde, doğal alanlara seyahat ederken yöreye katkı sağlamak esastır. Örneğin ekoturizme katılan turistler, kuş gözlemlerken yerel rehber kullanıp, bölgede yer alan çevre değerlerine uygun yerleşim yerlerinde konaklayarak yöre ekonomisine de katkıda bulunurlar (Küçükaslan, 2007: 81). Buradan hareketle ekoturizm; yerel halka fayda sağlamanın yanısıra doğal kaynakların korunmasında ekonomik fırsatlar yaratan bir seyahat olarak tanımlanmaktadır (Chaiyakot ve Visuthismajarn, 2010: 109-110; Çevirgen, 2005: 379; Wearing ve Neil, 2009: 11-12).

Bozok ve Özdemir Yılmaz (2008: 113) benzer şekilde ekoturizmi; “yerel toplumlara saygılı olan, ekosistemin korunmasına katkıda bulunan bir doğa seyahati” olarak tanımlamaktadırlar. Lu'ya (2011: 12) göre ekoturizm; turistleri eğitmek yoluyla, doğaya dayalı turizm faaliyetlerini ve çevrenin korunmasını teşvik etmektedir.

Uluslararası Ekoturizm Topluluğu (TIES) tarafından ekoturizm; doğal alanlara yapılan, çevreyi koruyan ve yerel halkın geçimi için onlara destek olan, sorumlu seyahatler olarak tanımlanmakta ve aşağıda belirtilen prensipleri mutlaka taşıması gerektiği belirtilmektedir (Barna, Epure ve Vasilescu, 2011: 87; Khalid, George, Wahid, Amran ve Abustan, 2010: 125; Yalçınalp ve Var, 2009: 352):

- Doğa ve çevreye yönelik tam korumacı bir yaklaşımı benimsemek,
- Doğal ve kültürel değerlere yönelik farkındalığı artırarak, korumacı bir yaklaşımı teşvik etmek,
- Korunan alanların ihtiyaçlarının giderilmesi hususunda ekonomik destek sağlamak,
- Hem ekoturistlerin hem de yerel halkın olumlu deneyimler kazanmasını sağlamak,
- Yerel halkın turizmden faydalanmasını teşvik ederek, yerel halka doğrudan ekonomik destek sağlamak,
- Ziyaret edilen ülkenin politikalarına, çevre anlayışlarına ve sosyal yaşamlarına katkı sağlamak,
- Uluslararası insan hakları ve çalışma koşulları antlaşmalarının desteklenmesini sağlamaktır.

Turan ve Özdemir Güzel (2015: 532), bazen yalnızca doğaya dayanan turizm türünün de ekoturizmi ifade edebileceğinin altını çizmektedirler. Bunun yanı sıra; çevre kaynaklarına zarar vermeyen ve doğal kaynakların sürekli korunmasına katkıda bulunan turizm türü olarak da ekoturizm kavramına vurgu yapmaktadırlar.

Ekoturizm kavramını “yumuşak ekoturizm” (soft ecotourism) ve “yoğun ekoturizm” (hard ecotourism) şeklinde iki kategoriye ayırmak mümkündür. Bireylerin doğa ile yoğun ve uzun süreli ilişki kurmaları yoğun ekoturizm bağlamında değerlendirilirken; bireylerin doğa ile sık ve kısa süreli ilişkiye geçtikleri turizm etkinliği, yumuşak ekoturizm etkinliğini ifade etmektedir (Aydın Tükeltürk ve Yılmaz, 2013: 8; Bozok ve Özdemir Yılmaz, 2008: 113).

Orams (2001: 30) ise ekoturizmi “sömürücü ekoturizm”, “pasif ekoturizm” ve “aktif ekoturizm” olarak üçe ayırmaktadır. Bu bağlamda; ev sahibi çevreye zarar ile sonuçlanan sömürücü ekoturizm; ev sahibi çevreye en az zarar veren pasif ekoturizm ve ev sahibi çevreye olumlu katkı sağlayan aktif ekoturizm şeklinde ekoturizm türlerinin sürekliliği ifade edilmektedir (Lowman, 2004: 476; Fennell, 2014).

Dinçer Şen (2010: 85) ekoturizmi, korumadaki etkinliğine göre, “aktif (daha korumacı)” ve “pasif” olmak üzere iki şekilde ele almaktadır. Aktif ekoturizm, gidilen çevreyi geliştirmeye yönelik olarak sürdürülebilir formdadır. Aktif ekoturizme katılan bireyler daha fazla çevre bilincine sahip olarak nitelendirilmektedirler. Pasif ekoturizm ise, doğal ve kültürel çevreye zarar vermeyen turizm faaliyetlerinin gerekliliği üzerine odaklanmaktadır.

Ekoturizmi, katılımcı sayısına göre de değerlendirmek mümkündür. Bu durumda “çevreci ekoturizm” ve “yaygın ekoturizm” kavramları karşımıza çıkmaktadır. On kişiden az grupların, klasik ulaşım araçlarını tercih ederek gerçekleştirdikleri seyahatler, çevreci ekoturizm çerçevesinde yer almaktadır. Yani, turistlerin daha küçük gruplarla seyahat etme eğilimde olmaları söz konusudur. Böylece turistlerin, tur rehberi ile birebir iletişimde olması daha olanaklı hale gelmekte ve doğayı keşfetme imkanları da bu paralelde artmaktadır. On kişiden daha fazla sayıda bireyden oluşan grupların katıldıkları seyahatler ise popüler ekoturizm olarak da nitelendirilen yaygın ekoturizm kapsamındadır. Ulaşım aracı tercihinde daha modern araçların kullanıldığını da söylemek mümkündür (Dinçer Şen, 2010: 85-86).

#### **2.1.3.2. Ekoturizm Kavramının Tarihsel Gelişimi**

Doğal ve kültürel kaynaklar üzerinde baskıcı etkiler ortaya çıkarabilen turizm faaliyetleri, turizmin sürdürülebilirliğini tehdit eder hale gelmiştir. Bir diğer ifadeyle; doğal ve kültürel kaynakların daha uzun vadeli kullanımının sağlanması ile ekolojik dengenin korunması, sürdürülebilirlik kavramını ortaya çıkarmıştır. Bu çerçevede; doğaya önem veren turizm çeşitlerinin (doğa turizmi, düşük etkili turizm, yumuşak turizm, doğal yaşam turizmi, yeşil turizm, çevreye dost turizm, özel ilgi turizmi, uygun

turizm, sorumlu turizm, ortaklığa dayalı turizm, kırsal turizm, sürdürülebilir turizm, alternatif turizm vb.) arttığını ifade etmek mümkündür. Bu turizm çeşitlerinin başında “ekoturizm” gelmektedir (Akpınar ve Bulut, 2010: 1576; Kafyri, Hovardas ve Poirazidis, 2012: 65; Tekin, Kasalak ve Öztürk, 2014: 619).

Ekoturizm, ilk olarak 1983 yılında tanımlanmıştır. Kavramın, kamuoyu tarafından öneminin kavranması ise 2000’li yıllarda söz konusu olmuştur (Dönmez, Gökçer ve Aşkın, 2015: 70). Tarihsel açıdan ele aldığımızda, 1987 yılında Meksikalı çevre uzmanı Hector Ceballos-Lascurain tarafından, İspanyolca “ecoturismo” kelimesi ile ortaya atılan ekoturizm; kitle turizmine alternatif olarak görülmektedir. Ekoturizmin, küçük ölçekli ve yerel kontrole dayalı olarak toplumun ekonomik, sosyal ve kültürel gereksinimlerini karşılamak için toplumsal gelişmeyi ön plana çıkarma amacını taşıması söz konusu yaklaşımı destekler niteliktedir (Avcıkurt, 2015: 204; Diamantis ve Westlake, 2001: 32; Lowman, 2004: 475; Perera ve Vlosky, 2013: 3; Tetik, 2012: 67).

Ekoturizm, doğaya dayalı rekreasyon ve turizm faaliyetlerinin çevre üzerindeki etkilerinin her geçen gün artması ile birlikte kitle turizminin geleneksel şekillerine bir tepki olarak ortaya çıkmıştır (Erdoğan ve Erdoğan, 2012: 6; Şahin ve Şahin, 2009: 1219). Çakır’a (2011: 64) göre ekoturizm; kitle turizminin aksine, uzun vadeli ekonomik çıkarı gözetmemektedir. Ayrıca ekoturizm, kitle turizmine göre planlı, ölçülü, talep edici ve aktif fikir paylaşımına olanak tanımaktadır. Turist açısından değerlendirildiğinde ise ekoturizmde daha samimi ilişkilerin olduğunu söylemek mümkündür (Akin, 2006: 41; Çevirgen, 2003: 85; Swarbrooke, 1999: 18; Yalçınalp, 2005: 38).

### **2.1.3.3. Ekoturizmin Özellikleri ve Önemi**

Ekoturizmin temel ilkeleri sayesinde doğal alanlara yönelik olarak gerçekleştirilen faaliyetlerin bir disiplin altına alınması olanaklı hale gelmiştir (Akpınar ve Bulut, 2010: 1578). Nitekim ekoturizm, turizmi yıl içine yayarak, doğal çevreye yapılan baskıyı azaltmaya çalışmaktadır (Kaypak, 2010: 96; Özgen, 2010: 1412). Öte yandan; ekoturizm, yerel halk için ekonomik fayda sağlayarak, yaşam kalitesini

yükseltmektedir. Ayrıca ekoturizm konseptinde, yerel halk, kendilerini ve bölgelerini etkileyen kararları almada rol oynamaktadırlar. Ekoturizm; turist ve yerel halk arasındaki etkileşimi artırmakta, yerel güvenin oluşmasına zemin hazırlamaktadır. Yüksek maliyetli yatırımlar gerektirmeyen ekoturizmin bir diğer avantajı da gelişmekte olan ülkelerde hızla benimsenen bir yaklaşım olmasıdır (Tekin ve diğerleri, 2014: 623). 2002 yılının Birleşmiş Milletler tarafından “Uluslararası Ekoturizm Yılı” olarak ilan edilmiş olması bu yaklaşımı desteklemekte ve ekoturizmin taşıdığı önemi ortaya çıkarmaktadır (Akpınar ve Bulut, 2010: 1578).

Ekoturizm hakkında üzerinde fikir birliği bulunan temel karakteristik özellikler aşağıda sıralanmaktadır (Aydın, 2012: 22; Bhattacharya ve Dubey, 2005: 65; Dowling, 2013: 23; Stefan, 2018: 225; Tekin ve diğerleri, 2014: 622):

- Ekoturizmin, temel dayanak noktası doğadır. Doğal ve geleneksel kültürel unsurları koruma amacını taşımaktadır.
- Ekoturizm, biyolojik çeşliliğin korunmasına katkıda bulunmaktadır.
- Ekoturizm, yerel halkın refahını gözeterek, desteklemektedir.
- Ekoturizm, turizm faaliyetlerinin hem çevresel hem de sosyo-kültürel anlamda olumsuz etkilerini en aza indirme çabasıdır.
- Doğada tükenen ve yeniden oluşamayan kaynakların minimum düzeyde kullanılmasını gerektirmektedir.
- Ekoturizm, yerel toplumun ekonomik koşullarını iyileştirmek adına çaba içerisinde ve yerel istihdamı desteklemektedir.

#### **2.1.3.4. Ekoturizmin Amaçları ve İlkeleri**

Ülkelerin sahip oldukları doğal, tarihi ve kültürel değerler, söz konusu ülkelerin önemli turistik değerleridir. Ancak kitle turizm hareketlerinde hızlı tüketim sonucu bu değerler, zaman içinde bozulmakta ve ülkeler turistik çekiciliğini kaybetmektedir. Oysa sahip olunan değerlerin korunması ve turizm faaliyetinin sürdürülebilir olması ekoturizm açısından son derece önemlidir (Gülüm ve Torun, 2009: 113). Bu çerçevede; ekoturizmin amacı, turizmi yıl içinde yaymak, doğanın insana sunduğu değerlerden yararlanmasını sağlarken, bu değerlerin insanın korunması altında

gerçekleşmesini olanaklı kılmaktır (Aydın ve Türker, 2010: 44; Dinçer Şen, 2010: 82). Ayrıca ekoturizmin temel amacı, ne yok olmaya yüz tutmuş ekosistemleri yeniden canlandırmak ne de toplum için yoksulluğu ortadan kaldırmaktır. Ekoturizmin temel amacı, ev sahibi toplum ve misafirler için yaşam kalitesini iyileştirmek, kültürel, siyasi ve sosyal boyutları da içerecek şekilde doğal çevrenin korunmasını sağlamaktır (Sirakaya, Jamal ve Choi, 2001: 421). Öte yandan; ekoturizmin amacı turistin istekleri bağlamında ele alındığında, ekoturizm tanımlarında görülen doğaya saygı, doğanın kıymetini bilme ve takdir etme hususları söz konusu olmaktadır (Albuz Pehlivan, 2011: 48; Tekin ve diğerleri, 2014: 620).

2002 yılında Quebec'te düzenlenen Dünya Ekoturizm Zirvesi'nden sonra Dünya Turizm Örgütü, ekoturizmin amaçlarını aşağıdaki gibi belirtmiştir (Altan, 2006: 67; Arslan, 2015: 139; Aydın, 2012: 25; Bekci, Bogenç ve Dinçer, 2015: 705; Higham, 2007: 10; Kuter, 2009: 334-335; Şahin ve Şahin, 2009: 1223):

- Turizm faaliyetleri ile doğal ve geleneksel çevre üzerinde meydana gelebilecek tahribatları önlemek,
- Doğal ve geleneksel sosyo-kültürel çevrenin korunması adına hem turistlere hem de yerel topluluklara yönelik eğitim programları düzenlemek,
- Sorumlu bir turizm anlayışı gelişmesini sağlamak, bu anlamda hem yerel toplulukların hem de yerel yönetimlerin desteğini almak,
- Doğal ve geleneksel sosyo-kültürel çevrenin korunması adına gerekli kaynakların ayrılmasını sağlamak,
- Doğal ve geleneksel sosyo-kültürel çevre üzerinde oluşabilecek olumsuz etkilere yönelik uzun vadeli değerlendirme programlarını desteklemek,
- Turizmin, yerel toplulukların ekonomik yaşam koşullarını iyileştirecek şekilde gelişmesini teşvik etmek,
- Doğal ve geleneksel yaşamla uyumlu altyapı yatırımlarının hayata geçirilmesini sağlamaktır.

Kuter ve Ünal (2009: 155), ekoturizmin söz konusu amaçlara uygun olarak gerçekleştirilebilmesi için, yöresel değerlerin korunması, gerçekleştirilecek aktivitelerin doğaya müdahaleyi içermemesi ve doğal kaynakların bilinçli bir şekilde kullanılarak sürdürülebilirliğinin sağlanması gerektiğinin altını çizmektedirler. Bu

anlamda etkili/geçerli ekoturizm politikaları geliştirmek ve planlama yapmak için ekoturizmin hem maddi hem de maddi olmayan getiri ve götürülerinin iyi hesap edilmesi gerekmektedir (Kaypak, 2010: 96).

Herhangi bir destinasyona zarar verecek doğa ve kültür üzerindeki olumsuz etkileri en aza indirmek en temel ekoturizm ilkeleri arasında yer almaktadır (Stefan, 2018: 226). Ayrıca turistlerin, doğal çevrenin korunmasının önemine yönelik olarak eğitilmesi ile ekoturizm destinasyonu olarak planlanmış doğal alanlar veya bölgeler için ziyaretçi yönetim planlarının oluşturulması oldukça önemlidir. Bu durumda, doğal çevrenin korunmasında sağlanacak faydaya ve yerel gereksinimleri karşılamaya yönelik yerel yetkililerin ve toplumun birlikte çalıştığı sorumlu bir yönetimin önemini vurgulamak gerekmektedir (Björk, 2007: 28; Çakır, 2011: 60; Dowling, 2013: 20; Erkılıç ve Ergen, 2015: 773; Özkan Yürık, Türksoy, Türksoy ve Avcı, 2006: 697; Ross ve Wall, 1999: 125).

Ekoturizmin ilkeleri, ekoturizmin yapıldığı bir alanda değerlendirme ölçütü olarak kullanılabilir (Tetik, 2012: 75). Bu bağlamda; Altan (2006: 69), Erdoğan (2012: 251-253), Fennell (2007), Honey (2008: 29-31), Kuter ve Ünal (2009: 150) ile Tetik (2012: 76-77) tarafından ekoturizm ilkeleri aşağıdaki gibi açıklanmıştır:

- Çevre ve Yerel Halk Üzerinde Olumlu Etkiler Ortaya Çıkaracak Kullanım Tarzlarının Belirlenmesi: Turizm faaliyetlerine katılan kişi sayısı, tercih edilen ulaşım şekli/ulaşım aracı, konaklama birimlerinin mimari özellikleri, yerel toplulukların turizme yönelik tutumu, turist rehberlerinin farkındalık düzeyi ile turistlere verilen bilgi gibi ekoturizm alanına özel özellikler ifade edilmektedir. Mimari mirasın korunmasını da bu kapsamda ele almak mümkündür.
- Doğal ve Kültürel Mirasa Yönelik Duyarlılığın ve Bilincin Arttırılması: Bu kapsamda ele alınan hususların başında doğal ve kültürel mirasın önemine yönelik farkındalığın artırılması gelmektedir. Ayrıca ziyaretçiler/turistler ile yerel toplum arasındaki iletişimin kontrollü bir şekilde gelişmesinin ve devamlılığının sağlanması da bu kapsamda değerlendirilebilir.

- **Korunan Alanlar ile Diğer Doğal Alanların Yönetimine ve Korunmasına Katkıda Bulunulması:** Bu çerçevede; özel işletmelerin yönetiminde işbirliği, korunan alan personelinin yönetim kararlarına katılımının sağlanması, konaklama yerleri için yönetim planları oluşturulması ve korunan alanlarda söz konusu kurallara uyulmasının sağlanması gibi hususlar yer almaktadır.
- **Yerel Halkın, Alanda Geliştirilecek Olan Turizm Türüne İlişkin Tüm Kararlara Katılımının Sağlanması:** Turizme yönelik olarak yerel halkın tutumları belirlenerek, planlama başlangıcında ve uzun dönemde yerel fikirlerin dikkate alınmasıdır. Özellikle yerel ekoturizm girişimlerinin sürekliliği adına alana yönelik tur programlarının yöresel ihtiyaç ve takvime (festivaller, şenlikler vb.) uydurulması gerekmektedir.
- **Yerel Halka Fayda Sağlaması ve Geleneksel Turizm Uygulamalarının Yerini Alması:** Bu kapsamda önem verilmesi gereken hususlar; yöresel olarak üretilen ve satın alınan ürünlerin değeri ve çeşidi, işletmeler tarafından yerel halka sağlanan hizmetler, geleneksel faaliyetlerin yerine getirildiği alan kaynaklarının yerel halk tarafından sürdürülebilir kullanımı ile turizmin getirdiği değişiklikleri yerel halkın algılaması şeklinde değerlendirilebilir.
- **Yerel Halk İçin Özel Fırsatların Yaratılması, Çalışanların Yerel Halktan Seçilmesi:** Ekoturizm kapsamında özel ve yerel etkinliklerin düzenlenerek, yerel halkın söz konusu bu etkinliklere katılımın teşvik edilmesi, bu çerçevede dikkate alınmalıdır.

#### **2.1.3.5. Ekoturizmin Etkileri**

Koçan (2011: 70) ekoturizm faaliyetlerini üç yaklaşımla ele almaktadır. İlk olarak ekoturizm, doğal çevrenin kullanımı açısından bilinçli bir turizmdir. Bunun yanı sıra ekoturizm, toplumsal yönden sorumlu bir turizm faaliyetidir. Son olarak ise ekoturizm, ekonomik yönden verimli bir turizm türüdür. Dolayısıyla ekoturizmin disiplinlerarası bir kavram olduğunu söylemek mümkündür (Surat, Yılmaz ve Surat,

2015: 63). Cosmescu ve Cosmescu (2007: 68) ekoturizm ile doğa arasındaki ilişkiye vurgu yaparak, ekoturizmin en önemli katkısının doğal sistemler ve yaban hayatının korunması gibi çevresel açılardan olduğunun altını çizmektedirler. Öte yandan; ekoturizm bağlı olduğu kaynakları yok etmek için bir tehdit olarak da ifade edilmektedir. Tur teknelerinin kıyılara çöp bırakması ve fotoğraf meraklılarının milli parklardaki yaban hayatını taciz etmesi gibi olaylar bu duruma örnek verilebilmektedir.

Ekoturizm, daha çok küçük gruplarla ya da bireysel olarak gerçekleştirilmektedir. Bu sebeple, ekoturizm faaliyetlerine katılan bireyler, doğaya karşı daha sorumlu ve saygılıdır. Bu durum, turizm faaliyetlerinin daha kabul edilebilir sınırlar dahilinde gerçekleştirilmesini olanaklı hale getirmektedir. Bu sebeple ekoturizm faaliyetleri, yerel halkın çevreyi koruma üzerindeki etkisini arttırmakta, çevreye fayda sağlamakta, olumsuz çevresel ve sosyo-kültürel etkileri en aza indirmekte, sürdürülebilirliği teşvik etmekte, doğal ve kültürel alanların tanıtımına olumlu yönde katkılar sağlamaktadır. Ekoturizm, doğanın yapısı, işleyişi ve kültürel değerleri anlamaya dönük çaba da sergileyebilmektedir (Arslan, 2015: 140; Barkauskiene ve Snieska, 2013: 451; Gülüm ve Torun, 2009: 112; İstanbullu Dinçer, Uğurlu ve Çakmak, 2014: 21; Koçan, 2012: 71; Neth, 2008: 33; Ross ve Wall, 1999: 128). Buradan hareketle, ekoturizmin etkilerini; çevresel, sosyo-kültürel ve ekonomik etkiler olarak ifade etmek mümkündür (Croy ve Høgh, 2003: 83).

#### **2.1.3.5.1. Ekoturizmin Çevresel Etkileri**

Turizm faaliyetleri sayesinde ülkeler sahip oldukları özgün değerleri daha etkin kullanma imkanına sahip olabilmektedirler. Bunun yanı sıra, ülke ekonomilerine her anlamda katkı sağlayan turizm, kırsal alanların kalkınmasında da büyük bir role sahiptir. Bu sebeple, doğal, kültürel ve tarihi çevre değerlerinin korunması açısından turizmde fiziksel planlama başta olmak üzere çevreyi kirleten tüm öğeler dikkate alınmalıdır. Zira fiziksel planlamanın önemi dikkate alınmadığı zaman, turizm, fiziksel çevreyi kirleten bir boyut kazanmaktadır (Albuz Pehlivan, 2011: 47). Yani turizm bir yandan çevre kalitesinin devamının sağlanması sorumluluğunu üstlenirken, bir yandan da büyümeye devam eden bir sektör olarak kaynakların aşırı

tüketilmesine neden olabilecek bir potansiyele sahiptir (Demir ve Çevirgen, 2006a: 61).

Turizm talebini yönlendiren en önemli etkenlerin başında çevresel kaynaklar gelmektedir (Baros ve David, 2007: 397-398). Şöyle ki, çevresel kaynakların çeşitliliği, bir ülkeye, bölgeye ya da yöreye turist çeken önemli çekicilikler olarak değerlendirilmektedir. Bu durumda, çevresel değerler üzerinde meydana gelebilecek olası bir tahribat, söz konusu ülke, bölge ya da yöre için çekim merkezi olmayı engelleyebilecektir (Haberal, 2015: 31). Çevresel kalitenin turizme doğrudan etkisi göz önüne alındığında, turizm ve çevre arasında sıkı bir ilişkiden bahsetmek mümkündür (Yılmaz, 2006: 578).

Demir ve Çevirgen'e (2006b: 8) göre; turizm ve çevre ortak bir paydaya sahiptir. Turistik çekicilik unsuru olan çevre, aynı zamanda turizm faaliyetlerinden en çok etkilenen unsurdur. Turizmin var olması adına, çevrenin korunması, sürdürülebilirliğinin sağlanması ve tüm bunların ekoturizm ilke ve amaçlarıyla eşgüdümlü olması gerekmektedir. Nitekim ekoturizm; doğal, kültürel ve tarihi kaynakların kontrolsüz tüketimi ile çevre üzerinde oluşacak olumsuz baskılara karşı sürdürülebilir bir yaklaşım sergilemektedir (Bekci ve diğerleri, 2015: 707).

Doğa ve çevre ekoturizmin en temel unsurları arasında yer almaktadır (Güngör Özkök ve Çoban, 2009: 594). Daha önce de ifade edildiği üzere, ekoturizm sayesinde çevreye verilen önem artarken, doğal yaşam alanlarının korunması da sağlanmaktadır. Ayrıca turistlerin çevre ve doğa konusundaki bilinçleri artmaktadır. En önemli hususlardan bir tanesi olarak da eski ve tahrip olmuş yapıların restore edilerek değişik amaçlar için kullanılmasıyla beraber ekoturizmin çevre üzerindeki olumlu etkileri ortaya çıkmaktadır (Akkiprik, 2011: 12; Muhanna, 2006: 20). İlgili yazındaki bazı araştırma sonuçları da söz konusu ifadeleri desteklemektedir. Kontogeorgopoulos ve Chulikavit (2010: 634), ekoturizmin içeriğine yönelik Kuzey Tayland'da gerçekleştirdikleri bir araştırmada; ekoturizmin çevrenin korunmasına katkı sağladığı sonucuna ulaşmışlardır. Ayrıca ekoturizmle beraber koruma bilincinin artması da başka bir araştırma sonucu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Ekoturizm, sürdürülebilir bir şekilde yönetilmezse, çevre üzerinde birtakım olumsuz etkilere yol açabilecektir (Ocampo ve diğerleri, 2018: 875). Söz konusu bu etkileri; aşırı kalabalıklaşma ve buna bağlı olarak gelişen gürültü kirliliği, hava ve su kirliliği, her türlü enerji tüketimine bağlı olarak meydana gelen kirlilik ile yapıların estetik değerlerini yitirmesi şeklinde özetlemek mümkündür (Akiprik, 2011: 12; Erdoğan ve Erdoğan, 2012: 16; Muhanna, 2006: 14).

Yaban hayatında beslenme ve avlanma davranışlarında meydana gelen bozulmalar, doğal ve kültürel değerlerin tahribi ve bozulması ile mimari açıdan görsel kirlilik, ekoturizmin çevre üzerindeki diğer olumsuz etkileri olarak ele alınabilmektedir (Polat, 2006: 29). Bu durumu bir örnek ile açıklamak gerekirse; Nepal’de doğa yürüyüşlerine olan talebin artması ile Katmandu’nun nüfusu da artmış ve yürüyüş yolları yok olmaya başlamıştır. Ayrıca otel inşası için malzeme ve yemek pişirmede odun kullanımı ormanları azaltmış, seller ve heyelanlar meydana gelmiştir (Kuter ve Ünal, 2009: 152). Erdoğan (2003b: 159), tur gruplarının sessiz bir şekilde yapacakları doğa yürüyüşlerinin yaban hayatı ve çevre üzerindeki rahatsızlığı en aza indirebileceğinin altını çizmektedir. Ayrıca turistlerin yaban hayatına ve çevreye karşı nasıl davranılması gerektiği hususunda bilgilendirilmeleriyle yaban hayatı üzerindeki olumsuz etkilerin azalacağını öngörmektedir. Bunun yanı sıra, ziyaretçi yönetim uygulamaları ile arazi yönetim kılavuzları da bu hususta yapılması gerekenler arasında yer almaktadır (Buckley, 2001: 390).

#### **2.1.3.5.2. Ekoturizmin Sosyo-Kültürel Etkileri**

Ekoturizm, ev sahibi ülkedeki insanlara toplumsal katılımlı gelişme fırsatları sağlamaktadır. Başka bir ifadeyle ekoturizm; yerel halka fayda sağlayan, çevrenin doğal ve kültürel yapısını anlamak amacıyla yapılan bir seyahat olarak ele alınmaktadır (Demir ve Çevirgen, 2006b: 55; Eshun, Adjei ve Segbefia, 2016: 2). Ayrıca ekoturizm, turizmin uygulandığı çevrenin sosyo-kültürel yapısının korunmasına olanak sağlamaktadır. Nitekim doğal çevreyi korumanın yanı sıra sosyal ve kültürel yapıların da korunması, ekoturizmin temel amaçları arasında yer almaktadır (Çetin, 2001: 44).

Doan (2000) tarafından yapılan bir araştırmada, ekoturizm faaliyetlerinin herhangi bir bölgede kültürel değişimler yarattığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu kapsamda; ekoturizmin yerel kültüre önem veren ve yerel kültürü destekleyen bir turizm yaklaşımı olduğunun altını çizmek gerekmektedir. Zira ekoturizm sayesinde geleneksel kültürün yeniden değerlendirmeye alınması mümkündür (Barkauskiene ve Snieska, 2013: 451; Kuter ve Ünal, 2009: 153). Örneğin, bir yörede ekoturizmin gelişmesiyle birlikte terkedilmeye yüz tutmuş iş kolları, el sanatları (halıcılık, dokumacılık, bakırcılık vb.) canlanmaktadır. Bu sayede yenilenmiş iş alanları ortaya çıkarak, istihdam oluşması mümkündür. Bu durum sosyal yapıyı korumanın önemli bir göstergesidir. Ayrıca ekoturizmde, yerel işletmeciler bölgede girişimcilik faaliyetleri yapmaktadırlar. Bölgedeki işletmelerde yöre insanı çalışmakta, kadınların istihdam edilmesi gibi sosyal değişimler meydana gelebilmektedir (Çetin, 2001: 45).

Ekoturizmin yerel sosyal ve kültürel sistem üzerinde bir takım olumsuz etkileri de söz konusudur. Turistler ile yerel halkın, yerel etkinlikleri ortak kullanımından kaynaklanan sorunlar bunların başında gelmektedir. Özellikle turizm faaliyetlerinin yönetiminde, yöre dışından kişilere daha yüksek ücretlerle istihdam sağlanması da bu durumu desteklemektedir (Kuter ve Ünal, 2009: 153). Bu nedenle yerel halkın turizm içerisinde yer almak isteyip istemediği hususu oldukça önemlidir. Çünkü ekoturizmde yerel halkın desteğinin alınması gerekmektedir (Bekci ve diğerleri, 2015: 708). Ayrıca ekoturizmden beklenen faydaların toplumun geniş bir tabanına yayılmaması, ekoturizmin gelişme sürecinde yerel toplumu dışlanmış bir yapı içerisine sokabilmektedir. Öte yandan; toplum dışından bazı değerlerin yerel topluma etkileri ile geleneksel kültürün kaybolması gibi durumlar sosyal bozulmalara yol açabilmektedir (Demir ve Çevirgen, 2006b: 79).

#### **2.1.3.5.3. Ekoturizmin Ekonomik Etkileri**

Ekoturizmin ekonomik etkilerini doğrudan, dolaylı ve uyarılmış etkiler olmak üzere üç grupta incelemek mümkündür. Doğrudan etkiler; turizm harcamalarının bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. Bir restoranda harcanan para bu duruma örnek teşkil etmektedir. Restoranın diğer mal ve hizmet girdileri satın alması ile dolaylı etkiler ortaya çıkarken; restoran çalışanlarının maaşlarının bir kısmıyla çeşitli mal ve

hizmetleri satın almaları, uyarılmış etkileri ortaya çıkarmaktadır (Demir ve Çevirgen, 2006b: 70). Ekoturizm, yeterli ekonomik gelişme göstermemiş olan kırsal alanlarda bazı olanaklar oluşturarak ekonomik çevreye katkı sağlamaktadır (Avgeli, Wickens ve Saatsakis, 2006: 627). Söz konusu olanaklarla beraber yöre halkının ekonomik geliri de artmaktadır (Sima, 2017: 311-312). Turizm gelirlerinin yerel halka yayılması, dışarıya yönelik ekonomik sızıntının da önüne geçmektedir (Bekci ve diğerleri, 2015: 708; Erdoğan ve Erdoğan, 2012: 14).

Aydın ve Türker (2010) tarafından Artvin ili Camili Biyosfer Rezerv Alanı'nda, orman köylülerinin ekoturizm etkinliklerine yönelik yaklaşımları belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırma sonucunda; orman köylülerinin, ekoturizm etkinlikleri kapsamında gelirlerinde meydana gelen artış sayesinde, ekoturizm etkinliklerine yönelik tutumlarının da olumlu yönde bir gelişim göstermesi söz konusu olmuştur. Özetle; ekoturizmin gelişme gösterdiği bölgelerde yerel ekonomide çeşitlilik yaşanmakla beraber özellikle tarıma dayalı faaliyetlerde yeterli istihdam sağlayamayan yerel halka doğrudan ya da dolaylı yeni iş imkanları yaratılmaktadır. Örneğin; yerel halka kültürel öğeler taşıyan el sanatları ürünlerini satma fırsatı yaratılarak, ekonomik katkı elde etmeleri sağlanabilmektedir. Böylece hediyelik eşya satan dükkanlar gibi yöredeki diğer ekonomik faaliyetlerin gelişmesine de katkıda bulunmak mümkün hale gelmektedir (Çevirgen, 2003: 93-94; Güngör Özkök ve Çoban, 2009: 595-596; Kiper, 2013: 783; Kuter ve Ünal, 2009: 153; Saltık, 2013: 18-49).

Yerel toplumun ekoturizme yönelik beklentilerinin sınırlı olması, onların doğal ve kültürel kaynaklarını koruma konusundaki isteklerini azaltmak gibi bir sonucu da beraberinde getirmektedir (Kuter ve Ünal, 2009: 153). Öte yandan; ekoturizm pasif turizm biçiminde olduğunda, park giriş ücreti, yiyecek ve hediyelik eşya satışları yanında, ziyaretçilerin ekoturizm etkinlikleri için harcadıkları para miktarı oldukça azdır. Bu durumda elde edilen gelir genellikle uluslararası turizm ve ulaşım şirketleri ile tur operatörlerinde kalmaktadır. Yani, belki de gelirin yerel alanda kalması söz konusu olmamaktadır (Erdoğan, 2003b: 161). Ekonomik talebin, beklentileri karşılamaması durumunda da hem ekoturizm yatırımcıları hem de yerel halk açısından olumsuz bir değerlendirme söz konusu olabilmektedir (Demir ve Çevirgen, 2006b: 76).

### 2.1.3.6. Ekoturizm Aktiviteleri

Ekoturizm, yerel kùltùrlere saygıyı temel alarak, doğal alanların korunmasına katkıda bulunan bir seyahat tecrùbesidir (Naidoo, 2012: 83). Ancak doğada gerçekleştirilen her faaliyeti, ekoturizm etkinliği olarak değerlendirmek çok da doğru bir yaklaşım değildir. Nitekim hafta sonları piknik yapmak ya da bisiklet sùrmek, piknik esnasında doğal alanları fotoğraflamak, ekoturizm etkinliği olarak ifade edilemez. Ayrıca turizm faaliyetlerinin kùltùrel değerlere ve yerel ekonomiye zarar verme durumu söz konusu ise, bu faaliyetlerin ekoturizm etkinliği olarak ifade edilmesi de söz konusu değildir. Zira ekoturizm, doğayı koruyacak eylemlerde bulunmayı gerektirmektedir (Tùrker, 2013: 1096). Bu bağlamda, herhangi bir etkinliğin ekoturizm etkinliği sayılabilmesi için gerekli niteliklerin başında doğal ve kùltùrel değerlerin korunarak turizme açılması gelmektedir (Gùlùm ve Torun, 2009: 112; Kaypak, 2010: 106).

Sezen, Yılmaz ve Akpınar Kùleki (2012: 55), ekoturizmin faaliyet alanı olarak, doğal kaynaklar ile kùltùr-gelenek bütùnlùęünün sağlandığı doğal alanlara dikkat çekmektedirler. Ekoturizm kapsamında değerlendirilen aktivitelere bakıldığında, bunların çeşitlilik gösterdiği görùlmektedir. Bu çerçevede, ekoturizm aktivitelerini; öğrenmeye dayalı, eğlenmeye dayalı ve dinlenmeye dayalı aktiviteler olmak üzere üç grupta incelemek mümkündür. Botanik turizmi, kuş gözlemciliği, doğa fotoğrafçılığı, yaban hayatı gözleme, tarım/çiftlik turizmi ve jeoturizm/mağara turizmi öğrenmeye dayalı aktiviteler kapsamında değerlendirilirken; kamp/karavan turizmi ile yayla turizmi dinlenmeye dayalı aktiviteler arasında yer almaktadır. Eğlenmeye dayalı aktiviteleri ise maceraya dayalı aktiviteler ile sportif aktiviteler olmak üzere iki grupta ele almak mümkündür. Dağcılık, safariler, balon turizmi, yamaç parařùtù ve akarsu turizmi maceraya dayalı aktiviteler arasında yer almaktadır. Sportif aktiviteler ise bisiklet turizmi, sualtı dalış, atlı doğa yürüyüşù, sportif olta balığcılığı, doğa/dağ yürüyüşù ile av turizminden oluşmaktadır (Akkiprik, 2011: 33; Erkılıç ve Ergen, 2015: 771; Kasalak, 2015b: 21-22; McLaren, 2003: 91; Rahemtulla ve Wellstead, 2001: 7; şahin ve şahin, 2009: 1222; Tetik, 2012: 103).

Botanik turizmi; bir tur lideri eşliğinde, küçük gruplarla, bitki gözlemelemek amacıyla yapılan turizm etkinliğidir. Tur liderinin/tur rehberinin, botanik konusunda bilgili

olması ve özellikle bitki türlerinin Latince isimlerini iyi bilmesi gerekmektedir (Akkiprik, 2011: 33). Günümüzde botanik turizmi, özel amaçlarla oluşturulan botanik bahçelerinin ziyareti şeklinde de gerçekleştirilmektedir (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2012: 178; Yavuz, 2011: 25). Sönmez'e (2008: 165) göre botanik turizmi; tabiatın korunmasına yardımcı olan, bunu amaç edinen ve bunu sağlayan bir turizm faaliyetidir. Botanik turizmi, ana teması doğanın zenginliği olan alternatif bir turizm türüdür (Albuz Pehlivan, 2011: 62). Doğu Karadeniz Bölgesi sınırlarında yer alan Kop Dağı, Kaçkar Dağları ile Fırtına Vadisi, doğal bitki örtüsü yönünden zengin bir potansiyele sahiptir. Bu potansiyelin botanik turizmine katkıda bulunduğunu söylemek mümkündür.

Kuş gözlemciliği, doğayı kuşların dünyasından tanımayı sağlayan bir gözlem sporu olmanın yanısıra boş zamanları değerlendirmek için yapılan bir hobi olarak da ele alınabilmektedir (Ahipaşaoğlu ve Çeltik, 2006: 36; Türksoy ve Özkan Yürük, 2008: 261). Kuş gözlemciliğinin amacı; kuşları tanımak, korumak, onları izleyerek kuşların yaşam alanlarını ve giderek tüm doğayı tanımadır (Küçükaskan, 2007: 224). Doğu Karadeniz Bölgesi ve Çoruh Havzası bu anlamda ciddi bir potansiyele sahiptir (Eröz, 2016: 67). Eğitim düzeyi ve gelir seviyesi yüksek kişiler tarafından tercih edilen kuş gözlemciliği, dünya çapında ekoturizmin en hızlı büyüyen aktivitesi olma özelliğine de sahiptir (Albuz Pehlivan, 2011: 63).

Fotoğrafçıların, doğaya olan ilgisi, doğa fotoğrafçılığının özel bir alan olmasını beraberinde getirmiştir. Zira doğa, tüm öğeleriyle beraber (estetik çekicilik vb.) fotoğrafçılar için önemli bir çekicilik unsurudur (Akkiprik, 2011: 33; Polat, 2006: 51). Bu kapsamda da, önemli bir ekoturizm aktivitesi olarak doğa fotoğrafçılığının gelişmeye başladığını söylemek mümkündür. Nitekim Doğu Karadeniz Bölgesi bu anlamda ciddi bir potansiyele sahiptir.

Yaban hayatı, doğayı oluşturan canlı ve cansız tüm nesneleri kapsamaktadır (Akkiprik, 2011: 33). Bilinçli ve kurallara uygun olarak yapılması gereken bir ekinlik olarak ele alınan yaban hayatı gözlemlene ile hem yaban hayatı korunmakta hem de yerel halka ekonomik fayda sağlanmaktadır (Surat ve diğerleri, 2015: 79). Türkiye'de ormanlık alanlar, tarım alanları, bakir alanlar ve sulak alanlar gibi çeşitli yaşama alanlarının her birine rastlamak mümkündür. Coğrafi konumu itibarıyla farklı

iklim kuşaklarına ve ekosistemlere sahip Türkiye'nin bu zengin yaşam alanlarını barındırması, yaban hayatı açısından büyük önem taşımaktadır (Albuz Pehlivan, 2011: 68).

Tarım turizmi; herhangi bir kırsal alandaki turistik uygulamalarda ağırlıklı olarak tarıma dayalı programların yer almasıyla gerçekleştirilmektedir. Tarım turizmi, doğal çevrenin, geleneksel kırsal coğrafi görünümünün korunmasına yardım etmekte, çevre, tarım ve turizm arasındaki bağı güçlendirmektedir. Ekolojik sorunlara yenilikçi bir bakış açısı kazandırarak, kırsal alanların ekonomik gelişimi ile yerel topluluklara daha refah bir yaşam sunan tarım turizmi, ekoturizm faaliyetleri içerisinde önemli bir faaliyet olarak karşımıza çıkmaktadır (Akkiprik, 2011: 35; Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2012: 182; Polat, 2006: 56). Ayrıca kırsal alanlarda konaklama ve etkinliklerinin, köy yerine çiftliklerde yapılması, çiftlik turizmi kapsamında yer almaktadır (Ahipaşaoğlu ve Çeltek, 2006: 20). Çiftliklerde turistlere, yöreye özgü yiyecekler sunulmakta, inek sağma, koyun gütmeye, yün kırma, çiftlik hayvanlarını besleme, peynir yapma, meyve toplama ve ata binme gibi aktivite imkanları sunulmaktadır (Uçar, Çeken ve Ökten, 2010: 39-41).

Mağaralar, insanoğlunun doğada keşfettikleri ilk barınakları olması açısından hem doğal hem de kültürel özellikleri sebebiyle son derece önemlidir (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2012: 253). Nitekim mağaralar, sahip oldukları canlı ve cansız varlıklar ile büyük bir ekosistem oluşturmaktadır (Nazik, 2008: 295). Mağaralar genellikle kırsal alanlarda bulunmaktadır. Bu sebeple de kırsal alanların gelişimine ciddi derecede katkı sağlamaktadırlar. 1980'li yıllarda, maceraperest ruhlu, bireysel seyahat etmek isteyen genç pazarın ortaya çıkmasıyla gündeme gelen mağara turizmi, alternatif turizm çeşitliliği de sağlamaktadır (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2012: 254-255). Türkiye, dünyadaki diğer ülkelere göre mağara cenneti durumundadır. Nitekim Türkiye'de 40.000 adet mağara bulunmaktadır (Köroğlu, 2015: 141-142).

Dağ turizmi, dağların temiz ve bol oksijenli havasından yararlanmak üzere dağlara yönelik yapılan turizm türü olarak adlandırılmaktadır (Uçar ve diğerleri, 2010: 39). Bireyler, doğanın oluşturduğu tüm zorlukları görmek/deneyimlemek amacıyla birtakım araç ve gereçleri kullanarak/kullanmayarak, dağ turizmine katılmaktadırlar (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2012: 179). Dağ turizmi faaliyetleri bu anlamda hem

sportif hem de kültürel etkinlikleri birarada barındırmaktadır (Albuz Pehlivan, 2011: 57). Türkiye’de dağ turizminde değerlendirilen dağlarımız arasında Doğu Karadeniz Bölgesi’nde yer alan Rize-Kaçkar Sıradağları yer almaktadır (Eröz, 2016: 68). Kaçkar Dağları’nda dağ tırmanışı, dağ yürüyüşü (Rize); Verçenik Dağı, Bulut Dağı ve Altıparmak Dağları’nda dağcılık (Rize) ile Uzungöl, Demirkapı, Karakaya’da (Trabzon) dağcılık, önemli ekoturizm aktiviteleri arasında yer almaktadır (DOKA, 2011).

Ekoturizm aktivitelerinden bir diğeri olan safariler, doğa keşfi olarak adlandırılmaktadır. At safari ya da cıp safari olarak gerçekleştirilen aktiviteler, belirli oranlarda sportifliği ve vücut esnekliğini, eğlence ile beraber yorgunluğu da göze almayı gerektirmektedir (Erdoğan, 2003b: 142; Kavak, 2015: 41). Doğu Karadeniz Bölgesi sınırlarında yer alan Giresun-Batlama-İnişdibi-Fidanlık-Yavuzkema-Bektaş-Camili-Pınarlar-Uzundere-Kümbet-Kotana-Dereli-Giresun parkurunda cıp safari yapılmaktadır. Bir diğ cıp safari güzergahı ise, Akçaabat-Düzköy-Kayabaşı Yaylası-Lişer Yaylası-Şomla Turizm Merkezi-Maçka-Araklı-Dağbaşı-Çaykara şeklindedir (DOKA, 2011).

Dünyada ilk ortaya çıkışı 18. yüzyıl sonralarına uzanan balonla uçuş sporu, bireysel sportif amaçla yapılmakla beraber, turistik yörelerdeki yerel etkinliklerde de kendisine yer bulmuştur. Turistik yörelerde düzenlenen balon turları ile tüketiciler hem daha çok yeri görme şansına sahip olmakta, hem de yürüyüşle görülmesi mümkün olmayan manzaraları görmektedirler (Albayrak, 2013: 192; Kavak, 2015: 42; Küçükaskan, 2007: 262). Türkiye’de balon eğitimi Türk Hava Kurumu tarafından verilmektedir (Eröz, 2016: 65).

İlk denemesi 1940’lı yıllara kadar uzanan yamaç paraşütü, bilinen en ekonomik hava aracı olması ve doğa sporları ile iç içe bulunması vesilesiyle geniş bir kitle tarafından yapılan, pahalı bir spordur (Ahipaşaoğlu ve Çeltek, 2006: 41; Küçükaskan, 2007: 252). Ülkelerin coğrafi koşulları, yamaç paraşütü faaliyeti üzerinde oldukça etkilidir. Nitekim dört bir yanı dağlarla/tepelerle çevrili olan Türkiye, yamaç paraşütü faaliyetleri açısından önemli bir potansiyele sahiptir (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2012: 197). Doğu Karadeniz Bölgesi’nde yer alan Rize ilinde, yamaç paraşütü etkinlikleri organize eden profesyonel şirketlerin sayısı da gün geçtikçe artmaktadır (Şenol,

2016: 34). Yamaç paraşütü sadece Rize ilinde değil, Artvin ili Şavşat ve Ardanuç ilçelerinde; Tomara Şelalesi, Tekke Şelalesi, Zigana Kayak Sporları Turizm Merkezi, Kadırga Yaylası, Kazıkbeli Yaylası, Taşköprü Yaylası ve çevresinde (Gümüşhane); Giresun'un Alucra ve Şebinkarahisar ilçelerinde; Ordu Boztepe'de ve Uzungöl, Akçaabat, Düzköy (Trabzon) ilçelerinde de yapılmaktadır (DOKA, 2011).

Akarsu turizmi; turizm amaçlı sportif faaliyetlerin (rafting, kano ve akarsu kayağı) akarsularda gerçekleştirilmesiyle ortaya çıkmaktadır (Köroğlu, 2015: 157). Ayrıca bot gezileri de bu kapsamda ele alınmaktadır. Rafting; şişme botlarla, akış hızı yüksek nehirlerde yapılmaktadır. Kano ise, yine akış hızı yüksek akarsularda, daha uzun ve daha ince botlarla yapılmaktadır (Akoğlu Kozak ve Bahçe, 2012: 175; Uçar ve diğerleri, 2010: 38). Türkiye, sahip olduğu zengin doğal kaynaklardan birisi olarak akarsularının önemli bir bölümünde rafting, kano ve nehir kayağı için elverişli konumdadır. Bu kapsamda; Doğu Karadeniz Bölgesi'nde yer alan Çoruh Nehri ve Fırtına Deresi, raftinge uygun başlıca nehirler arasında yer almaktadır (Türksoy ve Özkan Yürük, 2008: 264-265). Zira Doğu Karadeniz'de Kaçkar Dağları'ndan inen Çoruh Nehri, Dünyada rafting için en önemli 10 akarsudan biri olarak kabul edilmektedir. Ayrıca Rize sınırları içerisinde yer alan 25 kilometre uzunluğundaki İkizdere ile Artvin sınırlarındaki 18 kilometre uzunluğa sahip Barhal Çayı da rafting için elverişli önemli akarsular arasında yer almaktadır (Şenol, 2016: 60). Ordu ili Melet Çayı ile Giresun ili Aksu Deresi, Harşit Çayı ve Pazarsuyu Dereleri'nde de raftinge elverişli parkurlar mevcuttur (DOKA, 2011).

Rekreasyonel faaliyetler arasında yer alan bisiklet turizmi; doğayı tüm güzellikleriyle deneyimlemek isteyen bireylerin, kısa mesafeli yerlere seyahat etmeleriyle gerçekleştirilmektedir. Bisiklet turizminin gençlere yönelik düzenlenen aktiviteler arasında yer aldığını söylemek mümkündür (Akkiprik, 2011: 37). Doğu Karadeniz Bölgesi sınırlarında yer alan Kop Dağı Turizm Merkezi ve çevresi bisiklet turizmi için uygun bir alan olarak ifade edilebilir. Ayrıca Kasalak ve Demirdiken'in (2016: 371) de belirttiği gibi, "Çamlıhemşin - Ayder - Palovit Yayla Rotası", Türkiye'nin en iyi bisiklet rotaları arasında yer almaktadır.

Yosunlar arasındaki balıkların süzülüşünü, su altında kalan antik kent ve batık kalıntılarına tanık olmanın heyecanını yaşamak isteyenlerin rağbet ettiği bir

ekoturizm aktivitesi olan sualtı dalış, günümüzde insanlar için tatile çıkış amacı haline gelerek, Türkiye’de de yaygınlaşmaya başlamıştır (Şenol, 2016: 58). Dünyada profesyonel anlamda ilk kez 1959 yılında Dünya Sualtı Fedarasyonun kurulması ile gerçekleştirildiği bilinmektedir (Eröz, 2016: 64). Üç tarafı denizlerle çevrili Türkiye’de sualtı dalışı için pek çok olanak mevcuttur. Dalış yapmaya uygun alanlar; Antalya (Kemer ve Kalkan), Balıkesir (Ayvalık), Muğla (Bodrum, Göcek ve Kargı adası derinlikleri, Marmaris ve Datça), Çanakkale (Saroç Körfezi, Gökçeada ve Bozcaada), Mersin ve İzmir’dir (Küçükaslan, 2007: 242).

Ekoturizm aktivitelerinden bir diğeri de atlı doğa yürüyüşleridir (Saltık, 2013: 15). Yavuz’a (2011: 26) göre, atlı doğa yürüyüşünün amacı; kırsal alanda, bölgenin kültürünün ve coğrafi yapısının turistler tarafından gezilerek görülmesi ve tanınmasıdır. Atlı doğa yürüyüşü Türkiye’de, Kapadokya, Kastamonu, Antalya ve Muğla gibi yörelerde yapılmaktadır. Ayrıca atlı doğa yürüyüşü, oldukça yüksek döviz girdisi elde edilebilecek aktiviteler arasında yer almaktadır (Tuna, 2007: 48). Tomara Şelalesi, Kazıkbeli Yaylası ve Taşköprü Yaylası’nda (Gümüşhane) atlı doğa yürüyüşü yapılmaktadır (DOKA, 2011).

Sportif amaçlarla, bireysel olarak yapılan ekoturizm aktivitelerinden biri olan sportif olta balıkçılığı; ekonomik bir amaç taşımayan balık tutma faaliyeti olarak ifade edilmektedir (Yavuz, 2011: 28). Sportif olta balıkçılığı ile bireylerin hem rekreasyonel hem de eğlence ihtiyaçlarının karşılanması söz konusudur (Tuna, 2007: 48). Doğu Karadeniz Bölgesi sınırlarında yer alan Kılıçkaya Barajı (Giresun), Rize ilinin hemen hemen tüm dereleri ile Çoruh Vadisi ve bazı kollarında sportif olta balıkçılığı yapılmaktadır.

Trekking, dünyada ekoturizm kapsamında doğa ile iç içe yürüyüşleri kapsayan, kişisel herhangi bir yetenek gerektirmeyen sportif bir turizm aktivitesidir. Karadeniz’in güneydoğusunda yer alan Kaçkar Dağları, Türkiye’nin Toroslardan sonra ikinci trekking güzergahıdır (Şenol, 2016: 40-41; Weaver, 2001: 75). Bunun yanı sıra, Gümüşhane (Hamsiköy ve Zigana Dağı etekleri), Giresun (Aygır Gölü, Elmalı Ovası, Karagl Dağları) ve Trabzon (Çaykara, Uzungöl, Karaster Yaylası, Şekersu Yaylası, Maçka, Mudur Yaylası) illerinde de trekking güzergahları bulunmaktadır (DOKA, 2011).

Av turizmi, doğaya zarar vermeden, sadece yeterli kapasitedeki hayvan türlerin avlanması olayıdır. Av turizminde, ekolojik ve yerel değerlere öncelik verilmesi esastır (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2012: 246). Diğer turizm aktivitelerine kıyasla avcılık, daha fazla miktarda harcama gerektirmektedir. Dolayısıyla ülke ekonomileri açısından da oldukça önemli bir gelir kaynağıdır (Ege, 2008: 346; Küçükaslan, 2007: 232). Türkiye, çok sayıda av ve yaban hayvanının yaşaması ve barınması için uygun ortama sahiptir (Albuz Pehlivan, 2011: 60). Bu da Türkiye'nin av turizmi potansiyelini açıkça ortaya koymaktadır.

Karavan turizmi; insanların yeme-içme, konaklama ve ulaşım ihtiyaçlarını kendi imkanlarıyla karşılayarak karavanlar ile yaptıkları seyahatlerden oluşmaktadır. Burada amaç; farklı ülkeleri görüp tanımadır. İnsanların, küçük gruplar halinde, kamp yapmak amacıyla kendi kurdukları çadırlarda konaklamalarından doğan turizm türü ise kamp turizmi olarak ifade edilmektedir. Bu çerçevede; alternatif tatil seçeneklerinden biri olan kamp ve karavancılık, doğa ile iç içe olmayı sağlamanın yanı sıra katılımcılara ekonomik tatil imkanlarını da sunmaktadır (Albayrak, 2013: 155; Şenol, 2008: 482, 491).

İnsanların, yaz aylarında yaylalara giderek orada konaklamaları yayla turizmi hareketini yaratmaktadır (Zengin, 2008: 140). Geleneksel olarak, hemen hemen Anadolu'nun her yerinde yapılan yaylacılık kültürüne dayanan "yayla turizmi"; doğadan uzak kalan kent insanına hem doğayla buluşması hem de farklı kültürel hazların yaşanması açısından olanak sağlamaktadır (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2012: 187). Ekoturizm etkinlikleri arasında en fazla talep yayla turizmine olmaktadır (Erdoğan, 2003b: 121). Doğu Karadeniz Bölgesi, en zengin yayla potansiyeline sahip bölge olarak ifade edilmektedir. Bölgede, yayla potansiyelinin en belirgin özelliği, hayvancılığa elverişli zengin bitki örtüsüne sahip olmasıdır (Koroğlu, 2015: 155). Türkiye'de turizm merkezi olarak ilan edilen ve yatırımlara açılan 36 yaylanın 26 tanesi Doğu Karadeniz Bölgesi'nde bulunmaktadır. Yayla turizmi 2023 yılına kadar alternatif turizmin geliştirilmesi hedeflerinde en önde gelmektedir. Ayder, Uzungöl, Kafkasör, Zigana, Kümbet ve Çambaşı turistlerce en çok tercih edilen Doğu Karadeniz yaylarıdır. Doğu Karadeniz yaylaları, aynı zamanda geleneksel yerel kültürün ve yayla hayatının en iyi şekilde deneyimlenebileceği alanlardır (DOKA, 2015a: 23).

### 2.1.3.7. Ekoturizmin Dünya'daki Gelişimi

Dünya turizmi içerisinde ekoturizme verilen önem her geçen gün artmakta ve ekoturizm birçok ülkede önemli bir hale gelmektedir (Torres-Sovero, Gonzales, Martin-Lopez ve Kirkby, 2012: 545). Nepal, Kenya, Meksika, Kosta Rika, Kamboçya, Belize, Yeni Zelanda, Avustralya, Ekvator ve Brezilya dünyada ekoturizmin gelişme gösterdiği önemli bölgeler arasında yer almaktadır (Kasalak, 2015b: 22). Kosta Rika'yı ziyaret eden ekoturistlerin %46'sı Amerika ve Kanada, %16'sı Avrupa Birliği ülkelerinden olup ortalama bir turist en az 1.000 ABD Doları harcamaktadır. Ekoturizm, ülke gayri safi yurtiçi hasılasında en büyük paya sahiptir. Ayrıca Kosta Rika'da Ulusal Ekoturizm Sertifikasyon Programı uygulanmaktadır. Kamboçya 2007 yılında 1,3 milyon ekoturist ağırlamış ve 190 Milyon ABD Doları gelir elde etmiştir. Ekoturizm, ülke gayri safi yurtiçi hasılasında madencilikten sonra ikinci sırada gelmektedir. Ürdün, 2010 yılında Wadi Rum dışındaki bölgelerde yapılan ekoturizm faaliyetlerinden 2,1 Milyon ABD Doları gelir elde etmiştir. Kamboçya, Laos, Myanmar, Tayland, Vietnam, Çin Halk Cumhuriyeti Yunnan Eyaleti, ekoturizm ile ilgili ortak strateji planına sahip olup, 2018 yılında, söz konusu ülkeleri kapsayan bölgenin ekoturizmde birinci destinasyon olmasını hedeflemektedirler (BAKA, 2012: 13-14).

Dünyanın çeşitli bölgelerinde, sahip olunan kaynaklar açısından çok farklı ekoturizm deneyimleri yaşanabilmektedir. Güney ve Orta Amerika, Afrika ve Avustralya gibi destinasyonlarda ekoturizm öncelikli olarak geliştirilen turizm çeşitleri arasında yer almaktadır. Ayrıca kitle turizminin ağırlıklı olduğu Avrupa ve Akdeniz çanağındaki ülkelerde ekoturizm, mevcut turistik gelişmelerle bütünleşmiş bir yapıda gelişme göstermektedir (Çevirgen, 2005: 378). Avustralya hükümeti tarafından hazırlanan Ulusal Ekoturizm Stratejisi, ekoturizmin geliştirilmesi açısından en eski ve en başarılı örnek olarak karşımıza çıkmaktadır. Dünyada ekoturizme dair diğer başarılı örnekler arasında Kosta Rika, Yunanistan, Bulgaristan ve Fransa yer almaktadır. Söz konusu ülkeler, ekoturizm faaliyetlerinin tanımına uygun olarak sürdürülebilir şekilde uygulandığı nadir ülkeler arasındadır (Koçoğlu, 2008: 51, 56-68; Tuna, 2015: 14).

Dünyada, ekoturizmin sürdürülebilirliği hususunda çok sayıda uluslararası girişimler, sözleşmeler, sertifikasyon ve akreditasyon programları geliştirilmiştir (Baykal ve

Çimen, 2015: 15-16; Dilek, 2012: 40; Sarıbaş, Kömürcü ve Güler, 2015: 303; Türegün ve Yiğitbaş, 2016: 58):

- İlk olarak 1985 yılında Fransa’da ulusal düzeyde uygulanmaya başlanan “Mavi Bayrak Programı” bunların başında gelmektedir. Program, 1987 yılının Çevre Yılı ilan edilmesiyle, Avrupa Birliği’nde güvenli yüzme alanlarının teşvik edilmesi amacıyla, Uluslararası Çevre Eğitim Vakfı’na (FEE) devredilmiştir. Böylece programın uluslararası boyuta taşınması sağlanmıştır. 2018 yılı itibariyle programı uygulayan 49 ülke bulunmaktadır (www.mavibayrak.org.tr, 2018).
- “Yeşil Küre 21 (Green Globe)” programı ise sürdürülebilir nitelikte seyahat ve turizmi, tüketiciler, üreticiler ve toplumlar için kolaylaştıran bir sertifikalandırma programıdır.
- Sürdürülebilir turizm değerlendirme, geliştirme ve pazarlaması ile ekoturizm yönetimine odaklanan “Avustralya Eko Sertifikasyon Programı (Eco Certification Program)”, Avustralya’da faaliyet göstermekte olan ulusal bir sertifikasyon programıdır. Program, üç seviyede (doğa turizmi, ekoturizm, gelişmiş ekoturizm) gerçekleştirilmektedir.
- Sosyal, kültürel ve doğal sürdürülebilirliğe odaklanan bir diğer ulusal program ise “Kosta Rika Sürdürülebilir Turizm Sertifikası (Certification for Sustainable Tourism)” programıdır. Söz konusu sertifika, konaklama işletmelerine, restoranlara, seyahat acenteleri ve tur operatörlerine verilmektedir.
- Korunan alanlar ile çevresindeki işletmeleri kapsayan “Koruma Alanları Ağı (Pan Parks)” Programı, 1999 yılında Avrupa’da hayata geçirilmiştir.
- 1994 yılında Danimarka’da temelleri atılan “Yeşil Anahtar (Green Key) Programı”; otel, hostel, kamp alanı, pansiyon, restoran, konferans merkezleri, çekim merkezleri ve diğer şeklinde sekiz farklı alanda verilen bir ödül programıdır. Uluslararası alanda 56 ülkede uygulanmakta olan program kapsamında 2600’ün üzerinde Yeşil Anahtar Ödüllü Tesis bulunmaktadır (TÜRÇEV, 2018).
- Dünyadaki kaynakların devamlılığını sağlamak adına hem bugünün insanlarını hem de gelecekte yaşayacak insanları merkez alan pek çok farklı sürdürülebilir kent yaklaşımı ortaya koyulmuştur. Bu yaklaşımlardan biri de “yavaş şehir (cittaslow)” hareketidir. Hareket, ilk olarak 1986 yılında hızlı

tüketim zincirine karşı olarak İtalya'da ortaya çıkmıştır. Cittaslow Ağı, nüfusu 50.000'in altında olan kentlerin yer alabildiği uluslararası boyutta bir birliktir. Amaç, kentlerin kendi kimlik, gelenek görenek, kültür ve tarihi miraslarını korumak olarak belirtilmektedir.

#### **2.1.3.8. Ekoturizmin Türkiye'deki Gelişimi**

Türkiye, doğada yapılan etkinliklere yönelik ciddi bir potansiyeline sahiptir. Nitekim bu durum, Türkiye Turizm Stratejisi 2023'te de vurgulanmakta, alternatif turizm çeşitliliğinin altı çizilmektedir (Tuna, 2015: 15). Ekoturizm, Türkiye'de ilk olarak Dalyan-İztuzu'nda, 1987 yılında bir otelin temelini atılmasıyla gündeme gelmiştir. Otel inşaatı, İztuzu kumsalında yuva yapan *Caretta caretta* cinsi deniz kaplumbağalarına zarar vereceğinden, ekolojistlerin yoğun tepkisi sonucu iptal edilmiştir. Köyceğiz-Dalyan çevresi de "Özel Çevre Koruma Bölgesi" olarak ilan edilmiştir (Polat, 2006: 39). Türkiye'de ekoturizm faaliyetleri, 2002 yılında İstanbul'da kurulan "Ekoturizm Derneği" ile beraber hızlı bir gelişme göstermiştir. Dernek 2006 yılından itibaren "Türkiye Ekoturizm ve Sürdürülebilir Turizm Derneği" adı altında faaliyetlerini yürütmeye devam etmektedir (Haberal, 2015: 40).

Türkiye'de ekoturizme yönelik olarak uluslararası düzeyde yapılan projeler dışında, destinasyonların kendi potansiyellerini artırmak adına yaptıkları birtakım araştırmalar da bulunmaktadır. "Hatila Vadisi ve Kaçkar Dağları Milli Parkı ile Camili Biyosfer Rezervi Ekoturizm Projesi" bunlardan bir tanesidir. Projenin temel amacı; biyolojik çeşitliliğe yönelik tehditleri algılayabilen, yüksek çevre duyarlılığına sahip insanlar yetiştirmektir. Ekoturizmde sürdürülebilir iş alanları yaratmayı hedefleyen bir diğer proje ise "Ekodiyalog Projesi"dir. Söz konusu proje; Ayder Yaylası, Fırtına Vadisi ve Kaçkar Dağları Milli Parkı sınırları içerisinde yer alan turizm işletmelerini kapsamaktadır (Tetik, 2012: 141-142). Bunun yanı sıra, Türkiye'deki milli parkların ekoturizm potansiyelini ortaya koymak amacıyla 1999 yılından itibaren "Milli Parklar ve Çevre Eğitimi Projesi" sürdürülmektedir (Polat, 2006: 40).

Türkiye'de, ekoturizmin sürdürülebilirliği hususunda geliştirilen programlardan bir tanesi de marina, yat ve plajlara verilen uluslararası nitelikte, sürdürülebilir turizm

sertifikası olan “Mavi Bayrak” programıdır (İstanbulu Dinçer ve diğerleri, 2015: 47). Türkiye, Mavi Bayrak sertifika programına, 1993 yılında Turizm Bakanlığının öncülüğünde dahil olmuştur (Baykal ve Çimen, 2015: 14; Kutluay Tutar, 2015: 338). Günümüzde Mavi Bayrak programı, Uluslararası Çevre Eğitim Vakfı (FEE) tarafından yürütülmekte olup, Türkiye’deki temsilciliğini, Türkiye Çevre Eğitim Vakfı (TÜRÇEV) yapmaktadır (Fışkın, Çakır ve Özkan, 2016: 233). Mavi bayrak; bir ülkenin turizm tanıtımında önemli bir rol oynamaktadır (Kınacı, 2011: 102). Font (2002) tarafından yapılan bir araştırmada; plajların tercih edilmesinde Mavi Bayrak’ın önemli bir tercih sebebi olduğu belirtmekte ve bir prestij belirtisi olarak görüldüğü ifade edilmektedir. Capacci, Scorcu ve Vici (2015) ise İtalya’da yapmış oldukları araştırmada, yabancı turistlerin daha ziyade Mavi Bayraklı yerleri tercih ettikleri sonucuna ulaşmışlardır.

Türkiye’de, 2018 yılı itibariyle toplam 459 mavi bayrak sahibi plaj, 22 adet mavi bayraklı marina ve 10 adet de mavi bayraklı yat bulunmaktadır. En fazla mavi bayraklı plajı olan illerimiz ise, Antalya (200), Muğla (100) ve İzmir (52)’dir. 2017 yılında Uluslararası Mavi Bayrak Jürisi tarafından Mavi Bayrak ödülleri açıklanmıştır. Türkiye, 50 ülke içerisinde plaj sıralamasında İspanya (578 plaj) ve Yunanistan’dan (486 plaj) sonra, 454 plaj ile üçüncü sırada yer almıştır (www.mavibayrak.org.tr, 2018). III. Turizm Şurası’nda, numune alma noktalarının artırılması ve üç Bakanlık (Çevre ve Şehircilik-Sağlık- Kültür ve Turizm) ve yerel yönetimlerin koordineli bir şekilde çalışması ile Türkiye’nin söz konusu sıralamada üstünlük sağlayabileceğinin altı çizilmektedir (III. Turizm Şurası Komisyon Raporu, 2017d).

“Yeşil Küre 21 (Green Globe)”; Türkiye’de, ekoturizmin sürdürülebilirliği hususunda geliştirilen programlardan bir diğeridir. Türkiye’de, programa dahil edilen 8 tane otel bulunmaktadır. Bunlar; Mövenpick Hotel Ankara, Mövenpick Hotel İstanbul, Mövenpick Hotel İzmir, D Maris Bay, Argos in Cappadocia, Club Med Kemer, Club Med Bodrum Palmiye ve Club Med Palmiye’dir (Green Globe, 2018). Türkiye’de 2011 yılından bu yana Türkiye Çevre Eğitim Vakfı (TÜRÇEV) tarafından yürütülmekte olan “Yeşil Anahtar (Green Key)” programı; çevrenin korunması yönündeki girişimleri ödüllendirerek destekleyen, sürdürülebilir turizme katkıda bulunmayı amaçlayan uluslararası bir eko-etikettir. 2018 yılı itibari ile Türkiye’de 94 tesiste Yeşil Anahtar Ödülü bulunmaktadır. Söz konusu program, uluslararası

alandaki 56 ülkede uygulanmakta ve Türkiye, bu ülkeler arasında 8. sırada yer almaktadır (Fışkın ve diğerleri, 2016: 225; TÜRÇEV, 2018).

Türkiye’de ekoturizm uygulamaları, “Yavaş Şehir (Cittaslow )” ağına dahil olan ilçe ve kasabalarda yoğun bir şekilde görülebilmektedir (Tuna, 2015: 18). Türkiye’den üyeler; Muğla-Akyaka, Çanakkale-Gökçeada, Şanlıurfa-Halfeti, Ordu-Perşembe, İzmir-Seferihisar, Sakarya-Taraklı, Kırklareli-Vize, Isparta-Yalvaç, Aydın-Yenipazar, Artvin-Şavşat, Erzurum-Uzundere, Sinop-Gerze, Bolu-Göynük ve Isparta-Eğirdir’dir (www.cittaslowturkiye.org, 2018). Ayrıca 1993 yılından itibaren Türkiye’de çevre bilincinin artırılması amacıyla belirli nitelikleri taşıyan konaklama tesislerine, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından Çevre Dostu Kuruluş Belgesi (Çam Simgesi) verilmektedir. Program 2006 yılında Yeşil Yıldız Projesi olarak hayata geçirilmiştir (Baykal ve Çimen, 2015: 17; Kutluay Tutar, 2015: 343).

İşletmeler, Yeşil Yıldız belgesini, 122 ölçüt üzerinden yapılan bir değerlendirme sonucunda alabilmektedirler (Saçılık ve Çevik, 2014: 409). Yeşil Yıldız belgesi alan işletmeler, çevrenin korunmasına katkıda bulunmanın yanı sıra, kendi tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinde farklılık yaratmaktadırlar (Yıldız ve Kılıç, 2016: 2615). Nitekim güvenli ve uluslararası garanti içeren bir yerde tatil yapmak isteyen turistler için Yeşil Yıldız ve benzeri belgeler, tatil tercihlerinde önemli rol oynamaktadır (Avcıkurt, 2015: 204). Berezan, Raab, Yoo ve Love (2013) tarafından yapılan bir araştırmanın bulguları da bu durumu destekler nitelik taşımaktadır. Araştırma bulgularına göre; işletmelerin yeşil uygulamaları, hem müşteri memnuniyeti hem de tekrar ziyaretleri üzerinde önemli ve olumlu bir etkiye sahiptir.

Beyaz Yıldız, Türkiye Otelciler Federasyonu (TÜROFED) ile Sealed Air’in iş birimi Diversey’in geliştirmiş olduğu bir çevre programıdır. Söz konusu programın amacı, çevre kirliliğini en az seviyede tutabilmektedir (Baykal ve Çimen, 2015: 17-18). Program; enerji, su, tehlikeli kimyasallar, deterjan ve dezenfektanlar, atık, yönetim ile diğer servisleri kapsayan 55 kriterin sağlanmasını içermektedir (Dolmacı ve Bulgan, 2013: 4864). Türkiye Otelciler Birliği (TÜROB), Bureau Veritas ve Sürdürülebilirlik Akademisi iş birliğiyle gerçekleştirilen “Yeşillenen Oteller (Greening Hotels) Projesi” ise; konaklama tesislerinin çevreye duyarlı olma motivasyonlarını artırmayı hedeflemektedir. Söz konusu proje aynı zamanda, tesisleri daha yeşil

olmaya teşvik etmektedir. Türkiye’de, 2018 yılı itibariyle 53 tane Greening Hotel Belgeli konaklama tesisi bulunmaktadır (Baykal ve Çimen, 2015: 18; Kutluay Tutar, 2015: 342; TÜROB, 2017; www.yesillenenoteller.com, 2018).

### **2.1.3.9. Ekoturizmde Yer Alan Aktörler**

Björk (2000: 195) ekoturizmde yer alan aktörleri; tur operatörleri ve seyahat acenteleri, konaklama işletmeleri, merkezi ve yerel yönetimler, sivil toplum kuruluşları, uluslararası kuruluşlar, yerel halk ve ekoturistler şeklinde ifade etmektedir. Söz konusu ekoturizm aktörleri alt başlıklarda incelenmektedir.

- *Tur Operatörleri ve Seyahat Acenteleri*

Tur operatörleri ve seyahat acentelerinin hem çevre hem de turizm sektörünün sürdürülebilirliği üzerindeki rolü oldukça büyüktür (Higgins, 2001: 535). Bu kapsamda; tur operatörleri ve seyahat acentelerinin turistler ile turistik destinasyonlar arasında bilgi sağlayıcılar olarak hayati bir öneme sahip olduklarının altını çizmek gerekmektedir (Erdoğan ve Albustanlıoğlu, 2013). Özellikle yerel halk ile karşılıklı etkileşim ve paylaşım içerisinde bulunan tur operatörleri ve seyahat acenteleri, ekoturizm endüstrisi içerisinde yer alan önemli işletmeler olup, ekoturizmi yönlendiren bir etkiye sahiptirler (Demir, 2011: 55).

Uzun vadede, temel ekoturizm ilke ve hedeflerinden sapmadan ekoturizm faaliyetlerini yürütmek gerekmektedir (Kahraman ve Türkay, 2014: 184). Bu çerçevede; hem tur operatörlerinden hem de seyahat acentelerinden ekolojik, sosyal, kültürel ve ekonomik zararlara neden olmaksızın hizmet vermeleri beklenmektedir (Erdoğan ve Albustanlıoğlu, 2013). Örneğin; özellikle doğa turları düzenleyen acentelerin, doğal ekosistemler üzerinde koruma ilkelerini göz ardı etmemeleri gerekmektedir (Demir, 2011: 55-56). Ayrıca yerel kültürleri saygılı olmak, yerel işletmeleri ve hizmet sağlayıcılarını desteklemek, yerel rehberlik hizmeti sağlamak, yörenin yapısına uygun konaklama olanakları sunmak ve çevrenin korunmasına doğrudan finansal katkı sağlamak gibi hususlar da seyahat

acenteleri ve tur operatörlerinin temel sorumlulukları arasında yer almaktadır (Çevirgen, 2003: 104-105).

Tur operatörlerinin faaliyetlerini sürdürülebilir turizm ilkeleri çerçevesinde gerçekleştirebilmelerini sağlamak amacıyla çeşitli girişimler yapılmaktadır. Uluslararası Ekoturizm Topluluğu'nun (TIES), tur operatörlerinin sorumluluklarını içeren bir rehber kitap yayınlaması bu duruma örnek verilebilir. Bir diğer önemli girişim ise "Sürdürülebilir Turizmin Gelişimi İçin Tur Operatörleri Girişimi"dir. Tüm tur operatörlerine yönelik olarak faaliyet gösteren girişim, Birleşmiş Milletler Çevre Programı, Dünya Turizm Örgütü ve Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Organizasyonu'nun desteği ile kurulmuştur (Koçoğlu, 2008: 31-32). Sürdürülebilir uygulamaları teşvik etmek adına kurulan bir diğer girişim de "Travelife Sürdürülebilirlik Sistemi"dir. Travelife Sürdürülebilirlik Sistemi, turizm işletmelerinin, çevresel ve sosyal hizmet kalitesini geliştirmek adına sürdürülebilir uygulamaları yönetmelerine yardımcı olmaktadır (www.travelife.info, 2017).

- *Konaklama İşletmeleri*

Turizm açısından sağlıklı bir çevreye sahip olmanın gerekliliği, konaklama işletmelerinin inşasında da çevreye duyarlı düzenlemeler yapılması zorunluluğunu beraberinde getirmektedir (Kahraman ve Türkay, 2014: 141). Nitekim ekoturizm destinasyonlarında yer alan konaklama işletmeleri, büyük ölçekli zincir işletmelerden farklıdır. Söz konusu farklılık, ekoturizme hizmet veren konaklama işletmelerinin genellikle yerel mimariye uygun, yerel işçilik yöntemleri ve yerel malzeme kullanılarak inşa edilmesiyle mümkün olmaktadır (Demir ve Çevirgen, 2006b: 88; Gardner, 2001: 526; Koçoğlu, 2008: 29-30). Bu tür tesisler aynı zamanda eko konaklama tesisi (ecolodge) olarak da ifade edilmektedir. Eko konaklama tesisinin bulunduğu çevreyi doğal ve kültürel açıdan koruması gerekmektedir. Enerji gereksiniminin sürdürülebilir kullanım sağlayacak modern donanımlarla birleştirilerek karşılanması, yerel halk ile birlikte çalışmaya çaba gösterilmesi ile uzun dönemde su gereksinimini karşılayacak ve su tüketimini azaltacak alternatiflerin kullanması da diğer önemli hususlar arasında yer almaktadır (Arachchi ve diğerleri, 2015: 215; Çevirgen, 2003: 107; Erdem ve Tetik, 2013: 29; Koçoğlu, 2008: 30; Wood, 2002: 28).

- *Merkezi ve Yerel Yönetimler*

Özel sektörün işletme hakimiyetinin var olduğu sektörlerin başında turizm sektörü gelmektedir. Turizm sektörünün kontrollü gelişimi ve varlığını bu şekilde sürdürebilmesi adına toplumsal bir mekanizmanın gerekliliği söz konusudur. Nitekim ancak bu şekilde hem yerel halkın refahı (ekonomik, sosyal ve kültürel anlamda) hem de turist memnuniyeti sağlanabilecektir. Öte yandan; özel işletmelerin sağlayamayacağı gerekli altyapı hizmetleri gibi temel unsurları ancak toplumsal özelliğe sahip kurumlar gerçekleştirebilmektedir (Dede ve Güremen, 2010: 48). Türkiye’de, toplumsal kurumlar olarak merkezi ve yerel yönetimlerden bahsetmek mümkündür. Merkezi yönetimler, Başbakanlık ve bakanlıklara bağlı kuruluşların merkez ve taşra teşkilatlarından oluşurken; yerel yönetimler ise köy, belediye ve il özel idaresi şeklinde üçlü bir yerel yönetim örgütlenmesine sahiptir. Söz konusu merkezi ve yerel yönetimlerin, turizm planlamasında hem hazırlayıcı hem de uygulayıcı olarak rol alması gerekmektedir.

Yetkili ve sorumlu kamu idaresi başta olmak üzere ekoturizm faaliyetinde bulunan tüm kurum ve kuruluşlar, ekoturizm faaliyetlerinin yönetsel yapısını oluşturmaktadır (Doğan, 2015: 90). Ekoturizm destinasyonlarında başta yol, su, kanalizasyon, enerji sistemleri, genel sağlık ve güvenlik olmak üzere tüm altyapı hizmetleri büyük önem taşımaktadır. Nitekim söz konusu bu hizmetlerin çevreye zarar vermeyecek şekilde planlanması gerekmektedir. Bu hususta da merkezi ve yerel yönetimlere büyük sorumluluklar düşmektedir (Demir ve Çevirgen, 2006b: 91). Bu çerçevede, birçok ülke, ulusal ölçekte ekoturizm stratejileri hazırlamıştır. Ekoturizmin kontrollü bir şekilde geliştirilmesine yönelik uygulamalar da bu stratejilerin temel hedefleri arasında yer almaktadır (Koçoğlu, 2008: 33).

- *Sivil Toplum Kuruluşları*

Sivil toplum kuruluşları; kar amacı gütmeyen, toplum yararına çalışan ve devletten bağımsız hareket edebilen bir örgütlenme türüdür. Bireylerin ortak amaç ve hedefleri açısından değerlendirildiğinde, siyasal idareyi ve yönetimi kamuoyu oluşturmak suretiyle etkileyebilen, ekoturizmin gelişiminde önemli bir paya sahip olan sivil toplum kuruluşları, çevrenin ve biyolojik çeşitliliğin korunması açısından da önemli

girişimlere öncülük edebilmektedirler (Demir ve Çevirgen, 2006b: 101; Harman, 2014: 344). Sivil toplum kuruluşları bu kapsamda, özel sektör ve kamu sektörü ile yaptıkları işbirlikleri sonucunda rehberlerin eğitimi, bölgesel planlama, toplumsal gelişme, korunan alanlarının yönetimi ve çevre korumacılığı ile ilgili çalışmalara destek sağlamaktadırlar (Çevirgen, 2003: 118).

Türkiye’de turizm ile ilgili konularda çalışmalar yürüten sivil toplum kuruluşları; dernek, birlik veya federasyon gibi değişik örgütlenme biçimlerinde faaliyet gösterebilmektedir (Harman, 2014: 348). Sürdürülebilir ekoturizm politikaları geliştirmek adına uluslararası kuruluşlar ve devletler ile ortak çalışmalar yürütme sorumluluğunu üstlenen, turizm paydaşları arasında işbirliğini sağlayan sivil toplum kuruluşları, aynı zamanda ekoturizmde sertifikasyon programlarını da yürütebilmektedirler (Wood, 2002: 53). Tüm bunlar, etkili bir ekoturizm yönetimi için gerekli olan hususlardır. Dolayısıyla ekoturizm gelişimini yönlendirme sürecinde sivil toplum kuruluşlarının önemli bir rol üstendiğini söylemek mümkündür (Artun ve Akbulut, 2015: 138).

- *Uluslararası Kuruluşlar*

Uluslararası kuruluşlar; ticari amaç gütmeksizin, dünyadaki ülkeler düzeyinde faaliyet gösteren ve devletler üzerinde doğrudan ve dolaylı etkinliğe sahip olan örgütlerdir (Karataş ve Vatansever, 2001: 2). Ekoturizme çeşitli fon ve yardımlarla katkı sağlayan uluslararası kuruluşların başında Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) gelmektedir. Söz konusu kuruluşlar, ekoturizmin uluslararası anlamda kontrollü gelişimine katkı sağlama amacını taşımaktadırlar. Turizm destinasyonlarında geleneksel mimari yapının korunmasından, doğa-dostu ürün ve pazarların gelişimine katkı veren araştırmalara kadar oldukça geniş bir yelpazedeki çalışmalar, bu kapsamda yürütülmektedir. Bu anlamda, Dünya Bankası, Inter Amerikan Kalkınma Bankası, Alman Ekonomik Kalkınma Bakanlığı, Amerika Uluslararası Kalkınma Örgütü ile Kanada Uluslararası Kalkınma Örgütü gibi çok taraflı ve iki taraflı anlaşmalarla ekoturizmin gelişimine destek veren kuruluşlardan da bahsetmek mümkündür (Çevirgen, 2003: 121; Koçoğlu, 2008: 36).

- *Ekoturistler*

Ekoturizm, turistlerin gittikleri ülkeyi, doğal ortamında, yerel yaşam biçimleriyle beraber yaşayarak tanınmasına olanak sağlamaktadır (Çetin, 2001: 26, 29). Nitekim ekoturizm faaliyetlerinin sürdürüldüğü habitatlar oldukça hassas alanlardır (Yalçınalp ve Var, 2009: 354). Bu doğrultuda, Bekdemir ve Elmacı (2014: 3) ile McKercher (2001: 571) ekoturisti; ekoturizmin özelliklerine uygun seyahat eden, eğitim seviyesi yüksek, çevre bilincine sahip, risk almayı seven ve biraz da maceraperest yönü kuvvetli insanlar olarak ifade etmektedirler. Demir'e (2011: 57) göre ekoturistler; kent yaşamının stresinden uzaklaşma, doğaya geri dönme, doğada yer alma, doğayı yok olmadan görme şansı bulma ve tanıma isteği içerisindeyler.

Ekoturistler; değerbilirlik, katılımcılık ve duyarlılık ruhu içinde, bölge halkının ekonomik refahı gibi konularda da duyarlı bir profil içerisinde hareket etmektedirler (İstanbulu Dinçer ve diğerleri, 2014: 21). Ekoturistlerin, çevre hakkında önemli bir bilgi birikimine sahip olduklarını da söylemek mümkündür. Ziyaret edilen yörenin bitkisel ve hayvansal biyoçeşitliliği gibi pek çok hususla ilgilenen ekoturistlerin temel gayesi, doğal çevrenin sahip olduğu özelliklerin kalitesini yitirmemesidir (Demir, 2011: 59; McKercher, 2001: 571). Bu noktada, ekoturistlerin, çevre koruma faaliyetlerinde bulunan konaklama, ulaştırma işletmeleri ile tur operatörleri ve seyahat acentelerini tercih etmeleri de önem taşımaktadır (Erdoğan, 2012: 253-254).

- *Yerel Halk*

Yerel halka önemli bir gelir kaynağı oluşturan ekoturizm, yerel halkın yaşam standartlarını iyileştirme ve geliştirme noktasında da büyük bir öneme sahiptir (Tuna, 2015: 10). Her şeyden önce başarılı ve amacına uygun bir ekoturizm etkinliği ancak yerel halkın isteği ve desteğiyle gerçekleştirilebilmektedir (Yalçınalp ve Var, 2009: 356). Bu sebeple yerel halkın ekoturizme katılımının olumlu bir sosyo-kültürel değişim sağlayabilmesi mümkündür (Keleş ve diğerleri, 2015: 468). Bu nedenle bir alanda ekoturizm planlaması yapılırken, yerel halk katılımı mutlaka sağlanmalıdır. Bu katılım elbette yerel halkın her istediğinin karşılanması anlamına gelmemektedir. Bu noktada yapılması gerekenlerin başında; yerel halkın eğitilmesi, onlarla fikir

alışverişinde bulunulması ve ekoturistlerle birebir etkileşim içerisinde olarak bölgelerindeki turizm faaliyetini kontrol etmelerinin sağlanması gelmektedir (Yalçınalp ve Var, 2009: 358, 360). Nitekim, yerel halk, turizm gelişiminden faydalanabileceğine inanırsa, ekolojik ve doğal kaynakları turizm faaliyetlerine yönelik olarak koruma ve bunu sürdürme çabası içerisinde olacaklardır (Wu ve Chen, 2018: 76).

- *Turist Rehberleri*

Yerel halkı, hem ekonomik hem de sosyal anlamda destekleyen turizm faaliyetlerinin gerçekleşmesinde turist rehberlerinin de önemli rolleri bulunmaktadır. Söz konusu bu roller turist rehberlerine ekoturizm açısından önemli sorumluluklar yüklemektedir (Acar ve Tanrısevdi, 2015: 348-349; Köroğlu, Köroğlu ve Alper, 2012: 132; Randall ve Rollins, 2009: 359). Turist rehberleri; tanıtım, eğlence, eğitim, yönetim, koruma ve ekonomi gibi çeşitli faaliyetlerle ekoturizme yarar sağlayabilmektedirler. Ayrıca ekoturizm turlarına yeni deneyimler katmak da turist rehberlerinin en önemli rolleri arasında yer almaktadır (Yamada, 2011: 144). Turist rehberlerinin, turist davranışlarında meydana gelebilecek olumsuz etkileri, anlatımları ile önlemeleri mümkündür. Bu da turist rehberlerinin ekoturizm açısından önemini destekler niteliktedir (Hu, 2007: 32; Tetik, 2012: 251; Weiler ve Ham, 2001: 550). Bununla beraber, turist rehberinin iletişim becerisi sayesinde, turistlerin yaban hayatı bilinci ve doğal kaynakların korunmasına yönelik davranış geliştirmesi teşvik edilebilmektedir (Köroğlu ve Güzel, 2013: 73).

#### **2.1.3.10. Ekoturizmde Tüketici Profili**

Ekoturizmde teorik olarak doğanın kıymetini bilme ve doğayı bozmadan kullanma gibi amaçlar yer almaktadır (Chan ve Baum, 2007: 575). Dolayısıyla ekoturizm etkinliklerine katılan bireyler de çevreye duyarlı olan turistler olarak değerlendirilmektedir (Serengil, 2005: 290). Birbirinden farklı ihtiyaç ve beklentilere sahip bireylerin demografik özellikleri (yaş, eğitim durumu, medeni durum vb.), bir destinasyonu ziyaret etme/etmeme davranışları üzerinde etkili olmaktadır. Dolayısıyla bir destinasyonun tüm bireyleri aynı düzeyde cezbetmesi mümkün

değildir (Çokişler ve Türker, 2015: 34). Ekoturistler; artan çevre bilinci paralelinde turizm sektöründe önemli bir pazar haline gelmişlerdir (Seyhan, 2011: 154). Bu sebeple ekoturistleri diğer turistlerden ayıran özelliklerin incelenmesi gerekli görülmektedir. Bu bölümde öncelikli olarak ekoturist kavramı tanımlanmaya çalışılmış ve ekoturistleri diğer turistlerden ayıran özellikler ortaya koyulmuştur. Bu çerçevede ekoturistlerin sosyo-demografik yapıları, kalış süreleri, konaklama tercihleri, seyahat motivasyonları ve aktivite tercihleri ayrıntılı olarak ele alınmıştır.

#### **2.1.3.10.1. Ekoturist Kavramının Tanımı**

Ekoturist kavramı, ekoturizmin özelliklerine uygun seyahat eden, çevre bilincine sahip, risk almayı seven kişileri tanımlamaktadır (Kerstetter, Hou ve Lin, 2004: 491; Şahin ve Şahin, 2009: 1224). Ayrıca ekoturistleri, doğaya saygılı ve duyarlı bireyler olarak ifade etmek mümkündür (Keleş ve diğerleri, 2015: 468). Ekoturistler; doğayı öğrenmek amacıyla bozulmamış doğal alanlara yerel kültürleri tanıma, eğlenme ve doğayı koruma amacıyla, bireysel veya küçük gruplar halinde seyahat etmektedirler (Seyhan, 2011: 153). Ekoturistler, insanlardan uzak yerleri tercih etmekte ve ziyaret ettikleri bölgenin kültürünü, geleneklerini ve doğal özelliklerini öğrenmek istemektedirler (Dönmez ve diğerleri, 2015: 71; Polat, 2006: 18). Şenol (2016: 30), kendileriyle benzer ilgi alanlarına sahip insanlara rastlamak ve kültürel aktivitelerde bulunmak gibi durumların, ekoturistler için önemli dürtüler arasında yer aldığının altını çizmektedir.

Ekoturistler, kitle turistlerinden farklı seyahat amacı, isteği, beklentisi ve tutumu içerisindeyler (Avcıkurt, 2015: 206; Erdoğan ve Erdoğan, 2012: 13; Gheorghe ve Udrescu, 2018: 123). Bu yönüyle, bir destinasyonda ekoturizm gelişimi için ekoturistlerin davranışları oldukça önemlidir (Hwang ve Lee, 2018: 1). Ay, Güngöroğlu, Aydın ve Gül (2010) tarafından, Antalya'ya ekoturizm amaçlı gelen turistler hedeflenerek, bu ekoturistlerin talep ve beklentilerini belirlemek amacıyla bir araştırma projesi gerçekleştirilmiştir. Araştırmada elde edilen bulgulara göre; Antalya yöresine gelen ekoturistlerin genelde acente kanalı ile bölgeye geldikleri ve acentelerin yönlendirmesi ile aktivitelerde bulunduklarını söylemek mümkündür. Ayrıca söz konusu ekoturistler daha çok doğa yürüyüşlerini tercih eden, doğayı

keşfetme ve öğrenme için etkinlikte bulunan, konaklama açısından pansiyon, butik otel ve köy evini tercih eden bireyler olarak tespit edilmiştir.

#### **2.1.3.10.2. Ekoturist Tipleri**

Laarman ve Durst, 1987 yılında gerçekleştirdikleri bir araştırmada; ekoturistleri, motivasyonlarını ve davranışlarını dikkate alarak, yoğun ekoturistler ve yumuşak ekoturistler olarak ikiye ayırmışlardır (Dey ve Sarma, 2006: 33; Hvenegaard, 2002: 8). Söz konusu ayrımın yapılmasında ekoturistlerin, katıldıkları etkinlikler açısından daha özgür davranma eğilimde olmaları etkili olmaktadır. Zira ekoturistlerin bazıları doğa yürüyüşlerine katılırken, bazıları da akarsu sporu ve dağa tırmanma gibi bedensel gücü gerektiren faaliyetlere ilgi duyabilmektedirler (Çetin, 2001: 54).

Kusler tarafından ekoturist tiplerine yönelik olarak 1991 yılında bir başka araştırma gerçekleştirilmiştir. Bu araştırmaya göre ekoturistler üç gruba ayrılmıştır. Bunlar; bireysel hareket eden ekoturistler, grup turlarına katılan ekoturistler ve okul/bilimsel gruplara katılan ekoturistler şeklindedir (Dey ve Sarma, 2006: 33; Nowaczek ve Smale, 2010: 47).

Lindberg, Furze, Staff ve Black (1997: 11-12) tarafından ekoturistler; çekirdek ekoturistler, özenli ekoturistler, sıradışı ekoturistler ve rastlantılara bağlı ekoturistler olarak dört grupta ele alınmaktadır. Bu sınıflandırmaya göre; çevreyi koruma faaliyetlerine katılan araştırmacı bilim insanları, çekirdek ekoturistler olarak ifade edilmektedirler. Söz konusu faaliyetler, çöp toplama etkinliğinden doğa yürüyüşlerine kadar pek çok şekilde çeşitlilik göstermektedir. Özellikle korunan alanlara seyahat eden ekoturistler, özenli ekoturist sınıflandırması içerisinde yer alırken; nadir gidilen yerlere yönelik bir seyahate katılma arzusunda olan ekoturistler de sıradışı ekoturistler olarak ifade edilmektedir. Ayrıca özenli ekoturistler, korunan alanların doğasının korunmasına ekstra katkıda bulunma amacını taşımaktadırlar. Doğa gezilerinde tercihlerini tesadüfen seçilmiş doğal alanlardan yana kullanan ekoturistler de rastlantılara bağlı ekoturistler olarak ele alınmaktadır. Görüldüğü gibi, ilgili yazında ekoturist tiplerinin daha çok doğayı deneyimlemeye ve doğa hakkında bilgiler almaya odaklandıklarını söylemek mümkündür (Özkan Yürük ve

diğerleri, 2006: 696). Ancak Kerstetter ve diğerleri (2004) tarafından Tayvan'da yapılan bir araştırmanın sonuçları, bu durumun aksini göstermektedir. Şöyle ki; Tayvan'da ekoturistler daha çok duygusal deneyimleri için seyahat etmektedirler. Buradan yola çıkarak, ekoturistleri benzer gruplar içerisinde ele almak kadar farklı deneyimler çerçevesinde de sınıflandırmanın söz konusu olduğu ortaya çıkmaktadır.

#### **2.1.3.10.3. Ekoturistlerin Sosyo-Demografik Yapıları**

Ekoturistler bir takım özellikleriyle birbirlerine benzemelerinin yanısıra heterojen bir yapıya da sahiptirler. Başka bir ifadeyle; davranış kalıpları ve çevrenin algılanması gibi hususlarda bazı farklılıklar söz konusu olabilmektedir (Sheena, Mariapa ve Aziz, 2015: 3; Yalçınalp, 2010: 144). Ekoturistlerin demografik özelliklerini belirlemeye yönelik yapılan araştırmalar, ekoturistlerin; yüksek eğitilmiş, turizm konusunda deneyimli, ortalama gelirleri yüksek ve farklı kültürlerle ilgi duyan kişiler olduğunu göstermektedir (Wiberg, 2009: 39). Bunun yanısıra; çevreye karşı duyarlı olmaları da ekoturistlerin en önemli özellikleri arasında yer almaktadır (Güngör Özkök ve Çoban, 2009: 595; Uslu, Akay ve Ünal, 2013).

Tüketicilerin demografik özelliklerinin, tüketim davranışları üzerine önemli etkileri vardır (Başgöze ve Bayar, 2015: 119). Özellikle cinsiyet, çevre dostu tüketici profiline belirlenmesinde etkili olabilmektedir. Cinsiyet ve çevresel tutum arasındaki bağlantıya yönelik olarak, erkek tüketicilerin kadın tüketicilere oranla çevresel konularda daha bilgili olduğunu söylemek mümkündür. Ancak mevzu bahis çevresel tutum olduğunda, tam tersi bir durum karşımıza çıkabilmektedir. Şöyle ki; kadın tüketiciler, doğal çevre için daha büyük bir özen göstermekte, ekoturizm aktivitelerine daha sık katılmakta ve geri dönüşüm faaliyetlerinde daha hassas davranmaktadırlar (Kvasova, 2011: 77). Eshun ve diğerleri (2016) tarafından yapılan bir araştırmanın sonucu da bu durumu destekler niteliktedir. Nitekim araştırmada; kadın ziyaretçilerin konaklamalarında, korunan doğal alanlar ile ormanlık alanları daha çok tercih etme eğiliminde oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca Laroche, Bergeron ve Barbaro-Forleo'ya (2001) göre; evli bireyler çevre konusunda daha hassas davranmakta ve çevrenin korunmasına özen göstermektedirler.

Ekoturistleri diğer turistlerden ayıran bir diğer özellik ise yaptıkları harcama ve tercih ettikleri konaklama şekilleridir. Temelde çevre dostu konaklama tesislerini tercih etme eğiliminde olan ekoturist ile kitle turizmini tercih eden turist arasındaki en belirleyici fark da burada ortaya çıkmaktadır (Rahemtulla ve Wellstead, 2001: 10). Söz konusu bu tutum ekoturistleri, ekoturizm ürün ve hizmetleri için daha fazla harcama yapmaya teşvik etmektedir (Lu, Gürsoy ve Chiappa, 2016: 176; Mehmetoğlu, 2007; Türker, 2013: 1096). Örneğin, Dominik ve Karayipler’de doğa ile iç içe konaklama imkanı sunan işletmelerde kalan bir turistin, kruvaziyer seyahatine katılan bir turistten 18 kez daha fazla para harcaması söz konusudur. Yol açtığı parasal büyüklüğün %80’ini uçak, otel ve diğer dış şirketlere kaptıran bir kitle turizmi karşısında ekoturizm merkezleri, paranın %95’ini yerel ekonomiye kazandırmaktadır (Kahraman ve Türkay, 2014: 50).

Demir’e (2014b: 106) göre; yaşı 18-25 arasında değişen tüketiciler, çevresel kirliliği azaltma, insan sağlığını geliştirme ve küresel ölçekte insan haklarına saygının artırılmasında çok daha bilinçli olma eğilimindedirler. Başka bir deyişle; genç tüketiciler, tüketimin olumsuz ekolojik ve sosyal etkilerinin nasıl azaltılabileceği ile ilgili daha fazla bilgi sahibi olmak istemektedirler. Ekoturistlerin tatile çıkma dönemlerini ise gidilecek destinasyonun özellikleri, tatilin amacı ve aktivitelerin türleri etkilemektedir. Ekoturistler, yılın her ayında tatile çıkmayı tercih etmektedirler (Demir ve Çevirgen, 2006b: 123). Wight (2001) tarafından yapılan bir araştırmada; Kuzey Amerikalı ekoturistlerin daha çok yaz aylarında seyahat etmekle beraber, yılın her döneminde seyahati tercih ettikleri de belirtilmektedir.

#### **2.1.3.10.4. Ekoturistlerin Kalış Süreleri ve Konaklama Tercihleri**

Ekoturistlerin konaklama konusundaki tercihleri ve kalış süreleri oldukça çeşitlidir. Bu durumun söz konusu olmasında seyahatin amacı, destinasyon, ailelerin çocuklu olmaları ve turistlerin aktivite tercihleri gibi faktörler etkilidir. Buna göre; ekoturistler genel olarak, temel ihtiyaçlarını karşılayabilecekleri ahşap evler, çadırlar, çiftlik evleri ya da kamping alanlarında konaklamayı tercih etmektedirler. Söz konusu konaklama noktalarının, doğa ile uyumlu olması ise en önem verilen husus olarak karşımıza çıkmaktadır (Çevirgen, 2003: 135; Naidoo, 2012: 37; Wight, 2001: 44). Nitekim bakir

ve el değmemiş alanlar, kırsal alanlar, dağlık alanlar, göl ve nehirler, tarihi alanlar ve sit alanları ile kültürel aktivitelerin yapıldığı alanlar ekoturistler için önemli çekim alanlarıdır (Dönmez ve diğerleri, 2015: 72). En fazla 20 kişilik gruplardan oluşan ekoturizm turlarına katılmayı tercih eden ekoturistlerin, konaklama noktalarının genellikle 100 yatak kapasitesini aşmamasına dikkat ettiklerini de söylemek mümkündür. Kısacası ekoturistler, 6 ila 12 kişilik küçük gruplar dahilinde, kitle turizmine hitap etmeyen konaklama noktalarını tercih ederek seyahat etmektedirler (Uslu ve diğerleri, 2013).

#### **2.1.3.10.5. Ekoturistlerin Seyahat Motivasyonları ve Aktivite Tercihleri**

Ekoturistler, tatillerini organize etme biçimlerinden, destinasyon tercihlerine kadar pek çok hususta birbirinden farklı özellikler taşımaktadırlar. Söz konusu bu farklılıklar, ekoturistlerin beklenti ve motivasyonlarına da yansımaktadır (Demir ve Çevirgen, 2006b: 125). Örneğin; doğa temelli etkinliklere katılan ekoturistlerin temel seyahat motivasyonları çevreyi korumak olabileceği gibi, yörenin tarihi, kültürü ve doğasını öğrenip değerlendirmek de olabilmektedir. Ya da nadir gidilen yerleri bir tur programı aracılığıyla ziyaret eden ekoturistlerin seyahat motivasyonları ile herhangi bir tur programına bağlı kalmadan gezenlerin seyahat motivasyonları değişkenlik gösterebilmektedir (Fennell, 2014).

Çetin (2001: 59), risk almak ve macera yaşamak gibi isteklerin, ekoturistlerin seyahat motivasyonlarını etkilediğini ifade etmektedir. Bunun yanı sıra, ülke ya da bölge insanının yaşam biçimini daha yakından tanıma isteği ile insanların giyim, kuşam ve folklor gibi değerlerini öğrenmek de ekoturistlerin seyahat motivasyonları arasında yer almaktadır (Wight, 2001: 53). Ayrıca Reynolds ve Braithwaite (2001: 33), bir destinasyonun fiziksel özelliklerinin, maddi ve maddi olmayan tüm unsurlar da dahil olmak üzere, ekoturistlerin motivasyonu üzerinde etkili olduğunun altını çizmektedirler.

Ekoturistlerin seyahat ettikleri yerlerde gerçekleştirdikleri aktiviteler; pasif (gözleme dayalı) ve aktif (sportif amaçlı) faaliyetler olarak iki grupta ele alınmaktadır. Kuş gözlemciliği, foto safari, yaban hayatı gözlemleme, balon gezileri, botanik ve tüm

doğa gözlemleri, kültürel ve arkeolojik geziler, dini gün ve festivaller pasif eylemler içerisinde yer almaktadır. Bunun yanında atlı veya bisikletli doğa gezisi, dağcılık, deniz ve mağara dalışları, sportif olta balıkçılığı, macera gezileri, yelken ve rüzgâr sörfü, kürek sporu ve paraşütle atlama gibi aktiviteler ise aktif eylemler olarak nitelendirilmektedir. Ekoturistler, söz konusu aktiviteleri doğal ortamlarında tecrübe etme isteği içerisinde olmaktadır (Kısa Ovalı ve Tachir, 2015: 40-41; Kamri ve Radam, 2018: 124; Yazıcı, Aslan ve Ankaya, 2017: 133).

#### 2.1.4. Türkiye’de Turizm Hareketleri

Türkiye’de turizm hareketlerinin gelişimini turist varışları ile turizm gelirleri ölçütlerini kullanarak belirlemek mümkündür (Avcıkurt, Köroğlu ve Sarioğlu, 2009: 3). Türkiye’de turizm, 1990’lı yıllarda gelişmeye başlamıştır. Söz konusu zaman diliminde Türkiye’ye turistik amaçlı gelen ziyaretçilerin sayısı 4,4 milyon iken, 2000’li yıllarda bu rakamın 10 milyonları aştığını ifade etmek mümkündür. Çizelge 2’de Türkiye’ye gelen ziyaretçi sayıları ile elde edilen turizm gelirleri yıllar itibariyle (son on yıl dikkate alınarak) incelenmektedir.

**Çizelge 2. Türkiye Turist Varışları ve Turizm Gelirleri**

| Yıllar | Ziyaretçi Sayısı<br>(Milyon Kişi) | Turizm Gelirleri<br>(Milyar ABD Doları) | Yıllar | Ziyaretçi Sayısı<br>(Milyon Kişi) | Turizm Gelirleri<br>(Milyar ABD Doları) |
|--------|-----------------------------------|-----------------------------------------|--------|-----------------------------------|-----------------------------------------|
| 2008   | 30 979 979                        | 25 415 067                              | 2013   | 39 226 226                        | 32 308 991                              |
| 2009   | 32 006 149                        | 25 064 481                              | 2014   | 41 415 070                        | 34 305 904                              |
| 2010   | 33 027 943                        | 24 930 997                              | 2015   | 41 617 530                        | 31 464 777                              |
| 2011   | 36 151 328                        | 28 115 692                              | 2016   | 31 365 330                        | 22 107 440                              |
| 2012   | 36 453 921                        | 29 007 003                              | 2017   | 38 620 346                        | 26 283 656                              |

**Kaynak:** (TÜİK -Türkiye İstatistik Kurumu- verilerinden derlenerek hazırlanmıştır).

Çizelge 2’ye göre; 2008-2014 yılları arasında Türkiye’nin elde etmiş olduğu turizm gelirlerinde, ziyaretçi sayısı ile paralel olarak artış sağlandığı görülmektedir. 2015 yılında ise turizm gelirlerinde düşüş söz konusu olmuştur. 2016 yılına ait istatistikler incelendiğinde; Türkiye’de yaşanan krizlerin hem turizm gelirlerine hem de ziyaretçi sayılarına yansıdığı görülmektedir. Nitekim 2016 yılında ziyaretçi sayısında %24,6 ve turizm gelirlerinde %29,7 oranında bir düşüş yaşanmıştır. 2017 yılı turizm verileri

incelendiğinde ise; bir önceki yıla göre ziyaretçi sayısı bakımından %23,1 ile turizm geliri bakımından %18,9 oranında bir artış olduğu görülmektedir.

Gelişmiş ve gelişmekte olan ekonomilerde, hem ekonomik kalkınma, hem de istihdamı sürdürmek için turizm sektörüne ihtiyaç duyulmaktadır (Aydın ve Gencür, 2015). Bu noktada turizm sektörü; yeni istihdam alanlarının yaratılmasında, milli gelir ve ödemeler dengesine olan pozitif katkıları ile Türkiye'deki ekonomik kalkınmanın arkasındaki en önemli sektörlerden biri olarak değerlendirilebilir. Türkiye'de 1963 yılında planlı döneme geçişle birlikte turizm sektörüne verilen önem artmıştır. Nitekim söz konusu planlarda turizme ilişkin tedbirlerin yer alması bu durumu destekler nitelik taşımaktadır (Bozok, 1996: 69).

Türkiye'de turizm politikası ve planlamasına ait araştırmalar ise 1960 ve 1970'li yıllarda başlamış olmasına rağmen 1980'lerin sonunda ve 1990'ların başında daha fazla dikkat çeker hale gelmiştir (Alkan, 2014: 9). Ülkelerin genel ekonomi politikasıyla uyumlu turizm politikaları, hem iç hem de dış turizmin geliştirilmesi noktasında önemli girdiler oluşturulmasını sağlamaktadır (Olalı, 1990: 23-24). Bu bağlamda turizm politikası, turizmin amaçlarına nasıl ulaşılacağına bir ifadesidir (İçöz ve diğerleri, 2009: 215).

Türkiye'de turizm politikaları "Planlı Dönem Öncesi" ve "Planlı Dönem" olmak üzere iki bölümde incelenmektedir (Öztürk Sözen, 2007: 66). "Planlı Dönem Öncesi", 1923-1962 yıllarını kapsamaktadır. 1960 yılını izleyen dönem ise "Planlı Dönem" olarak ifade edilmektedir (Bozok ve Şahin, 2009: 261, 263). Türkiye'de planlı dönemin uygulanmadığı 1978, 1984, 1995 ve 2006 yıllarında ise geçiş programları uygulanmıştır (Coşkun, 2010: 21). Türkiye'de kitle turizmi, 1950'li yıllardan sonra gelişmiştir. Dolayısıyla planlı dönem öncesinde Türkiye'de ciddi boyutlarda bir turizm hareketine rastlanmamaktadır (Mutlu, 2012: 77). 1961 yılı ise planlı kalkınmanın başladığı döneme karşılık gelmektedir. I. Kalkınma Planı 1963-1967 yılını, II. Kalkınma Planı 1968-1972 yılını, III. Kalkınma Planı 1973-1977 yılını, IV. Kalkınma Planı 1979-1983 yılını, V. Kalkınma Planı 1985-1989 yılını, VI. Kalkınma Planı 1990-1994 yılını, VII. Kalkınma Planı 1996-2000 yılını, VIII. Kalkınma Planı 2001-2005 yılını, IX. Kalkınma Planı 2007-2013 yılını ve X. Kalkınma Planı 2014-2018 yılını kapsamaktadır (Avcıkurt ve diğerleri, 2009: 6).

#### 2.1.4.1. Türkiye’de İç Turizm Hareketleri ve Önemi

Turizm olayını iç turizm (ülke içi seyahat) ve dış turizm (uluslararası seyahat) olmak üzere iki temel grupta incelenmek mümkündür. Mekansal sınırlar, söz konusu bu ayrımın yapılmasında etkili olmaktadır. Farklı ülkelerde yaşayan bireylerin, çeşitli nedenler çerçevesinde kendi ülkeleri dışındaki ülkelere gerçekleştirdikleri seyahatler, dış turizm kapsamında yer almaktadır. Ülke vatandaşlarının, kendi ülke sınırları içerisinde gerçekleştirdikleri seyahatler ile bu seyahatlerden doğan ilişkilerin tümü de iç turizm kavramını açıklamaktadır. Başka bir ifadeyle iç turizm; ülke sakinlerinin, kendi ülkeleri içinde gerçekleştirdikleri turist aktiviteleridir (Güzel, 2011: 128; Usta, 2014: 13). İç turizm kavramını, yerel turizm olarak da ifade etmek mümkündür. İç turizm faaliyetini gerçekleştiren ülke insanları ise yerli turist olarak ifade edilmektedir (Köroğlu, 2015: 113; Silahşör, 2011: 14).

İç turizm, dünyada turizm faaliyetlerinin büyük bir bölümünü kapsamı sebebiyle, turizm sektörünün gelişmesine önemli katkılar sağlamaktadır. Yani iç turizm, turizm hareketlerinin temel yapıtaşı olarak görülmektedir (Özel, 2010: 98). İç turizm sayesinde toplumsal açıdan bireylerin birbirleriyle etkileşim kurmaları söz konusudur. Ayrıca ülke sınırları içinde farklı coğrafi bölgelerde yaşayan bireylerin, farklı yaşam tarzlarını tanımalarına ve birbirlerini anlamalarına olanak sağlanmaktadır. Böylece bütün turistik faaliyetlerin gelişmesi açısından da iç turizmin etkili olduğu söylenebilir (Güzel, 2011: 131; Kahraman Yılmaz, 2012: 26; Özel, 2010: 99). Öte yandan; iç turizm, ülke için döviz getirici özelliğe sahip değilken; turistik varlıkların iyi korunmasını, değerlendirilmesini ve yerel halkın bilinçlendirilmesini gerektirmektedir (Öter, 2001: 34).

Türkiye’de iç turizm hareketlerinin geçmişi 1950’lere dayanmaktadır. 1960’lı yıllarda, seyahat edebilecek ekonomik güce sahip olan memurların iç turizm hareketlerine katılmaya başlaması, iç turizm talebinde de artış meydana gelmesini sağlamıştır. Söz konusu artan talep, bu gereksinimi karşılayacak kapasitede bir arz olanağı yaratılmasını da teşvik etmiştir. Dolayısıyla bu anlamda çok sayıda girişim devletler/hükümetler tarafından planlanmıştır. 1963 yılında yürürlüğe giren I. Beş Yıllık Kalkınma Planı, bu girişimlerden ilkidir. Ancak söz konusu girişimde öngörülen çalışmalar gerçeğe dönüştürülemedi. Akabinde 1960 sonrası dönemde dış

turizm ön plana çıkmıştır. Dış turizmin döviz getirici etkisi (yabancı turistlerin daha uzun süreli hizmet alımlarından kaynaklanan) bu durumda etkili olmuştur. Dolayısıyla dış turizmi destekleyici plan ve politikalar oluşturulması için zemin hazırlanmıştır (Kozak, Akoğlan Kozak ve Kozak, 2014: 13, 122; Özel, 2010: 104).

Unutulmamalıdır ki; iç turizm hareketleri turizm sektörünün gelişme dinamiğini oluşturmaktadır. Nitekim ülke vatandaşlarına ihtiyaçları dahilindeki tatil olanaklarını sunamayan ülkelerin turizmde başarılı olabilmeleri söz konusu değildir. Zira iç turizm sayesinde turizm sektöründe yabancı pazarlara ve firmalara olan bağımlılığın azaltılması mümkündür. Ayrıca yerel turistik işletmelerin varlıklarını sürdürebilmeleri iç turizm talebine dayanmaktadır. Bu nedenle, Türkiye turizminin, yabancı turizm pazarları hedeflenerek, iç turizm açısından geliştirilmesi gerekmektedir. İç turizm bu yönüyle, Türkiye Turizm Stratejisi 2023'te de ele alınmaktadır. Bu kapsamda; Türkiye'de seyahat alışkanlığı olmayan vatandaşların da tercihlerine uygun turistik ürünlerin pazara sunulması seyahat alışkanlığının yaygınlaşması ile iç turizm pazarına hitap eden seyahat acentelerinin sayısının artırılması için bu tür acentelerin desteklenmesi temel hedefler arasında yer almaktadır. Türkiye'de sosyal turizm kapsamına giren engellilerin, düşük gelir grubuna girenlerin ve gençlerin, devlet ve özel sektör işbirliği ile iç turizmden daha fazla fayda sağlaması; iç turizmin geliştirilmesi kapsamında marka kentlerin oluşturularak, yeni tanıtım araçlarının kullanılması gibi hususlar da Türkiye Turizm Stratejisi 2023 hedefleri arasındadır (Demir ve Bulgan, 2017: 476; Gökdeniz, Dinç, Aşık, Münger ve Taşkıran, 2009: 230; Kuşluvan ve Eren, 2013: 65; Türkiye Turizm Stratejisi, 2007).

Öte yandan; iç turizm, önemi dolayısıyla Türkiye Turizm Stratejisi 2023 belgesinde kendine yer bulmakla birlikte, planlamaların hayata geçirilmesi noktasında eksiklikler yaşandığı görülmektedir. Bu sebeple III. Turizm Şurası'nda, "İç Turizm Komisyonu" kurulmuş ve Türkiye'de iç turizmin geliştirilmesinin önündeki sorunlar tartışılarak çözüm önerilerinin getirilmesine çalışılmıştır. Bu kapsamda; iç turizm politikalarının oluşturulması ve planlamaların yapılabilmesine kaynak teşkil etmek üzere, iç turizm istatistikleri, veri ve analizlerinin sağlıklı biçimde toplanabilmesi için Türkiye Turizm Stratejisi 2023 belgesinde belirtilen "İç Turizm Birimi"nin kurulması ve veri bankasında toplanan verilerin yasal gereklilikle ulaşılabilir olması sağlanmalıdır.

Bunun yanısıra, söz konusu komisyonda iç turizme ilişkin alınan esaslı kararlardan bazıları aşağıda özetlenmektedir (III. Turizm Şurası Komisyon Raporu, 2017e):

- İç turizmde önemli potansiyeli bulunan turizm türlerinde yenilikçi yaklaşımlarla ürün çeşitliliği artırılarak pazara sunulmalıdır.
- İç turizm talebinin artırılması amacıyla kamu spotu, fuar, erken rezervasyon kampanyası, sosyal turizm projeleri vb. çalışmalar gerçekleştirilmelidir.
- Yerel yönetimlerin alternatif turizm potansiyellerine yönelik proje geliştirme ve uygulamalarını teşvik eden yasal düzenlemeler gerçekleştirilmelidir.
- Yerli turistin erken rezervasyon imkanlarından faydalanabilmesi için tatil takvimi yılbaşı başında belirlenmelidir.
- Öğrenciler ile gençlerin ucuz tatil yapabilmesine olanak sağlayan ve farklı deneyimler sunan tesisler ve kamp merkezleri hayata geçirilerek yıl içinde belli dönemlere bağlı kalmayan sürekli turizm hareketliliği sağlanmalıdır.
- Her yıl seçilecek farklı iller ve bölgelerde çeşitli etkinlikler ile “tatil herkesin hakkı”, “şehrini tanı” gibi tanıtım ve “erken rezervasyon sistemi” gibi bilgilendirici faaliyetler gerçekleştirilmelidir.
- Yurtiçi pazarda yerli turizme yönelik faaliyetlerin (fuar, acenta ve otellerin) fiyatlarını afişe ederken yalnızca Türk lirasının kullanılması zorunlu hale getirilmelidir.
- Türkiye’nin iç turizmini canlandırmak, ilgili politikaları oluşturmak, kurumlar arasında ulaşılabilirliği sağlamak amacıyla kamu, özel sektör, STK ve üniversiteler işbirliğiyle Kültür ve Turizm Bakanlığına bağlı, bağlayıcılığı yasalarla belirlenmiş bir üst çatı kurulmalıdır.

#### **2.1.4.2. Doğu Karadeniz Bölgesi’nde İç Turizm Hareketleri ve Önemi**

Doğu Karadeniz Bölgesi; Artvin, Giresun, Gümüşhane, Ordu, Rize ve Trabzon illerini kapsamaktadır. Avrupa Birliği ülkelerinde bölgesel istatistiklerin toplanması ve geliştirilmesi amacıyla oluşturulan İBBS, Türkiye’de, 2002 yılında Bakanlar Kurulu Kararı ile uygulamaya geçmiştir. İBBS, bölgeler arası gelişmişlik farklarının azaltılmasına yönelik olarak bölgelerin sosyo-ekonomik analizlerinin yapılması ve Avrupa Birliği ile karşılaştırılabilir veriler üretilmesi amacıyla, Avrupa Birliği bölgesel

sınıflandırması olan NUTS (The Nomenclature of Territorial Units for Statistics - İstatistiki Bölge Birimleri İstatistikleri) kriterlerine göre 3 seviyeden oluşan bir sistematik çerçevesinde geliştirilmiştir. Buna göre, Türkiye; Düzey 1’de 12, Düzey 2’de 26 ve Düzey 3’te 81 bölgeye ayrılmıştır. Söz konusu sınıflandırmaya göre, Doğu Karadeniz Bölgesi; Düzey 1’de Doğu Karadeniz Bölgesi, Düzey 2’de Trabzon Alt Bölgesi ve Düzey 3’te Artvin, Giresun, Gümüşhane, Ordu, Rize ve Trabzon illeri olarak belirlenmiştir (Can, 2018: 41; Gömleksiz, 2012: 103-104). Kısacası, bu araştırmaya konu olan Doğu Karadeniz Bölgesi’nde; Artvin, Giresun, Gümüşhane, Ordu, Rize ve Trabzon illeri yer almaktadır.

Bölgenin batısında Samsun ve Tokat illeri; kuzeyinde Karadeniz; doğusunda Gürcistan devleti, Ardahan ve Erzurum illeri; güneyinde ise Erzurum, Bayburt, Erzincan, Sivas ve Tokat illeri bulunmaktadır. Doğu Karadeniz Bölgesi, sahip olduğu doğal ve kültürel değerleri ile kırsal turizm, ekoturizm, yavaş turizm, agro-turizm, inanç turizmi, yayla turizmi, kış turizmi, kurvaziyer turizmi, kamp ve karavan turizmi gibi pek çok turizm türü açısından zengin bir potansiyele sahiptir. Ayrıca pek çok turizm aktivitesi için de elverişli bir bölgedir (Keskin ve Kızıllırmak, 2015: 173).

Doğu Karadeniz Bölgesi’nde iç turizm hareketlerinin 1980’li yıllardan sonra başladığını söylemek mümkündür. Özellikle 1980’li yıllardan itibaren Anadolu turları azalmaya başlamıştır. Bu durum da iç turizm hareketlerinin başlamasını teşvik etmiştir. Doğa, yayla ve kültür öğeleri, Doğu Karadeniz Bölgesi’nin en önemli turizm faaliyeti ve potansiyelini oluşturmaktadır. 1990’lı yılların başında, “Karadeniz’i Turizme Açıyoruz” sloganıyla yayla turizmini başlatacağını duyuran Turizm Bakanlığı, ilk aşamada Karadeniz Bölgesi’ndeki 20 yaylayı turizm merkezi ilan etmiştir. Turizm merkezi olarak ilan edilen bu yaylalar için çevre düzenleme planları hazırlanarak, turizm il müdürlüklerinin koordinatörlüğünde çalışma programları düzenlenmiştir. Bu programlarda, ilk etapta karayolu yapımı ele alınmış ve yolların yapımı hızla uygulamaya geçirilmiştir. Yapılan yollar sayesinde hem yaylalardaki günübirlik kullanımlar artmış hem de rehberli yayla turları düzenlenmeye başlamıştır (Atmış, 2016: 29-30). Bu turlara başlangıçta çok da ciddi bir talep söz konusu olmazken; 2000’li yıllarda İstanbul merkezli seyahat acentelerinin söz konusu bölgeye yönelik turlar düzenlemeye başlaması ile iç turizm hareketlenmiştir. Böylece 2000’li yıllardan sonra Doğu Karadeniz Bölgesi, iç turizmde önemli bir destinasyon

haline gelmiştir (Çokişler ve Türker, 2015: 35, 39). Kısacası; Doğu Karadeniz bölgesi uzun bir sahil şeridinde sahip olmasına rağmen, yaz aylarının yağışlı geçmesi nedeniyle sahil turizminden istediği payı alamamakta, bu durumda dağ ve yayla turizmi ile ekoturizm, Doğu Karadeniz turizminin ana karakteri olarak ortaya çıkmaktadır (Çokişler, 2013).

Bilindiği gibi, ekoturizm aktiviteleri, bölgelerin flora ve fauna zenginliği, dağ ve ormanlık alanların genişliği, deniz ve göl gibi akarsu çeşitliliği, iklim ve hava şartların uygunluğu vb. unsurların varlığı ile doğru orantılıdır. Ekoturizmin bir alt türü olarak ifade edilen yayla turizmi, coğrafyaların dağlık, ormanlık ve platoların geniş olduğu, halkların kültüründe yer edinen 1600-2000m rakıma sahip alanlarda yapılmaktadır. Yayla turizmine katılan turistlerin hem bozulmamış doğa içerisinde zaman geçirmek hem de halkın otantik yaşamında içerisinde yer almak amacıyla seyahat ettiğini söylemek mümkündür. Bu kapsamda; Doğu Karadeniz Bölgesi'nin, sahip olduğu doğal ve kültürel unsurlar ile yayla turizminin çekirdeğini oluşturduğunun altını çizmek gerekmektedir (Küçükali, Kaya ve Kızılırmak, 2017: 358). Belirtilen bu hususlar dikkate alındığında, Doğu Karadeniz turizminde; daha çok kırsal alanlarla özdeşleşen doğal ve beşeri kaynaklar rol oynamaktadır (Zaman, Birinci ve Kaymaz, 2017: 436).

Bölgede; Trabzon havaalanı ile Ordu-Giresun havaalanı dışında sivil taşımacılığa açık havaalanı bulunmamaktadır. Ayrıca bölgede demiryolu mevcut değildir. Bu durumda, Doğu Karadeniz Bölgesi'nde; dağ, doğa, yayla ve ekoturizm kapsamında genellikle otobüslü ya da uçaklı turların yaygın olduğunu söylemek mümkündür. Otobüslü turlar; çoğunlukla, Samsun ilinden Karadeniz'e giriş yapmakta ve Sümela Manastırı için Değirmendere Vadisi'ne, Uzungöl için Solaklı Vadisi'ne ve Ayder yaylası için Fırtına Deresi Vadisi'ne giriş yaparak sahil boyunca Batum'a kadar ilerlemektedirler. Uçaklı turlar ise; çoğunlukla hem varış hem de dönüş yeri olarak Trabzon havaalanını kullanmaktadır. Samsun'dan Batum'a kadar olan bu güzergah, Türkiye Turizm Stratejisinde "yayla koridoru" olarak gösterilmektedir (Çokişler ve Türker, 2015: 40). Ayrıca Doğu Karadeniz Bölgesi'nde turizm faaliyetleri, gezme ve görmeye dayalı turizm şeklinde ilerlemekte ve bölge içi ulaşım altyapısının yetersizliği nedeniyle turizm faaliyetleri genellikle Sümela, Ayder ve Uzungöl civarında yoğunlaşmaktadır. Bu nedenle Rize ve Trabzon en çok ziyaret edilen

kaynaklara sahip olmaları gerekçesiyle bölge turizm talebinden en yüksek payı almaktadır (Artık, 2013: 39).

Bölgenin turistik cazibesi, son yıllarda geleneksel kitle turizmine alternatif bir yeşil hat olarak yükselmektedir (Keskin ve Kızılırmak, 2015: 170-171). Bir başka ifadeyle; Doğu Karadeniz Bölgesi, yayla kültürü, tarihi ve kültürel eserleri, flora ve faunası, gölleri, dereleri ve iklimi ile kısacası alternatif turizm imkanları açısından geniş bir iç turizm potansiyeline sahiptir (Kızılırmak, Kaya ve Şişik, 2014: 27). Doğu Karadeniz Bölgesi'nin mevcut iç turizm potansiyeline istinaden, bölgenin tüm illerinde, turizm sektörünün öncelikli olarak geliştirilmesi, Doğu Karadeniz Projesi Eylem Planı (2014-2018) dahilinde hedeflenmektedir. Eylem Planı'nda belirtildiği üzere; turizm gelişiminin sürdürülebilir kılınmasına yönelik bir takım ihtiyaç alanları söz konusudur ve bu ihtiyaçlar aşağıda özetlenmektedir (DOKAP, 2014):

- Doğa ile dost işletmelerin ve turizm faaliyetlerinin yaygınlaştırılması gerekmektedir.
- Turizmin, on iki aya yayılması için bölgedeki kültür varlıklarının korunarak, geliştirilmesi ve turizme kazandırılması söz konusudur.
- Turizm merkezlerinin imar planlamalarının yapılması önemli bir gereklilik olarak karşımıza çıkmaktadır.
- Yeşil Yol çalışmalarına devam edilmesi ile Yeşil Yol güzergahı üzerinde bulunacak olan turizm yatırımlarının desteklenmesi gerekmektedir.
- Bölgenin etkin tanıtımının yapılmasına ihtiyaç duyulmaktadır.
- Bölge yaylalarının temel özelliklerini yansıtan binaların planlanarak, uygulamalarının yapılması gerekmektedir.
- Bölge turizminin gelişimine bağlı olarak ihtiyaç duyulacak olan nitelikli işgücü kapasitesinin oluşturulması söz konusudur.

Yukarıda altı çizilen ihtiyaç alanları kapsamında, Doğu Karadeniz Bölgesi'nde yapılması planlanan çalışmalar şöyledir (DOKAP, 2014):

- Yeşil Yol Projesi; Doğu Karadeniz'in sekiz ilde (Artvin, Bayburt, Giresun, Gümüşhane, Ordu, Rize, Samsun ve Trabzon) yaylalarını 2 bin 600

kilometrelik bir yol ile birleştirerek, turizm yoluyla bölgesel kalkınmanın sağlanması amaçlayan bir çalışmadır. Bölge turizmi için büyük önem taşıyan “Yeşil Yol” projesi en kısa sürede tamamlanarak markalaştırılacaktır.

- Yeşil Yol güzergahında yer alan turizm bölgelerinin planlama çalışmaları kısa sürede tamamlanarak özel sektör yatırımlarına hazır hale getirilecektir.
- Bu sayede bölge her mevsimde turist çekebilen, yaz ve kış turistik aktivitelerinin yapılabildiği, Türkiye’nin en önemli turizm merkezlerinden birisi haline gelmesi sağlanacaktır.
- Turizm faaliyetleri çeşitlendirilerek tüm sosyal ve ekonomik gruplara hitap edebilecek hale getirilecektir.
- Yeşil Yol güzergahı üzerinde yer alan turizm amaçlı tesislerin yapılması ve iyileştirilmesi, bölgede faaliyet gösteren Kalkınma Ajanslarınca desteklenecektir.

Doğu Karadeniz Bölgesi illerinde deniz turizm alanlarının kısıtlı olması nedeniyle turizm faaliyetleri ağırlıklı olarak üst kotlarda gerçekleştirilen yayla faaliyetlerine odaklanmaktadır. Bu kapsamda; yaylaları birbirine bağlayan Yeşil Yol’un tamamlanarak hizmete açılması sayesinde “yayla turizminde en önemli kısıt olarak ortaya çıkan ulaşım sorununun çözüleceği” vurgulanmaktadır. Nitekim Doğu Karadeniz Bölgesi’nde ulaşım sisteminin, bölge topografyasına göre şekillendiğini söylemek mümkündür. Ulaşım, doğu-batı yönünde kıyıya paralel olarak devam etmekte; iç kesimlerde yer alan kırsal birimlere ve yaylalara ulaşım güçleşmektedir. Öte yandan; proje kapsamında belirlenen yaylaların, asfalt yollarla birbiriyle birleştirilmesi, projenin ve aynı zamanda sermayelerin sahip olduğu turizm anlayışına dair ipuçları vermektedir. Proje kapsamında yaylaların asfalt yollarla birbirine bağlanacak ve bu güzergah üzerindeki belirli alanlara turizm merkezleri inşa edilecek olması, projenin, bölgeyi kitlesel turizme açma yönünde bir çaba olarak yorumlanmasına neden olmaktadır (İnce, 2018).

### 2.1.5. Hizmet ve Kalite Kavramları

Hizmet ve kalite ile ilgili kavramların tanımlandığı bu bölümde, hizmet kalitesi kavramı ve hizmet kalitesine etki eden faktörlerle beraber hizmet kalitesine yönelik olarak geliştirilen modeller incelenmiştir. Hizmet kalitesinin ölçülmesi üzerine ilgili yazında geliştirilen ölçeklerin de detaylı olarak ortaya koyulduğu bu bölüm kapsamında; hizmet kalitesi ölçümünde karşılaşılan zorluklar ve hizmet kalitesi ile müşteri memnuniyeti ve müşteri sadakati arasındaki ilişki incelenmiştir.

#### 2.1.5.1. Hizmet Kavramı ve Önemi

İnsanlar, hemen hemen yaşamlarının her alanında farklı ya da benzer biçimlerde hizmet olayı ile karşılaşmaktadırlar. Oldukça geniş bir yelpazede ele alabileceğimiz hizmet kavramı; günümüzde, geçmişe oranla daha fazla kullanım alanına sahip hale gelmiştir. Teknolojide yaşanan gelişmeler başta olmak üzere, bireylerin refah seviyesinin yükselmesiyle beraber kendilerine zaman ayırma düzeylerinin artması gibi etkenler, söz konusu bu gelişimin temel sebepleri arasında yer almaktadır (Koçoğlu ve Aksoy, 2012: 3; Serçek ve Özaltaş, 2012: 500). Hizmet sektörünün, refah ve gelişmişlik düzeyinin bir göstergesi olarak ele alınması da bu gelişmenin en önemli gerekçeleri arasında yer almaktadır (Okumuş ve Duygun, 2008: 18).

Somut ürünlerden (dokunulabilir) farklı olan hizmet kavramı, soyut özelliği dolayısıyla tarihsel süreç içerisinde çok sayıda ve değişik şekillerde tanımlanmıştır (Çelik, 2012: 31; Öztürk, 2015: 2). 1750'li yıllarda fizyokratlar, hizmeti; tarımsal üretim dışındaki tüm faaliyetler olarak tanımlamışlardır. 1723-1790 yıllarında ise Adam Smith tarafından yapılan hizmet tanımı, somut bir ürünle sonuçlanmayan tüm faaliyetleri kapsamaktadır. Ürünlere fayda ekleyen, imalat dışı faaliyetlerin tümü, 1767-1832 tarihlerinde J. B. Say tarafından yapılan hizmet tanımını ifade etmektedir. 1842-1924 yılları arasında yapılan Alfred Marshall'ın tanımında ise hizmet; yaratıldığı/üretildiği anda varlık bulan mallar/hizmetler olarak ifade edilmiştir (Işın, 2013: 33; Kekeç, 2008: 4; Kurnaz, 2011: 14). Söz konusu tanımların çeşitlilik göstermesinde, hizmetlerin kendine özgü özelliklerinin etkili olduğunu söylemek mümkündür. Ayrıca her araştırmacının bağlı bulunduğu bilim dalının etkisi altında

kalarak tanım geliştirildiğinin de altını çizmek gerekmektedir (Koçoğlu ve Aksoy, 2012: 4).

Amerikan Pazarlama Birliği (AMA) hizmeti; malların/ürünlerin satışıyla ortaya çıkan eylemler, yararlar veya doygunluklar olarak ifade etmektedir (Kozak, Özel ve Karagöz Yüncü, 2011: 2; Liu, Hong ve Li, 2013: 73). Hizmetler, insanların gereksinimlerini karşılamak amacıyla belirli bir fiyattan satışa sunulmaktadırlar. Hizmetlerin herhangi bir mülkiyeti bulunmaz ve maddi olmayan tüm faaliyetleri kapsamaktadırlar (Günaydın, 2014: 6; Shengelbayeva, 2009: 13). Yani hizmetler, müşterilere doğrudan katkıda bulunan ve maddi olmayan aktif ürünlerdir (Çiçek ve Doğan, 2009: 201). Öte yandan; ekonomik bir faaliyet olarak ele alındığında, hizmetlerin, zaman, yer, biçim ve psikolojik yararlar sağlaması söz konusudur (Devebakan ve Aksaraylı, 2003: 39). Hizmet kavramının artan yaşam standartlarına paralel olarak hem ulusal hem de uluslararası pazarlarda önem kazanmaya başlaması bu durumu açıklar niteliktedir (Aksu, 2012: 10). Ayrıca hizmet kavramını hem müşteri açısından hem de üretici açısından ele almak mümkündür. Müşterilerin, bir işletme tarafından yaratılan kaynakları, diğer kaynaklarla ve sahip oldukları yeteneklerle birlikte kullanmaları suretiyle, günlük rutin uygulamalarında kendileri için değer yaratmaları durumu, müşteri açısından hizmet kavramını açıklamaktadır. Üretici açısından ise; müşterilerin mal veya hizmet kullanımları süreçlerinde, işletmenin etkileşimli temaslar yaratması suretiyle, müşterilerle birlikte ve müşteriler için yeniden değer yaratma fırsatları geliştirilmesi durumundan bahsedilebilmektedir (Dört Yol, 2014: 71-72).

#### **2.1.5.1.1. Hizmetlerin Temel Özellikleri**

Hizmetler, herhangi bir fiziksel varlığa sahip değildirler ve performansla ortaya koyulan faaliyetler olarak ele alınmaktadırlar (Wiberg, 2009: 10). Başka bir deyişle, hizmetler; eylemler, süreçler ve performanslar olarak tanımlanmaktadır. Bu nedenle hizmetler, saklanamazlar, stoklanamazlar, tekrar satılamazlar ve değiştirilemezler. Hatta hizmetlerin üretim ve sunumu da üreticiden tüketiciye ya da tüketiciden tüketiciye farklılık göstermektedir (Giritlioğlu, 2012: 77-78; Kozak ve diğerleri, 2011: 2; Yükselen, 2013: 415). Söz konusu bu farklılıklar; “soyutluk”, “ayrılmazlık”,

“dayanıksızlık” ve “heterojenlik” olmak üzere dört ana başlıkta incelenmektedir (Akdu, 2014: 47; Dedeoğlu, 2012: 26; Güven, 2012: 13; İkiz, 2010: 4; Kekeç, 2008: 6).

Soyutluk; hizmet kavramının evrensel olarak kabul edilen en temel karakteristik özelliğini ifade etmektedir (Şenel, 2007: 2-3). Hizmetler, fiziksel ürünlerden farklı olan eylemlerdir. Bu sebeple hizmet ürünlerinin somut bir çıktısı yoktur (Khan, 2003: 110; Şen Özdemir, 2014: 2). Başka bir ifadeyle; hizmetler beş duyu organıyla algılanamayan ve fiziksel boyutları olmayan ürünlerdir. Bu bağlamda; hizmetlerin değerlendirilmesinde, maddi unsurlardan ziyade performans ele alınmaktadır (Eleren, Bektaş ve Görmüş, 2007: 77; Günaydın, 2014: 11; Öncü, Kutukız ve Koçoğlu, 2010: 239). Soyutluk kavramı; güvenilirlik, kişisel ilgi, çalışanların nezaketi ve cana yakınlığı gibi soyut unsurların, hizmetlerin değerlendirilmesi sürecinde kullanılmasını öngörmektedir (Dört Yol, 2014: 73). Özetle; soyutluk, üreticiler için hizmeti tanımlamanın, tüketiciler için ise hizmeti satın almanın değerlendirilmesini zorlaştırmaktadır (Günaydın, 2014: 12).

Ayrılmazlık özelliği; hizmetin üretildiği ve sunulduğu zamanın birbirinden ayrılamaması anlamına gelmektedir (Özer ve Özdemir, 2007: 19). Mallarda üretim, satış ve tüketim birbirini takip eden bir süreçte gerçekleşmektedir. Hizmetlerde ise üretim ancak satış ile beraber başlamakta ve tüketim ile üretim eş zamanlı olarak gerçekleşmektedir. Dolayısıyla üretici ile tüketicinin, fiziksel olarak tüketicinin gerçekleştiği yerde bir arada bulunması söz konusudur. Bu durumda; hizmetlerin ayrılmazlık özelliği ortaya çıkmaktadır. Yani, üretim, tüketim ve satışın eş zamanlı olarak gerçekleşmesi, hizmetlerin ayrılmazlık özelliği ile açıklanabilmektedir (Özer ve diğerleri, 2016: 10). Öte yandan; hizmeti oluşturan öğelerde sahiplik yoktur (Akdu, 2014: 46).

Hizmet ürünlerinin diğer bir özelliği ise dayanıksız olmasıdır. Hizmetler depolanamaz, saklanamaz, iade edilemez ve yeniden satılamaz. Bununla beraber; hizmetler hemen tüketilmezse değerini yitirir (Eleren ve diğerleri, 2007: 77; Sirakaya ve Woodside, 2005: 826). Örneğin; bir uçak seyahatinde boş kalan uçak koltuklarını, başka bir zaman kullanılmak üzere bekletmek mümkün değildir (Öncü ve diğerleri,

2010: 239). Yani, Özer ve Özdemir'in (2007: 22) de değindiği gibi, söz konusu durum hizmetlerin soyut olmasının bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır.

Bireylerin, hizmet üretim sürecine katılması mümkündür. Bu durum, hizmetin sunumunda değişkenlik (heterojenlik) meydana getirebilmektedir (Özer ve Özdemir, 2007: 21). Yani, hizmetin heterojenlik özelliği ortaya çıkmaktadır. Ürünlerin üretiminde bir standart varken, hizmetin üretimi, zamana ve kişiye göre değişkenlik göstermektedir. Üretim ve tüketim süreçlerinin ayrılmazlığı ile olası müşterinin üretim sürecine doğrudan katılımı, bu durumun temelinde yatan nedenlerdendir. Hizmetlerin üretimi ve tüketilmesi aşamasında "insan faktörü" önemli olduğundan, aynı hizmetten birebir aynı şekilde üretilmesi mümkün olmamaktadır. Ayrıca hizmetin başarısı hizmeti sunanla hizmeti satın alan kişiler arasındaki etkileşime bağlıdır (Arslantürk, Altunöz ve Çalık, 2013: 108; Dört Yol, 2014: 79; Öncü ve diğerleri, 2010: 239; Özer ve diğerleri, 2016: 148). Kısacası aynı hizmetin, tam olarak aynı şekilde yeniden verilmesi hizmetin heterojenlik özelliğinden dolayı çok zordur. Çünkü hizmet kalitesi, hizmetin nerede, ne zaman ve nasıl verildiğine bağlı olarak değişmektedir.

#### **2.1.5.2. Kalite Kavramı ve Önemi**

İnsanların mükemmel olana ulaşma isteği, kalite kavramını ortaya çıkarmıştır (Pınar, 2007: 39). İlgili yazın incelendiğinde; kalite kavramıyla ilgili, çeşitli yazarlar tarafından farklı tanımların yapıldığı görülmektedir (Avcı ve Sayılır, 2006: 123; Giritlioğlu, 2012: 81). Kalite; tüketicinin üretilen ürün ya da hizmet hakkındaki yargısı, kullanıma uygunluk ve şartlara uygunluk şeklinde tanımlamaktadır (Okumuş ve Duygun, 2008: 18; Yıldız ve Erdil, 2013: 90; Moreri-Toteng, 2007: 61-62; Yılmaz ve Filiz, 2007: 302). Öte yandan; kalite kavramının tanımı sektörel olarak farklılık göstermektedir (Çelik, 2012: 32). Sözgelimi turizm işletmeleri açısından ele alındığında kalite; turistlerin ihtiyaçlarını karşılayacak hizmetler üretme, söz konusu ihtiyaçları karşılama ve memnuniyet yaratma olarak kabul edilmektedir (Çetin, 2009: 84; Halis, Türkay ve Akova, 2010: 39).

1980 ve 1990'lı yıllarda hakim olan “yaptığını satan” işletme anlayışı yerini, “satılabilirli yapan” işletme anlayışına bırakmış ve bu durum da işletmeler arasında artan rekabet ortamıyla sonuçlanmıştır. Dolayısıyla işletmelerin varlıklarını devam ettirebilmeleri adına kalite kavramı gündeme gelmiştir. Yani işletmeler kaliteyi, kar elde etme aracından ziyade tüketici beklentilerini karşılama ölçüsü olarak değerlendirmişlerdir. Nitekim kalite “en iyi” demek değildir (Çetin, 2009: 64; Ertürk, 2011: 19; Girgin, 2013: 16). Kalite sözcüğü; iyilik, mükemmellik, yüksek nitelik, fonksiyonellik ve kullanılabilirlik gibi kısmen sübjektif değerlendirmelere dayanan birçok kavramı ifade etmektedir (Kutlu, 2007: 284).

Eker (2007: 10) kalitenin, kişiden kişiye değişen, duyguya bağlı ve öznel bir kavram olduğunu altını çizmektedir. Bu durumda, müşterilerin, hizmet sağlayıcıların, üreticilerin, çalışanların ve tedarikçilerin kalite anlayışları birbirinden farklı olabilmektedir (Hacıfendioğlu ve Koç, 2009: 147). Dolayısıyla ürün ya da hizmet mükemmelliğini sağlamak için, doğru şeyleri doğru ve etkili yapmak ile doğru ölçümler almak, kalite kavramının temelini oluşturmaktadır (Girgin, 2013: 14). Aksu'ya (2012: 23) göre; turizm sektörünün özellikleri sebebiyle uzun vadeli müşteri memnuniyetinin sağlanmasında kaliteli hizmet sunmak çok önemlidir. Zira bilinçli tüketici, hem kaliteli ürün hem de kaliteli hizmet istemektedir (Sav, 2008: 6). Conde, Mazaira ve Costa'ya (2013: 12) göre kalite kavramı, turizm sektörü açısından ele alındığında; sektörde farklılaşma sağlama yönüyle rekabet unsuru olarak değerlendirilmektedir.

#### **2.1.5.2.1. Kalite Kavramının Gelişimi**

“Mükemmellik” kelimesi kalite kavramını ifade ederken; tüketicilerin karar süreçlerinde fiyat ve kalitenin etkili olmasıyla beraber, “değer” kelimesi de kalite kavramına karşılık gelmeye başlamıştır. Hizmet sektöründe yaşanan gelişmeler ise kalite kavramına “beklentilerin karşılanması/aşılması” boyutunu kazandırmıştır (Dört Yol, 2014: 88-89). Bu bağlamda; hizmet sektöründe, hizmet kalitesi kavramının farkına varılması ve anlaşılması, fiziksel ürünlerde kalite kavramının tanımlanmasına nazaran oldukça geç olmuştur (Giritlioğlu, 2012: 83-84). Ayrıca kalite sözcüğünün ifade ettiği anlamın, bireyler ve işletmeler tarafından farklı algılandığını söylemek

mümkündür. İşletmeler açısından; hizmet sektöründe iyi bir iş yapabilmek için gerekli olan tek unsur, söz konusu işin yerine getirilmiş olmasıdır. Yani, hizmetin yerine getirilmiş olması, kalite ile ilişkilendirilmektedir. Nitekim bu durum bireyler açısından ele alındığında, müşteri memnuniyeti sağlanması açısından yetersiz görülmeye başlanmış ve başarılı pazarlama faaliyetlerine imza atmak isteyen işletmeler, kaliteyi daha geniş kapsamlı olarak ele almaya başlamışlardır (Aksu, 2012: 22). Dolayısıyla günümüzde kalite uygulamalarının işletmeler açısından hızla önem kazandığını söylemek mümkündür. İşletmelerin kalite uygulamaları sayesinde verimliliklerinin ve kar oranlarının artması ile rekabet avantajı elde etmeleri de bu durumda etkili olmuştur (Pınar, 2007: 45-46).

#### **2.1.5.2.2. Kalite ile İlgili Kavramlar**

Kalite; algılanan kalite, beklenen kalite, soyut ve somut kalite, süreç kalitesi, teknik kalite, fonksiyonel kalite, sosyal kalite ve destinasyon kalitesi şeklinde farklı sınıflandırmalara tabi tutularak tanımlanabilmektedir. Algılanan kalite; ürün ve hizmetin müşteri tarafından nasıl görüldüğüne ilişkin göreceli bir kavram olup, müşterinin algıladığı kalite olarak tanımlanmaktadır (Graf ve Mass, 2008: 1; Halis, 2008: 10). Parasuraman, Zeithaml ve Berry (1985) algılanan hizmet kalitesini, tüketicilerin algıları ile beklentileri arasındaki farkın derecesi ve yönü olarak tanımlanmıştır. Tefera ve Migiro (2018: 2), algılanan hizmet kalitesini, hizmetin mükemmelliği ya da üstünlüğü hakkındaki kararlar olarak ele almaktadırlar. Benzer bir ifadeyle, Ataberk'e (2007: 93) göre algılanan kalite; hizmetlerin mükemmellikleri konusunda tüketicilerin genel yargısıdır.

Garvin (1984) ve Moreri-Toteng (2007: 65) tüketicinin algıladığı kaliteyi “performans, uygunluk, güvenilirlik, dayanıklılık, estetik, itibar, hizmet verme yeteneği ile diğer unsurlar” şeklinde 8 boyutta incelemektedirler. Performans; ürün ya da hizmette bulunan en önemli özelliği tanımlarken; uygunluk, ürün ya da hizmetin belirli standartları taşıyıp taşımadığını ifade etmektedir. Ürün ya da hizmetin kullanım ömrü içindeki performansının sürekliliği güvenilirlik boyutunu karşılarken; kullanılabilir ömrün uzunluğu ise dayanıklılık boyutunu ifade etmektedir. Ürün ya da hizmetin duyulara hitap edebilme özelliği, estetik boyutunu; ürün ya da hizmetin

geçmiş performansı, itibar boyutunu; sorun ve şikayetlerin kolay çözümlenebilir olması, hizmet verme yeteneğini ifade etmektedir. Ürün ya da hizmette çekiciliği sağlayan ikinci derecede önemli özellikler (otobüste yolculuk esnasında sunulan ücretsiz ikramlar vb.) ise diğer unsurlar kapsamında yer almaktadır.

Beklenen kalite; müşterilerin mevcut hizmet sürecinden beklentileri olarak ifade edilmektedir. Hizmeti alan tüketici, hizmete karşı oluşturmuş olduğu beklentileri (nasıl almayı umduğu) ile hizmetin nasıl verildiği (algısı) kavramları arasında bir değerlendirme sürecine girmektedir. Bu süreç içerisinde tüketicinin kendisine verilen (gerçekleşen) hizmet; beklediği hizmetle aynı, beklediğinden daha yüksek veya beklediğinden daha düşük olabilecektir. Söz konusu olası üç durum, ilgili tüketicinin kendisine verilen hizmete karşı kalite değerlendirmesini etkileyecektir (Eker, 2007: 14-15).

Kalitenin somut özellikleri, insan unsurunun dışında kalan nesnel özellikleridir. Kalitenin soyut özellikleri ise satılan ürünün müşteri tarafından algılanması, görülmesi, hakkında düşünülmesi ve hissedilmesinden kaynaklanmaktadır (Kekeç, 2008: 43-44). Bu kapsamda süreç kalitesi; hizmetin üretim süresi boyunca müşterinin hizmeti nitel bir şekilde değerlendirmesidir. Yani müşterinin kişisel ve öznel yargılarından oluşmaktadır. Örneğin, bir tur programı boyunca sunulan hizmetlerin ve rehberin kalitesi, süreç kalitesini etkilemektedir (Kurnaz, 2011: 20). Ya da bir otelde düzenlenen “Türk gecesi” etkinliğinin kalitesi, süreç kalitesini etkilemektedir.

Teknik kalite; tüketicinin hizmetten yararlanması esnasında somut olarak ne elde ettiği sorusunun yanıtını ifade etmektedir (Özer ve diğerleri, 2016: 83). Yani yararlanılan hizmetin teknik özellikleri ele alınmaktadır. Örneğin; bir otel işletmesinde hizmetin teknik kalitesi, müşterinin yararlandığı oda, banyo ve havuz gibi alanların somut özellikleridir. Algılanan kalite üzerinde teknik kaliteden daha fazla etkiye sahip olan fonksiyonel kalite; hizmetin sunum süreci (özellikle teknik kalitenin sunumu), kapsamında yer almaktadır. Hizmetin sunumu esnasında müşteri ile çalışanlar arasında meydana gelen etkileşim de bu kapsamda ele alınabilmektedir (Ertürk, 2011: 25; Shengelbayeva, 2009: 28-29).

Sosyal kalite, bir güven kalitesidir (G. Küçükaltan, 2007: 64). Bir diğer ifadeyle; tüketiciler için güvenli ürün ve hizmetlerin geliştirilmesi/tasarlanmasıdır. Sosyal kalite; ürün ya da hizmetlerin, tüketicileri kısa vadeli olarak değil, uzun vadede memnun etmesi üzerine odaklanmaktadır. Nitekim uzun vadede tüketicileri tatmin edecek ürün ya da hizmetlerin üretilmesi, sosyal kalite anlayışı ile mümkün olmaktadır (Ertürk, 2011: 26-27; Shengelbayeva, 2009: 30).

Turistlerin tatil için gitmeyi planladığı yerler, destinasyon kavramını ifade etmektedir. Kalite ise hizmete özgü niteliklerin hem teknik hem de estetik anlamda doyurucu olması anlamına gelmektedir. Bu bağlamda, destinasyon kalitesi; destinasyonda turistlere sunulan imkanların kalitesi olarak tanımlanmaktadır (Alvarez, 2007: 282; Çimen, 2010: 26; Murphy, Pritchard ve Smith, 2000: 43). Turistler, herhangi bir destinasyonun sahip olduğu fiziksel, sosyal, kültürel ve çevresel unsurlardan etkilenmekte, söz konusu hususlar ise destinasyon kalitesinin önemli bileşenlerini oluşturmaktadır (Ünlüönen ve Çimen, 2011: 356).

#### **2.1.5.3. Hizmet Kalitesi Kavramı**

Fiziksel ürünler açısından kaliteyi tanımlamak hem kolay hem de yüksek doğruluk derecesine sahiptir. Ancak aynı durum hizmet kavramı için geçerli değildir (Koçoğlu ve Aksoy, 2012: 5; Korkmaz, 2013: 39). Zira hizmet sektörü açısından belirsizlik özelliğine sahip olan kalite, kontrol edilebilme ve sürekliliği sağlayabilme açısından oldukça karmaşık bir kavramdır (Uslu ve diğerleri, 2013). Bu çerçevede, hizmet kalitesi; bir performansın uzun dönemli değerlendirmesinde ortaya çıkan tutumu ifade etmektedir (Eleren ve diğerleri, 2007: 78). Yani hizmet kalitesi, üretim sonunda elde edilenler ile hizmetin verilış şeklini içermektedir (Aksu, 2012: 24). Gümüş ve Göker'e (2012: 28) göre hizmet kalitesi; hizmetin müşterilere mükemmel bir şekilde sunulmasının bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. Başka bir ifadeyle, kaliteli hizmet vermek, müşteri beklentilerinin karşılanabilmesidir. Bu noktada hizmet kalitesi, verilen hizmetin müşteri beklentilerinin ne kadarını karşılayabildiğinin bir ölçüsü olarak karşımıza çıkmaktadır. Dolayısıyla hizmetlerin, müşteriler tarafından nasıl algılandığının tespit edilmesi de hizmet kalitesi kavramını ifade etmektedir (Ataberk, 2007: 94; Ersöz, Pınarbaşı, Türker ve Yüzükırmızı, 2009: 20).

Tüketicilerin ihtiyaçları ve beklentileri doğrultusunda hizmette olması gereken özellikler ile hizmetin söz konusu bu özelliklere sahip olup olmadığı, hizmet kalitesi kavramını açıklamaktadır (Çiçek ve Doğan, 2009: 203). Yani beklenen hizmet ile algılanan hizmet arasındaki fark, hizmet kalitesini ifade etmektedir (Parasuraman ve diğerleri, 1985: 42). Hizmete ilişkin olarak tüketicilerin istek ve arzuları, beklenti kavramını ifade etmektedir. Yani beklenen hizmet kalitesi; tüketicilerin, hizmete ilişkin beklentileridir. Tüketicilerin, hizmetten memnun kalıp kalmaması, söz konusu hizmete yönelik olarak oluşan beklentilerin gerçekleşip gerçekleşmediği ile alakalıdır (Buzcu, 2010: 12). Sözelimi, paket tur satın alarak bir tura katılan tüketici, turun başlangıcından önce birtakım beklentiler içerisine girmektedir. Bu beklentiler ulaşım aracının konforundan, tur rehberinin bazı özelliklerine göre çeşitlilik gösterebilmektedir. Söz konusu bu beklentilerin aksi yönde gerçekleşmesi, beklediği hizmeti alamayan tüketicide memnuniyetsizlik ortaya çıkarabilecektir.

Algılanan hizmet kalitesi ise, hizmete ilişkin tüketici değerlendirmelerinin genel toplamıdır ve hizmet gerçekleşmeden önce varolan tüketici beklentisi ile hizmet gerçekleştikten sonra ortaya çıkan algının belirlenmesiyle ortaya çıkmaktadır (Aksu, 2012: 28; Markovic ve Raspor, 2010: 196). Tüketiciler, kendi istek ve ihtiyaçlarını karşılayacak ve tatmin olabilecekleri hizmetleri tercih etmektedirler. Dolayısıyla hizmet kalitesi değerlendirmelerini, beklentilerinin karşılanma ya da tatmin olma düzeylerine göre yapmaktadırlar (Burton, 1998: 120).

Tüketicilerin bekledikleri hizmet (BH), algıladıkları hizmetten (AH) yüksek olursa ( $BH > AH$ ), algılanan hizmet kalitesi tatmin edici olmayacaktır (Ertürk, 2011: 41; Öztürk ve Seyhan, 2005: 172). Bu durumda tüketici beklentileri karşılanamamıştır ve tüketici memnuniyetsizliği ortaya çıkmaktadır (Değirmenci, 2011: 34; Eker, 2007: 73). Beklenen hizmetin, algılanan hizmet ile eşit olması durumunda ( $BH = AH$ ) ise algılanan kalite tatmin edici olacaktır. Yani tüketici beklentileri tam olarak karşılanmış olacaktır (Değirmenci, 2011: 33; Filiz, 2011: 39). Bir diğer ifadeyle; beklenen hizmetin, algılanan hizmete eşit olması durumunda, doyurucu hizmet kalitesinden bahsedilebilmektedir (Filiz ve Kolukısaoğlu, 2013: 255). Algılanan hizmetin, beklenen hizmet kalitesinden daha yüksek olması durumunda ( $AH > BH$ ), algılanan hizmet kalitesi de yüksek olacaktır (Ardıç ve Sadaklıoğlu, 2009: 170).

#### 2.1.5.4. Hizmet Kalitesinin Önemi

Hizmet sektöründe, iyi bir iş gerçekleştirmek için sadece işin yapılmış olması ya da sunulması müşteri memnuniyeti açısından yeterli değildir. Yapılan ya da sunulan hizmetin belirli bir kalite düzeyinde olması gerekmektedir. Nitekim söz konusu kalite, işletmelerin başarı düzeylerinin de bir göstergesi olmaktadır (Ertürk, 2011: 44). Yani bir hizmet işletmesinin, kendini diğer işletmelerden farklılaştırabilmesinin temel yollarından biri, rakiplerinden daha üstün düzeyde kalite sunmasıdır (Güzel, 2006: 72; Said, Shuib, Ayob ve Yaakub, 2013: 62). Zira tüketiciler, ihtiyaç duydukları hizmetlerin en iyisini almak ve tatmin olmak istemektedirler (Aksu ve diğerleri, 2016: 4). İlgili yazındaki araştırmalarda (Aksu, 2012: 31; Avcı ve Sayılır, 2006: 124; Aydın, 2007: 264; Giritlioğlu, 2012: 92), kaliteli hizmet sunan işletmelerin, mevcut müşteri sayılarını artırmalarının yanında, yeni müşteriler kazanarak, iş hacimlerini genişletmelerinin mümkün olacağının altı çizilmektedir.

Hizmet kalitesi, örneğin bir konaklama işletmesinin müşteri sayısını, geceleme oranını artırmakta ve müşterilerin otel işletmesinin ürettiği mal ve hizmetleri daha yüksek oranda satın almasını sağlamaktadır. Bu durum da yüksek işletme karlılığını ortaya çıkarmaktadır (Giritlioğlu, 2012: 92). Benzer bir ifadeyle; yüksek kalitede hizmet sunmakla ünlenen bir otel, düşük ya da tutarsız kalitede hizmet sunan bir otele göre daha güçlü bir rekabet avantajına sahip olmaktadır. Bu tür otellerin fiyatı yükselse bile insanlar, kalite algısından dolayı aynı oteli tercih etmeye devam etmektedirler (Aksu, 2012: 32).

Kısacası başarılı bir hizmet kalitesi; artan satış ve pazar payının yanısıra müşteri ilişkilerinin geliştirilerek, tatmin olmuş ve elde tutulan müşteriler yaratmaktadır (Korkmaz, 2013: 41). Hizmet kalitesinin yüksek olması durumunda, olumlu davranışsal eğilimler içerisindeki müşterilerin, işletmede kalma davranışlarının yanısıra harcamaları da artmakta ve daha önce de belirtildiği üzere, hizmete ilişkin fiyat ne olursa olsun kabul etme eğilimleri fazla olmaktadır. Hizmet kalitesinin düşük olması durumunda ise olumsuz davranışsal eğilimler gerçekleştiren müşterilerin, harcamaları da azalmaktadır. Ayrıca işletmeler bu durumda müşteri kayıplarıyla karşı karşıya kalmakta, yeni müşteri kazanmak için ciddi maliyetler altına girmektedirler (Giritlioğlu, 2012: 90).

### 2.1.5.5. Hizmet Kalitesinin Boyutları

Tüketicilerin, sunulan hizmetten memnun olmasını sağlayan tüm fiziksel ve fiziksel olmayan unsurlar, hizmet kalitesinin boyutlarını kapsamaktadır (Avcı ve Sayılır, 2006: 124). İlgili yazında, çeşitli yazarlar (Grönross, 1984; Parasuraman ve diğerleri, 1985) tarafından geliştirilmiş farklı hizmet kalitesi boyutlarından bahsetmek mümkündür. Söz konusu hizmet kalitesi boyutları, yazında en sık tercih edilen/kullanılan boyutlar olarak bilinmektedir (Loureiro ve Gozalez, 2009: 35). Grönroos'a (1984: 40) göre ise hizmet kalitesinin iki boyutu (teknik ve işlevsel boyut); Parasuraman ve diğerlerine (1985) göre ise on boyutu (güvenilirlik, heveslilik, yeterlilik, ulaşılabilirlik, nezaket, iletişim, itibar, güvenlik, müşteriye anlama becerisi ve fiziksel unsurlar) bulunmaktadır. Parasuraman ve diğerleri (1985) tarafından geliştirilen söz konusu boyutlar, hizmet sektöründeki tüm işletmelerin faydalanacağı şekilde genelleştirilerek beş boyuta indirgenmiştir. Bu boyutlar "fiziksel unsurlar, güvenilirlik, tepki verebilirlik, güven ve empati" şeklindedir (Avcı ve Sayılır, 2006: 124).

Hizmet kalitesini kavrayabilmek ve yönetebilmek için hizmet kalitesini çeşitli bileşenlere ayırmak önemlidir. Böylece bu olguyu daha somut hale getirmek mümkün olabilmektedir. Nitekim hizmetin çeşitli boyutlarında meydana gelecek kalite artışları, hizmet kalitesinde de artış meydana getirecektir (Eker, 2007: 31). Bu bölümde ele alınan hizmet kalitesi boyutları Parasuraman, Zeithaml ve Berry (1985) tarafından açıklanan boyutlardır.

- *Güvenilirlik*

"Güvenilirlik"; söz verilen hizmeti doğru ve güvenilir bir şekilde yerine getirebilme yeteneği olarak tanımlanmaktadır (Halis, 2008: 12; Öztürk, 2015: 186; Serçek ve Özalpın, 2012: 502). Güvenilirlik; yönetime, onun politikalarına, çalışanlarına, hizmetin kalitesine ve zenginliğine, çalışanlarıyla birlikte onların dürüstlüklerine olan güveni kapsamaktadır. Nitekim çalışanların performansında tutarlı olması müşterilerin bakış açısında olumlu etki yaratacaktır (Ataberk, 2007: 101; İslamoğlu, 2010: 149). Kısacası hizmetin zenginliği, fiyatı ve sorun çözme gibi konularda

taahhüt edilen hizmetlerin kusursuz bir biçimde sunulması, müşterinin işletmeye duyduğu güveni de belirlemektedir (Aksu, 2012: 36).

- *Heveslilik/Karşılık Verebilmek*

“Heveslilik/Karşılık Verebilmek”; işgörenlerin hizmeti sağlama konusunda hazır ve istekli oluşunu ve hizmetin zamanında sunulmasını içermektedir (Cham ve Yalini, 2011: 127; Ertürk, 2011: 32). Müşterilerin, hizmete ilişkin soru/sorun/şikayetlerinin, nezaketle ve hızlıca çözümlenmesi demektir. Söz konusu durumda, müşteri ihtiyaçlarına cevap verebilmek adına esnek olunması gerektiğinin de altını çizmek gerekmektedir (Öztürk, 2015: 186; Kekeç, 2008: 51).

- *Yeterlilik*

“Yeterlilik”; hizmeti yerine getirmek/sunmak için gerek işletmenin gerekse de çalışanların gerekli olan beceri ve bilgiye sahip olmaları anlamına gelmektedir (Halis, 2008: 12). Örneğin, müşteriyle ilişkili olan personelin, sunulan hizmete yönelik olarak tüm hususları bilmesi gerekmektedir. Ayrıca işletmeler açısından da, yetersiz olunan konularda araştırma yapılarak yenilikçi bir anlayışın benimsenmesi önemlidir (Ertürk, 2011: 33; Kekeç, 2008: 50). Benzer bir ifadeyle yeterlilik; hizmeti sağlamak için gerekli olan tüm bilgi ve gerekli beceriye sahip olmaktır.

- *Ulaşılabilirlik/Erişilebilirlik*

“Ulaşılabilirlik/Erişilebilirlik”, müşterinin satıcı ile temas kurabilme derecesini belirlemektedir (Değirmenci, 2011: 19). Örneğin, müşteri hizmete bir telefon aracılığıyla ulaşabilmelidir. Ayrıca hizmetin elde edilmesi noktasında, müşterileri bekletmemek ve hizmet işletmelerinin ulaşılabilir yerlerde bulunmasını içermektedir (Ertürk, 2011: 33).

- *Nezaket*

“Nezaket”; müşteri ile temas halinde olan çalışanların, olumlu davranışlar (kibar, saygılı, cana yakın vb.) sergilemesi ile alakalıdır (Kekeç, 2008: 51). Söz konusu davranış şekilleri, aynı zamanda, müşteriler açısından sunulan hizmetin olumlu algılanmasıyla sonuçlanmaktadır (Öztürk ve Seyhan, 2005: 172). Çalışanların temiz giyimli olması, müşterilere ilgili davranması gibi davranışlar, söz konusu duruma örnek verilebilmektedir (Ertürk, 2011: 33).

- *İletişim*

Müşterinin isteklerinin kolayca anlaşılabilmesi, müşterinin alacağı hizmet hakkındaki bilgilerin uygun bir dil kullanılarak açık bir şekilde anlatılması ile müşterilerle diyalogun iyi kurulması gibi durumlar, “iletişim” boyutunun temel unsurları olarak ifade edilmektedir (Ataberk, 2007: 101; Öztürk ve Seyhan, 2005: 172).

- *İtibar*

“İtibar”; dürüstlüğü, müşterinin çıkarlarını duyusal olarak hissetmeyi içermektedir (Ataberk, 2007: 101; Ertürk, 2011: 33). Ayrıca geçmiş dönemlere ait performans ve diğer soyut özellikler olarak ürün/hizmet hakkında tüketicilerin övgüleri, dost tavsiyeleri ve deneyimleri de kapsamaktadır (Halis, 2008: 12).

- *Güvenlik*

“Güvenlik”; müşterilerin, hizmetten yararlanması esnasında herhangi bir riske maruz kalmama durumlarını ifade etmektedir (Öztürk, 2015: 187). Bu durum, fiziksel güvenliğin yanısıra finansal güvenlik ile mahremiyet konularını da kapsamaktadır (Ertürk, 2011: 34; Halis, 2008: 12). Güvenlik boyutu, müşterinin işletmeye tam olarak güvenmesinde ve işletmeyi kendi yeriymiş gibi hissetmesinde büyük rol oynamaktadır (Halis ve diğerleri, 2010: 41).

- *Müşteriyi Anlamak*

“Müşteriyi Anlamak”; müşterilerin istek ve beklentilerinin yerine getirilmesi esnasında ortaya çıkabilecek olumsuzlukların, müşteri tarafından fark edilmemesiyle alakalıdır (Öztürk ve Seyhan, 2005: 172). Yani, müşteriyi anlamak; müşterilerin gereksinimleri ile birebir ilgilenmek anlamına gelmektedir. Nitekim her müşteri kendine özgü beklentiler içerisinde ve buna göre de önemsenmek isteyebilmektedir (Kekeç, 2008: 53-54).

- *Fiziksel Özellikler*

“Fiziksel Özellikler”; bir hizmetin sunumunda temel hizmetin onu zenginleştiren hizmetlerin kalitesi üzerinde etkili olan fiziksel koşulları ile ekipmanları da içine alan bir kavramdır (Aksu, 2011: 35). Kısacası hizmetin fiziksel kanıtlarını (çalışanların giyimi, hizmet sunumunda kullanılan araç-gereçler vb.) içermektedir (Ertürk, 2011: 34; Rezaei, Kothadiya, Tavasszy ve Kroesen 2018: 87).

#### **2.1.5.6. Hizmet Kalitesinin Etkileyen Faktörler**

Hizmeti alan ve sunan kişinin kişisel özellikleri, iletişimin biçimi ve kalitesi, hizmet alan ve sunan kişinin beklentileri ve psikolojik durumları, örgütsel ve yönetsel faktörler, hizmetin üretilme ve tüketilme sıklığı ile hizmetin süresi gibi faktörler hizmet kalitesinin temel belirleyicileri arasında yer almaktadır. Ayrıca hizmet sunumunda kullanılan teknoloji, hizmetin içeriği, hizmetin sunulduğu yer ve hizmetten yararlananların sayısı da hizmet kalitesi üzerinde etkili olmaktadır (Akdu, 2014: 50-51). Hizmet kalitesiyle sağlanan müşteri memnuniyetinin sürdürülmesi amacıyla hizmet düzeyi ve tutarlılığının kontrol altına alınması önem arz etmektedir (G. Küçükaltan, 2007: 63). Hizmet kalitesini etkileyen faktörler, “müşteriyi etkileyen faktörler”, “işgöreni etkileyen faktörler” ile “müşteri ile işgöreni etkileyen faktörler” olarak değerlendirilmektedir.

Hizmet yararlanıcıları olarak müşteriler, hizmet kalitesi değerlendirmelerini, kişilik özellikleri ve hizmetten bekledikleri ile hizmete yönelik algıladıkları unsurlar çerçevesinde yapmaktadırlar (Giritlioğlu, 2012: 97; Işın, 2013: 59). Hizmetin, hizmet sağlayıcılara (çalışanlara) yönelik olarak değerlendirilmesinde, müşterilerin kişilik özellikleri fazlaca etkili olmaktadır. Bu durum ayrıca, müşterilerin bir tüketici olarak hizmet kalitesini algılamasında da etkin bir rol oynamaktadır (Giritlioğlu, 2012: 97; Shengelbayeva, 2009: 81-82). Öte yandan; müşteri beklentileri, müşterilerin kişilik özellikleri ile hizmet kalitesine yönelik algılarının bir etkileşimi olarak ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla bu durum, hizmetin sunumu esnasında müşteri davranışlarını yönlendirmektedir (Ataberk, 2007: 114).

Müşterilerin, hizmet sunumu esnasında ilk karşılaştıkları kişiler, hizmet işletmesi çalışanlarıdır. Dolayısıyla işgörenlerin davranışları, müşterilerin hizmet işletmesi hakkındaki düşüncelerini etkileme özelliğine sahiptir. Bu durumda işgörenlerin davranış ve tutumları ile müşteriyle etkileşimi gibi unsurlar müşteri memnuniyetini sağlama noktasında büyük önem arz etmektedir. Bu açıdan, işletmeler için işgörenler, önemli bir rekabet ve farklılaşma aracı olabilmektedir (Avcı ve Sayılır, 2006: 122, 125; Aydın, 2007: 265). Hizmet kalitesini etkileyen işgören özellikli faktörler; işgörenin kişilik özellikleri, işgörenin beklentileri ile örgütsel ve yönetsel faktörler olmak üzere üç başlık altında ele alınabilir (Giritlioğlu, 2012: 101; Işın, 2013: 59).

İşgörenlerin kişilik özelliği, onların tavır ve davranışlarına önemli ölçüde yansımaktadır (Ashill, Rod ve Carruthers, 2008: 437). Hizmet, işlev olarak sadece fiziksel bir uygulama olmamakla birlikte aynı zamanda müşteriler için psikolojik bir uygulamayı da içermektedir (Giritlioğlu, 2012: 102). Bu nedenle müşteriler, işgörenin sunduğu hizmeti değerlendirirken, işgörenin tavır ve davranışlarından yola çıkarak hizmetin kalitesini algılayabilmektedirler. Dolayısıyla hizmeti sunan personelin hizmet sunumu esnasında empati ve esnek davranabilme gibi bazı kişilik özelliklerine sahip olması oldukça önemlidir (Kurnaz, 2011: 24). Öte yandan; işgörenin kişilik özellikleri, hizmeti sunuş biçimi, davranışları ve başarısı, söz konusu hizmeti vermekten ne beklediği ile alakalıdır (Ataberk, 2007: 110; Chi ve Gürsoy, 2009: 245). İstek ve beklentileri karşılanmış işgörenler, işletmelere çok önemli katkılar sunabileceği gibi; işletmelerde sunulan hizmet kalitesini de önemli ölçüde

artırabilmektedirler (Bruhn ve Dominik, 2000: 106; Chi ve Gürsoy, 2009: 245; Jong, Wetzels ve Ruyter, 2008: 354; Young, Meterko, Mohr, Shwartz ve Lin, 2009: 1128).

Hizmetin sunulması sürecinde her şey mükemmel olsa dahi, işgörenler, söz konusu hizmeti isteksiz ve özensiz bir şekilde verdikleri takdirde, müşteri tatminsizliği ortaya çıkmaktadır (Korkmaz, 2013: 47). Bu sebeple, işletmeler açısından işgörenlerin eğitilmesi ve ödüllendirilmesi gibi hususlar, hizmet kalitesine etki eden yönetsel unsurlar arasında yer almaktadır. Böylece, işgörenlerin müşterilere iyi bir hizmet sunmasının yanısıra müşteri şikayetleriyle ilgilenilip, problemleri çözmelerileri de sağlanmış olmaktadır (Giritlioğlu, 2012: 106-107). Bunun yanısıra örgütsel iklim de hizmet kalitesini önemli derece etkileyen bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır (Davidson, 2003).

Hizmet işletmelerinde, hizmet alan müşteriler ile hizmet sunan işgörenleri etkileyen faktörler; hizmet üretimi ile ilgili özellikler ve durumsal özellikler olmak üzere iki başlıkta değerlendirilmektedir (Giritlioğlu, 2012: 107). Bir diğer ifadeyle; hizmetin üretimi ile ilgili özellikler hem hizmeti alanlar hem de hizmeti sunanlar tarafından farklı şekillerde değerlendirilmektedir. Bu durum aynı zamanda hizmet kalitesi değerlendirmelerinde de farklılık meydana getirmektedir (Ramseook-Munhurrin, Lukea-Bhiwajee ve Naidoo, 2010: 38). Korkmaz'ın (2013: 47) da değindiği gibi, hizmet sunumu esnasında çok sayıda müşterinin aynı hizmetten yararlanma beklentisi içerisinde olması, hizmet kalitesinin olumsuz olarak değerlendirilmesine neden olabilmektedir. Yani, söz konusu durumda işgörenlerin iyi/kaliteli hizmet sunması mümkün olamayabilmektedir. Örneğin; taşıma kapasitesinin aşıldığı bazı destinasyonlarda, özellikle oteller ve yiyecek-içecek işletmelerinde yaşanan yoğunluk, hem müşteriler hem de işgörenler açısından hizmet kalitesini etkilemektedir.

#### **2.1.5.7. Hizmet Kalitesi Üzerine Geliştirilen Modeller**

Hizmet kalitesine yönelik olarak geliştirilen modellerin bazılarında kavramsal tanımlamalar yapılmışken, bazılarında ölçmeye dayalı özellikler açıklanmıştır. Modellerin pek çoğu birbirinden beslenerek ortaya çıkmıştır (İkiz, 2010: 8; Sandhu

ve Bala, 2011: 220). Hizmet kalitesinin ölçümüne öncü olabilecek üç farklı hizmet kalitesi modelinin geliştirilerek ilgili yazına tanıtıldığı bilinmektedir. Bu modellerden ilkini Lehtinen ve Lehtinen'in (1982) "Hizmet Kalitesi Modeli" oluşturmaktadır. Bu modeli sırasıyla Grönroos (1984) tarafından geliştirilen "Algılanan Hizmet Kalitesi Modeli" ile Parasuraman ve diğerleri (1985) tarafından geliştirilen "Algılanan Hizmet Kalitesi (Boşluk Modeli)" takip etmektedir. Söz konusu modellerin geliştirilmesiyle beraber hizmet kalitesinin teoriden kurtarılması da sağlanmıştır. Böylece hizmet işletmelerinde, hizmet kalitesinin nasıl ölçülebileceği noktasında ciddi bir adım atılmıştır (Giritlioğlu, 2012: 110; Kemerlioğlu, 2014: 49, 54).

#### **2.1.5.7.1. Lehtinen ve Lehtinen'in Hizmet Kalitesi Modeli**

Hizmet kalitesinin kavramsallaştırılmasına yönelik ilgili yazında ortaya koyulan ilk model Lehtinen ve Lehtinen tarafından, 1982 yılında geliştirilen hizmet kalitesi modelidir. Modele göre hizmet kalitesi; "fiziksel kalite", "etkileşim kalitesi" ve "şirket kalitesi" olmak üzere üç boyutta incelenmektedir (Airey ve Bennett, 2007: 57; Giritlioğlu, 2012: 11; Lehtinen ve Lehtinen, 1991: 288; Kang, 2006: 39; Sandhu ve Bala, 2011: 220). Fiziksel kalite; hizmetin fiziksel elemanlarından (fiziksel ürün, fiziksel destek) kaynaklanan kalite boyutudur. Sözelimi bir otel işletmesinde hizmet sunulurken kullanılan araç ve gereçler, otel hizmet kalitesinin fiziksel kalite boyutunu oluşturmaktadır. Etkileşim kalitesi ise; müşteriyle ilişkide bulunan personel ile müşterilerin ve müşterilerin de diğer müşterilerle ilişkilerinden oluşmaktadır. Müşteriler ile potansiyel müşterilerin, işletmeyi kamuoyunda yarattığı imaja göre değerlendirmeleri şirket kalitesi ile ilgilidir. Örneğin, otel işletmelerinin hedef kitleye yönelik sahip olduğu genel imaj, o otelin işletme kalitesi boyutunu oluşturmaktadır (Arslantürk, 2010a: 39; Giritlioğlu, 2012: 112; Günaydın, 2014: 28; Güzel, 2006: 147).

1983 yılında Lehtinen ve Lehtinen, hizmet kalitesini "süreç kalitesi" ile "çıktı kalitesi" olarak farklı iki boyutta ele almışlardır (Buzcu, 2010: 13). Süreç kalitesi, hizmetin alındığı esnada müşteri tarafından değerlendirilmesini ifade ederken; çıktı kalitesi de buna karşılık olarak bir hizmetin gerçekleştirilmesinden sonra yapılan müşteri değerlendirmesini ifade etmektedir (Kang, 2006: 39). Örneğin; bir turist rehberinin

tur esnasında müşterilere istekli ve akıcı bir şekilde bilgi vermesi süreç kalitesi olarak değerlendirilirken; tur bitiminden sonra müşterilerin aklında kalan bilgiler çıktı kalitesini içermektedir.

#### **2.1.5.7.2. Grönross'un Algılanan Hizmet Kalitesi Modeli**

Hizmetlerin hem üretimi hem de tüketimi esnasında hizmet tedarikçisi ile müşteri aynı ortamda bulunmaktadır (Arslantürk ve diğerleri, 2013: 109). Bu durumda, müşterilerin satın alma davranışlarının gereklerinin tatmin edilebilmesi, hizmet kalitesi düzeyinin ölçülmesini gerekli kılmaktadır (Akbaba, 2007: 316). Mevcut hizmet kalitesi düzeyini belirleyebilen işletmelerin, müşteri memnuniyeti sağlaması noktasında neler yapması gerektiğine dair donanımına sahip olması da mümkün olabilecektir (Eleren ve diğerleri, 2007: 78). Bu çerçevede geliştirilen Grönross'un "Algılanan Hizmet Kalitesi Modeli"; hizmet kalitesini, müşterinin beklediği hizmet ile aldığı hizmet arasındaki ilişkiye dayandırmaktadır (Moisescu ve Gica, 2013: 5). Yani söz konusu modele göre; müşterilerin hizmetten bekledikleri ile deneyimleri arasında olumlu bir ilişki olduğu öngörülmektedir. Bu noktada beklenen ve deneyimlenen hizmet kalitesi, üç temel kalite boyutu dikkate alınarak modellenmiştir. Bunlar "teknik kalite", "fonksiyonel kalite" ve "imaj" boyutlarıdır (Bastic ve Gojcic, 2012: 1013; Değirmenci, 2011: 25; Değirmencioğlu, 2001: 71-72; Grönroos, 1984: 40; Kozak ve diğerleri, 2011: 187).

Sonuç kalitesini hedef alan teknik kalite; müşterilerin (hizmet alıcılarının) ne elde ettiği sorusunun yanıtını ortaya koymaktadır. Burada söz konusu olan, sunulan hizmetin teknik özelliklerine dayanan ölçülebilir veridir. Hizmetin, teknik anlamdaki çıktısının nasıl elde edildiğine yönelik ölçümler ise fonksiyonel kalite boyutunu açıklamaktadır. Başka bir deyişle, fonksiyonel kalite; hizmetin müşteriye nasıl ulaştırıldığıdır. Yani, hizmetin sunumu esnasında, hizmeti alanlar ile hizmeti sağlayanlar arasında ortaya çıkan etkileşim, fonksiyonel kaliteyi ifade etmektedir. İşletmelerin teknik ve fonksiyonel kalitesinin sonucu olarak firma imajı ortaya çıkmaktadır. Firma imajı boyutu, hizmeti alanların işletmeye yönelik algısını belirtmektedir (Güzel, 2006: 144-146, İkiz, 2010: 11; Keskin, 2013: 34).

### **2.1.5.7.3. Parasuraman, Zeithaml ve Berry Tarafından Geliştirilen Algılanan Hizmet Kalitesi Modeli**

Parasuraman, Zeithaml ve Berry, hizmet kalitesini, hizmetin mükemmelliği olarak bütüncül bir yargı olarak değerlendirerek, 1985 yılında “Algılanan Hizmet Kalitesi Modeli”ni geliştirmişlerdir. Söz konusu modele göre; hizmet kalitesinin 10 boyutu olduğu ifade edilmiştir. Bu boyutlar; “güvenilirlik, heveslilik, yetenek, ulaşılabilirlik, nezaket, iletişim, inanılabilirlik, güvenlik, müşteriye anlamak ve maddi değerler” şeklindedir. Ancak araştırmacılar, daha sonraki çalışmalarında bu boyutları “fiziksel özellikler”, “güvenilirlik”, “heveslilik”, “güvence” ve “empati” şeklinde 5 boyuta indirgemişlerdir. Fiziksel özellikler; işletmenin hizmet sunumunda kullandığı ekipman, bina, personel ile personelin görünümü şeklindeki diğer fiziksel unsurlardan oluşmaktadır. Vaat edilen hizmetin güvenli ve doğru bir şekilde sunulmasını sağlama becerisi ve yeteneği ise güvenilirlik boyutu kapsamında yer almaktadır. Müşterilere yardımcı olmaya ve hizmeti hızlıca sunmaya isteklilik, heveslilik boyutunu oluştururken; personelin müşterilerde güven duygusu uyandırabilme becerileri, güvence boyutunu ifade etmektedir. Son olarak; işletmelerin müşterilerine sunduğu özel ilgi, empati boyutunu kapsamaktadır. Ayrıca çalışanların kendilerini müşterilerin yerine koyması ve müşterilere kişisel ilgi göstermesi de bu kapsamda ele alınmaktadır (Akdoğan, 2011: 39-41; Ariffin, Abdullah ve Bibon, 2012: 513; Arslantürk ve diğerleri, 2013: 110; Devedbakan ve Aksaraylı, 2003: 41; Eleren ve diğerleri, 2007: 78; Ersöz ve diğerleri, 2009: 20; Ladhari, 2008: 66; Rezazadeh, Yaghoubi ve Nikoofar, 2011: 176; Yıldız ve Yıldız, 2011: 127).

Hizmet kalitesini ölçme, aynı hizmet sektöründe yer alan firmalar (oteller, havayolları, restoranlar vb.) arasında sunulan hizmet kalitesindeki farklılıkları belirlemeye yardımcı olmaktadır (Aydın, 2008: 86). Söz konusu bu farklılıklar, müşteri beklentileri ile algılamaları arasındaki farklardır ve farkların yönü ve büyüklüğü hizmet kalitesini tanımlamaktadır (Bruhn ve Dominik, 2000: 107; Eleren, 2009: 403; Parasuraman ve diğerleri, 1985). Bu kapsamda; Parasuraman ve diğerleri tarafından geliştirilen “Beş Fark Modeli” ya da “Boşluk Modeli” kendisine, hizmet kalitesi hususunda geniş bir yer bulmuştur (Alen, Fraiz ve Rufin, 2006: 247-248; Arslantürk, 2010a: 27; Atılğan, 2001: 36; Güzel, 2006: 100; Parasuraman ve

diğerleri, 1985: 44; Shengelbayeva, 2009: 127; Yıldız, 2011: 46). “Boşluk Modeli” aşağıda açıklanmaktadır.

Birinci Boşluk/Fark-1; müşteri beklentileri ve yönetimin müşteri beklentilerini algılaması arasındaki fark olarak açıklanmaktadır (Özkul, 2007: 129). Müşterinin arzu, istek ve ihtiyaçlarının ve dolayısıyla da hizmete ilişkin beklentilerinin yanlış anlaşılması olan bu fark, araştırma boşluğu olarak da isimlendirilir (Aydın, 2008: 58). Shengelbayeva (2009: 129), hizmet sunanların algılarıyla, müşteri beklentileri arasında genellikle fark olduğunun altını çizmektedir. Hizmet işletmelerinin tüketici beklentilerini öğrenmeye çalışma fikrini küçümsemesi ve bu konuda hiçbir çaba göstermemesi ya da pazar araştırmasındaki yetersizlikler gibi durumlar, boşluğun ortaya çıkmasına neden olabilmektedir (Güzel, 2006: 101; İkiz, 2010: 16). Özetle Özkul’a (2007: 137) göre, yönetimin müşterilerin tatilden beklentilerini tam ve doğru olarak belirleyememesi nedeniyle bu fark ortaya çıkmaktadır.

İkinci Boşluk/Fark-2; yönetimin müşteri beklentilerini algılaması ile hizmet kalitesi standartları arasındaki fark olarak tanımlanmaktadır (Alen ve diğerleri, 2006: 248; Özkul, 2007: 129). Söz konusu farklılık, işletmenin hizmetin bazı kalite unsurlarına müşteri kadar önem vermemesinden kaynaklanabileceği gibi, yönetimin iş standartlaştırma noktasında yetersiz kalması gibi sebeplerle de ortaya çıkabilmektedir (Aydın, 2008: 60; Dedeoğlu, 2012: 30; Güzel, 2006: 106; İkiz, 2010: 16).

Üçüncü Boşluk/Fark-3; hizmet kalitesi standartları ile hizmetin sunumu arasındaki fark (hizmet performansı farkı) olarak ifade edilmektedir. İşletme tarafından, hizmetin pazarlanması sırasında yapılan tanıtımlar dahilinde, söz verilen hizmetlerin yerine getirilememesi durumudur (Dedeoğlu, 2012: 32). Hizmetin istenilen düzeyde yerine getirilememesi, işletme çalışanlarının davranışlarından kaynaklanabileceği gibi, çalışan-müşteri arasındaki iletişimden de kaynaklanabilmektedir (Güzel, 2006: 109; Shengelbayeva, 2009: 129). Öte yandan; çalışan-iş uyumu ile teknoloji-iş uyumunun zayıf olması durumunda da boşluk ortaya çıkmaktadır. Ayrıca çalışanın hizmet üzerindeki kontrol eksikliği ile takım çalışması eksikliği de boşluğa neden olabilmektedir (İkiz, 2010: 16; Yılmaz, 2007: 53).

Dördüncü Boşluk/Fark-4; hizmetin sunumu ile dış çevre ve etkileşimler arasındaki fark olarak tanımlanmaktadır (Rezazadeh ve diğerleri, 2011: 174). Yani burada, hizmet işletmesinin dışsal iletişim araçları (reklam, kişisel satış, halkla ilişkiler vb.) ile ifade ettiği hizmet kalitesinin, gerçekleşen hizmet kalitesinden farklı olması ifade edilmektedir (Güzel, 2006: 113). Öte yandan; hizmet işletmesinin çeşitli iletişim araçlarıyla verdiği reklamlar, müşterilerin hizmet kalitesine yönelik beklentilerini yükseltebilmektedir. Bu durumda, müşteriye verilen hizmet ile vaadedilen hizmet arasında bir tutarsızlık söz konusu olabilmektedir (Yıldız, 2011: 48). Aydın'a (2008: 62) göre; mevcut sunulan hizmet kalitesinin üstünde beklentiler yaratacak sözler vermek ve verilen sözleri yerine getirmemek, müşterilerin hizmet kalitesine yönelik algılarını düşürmektedir.

Beşinci Boşluk/Fark-5; beklenen hizmet ile deneyimlenen/algılanan hizmet arasındaki farkı ifade etmekte ve ilk dört boşluğa dayalı olarak ortaya çıkmaktadır (Agarwal ve Kumar, 2016: 2; Özkul, 2007: 129). Algılanan hizmet kalitesinin beklenen hizmet kalitesinden daha az olması durumunda müşteri açısından tatminsizlik ortaya çıkmaktadır. Bu durumda, müşterilerin beklentileri ile algıları arasındaki farklılığın yönü ve derecesi, algılanan hizmet kalitesinin de belirleyicisi olmaktadır (Aydın, 2008: 63; Shengelbayeva, 2009: 130).

#### **2.1.5.8. Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi Üzerine Geliştirilen Modeller**

Hizmet, bireylerin ihtiyaçlarının karşılanması üzerine gerçekleştirilen soyut faaliyetlerdir. Hizmetler açısından nesnellik söz konusu olmadığı gibi üreticiden tüketiciye direkt geçmektedir. Söz konusu özellikler, hizmet kalitesinin ölçümünde, somut çıktı alınmasını da güçleştirmektedir (Arslantürk ve diğerleri, 2013: 108). Nitekim tüketiciler, hem nesnel malları hem de hizmetleri değerlendirirken birbirinden farklı değerlendirme ölçütlerini kullanabilmektedirler (Şimşek, 2013: 95). Bu sebeple de hizmet kalitesinin ölçülmesi hususunda çeşitli model ve görüşler geliştirilmiştir. Söz konusu bu modeller aşağıda açıklanmaktadır (Agarwal ve Kumar, 2016: 6-7; Ahmed, Lulin ve Bajwa, 2016: 68; Aydın ve Şenyürek, 2016: 128; Büyüközkan ve Çifçi, 2012: 2342; Kurnaz, 2011: 31):

- İlk geliştirilen modeller arasında Grönroos'un "Teknik ve Fonksiyonel Kalite Modeli" (1984) ile Parasuraman, Zeithaml ve Berry'nin "Boşluk Modeli" (1985) yer almaktadır.
- Haywood ve Farmer'ın "Hizmet Kalitesi Nitelik Modeli" 1988 yılında geliştirilmiştir ve hizmet kalitesini, maddi unsurlar, süreç ve mesleki deneyim olmak üzere üç boyutta ele almaktadır.
- Brogowicz, Delene ve Lyth'in "Hizmet Kalitesi Sentez Modeli" ise 1990 yılında geliştirilmiştir ve modelde, yönetim tarafından önemsenmesi gereken hususlar olarak planlama, uygulama ve kontrol işlevlerine vurgu yapılmaktadır.
- 1992 yılında Cronin ve Taylor tarafından geliştirilen "Performans Modeli"nde, hizmet kalitesinin ölçülmesinde sadece beklentilerin değil, müşteri algılarının da önemli olduğu vurgulanmaktadır.
- Benzer şekilde, mevcut durumun yanı sıra müşteri deneyimlerinin de ölçülmesi gerektiğine vurgu yapan Mattsson, bu çerçevede 1992 yılında "İdeal Değer Modeli"ni geliştirmiştir.
- Teas'ın "Performans Değerlendirme-Standart Kalite Modeli" (1993) ile beklenti kavramı yeniden ele alınarak tanımlanmıştır.
- Berkley ve Gupta'nın "Bilişim Teknolojisi Uyum Modeli" (1994), sadece bilgi teknolojisinin hizmet kalitesi üzerindeki etkisini ölçmek üzere geliştirilmiştir.
- Teknoloji tabanlı servisler için hizmet kalitesinin ölçülmesinin gerekliliğine vurgu yapan Dobholkar, 1996 yılında "Özellik ve Genel Etki Modeli"ni geliştirmiştir.
- Spreng ve Mackoy'un "Algılanan Hizmet Kalitesi ve Memnuniyet Modeli" (1996), hizmet kalitesi ve memnuniyetin birbirinden farklı olduğunu, ancak her ikisi arasında bir uyum olması gerektiğini savunmaktadırlar.
- Teknik hizmet kalitesinin, ürün kalitesi için en gerekli husus olduğunun altını çizen Sweeney, Soutar ve Johnson, 1997 yılında geliştirdikleri "Parekende Hizmet Kalitesi ve Algılanan Değer Modeli"nde, teknik hizmet kalitesi ile satınalma davranışlarının artacağını ifade etmektedirler.
- Oh'un "Hizmet Kalitesi ve Müşteri Memnuniyeti Modeli" (1999), tüketicilerin karar sürecini değerlendirmek üzere geliştirilmiştir.
- Dabholkar'ın "Öncü Etkiler ve Arabulucu Faktörler Modeli" (2000) ise hizmetlere ilişkin önceki memnuniyet seviyelerini ortaya koymaktadır.

- İç müşteri beklentileriyle ilgilenen Frost ve Kumar'ın "İç Hizmet Kalitesi Modeli" ile daha iyi hizmet sunabilmek için gerekli kaynakları belirleyen Soteriou ve Stavrinides'in "İç Hizmet Kalitesi-Veri Zarflama Modeli", 2000 yılında geliştirilen diğer modeller arasında yer almaktadırlar.
- 2005 yılında Parasuraman, Zeithaml ve Malhotra tarafından geliştirilen model, internet tabanlı hizmet kalitesinde servis kalitesinin boyutlarını içermektedir. Söz konusu bu boyutlar ise yeterlilik, uygulama, kullanılabilirlik ve gizliliklerdir.

1983 yılında başlayan hizmet kalitesi ile ilgili araştırmalar, hizmet kalitesinin ürün kalitesine oranla değerlendirilmesinin hem pazarlamacı hem de tüketici açısından zor olması sebebiyle gerçekleştirilmiştir. Ayrıca tüketicilerin hizmet kalitesini hem sonuç hem de süreç açısından değerlendirme eğiliminde olmaları ile hizmet sunum sürecindeki bazı hususların tüketici açısından önem taşıması da bu alanda araştırma yapılmasını zorunlu kılmaktadır (Alakavuk, 2007: 330). Bu çerçevede; özellikle turizm işletmelerinde hizmet kalitesinin ölçülmesi noktasında çok sayıda araştırma yapılmış ve çeşitli ölçüm modelleri geliştirilmiştir.

Söz konusu hizmet kalitesi ölçüm modelleri ve içerikleri, ilgili yazındaki araştırmalardan (Alrawashdeh ve Alrawashdeh, 2014: 198; Arslantürk ve diğerleri, 2013: 109; Choi, Ann, Lee ve Park, 2018: 3; Conde ve diğerleri, 2013: 12; Çiçek ve Doğan, 2009: 203; Eleren, 2009: 399-401; Ertürk, 2011: 91; Kurnaz, 2011: 34; Ryu ve Jang, 2008: 7-8; Sato, Gipson, Todd ve Harada, 2018: 176; Tefera ve Govender, 2016: 2-4; Uslu ve diğerleri, 2013: 54-70; Ünüvar ve Aydın, 2017: 3; Wong ve Guillet, 2018: 784; Wu ve Mohi, 2015: 360-362; Wu ve Ko, 2013: 220-222; Yekaniyalibeiglou, 2015: 10) derlenerek, Çizelge 3'te sunulmuştur.

**Çizelge 3.** Turizm İşletmelerinde Kullanılan Hizmet Kalitesi Ölçüm Modelleri ve İçerikleri

| Araştırmacı                                                                              | Model             | İçerik                                                                                                                                                                        |
|------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1985, 1988, 1991, 1994                                   | <b>SERVQUAL</b>   | Bir işletmenin hizmet kalitesi performansını fark (boşluk) analizi uygulaması yoluyla ölçmek için geliştirilen bir modeldir.                                                  |
| MacKay ve Crompton, 1988, 1990                                                           | <b>RECQUAL</b>    | Eğlence hizmetlerinde hizmet kalitesinin ölçümü için kavramsal bir model olarak geliştirilmiştir.                                                                             |
| Knutson, Stevens, Wullaert, Patton ve Yokoyama, 1990<br>Patton, Stevens ve Knutson, 1994 | <b>LODGSERV</b>   | Konaklama işletmeleri için hizmet kalitesinin tanımlanması, değerlendirilmesi ve ölçümüne yönelik olarak geliştirilmiştir.                                                    |
| Cronin ve Taylor, 1992, 1994                                                             | <b>SERVPERF</b>   | Hizmet kalitesinin, performansa bağlı olarak ölçülmesi üzerine geliştirilmiştir.                                                                                              |
| Getty ve Thompson, 1994                                                                  | <b>LODGQUAL</b>   | Konaklama işletmelerinde performansa dayalı hizmet kalitesi ölçüm modelidir.                                                                                                  |
| Stevens, Knutson ve Patton, 1996                                                         | <b>DINESERV</b>   | Yiyecek içecek işletmelerinde hizmet kalitesinin ölçümünü sağlayan bir modeldir.                                                                                              |
| Tribe ve Snaith, 1998                                                                    | <b>HOLSAT</b>     | Tatilcilerin beklentileri ile tatil deneyimlerinin negatif ve pozitif yönlerini kıyaslayabilmek adına geliştirilen bir modeldir.                                              |
| Falces, Diez, Garnde ve Turnes, 1999                                                     | <b>HOTELQUAL</b>  | Konaklama işletmelerinde, algılanan hizmet kalitesinin ölçümüne yönelik bir modeldir.                                                                                         |
| Mei, Dean ve White, 1999                                                                 | <b>HOLSERV</b>    | Konaklama işletmelerinde hizmet kalitesinin ölçülmesi amacıyla geliştirilmiş bir modeldir.                                                                                    |
| Frochot ve Hughes, 2000                                                                  | <b>HISTOQUAL</b>  | Tarihi evlerin hizmet kalitesini değerlendiren bir modeldir.                                                                                                                  |
| Petrack, 2002                                                                            | <b>SERVPERVAL</b> | Turistler açısından algılanan değer; kalite, duygusal tepki, maddi değer, davranışsal değer ve itibar boyutlarında ölçülmesi amacıyla geliştirilmiş bir modeldir.             |
| Raajpoot, 2002                                                                           | <b>TANGSERV</b>   | Yiyecek-içecek işletmelerinde somut niteliklerin (ortamın sıcaklığı ve müzik gibi unsurlar, işletmenin konumu, ürün sunumu vb.) ölçülmesi amacıyla geliştirilen bir modeldir. |
| Khan, 2003                                                                               | <b>ECOSERV</b>    | Ekoturizm amacıyla seyahat eden turistlerin hizmet kalitesi beklentilerini ortaya çıkarmak için geliştirilmiş hizmet kalitesi ölçüm modelidir.                                |
| Nadiri ve Hussain, 2005                                                                  | <b>HOTELZOT</b>   | Otel işletmelerinde hizmet kalitesi değerlendirmeleri için “tolerans bölgesi” fikri ile oluşturulan modeldir.                                                                 |

Çizelge 3 - devam

|                          |                     |                                                                                                                                                                           |
|--------------------------|---------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Eraqi, 2006              | <b>TOURSERVQUAL</b> | İç ve dış müşterilerin turizm işletmelerinin hizmet kalitesini değerlendirmelerine yönelik geliştirilmiş olan bir modeldir.                                               |
| Loureiro, 2007           | <b>RURALQUAL</b>    | Kırsal alanlardaki konaklama işletmelerinin, hizmet kalitelerinin değerlendirilmesine yönelik olarak geliştirilmiş bir modeldir.                                          |
| Ryu ve Jang, 2008        | <b>DINESCAPE</b>    | Bir yiyecek-içecek işletmesinde, yemek alanının fiziksel ortamına yönelik müşteri algılarının ölçülmesi amacıyla geliştirilen bir modeldir.                               |
| Tefera ve Govender, 2016 | <b>HOTSPERF</b>     | Servqual ve Servperf ölçüm modellerinden uyarlanarak, hizmet işletmelerinin, hizmet kalitesi performansını değerlendirmek amacıyla geliştirilmiş alternatif bir modeldir. |

Çizelge 3'te yer alan hizmet kalitesi ölçüm modelleri ve içerikleri, alt başlıklarda detaylandırılmıştır.

*SERVQUAL Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli ve İçeriği*

1985'li yıllardan itibaren ilgili yazında hizmet kalitesinin ölçülmesi hususu önemli bir konu haline gelmiştir. Bununla beraber hizmet kalitesinin nasıl ölçülmesi gerektiği de çeşitli yazarlar tarafından bu yıllardan itibaren ortaya koyulmaya çalışılmıştır. Hizmet kalitesinin ölçülmesi konusunda ilgili yazına katkı sağlayan ilk model SERVQUAL modelidir (Albacete-Saez, Fuentes-Fuentes ve Llorens-Montes, 2007: 49; Giritlioğlu, 2012: 125; Pawitra ve Tan, 2003: 400). Ayrıca hizmet kalitesinde tüketici algısının ölçümünde en fazla kullanılan modellerin başında SERVQUAL modeli gelmektedir (Khan ve Su, 2003: 117; Moreri-Toteng, 2007: 107).

Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1985 yılında algılanan hizmet kalitesi modelini kavramsal olarak ortaya koymuşlardır. 1988 yılında ise söz konusu bu modeli geliştirerek, SERVQUAL olarak adlandırdıkları hizmet kalitesi ölçüm modelini ilgili yazına tanıtmışlardır (Parasuraman ve diğerleri, 1988). SERVQUAL modelinde, bir hizmete yönelik müşteri beklentileri ile hizmeti sunan işletmenin performansı arasındaki farklılık ortaya çıkarılmaktadır. Söz konusu fark, aynı zamanda hizmet kalitesinin de belirleyicisi olmaktadır (Güven ve Sarıışık, 2014: 27; Laws, 2000: 34; Yakut Aymankuy, 2005: 87).

Hizmet kalitesinin ölçülebilmesi için hizmeti kullananın beklediği hizmetle, algıladığı hizmetin de ölçülmesi gerekmektedir. Algılanan hizmetin ölçülmesi, hizmeti kullananın, beklediği hizmete ve algıladığı hizmete puan vermesiyle gerçekleştirilmektedir. Bu puanlar, SERVQUAL analizinin temelini oluşturmaktadır (Güzel Şahin, 2011: 51). SERVQUAL'a göre; bir hizmetin algı boyutu beklenti boyutundan yüksek olursa hizmetin kaliteli olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Ancak beklenti boyutu algı boyutundan yüksek olursa söz konusu hizmetin müşteri açısından arzu edilmeyen düzeyde olduğu sonucu ortaya çıkmaktadır. Yani SERVQUAL'a göre, olumlu fark müşteri memnuniyetini, olumsuz fark ise müşteri memnuniyetsizliğini ortaya koymaktadır. Aynı zamanda beklenti ile algı arasındaki matematiksel farkın büyük olması, hizmet kalitesine yönelik müşteri memnuniyetsizliğinin giderek arttığının da bir göstergesi niteliğindedir (Parasuraman ve diğerleri, 1988). Gil ve diğerlerinin (2006: 49) de değindiği gibi; kaliteli hizmet, beklenen hizmetin, algılanan hizmete en az eşit olması ya da ondan fazla olmasıyla ortaya çıkmaktadır.

SERVQUAL'da müşteriler, hizmete ilişkin beklentileri ile gerçekleşen performansı, “fiziksel unsurlar, güvenilirlik, heveslilik, yeterlilik, nezaket, inanılabilirlik, güvenlik, ulaşılabilirlik, iletişim ve müşteriye anlama” olmak üzere on boyut üzerinden değerlendirmektedirler (Awara ve Anyadighibe, 2014: 114-115; Yılmaz, 2011: 184). Ancak söz konusu bu boyutlar daha sonra genelleştirilerek, “fiziksel unsurlar, güvenilirlik, heveslilik, güven ve empati” olmak üzere beş boyutla özetlenmiştir (Brady ve Cronin, 2001: 35; Khan ve Su, 2003: 117; Min, 2015: 2-3; Yusof ve diğerleri, 2014: 3). Öte yandan; SERVQUAL'e yönelik yapılan bazı eleştirileri göz önüne alan araştırmacılar, modelin içeriğini de değiştirmişlerdir. Bu kapsamda; Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1991 yılında yaptıkları araştırma ile ölçekte yer alan 9 olumsuz soruyu olumluya dönüştürmüşlerdir. Nitekim bu sorular tüketiciler tarafından anlam verilemeyen ve kafa karışıklığına neden olan sorulardır (Giritlioğlu, 2012: 127). Böylece araştırmacılar tarafından geçerliliği ve güvenilirliği kanıtlanan SERVQUAL ölçeği, 1991 yılında son şeklini almıştır (Alakavuk, 2007: 334).

Ölçek, beş boyut altında yer alan 22 sorudan oluşmaktadır (Bufquin, DiPietro ve Partlow, 2017: 544). Bu boyutlar; “fiziksel özellikler, güvenilirlik, heveslilik, güvence ve empati”dir. Önce tüketicilerin hizmet işletmesinden bekledikleri, sonra da sunulan

hizmete yönelik algıları, aynı sorular kullanılarak, ayrı ayrı ölçülmektedir (Akdoğan; 2011: 42; Blesic, Tesanovic ve Psodorov, 2011: 1390; Çiçek ve Doğan, 2009: 204; Işın, 2013: 55-57; Lee, Lee ve Yoo, 2000: 218; Markovic ve Raspor, 2010: 202; Rezaei ve diğerleri, 2018: 87). SERVQUAL ölçeği boşluk modelini kendine temel almaktadır. Müşterilerin, hizmet tüketimi sonucunda elde ettiği deneyim ile hizmetten önceki beklentilerinin karşılaştırılması sonucu oluşan büyüklük, boşluk modelini oluşturmaktadır (Barringer, 2008: 27-28; Yıldız ve Erdil, 2013: 90). Yani bu modelde, müşterilerin hizmetten bekledikleri ile gerçekte aldıkları hizmet arasındaki farkı etkileyen beş fark bulunmaktadır (Yakut Aymankuy, 2005: 94).

Hizmet sektörünün çeşitli alanlarında yapılan ampirik araştırmalar sonucunda, SERVQUAL ölçeğine yönelik olarak çeşitli eleştiriler söz konusu olmuştur. En temel eleştiri ise SERVQUAL'ın tüm hizmet işletmelerinde uygulanabilecek standart bir ölçek olamayacağı yönünde gerçekleşmiştir. Bu yönüyle SERVQUAL, avantajları yanında dezavantajları da olan bir ölçüm modelidir (Blešic ve diğerleri, 2011: 1389; Ertürk, 2011: 84-85).

#### *RECQUAL Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli ve İçeriği*

RECQUAL ölçeği, ilk olarak 1988 yılında Mackay ve Crompton tarafından, eğlence hizmetlerinde hizmet kalitesinin ölçümü için kavramsal bir çerçevede ele alınarak geliştirilmiştir (Ertürk, 2011: 96; Mackay ve Crompton, 1988). Farklı rekreasyon hizmetlerinde, hizmet kalitesinin değerlendirilmesi noktasında SERVQUAL modelinin yetersiz kalacağını vurgulayan Mackay ve Crompton, yeni bir ölçek geliştirmeye yönelik ihtiyacı gidermek adına 1990 yılında RECQUAL ölçeğini geliştirmişlerdir (Prabaharan, Arulraj ve Rajagopal, 2008: 14).

#### *LODGSERV Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli ve İçeriği*

LODGSERV; Knutson, Stevens, Wullaert, Patton ve Yokoyama tarafından 1990 yılında geliştirilmiştir ve hizmet kalitesinin ölçülmesinde SERVQUAL ve SERVPERF'e göre daha az tercih edilmektedir. Ölçeğin amacı; konaklama işletmelerindeki hizmet kalitesini ölçmektir (Armstrong, Connie ve Go, 1997: 183;

Knutson ve diğlerleri, 1990; Öncü ve diğlerleri, 2010: 243-244). LODGSERV ölçeğinde, SERVQUAL ölçeğinde yer alan “fiziksel özellikler, güvenilirlik, heveslilik, güven ve empati” şeklindeki beş boyut aynen kullanılmıştır. Ölçekte, söz konusu bu boyutlara ilişkin 26 ifadeye yer verilmiştir (Barringer, 2008: 31-32; Gürsoy, Uysal, Sirakaya-Türk, Ekinci ve Baloğlu, 2014: 166; Güven ve Sarıışık, 2014: 28).

#### *SERVPERF Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli ve İçeriği*

Cronin ve Taylor (1992), hizmet kalitesinin ölçümünde, yalnızca algılanan performansın yeterli olduğunu belirterek, performansa dayalı bir ölçüm aracı olan SERVPERF’i geliştirmişlerdir. Yani Cronin ve Taylor, bu modelde, beklentileri ve önem ağırlıklarını ihmal etmektedirler. SERVPERF’e göre; hizmet kalitesini bir müşteri davranışı olarak kavramsallaştırmak mümkündür. Bu nedenle SERVPERF ölçeğinde müşteri beklentileri dikkate alınmamaktadır (Serçek ve Özeltin, 2012: 503; Yeşilyurt, 2011: 64). Başka bir deyişle; SERVPERF’de hizmet kalitesi, performansa eşitlenmektedir (Lee ve diğlerleri, 2000: 219; Türk, 2009: 402).

Hizmetle beraber somut bir ürünün de sunulduğu durumlarda SERVPERF ölçeği daha geçerli bir ölçek olarak kabul edilmektedir. Nitekim beş boyut altında (fiziksel özellikler, güvenilirlik, heveslilik, güven ve empati), 22 sorudan oluşan SERVPERF ile hizmet kalitesi ve müşteri tatmini ilişkisinin nedensel sırası da ortaya çıkarılmaktadır (Arslantürk, 2010b: 66-67; Cronin ve Taylor, 1992: 56; Giritlioğlu, 2012: 140).

#### *LODGQUAL Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli ve İçeriği*

SERVQUAL’ın, hizmet işletmelerinin tamamında uygulanabilecek standart bir ölçek olamayacağı yönündeki görüşler, araştırmacıları daha spesifik ölçekler geliştirmeye yönlendirmiştir. Bu durumun bir sonucu olarak da 1994 yılında, Getty ve Thompson tarafından LODGQUAL ölçeği geliştirilmiştir (Wadawi, Herbst ve Bresler, 2011: 1096; Zamri, Jamin ve Akhuan, 2015: 54). Söz konusu ölçek maddeleri, SERVQUAL ölçeğini temel almakta ve otel işletmeleri için hizmet kalitesini ölçmektedir (Amin ve diğlerleri, 2013: 117).

LODGQUAL modelinde, hizmetten yararlananların sadece algıladıkları performans düzeyi ölçülmektedir. Bir diğer ifadeyle, tüketicilerin hizmetten beklediklerine yönelik bir değerlendirme söz konusu değildir (Gil ve diğerleri, 2006: 50). Model, 3 boyut (fiziksel unsurlar, güvenilirlik ve iletişim) ve 26 maddeden oluşmaktadır (Ali, 2015: 39; Ho, Feng ve Yen, 2014: 224; Zamri ve diğerleri, 2015: 54).

#### *DINESERV Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli ve İçeriği*

DINESERV; Stevens, Knutson ve Patton tarafından (1995) geliştirilen bir hizmet kalitesi ölçüm aracıdır. Ölçekte, SERVQUAL ölçeğinde yer alan maddeler, yiyecek-içecek işletmelerine uyarlanarak geliştirilmiştir. DINESERV hizmet kalitesi ölçüm modeli; 29 madde ve 5 boyuttan (fiziksel özellikler, güvenilirlik, heveslilik, güvence ve empati) oluşmaktadır (Bufquin ve diğerleri, 2017: 544; Güven ve Sarıışık, 2014: 28; Kim, McCahon ve Miller, 2003: 69-70; Lee, Lee ve Dewald, 2016: 24; Öncü ve diğerleri, 2010: 244). DINESERV’de, yiyecek-içecek işletmesi müşterilerinin en çok önem verdikleri hizmet kalitesi boyutlarının sırasıyla; güvenilirlik, fiziksel özellikler, güvence, heveslilik ve empati olduğu ifade edilmektedir (Barringer, 2008: 33; Stevens, Knutson ve Patton, 1995). Bu çerçevede; fiziksel özellikler, ekipman ve personelin görünümü gibi hususları içerirken; güvenilirlik, hizmeti gerçekleştirirken doğru sözlü ve yetenekli olmayı ifade etmektedir. Ayrıca hızlı servis yapmak ve müşterilere yardımda gönüllü olmak, heveslilik boyutunu; çalışanların bilgi ve becerilerine güvenmek güvence boyutunu ve bireyselleştirilmiş dikkat ve ilgi, empati boyutunu ifade etmektedir (Kurnaz, 2011: 42).

Son yıllarda yapılan araştırmalarda (Kılıç ve Bekar, 2012; Markovic, Raspor ve Segaric, 2010; ) DINESERV boyutları; yemek kalitesi, personel, atmosfer, uygunluk, fiyat-değer, lavabo ve tuvalet, şikayet bildirimi, servis kalitesi, hizmet ve sanitasyon, menü çeşitliliği, porsiyon büyüklüğü, evinde gibi hissetme vb. olarak ele alınmıştır (Bekar ve Kılıç, 2015: 4).

### *HOLSAT Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli ve İçeriği*

Bu model, ilgili yazında yer alan hizmet beklentileri ile hizmet kalitesi ve memnuniyet kavramları arasındaki mevcut karmaşanın ortadan kaldırılması amacıyla geliştirilmiştir (Bulgan, 2010: 65; Emir, 2007: 145; Yussof, Bahauddin ve Mohamed, 2012: 2566). HOLSAT, belirli destinasyonlarda turistlerin memnuniyet derecelerinin (beklenti ve deneyimlerin olumlu ve olumsuz yönleri) ölçümünde kullanılabilmektedir (Alegre ve Garau, 2010: 57; Moreri-Toteng, 2007: 108; Tribe ve Snaith, 1998). İlk defa Küba'nın Varadero tatil bölgesinde uygulanmış olan HOLSAT (HOLiday SATisfaction), Tribe ve Snaith (1998) tarafından geliştirilen bir modeldir (Meimand, Khalifah ve Hakemi, 2013: 5595). HOLSAT modelinde toplam 56 madde ve "destinasyonun fiziki imkanları, atmosfer, rekreasyon imkanları, ulaşım ve transfer, tarihi ve kültürel doku ile konaklama olanakları" şeklinde 6 boyut yer almaktadır (Ceylan ve Özçelik, 2016: 3; Tribe ve Snaith, 1998: 29).

### *HOTELQUAL Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli ve İçeriği*

Falces, Diez, Garnde ve Turnes tarafından 1999 yılında geliştirilen HOTELQUAL; konaklama işletmeleri için hizmet kalitesinin ölçülmesinde kullanılmaktadır (Alen ve diğerleri, 2006: 248). Algılanan hizmet kalitesine yönelik bir değerlendirme yapılmasını olanaklı kılan HOTELQUAL modeli, 20 maddeli olarak tasarlanarak, SERVQUAL hizmet kalitesi ölçüm modelinin yapılandırılmış hali olarak ortaya çıkmıştır (Kılıç ve Eleren, 2009: 104; Loureiro ve Gonzalez, 2009: 36).

### *HOLSERV Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli ve İçeriği*

SERVQUAL ölçeğinde yer alan maddelerin bazıları değiştirilmek, bazıları da tamamen kaldırılmak suretiyle oluşturulan HOLSERV ölçeğinde ise konaklama işletmelerinde hizmet kalitesinin ölçülmesi amaçlanmaktadır (Ertürk, 2011: 95). Ölçeğe toplamda sekiz yeni madde eklenip, üç madde de ölçekten çıkarılmıştır. Bu çerçevede; Mei, Dean ve White tarafından, 1999 yılında geliştirilen HOLSERV ölçeği, üç boyut, 27 maddeden oluşmaktadır ve söz konusu maddeler, daha çok konaklama işletmesi çalışanlarının özelliklerine yöneliktir (Ali, 2015: 40; Amin,

Yahya, Ismayatim, Nasharuddin ve Kassim, 2013: 117; Dedeoğlu, 2012: 49; Markovic ve Raspor, 2010: 198).

#### *HISTOQUAL Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli ve İçeriği*

HISTOQUAL; tarihi evlerin hizmet kalitesini değerlendiren bir model olarak, Frochot ve Hughes tarafından 2000 yılında geliştirilmiştir (Conde ve diğerleri, 2013: 13). 24 madde ve 5 boyuttan (yeterlilik, fiziki özellikler, iletişim, kullanılabilirlik ve empati) oluşan HISTOQUAL, SERVQUAL ölçeğinden uyarlanarak hazırlanmış bir ölçektir ve SERVQUAL ölçeğinin aksine sadece algıyı değerlendirmektedir. Bir başka ifadeyle; sunulan hizmetin ziyaretçiler tarafından nasıl algılandığı ile performans derecesi değerlendirilmektedir (Ertürk, 2011: 102; Ladhari, 2008: 71; Pop ve Borza, 2016: 226). Ancak bu görüşün aksini ifade eden araştırmalar da bulunmaktadır. Nitekim Markovic, Raspor ve Komsic (2013) tarafından yapılan bir araştırmada, HISTOQUAL ölçeği kullanılarak müze ziyaretçilerinin hem algı hem de beklentileri ölçülmüştür.

#### *SERVPERVAL Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli ve İçeriği*

SERVQUAL ölçeği dikkate alınarak geliştirilen bir diğer ölçek ise SERVPERVAL ölçeğidir. 2002 yılında Petrick tarafından geliştirilen ölçek, 25 madde ve 5 boyuttan (kalite, duygusal tepki, maddi değer, davranışsal değer ve itibar) oluşmaktadır. Kalite boyutu ile hizmetin kalitesi, güvenilirliği ve tutarlılığı değerlendirilmektedir. Duygusal tepki boyutu ile müşterilerin hizmete yönelik bilişsel duyguları ele alınmakta; mutluluk, zevk gibi hisleri ölçülmektedir. Hizmet satın alınırken söz konusu olan finansal durum, maddi değer boyutu ile ölçülürken; hizmeti satın alırken gerekli zaman ve çaba gibi finansal olmayan maliyetler de davranışlar değer boyutu ile değerlendirilmektedir. İtibar boyutu; hizmetin satın alınması ile meydana gelen sosyal durumu ifade etmektedir (Petrick, 2002; Wong ve Guillet, 2018: 784). SERVPERVAL ile kaliteli bir ürün ya da hizmetin mükemmelliği hususunda tüketici yargılarının tespit edilmesi hedeflenmektedir. Ayrıca müşteri memnuniyeti ve tekrar satın alma arasındaki ilişkiyi belirlemek de hedeflenenler arasında yer almaktadır (Petrick, 2004; Sandhu ve Bala, 2011: 221; Sato ve diğerleri, 2018: 177).

### *TANGSERV Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli ve İçeriği*

2002 yılında, Raajpoot tarafından geliştirilen TANGSERV; yiyecek-içecek işletmelerinde, hizmet kalitesinin ölçülmesine odaklanmaktadır (Shahzadi, Malik, Ahmad ve Shabbir, 2018: 637). Yiyecek-içecek işletmelerinde somut niteliklerin ölçülmesi amacıyla geliştirilen bu model, 3 boyuttan (düzen ve tasarım, hizmet ve ürün, sosyal atmosfer) oluşmaktadır (Raajpoot, 2002: 118; Wu ve Mohi, 2015: 361). TANGSERV modeli; birtakım sosyal faktörlerin (kalabalıklaşma, müşteri uyumluluğu ve çalışan davranışları gibi), akşam yemekleri için önemli olabileceğini ifade eden ilk model olma özelliğini taşımaktadır (Bufquin, Partlow ve DiPietro, 2015: 227).

İlgili yazında söz konusu modelin yararlılığını değerlendirmek adına yapılmış araştırmalar mevcuttur. Bunlardan biri Kincaid, Baloglu, Mao ve Busser tarafından yapılmıştır. 2010 yılında gerçekleştirilen bu araştırmada; TANGSERV modeli, beş boyut (yemek ve servis, personel, sosyal ortam, temizlik ve erişilebilirlik) ve 21 maddeli olarak kullanılmıştır. Bu doğrultuda, elde edilen maddi kalitenin, duyuşsal kaliteye yol açtığını öne süren yazın taramasına dayalı bir model geliştirilmiştir (Bufquin ve diğerleri, 2015: 229-230; Kincaid ve diğerleri, 2010).

### *ECOSERV Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli ve İçeriği*

Khan, 1996 yılında yapmış olduğu bir araştırmada; ekoturistlerin çevresel tutumları ile çevresel davranışları, seyahat motivasyonları ve hizmet kalitesi algıları arasındaki ilişkiyi ortaya koymayı amaçlamıştır. Söz konusu araştırma sonucunda; ekoturistlerin hizmet kalitesi algıları (algıladıkları hizmet kalitesi) ile çevresel tutumları ve seyahat davranışları arasında önemli bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Bu araştırmada, ekoturistlerin algıladıkları hizmet kalitesinin değerlendirilmesine ilişkin olarak ECOSERV ölçüm modeli geliştirilmiştir. Ayrıca Khan (2003: 114); ekoturistlerin kitle turistlerinden farklı olduğunu, bu sebeple hizmet kalitesinden beklentilerinin de ayrı bir ölçme aracılığıyla değerlendirilmesi gerektiğinin altını çizmektedir.

Khan (1996, 2003) tarafından geliştirilen ECOSERV ölçüm modeli; ekoturizm amacıyla seyahat eden turistlerin kalite beklentilerini de ortaya çıkarmayı

amaçlamaktadır. Modelde, “eko-fiziksel özellikler, güvenilirlik, heveslilik, güvence, empati ve fiziksel özellikler” şeklinde 6 boyut ve 30 madde kullanılmıştır (Bastic ve Gojcic, 2012: 1013; Saayman, Martin ve Roman, 2016: 1209). Yani bu ölçekte, SERVQUAL boyutlarına ilave olarak “eko-fiziksel özellikler” ismiyle yeni bir boyut eklenmiştir (Sapari, Shuib, Ramachandran ve Afandi, 2013: 29). Eko-fiziksel özellikler; ekoturistlerin beklentilerine yönelik fiziki varlıkları ifade etmektedir (Aziz, Aziz, Isa ve Ismail, 2015: 3; Khan ve Su, 2003: 118; Ladhari, 2008: 73; Said ve diğerleri, 2013: 65; Sunarti ve Hartini, 2015: 623).

#### *HOTELZOT Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli ve İçeriği*

HOTELZOT; otel işletmelerinde hizmet kalitesini değerlendirmek için geliştirilen hizmet kalitesi ölçüm modelidir (Chiu, 2013: 18). Model, Nadiri ve Hussain tarafından 2005 yılında geliştirilmiştir. Modelde, beklenen hizmet ile yeterli hizmet arasındaki fark olarak, oteller için tolerans aralığı hesaplanmıştır (Nadiri ve Hussain, 2005). Model, 23 maddeden oluşmaktadır ve söz konusu maddelerin 22 tanesi SERVQUAL ölçeğinde yer alan orijinal maddelerin, modele adapte edilmesiyle elde edilmiştir (Kılıç ve Eleren, 2009: 101).

#### *TOURSERVQUAL Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli ve İçeriği*

Turizm işletmelerinin sürdürülebilir bir geleceğe ulaşması için sadece bir hizmeti yerine getirmesi yeterli olmamaktadır. Bu durumda turist memnuniyeti başta olmak üzere rekabet avantajı elde edebilmek adına, hizmet kalitesine önem verilmesi gerekmektedir. TOURSERVQUAL modeli, buradan hareketle geliştirilmiş, hem iç (personel) hemde dış müşterilerin (turistlerin) hizmet kalitesine yönelik algılarının ölçülmesi amaçlanmıştır (Eraqi, 2006; Zyl, 2017: 66). Söz konusu model ile konaklama işletmesinin hizmet kalitesine yönelik tutumu, iş ortamının çalışanlara uygunluğu ve personel eğitimi için yaratılan fırsatlar gibi konularda iç müşterilerin hizmet kalitesi algıları değerlendirilmektedir (Eraqi, 2006: 484; Parvin, Perveen ve Afsana, 2014: 26). Öte yandan; konaklama işletmesindeki hizmetin seviyesi, ülke içi ulaşım olanakları, turizm hizmetlerinin fiyatı ve destinasyonu tekrar ziyaret etme eğilimleri gibi başlıklar ile turistlerin hizmet kalitesinden memnuniyet düzeyleri ölçülmektedir (Kılıç ve Eleren, 2009: 102-103).

### *RURALQUAL Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli ve İçeriği*

Kırsal turizm sektöründe hizmet kalitesine verilen önem gün geçtikçe artmaktadır. Nitekim kırsal alanlarda turizm sektöründen gelir elde etmek, turizm işletmelerinin hizmet kalitesine bağlıdır. Bu kapsamda, kırsal alanlardaki turizm işletmelerinin hizmet kalitesini ölçmek amacıyla, Loureiro tarafından 2007 yılında, 22 maddeden oluşan RURALQUAL modeli geliştirilmiştir (Choi ve diğerleri, 2018: 1-3; Loureiro ve Gonzalez, 2009: 41). RURALQUAL ölçüm modeli ile aynı zamanda kırsal turistlerin hizmet kalitesine ilişkin performans algıları da değerlendirilmektedir (Loureiro ve Kastenholz, 2011: 578).

Model; profesyonellik (işletme yöneticilerinin çalışanlara yönelik tutumu, çalışanların samimiyeti, işletmenin temizliği vb.), temel arz olanakları (kültürel etkinliklere erişim, kırsal ortamın doğal güzelliği vb.), kırsal ve bölgesel çevre (geleneksel ürünlerin/bölgesel gastronomik unsurların varlığı vb.), tamamlayıcı arz olanakları (rezervasyon imkanı, yerel festivaller, kültürel etkinlikler vb.) ve somut unsurlar (fiziksel mekan tasarımı, konforlu mobilyalar vb.) olmak üzere 5 boyutta hizmet kalitesini ölçmektedir (Loureiro ve Gonzalez, 2009: 42-43).

### *DINESCAPE Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli ve İçeriği*

Bireylerin yiyecek-içecek ihtiyaçlarında meydana gelen değişimler (yemek sunumunda mükemmelliği arzulamaları vb.), yiyecek-içecek işletmelerini de farklılaşma arayışına yönlendirmektedir. Nitekim yiyecek-içecek işletmeleri artık sadece yemek yenilen mekanlar değil, yiyecek deneyimlerinin yaşandığı hedonik tüketim noktaları olarak değerlendirilmektedir. Söz konusu bu durum, yiyecek-içecek işletmelerine yönelik hizmet kalitesinin ölçülmesini zorunlu hale getirmektedir (Lee ve diğerleri, 2016: 21). Bu noktada; yemek yeme ortamına ilişkin müşteri algılarını ölçme aracı olarak Ryu ve Jang tarafından 2008 yılında geliştirilen geliştirilen DINESCAPE modelinden bahsetmek mümkündür. DINESCAPE ölçüm modelinde; çok maddeli bir ölçek aracılığıyla, yiyecek-içecek işletmelerinin fiziksel ortamı değerlendirilmektedir (Shahzadi ve diğerleri, 2018: 637). Kısacası DINESCAPE, yiyecek-içecek işletmesi sahiplerine/yöneticilerine, müşterilerin, işletmenin fiziksel ortamını nasıl algıladıklarına dair önemli bir ipucu vermektedir (Ryu ve Jang, 2008:

20). DINESCAPE; işletmenin estetik özellikleri, sosyal atmosfer, aydınlatma unsurları, masa sunumu, düzen, servis personeli olmak üzere 6 boyutlu bir ölçme aracıdır (Markovic, Komsic ve Dorcic, 2015: 138).

#### *HOTSPERF Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli ve İçeriği*

Tefera ve Govender, SERVQUAL ve SERVPERF modellerine alternatif olarak geliştirdikleri HOTSPERF modeline, üç yeni madde eklemişlerdir. Bu şekilde 25 madde ve 2 boyuttan (somut değerler, soyut değerler) oluşan HOTSPERF modeli ile konaklama işletmeleri için hizmet kalitesi ölçümünü daha uygun/anlaşılır hale getirmeyi amaçlamışlardır (Tefera ve Govender, 2016: 4). Bu kapsamda, konaklama işletmesi müşterilerinin hizmet kalitesine yönelik algılarının tespit edilmesi amacıyla kullanılan HOTSPERF; farklı özelliklere sahip konaklama işletmeleri arasında kıyaslama yapma imkanını da ortaya çıkarmaktadır (Tefera ve Migiro, 2018).

#### **2.1.5.9. Hizmet Kalitesi İle Müşteri Memnuniyeti Arasındaki İlişki**

Bir ürün ya da hizmetten yararlanan nihai tüketici veya kullanıcı olarak ifade edilen müşteri, günümüzde işletmelerin varlıklarını sürdürebilmek için ihtiyaç duydukları önemli kaynakların başında gelmektedir (Korkmaz, 2013: 4; Şimşek, 2006: 79). Memnuniyet ise, istediklerimiz ile elde ettiklerimiz arasındaki farktan yola çıkarak açıklanabilmektedir (Aymankuy, Akgül ve Akgül, 2012: 227; Eker, 2007: 7). Bu durumda müşteri memnuniyeti; hizmetten yararlanan nihai tüketicinin beklentilerinin karşılanması durumunda söz konusu hizmetten olumlu düzeyde tatmin olmasıdır (Değirmenci, 2011: 14; Güzel, 2006: 94). Müşteri memnuniyeti aynı zamanda bir satınalma sonrası davranışı olarak ele alınmaktadır. Şöyle ki; tüketicinin hizmeti tecrübe ettikten sonraki hislerini yansıtmaktadır (Durmaz, 2011: 11; Sav, 2008: 65).

Günümüzde hizmetler ve hizmet sunanların nicelik olarak çeşitlendiğini söylemek mümkündür. Bu ortamda müşteriler artık daha seçici davranmakta, memnun kalmadıkları ya da beğenmedikleri hizmet karşısında, farklı seçenekleri değerlendirme davranışı sergilemektedirler. Dolayısıyla, ancak müşteriyi memnun edebilen işletmelerin, söz konusu bu rekabet ortamında başarıya ulaşabilmeleri söz

konusudur. Bu durumda işletmelerin, müşteri istek ve beklentilerini iyi bilmeleri, bu istek ve beklentileri karşılayabilmek için çaba göstermeleri gerekmektedir. Hizmetlerin, müşterinin istek ve beklentilerini karşılamasının yanısıra bu istek ve beklentilerin ötesine geçmesiyle de memnun müşteri profiline sahip olunabilmektedir (Aksu, 2012: 72; Çelik, 2012: 33-34; Küçük, 2016: 308).

Memnuniyet söz konusu olduğunda, müşterinin tekrar o hizmetten yararlanma eğilimi artmaktadır. Bu eğilimi artırmada sunulan hizmetin kaliteli olarak algılanması büyük önem taşımaktadır. Başka bir deyişle, hizmet kalitesi, müşteri memnuniyetini artırıcı bir etkiye sahiptir (Eker, 2007: 47; Sapari ve diğerleri, 2013: 27; Sav, 2008: 112). Chao (2008: 96) tarafından yapılan bir alan araştırmasında hizmet kalitesinin tekrar satın alma davranışı üzerinde olumlu etkisi olduğu belirtilmiştir. Ayrıca her zaman beklediği hizmetin karşılanması arzusunda olan müşteri, beklediğinin aksi gerçekleştiğinde memnuniyetsizlik yaşayabilmektedir (Morero-Toteng, 2007: 76-78; Öztürk ve Seyhan, 2005: 170). Konu turizm sektörü açısından ele alındığında; müşteri memnuniyeti, destinasyon seçimi başta olmak üzere, hizmetlerin tüketiminde ve tekrar satın alma kararlarında etkili olmaktadır (Abebaw ve Endeshaw, 2018: 15; B. Çetin 2015: 32; Perera ve Vlosky, 2013: 6).

İlgili yazındaki araştırmalar (Ali, 2015: 40; Avcı ve Sayılır, 2006: 122; Lai ve Hitchcock, 2017: 107; Pandey ve Joshi, 2010: 73) müşteri memnuniyeti ile hizmet kalitesi arasındaki sıkı bağlantıyı ortaya koymaktadır. Lee, Lee ve Yoo (2000), hizmet kalitesinin müşteri memnuniyetine etkisini incelemişlerdir. Yapılan araştırmanın sonucunda; müşterilerin almış olduğu hizmetin kalitesinin müşterilerin memnuniyetine önemli derecede etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Bigne, Sanchez ve Sanchez (2001) tarafından yapılan bir araştırmada da benzer sonuca ulaşılmıştır. Qu, Ryan ve Chu (2000) tarafından yapılmış olan bir diğer araştırmada; Hong-Kong'taki otellerden hizmet alan müşterilerin algılanan hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti üzerindeki etkisi incelenmiştir. Otellerde konaklayan 402 müşteri üzerinde gerçekleştirilen araştırmada, algılanan hizmet kalitesinin müşteri memnuniyetine önemli derecede etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Shi ve Su (2007) ise Çin’de bulunan dört yıldızlı bir otel işletmesinde konaklayan 187 müşteriye yönelik olarak, otel hizmet kalitesi boyutlarının hangisinin müşteri memnuniyetini en yüksek oranda etkilediğini tespit etmek amacıyla bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Araştırmada, otel hizmet kalitesi boyutları; “resepsiyon hizmetleri, müşteri odaları ve restoran hizmetleri” olmak üzere üç boyutta incelenmiş olup, bu hizmetler içerisinde müşteri memnuniyetine en yüksek oranda etki eden hizmet kalitesi boyutunun “resepsiyon hizmetleri” olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

#### **2.1.5.10. Hizmet Kalitesi İle Müşteri Sadakati Arasındaki İlişki**

Sadakat, bir işletmenin hizmetlerinden yararlanmak üzere müşterilerin tercihlerindeki eğilim olarak ifade edilebilmektedir. Söz konusu bu eğilim marka bağlılığına yol açan psikolojik bir süreç olarak ele alınabilmektedir (Küçük, 2016: 329). Müşteri sadakati kavramı, günümüz işletmeleri açısından hayati önem taşıyan müşteriler sayesinde ortaya çıkmıştır. Nitekim işletmeler artık mevcut müşterilerini elde tutabilmek ve onları sadık birer müşteri haline getirebilmek için, müşteri sadakati kavramına ciddi önem vermektedirler (Aksu, 2012: 80).

Sadakat, en üst düzeyde tatmin olmuşluk demektir. Sadakatin temel öncelikleri ise tatmin, güven ve algılanan değer olarak ifade edilmektedir (Değirmenci, 2011: 14; Yükselen, 2013: 34). İlgili yazındaki araştırmaların sonucu (Aksu, 2012: 90; Hacıfendioğlu ve Koç, 2009: 149; Moisescu ve Gica, 2013: 3) göstermektedir ki; müşteri sadakatının sağlanmasında temel unsurların başında müşteri memnuniyeti gelmektedir. Yani bu durumda, müşteri sadakatını geliştirmenin ana koşulu olarak müşteri memnuniyeti karşımıza çıkmaktadır. Nitekim bir müşterinin memnun olması, aynı zamanda hizmetten beklentisinin düzeyiyle de alakalıdır (Sav, 2008: 117). İşte bu noktada, müşteri sadakati ile hizmet kalitesi arasında sıkı bir ilişki olduğu ortaya çıkmaktadır. Shoemaker ve Lewis (1999), tarafından yapılan bir araştırma sonucunda; hizmet kalitesinin müşteri sadakatine önemli derecede etkisinin olduğu ortaya koyulmuştur.

Kandampully ve Suhartanto (2003), Yeni Zellanda, Christchurch’deki otel işletmelerinde algılanan hizmet kalitesi sonucu ortaya çıkan memnuniyet ve otelin

imajının müşteri sadakatine bir etkisinin olup olmadığını araştırmışlardır. Otel hizmet kalitesinin resepsiyon, yiyecek-içecek, kat hizmetleri ve fiyat unsurları olarak 4 boyutta incelendiği araştırma, 5 otelde konaklayan 106 müşteri üzerinde gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın sonucunda; hizmet kalitesi sonucu ortaya çıkan memnuniyet ve işletme imajının müşteri sadakatine önemli derecede etkisi olduğu tespit edilmiştir.

Yıldırım (2005) ise Gönen’de konaklayan termal otel müşterilerinin müşteri sadakatini etkileyen faktörlerin neler olduğunun tespit edilmesine yönelik bir araştırma gerçekleştirmiştir. Gönen’de termal otellerde konaklayan 166 Türk müşteri üzerinde gerçekleştirilen araştırmanın sonucunda; müşteri sadakatine etki eden en önemli unsurun hizmet kalitesi olduğu sonucu ortaya çıkmıştır.

Liat ve Rashid (2011) tarafından yapılan araştırmada, Malezya otellerinde sunulan hizmet kalitesinin müşteri memnuniyetine; müşteri memnuniyetinin ise işletmenin imaj ve müşteri sadakatine etkisi ortaya koyulmaya çalışılmıştır. Malezya’da değişik otellerde konaklayan ve Kuala Lumpur havaalanından ülkeyi terk eden 500 turiste yönelik olarak gerçekleştirilen araştırmada, hizmet kalitesi süreç ve sonuç kalitesi olmak üzere iki boyutta incelenmiştir. Araştırmanın sonucunda, her iki kalite boyutunun müşteri memnuniyetine etkisi olduğu tespit edilirken; otel işletmelerinde hizmet kalitesi sonucu ortaya çıkan müşteri memnuniyetinin, otelin imajı ve müşteri sadakatine de önemli derecede etkisi olduğu ortaya koyulmuştur.

Işın (2012) tarafından hizmet kalitesinin müşteri sadakati üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla yapılan bir başka araştırmanın sonuçlarına göre; müşteri sadakatini etkileyen boyutlar arasında en önemli boyut “güvenilirlik” boyutu olarak belirlenirken, bu boyutu sırasıyla “fiziksel özellikler”, “empati” ve “güvence” boyutları takip etmiştir. Araştırmada, hizmet kalitesi algılamalarının müşteri sadakati üzerinde olumlu bir etkisi olduğu tespit edilmiştir.

## 2.2. İlgili Araştırmalar

Çalışmanın ilgili araştırmalar bölümünde; hizmet kalitesi ve ekoturizm ile ilgili yapılan araştırmalar ve bu araştırmaların sonuçları yer almaktadır. İlgili araştırmalar bölümü 2 başlıktan oluşmaktadır. Bu başlıklardan ilkinin hizmet kalitesi üzerine yapılan araştırmaların incelenmesi oluştururken; ikinci başlığı, ekoturizmde hizmet kalitesi üzerine yapılan araştırmaların incelenmesi oluşturmaktadır.

### 2.2.1. Hizmet Kalitesi İle İlgili Araştırmalar

Sosyal bir olay olması, heterojen bir yapıya sahip olması ve üretim ile tüketimin aynı anda gerçekleşmesi gibi bazı temel özellikleri sebebiyle hizmetlerin kalitesini ölçmek oldukça zordur (Eker, 2007: 28; Giritlioğlu, 2012: 153; Noorazlan, Aziz ve Isa, 2015: 129). Dolayısıyla bütün hizmetler için tek bir ölçme aracından bahsetmek mümkün değildir. Zira bir hizmet için etkili bir şekilde kullanabilen bir ölçüm modeli diğer hizmet türü için etkili olmamaktadır (Güzel, 2006: 157; Kurnaz, 2011: 31-32). Bu kapsamda ilgili yazında hizmet kalitesine yönelik olarak gerçekleştirilen araştırmaların çoğunluğunda SERVQUAL ölçeğinin kullanıldığını söylemek mümkündür. Söz konusu ölçüm aracı kullanılarak gerçekleştirilen araştırmalarda uygulama alanı olarak genellikle oteller tercih edilmiştir.

Çizelge 4'te hizmet kalitesine yönelik olarak gerçekleştirilen araştırmaların genel amacı ve bulgularına ilişkin bilgilere yer verilmektedir. Çizelge 4'e göre; araştırmalarda, amaçlananlar doğrultusunda ölçek tercihi yapılarak, uygulamalar gerçekleştirilmiştir. Örneğin; hizmet kalitesini boşluk analizi ile ölçmeyi amaçlayan araştırmacılar, SERVQUAL ölçeğini kullanırken; hizmet kalitesini performansa göre ölçmeyi amaçlayanlar SERVPERF'i kullanmışlardır. SERVQUAL, en yaygın kullanıma sahip ölçek olarak tespit edilmiştir. Bunun yanı sıra tarihi evlerin ya da müzelerin hizmet kalitesinin ölçülmesine yönelik araştırmalarda HISTOQUAL ve yiyecek-içecek işletmelerinin hizmet kalitesinin ölçülmesine yönelik araştırmalarda ise DINESERV ölçeğinin kullanıldığı tespit edilmiştir. Destinasyonlara ilişkin ekoturizmde hizmet kalitesi ölçümlerinde ise ECOSERV ölçeği tercih edilmiştir.

**Çizelge 4.** Hizmet Kalitesinin Ölçülmesine Yönelik Olarak Gerçekleştirilen Araştırmalar

| Yazar/lar                       | Araştırmanın Genel Amacı                                                                                                                                                                                           | Kullanılan Ölçek | Araştırma Bulguları                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|---------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Heung ve Wong (1997)            | Hongkong'taki otellerden hizmet alan iş ve eğlence turistlerinin, otel hizmet kalitesinden beklentilerinin belirlenmesi amaçlanmıştır.                                                                             | LODGSERV         | İş turistlerinin hizmet kalitesinden beklenti düzeylerinin, tatil turistlerinin beklenti düzeyine göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Hem iş hem de eğlence turistleri için en çok beklenen hizmet kalitesi boyutu ise "güvenilirlik"tir.                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Mei, Dean ve White (1999)       | Avustralya'da yer alan beş otel işletmesinde hizmet kalitesinin ölçülmesi amaçlanmıştır.                                                                                                                           | HOLSERV          | "Personel, fiziksel imkanlar ve güvenilirlik", hizmet kalitesinin üç önemli boyutu olarak ortaya çıkmış ve bunlardan en önemli boyutun "personel" olduğu belirlenmiştir.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Tsang ve Qu (2000)              | Çin'in Şangay, Guangzov ve Pekin şehirlerindeki otel işletmelerinde hizmet kalitesinin ölçülmesi amaçlanmıştır.                                                                                                    | SERVQUAL         | 35 hizmet kalitesi maddesinin 34'ünün otel işletmeleri tarafından karşılanamadığı tespit edilmiştir.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Atılğan (2001)                  | Antalya'da hizmet veren seyahat acentelerinin (Diana ve Tez Tur) hizmet kalitesi düzeylerinin beirlenerek, Alman ve Rus turistlerin algıları arasındaki hizmet kalite boşluklarının tespit edilmesi amaçlanmıştır. | SERVQUAL         | Hem Alman hem de Rus turistler için hizmet algılamaları, beklentilerinin altında kalmıştır. Ayrıca Rus turistlerin hizmetten beklentileri, Alman turistlerden daha yüksek çıkmıştır.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Atılğan, Akıncı ve Aksoy (2003) | Antalya'ya gelen Alman ve Rus turistlerin hizmet kalitesinden beklentileri ve memnuniyetlerini değerlendirmek amacıyla yapılmıştır.                                                                                | SERVQUAL         | Hem Alman turistler hem de Rus turistler arasında hizmet kalitesinin iki boyutunda farklı algılamalar söz konusu olmuştur. Alman turistler "empatiyi" etkisiz olarak algılarken; Rus turistler olumlu algılamışlardır. Ayrıca Alman turistler "güvenilirliği" çok zayıf algılarken; Rus turistler mükemmel bulmuştur. Memnuniyet durumunda ise Almanlar, "güvenilirliği" ve "güvenliği" en önemli memnuniyet unsuru olarak görürken; Rus turistler "güvenilirliği" ve "hevesliliği" önemli görmüşlerdir. |

Çizelge 4 - devam

|                                |                                                                                                                                                                                                                   |          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|--------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Douglas ve Connor (2003)       | İrlanda'da bulunan otel yöneticilerinin, müşteri beklentilerini algılamaları ile müşterilerin beklentileri arasındaki ilişkinin ölçülmesi amaçlanmıştır.                                                          | SERVQUAL | Yönetici algılamalarında "fiziksel unsurlar" önemliyken, müşteri beklentilerinde ise "güvence" ilk sırada gelmektedir.                                                                                                                                                                                          |
| Khan ve Su (2003)              | Kore'de bulunan Cheju Adası'nı ziyaret eden turistlerin, hizmet kalitesi beklentileri tespit edilmeye çalışılmıştır.                                                                                              | ECOSERV  | Turistlerin, hizmet kalitesine yönelik değerlendirmelerinin olumlu yönde gerçekleştiği, çevre dostu uygulamalardan ziyade yerel halkın kültürel yapısına önem verdikleri tespit edilmiştir.                                                                                                                     |
| Antony, Antony ve Ghosh (2004) | Birleşik Krallık'ta yer alan, aynı zincire bağlı 6 otel işletmesinin, hizmet kalitesinin ölçülmesi amacıyla yapılmıştır.                                                                                          | SERVQUAL | Aynı zincire bağlı olmasına rağmen 6 otel işletmesi arasında sunulan hizmet kalitesinde farklılıklar olduğu tespit edilmiştir. Müşteriler açısından en önemli hizmet kalitesi boyutu "heveslilik" ve "güvenilirlik" boyutları olmuştur. "Empati" ise en az düzeyde önem verilen boyut olarak tespit edilmiştir. |
| Aymankuy (2005)                | Sendikali ve sendikası otellerdeki hizmet kalitesinin karşılaştırılması amaçlanmıştır.                                                                                                                            | SERVQUAL | Sendikali otelin sunmuş olduğu hizmet kalitesinin, sendikası otelin sunmuş olduğu hizmet kalitesine göre daha yüksek düzeyde olduğu tespit edilmiştir.                                                                                                                                                          |
| Öztürk ve Seyhan (2005)        | Antalya ili, ilçeleri ve beldelerinde beş yıldızlı otellerde ve birinci sınıf tatil köylerinde konaklayan farklı uyruktaki müşterilerin, hizmet kalitesi beklenti ve algılarının karşılaştırılması amaçlanmıştır. | SERVQUAL | Hizmet kalitesi en düşük departmanın sağlık departmanı olduğu, bunu sırasıyla halkla ilişkiler, kat hizmetleri, yiyecek-içecek, ön büro, animasyon ve spor aktiviteleri ile güvenlik departmanlarının izlediği tespit edilmiştir.                                                                               |
| Akbaba (2006)                  | İş otellerindeki müşterilerin hizmet kalitesi beklentilerini değerlendirmek amaçlanmıştır.                                                                                                                        | SERVQUAL | Hizmet kalitesi faktörlerinin, müşterilerin hizmet kalitesi değerlendirmelerinde olumlu etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. En önemlisi "fiziksel unsur" boyutu olmuştur.                                                                                                                                      |

Çizelge 4 - devam

|                                |                                                                                                                                                                     |          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|--------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Gil, Hudson ve Quintana (2006) | Hizmet kalitesinin müşteri sadakati ve algılanan hizmet kalitesi üzerindeki etkilerinin incelenmesi amaçlanmıştır.                                                  | SERVQUAL | Hizmet kalitesinin soyut boyutu, müşteri sadakati yaratmada ve hizmet kalitesinin algılanmasında etkili olmaktadır. Somut boyutun ise hizmet kalitesi algılanmasında etkisi bulunmamıştır.                                                                                                        |
| Okumuş ve Asil (2007)          | Havayolu işletmelerinde hizmet kalitesinin, müşteri memnuniyeti üzerindeki etkisinin belirlenmesi amaçlanmıştır.                                                    | SERVQUAL | Hizmet kalitesi algılamasına ilişkin faktörlerden, müşterilerin genel memnuniyet düzeyleri üzerinde en etkili olan unsurun “anında hizmet faktörü” olduğu görülmüştür. Bu faktörü sırasıyla; güvenilir ve doğru hizmet, güven telkin etme ve müşteriyi tanıma-anlama faktörleri takip etmektedir. |
| Eleren ve Kılıç (2007)         | Termal turizmde faaliyet gösteren beş yıldızlı bir otel işletmesinde, müşteri beklenti ve algılarının belirlenmesi amaçlanmıştır.                                   | SERVQUAL | Müşteri beklenti ve algılarında, anlamlı ve negatif yönlü ilişkiler saptanmıştır. Söz konusu işletmenin hizmetlerinden dolayı müşterilerinin beklentilerini yeterli düzeyde karşılayamadığı sonucuna ulaşılmıştır.                                                                                |
| Kekeç (2008)                   | Bir otel işletmesinde, müşteri beklenti ve algılarının ortaya koyularak, algılanan hizmet kalitesinin belirlenmesi amaçlanmıştır.                                   | SERVQUAL | Söz konusu otel işletmesinin hizmet performansının, müşteri beklentilerini karşılamadığı sonucuna ulaşılmıştır.                                                                                                                                                                                   |
| Said, Jaddil ve Ayob (2009)    | Malezya'nın Lundu bölgesinde bulunan Gunung Gading Ulusal Parkı'nı ziyaret eden turistlerin, hizmet kalitesi beklenti ve algı düzeylerinin ölçülmesi amaçlanmıştır. | ECOSERV  | Araştırma sonucunda ziyaretçilerin beklenti ve algılarının en yüksek olduğu boyutlar "eko-fiziksel özellikler" ve güvence" olarak tespit edilmiştir. Ayrıca algı ve beklenti arasında fark tespit edilmiş ve hizmet kalitesinin tatmin edici olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.                      |
| Yılmaz (2009)                  | Kapadokya bölgesindeki üç, dört ve beş yıldızlı otellerde konaklayan müşterilerin hizmet kalitesi beklenti ve algılarının ölçülmesi amaçlanmıştır.                  | SERVPERF | “Empati”, müşterilerin hizmet kalitesi algılamalarında en önemli faktör olmuştur. En düşük faktör ise; “fiziksel özellikler” olarak tespit edilmiştir.                                                                                                                                            |

Çizelge 4 - devam

|                                      |                                                                                                                                                                 |           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|--------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Karunaratne ve Jayawadena (2010)     | Sri Lanka'nın Kandi bölgesinde bulunan bir otel işletmesine yönelik algılanan hizmet kalitesinin ölçülmesi amaçlanmıştır.                                       | SERVQUAL  | "Fiziksel özellikler", "heveslilik" ve "güvence" boyutlarında müşteri algıları, beklentilerinin üzerinde gerçekleşmiştir. Ancak "güvenilirlik" ve "empati" boyutlarında, müşteri algıları beklentilerinin altında kalmıştır.                                                                                                                                            |
| Blesic, Tesanovic ve Psodorov (2011) | Otellerde sunulan hizmet kalitesinin ölçülmesi amaçlanmıştır.                                                                                                   | SERVQUAL  | Müşterilerin beklediği hizmetin oteller tarafından karşılanamadığı sonucuna ulaşılmıştır.                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Yılmaz (2011)                        | Kapadokya Bölgesinde bulunan Göreme Açık Hava Müzesi ziyaretçilerinin hizmet kalitesi algılarının ölçülmesi amaçlanmıştır.                                      | HISTOQUAL | Genel hizmet kalitesini, "fiziksel unsurlar" boyutunun en iyi düzeyde açıkladığı tespit edilmiştir. Ayrıca, daha önce müzeyi ziyaret edenlerin genel kalite algılaması, müzeyi ilk kez ziyaret edenlerden daha yüksek çıkmıştır.                                                                                                                                        |
| Cheng ve Wan (2012)                  | Çin'in Macao bölgesindeki müzelerin ziyaretçilerinin hizmet kalitesi algıları ölçülmüştür.                                                                      | HISTOQUAL | Ziyaretçilerin hizmet kalitesi konusunda olumlu tutum sergiledikleri tespit edilmiştir. Ziyaretçilerin en çok memnun oldukları boyutlar ise "duyarlılık" ve "empati" olarak ortaya konulmuştur.                                                                                                                                                                         |
| Markovic, Raspor ve Komsic (2013)    | Hırvatistan'da yer alan Krapina Neanderthal Müzesi'ni ziyaret eden turistlerin, müze hizmet kalitesine yönelik algı ve beklentilerinin ölçülmesi amaçlanmıştır. | HISTOQUAL | Bu araştırmada ziyaretçilerin hizmet kalitesinden beklentileri üç boyutla (maddi ve manevi iletişim, empati ve kolaylık) açıklanmıştır. Hizmet kalitesi algıları ise "maddi değerler, erişilebilirlik, sergi sunumu, empati ve iletişim" olmak üzere beş boyutla ifade edilmiştir. Ziyaretçilerin beklenti puanlarının, algı puanlarından yüksek olduğu belirlenmiştir. |
| Uslu, Akay ve Ünal (2013)            | Kelebekler Vadisi'ni ziyaret eden turistlerin hizmet kalitesi beklenti ve algılarının ölçülmesi amaçlanmıştır.                                                  | ECOSERV   | Ziyaretçilerin "güvence ve güvenilirlik" boyutlarında beklentileri karşılanırken; "fiziksel özellikler, heveslilik, eko-fiziksel özellikler ve empati" boyutlarında beklentileri karşılanamamıştır.                                                                                                                                                                     |
| Aziz, Aziz, Isa ve Ismail (2015)     | Açık hava rekreasyon alanlarında, algılanan hizmet kalitesinin belirlenmesinde ECOSERV modelinin etkili olup olmadığı tespit edilmeye çalışılmıştır.            | ECOSERV   | Araştırma sonucunda açık hava rekreasyon alanlarına yönelik hizmet kalitesinin ölçülmesinde ECOSERV modelinin uygun olduğu tespit edilerek; söz konusu bu alanlarda katılımcıların memnuniyetini belirleyen faktörler ortaya konulmuştur.                                                                                                                               |

Çizelge 4 - devam

|                                      |                                                                                                                                                               |          |                                                                                                                                                                                                                               |
|--------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Noorazlan, Aziz ve Isa (2015)        | Açık hava eğlence programlarına katılan turistlerin, algılanan hizmet kalitesinin ölçülmesi amaçlanmıştır.                                                    | ECOSERV  | ECOSERV ölçeğinin, açık hava eğlence programları ve rekreasyon faaliyetlerinin değerlendirilmesinde bir ölçüm aracı olarak kullanılabileceği tespit edilmiştir.                                                               |
| Adefisan (2016)                      | Finlandiya'nın Kymenlaakso bölgesindeki küçük otellerde, hizmet kalitesinin nasıl ölçülmesi gerektiği araştırılmıştır.                                        | SERVQUAL | Araştırma sonucunda söz konusu bölgede hizmet kalitesi ölçümünde, SERVQUAL ölçeğinin etkili bir ölçüm aracı olduğu tespit edilmiştir.                                                                                         |
| Al-Ababneh (2016)                    | Ürdün'deki dört ve beş yıldızlı otellerde çalışanların, otel hizmet kalitesine yönelik algılarının ölçülmesi amaçlanmıştır.                                   | SERVQUAL | Araştırmanın bulguları, beş yıldızlı otellerdeki hizmet kalitesinin dört yıldızlı otellerin hizmet kalitesinden daha yüksek olduğunu göstermektedir.                                                                          |
| Aksu, Korkmaz ve Sünnetçioğlu (2016) | Bozcaada'daki yiyecek içecek işletmelerinde sunulan hizmet kalitesinin ölçülmesi amaçlanmıştır.                                                               | DINESERV | Yiyecek içecek işletmelerinde hizmet kalitesinin 4 boyuttan (güvenilirlik, güvence, empati, fiziksel özellikler) oluştuğu tespit edilmiştir. Memnuniyetin, tekrar satın almayı ve tavsiye niyetini etkilediği belirlenmiştir. |
| Bekele ve Singh (2016)               | Etiyopya'da yer alan otel işletmelerinde, algılanan hizmet kalitesi ile müşteri sadakati arasındaki ilişkinin incelenmesi amaçlanmıştır.                      | SERVPERF | Algılanan hizmet kalitesi ile müşteri sadakati arasında güçlü bir ilişki tespit edilmiştir. Güçlü ilişkinin söz konusu olduğu boyutlar ise "fiziksel özellikler", "güvenilirlik", "heveslilik", ve "empati"dir.               |
| Fettahlıoğlu, Polat ve Demir (2016)  | Kahramanmaraş'ta faaliyet gösteren bir otel işletmesinin, müşteriler açısından beklenen ve algılanan hizmet kalitesi düzeyinin tespit edilmesi amaçlanmıştır. | SERVQUAL | Araştırma sonucunda; işletmenin tüm boyutlarıyla müşterilerin beklentilerini karşılayamadığı sonucuna ulaşılmıştır.                                                                                                           |
| Tabaku ve Cerri (2016)               | Arnavutluk'taki otel işletmelerinin hizmet kalitesinin, müşteri memnuniyeti üzerindeki etkisinin belirlenmesi amaçlanmıştır.                                  | SERVPERF | Araştırma sonucunda; algılanan hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti üzerinde oldukça etkili olduğu tespit edilmiştir.                                                                                                       |

Çizelge 4 - devam

|                           |                                                                                                                                                                                                                                          |          |                                                                                                                                                                                                                                                               |
|---------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Tefera ve Migiro (2017)   | Etiyopya'daki otel işletmeleri müşterilerinin, demografik özellikleri ile hizmet kalitesi beklenti ve algıları arasındaki ilişki incelenmeye çalışılmıştır.                                                                              | HOTSPERF | Müşterilerin meslekleri açısından hizmet kalitesi beklenti ve algıları arasında anlamlı bir farklılık söz konusu iken; cinsiyet, yaş ve meden durum açısından herhangi bir farklılık saptanmamıştır.                                                          |
| Abebaw ve Endeshaw (2018) | Etiyopya'daki 6 kasabada (Debre-Berhan, MehaleMeda, Ankober, Showa Robit, Ataye ve Debresina) yer alan otel işletmelerinin hizmet kalitesinin, müşteri memnuniyeti üzerindeki etkisi araştırılmıştır.                                    | SERVQUAL | Söz konusu otel işletmelerinde hizmet kalitesinin, beklentileri karşılamadığı ve hizmet kalitesi boşluğunun sırasıyla en fazla “fiziksel özellikler, güvenilirlik, güvence, empati ve heveslilik” boyutlarında meydana geldiği tespit edilmiştir.             |
| Gürler ve Erturgut (2018) | Havayolu işletmelerinde, hizmet kalitesinin, müşteri tatmini ve ağızdan ağıza iletişim üzerindeki etkisinin cinsiyet değişkeni açısından ölçülmesi amaçlanmıştır.                                                                        | SERVQUAL | Kadın müşterilerin “güvenilirlik” boyutuna ilişkin algılamalarının, erkek müşterilerin ise “fiziksel görünüm” boyutuna ilişkin algılamalarının, hem tatmin düzeyleri hem de ağızdan ağıza iletişim faaliyetleri üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. |
| Öztürk Şahbaz (2018)      | Ilgaz Dağı Milli Parkı'nda, ziyaretçilerin rekreasyonel hizmetlerin kalitesine yönelik algılarının tespit edilmesi ve rekreasyonel faaliyetlerin, algılanan hizmet kalitesinin destinasyon imajına etkisinin belirlenmesi amaçlanmıştır. | SERVQUAL | Ilgaz Dağı Milli Parkı'nda sunulan hizmetlere yönelik algılanan hizmet kalitesinin, Ilgaz Dağı Milli Parkı destinasyon imajı üzerinde etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.                                                                                    |

## 2.2.2. Ekoturizm İle İlgili Araştırmalar

İlgili yazın incelendiğinde; araştırma alanı olarak seçilen Doğu Karadeniz Bölgesi'nde ekoturizme yönelik yapılan araştırmaların yanısıra bazı destinasyonlarda ekoturizmin mevcut durumunun ortaya koyulması ve söz konusu destinasyonlarda ekoturizmin geliştirilmesi için yapılmış araştırmalara ulaşılmıştır. Ayrıca ekoturizm destinasyonlarında hizmet kalitesinin belirlenmesine ilişkin gerçekleştirilen araştırmaların oldukça yetersiz kaldığını söylemek mümkündür. Çizelge 5'te söz konusu araştırmalara yer verilmektedir.

**Çizelge 5.** Ekoturizm İle İlgili Olarak Gerçekleştirilen Araştırmalar

|                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Khan ve Su (2003)                   | Kore'nin güneybatısında yer alan Cheju Adası'nı ziyaret eden turistlerin hizmet kalitesi beklentilerinin tespit edilmeye çalışıldığı bu araştırmada, ECOSERV ölçeği kullanılarak, ziyaretçilerin ekoturizmde hizmet kalitesine yönelik değerlendirmelerinin olumlu yönde gerçekleştiği sonucuna ulaşılmıştır.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Albayrak (2010)                     | Bu araştırma; birçok ulusal ve uluslararası koruma statüsüne sahip Artvin ili Camili Biyosfer Rezerv Alanı'nda, yerel halk ve ilgili kurum yetkilileri ile yüz yüze görüşmeler yapılarak gerçekleştirilmiştir. Korunan alanların ekoturizm gelişimine yönelik etkilerinin araştırıldığı söz konusu araştırmada; korunan bir alan, eğer iyi planlamalarla yönetilir ve yerel halk, çeşitli yöntemlerle teknik anlamda desteklenir/bilgilendirilirse, doğal ve kültürel yapıda bir bozulma olmadan ekoturizm gelişiminin sağlanacağı sonucuna ulaşılmıştır.                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Ay, Güngöroğlu, Aydın ve Gül (2010) | Bu araştırma projesinde Antalya'ya ekoturizm amaçlı gelen turistler hedeflenmiş ve bu ekoturistlerin talep ve beklentilerini belirlemek amacıyla 6 ekoturizm acentesi ile görüşmeler yapılmıştır. Acentelerin getirdiği ekoturistlerin yanısıra, bireysel olarak gelenler de dikkate alınarak, toplam 385 yerli ve yabancı ekoturist ile anket çalışması yapılmıştır. Ekoturistlerin Antalya yöresine yönelik ekoturizm faaliyetleri için ilgili kurum ve kuruluşlardan özellikle en çok talep ettikleri ilk beş husus; "kitap/broşür ve haritaların hazırlanması/dağıtılması, tanıtım, reklam ve bilgilendirme levhalarının artırılması, yeni alanlar ve etkinliklerin tesis edilmesi, kapalı güzergahların açılması, ekoturizm konusunda ilgili paydaşlara eğitim verilmesi/kursların düzenlenmesi" olarak sıralanmaktadır. |
| Naidoo (2012)                       | Güney Afrika Cumhuriyeti KwaZulu-Natal'da bulunan ekoturizm destinasyonlarında hizmet veren otellerin, hizmet kalitesi değerlendirilmiştir. Araştırma sonuçları, müşterilerin hizmet kalitesine yönelik beklentileri ile algıları arasında farklılıklar olduğunu göstermektedir.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Liu, Hong ve Li (2013)              | Bu araştırmada; ekoturizmin deneyimsel pazarlama ve hizmet kalitesi ile turistlerin davranışsal niyetleri üzerindeki etkileri incelemişlerdir. Bu kapsamda, ekoturistlerin hizmet kalitesi beklentileri ECOSERV ölçeği ile ölçülmüştür. Araştırma sonucunda; deneyimsel pazarlama ve ekoturizm hizmet kalitesinin, turistlerin davranışsal niyetleriyle pozitif yönde ilişkili olduğu tespit edilmiştir.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |

Çizelge 5 - devam

|                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|----------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Said, Shuib, Ayob ve Yaakub (2013)           | Bu araştırmada, Malezya'nın önemli ekoturizm alanlarından biri olan Niah Ulusal Parkı'nı ziyaret edenlerin hizmet kalitesinden beledikleri ile hizmet sonrası algıladıkları performans ECOSERV ölçeği kullanarak tespit edilmeye çalışılmıştır. Araştırma bulguları, neredeyse tüm hizmet kalitesi boyutlarında olumsuz sonuçları ortaya çıkarmıştır. Yani, Niah Ulusal Parkı ziyaretçilerinin hizmet kalitesi beledikleri karşılanmamıştır. Hizmet kalitesinin karşılanmadığı en önemli boyut ise "eko-fiziksel özellikler"dir.                                                                                                                                                      |
| Sapari, Shuib, Ramachandran ve Afandi (2013) | Langkawi Adası'nda bulunan Kilim Karst Jeo-Orman Parkı'nda yapılan bu araştırmanın temel amacı; park ziyaretçilerinin hizmet kalitesi beledikleri ve algılarını ölçmektir. Araştırma sonucunda; parktaki çevre, hizmet ve faaliyetler açısından ziyaretçi belediklerinin karşılanmadığı tespit edilmiştir.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Uslu, Akay ve Ünal (2013)                    | Ekoturizm potansiyeline sahip Kelebekler Vadisi'ni ziyaret eden turistlerin hizmet kalitesi beledikleri ve algılarının ölçülmesinin amaçlandığı bu araştırmada, ECOSERV ölçeği kullanılmıştır. Araştırma sonucunda; ziyaretçilerin "güvence ve güvenilirlik" boyutlarında belediklerinin karşılandığı, "fiziksel özellikler, heveslilik, eko-fiziksel özellikler ve empati" boyutlarında ise belediklerinin karşılanmadığı tespit edilmiştir.                                                                                                                                                                                                                                         |
| Sunarti ve Hartini (2015)                    | Bu araştırmada; Endonezya'daki Lombok Adası'nda ekoturizmin hizmet kalitesine yön veren turistlerin algısı ölçülmeye çalışılmıştır. Ekoturizmde hizmet kalitesinin destinasyon imajını önemli ölçüde etkilediği, ancak davranışsal niyetler üzerinde etkisi olmadığı tespit edilmiştir.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Eshun, Adjei ve Segbefia (2016)              | Bu araştırmada; Gana'da bulunan Bobiri Orman Koruma ve Kelebek Barınakları (Bobiri Forest Reserve and Butterfly Sanctuary) bölgesini ziyaret eden bireylerin ekoturizm deneyimlerinin araştırılması amaçlanmıştır. 2401 ziyaretçi ile gerçekleştirilen araştırma sonucunda, katılımcıların, turist rehberlerinin ekoturizme yönelik bilgi verme hususunda eksik kaldıkları yönündeki görüşleri tespit edilmiştir. Özellikle bölgedeki korunan alanlarda yer alan kuşlar ve ağaçlar hakkında turist rehberlerinin yeterince bilgi sahibi olmadıkları ortaya çıkmıştır.                                                                                                                 |
| Ban ve Ramsaran (2017)                       | Avustralya'da yer alan eko konaklama işletmelerinin hizmet kalitesi özellikleri, ekoturistlerin bakış açısıyla ölçülmeye çalışılmıştır. Bu araştırmada, performans dayalı hizmet kalitesi ölçüsü olarak SERVPERF kullanılarak, aynı zamanda söz konusu ölçeğin, eko konaklama işletmelerinde hizmet kalitesi ölçümüne yönelik olarak geçerli olup olmadığı da araştırılmıştır. Araştırma kapsamında, eko konaklama işletmelerine özgü üç yeni boyut, ölçeğe eklenmiştir. Bunlar; "çevre dostu uygulamalar, eko-aktiviteler ve eko-öğrenme" şeklindedir. Araştırma sonucunda; SERVPERF'in, ekoturistlerin hizmet kalitesi algılarını yeterli derecede ölçmediği sonucuna ulaşılmıştır. |

Çizelge 5 - devam

|                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Turpcu (2017)          | Uzungöl destinasyonunu ziyaret eden yabancı ekoturistlerin hizmet kalitesi ve seyahat engelleri algıları ile müşteri memnuniyeti ve sadakat algıları arasındaki ilişkilerin incelendiği araştırmada; 494 yabancı ekoturiste anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre; hizmet kalitesinin alt boyutlarından en yüksek algılamaların güvenilirlik ve empati boyutu, en düşük algılamaların ise eko-fiziksel özellikler boyutu olduğu, seyahat engelleri alt boyutlarında en yüksek algılamaların içsel engeller boyutunun olduğu, en düşük algılamaların ise sosyal engeller boyutu olduğu, memnuniyet ve sadakat algılamalarının ise yüksek olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Ayrıca genel hizmet kalitesi ve alt boyutlarının algısı olumlu yönde arttığında, müşteri memnuniyeti algısı da olumlu yönde etkilenmektedir. Nitekim genel hizmet kalitesinin alt boyutu olan güvenilirlik algısı olumlu yönde artış gösterdiğinde, ekoturistlerin sadakat algılarında da olumlu yönde artış olduğu görülmüştür. |
| Ünüvar ve Aydın (2017) | Bu araştırmada, Türkiye’de farklı coğrafi bölgelerde kıyı kesiminde yer alan ve ekoturizm potansiyeline sahip önemli turizm merkezlerini ziyaret etmiş olan turistlerin hizmet kalitesi algı ve beklentilerinin, ECOSERV ölçeği kullanılarak belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırma bulgularına göre; ekoturizm bölgelerini ziyaret etmiş turistlerin beklentileri algılarından yüksek çıkmış olup, eko-fiziksel unsurlar boyutunun, 6 boyut arasında turistler açısından en önem atfedilen boyut olduğu tespit edilmiştir.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |

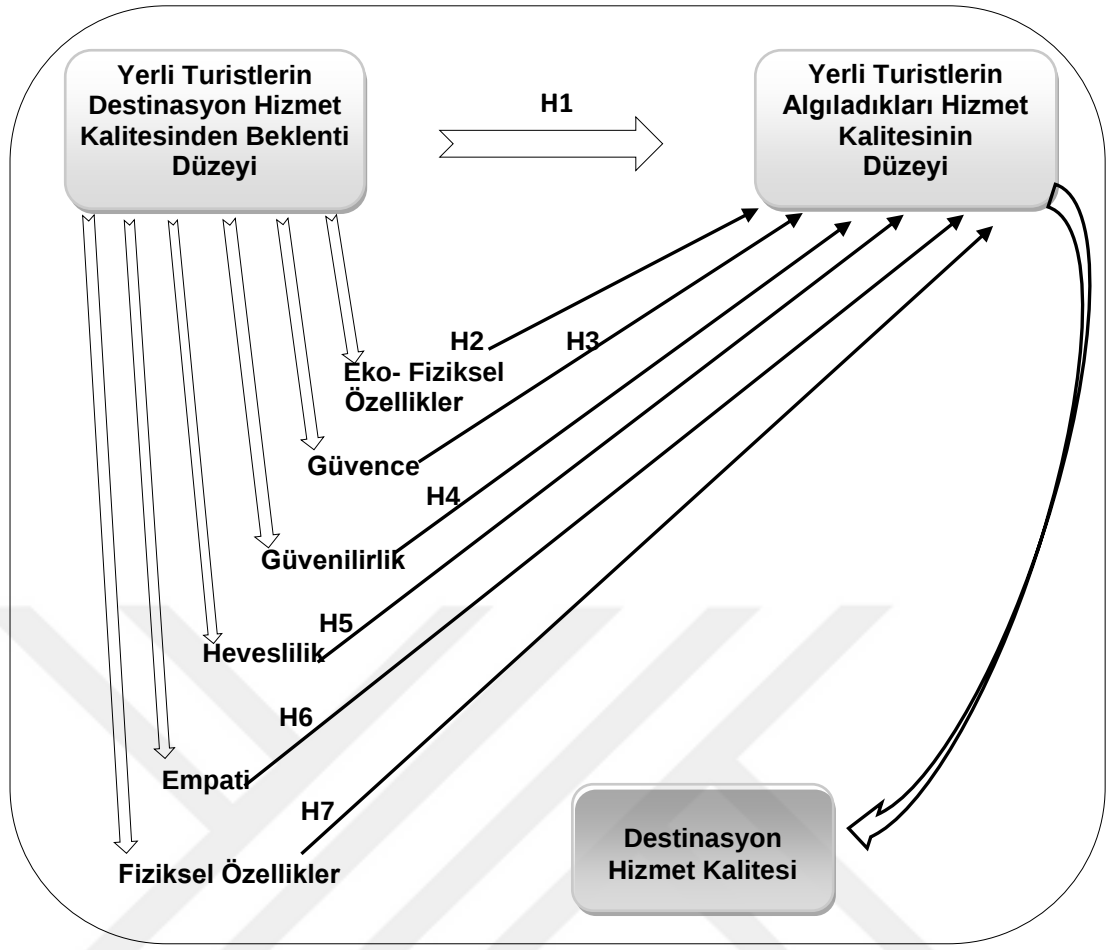
### 3. YÖNTEM

Araştırmanın bu bölümünde Doğu Karadeniz Bölgesi'nde düzenlenen ekoturizm turlarına katılan yerli turistlerin, destinasyona yönelik hizmet kalitesi beklentileri ile hizmet kalitesi algıları arasındaki farklılığın belirlenmesi amacıyla gerçekleştirilen anket uygulaması hakkında detaylı bilgilere yer verilmektedir. Araştırmada öncelikle araştırmanın modeli oluşturulmuştur. Daha sonra araştırmanın evreni ve örneklem grubu tanımlanarak, veri toplama araç ve teknikleri ile veri toplama süreci hakkında bilgiler verilmektedir. Bu bölümde son olarak da araştırmanın veri analizi ve bulgularına yer verilmektedir.

#### 3.1. Araştırmanın Modeli

Bu araştırmanın temel varsayımına göre; ekoturlara katılan yerli turistlerin destinasyondan bekledikleri hizmet kalitesi ile algıladıkları hizmet kalitesi arasında farklılıklar bulunmaktadır. Diğer bir varsayıma göre ise, yerli turistlerin hizmet kalitesinden beklenti düzeyleri ile algılanan hizmet kalitesi arasındaki fark, destinasyonun hizmet kalitesi düzeyini ortaya koymaktadır. Söz konusu iki temel varsayım ile araştırmanın ilerleyen bölümlerinde verilen araştırma hipotezleri çerçevesinde uygulamalı bir özellik taşıyan araştırma, Şekil 2'de verilen model üzerine inşa edilmiştir.

Modele göre; Doğu Karadeniz destinasyonunda hizmet kalitesi “eko-fiziksel özellikler, güvence, güvenilirlik, heveslilik, empati, fiziksel özellikler” boyutları dahilinde incelenmektedir. Bu boyutlar çerçevesinde yerli turistlerin destinasyona ilişkin algıladıkları hizmet kalitesi düzeyinin yüksek olması, destinasyonun hizmet kalitesi düzeyinin de yüksek olması ile sonuçlanmaktadır.



**Şekil 2.** Araştırma Modeli

Araştırma probleminde ifade edilen değişkenler arasındaki ilişkinin türüne yönelik beklenti ve yargılar, araştırma hipotezlerini oluşturmaktadır (Coşkun, Altunışık, Bayraktaroğlu ve Yıldırım, 2015: 20). Araştırma hipotezi; değişkenler arasında ilişki olduğunu savunan bir ifade olarak aynı zamanda taraflar arasındaki farklılığı da savunmaktadır (Karasar, 2013: 70). Şekil 2’de verilen araştırma modelinden anlaşılacağı üzere, bu araştırmada yedi temel araştırma hipotezi bulunmaktadır. Söz konusu temel araştırma hipotezleri aşağıdaki gibidir:

- H1= Yerli turistlerin, Doğu Karadeniz destinasyonuna yönelik bekledikleri hizmet kalitesi ile algıladıkları hizmet kalitesi arasında anlamlı bir farklılık vardır.

- H2= Yerli turistlerin, destinasyona yönelik eko-fiziksel özellikler boyutunda bekledikleri hizmet kalitesi ile algıladıkları hizmet kalitesi arasında anlamlı bir farklılık vardır.
- H3= Yerli turistlerin, destinasyona yönelik güvence boyutunda bekledikleri hizmet kalitesi ile algıladıkları hizmet kalitesi arasında anlamlı bir farklılık vardır.
- H4= Yerli turistlerin, destinasyona yönelik güvenilirlik boyutunda bekledikleri hizmet kalitesi ile algıladıkları hizmet kalitesi arasında anlamlı bir farklılık vardır.
- H5= Yerli turistlerin, destinasyona yönelik heveslilik boyutunda bekledikleri hizmet kalitesi ile algıladıkları hizmet kalitesi arasında anlamlı bir farklılık vardır.
- H6= Yerli turistlerin, destinasyona yönelik empati boyutunda bekledikleri hizmet kalitesi ile algıladıkları hizmet kalitesi arasında anlamlı bir farklılık vardır.
- H7= Yerli turistlerin, destinasyona yönelik fiziksel özellikler boyutunda bekledikleri hizmet kalitesi ile algıladıkları hizmet kalitesi arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Hipotezler; ortaya koyulan problemle ilgili olarak yanıtı aranacak sorular ya da anakütle hakkında araştırma sonuna kadar geçici olarak düşünülen, test edilebilir varsayımlardır (Lorcu, 2015: 8). Aynı zamanda, değişkenler arasında ilişkisizliği savunan istatistiksel test hipotezleri, verilerin çözümünde önemli bir yer tutmaktadır (Karasar, 2013: 70). Buna göre araştırmanın alt hipotezleri şunlardır:

- H8= Yerli turistlerin cinsiyeti ile hizmet kalitesine yönelik beklentileri arasında anlamlı bir farklılık vardır.
- H9= Yerli turistlerin cinsiyeti ile algıladıkları hizmet kalitesi arasında anlamlı bir farklılık vardır.
- H10= Yerli turistlerin yaş grubu ile hizmet kalitesine yönelik beklentileri arasında anlamlı bir farklılık vardır.
- H11= Yerli turistlerin yaş grubu ile algıladıkları hizmet kalitesi arasında anlamlı bir farklılık vardır.

- H12= Yerli turistlerin eğitim durumu ile hizmet kalitesine yönelik beklentileri arasında anlamlı bir farklılık vardır.
- H13= Yerli turistlerin eğitim durumu ile algıladıkları hizmet kalitesi arasında anlamlı bir farklılık vardır.
- H14= Yerli turistlerin aylık ortalama gelir durumu ile hizmet kalitesine yönelik beklentileri arasında anlamlı bir farklılık vardır.
- H15= Yerli turistlerin aylık ortalama gelir durumu ile algıladıkları hizmet kalitesi arasında anlamlı bir farklılık vardır.
- H16= Yerli turistlerin tatil/tur süresince ortalama harcama durumu ile hizmet kalitesine yönelik beklentileri arasında anlamlı bir farklılık vardır.
- H17= Yerli turistlerin tatil/tur süresince ortalama harcama durumu ile algıladıkları hizmet kalitesi arasında anlamlı bir farklılık vardır.
- H18= Yerli turistlerin ekoturizm turlarına katılma sayısı ile hizmet kalitesine yönelik beklentileri arasında anlamlı bir farklılık vardır.
- H19= Yerli turistlerin ekoturizm turlarına katılma sayısı ile algıladıkları hizmet kalitesi arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Araştırmanın dayandığı yedi temel araştırma hipotezi çerçevesinde geliştirilen araştırma modeli ile alt hipotezler kapsamında belirlenen amaçlara ulaşmak için izlenen prosedür aşağıda belirtildiği gibidir:

- İlgili yazının oluşturulmasına yönelik olarak Türkiye Turizm Stratejisi 2023, sürdürülebilirlik, sürdürülebilir turizm ve ekoturizm kavramlarına yönelik detaylı bir literatür taraması yapılarak, mevcut araştırmalar incelenmiş ve araştırmanın çıkış noktaları ile araştırma problemi belirlenmiştir.
- Doğu Karadeniz Bölgesi'nde ekoturlara katılan ziyaretçilerden rastgele seçilen 82 kişiye oluşturulan anket ölçeği ön uygulama kapsamında uygulanarak değerlendirilmiş, bunun sonucunda ölçek yeniden gözden geçirilmiş ve araştırmanın veri toplama bölümünde izlenecek yollar belirlenmiştir.
- Verilerin toplanacağı destinasyonu ziyaret edenlerin sayıları (evren) belirlenerek, anket uygulanacak örneklem büyüklüğü tespit edilmiş, anket uygulanmış ve anket verilerinin istatistik programlarında analiz edilmeye hazır hale getirilmesi sağlanmıştır.

- Elde edilen araştırma verileri, araştırmanın amacına uygun istatistiki teknikler ve programlar kullanılarak analiz edilmiş ve bu doğrultuda yorumlanarak sonuçlar tespit edilerek, öneriler geliştirilmiştir.

### 3.2. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini, 2017-2018 yıllarında Doğu Karadeniz Bölgesi'ni ziyaret eden ve ekoturizm turlarına (ekoturlara) katılan turistler oluşturmaktadır. Bu çalışmada Doğu Karadeniz Bölgesi; İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflandırması (İBSS) dikkate alınarak sınırlandırılmıştır. Buna göre, çalışmaya konu olan Doğu Karadeniz Bölgesi'nde; Artvin, Giresun, Gümüşhane, Ordu, Rize ve Trabzon illeri yer almaktadır.

Doğu Karadeniz Bölgesi'nde sadece ekoturizm turlarına katılan turistlerin istatistiki bir verisi mevcut değildir. Buradan hareketle; bu çalışmada, söz konusu bölgeyi ziyaret eden toplam turist sayısı dikkate alınmıştır. Çizelge 6'da 2016 yılında bölgeyi ziyaret eden yerli ve yabancı turistlerin illere göre dağılımı verilmektedir.

**Çizelge 6.** Doğu Karadeniz Bölgesi'ni Ziyaret Eden Turistlerin İllere Göre Dağılımı  
(2016)

|               | Yerli            | %          | Yabancı        | %          | Toplam           | %          |
|---------------|------------------|------------|----------------|------------|------------------|------------|
| Artvin        | 234.893          | 5,9        | 73.501         | 11,1       | 308.394          | 6,6        |
| Giresun       | 729.821          | 18,2       | 38.562         | 5,9        | 768.383          | 16,4       |
| Gümüşhane     | 122.053          | 3,1        | 14.441         | 2,2        | 136.494          | 2,9        |
| Ordu          | 552.420          | 13,8       | 50.046         | 7,6        | 602.466          | 13,0       |
| Rize          | 602.814          | 15,1       | 76.059         | 11,5       | 678.873          | 14,6       |
| Trabzon       | 1.757.250        | 43,9       | 407.300        | 61,7       | 2.164.550        | 46,5       |
| <b>TOPLAM</b> | <b>3.999.251</b> | <b>100</b> | <b>659.909</b> | <b>100</b> | <b>4.659.160</b> | <b>100</b> |

**Kaynak:** İl Kültür ve Turizm Müdürlükleri'nden elde edilen 2016 yılı verilerinden derlenerek hazırlanmıştır.

Çizelge 6'da görüldüğü gibi; 2016 yılında Doğu Karadeniz Bölgesi'ni 659.909'u yabancı, 3.999.251'i yerli olmak üzere toplam 4.659.160 turist ziyaret etmiştir. Yerli turistlerin, yabancılara nazaran büyük bir farkla bölgeyi ziyaret ettiği de ortaya çıkan

bir başka sonuçtur. Bu nedenle de araştırmanın yerli turistler üzerinde yapılmasının daha uygun olacağı düşünülmüştür.

Araştırmada, belirlenen evrenin tamamına ulaşılmasının mümkün olamayacağından hareketle, araştırmanın evrenini oluşturan turistlerden örneklem seçilmesine ve araştırmanın bu örneklem üzerinde gerçekleştirilmesine karar verilmiştir. Ural ve Kılıç (2013: 44), araştırma sonuçlarının evrene genellenebilmesini sağlayan temel unsurların başında, evreni temsil edecek örneklem büyüklüğünün belirlenmesinin yer aldığını altını çizmektedirler.

Bu araştırmada; araştırma verilerini toplamaya yönelik değişkenler nicel özellik taşımaktadır. Ayrıca araştırma evreninin içerdiği birim sayısı 10.000'den fazladır. Dolayısıyla sınırsız evrenlere ( $3.999.251 > 10.000$ ) yönelik olarak kullanılabilecek örneklem formülünden yararlanılmıştır. Buna göre (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2014: 87):

n = Örneklem büyüklüğü  
N = Ana kütle = 3.999.251 yerli turist  
d = Etki büyüklüğü – Örneklem hatası = 0,05 olarak alınmıştır.  
p = Tahmin edilen ve istenen özelliğin kitlede görülme yüzdesi = 0,05  
q = Tahmin edilen ve istenen özelliğin kitlede görülmemeye yüzdesi = 0,05  
t = Sonsuz serbestlik derecesinde (df) alpha yanılma düzeyinde teorik “t tablo” değeri = 1,96

$$n = \frac{N \times p \times q \times t^2}{p \times q \times t^2 + (N-1) \times d^2}$$

$$n = \frac{3.999.251 \times 0,05 \times 0,05 \times 1,96^2}{0,05 \times 0,05 \times 1,96^2 + (3.999.251-1) \times 0,05^2}$$

$$n = 384$$

Yukarıda yer alan örneklem formülüne göre, araştırmanın örnekleminin en az 384 olması gerektiği ortaya çıkmıştır. Buradan hareketle; araştırmada yerli 560 turiste anket uygulanmıştır. 560 anketten 453'ünden geri dönüş alınmıştır. Geri dönüş alınan anketlerden 53'ü soruları boş bırakma ve her soruya aynı yanıtı verme gibi sebeplerden dolayı değerlendirme dışında tutulmuştur. Bu durumda anketlerin geri dönüş oranı %71,4 olarak gerçekleşmiştir.

Araştırma alanı olarak Doğu Karadeniz Bölgesi'nin tercih edilmesinin nedenlerini aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür:

- Doğu Karadeniz Bölgesi, sahip olduğu kültürel/sosyal yapının orijinalliği ve doğal güzellikleriyle, bölgede ekoturizm yapılmasına olanak sağlamaktadır.
- Doğu Karadeniz Bölgesi'nde doğa turları adı altında ekoturizme yönelik turlar gerçekleştirilmektedir.
- Trabzon il sınırları içinde yer alan Altındere Vadisi, doğal değerleri ile ekoturizm açısından önem taşımaktadır.
- Giresun, Ordu ve Trabzon illerinde oluşturulan ekoturizm köyleri, ciddi bir ekoturizm potansiyeline ev sahipliği yapmaktadır.
- Giresun ve Ordu ilinde yer alan yaylalar ile Gümüşhane ilinde bulunan Zigana Dağı'nın turizm merkezi olarak kullanılabilir olması, bölgeyi ekoturizm faaliyetleri açısından potansiyel bir mekan haline getirmektedir.
- Artvin ilinde yer alan Hatila Vadisi Milli Parkı, zengin ve özgün doğal değerleri ile ekoturizm potansiyeli taşımaktadır. Hatilla Vadisi Milli Parkı'nda; doğa yürüyüşü, kampçılık, bitki inceleme, yaban hayatı inceleme, olta balıkçılığı ve foto safari gibi önemli ekoturizm aktiviteleri yapılabilmektedir.
- Gorgit ve Camili Efeler Tabiatı Koruma Alanlarında (Artvin), kuş gözlemciliği, geleneksel yaşam biçimini izleme, yerel tatları deneme, foto safari ve doğa tanıma yürüyüşleri yapılabilmektedir.
- Gümüşhane'de Örumcek Ormanı Tabiatı Koruma Alanı, Ordu'da Kurşunçalı Ormanı ve Giresun'da Kümbet Yaylası, ekoturizm ve doğa turizminin geliştirilebileceği önemli alanlar olarak karşımıza çıkmaktadır.
- Türkiye'nin onuncu Cittaslow (yavaş şehir) şehri olarak 2015 yılında ilan edilen Şavşat'ta (Artvin); trekking, kaya tırmanışı, atlı gezinti, yaban hayatı

gözlemleme ve manzara fotoğrafçılığı gibi birçok ekoturizm aktivitesi yapılabilmektedir.

- Kaçkar Dağları Milli Parkı, ormanların yanısıra, özgün topoğrafik ve jeolojik yapısı ile dikkat çekicidir. Türkiye'nin sayılı buzullarına ev sahipliği yapmaktadır.
- Kaçkar Dağları Milli Parkı sınırlarında, anıtsal özelliği bulunan kültürel eserleri ziyaret, doğa yürüyüşleri, flora ve fauna inceleme, kampçılık, yayla kültürünü tanıma, yamaç paraşütü, rafting, Fırtına ve Hala Dereleri üzerinde olta balıkçılığı, dağcılık ve zirve tırmanışları gibi pek çok ekoturizm aktiviteleri de gerçekleştirilebilmektedir.

### **3.3. Veri Toplama Araçları ve Teknikleri**

Araştırmada ilk olarak destinasyon hizmet kalitesi ve hizmet kalitesini etkileyen faktörler, ekoturizmde hizmet kalitesi ve ekoturistler ile ilgili yazın taraması yapılmıştır. Elde edilen kuramsal bilgilerle beraber birincil verilerin toplanması aşamasına geçilmiştir. Araştırmada veri toplama tekniği olarak yüz yüze görüşme, veri toplama aracı olarak ise; araştırma değişkenlerini ölçmeye yönelik ifadelerin yer aldığı anket formu kullanılmıştır. Bu aşamada yazında konu ile ilgili güvenilirliği kanıtlanmış ECOSERV ölçeğinden ve ilgili araştırmalardan (Ban ve Ramsaran, 2017; Çevirgen, 2004; Khan, 1996; Khan ve Su, 2003; Noorazlan ve diğerleri, 2015; Said ve diğerleri, 2013; Sapari ve diğerleri, 2013; Sunarti ve Hartini, 2015; Tetik, 2012; Uslu ve diğerleri, 2013) yararlanılarak bir anket formu geliştirilmiştir.

ECOSERV; Khan'ın (1996, 2003) ekoturizm amacıyla seyahat eden turistlerin kalite beklentilerini ortaya çıkarmak için geliştirdiği hizmet kalitesi ölçüm modelidir. Geliştirilen anket formu, önce uzman görüşü alınmak üzere 16 turizm akademisyenine gönderilmiştir. Akademisyenlerden alınan görüşler doğrultusunda ankette düzeltmeler yapılmıştır. Ayrıca hazırlanan anket formu, örneklem grubu üzerinde uygulanmadan önce bir ön teste tabi tutulmuştur. Ön test yapılmasındaki amaç; ankette yer alması muhtemel hatalardan kaçınmaktır. Ön test, 2017 yılı Nisan ayında, 82 yerli turist üzerinde uygulanmış ve elde edilen veriler araştırma analizlerine dahil edilmemiştir. Ön test sonucunda elde edilen veriler, IBM SPSS

22.0 paket programı ile analiz edilerek, anket soruları üzerinde bazı düzenlemeler yapılmıştır. Son olarak anket formuna nihai şekli verilerek anket formlarının söz konusu turistler tarafından doldurulması sağlanmıştır. Anket, Doğu Karadeniz Bölgesi'nde rehberlik hizmeti veren turist rehberleri vasıtasıyla uygulanmıştır.

Araştırma anketi 3 bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm araştırmaya katılan yerli turistlerin sosyo-demografik özelliklerini belirlemeye yönelik sorulardan oluşmaktadır. Bu bölümde 13 soru yer almaktadır. Sosyo-demografik sorular ile yerli turistlerin; cinsiyeti, yaşı, eğitim durumu, mesleği, medeni durumu, yaşadıkları şehir, daha önce tatile/tura çıkıp çıkmama durumları, tatile/tura çıkma sıklıkları, tatile/tura kiminle çıktıkları, aylık ortalama gelir durumu, tatildeki/turdaki konaklama yerleri, tatil/tur süresince ortalama harcama durumu ve tatilin/turun süresi ile ilgili bilgilerin elde edilmesi amaçlanmaktadır. Araştırmaya katılan yerli turistlerin sosyo-demografik özelliklerinin belirlenmesi amacıyla anket formunda kapalı uçlu sorulara, kategori sorulara ve çoktan seçmeli sorulara yer verilmiştir.

Anketin ikinci bölümünde yerli turistlerin ekoturizme yönelik tutumlarının belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu bölümde 10 soru yer almaktadır. Söz konusu sorular ile yerli turistlerin ekoturizm kavramı hakkındaki düşünceleri, ekoturizm turlarına kaçınıcı kez katıldıkları, bu turlara katılım nedenleri ile bu turlara yönelik bilgi kaynakları tespit edilmeye çalışılmıştır. Ayrıca yerli turistlerin Doğu Karadeniz Bölgesi'nde ekoturizmin gelişimi yönündeki engellere yönelik değerlendirmeleri de bu bölümde ele alınmaktadır. Anket formunun bu bölümünde liste sorular, sıralama sorular ve çoktan seçmeli sorulara yer verilmiştir. Son olarak yerli turistlerin ekoturizm faaliyetlerine ilişkin görüşlerini tespit edebilmek amacıyla 1-5 arası puanlanan beşli likert tipi ölçek kullanılarak, katılımcılara beş soru yöneltilmiştir. Ölçek puanlamasında kesinlikle katılmıyorum: 1 puan, katılmıyorum: 2 puan, ne katılıyorum ne katılmıyorum: 3 puan, katılıyorum: 4 puan ve kesinlikle katılıyorum: 5 puan olarak değerlendirilmiştir.

Anketin üçüncü bölümünde, Doğu Karadeniz Bölgesi'nde ekoturlara katılan yerli turistlerin destinasyona yönelik hizmet kalitesinden beklenti düzeyleri ile algı düzeyleri belirlenmeye çalışılmıştır. Bu amaçla ifadelerin oluşturulması için ekoturizmde hizmet kalitesi üzerine yapılmış araştırmalardan (Khan, 1996; Khan,

2003; Khan ve Su, 2003; Ladhari, 2008; Said ve diğeri, 2013; Sunarti ve Hartini, 2015) ve ilgili yazından yararlanılmıştır. Yerli turistlerin destinasyona yönelik hizmet kalitesinden beklenti düzeyleri ile algı düzeylerini ölçmek amacıyla oluşturulan ankette 50 ifade yer almaktadır. Bu ifadelerin değerlendirilmesinde de beşli likert tipi ölçek kullanılmıştır. Öncelikle bu ifadeler beklenti ölçeğinde 1: çok önemsiz ile 5: çok önemli aralığında düzenlenmiştir. Bu çerçevede yerli turistler açısından bu ifadelerin beklenti düzeyi ölçülmeye çalışılmıştır. Yerli turistlerin katıldıkları ekoturlarda, beklentilerinin ne derece karşılandığını belirlemek amacıyla algı (performans) ölçeğinde ise ifadeler 1: kesinlikle karşılamadı ile 5: kesinlikle karşıladı aralığında düzenlenmiştir.

Hizmet kalitesi ölçümlerinde, beklentilerin, turistik deneyim gerçekleşmeden önce, bir diğer ifadeyle hizmetten yararlanılmadan önce belirlenmesi gerekmektedir. Ayrıca hizmet kalitesi algılarının da hizmetten yararlanıldıktan sonra ölçülmesi gerekmektedir. Bu sebeple bu araştırmada, araştırma anketi iki aşamalı olarak uygulanmıştır. İlk aşamada yerli turistlere, tura başladıkları ilk gün, otobüste, destinasyona ilişkin hizmet kalitesinden beklentileri sorulmuştur. Turlarının son günü ise aynı kişinin aynı anketi cevaplayabilmesi adına anketlere numara verilerek turistlerin tatillerinin/turlarının sonuna kadar beklenmiştir. Son olarak anketler, turistlere, turlarının son günü destinasyondan ayrılıp dönüş yoluna geçtiklerinde dağıtılarak, algıları sorulmuştur.

### **3.4. Verilerin Analizi**

Araştırmaya katılan yerli turistlerin vermiş oldukları cevaplar doğrultusunda elde edilen veriler IBM SPSS 22.0 (Statistical Package for Social Science) programına aktarılmış ve veriler bu program yardımıyla değerlendirilmiştir. Verilerin değerlendirilmesinde tanımlayıcı istatistiksel yöntemleri olarak sayı, yüzde, ortalama ve standart sapma kullanılmıştır. Ural ve Kılıç'a (2013: 201) göre; tek gruba iki test uygulandıktan sonra testlere ilişkin ortalamalar arasındaki farkın önemli olup olmadığı eşleşmiş grup t-testi ile belirlenmektedir. Bu araştırmada da beklenti ve performans ölçümleri arasındaki fark eşleşmiş grup t-testi ile analiz edilmiştir. Öte yandan; iki bağımsız grup arasında niceliksel sürekli verilerin karşılaştırılmasında t-

testi, ikiden fazla bağımsız grup arasında niceliksel sürekli verilerin karşılaştırılmasında Varyans analizi (One-Way Anova) kullanılmıştır. Varyans analizi sonrasında farklılıkları belirlemek üzere tamamlayıcı post-hoc analizi olarak Scheffe testi kullanılmıştır. Elde edilen bulgular %95 güven aralığında ve %5 anlamlılık düzeyinde değerlendirilmiştir.

Geçerlilik; bir testin ölçmek istediği özelliği doğru ve diğer özelliklerle karıştırmadan ölçmesi durumunda ortaya çıkmaktadır. Bu şekilde söz konusu testin geçerli olduğunu söylemek mümkündür (Lorcu, 2015: 206-207). Geçerli bir testte bulunması gereken en önemli özellik ise testin güvenilir olmasıdır (Alpar, 2010: 316). Güvenilirlik; bir testte ölçülmek istenenlerin aynı sembolleri alarak, aynı süreçlerin izlenmesi ve aynı sonuçların alınmasıdır. Bir diğer ifadeyle; ölçmenin tesadüfi yanılgılardan oluşmaması, güvenilirlik kavramını içermektedir (Karasar, 2013: 148). Bu araştırmada, söz konusu araştırma ölçeği için geçerlilik ve güvenilirlik analizleri yapılmıştır.

Ölçeğin yapı geçerliliğini ortaya koymak amacıyla açıklayıcı (açımlayıcı) faktör analizi yöntemi uygulanmıştır. Yapılan Barlett testi sonucunda ( $p=0,000<0,05$ ) faktör analizine alınan değişkenler arasında ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. Test sonucunda ( $KMO= 0,851>0,60$ ) örnek büyüklüğünün faktör analizi uygulanması için yeterli olduğu tespit edilmiştir. Faktör analizi uygulamasında varimax yöntemi seçilerek faktörler arasındaki ilişkinin yapısının aynı kalması sağlanmıştır. Faktör analizinde faktör yükü 0,5'in altında kalan, eş yükleme olan ve tek maddelik faktör oluşturan 5 madde ölçekten çıkartılmıştır. Bu maddeler; “bölge ikliminin uygunluğu”, “otellerin yenilenebilir enerji kaynaklarını kullanması”, “eko tatil esnasında ihtiyaç duyulan bilgilerin doğru ve hızlı bir şekilde elde edilmesi”, “bölgenin altyapı (su ve elektrik) yeterliliği” ile “bölgenin tabela ve yönlendirme levhaları ile broşür/katalogunun bulunması” şeklindedir.

Araştırma ölçeğindeki 45 maddenin güvenilirliğini hesaplamak için ise iç tutarlılık katsayısı olan “Cronbach Alpha” hesaplanmıştır. Ölçeğin genel güvenilirliği  $\alpha=0,947$  olarak çok yüksek bulunmuştur. Güvenilirliğe ilişkin bulunan  $\alpha$  ve açıklanan varyans değerine göre araştırma ölçeğinin geçerli ve güvenilir bir araç olduğu anlaşılmıştır.

## 4. BULGULAR VE YORUMLAR

Bu bölümde, araştırma probleminin çözümü için, araştırmaya katılan yerli turistlerden ölçek yoluyla toplanan verilerin analizi sonucunda elde edilen bulgular yer almaktadır. Elde edilen bulgulara dayalı olarak açıklama ve yorumlar yapılmıştır.

### 4.1. Tanımlayıcı Özelliklerin Dağılımı

Bu bölümde araştırmanın katılımcıları olan yerli turistlerin sosyo-demografik özelliklerini ortaya koymak amaçlanmıştır. Bu doğrultuda katılımcıların cinsiyetleri, yaşları, eğitim durumları, meslekleri, medeni durumları, yaşadıkları şehir, daha önce tatile/tura çıkma durumları, tatile/tura çıkma sıklıkları, tura kiminle katıldıkları, gelir düzeyleri, turdaki konaklama yerleri, tur süresince harcama durumları ve tatilin süresi ile ilgili sorulara yanıt aranmıştır. Yerli turistlerin sosyo-demografik özelliklerine ilişkin bulgular Çizelge 7’de görülmektedir.

**Çizelge 7.** Yerli Turistlerin Tanımlayıcı Özelliklerinin Dağılımı

| Sosyo-Demografik Değişkenler |                     | Sayı (n) | Yüzde (%) |
|------------------------------|---------------------|----------|-----------|
| Cinsiyet                     | Kadın               | 242      | 60,5      |
|                              | Erkek               | 158      | 39,5      |
|                              | <b>Toplam</b>       | 400      | 100,0     |
| Yaş                          | 19-35 yaş arası     | 172      | 43,0      |
|                              | 36-51 yaş arası     | 147      | 36,8      |
|                              | 52 yaş ve üzeri     | 81       | 20,2      |
|                              | <b>Toplam</b>       | 400      | 100,0     |
| Eğitim Durumu                | İlkokul ve ortaokul | 26       | 6,5       |
|                              | Lise                | 68       | 17,0      |
|                              | Ön lisans           | 69       | 17,2      |
|                              | Lisans              | 154      | 38,5      |
|                              | Lisansüstü          | 83       | 20,8      |
|                              | <b>Toplam</b>       | 400      | 100,0     |

Çizelge 7 - devam

| Sosyo-Demografik Değişkenler  |                              | Sayı (n) | Yüzde (%) |
|-------------------------------|------------------------------|----------|-----------|
| Medeni Durum                  | Evli                         | 235      | 58,8      |
|                               | Bekar                        | 165      | 41,2      |
|                               | <b>Toplam</b>                | 400      | 100,0     |
| Meslek                        | Kamu çalışanı                | 130      | 32,5      |
|                               | İşçi                         | 7        | 1,8       |
|                               | Esnaf/sanatkar               | 27       | 6,8       |
|                               | İş adamı                     | 24       | 6,0       |
|                               | Serbest meslek               | 89       | 22,2      |
|                               | Ev hanımı                    | 32       | 8,0       |
|                               | Emekli                       | 39       | 9,8       |
|                               | Öğrenci                      | 38       | 9,5       |
|                               | Diğer                        | 14       | 3,5       |
|                               | <b>Toplam</b>                | 400      | 100,0     |
| Yaşanılan Şehir               | İstanbul                     | 153      | 38,2      |
|                               | Ankara                       | 52       | 13,0      |
|                               | İzmir                        | 79       | 19,8      |
|                               | Antalya                      | 23       | 5,8       |
|                               | Diğer                        | 93       | 23,2      |
|                               | <b>Toplam</b>                | 400      | 100,0     |
| Daha Önce Tatile Çıkma Durumu | Evet                         | 379      | 94,8      |
|                               | Hayır                        | 21       | 5,2       |
|                               | <b>Toplam</b>                | 400      | 100,0     |
| Tatile Çıkma Sıklığı          | Yılda 1-2 kez                | 231      | 57,8      |
|                               | Yılda 3-4 kez                | 93       | 23,2      |
|                               | Yılda 5-6 kez                | 47       | 11,8      |
|                               | Yılda 7 kez ve üzeri         | 29       | 7,2       |
|                               | <b>Toplam</b>                | 400      | 100,0     |
| Tura Katıldığı Kiminle        | Ailemle                      | 232      | 58,0      |
|                               | Arkadaşımle                  | 124      | 31,0      |
|                               | Yalnız                       | 44       | 11,0      |
|                               | <b>Toplam</b>                | 400      | 100,0     |
| Aylık Ortalama Gelir Durumu   | Kişisel gelire sahip değilim | 70       | 17,5      |
|                               | 2000 TL ve altı              | 49       | 12,2      |
|                               | 2001-3000 TL                 | 60       | 15,0      |
|                               | 3001-4000 TL                 | 108      | 27,0      |
|                               | 4001 TL ve üzeri             | 113      | 28,2      |
|                               | <b>Toplam</b>                | 400      | 100,0     |
| Turdaki Konaklama Yeri        | Otel                         | 195      | 48,8      |
|                               | Motel                        | 46       | 11,5      |
|                               | Dağ/yayla evi (oberj)        | 138      | 34,5      |
|                               | Çadır                        | 16       | 4,0       |
|                               | Kamp/karavan                 | 5        | 1,3       |
|                               | <b>Toplam</b>                | 400      | 100,0     |

Çizelge 7 - devam

| Sosyo-Demografik Değişkenler          |                   | Sayı (n) | Yüzde (%) |
|---------------------------------------|-------------------|----------|-----------|
| Tur Süresince Ortalama Harcama Tutarı | 1000 TL ve altı   | 51       | 12,8      |
|                                       | 1001 TL - 2000 TL | 161      | 40,2      |
|                                       | 2001 TL - 3000 TL | 131      | 32,8      |
|                                       | 3001 TL ve üstü   | 57       | 14,2      |
|                                       | <b>Toplam</b>     | 400      | 100,0     |
| Tatilin Süresi                        | 1 - 4 gün         | 133      | 33,2      |
|                                       | 5 - 8 gün         | 216      | 54,0      |
|                                       | 9 gün ve üzeri    | 51       | 12,8      |
|                                       | <b>Toplam</b>     | 400      | 100,0     |

Çizelge 7’de görüldüğü üzere, araştırmanın katılımcıları olan yerli turistler cinsiyet değişkenine göre; %60,5’i kadın ve %39,5’i erkek olarak dağılmaktadırlar. Yaş değişkenine göre ise %43’ü 19-35 yaş arası, %36,8’i 36-51 yaş arası ve %20,2’si 52 yaş ve üzeri olarak dağılmaktadır. Bu sonuçlardan da anlaşılacağı üzere 18 yaş ve altı grubunda katılımcı bulunmamaktadır. Katılımcıların %38,5’i lisans, %17,2’si ön lisans, %17’si lise ve %6,5’i ilkokul ve ortaokul mezunudur. Lisansüstü mezunların oranı ise %20,8’dir. Araştırmaya katılanların %58,8’i evli ve 41,2’si bekdir. Katılımcılar meslek değişkenine göre; %32,5’i kamu çalışanı, %22,2’si serbest meslek çalışanı, %9,8’i emekli, %9,5’i öğrenci, %8’i ev hanımı, %6,8’i esnaf/sanatkar, %6’sı iş adamı ve %1,8’i işçi olarak dağılmaktadırlar. Katılımcıların %3,5’i ise diğer seçeneğini işaretlemişlerdir. Söz konusu bu katılımcıların meslekleri sırasıyla; mühendis, avukat ve yaşam koçu şeklindedir.

Katılımcılara, yaşadıkları şehire yönelik açık uçlu soru sorulmuş ve veriler elde edildikten sonra şehirler gruplandırılmıştır. Buna göre, turistlerin büyük çoğunluğu (%38,2) İstanbul’da yaşamaktadırlar. İzmir’de yaşayanların oranı %19,8; Ankara’da yaşayanların oranı %13 ve Antalya’da yaşayanların oranı %5,8’dir. Diğer seçeneğini işaretleyen katılımcı oranı ise %23,2’dir. Diğer seçeneğinde katılımcıların sırasıyla; Manisa, Bartın, Balıkesir, Kocaeli, Konya, Niğde, Bursa, Mersin, Aydın, Yozgat, Tekirdağ ve Muğla illerinde yaşadıkları belirlenmiştir. Katılımcıların %94,8’i daha önce tatile/tura çıkmışken; %5,2’si daha önce herhangi bir tura/tatile katılmamıştır. Tatile/tura çıkma sıklığı açısından bir inceleme yapıldığında ise; katılımcıların büyük çoğunluğu (%57,8) yılda 1-2 kez tatile/tura çıkmaktadırlar. Yılda 3-4 kez tatile/tura çıkanların oranı %23,2 iken; yılda 5-6 kez tatile/tura çıkanların oranı ise %11,8’dir.

Yılda 7 kez ve üzeri tatile/tura çıkan katılımcılar en düşük orana (%7,2) sahiptirler. Katılımcıların %58'i ailesiyle tura katılmışken; %31'i arkadaşıyla ve %11'i tura yalnız katılmışlardır.

Katılımcılar, aylık ortalama gelir değişkenine göre %28,2'si 4001 TL ve üzeri, %27'si 3001 TL-4000 TL, %15'i 2001 TL-3000 TL ve %12,2'si 2000 TL ve altı olarak dağılmaktadırlar. Katılımcıların %17,5'i ise kişisel gelire sahip değildir. Bu grup ev hanımı ve öğrencilerden oluşmaktadır. Katılımcıların %48,8'i katıldıkları turda otelde, %34,5'i dağ/yayla evinde (oberj), %11,5'i motelde, %4'ü çadırda ve %1,3'ü kamp/karavanda konaklamaktadırlar. Katılımcılar, tur süresince ortalama harcama tutarı değişkenine göre; %40,2'si 1001 TL-2000 TL, %32,8'i 2001 TL-3000 TL, %14,2'si 3001 TL ve üstü, %12,8'i de 1000 TL ve altı olarak dağılmaktadırlar. Katılımcıların %54'ünün tatili 5-8 gün, %33,2'sinin tatili 1-4 gün ve %12,8'inin tatili 9 gün ve üzeri olarak dağılmaktadır.

#### **4.2. Ekoturizme İlişkin Görüşlerin Dağılımı**

Araştırmanın bu bölümünde yerli turistlerin ekoturizm kavramı ve katıldıkları tur ile ilgili görüşlerini belirlemek amacıyla sorular soruların yanıtları yer almaktadır (Çizelge 8). Ekoturizm kavramına ilişkin katılımcı görüşlerini belirleyebilmek adına 9 ifade verilmiş ve en az 3 seçeneğin işaretlenmesi belirtilerek, verilen cevaplar bu doğrultuda değerlendirilmiştir.

Çizelge 8'de yer alan sonuçlara göre; katılımcıların büyük çoğunluğu (%55,5) ekoturizmi, "doğa ile ilgili turları ve aktiviteleri kapsayan bir turizm" olarak ifade etmektedirler. Katılımcıların %53,5'ine göre ise ekoturizm, "çevreyi koruyan ve yerel halkın refahına katkı sağlayan bir turizm" iken; %49'una göre "çevre dostu turizm" olarak ifade edilmektedir. En düşük katılımı (%2,2) ekoturizm kavramı; "pahalı ve moda olan bir turizm" şeklinde tanımlanmaktadır.

**Çizelge 8.** Ekoturizm Kavramına Yönelik Algılar

| İfadeler                         |                                                                         | Sayı (n) | Yüzde (%) |
|----------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|----------|-----------|
| Ekoturizm Kavramına Yönelik Algı | Doğa ile ilgili turları ve aktiviteleri kapsayan bir turizmdir.         | 222      | 55,5      |
|                                  | Çevreyi koruyan ve yerel halkın refahına katkı sağlayan bir turizmdir.  | 214      | 53,5      |
|                                  | Çevre dostu turizmdir.                                                  | 196      | 49,0      |
|                                  | Doğayı anlatan ve uygulamalı öğreten bir turizmdir.                     | 172      | 43,0      |
|                                  | Farklı kültürleri ve gelenekleri tanımaya olanak veren bir turizmdir.   | 143      | 35,8      |
|                                  | Stresten kaçış ve rahatlama sağlayan turizmdir.                         | 104      | 26,0      |
|                                  | Doğa ile ilgili sportif faaliyetlerin gerçekleştirildiği bir turizmdir. | 72       | 18,0      |
|                                  | Konforsuz, basit ve sade olanaklar sunan bir turizmdir.                 | 69       | 17,2      |
|                                  | Pahalı ve moda olan bir turizmdir.                                      | 9        | 2,2       |

Katılımcıların ekoturizm turlarına katılma sıklığına ilişkin bulgular Çizelge 9’da yer almaktadır.

**Çizelge 9.** Ekoturizm Turlarına Katılma Sıklığına İlişkin Dağılım

|                                     |                 | Sayı (n) | Yüzde (%) |
|-------------------------------------|-----------------|----------|-----------|
| Ekoturizm Turlarına Katılma Sıklığı | İlk kez         | 171      | 42,8      |
|                                     | 2. kez          | 72       | 18,0      |
|                                     | 3. kez          | 69       | 17,2      |
|                                     | 4. kez          | 41       | 10,2      |
|                                     | 5. kez ve üzeri | 47       | 11,8      |
|                                     | Toplam          | 400      | 100,0     |

Çizelge 9’a göre katılımcıların büyük bir oranı (%42,8) ekoturizm turlarına ilk kez katılmışlardır. Söz konusu turlara 2. kez katılanların oranı %18; 3. kez katılanların oranı %17,2; 4. kez katılanların oranı %10,2 ve 5. kez ve üzeri katılanların oranı %11,8’dir. Bu durumda, ekoturizm turları konusunda deneyimli turistlerin oranının %57,2 olduğunu söylemek mümkündür.

Çizelge 10’da katılımcıların, ekoturizm turlarına katılım nedenleri ele alınmıştır. Katılımcıların, seçenekleri önem derecesine göre 1’den 7’ye sıralamaları belirtilmiş ve verilen cevaplar bu doğrultuda değerlendirilmiştir.

**Çizelge 10.** Ekoturizm Turlarına Katılım Nedenlerinin Önem Sıralaması

| İfadeler                                                   | Önem Derecesi | Sayı (n) | Yüzde (%) | Önem Ortalaması |
|------------------------------------------------------------|---------------|----------|-----------|-----------------|
| <b>Doğa İle Baş Başa Olmak</b>                             | Önemli 1      | 187      | 46,8      | <b>5,77</b>     |
|                                                            | Önemli 2      | 97       | 24,3      |                 |
|                                                            | Önemli 3      | 52       | 13,0      |                 |
|                                                            | Önemli 4      | 25       | 6,3       |                 |
|                                                            | Önemli 5      | 32       | 8,0       |                 |
|                                                            | Önemli 6      | 1        | 0,3       |                 |
|                                                            | Önemli 7      | 6        | 1,5       |                 |
|                                                            | Toplam        | 400      | 100,0     |                 |
| <b>Fiziksel ve Zihinsel Açıdan Rahatlamak</b>              | Önemli 1      | 70       | 17,5      | <b>5,16</b>     |
|                                                            | Önemli 2      | 91       | 22,8      |                 |
|                                                            | Önemli 3      | 85       | 21,3      |                 |
|                                                            | Önemli 4      | 88       | 22,0      |                 |
|                                                            | Önemli 5      | 44       | 11,0      |                 |
|                                                            | Önemli 6      | 16       | 4,0       |                 |
|                                                            | Önemli 7      | 6        | 1,5       |                 |
|                                                            | Toplam        | 400      | 100,0     |                 |
| <b>Yörenin Tarihi, Sosyo-Kültürel Değerlerini Öğrenmek</b> | Önemli 1      | 79       | 19,8      | <b>5,01</b>     |
|                                                            | Önemli 2      | 64       | 16,0      |                 |
|                                                            | Önemli 3      | 75       | 18,8      |                 |
|                                                            | Önemli 4      | 90       | 22,5      |                 |
|                                                            | Önemli 5      | 55       | 13,8      |                 |
|                                                            | Önemli 6      | 25       | 6,3       |                 |
|                                                            | Önemli 7      | 12       | 3,0       |                 |
|                                                            | Toplam        | 400      | 100,0     |                 |
| <b>Çok Bahsedilen Bir Yeri Tanımak</b>                     | Önemli 1      | 44       | 11,0      | <b>3,63</b>     |
|                                                            | Önemli 2      | 78       | 19,5      |                 |
|                                                            | Önemli 3      | 84       | 21,0      |                 |
|                                                            | Önemli 4      | 58       | 14,5      |                 |
|                                                            | Önemli 5      | 68       | 17,0      |                 |
|                                                            | Önemli 6      | 47       | 11,8      |                 |
|                                                            | Önemli 7      | 21       | 5,3       |                 |
|                                                            | Toplam        | 400      | 100,0     |                 |
| <b>Yöreye ve Yöre İnsanına Ekonomik Katkı Sağlamak</b>     | Önemli 1      | 6        | 1,5       | <b>3,25</b>     |
|                                                            | Önemli 2      | 15       | 3,8       |                 |
|                                                            | Önemli 3      | 54       | 13,5      |                 |
|                                                            | Önemli 4      | 69       | 17,3      |                 |
|                                                            | Önemli 5      | 83       | 20,8      |                 |
|                                                            | Önemli 6      | 93       | 23,2      |                 |
|                                                            | Önemli 7      | 80       | 20,0      |                 |
|                                                            | Toplam        | 400      | 100,0     |                 |

Çizelge 10 - devam

| İfadeler                                                 | Önem Derecesi | Sayı (n) | Yüzde (%) | Önem Ortalaması |
|----------------------------------------------------------|---------------|----------|-----------|-----------------|
| <b>Macera Yaşamak</b>                                    | Önemli 1      | 10       | 2,5       | <b>3,04</b>     |
|                                                          | Önemli 2      | 45       | 11,3      |                 |
|                                                          | Önemli 3      | 37       | 9,3       |                 |
|                                                          | Önemli 4      | 35       | 8,8       |                 |
|                                                          | Önemli 5      | 54       | 13,5      |                 |
|                                                          | Önemli 6      | 87       | 21,8      |                 |
|                                                          | Önemli 7      | 132      | 33,0      |                 |
|                                                          | Toplam        | 400      | 100,0     |                 |
| <b>Benzer İlgi Alanına Sahip Yeni Arkadaşlar Edinmek</b> | Önemli 1      | 4        | 1,0       | <b>2,11</b>     |
|                                                          | Önemli 2      | 10       | 2,5       |                 |
|                                                          | Önemli 3      | 13       | 3,3       |                 |
|                                                          | Önemli 4      | 35       | 8,8       |                 |
|                                                          | Önemli 5      | 64       | 16,0      |                 |
|                                                          | Önemli 6      | 131      | 32,8      |                 |
|                                                          | Önemli 7      | 143      | 35,8      |                 |
|                                                          | Toplam        | 400      | 100,0     |                 |

Çizelge 10'da görüldüğü üzere, ekoturizm turlarına katılım nedenleri önem sıralamasına göre incelendiğinde; birinci, yani en önemli neden olarak “doğa ile baş başa olmak” ( $\bar{x}=5,77$ ) ifadesi karşımıza çıkmaktadır. İkinci neden, “fiziksel ve zihinsel açıdan rahatlamak” ( $\bar{x}=5,16$ ) iken; üçüncü neden “yörenin tarihi ve sosyo-kültürel değerlerini öğrenmek” ( $\bar{x}=5,01$ ) ifadeleridir. Dördüncü neden “çok bahsedilen bir yeri tanımak” ( $\bar{x}=3,63$ ), beşinci neden “yöreye ve yöre insanına ekonomik katkı sağlamak” ( $\bar{x}=3,25$ ), altıncı neden “macera yaşamak” ( $\bar{x}=3,04$ ) ve yedinci neden ise “benzer ilgi alanına sahip yeni arkadaşlar edinmek” ( $\bar{x}=2,11$ ) şeklindedir.

Araştırmaya katılan yerli turistlerin, katıldıkları turda yer alan destinasyonda, ekoturizmin gelişimi önündeki engelleri önem derecesine göre 1'den 10'a sıralamaları belirtilmiştir. Katılımcı yanıtları Çizelge 11'de yer almaktadır.

Çizelge 11'e göre; yerli turistlerin katıldıkları turdaki destinasyonda ekoturizmin gelişimi önündeki engellere yönelik önem sıralaması incelendiğinde; en önemli unsurun “bölgenin doğal değerlerinin yeterince bilinmiyor olması” ( $\bar{x}=7,82$ ) olduğu görülmektedir. Bunu takip eden unsurlar sırasıyla; “ekoturizm kavramının yeterince anlaşılamamış olması” ( $\bar{x}=7,28$ ), “bölgenin doğal değerlerinin yeterince korunmuyor olması” ( $\bar{x}=6,21$ ), “halkın doğa koruma konusundaki bilinçsizliği” ( $\bar{x}=6,15$ ), “tanıtım yetersizliği” ( $\bar{x}=5,20$ ), “planlama otoritelerinin yetersizliği” ( $\bar{x}=4,95$ ), “üstyapı

sorunları” ( $\bar{x}=4,74$ ), “altyapı eksikliği”, ( $\bar{x}=4,33$ ), “mevzuat yetersizliği”, ( $\bar{x}=4,27$ ) ve “konaklama tesislerinin yetersizliği” ( $\bar{x}=4,01$ ) şeklindedir.

**Çizelge 11.** Turdaki Destinasyonda Ekoturizmin Gelişimi Önündeki Engellerin Önem Sıralaması

| İfadeler                                                       | Önem Derecesi | Sayı (n) | Yüzde (%) | Önem Ortalaması |
|----------------------------------------------------------------|---------------|----------|-----------|-----------------|
| <b>Bölgenin Doğal Değerlerinin Yeterince Bilinmiyor Olması</b> | Önemli 1      | 45       | 11,3      | <b>7,82</b>     |
|                                                                | Önemli 2      | 53       | 13,3      |                 |
|                                                                | Önemli 3      | 109      | 27,3      |                 |
|                                                                | Önemli 4      | 52       | 13,0      |                 |
|                                                                | Önemli 5      | 55       | 13,8      |                 |
|                                                                | Önemli 6      | 24       | 6,0       |                 |
|                                                                | Önemli 7      | 18       | 4,5       |                 |
|                                                                | Önemli 8      | 27       | 6,8       |                 |
|                                                                | Önemli 9      | 10       | 2,5       |                 |
|                                                                | Önemli 10     | 7        | 1,8       |                 |
|                                                                | Toplam        | 400      | 100,0     |                 |
| <b>Ekoturizm Kavramının Yeterince Anlaşılamamış Olması</b>     | Önemli 1      | 90       | 22,5      | <b>7,28</b>     |
|                                                                | Önemli 2      | 103      | 25,8      |                 |
|                                                                | Önemli 3      | 18       | 4,5       |                 |
|                                                                | Önemli 4      | 21       | 5,3       |                 |
|                                                                | Önemli 5      | 28       | 7,0       |                 |
|                                                                | Önemli 6      | 27       | 6,8       |                 |
|                                                                | Önemli 7      | 22       | 5,5       |                 |
|                                                                | Önemli 8      | 29       | 7,3       |                 |
|                                                                | Önemli 9      | 34       | 8,5       |                 |
|                                                                | Önemli 10     | 28       | 7,0       |                 |
|                                                                | Toplam        | 400      | 100,0     |                 |
| <b>Bölgenin Doğal Değerlerinin Yeterince Korunmuyor Olması</b> | Önemli 1      | 44       | 11,0      | <b>6,21</b>     |
|                                                                | Önemli 2      | 58       | 14,5      |                 |
|                                                                | Önemli 3      | 44       | 11,0      |                 |
|                                                                | Önemli 4      | 76       | 19,0      |                 |
|                                                                | Önemli 5      | 40       | 10,0      |                 |
|                                                                | Önemli 6      | 81       | 20,3      |                 |
|                                                                | Önemli 7      | 34       | 8,5       |                 |
|                                                                | Önemli 8      | 4        | 1,0       |                 |
|                                                                | Önemli 9      | 9        | 2,3       |                 |
|                                                                | Önemli 10     | 10       | 2,5       |                 |
|                                                                | Toplam        | 400      | 100,0     |                 |

Çizelge 11 - devam

| İfadeler                                                                                                     | Önem Derecesi | Sayı (n) | Yüzde (%) | Önem Ortalaması |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|----------|-----------|-----------------|
| <b>Halkın Doğa Koruma Konusundaki Bilinçsizliği</b>                                                          | Önemli 1      | 70       | 17,5      | <b>6,15</b>     |
|                                                                                                              | Önemli 2      | 82       | 20,5      |                 |
|                                                                                                              | Önemli 3      | 34       | 8,5       |                 |
|                                                                                                              | Önemli 4      | 18       | 4,5       |                 |
|                                                                                                              | Önemli 5      | 18       | 4,5       |                 |
|                                                                                                              | Önemli 6      | 33       | 8,3       |                 |
|                                                                                                              | Önemli 7      | 31       | 7,8       |                 |
|                                                                                                              | Önemli 8      | 60       | 15,0      |                 |
|                                                                                                              | Önemli 9      | 34       | 8,5       |                 |
|                                                                                                              | Önemli 10     | 20       | 5,0       |                 |
|                                                                                                              | Toplam        | 400      | 100,0     |                 |
| <b>Tanıtım Yetersizliği</b>                                                                                  | Önemli 1      | 66       | 16,5      | <b>5,20</b>     |
|                                                                                                              | Önemli 2      | 37       | 9,3       |                 |
|                                                                                                              | Önemli 3      | 38       | 9,5       |                 |
|                                                                                                              | Önemli 4      | 44       | 11,0      |                 |
|                                                                                                              | Önemli 5      | 48       | 12,0      |                 |
|                                                                                                              | Önemli 6      | 33       | 8,3       |                 |
|                                                                                                              | Önemli 7      | 44       | 11,0      |                 |
|                                                                                                              | Önemli 8      | 23       | 5,8       |                 |
|                                                                                                              | Önemli 9      | 50       | 12,5      |                 |
|                                                                                                              | Önemli 10     | 17       | 4,3       |                 |
|                                                                                                              | Toplam        | 400      | 100,0     |                 |
| <b>Planlama Otoritelerinin (Merkezi ve Yerel Yönetimler) Yetersizliği</b>                                    | Önemli 1      | 37       | 9,3       | <b>4,95</b>     |
|                                                                                                              | Önemli 2      | 13       | 3,3       |                 |
|                                                                                                              | Önemli 3      | 56       | 14,0      |                 |
|                                                                                                              | Önemli 4      | 60       | 15,0      |                 |
|                                                                                                              | Önemli 5      | 61       | 15,3      |                 |
|                                                                                                              | Önemli 6      | 51       | 12,8      |                 |
|                                                                                                              | Önemli 7      | 27       | 6,8       |                 |
|                                                                                                              | Önemli 8      | 55       | 13,8      |                 |
|                                                                                                              | Önemli 9      | 29       | 7,3       |                 |
|                                                                                                              | Önemli 10     | 11       | 2,8       |                 |
|                                                                                                              | Toplam        | 400      | 100,0     |                 |
| <b>Üstyapı (çevreyle uyum içerisinde olmayan konaklama/yeme-içme/eğlence vb. işletme binaları) Sorunları</b> | Önemli 1      | 21       | 5,3       | <b>4,74</b>     |
|                                                                                                              | Önemli 2      | 15       | 3,8       |                 |
|                                                                                                              | Önemli 3      | 27       | 6,8       |                 |
|                                                                                                              | Önemli 4      | 37       | 9,3       |                 |
|                                                                                                              | Önemli 5      | 82       | 20,5      |                 |
|                                                                                                              | Önemli 6      | 25       | 6,3       |                 |
|                                                                                                              | Önemli 7      | 54       | 13,5      |                 |
|                                                                                                              | Önemli 8      | 55       | 13,8      |                 |
|                                                                                                              | Önemli 9      | 37       | 9,3       |                 |
|                                                                                                              | Önemli 10     | 47       | 11,8      |                 |
|                                                                                                              | Toplam        | 400      | 100,0     |                 |

Çizelge 11 - devam

| İfadeler                                                         | Önem Derecesi | Sayı (n) | Yüzde (%) | Önem Ortalaması |
|------------------------------------------------------------------|---------------|----------|-----------|-----------------|
| <b>Altyapı (yol, su, kanalizasyon, haberleşme vb.) Eksikliği</b> | Önemli 1      | 13       | 3,3       | <b>4,33</b>     |
|                                                                  | Önemli 2      | 13       | 3,3       |                 |
|                                                                  | Önemli 3      | 29       | 7,3       |                 |
|                                                                  | Önemli 4      | 61       | 15,3      |                 |
|                                                                  | Önemli 5      | 18       | 4,5       |                 |
|                                                                  | Önemli 6      | 54       | 13,5      |                 |
|                                                                  | Önemli 7      | 93       | 23,3      |                 |
|                                                                  | Önemli 8      | 41       | 10,3      |                 |
|                                                                  | Önemli 9      | 55       | 13,8      |                 |
|                                                                  | Önemli 10     | 23       | 5,8       |                 |
|                                                                  | Toplam        | 400      | 100,0     |                 |
| <b>Mevzuat Yetersizliği</b>                                      | Önemli 1      | 8        | 2,0       | <b>4,27</b>     |
|                                                                  | Önemli 2      | 16       | 4,0       |                 |
|                                                                  | Önemli 3      | 19       | 4,8       |                 |
|                                                                  | Önemli 4      | 23       | 5,8       |                 |
|                                                                  | Önemli 5      | 33       | 8,3       |                 |
|                                                                  | Önemli 6      | 27       | 6,8       |                 |
|                                                                  | Önemli 7      | 44       | 11,0      |                 |
|                                                                  | Önemli 8      | 60       | 15,0      |                 |
|                                                                  | Önemli 9      | 92       | 23,0      |                 |
|                                                                  | Önemli 10     | 78       | 19,5      |                 |
|                                                                  | Toplam        | 400      | 100,0     |                 |
| <b>Konaklama Tesisleri Yetersizliği</b>                          | Önemli 1      | 6        | 1,5       | <b>4,01</b>     |
|                                                                  | Önemli 2      | 10       | 2,5       |                 |
|                                                                  | Önemli 3      | 26       | 6,5       |                 |
|                                                                  | Önemli 4      | 8        | 2,0       |                 |
|                                                                  | Önemli 5      | 17       | 4,3       |                 |
|                                                                  | Önemli 6      | 45       | 11,3      |                 |
|                                                                  | Önemli 7      | 33       | 8,3       |                 |
|                                                                  | Önemli 8      | 46       | 11,5      |                 |
|                                                                  | Önemli 9      | 50       | 12,5      |                 |
|                                                                  | Önemli 10     | 159      | 39,8      |                 |
|                                                                  | Toplam        | 400      | 100,0     |                 |

Araştırmanın katılımcılarına ekoturizme yönelik olarak katıldıkları tur ile ilgili bilgi kaynaklarının neler olduğu sorulmuş ve birden fazla seçeneği işaretleyebilecekleri belirtilmiştir. Elde edilen sonuçlar Çizelge 12’de yer almaktadır.

**Çizelge 12.** Ekoturizme Yönelik Tura Katılımla İlgili Bilgi Kaynakları

|                                                                  |                                      | Sayı<br>(n) | Yüzde<br>(%) |
|------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|-------------|--------------|
| <b>Ekoturizme Yönelik Tura Katılımla İlgili Bilgi Kaynakları</b> | <b>Arkadaş, eş, dost tavsiyesi</b>   | <b>245</b>  | <b>61,3</b>  |
|                                                                  | TV programları/gazete köşe yazıları  | 180         | 45,0         |
|                                                                  | Sosyal medya                         | 159         | 39,8         |
|                                                                  | Gazete, dergi vb. ilan ve reklamları | 115         | 28,7         |
|                                                                  | Seyahat acentesi                     | 86          | 21,5         |
|                                                                  | Çevrimiçi yorum siteleri             | 67          | 16,7         |

Çizelge 12’de görüldüğü üzere; katılımcıların yarısından fazlası (%61,3) ekoturizme yönelik katıldıkları turda, arkadaş, eş ve dost tavsiyesinden faydalanmıştır. Bunu sırasıyla; %45 ile TV programları/gazete köşe yazıları; %39,8 ile sosyal medya, %28,7 ile gazete, dergi vb. ilan ve reklamları ile %21,5 ile seyahat acentesi takip etmektedir. Katılımcı tercihlerinde en az etkiye sahip olan bilgi kaynağının ise %16,7’lik bir oran ile çevrimiçi yorum siteleri olduğu görülmektedir.

Katılımcılara, ekoturizm faaliyetlerine yönelik tutumlarının belirlenebilmesi amacıyla yöneltilen soruların yanıtları Çizelge 13’te yer almaktadır. Buna göre;

- Katılımcılar, “ekoturizm faaliyetlerine yönelik tatil yapmak (tura katılmak) için daha fazla para ödeyebilirim”, “ekoturizm faaliyetlerine yönelik seyahat etmek bana kendimi iyi hissettirir”, “ekoturizme yönelik seyahat etmek ilgi çekici ve prestij unsurudur”, “ekoturizm deneyimlerimi başkalarıyla paylaşırım” ve “ekoturizme yönelik tatilimde yerel lezzetleri denemek isterim” ifadelerine büyük oranda “kesinlikle katılıyorum” ve “katılıyorum” şeklinde yanıt vermişlerdir.
- En yüksek aritmetik ortalamaya sahip ifade “ekoturizm deneyimlerimi başkalarıyla paylaşırım” ( $\bar{x}=4,29$ ) ifadesidir.
- “Ekoturizme yönelik seyahat etmek ilgi çekici ve prestij unsurudur” ( $\bar{x}=3,12$ ) ifadesi en düşük katılıma sahip ifadedir.

**Çizelge 13. Ekoturizm Faaliyetlerine Yönelik Tutumlar**

|                                                                                                         |                                | Sayı<br>(n) | Yüzde<br>(%) | A.O.* | S.S.** |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|-------------|--------------|-------|--------|
| <b>Ekoturizm faaliyetlerine yönelik tatil yapmak (tura katılmak) için daha fazla para ödeyebilirim.</b> | Kesinlikle Katılmıyorum        | 50          | 12,5         | 3,27  | 1,29   |
|                                                                                                         | Katılmıyorum                   | 73          | 18,2         |       |        |
|                                                                                                         | Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum | 65          | 16,2         |       |        |
|                                                                                                         | Katılıyorum                    | 140         | 35,0         |       |        |
|                                                                                                         | Kesinlikle Katılıyorum         | 72          | 18,0         |       |        |
|                                                                                                         | Toplam                         | 400         | 100,0        |       |        |
| <b>Ekoturizm faaliyetlerine yönelik seyahat etmek bana kendimi iyi hissettirir.</b>                     | Kesinlikle Katılmıyorum        | 12          | 3,0          | 4,13  | 0,95   |
|                                                                                                         | Katılmıyorum                   | 23          | 5,8          |       |        |
|                                                                                                         | Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum | 18          | 4,5          |       |        |
|                                                                                                         | Katılıyorum                    | 193         | 48,2         |       |        |
|                                                                                                         | Kesinlikle Katılıyorum         | 154         | 38,5         |       |        |
|                                                                                                         | Toplam                         | 400         | 100,0        |       |        |
| <b>Ekoturizme yönelik seyahat etmek ilgi çekici ve prestij unsurudur.</b>                               | Kesinlikle Katılmıyorum        | 65          | 16,2         | 3,12  | 1,34   |
|                                                                                                         | Katılmıyorum                   | 69          | 17,2         |       |        |
|                                                                                                         | Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum | 91          | 22,8         |       |        |
|                                                                                                         | Katılıyorum                    | 102         | 25,5         |       |        |
|                                                                                                         | Kesinlikle Katılıyorum         | 73          | 18,2         |       |        |
|                                                                                                         | Toplam                         | 400         | 100,0        |       |        |
| <b>Ekoturizm deneyimlerimi başkalarıyla paylaşıyorum.</b>                                               | Kesinlikle Katılmıyorum        | 19          | 4,8          | 4,29  | 0,95   |
|                                                                                                         | Katılmıyorum                   | 5           | 1,2          |       |        |
|                                                                                                         | Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum | 12          | 3,0          |       |        |
|                                                                                                         | Katılıyorum                    | 169         | 42,2         |       |        |
|                                                                                                         | Kesinlikle Katılıyorum         | 195         | 48,8         |       |        |
|                                                                                                         | Toplam                         | 400         | 100,0        |       |        |
| <b>Ekoturizme yönelik tatilimde yerel lezzetleri denemek isterim.</b>                                   | Kesinlikle Katılmıyorum        | 27          | 6,8          | 4,27  | 1,19   |
|                                                                                                         | Katılmıyorum                   | 23          | 5,8          |       |        |
|                                                                                                         | Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum | 12          | 3,0          |       |        |
|                                                                                                         | Katılıyorum                    | 88          | 22,0         |       |        |
|                                                                                                         | Kesinlikle Katılıyorum         | 250         | 62,5         |       |        |
|                                                                                                         | Toplam                         | 400         | 100,0        |       |        |

\*Aritmetik Ortalama \*\*Standart Sapma

#### 4.3. Ölçek Maddelerine İlişkin Bulgular

Bu bölümde araştırmada kullanılan “Ekoturizmde Destinasyon Hizmet Kalitesi Ölçeği” ile ilgili yapılan analizlere ve bulgulara yer verilmektedir. Öncelikle araştırma ölçeğinde, aralarında ilişki bulunan değişkenlerin daha kolay anlaşılması ve yorumlanabilmesi için faktör analizi uygulanmıştır. Verilerin faktör analizine uygun olup olmadığının test edilmesi için KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) testi (örneklem

uygunluk ölçüsü) ile Barlett küresellik testi yapılmıştır. Coşkun ve diğerlerine (2015: 268) göre; KMO değeri olarak 0,5-1,0 arası değerler kabul edilebilir olarak ifade edilirken; 0,5'in altındaki değerler faktör analizinin söz konusu veri seti için uygun olmadığının bir göstergesidir. Bu araştırmada KMO değeri, sig. (p) =0,000 anlamlılık düzeyinde 0,851 olarak belirlenmiştir. Bu değer KMO ölçütlerine göre araştırma ölçeğinin faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir. Ayrıca yapılan Barlett küresellik testi sonucunda ( $p=0,000<0,05$ ) faktör analizine alınan değişkenler arasında ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. Bu doğrultuda; araştırma ölçeğinin faktör analizine uygunluğunun test edilmesinin ardından ölçeğe faktör analizi uygulanmıştır.

Araştırma ölçeğinin alt boyutları ile ilgili olarak her bir boyutta yer alan ölçek maddelerinin güvenilirlik analizleri yapılmıştır. Araştırma ölçeğinin alt boyutları ile ilgili olarak güvenilirlik değerleri de kabul edilebilir sınırlar içinde yer almaktadır (Lorcu, 2015: 208). Faktör analizi sonucunda değişkenler, toplam açıklanan varyansı %59,812 olan 6 faktör altında toplanmıştır. Ölçeğe ait oluşan faktör yapısı ve güvenilirlik değerleri (Cronbach's Alpha Katsayısı) Çizelge 14'te görülmektedir.

**Çizelge 14.** Ekoturizmde Destinasyon Hizmet Kalitesi Ölçeği Faktör Yapısı

| Boyut                               | Madde                                                                               | Faktör Yüğü | Açıklanan Varyans | Cronbach's Alpha |
|-------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------------|------------------|
| <b>Güvence<br/>(Özdeğer=14.147)</b> | Ulaşım araçlarının güvenliği                                                        | 0,774       | <b>13,723</b>     | <b>0,900</b>     |
|                                     | Otelin (konaklama yapılan yer) güvenli olması                                       | 0,741       |                   |                  |
|                                     | Otellerin kalite/hijyen güvence belgelerine sahip olması                            | 0,732       |                   |                  |
|                                     | Eko tatilde rehber ve diğer turizm çalışanlarının nazik ve olumlu tutum sergilemesi | 0,712       |                   |                  |
|                                     | Bölgenin genel olarak güvenli olması (ulaşım, gıda vb.)                             | 0,709       |                   |                  |
|                                     | Turizm çalışanlarının ekoturizmle ilgili eğitim düzeyi                              | 0,658       |                   |                  |
|                                     | Rehberlerin ekoturizmle ilgili bilgi sahibi olması                                  | 0,647       |                   |                  |
|                                     | Turizm çalışanlarının alanlarında eğitime/deneyime sahip olması                     | 0,586       |                   |                  |

Çizelge 14 - devam

|                                                   |                                                                                                                           |       |               |              |
|---------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|---------------|--------------|
| <b>Eko-Fiziksel Özellikler</b><br>(Özdeğer=3.828) | Bölgede katalog ve broşürlerin geri dönüşebilir malzemelerle yapılmış olması                                              | 0,755 | <b>12,330</b> | <b>0,884</b> |
|                                                   | Bölgenin (destinasyonun) çevre temizliği (çöp atıklarının olmaması, geri dönüşüm kutularının bulunması vb.)               | 0,745 |               |              |
|                                                   | Otellerin atık azaltma (geri dönüşüm) programlarını uygulaması                                                            | 0,723 |               |              |
|                                                   | Bölgede çevreye duyarlı ulaştırma araçlarının (elektrikli/hibrit/doğal gazlı) kullanımı                                   | 0,707 |               |              |
|                                                   | Otellerin çevreye duyarlılık (çevre yönetimi) sertifikalarına sahip olması                                                | 0,705 |               |              |
|                                                   | Alternatif ulaşım araçlarının (teleferik vb.) kullanımı                                                                   | 0,655 |               |              |
|                                                   | Bölgede ekotur rotalarına ilişkin tabela ve yönlendirme levhalarının varlığı                                              | 0,625 |               |              |
|                                                   | Bölgenin biyolojik çeşitliliği                                                                                            | 0,624 |               |              |
|                                                   | Otellerin çevre düzenlemesi ve peyzajı                                                                                    | 0,621 |               |              |
|                                                   | Bölgede yerel eğlence ve kültürel etkinliklerin yapılması                                                                 | 0,618 |               |              |
|                                                   | Otel binalarının doğaya ve çevreye uyumu                                                                                  | 0,614 |               |              |
|                                                   | Otellerde kullanılan yapı ve tefriş (donanım) malzemelerinin doğal çevreyle uyumlu olması ve yerel unsurları yansıtmaması | 0,590 |               |              |
|                                                   | Bölgenin doğal ve kültürel çekiciliği                                                                                     | 0,585 |               |              |
|                                                   | Otellerin mimari yapısının özgünlüğü (yöreyle uyumu)                                                                      | 0,576 |               |              |
|                                                   | Bölgede gürültünün normal sınırlar içerisinde olması                                                                      | 0,573 |               |              |
|                                                   | Otellerin enerji ve su tasarrufu ile ilgili uygulamaları                                                                  | 0,562 |               |              |
| <b>Empati</b><br>(Özdeğer=2.738)                  | Müşterilerin doğru bir şekilde bilgilendirilmesi                                                                          | 0,783 | <b>9,250</b>  | <b>0,861</b> |
|                                                   | Rehberlerin, müşterilerin ihtiyaçlarını anlayarak gerçekleştirmeleri                                                      | 0,755 |               |              |
|                                                   | Müşterinin kendisine değer ve önem verildiğini hissetmesi                                                                 | 0,699 |               |              |
|                                                   | Turizm çalışanları ve rehberin sorunları dinleme yetisi                                                                   | 0,615 |               |              |
|                                                   | Turizm çalışanlarının müşteri isteklerini yerine getirebilmek için ekstra çaba sarfetmesi                                 | 0,570 |               |              |
|                                                   | Turizm çalışanlarının müşterilerin ihtiyaçlarını anlayarak gerçekleştirmeleri                                             | 0,551 |               |              |

Çizelge 14 - devam

|                                                |                                                                                                 |       |              |              |
|------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|--------------|--------------|
| <b>Heveslilik<br/>(Özdeğer=2.442)</b>          | Yerel halkın konukseverliği ve yardımseverliği                                                  | 0,887 | <b>9,217</b> | <b>0,871</b> |
|                                                | Bölgedeki turizm çalışanlarının yardımseverliği                                                 | 0,819 |              |              |
|                                                | Esnaf ve yerel sürücülerin olumlu tutum ve davranışları                                         | 0,749 |              |              |
|                                                | Rehberin bilgi verme isteği                                                                     | 0,704 |              |              |
| <b>Fiziksel Özellikler<br/>(Özdeğer=2.029)</b> | Alışveriş, yeme-içme, eğlence vb. işletmelerinin yöreye uygun özellikler taşıması               | 0,739 | <b>8,090</b> | <b>0,844</b> |
|                                                | Bölge ulaşım imkanları                                                                          | 0,695 |              |              |
|                                                | Yerel ulaşım ağı imkanları                                                                      | 0,685 |              |              |
|                                                | Yerel ulaşım hizmetlerinin konforu/hızı ve ekonomikliği                                         | 0,674 |              |              |
|                                                | Bölgede yerel ürünlerin (kazaziye, Rize bezi, bıçak vb.) satışının yapıldığı mekanların varlığı | 0,673 |              |              |
|                                                | Bölgenin doğal, kültürel ve tarihi çekiciliği                                                   | 0,535 |              |              |
| <b>Güvenilirlik<br/>(Özdeğer=1.731)</b>        | Eko tatil için ödenen tur bedelinin karşılığının alınması                                       | 0,741 | <b>7,202</b> | <b>0,802</b> |
|                                                | Eko tatilde vadedilen hizmetlerin verilen süre içinde yapılması                                 | 0,753 |              |              |
|                                                | Rehberlerin problem çözümündeki gayret ve samimiyeti                                            | 0,621 |              |              |
|                                                | Rehberlerin bilgi düzeylerinin yeterliliği ve doğruluğu                                         | 0,588 |              |              |
|                                                | Eko tatildeki hizmetlerin ilk seferde ve tam yapılması                                          | 0,564 |              |              |
| <b>Toplam Varyans %59,812</b>                  |                                                                                                 |       |              |              |

Çizelge 14'te görüldüğü gibi, ölçekteki faktörlerin puanları hesaplanırken, faktördeki maddelerin değerleri toplandıktan sonra madde sayısına bölünerek (aritmetik ortalama) faktör puanları elde edilmiştir. Buna göre;

- Birinci faktörün açıklanan varyans yüzdesi 13,723 düzeyindedir ve sekiz madde ile ifade edilmektedir. Bu faktörün altında bulunan maddeler; turizm çalışanlarının yerli turistlerde güven duygusu oluşturabilmeleri ile ilişkili maddelerdir. Bu faktör orijinal ECOSERV ölçeğinde olduğu gibi “güvence” olarak adlandırılmıştır. Ayrıca güvence boyutunun güvenilirlik değeri 0,900 olarak tespit edilmiştir.
- İkinci faktörün açıklanan varyans yüzdesi 12,330 düzeyindedir ve on altı madde ile ifade edilmektedir. Bu faktörün altında bulunan maddeler; yerli turistlerin, destinasyonun eko-fiziksel özelliklerinden umdukları ile ilişkili

maddelerdir. Bu faktör orijinal ECOSERV ölçeğinde olduğu gibi “eko-fiziksel özellikler” olarak adlandırılmıştır. Eko-fiziksel özellikler boyutunun güvenilirlik değeri 0,884 olarak tespit edilmiştir.

- Üçüncü faktörün açıklanan varyans yüzdesi 9,250 düzeyindedir. Bu faktör altında turizm çalışanlarının yerli turistlere sunduğu özel ilgi ile alakalı olarak altı madde yer almıştır. Belirtilen maddeler orijinal ECOSERV ölçeğinde olduğu gibi “empati” olarak adlandırılmıştır. Söz konusu boyutun güvenilirlik değeri ise 0,861 olarak tespit edilmiştir.
- Dördüncü faktörün açıklanan varyans yüzdesi 9,217 düzeyindedir. Dördüncü faktör altında dört madde yer almıştır. Belirtilen maddeler yerli turistlere yardımcı olmaya ve hizmeti hızlıca sunmaya isteklilik ile ilgilidir. Belirtilen maddeler, orijinal ECOSERV ölçeğinde olduğu gibi “heveslilik” olarak adlandırılmıştır. Söz konusu boyutun güvenilirlik değeri ise 0,871 olarak tespit edilmiştir.
- Beşinci faktörün açıklanan varyans yüzdesi 8,090 düzeyindedir. Bu faktör altında turizm işletmelerinin hizmet sunumunda kullandığı ekipman, bina, personel ile personelin görünümü şeklindeki fiziksel unsurlar ile alakalı olarak altı madde yer almıştır. Belirtilen maddeler, orijinal ECOSERV ölçeğinde olduğu gibi “fiziksel özellikler” olarak adlandırılmıştır. Söz konusu boyutun güvenilirlik değeri ise 0,844 olarak tespit edilmiştir.
- Son olarak altıncı faktörün açıklanan varyans yüzdesi 7,202 düzeyindedir ve beş madde ile ifade edilmektedir. Bu faktörün altında bulunan maddeler; vaat edilen hizmetin güvenli ve doğru bir şekilde sunulmasını sağlama ile ilişkili maddelerdir. Bu faktör orijinal ECOSERV ölçeğinde olduğu gibi “güvenilirlik” olarak adlandırılmıştır. Ayrıca söz konusu boyutun güvenilirlik değeri 0,802 olarak tespit edilmiştir.

Araştırmada kullanılan ölçek maddeleri 5’li Likert tipi derecelendirmeye tabi tutulmuştur. Beklenti ölçeğindeki her bir ölçek maddesi, 1 çok önemsiz ile 5 çok önemli arasında sıralanmıştır. Performans ölçeğinde ise her bir ölçek maddesi, 1 kesinlikle karşılamadı ile 5 kesinlikle karşıladı arasında sıralanmıştır. Çizelge 15’te beklenti ve performans ölçekleri için ayrı ayrı olmak üzere ölçekte yer alan her bir maddenin aritmetik ortalamaları ve standart sapmaları verilmektedir.

**Çizelge 15.** Beklenti ve Performans Ölçek Maddelerine İlişkin Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

| Boyut                   | Madde                                                                                                                   | Beklenti*   |             | Performans** |             |
|-------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|--------------|-------------|
|                         |                                                                                                                         | A.O.        | s.s.        | A.O.         | s.s.        |
| Güvence                 | Ulaşım araçlarının güvenliği                                                                                            | 4,64        | 0,55        | 4,08         | 0,83        |
|                         | Otelin (konaklama yapılan yer) güvenli olması                                                                           | 4,56        | 0,64        | 4,04         | 0,81        |
|                         | Otellerin kalite/hijyen güvence belgelerine sahip olması                                                                | 4,61        | 0,55        | 3,71         | 0,92        |
|                         | Eko tatilde rehber ve diğer turizm çalışanlarının nazik ve olumlu tutum sergilemesi                                     | 4,64        | 0,56        | 4,29         | 0,83        |
|                         | Bölgenin genel olarak güvenli olması (ulaşım, gıda vb.)                                                                 | 4,60        | 0,53        | 4,15         | 0,81        |
|                         | Turizm çalışanlarının ekoturizmle ilgili eğitim düzeyi                                                                  | 4,36        | 0,69        | 3,88         | 1,08        |
|                         | Rehberlerin ekoturizmle ilgili bilgi sahibi olması                                                                      | 4,56        | 0,67        | 4,27         | 0,84        |
|                         | Turizm çalışanlarının alanlarında eğitime/deneyime sahip olması                                                         | 4,51        | 0,62        | 3,61         | 1,23        |
|                         | <b>Toplam</b>                                                                                                           | <b>4,56</b> | <b>0,44</b> | <b>4,00</b>  | <b>0,65</b> |
| Eko-Fiziksel Özellikler | Bölgede katalog ve broşürlerin geri dönüşebilir malzemelerle yapılmış olması                                            | 4,17        | 0,93        | 3,16         | 1,12        |
|                         | Bölgenin (destinasyonun) çevre temizliği (çöp atıklarının olmaması, geri dönüşüm kutularının bulunması vb.)             | 4,46        | 0,74        | 3,03         | 1,13        |
|                         | Otellerin atık azaltma (geri dönüşüm) programlarını uygulaması                                                          | 4,20        | 0,94        | 3,12         | 1,04        |
|                         | Bölgede çevreye duyarlı ulaştırma araçlarının (elektrikli/hibrit/doğal gazlı) kullanımı                                 | 4,18        | 0,87        | 2,92         | 1,23        |
|                         | Otellerin çevreye duyarlılık (çevre yönetimi) sertifikalarına sahip olması                                              | 4,28        | 0,80        | 3,16         | 1,05        |
|                         | Alternatif ulaşım araçlarının (teleferik vb.) kullanımı                                                                 | 4,18        | 0,81        | 3,05         | 1,24        |
|                         | Bölgede ekotur rotalarına ilişkin tabela ve yönlendirme levhalarının varlığı                                            | 4,33        | 0,76        | 3,52         | 1,10        |
|                         | Bölgenin biyolojik çeşitliliği                                                                                          | 4,29        | 0,76        | 4,03         | 0,91        |
|                         | Otellerin çevre düzenlemesi ve peyzajı                                                                                  | 4,33        | 0,73        | 3,46         | 1,09        |
|                         | Bölgede yerel eğlence ve kültürel etkinliklerin yapılması                                                               | 4,36        | 0,76        | 3,68         | 1,04        |
|                         | Otel binalarının doğaya ve çevreye uyumu                                                                                | 4,42        | 0,67        | 3,64         | 1,11        |
|                         | Otellerde kullanılan yapı ve tefriş (donanım) malzemelerinin doğal çevreyle uyumlu olması ve yerel unsurları yansıtması | 4,35        | 0,67        | 3,62         | 1,01        |
|                         | Bölgenin doğal ve kültürel çekiciliği                                                                                   | 4,53        | 0,59        | 4,26         | 0,81        |
|                         | Otellerin mimari yapısının özgünlüğü (yöreyle uyumu)                                                                    | 4,43        | 0,71        | 3,58         | 1,09        |
|                         | Bölgede gürültünün normal sınırlar içerisinde olması                                                                    | 4,45        | 0,75        | 3,82         | 0,92        |
|                         | Otellerin enerji ve su tasarrufu ile ilgili uygulamaları                                                                | 4,15        | 0,86        | 3,36         | 1,02        |
|                         | <b>Toplam</b>                                                                                                           | <b>4,32</b> | <b>0,48</b> | <b>3,46</b>  | <b>0,67</b> |

Çizelge 15 - devam

|                               |                                                                                                 |             |             |             |             |
|-------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Empati                        | Müşterilerin doğru bir şekilde bilgilendirilmesi                                                | 4,56        | 0,58        | 4,25        | 0,75        |
|                               | Rehberlerin, müşterilerin ihtiyaçlarını anlayarak gerçekleştirmeleri                            | 4,47        | 0,62        | 4,32        | 0,78        |
|                               | Müşterinin kendisine değer ve önem verildiğini hissetmesi                                       | 4,50        | 0,67        | 4,20        | 0,76        |
|                               | Turizm çalışanları ve rehberin sorunları dinleme yetisi                                         | 4,52        | 0,60        | 4,24        | 0,78        |
|                               | Turizm çalışanlarının müşteri isteklerini yerine getirebilmek için ekstra çaba sarfetmesi       | 4,44        | 0,72        | 4,14        | 0,74        |
|                               | Turizm çalışanlarının müşterilerin ihtiyaçlarını anlayarak gerçekleştirmeleri                   | 4,44        | 0,62        | 4,12        | 0,86        |
|                               | <b>Toplam</b>                                                                                   | <b>4,49</b> | <b>0,49</b> | <b>4,21</b> | <b>0,63</b> |
| Heveslilik                    | Yerel halkın konukseverliği ve yardımseverliği                                                  | 4,36        | 0,84        | 4,24        | 0,75        |
|                               | Bölgedeki turizm çalışanlarının yardımseverliği                                                 | 4,41        | 0,74        | 4,12        | 0,88        |
|                               | Esnaf ve yerel sürücülerin olumlu tutum ve davranışları                                         | 4,35        | 0,74        | 4,04        | 0,90        |
|                               | Rehberin bilgi verme isteği                                                                     | 4,54        | 0,65        | 4,41        | 0,79        |
|                               | <b>Toplam</b>                                                                                   | <b>4,41</b> | <b>0,66</b> | <b>4,20</b> | <b>0,64</b> |
| Fiziksel Özellikler           | Alışveriş, yeme-içme, eğlence vb. işletmelerinin yöreye uygun özellikler taşıması               | 4,45        | 0,71        | 4,13        | 0,91        |
|                               | Bölge ulaşım imkanları                                                                          | 4,47        | 0,67        | 3,91        | 0,92        |
|                               | Yerel ulaşım ağı imkanları                                                                      | 4,38        | 0,68        | 3,89        | 0,84        |
|                               | Yerel ulaşım hizmetlerinin konforu/hızı ve ekonomikliği                                         | 4,43        | 0,70        | 3,73        | 1,05        |
|                               | Bölgede yerel ürünlerin (kazaziye, Rize bezi, bıçak vb.) satışının yapıldığı mekanların varlığı | 4,25        | 0,90        | 4,23        | 0,80        |
|                               | Bölgenin doğal, kültürel ve tarihi çekiciliği                                                   | 4,59        | 0,60        | 4,46        | 0,71        |
|                               | <b>Toplam</b>                                                                                   | <b>4,43</b> | <b>0,53</b> | <b>4,06</b> | <b>0,55</b> |
| Güvenilirlik                  | Eko tatil için ödenen tur bedelinin karşılığının alınması                                       | 4,55        | 0,60        | 4,27        | 0,80        |
|                               | Eko tatilde vadedilen hizmetlerin verilen süre içinde yapılması                                 | 4,56        | 0,58        | 4,28        | 0,77        |
|                               | Rehberlerin problem çözümündeki gayret ve samimiyeti                                            | 4,57        | 0,57        | 4,40        | 0,72        |
|                               | Rehberlerin bilgi düzeylerinin yeterliliği ve doğruluğu                                         | 4,57        | 0,61        | 4,41        | 0,73        |
|                               | Eko tatildeki hizmetlerin ilk seferde ve tam yapılması                                          | 4,49        | 0,60        | 4,30        | 0,69        |
|                               | <b>Toplam</b>                                                                                   | <b>4,55</b> | <b>0,47</b> | <b>4,33</b> | <b>0,61</b> |
| <b>Genel Ölçek Ortalaması</b> |                                                                                                 | <b>4,43</b> | <b>0,38</b> | <b>3,90</b> | <b>0,50</b> |

\* 1= çok önemsiz, 2= önemsiz, 3= ne önemli ne önemsiz, 4= önemli, 5= çok önemli

\*\* 1= kesinlikle karşılamadı, 2= karşılamadı, 3= ne karşıladı ne karşılamadı, 4= karşıladı, 5=kesinlikle karşıladı

Çizelge 15'e göre, yerli turistlerin destinasyona yönelik bekledikleri hizmet kalitesi düzeyi güvence faktörü açısından  $\bar{x}=4,56$  düzeyinde önemli olarak ifade edilmiştir. Performans düzeyi (algıladıkları hizmet kalitesi) ise  $\bar{x}=4,00$  düzeyi ile tam olarak yeterli görülmemiştir. Ancak yine de yerli turistlerin bu faktör ile ilgili olarak

destinasyonun algılanan hizmet kalitesini yeterli gördüklerini ifade etmek mümkündür. Beklentilerin en az karşılandığı ifadeler ise; “otellerin kalite/hijyen güvence belgelerine sahip olması” ile “turizm çalışanlarının alanlarında eğitime/deneyime sahip olması” ifadeleri şeklindedir.

Bir diğer bulgu, eko-fiziksel özellikler faktörü ile ilgilidir. Bu faktör açısından beklenti düzeyinin yüksek olduğunu ( $\bar{x}=4,32$ ) söylemek mümkündür. Performans açısından ise yerli turistlerin genel olarak olumlu tutum geliştirdikleri, ancak performansın beklenti düzeyine göre daha düşük olduğu ( $\bar{x}=3,46$ ) görülmektedir. Beklenti düzeyinin en az karşılandığı ifadeler ise; “bölgede çevreye duyarlı ulaştırma araçlarının (elektrikli/hibrit/doğal gazlı) kullanımı”, “bölgenin (destinasyonun) çevre temizliği (çöp atıklarının olmaması, geri dönüşüm kutularının bulunması vb.)” ile “alternatif ulaşım araçlarının (teleferik vb.) kullanımı” ifadeleri şeklindedir.

Yerli turistlerin destinasyona yönelik bekledikleri hizmet kalitesi düzeyi empati faktörü açısından dikkate alındığında; benzer şekilde bu faktörün de önemli olarak ( $\bar{x}=4,49$ ) nitelendirildiği görülmektedir. Performans düzeyleri ( $\bar{x}=4,21$ ) ise tam anlamı ile beklenti düzeyini karşılamamaktadır. Ancak yine de yerli turistlerin bu faktör ile ilgili olarak destinasyonun algılanan hizmet kalitesini yeterli gördüklerini ifade etmek mümkündür. Beklenti düzeylerinin en az karşılandığı ifadeler ise, “turizm çalışanlarının müşterilerin ihtiyaçlarını anlayarak gerçekleştirmeleri” ile “müşterinin kendisine değer ve önem verildiğini hissetmesi” ifadeleri şeklindedir.

Yerli turistlerin destinasyona yönelik bekledikleri hizmet kalitesi düzeyi heveslilik faktörü açısından incelendiğinde; bu faktörün de önemli olarak ( $\bar{x}=4,41$ ) nitelendirildiği görülmektedir. Ancak performans düzeyleri ( $\bar{x}=4,20$ ) tam anlamı ile beklenti düzeyini karşılamamaktadır. Yine de yerli turistlerin bu faktör ile ilgili olarak destinasyonun algılanan hizmet kalitesini yeterli gördüklerini ifade etmek mümkündür. Beklenti düzeylerinin en az karşılandığı ifadeler ise, “bölgedeki turizm çalışanlarının yardımseverliği” ile “esnaf ve yerel sürücülerin olumlu tutum ve davranışları” ifadeleridir.

Fiziksel özellikler faktörü ile ilgili olarak benzer şekilde beklenti düzeyinin yüksek olduğu ( $\bar{x}=4,43$ ) görülmektedir. Yerli turistlerin algıladıkları hizmet kalitesine

bakıldığında (performans düzeyi) da tam olarak olmasa da genel olarak olumlu yönde katılım ( $\bar{x}=4,06$ ) gösterdiklerini söylemek mümkündür. Bir diğer ifadeyle; fiziksel özellikler faktörü ile ilgili olarak destinasyonun hizmet kalitesi yerli turistler açısından önemli bulunmuş ve performans da genel olarak yeterli bulunmuştur. Beklenti düzeylerinin en az karşılandığı ifadeler ise, “bölge ulaşım imkanları”, “yerel ulaşım imkanları” ve “yerel ulaşım hizmetlerinin konforu/hızı ve ekonomikliği” şeklindedir.

Bir diğer araştırma bulgusu da güvenilirlik faktörü ile ilgilidir. Bu faktörle ilgili olarak beklenti düzeyinin yüksek olduğu ( $\bar{x}=4,55$ ) görülmektedir. Yerli turistlerin algıladıkları hizmet kalitesine bakıldığında (performans düzeyi) da genel olarak olumlu yönde katılım ( $\bar{x}=4,33$ ) gösterdiklerini söylemek mümkündür. Bir diğer ifadeyle; güvenilirlik faktörü ile ilgili olarak destinasyonun hizmet kalitesi yerli turistler açısından önemli bulunmuş ve performans da aynı ölçüde yeterli bulunmuştur. Beklenti düzeylerinin en az karşılandığı ifadeler ise, “eko tatil için ödenen tur bedelinin karşılığının alınması” ile “eko tatilde vadedilen hizmetlerin verilen süre içinde yapılması” ifadeleridir.

Son olarak bütün faktörler dikkate alındığında; yerli turistler açısından söz konusu bu faktörlerin beklenti düzeylerinin yüksek olduğu görülmektedir. Performans düzeylerinin ise beklenti düzeylerini kısmen karşıladığını söylemek mümkündür. Öte yandan; faktörlerin tümünde performans düzeyleri, beklenti düzeylerinin üzerinde değildir.

#### **4.4. Hipotez Analizlerine İlişkin Bulgular**

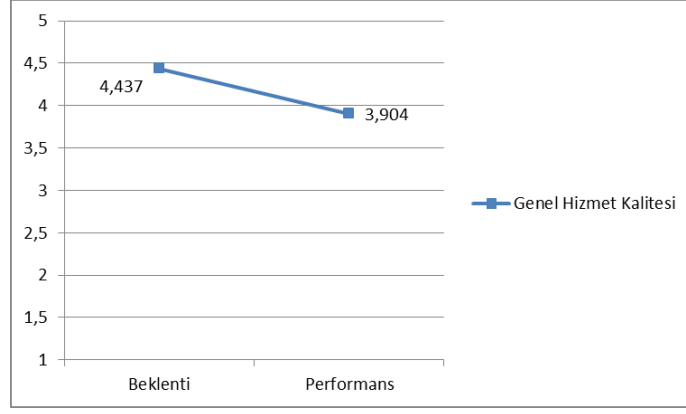
Eşleştirilmiş grup t-testi; farklı iki şart altında elde edilen sonuçların farklı olup olmadığını araştırmak amacıyla kullanılmaktadır (Coşkun ve diğerleri, 2015: 195). Bir diğer ifadeyle; tek gruba iki test uygulandıktan sonra testlere ilişkin ortalamalar arasındaki farkın önemli olup olmadığının belirlenmesi için eşleştirilmiş grup t-testi yapılmaktadır (Ural ve Kılıç, 2013: 201). Bu araştırmada da araştırma anketi iki aşamalı olarak uygulanmıştır. İlk aşamada yerli turistlere, tura başladıkları ilk gün, otobüste, destinasyona ilişkin hizmet kalitesinden beklentileri sorulmuştur. Ardından

anketler, turistlere, turlarının son günü yani destinasyondan ayrılıp dönüş yoluna geçtiklerinde tekrar dağıtılarak, algıları sorulmuştur. Dolayısıyla araştırma hipotezlerinin test edilebilmesi amacıyla, bu çalışmada, eşleştirilmiş grup t-testi uygulanmıştır. Bu şekilde beklenti ve performans ölçeklerinin örneklem ortalaması arasındaki farkın anlamlı olup olmadığının belirlenmesi amaçlanmıştır.

*“H1= Yerli turistlerin, Doğu Karadeniz destinasyonuna yönelik bekledikleri hizmet kalitesi ile algıladıkları hizmet kalitesi arasında anlamlı bir farklılık vardır”* hipotezine ilişkin yapılan eşleştirilmiş grup t-testi sonucuna göre; aritmetik ortalamalar arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ( $t=19,880$ ;  $p=0,000 \leq 0,05$ ). Çizelge 16 incelendiğinde; beklenti-performans ortalamaları arasındaki farkın 0,05 anlamlılık düzeyinde önemli olduğu görülmektedir. Yani hizmet kalitesi beklenti düzeyi ile performans arasındaki fark tesadüfi değildir. Ortaya çıkan anlamlı farklılığın nedeni incelendiğinde ise; genel hizmet kalitesi beklenti ortalamasının ( $\bar{x}=4,437$ ), genel hizmet kalitesi performans ortalamasından ( $\bar{x}=3,904$ ) yüksek olduğu sonucu tespit edilmiştir (Şekil 3). Bu durumda elde edilen sonuçlara göre H1 kabul edilmiştir.

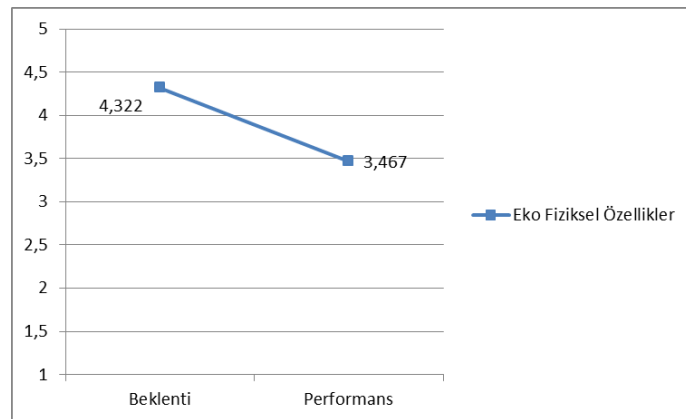
**Çizelge 16.** Beklenen Hizmet Kalitesi ile Algılanan Hizmet Kalitesi (Performans) Arasındaki Fark

| Boyutlar                       | Beklenti |       | Performans |       | df  | t      | Sig. (2-tailed) |
|--------------------------------|----------|-------|------------|-------|-----|--------|-----------------|
|                                | A.O.     | s.s.  | A.O.       | s.s.  |     |        |                 |
| <b>Güvence</b>                 | 4,563    | 0,448 | 4,007      | 0,658 | 400 | 15,520 | <b>0,000</b>    |
| <b>Eko-Fiziksel Özellikler</b> | 4,322    | 0,488 | 3,467      | 0,674 | 400 | 21,581 | <b>0,000</b>    |
| <b>Empati</b>                  | 4,493    | 0,494 | 4,217      | 0,638 | 400 | 7,754  | <b>0,000</b>    |
| <b>Heveslilik</b>              | 4,419    | 0,660 | 4,204      | 0,649 | 400 | 6,056  | <b>0,000</b>    |
| <b>Fiziksel Özellikler</b>     | 4,434    | 0,538 | 4,061      | 0,556 | 400 | 10,330 | <b>0,000</b>    |
| <b>Güvenilirlik</b>            | 4,550    | 0,473 | 4,337      | 0,616 | 400 | 6,589  | <b>0,000</b>    |
| <b>Genel Hizmet Kalitesi</b>   | 4,437    | 0,386 | 3,904      | 0,501 | 400 | 19,880 | <b>0,000</b>    |



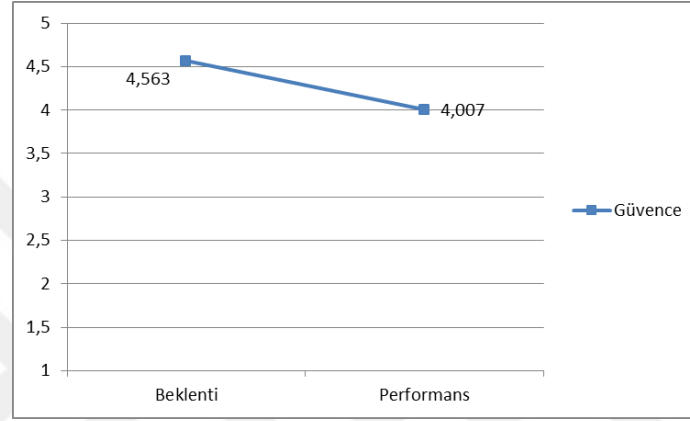
**Şekil 3.** Beklenen Hizmet Kalitesi ile Algılanan Hizmet Kalitesi Değerlerinin Diyagram Gösterimi

*“H2= Yerli turistlerin, destinasyona yönelik eko-fiziksel özellikler boyutunda bekledikleri hizmet kalitesi ile algıladıkları hizmet kalitesi arasında anlamlı bir farklılık vardır”* hipotezine ilişkin yapılan eşleştirilmiş grup t-testi sonucuna göre; aritmetik ortalamalar arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ( $t=21,581$ ;  $p=0,000 \leq 0,05$ ) (Çizelge 16). Bu durumda beklenti-performans ortalamaları arasındaki farkın, eko-fiziksel özellikler alt boyutunda 0,05 anlamlılık düzeyinde önemli olduğu görülmektedir. Ortaya çıkan anlamlı farklılığın nedeni incelendiğinde ise; eko-fiziksel özellikler beklenti ortalamasının ( $\bar{x}=4,322$ ), performans ortalamasından ( $\bar{x}=3,467$ ) yüksek olduğu sonucu tespit edilmiştir (Şekil 4). Bu durumda elde edilen sonuçlara göre H2 kabul edilmiştir.



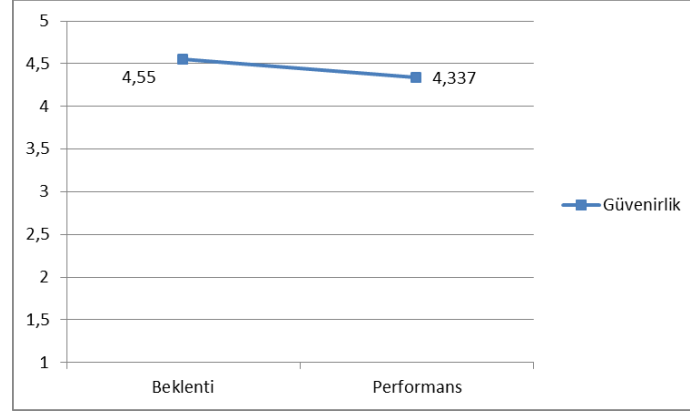
**Şekil 4.** Beklenen Hizmet Kalitesi ile Algılanan Hizmet Kalitesi Değerlerinin Eko-Fiziksel Özellikler Alt Boyutuna Göre Diyagram Gösterimi

*“H3= Yerli turistlerin, destinasyona yönelik güvence boyutunda bekledikleri hizmet kalitesi ile algıladıkları hizmet kalitesi arasında anlamlı bir farklılık vardır”* hipotezine ilişkin yapılan eşleştirilmiş grup t-testi sonucuna göre; aritmetik ortalamalar arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ( $t=15,520$ ;  $p=0,000\leq 0,05$ ) (Çizelge 16). Bu durumda güvence alt boyutunda beklenti ortalamasının ( $\bar{x}=4,563$ ), performans ortalamasından ( $\bar{x}=4,007$ ) yüksek olduğu sonucu tespit edilmiştir (Şekil 5). Aritmetik ortalama farkları dikkate alındığında; yerli turistlerin beklentilerinin karşılanmadığı sonucu ortaya çıkmaktadır. Sonuç olarak H3 kabul edilmiştir.



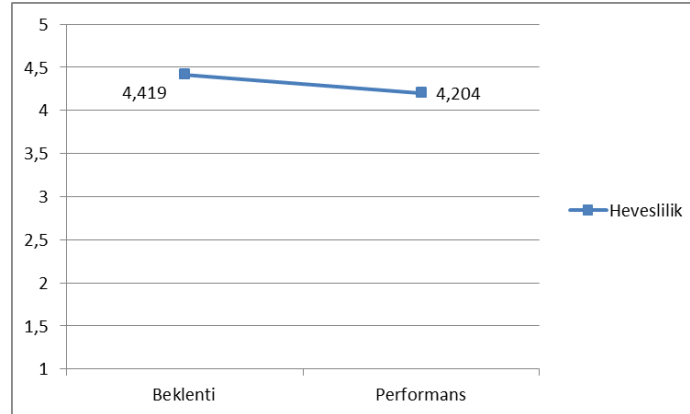
**Şekil 5.** Beklenen Hizmet Kalitesi ile Algılanan Hizmet Kalitesi Değerlerinin Güvence Alt Boyutuna Göre Diyagram Gösterimi

*“H4= Yerli turistlerin, destinasyona yönelik güvenilirlik boyutunda bekledikleri hizmet kalitesi ile algıladıkları hizmet kalitesi arasında anlamlı bir farklılık vardır”* hipotezine ilişkin yapılan eşleştirilmiş grup t-testi sonucuna göre; aritmetik ortalamalar arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ( $t=6,589$ ;  $p=0,000\leq 0,05$ ) (Çizelge 16). Bu durumda güvenilirlik alt boyutunda beklenti ve performans arasındaki farkın tesadüfi olmadığını söylemek mümkündür. Şekil 6’da görüldüğü üzere, ortaya çıkan anlamlı farklılığın nedeni incelendiğinde, güvenilirlik alt boyutunda beklenti ortalamasının ( $\bar{x}=4,550$ ), performans ortalamasından ( $\bar{x}=4,337$ ) yüksek olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu durumda elde edilen sonuçlara göre H4 kabul edilmiştir.



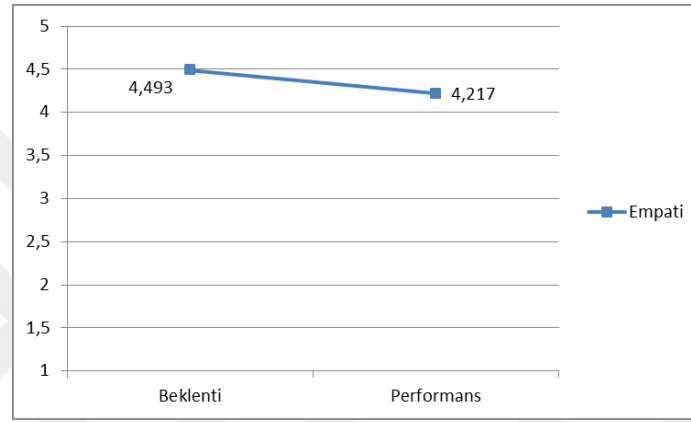
**Şekil 6.** Beklenen Hizmet Kalitesi ile Algılanan Hizmet Kalitesi Değerlerinin Güvenirlilik Alt Boyutuna Göre Diyagram Gösterimi

“H5= Yerli turistlerin, destinasyona yönelik heveslilik boyutunda bekledikleri hizmet kalitesi ile algıladıkları hizmet kalitesi arasında anlamlı bir farklılık vardır” hipotezine ilişkin yapılan eşleştirilmiş grup t-testi sonucuna göre; aritmetik ortalamalar arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ( $t=6,056$ ;  $p=0,000 \leq 0,05$ ) (Çizelge 16). Yani beklenti-performans ortalamaları arasındaki farkın heveslilik alt boyutunda 0,05 anlamlılık düzeyinde önemli olduğu görülmektedir. Bu durumda Şekil 7’de, heveslilik alt boyutu beklenti ortalamasının ( $\bar{x}=4,419$ ), performans ortalamasından ( $\bar{x}=4,204$ ) yüksek olduğu görülmektedir. Elde edilen sonuçlara göre H5 kabul edilmiştir.



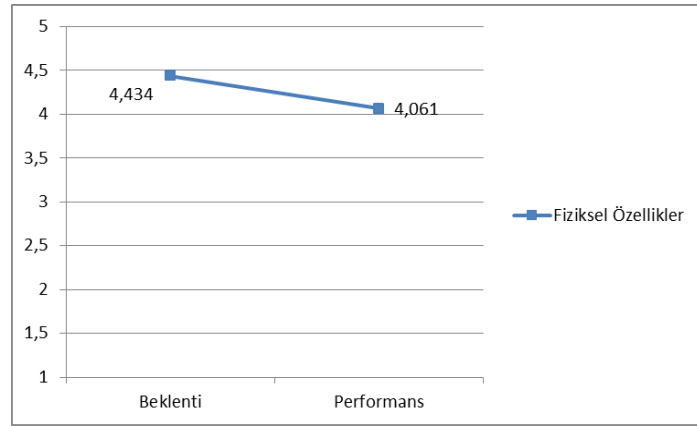
**Şekil 7.** Beklenen Hizmet Kalitesi ile Algılanan Hizmet Kalitesi Değerlerinin Heveslilik Alt Boyutuna Göre Diyagram Gösterimi

*“H6= Yerli turistlerin, destinasyona yönelik empati boyutunda bekledikleri hizmet kalitesi ile algıladıkları hizmet kalitesi arasında anlamlı bir farklılık vardır”* hipotezine ilişkin yapılan eşleştirilmiş grup t-testi sonucuna göre; aritmetik ortalamalar arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ( $t=7,754$ ;  $p=0,000 \leq 0,05$ ) (Çizelge 16). Bir diğer ifadeyle; empati alt boyutunda beklenti-performans ortalamaları arasındaki farkın 0,05 anlamlılık düzeyinde önemli olduğu tespit edilmiştir. Şekil 8 incelendiğinde; empati alt boyutunda beklenti ortalamasının ( $\bar{x}=4,493$ ), performans ortalamasından ( $\bar{x}=4,217$ ) yüksek olduğu görülmektedir. Bu sonuca göre H6 kabul edilmiştir.



**Şekil 8.** Beklenen Hizmet Kalitesi ile Algılanan Hizmet Kalitesi Değerlerinin Empati Alt Boyutuna Göre Diyagram Gösterimi

*“H7= Yerli turistlerin, destinasyona yönelik fiziksel özellikler boyutunda bekledikleri hizmet kalitesi ile algıladıkları hizmet kalitesi arasında anlamlı bir farklılık vardır”* hipotezine ilişkin yapılan eşleştirilmiş grup t-testi sonucuna göre; aritmetik ortalamalar arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ( $t=10,330$ ;  $p=0,000 \leq 0,05$ ) (Çizelge 16). Bu durumda fiziksel özellikler alt boyutunda beklenti ve performans arasındaki farkın tesadüfi olmadığını ifade etmek mümkündür. Ortaya çıkan anlamlı farklılığın nedeni incelendiğinde; fiziksel özellikler alt boyutunda beklenti ortalamasının ( $\bar{x}=4,061$ ), performans ortalamasından ( $\bar{x}=4,434$ ) yüksek olduğu görülmektedir (Şekil 9). Dolayısıyla H7 kabul edilmiştir.



**Şekil 9.** Beklenen Hizmet Kalitesi ile Algılanan Hizmet Kalitesi Değerlerinin Fiziksel Özellikler Alt Boyutuna Göre Diyagram Gösterimi

Bağımsız örneklem t-testi; sosyal bilimlerde yapılan araştırmalarda, birbirinden bağımsız iki gruba tek test uygulandıktan sonra iki grubun teste ilişkin ortalamaları arasındaki farkın önemli olup olmadığının belirlenmesi amacıyla yapılmaktadır (Ural ve Kılıç, 2013: 196). Bu araştırmada da “H8= Yerli turistlerin cinsiyeti ile hizmet kalitesine yönelik beklentileri arasında anlamlı bir farklılık vardır” ile “H9= Yerli turistlerin cinsiyeti ile algıladıkları hizmet kalitesi arasında anlamlı bir farklılık vardır” hipotezlerinin test edilmesine yönelik olarak bağımsız örneklem t-testi yapılmıştır. Sonuçlar Çizelge 17’de görülmektedir.

**Çizelge 17.** Hizmet Kalitesi Beklenti ve Performans Alt Boyutlarının Cinsiyete Göre Ortalamaları (T Testi Sonuçları)

| Boyutlar                | Grup  | N   | Beklenti |      |       |              | Performans |      |       |              |
|-------------------------|-------|-----|----------|------|-------|--------------|------------|------|-------|--------------|
|                         |       |     | Ort.     | s.s. | t     | p            | Ort.       | s.s. | t     | p            |
| Güvence                 | Kadın | 242 | 4,59     | 0,41 | 1,509 | 0,132        | 4,05       | 0,66 | 1,768 | 0,078        |
|                         | Erkek | 158 | 4,52     | 0,49 |       |              | 3,93       | 0,64 |       |              |
| Eko-Fiziksel Özellikler | Kadın | 242 | 4,34     | 0,49 | 1,217 | 0,224        | 3,53       | 0,63 | 2,556 | <b>0,013</b> |
|                         | Erkek | 158 | 4,28     | 0,48 |       |              | 3,36       | 0,71 |       |              |
| Empati                  | Kadın | 242 | 4,49     | 0,49 | 0,113 | 0,910        | 4,24       | 0,67 | 1,170 | 0,228        |
|                         | Erkek | 158 | 4,49     | 0,49 |       |              | 4,17       | 0,57 |       |              |
| Heveslilik              | Kadın | 242 | 4,47     | 0,59 | 2,063 | <b>0,040</b> | 4,27       | 0,62 | 2,665 | <b>0,008</b> |
|                         | Erkek | 158 | 4,33     | 0,74 |       |              | 4,09       | 0,67 |       |              |
| Fiziksel Özellikler     | Kadın | 242 | 4,49     | 0,49 | 2,927 | <b>0,005</b> | 4,13       | 0,57 | 3,154 | <b>0,001</b> |
|                         | Erkek | 158 | 4,33     | 0,58 |       |              | 3,95       | 0,51 |       |              |
| Güvenilirlik            | Kadın | 242 | 4,60     | 0,46 | 2,977 | <b>0,003</b> | 4,34       | 0,69 | 0,339 | 0,715        |
|                         | Erkek | 158 | 4,46     | 0,48 |       |              | 4,32       | 0,48 |       |              |
| Genel Hizmet Kalitesi   | Kadın | 242 | 4,47     | 0,38 | 2,137 | <b>0,033</b> | 3,95       | 0,51 | 2,656 | <b>0,008</b> |
|                         | Erkek | 158 | 4,38     | 0,39 |       |              | 3,82       | 0,47 |       |              |

Yapılan bağımsız örneklem t-testi sonucuna göre; cinsiyet değişkeni açısından, araştırmaya katılan yerli turistlerin hizmet kalitesine yönelik beklentilerinin grup ortalamaları arasındaki fark, güvence ( $p=0,132>0,05$ ), eko-fiziksel özellikler ( $p=0,224>0,05$ ) ve empati ( $p=0,910>0,05$ ) alt boyutlarında istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır (Çizelge 17). Yani söz konusu bu alt boyutlarda kadın ve erkek turistlerin destinasyon hizmet kalitesine yönelik beklentileri 0,05 anlamlılık düzeyinde önemli bir farklılık göstermemektedir. Öte yandan; yerli turistlerin heveslilik ( $p=0,040<0,05$ ), fiziksel özellikler ( $p=0,005<0,05$ ) ve güvenilirlik ( $p=0,003<0,05$ ) alt boyutlarında beklenti puanları grup ortalamaları arasındaki fark, cinsiyet değişkeni açısından istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Buna göre; kadınların heveslilik alt boyutunda beklenti puanları ( $\bar{x}=4,47$ ), erkeklerin heveslilik alt boyutundaki beklenti puanlarından ( $\bar{x}=4,33$ ) yüksek bulunmuştur. Ayrıca kadınların fiziksel özellikler alt boyutunda beklenti puanları ( $\bar{x}=4,49$ ), erkeklerin fiziksel özellikler alt boyutundaki beklenti puanlarından ( $\bar{x}=4,33$ ) yüksek ve kadınların güvenilirlik alt boyutu beklenti puanları ( $\bar{x}=4,60$ ), erkeklerin güvenilirlik alt boyutu beklenti puanlarından ( $\bar{x}=4,46$ ) yüksek bulunmuştur. Son olarak; araştırmaya katılan yerli turistlerin genel hizmet kalitesi beklenti puan ortalamalarının cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan analiz sonucunda, grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur ( $t=2,137$ ;  $p=0,033<0,05$ ). Kadınların genel hizmet kalitesi beklenti puanları ( $\bar{x}=4,47$ ), erkeklerin genel hizmet kalitesi beklenti puanlarından ( $\bar{x}=4,38$ ) daha yüksektir. Bu durumda; “güvence, eko-fiziksel özellikler ve empati” alt boyutları dışında, “*H8=Yerli turistlerin cinsiyeti ile hizmet kalitesine yönelik beklentileri arasında anlamlı bir farklılık vardır*” şeklindeki hipotez kabul edilmiştir.

Çizelge 17’de belirtilen sonuçlara göre; algılanan hizmet kalitesi alt boyutlarından güvence ( $p=0,078>0,05$ ), empati ( $p=0,228>0,05$ ) ve güvenilirlik ( $p=0,715>0,05$ ) boyutlarına ilişkin grup ortalamaları arasında cinsiyet değişkeni açısından 0,05 anlamlılık düzeyinde önemli bir farklılık söz konusu değildir. Ancak eko-fiziksel özellikler ( $p=0,013<0,05$ ), heveslilik ( $p=0,008<0,05$ ) ve fiziksel özellikler ( $p=0,001<0,05$ ) alt boyutlarında cinsiyet değişkenine göre grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur. Buna göre; kadınların eko-fiziksel özellikler performans puanları ( $\bar{x}=3,53$ ), erkeklerin eko-fiziksel özellikler performans puanlarından ( $\bar{x}=3,36$ ) yüksek; kadınların heveslilik performans puanları

( $\bar{x}=4,27$ ), erkeklerin heveslilik performans puanlarından ( $\bar{x}=4,09$ ) yüksek ve kadınların fiziksel özellikler performans puanları ( $\bar{x}=4,13$ ), erkeklerin fiziksel özellikler performans puanlarından ( $\bar{x}=3,95$ ) yüksek bulunmuştur. Genel hizmet kalitesi performans puan ortalamaları cinsiyet değişkenine göre incelendiğinde; grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur ( $p=0,008<0,05$ ). Yani kadınların genel hizmet kalitesi performans puanları ( $\bar{x}=3,95$ ), erkeklerin genel hizmet kalitesi performans puanlarından ( $\bar{x}=3,82$ ) daha yüksektir. Bu sonuç dikkate alındığında, “güvence, empati ve güvenilirlik” alt boyutları dışında, “*H9= Yerli turistlerin cinsiyeti ile algıladıkları hizmet kalitesi arasında anlamlı bir farklılık vardır*” şeklindeki hipotez kabul edilmiştir.

Varyans analizi; tek bir bağımsız değişkene ilişkin iki ya da daha fazla grubun bağımlı bir değişkene göre ortalamalarının karşılaştırılmasında kullanılan bir tekniktir. Bu sayede ortalamalar arasındaki farkın belirli bir güven düzeyinde anlamlı olup olmadığının test edilmesi mümkündür (Ural ve Kılıç, 2013: 209). Bu araştırmada, yerli turistlerin yaşları ile ilgili olarak hizmet kalitesine yönelik beklenti düzeyi açısından anlamlı bir farklılığın bulunup bulunmadığını belirleyebilmek için tek yönlü varyans analizi yapılmıştır. Sonuçlar Çizelge 18’de görülmektedir.

**Çizelge 18.** Hizmet Kalitesi Beklenti Alt Boyutlarının Yaşa Göre Ortalamaları (Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları)

| Boyutlar                       | Grup No | Grup            | N   | Ort. | s.s. | F     | p            | Fark                         |
|--------------------------------|---------|-----------------|-----|------|------|-------|--------------|------------------------------|
| <b>Güvence</b>                 | 1       | 19-35 yaş arası | 172 | 4,56 | 0,45 | 8,222 | <b>0,000</b> | <b>1 &gt; 3<br/>2 &gt; 3</b> |
|                                | 2       | 36-51 yaş arası | 147 | 4,64 | 0,36 |       |              |                              |
|                                | 3       | 52 yaş ve üzeri | 81  | 4,40 | 0,52 |       |              |                              |
| <b>Eko-Fiziksel Özellikler</b> | 1       | 19-35 yaş arası | 172 | 4,27 | 0,51 | 4,649 | <b>0,010</b> | <b>2 &gt; 1<br/>2 &gt; 3</b> |
|                                | 2       | 36-51 yaş arası | 147 | 4,41 | 0,34 |       |              |                              |
|                                | 3       | 52 yaş ve üzeri | 81  | 4,25 | 0,61 |       |              |                              |
| <b>Empati</b>                  | 1       | 19-35 yaş arası | 172 | 4,54 | 0,42 | 3,457 | <b>0,032</b> | <b>1 &gt; 3</b>              |
|                                | 2       | 36-51 yaş arası | 147 | 4,50 | 0,45 |       |              |                              |
|                                | 3       | 52 yaş ve üzeri | 81  | 4,37 | 0,66 |       |              |                              |
| <b>Heveslilik</b>              | 1       | 19-35 yaş arası | 172 | 4,41 | 0,69 | 3,592 | <b>0,028</b> | <b>2 &gt; 3</b>              |
|                                | 2       | 36-51 yaş arası | 147 | 4,50 | 0,48 |       |              |                              |
|                                | 3       | 52 yaş ve üzeri | 81  | 4,26 | 0,82 |       |              |                              |
| <b>Fiziksel Özellikler</b>     | 1       | 19-35 yaş arası | 172 | 4,47 | 0,49 | 2,105 | 0,123        |                              |
|                                | 2       | 36-51 yaş arası | 147 | 4,44 | 0,52 |       |              |                              |
|                                | 3       | 52 yaş ve üzeri | 81  | 4,32 | 0,63 |       |              |                              |

Çizelge 18 - devam

| Boyutlar                     | Grup No | Grup            | N   | Ort. | s.s. | F      | p            | Fark                         |
|------------------------------|---------|-----------------|-----|------|------|--------|--------------|------------------------------|
| <b>Güvenilirlik</b>          | 1       | 19-35 yaş arası | 172 | 4,59 | 0,39 | 12,063 | <b>0,000</b> | <b>1 &gt; 3<br/>2 &gt; 3</b> |
|                              | 2       | 36-51 yaş arası | 147 | 4,61 | 0,38 |        |              |                              |
|                              | 3       | 52 yaş ve üzeri | 81  | 4,32 | 0,66 |        |              |                              |
| <b>Genel Hizmet Kalitesi</b> | 1       | 19-35 yaş arası | 172 | 4,43 | 0,38 | 6,366  | <b>0,002</b> | <b>1 &gt; 3<br/>2 &gt; 3</b> |
|                              | 2       | 36-51 yaş arası | 147 | 4,50 | 0,29 |        |              |                              |
|                              | 3       | 52 yaş ve üzeri | 81  | 4,31 | 0,49 |        |              |                              |

Çizelge 18'de görüldüğü gibi, yerli turistlerin hizmet kalitesine yönelik beklenti puan ortalamaları arasındaki fark, yaş değişkenine göre güvence alt boyutunda istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur ( $F=8,222$ ;  $p=0,000<0,05$ ). Bu farklılığın hangi yaş gruplarından kaynaklandığını tespit etmek için tamamlayıcı post-hoc analizi yapılmıştır. Buna göre; 19-35 yaş arası olanların güvence alt boyutu beklenti puanları ( $4,56\pm0,45$ ), yaşı 52 yaş ve üzeri olanların güvence alt boyutu beklenti puanlarından ( $4,40\pm0,52$ ) yüksek bulunmuştur. Ayrıca yaşı 36-51 yaş arası olanların güvence alt boyutu beklenti puanları ( $4,64\pm0,36$ ), yaşı 52 yaş ve üzeri olanların güvence alt boyutu beklenti puanlarından ( $4,40\pm0,52$ ) yüksek bulunmuştur. Diğer bir ifadeyle; 36-51 yaş arası yerli turistlerin, 19-35 yaş arası ile 52 yaş ve üzeri turistlere göre hizmet kalitesine yönelik güvence alt boyutu beklentileri daha fazladır.

Araştırmaya katılan yerli turistlerin eko-fiziksel özellikler ( $F=4,649$ ;  $p=0,010<0,05$ ), empati ( $F=3,457$ ;  $p=0,032<0,05$ ), heveslilik ( $F=3,592$ ;  $p=0,028<0,05$ ) ve güvenilirlik ( $F=12,063$ ;  $p=0,000<0,05$ ) alt boyutlarında da beklenti puan ortalamaları arasındaki fark, yaş değişkenine göre istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur. Farklılıkların kaynağını belirlemek amacıyla yapılan tamamlayıcı post-hoc analizine göre; yaşı 36-51 yaş arası olanların eko-fiziksel özellikler alt boyutu beklenti puanları ( $4,41\pm0,34$ ), yaşı 19-35 arası olanların eko-fiziksel özellikler alt boyutu beklenti puanlarından ( $4,27\pm0,51$ ) yüksek bulunmuştur. Ayrıca yaşı 36-51 yaş arası olanların eko-fiziksel özellikler alt boyutu beklenti puanları ( $4,41\pm0,34$ ), yaşı 52 yaş ve üzeri olanların eko-fiziksel özellikler alt boyutu beklenti puanlarından ( $4,25\pm0,61$ ) yüksek bulunmuştur. Bunun yanı sıra yaşı 19-35 yaş arası olanların empati alt boyutu beklenti puanları ( $4,54\pm0,42$ ), yaşı 52 yaş ve üzeri olanların empati alt boyutu beklenti puanlarından ( $4,37\pm0,66$ ) daha yüksek bulunmuştur. Yaşı 36-51 yaş arası olanların heveslilik alt boyutu beklenti puanları ( $4,50\pm0,48$ ) ise yaşı 52 yaş ve üzeri olanların heveslilik alt

boyutu beklenti puanlarından ( $4,26\pm0,82$ ) daha yüksek bulunmuştur. Yaşı 19-35 yaş arası olanların güvenilirlik alt boyutu beklenti puanları ( $4,59\pm0,39$ ), yaşı 52 yaş ve üzeri olanların güvenilirlik alt boyutu beklenti puanlarından ( $4,32\pm0,66$ ) yüksek; yaşı 36-51 yaş arası olanların güvenilirlik alt boyutu beklenti puanları ( $4,61\pm0,38$ ), yaşı 52 yaş ve üzeri olanların güvenilirlik alt boyutu beklenti puanlarından ( $4,32\pm0,66$ ) daha yüksek bulunmuştur.

Yerli turistlerin genel hizmet kalitesi beklenti puan ortalamalarının yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi sonucunda; grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur ( $F=6,366$ ;  $p=0,002<0,05$ ). Tamamlayıcı post-hoc analizine göre; yaşı 19-35 yaş arası olanların genel hizmet kalitesi beklenti puanları ( $4,43\pm0,38$ ), yaşı 52 yaş ve üzeri olanların genel hizmet kalitesi beklenti puanlarından ( $4,31\pm0,49$ ) yüksek bulunmuştur. Ayrıca yaşı 36-51 yaş arası olanların genel hizmet kalitesi beklenti puanları ( $4,50\pm0,29$ ), yaşı 52 yaş ve üzeri olanların genel hizmet kalitesi beklenti puanlarından ( $4,31\pm0,49$ ) yüksek bulunmuştur. Bu durumda 36-51 yaş arası turistlerin hizmet kalitesine yönelik beklentilerinin, 19-35 yaş arası ile 52 yaş ve üzeri olanlara göre daha fazla olduğunu söylemek mümkündür. Öte yandan; araştırmaya katılan turistlerin fiziksel özellikler alt boyutunda beklenti puan ortalamaları yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir ( $p=0,123>0,05$ ). Bu sonuçlara göre; *“H10= Yerli turistlerin yaş grubu ile hizmet kalitesine yönelik beklentileri arasında anlamlı bir farklılık vardır”* şeklindeki hipotez “fiziksel özellikler” alt boyutu dışında kabul edilmiştir.

Yerli turistlerin yaşları ile ilgili olarak algıladıkları hizmet kalitesi düzeyi açısından anlamlı bir farklılığın bulunup bulunmadığını belirleyebilmek için yapılan tek yönlü varyans analizinin sonuçları aşağıda yer alan Çizelge 19’da görülmektedir.

**Çizelge 19.** Hizmet Kalitesi Performans Alt Boyutlarının Yaşa Göre Ortalamaları  
(Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları)

| Boyutlar                       | Grup No | Grup            | N   | Ort. | s.s. | F     | p            | Fark                         |
|--------------------------------|---------|-----------------|-----|------|------|-------|--------------|------------------------------|
| <b>Güvence</b>                 | 1       | 19-35 yaş arası | 172 | 4,04 | 0,65 | 2,462 | 0,087        |                              |
|                                | 2       | 36-51 yaş arası | 147 | 4,04 | 0,58 |       |              |                              |
|                                | 3       | 52 yaş ve üzeri | 81  | 3,86 | 0,77 |       |              |                              |
| <b>Eko-Fiziksel Özellikler</b> | 1       | 19-35 yaş arası | 172 | 3,59 | 0,53 | 5,570 | <b>0,004</b> | <b>1 &gt; 2<br/>1 &gt; 3</b> |
|                                | 2       | 36-51 yaş arası | 147 | 3,38 | 0,69 |       |              |                              |
|                                | 3       | 52 yaş ve üzeri | 81  | 3,34 | 0,84 |       |              |                              |
| <b>Empati</b>                  | 1       | 19-35 yaş arası | 172 | 4,24 | 0,70 | 0,835 | 0,434        |                              |
|                                | 2       | 36-51 yaş arası | 147 | 4,22 | 0,56 |       |              |                              |
|                                | 3       | 52 yaş ve üzeri | 81  | 4,13 | 0,62 |       |              |                              |
| <b>Heveslilik</b>              | 1       | 19-35 yaş arası | 172 | 4,31 | 0,59 | 4,051 | <b>0,018</b> | <b>1 &gt; 2<br/>1 &gt; 3</b> |
|                                | 2       | 36-51 yaş arası | 147 | 4,11 | 0,61 |       |              |                              |
|                                | 3       | 52 yaş ve üzeri | 81  | 4,13 | 0,79 |       |              |                              |
| <b>Fiziksel Özellikler</b>     | 1       | 19-35 yaş arası | 172 | 4,05 | 0,59 | 0,265 | 0,768        |                              |
|                                | 2       | 36-51 yaş arası | 147 | 4,08 | 0,54 |       |              |                              |
|                                | 3       | 52 yaş ve üzeri | 81  | 4,03 | 0,50 |       |              |                              |
| <b>Güvenilirlik</b>            | 1       | 19-35 yaş arası | 172 | 4,33 | 0,68 | 1,493 | 0,226        |                              |
|                                | 2       | 36-51 yaş arası | 147 | 4,38 | 0,51 |       |              |                              |
|                                | 3       | 52 yaş ve üzeri | 81  | 4,24 | 0,63 |       |              |                              |
| <b>Genel Hizmet Kalitesi</b>   | 1       | 19-35 yaş arası | 172 | 3,96 | 0,48 | 3,117 | <b>0,045</b> | <b>1 &gt; 3</b>              |
|                                | 2       | 36-51 yaş arası | 147 | 4,50 | 0,29 |       |              |                              |
|                                | 3       | 52 yaş ve üzeri | 81  | 4,31 | 0,49 |       |              |                              |

Araştırmaya katılan turistlerin, eko-fiziksel özellikler ( $F=5,570$ ;  $p=0,004<0,05$ ) ve heveslilik ( $F=4,051$ ;  $p=0,018<0,05$ ) alt boyutlarında performans puan ortalamalarının yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi sonucunda; grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur. Söz konusu farklılıkların kaynaklarını belirlemek amacıyla tamamlayıcı post-hoc analizi yapılmıştır. Buna göre; yaşı 19-35 arası olanların eko-fiziksel özellikler alt boyutunda performans puanları ( $3,59\pm0,53$ ), yaşı 36-51 yaş arası olanların eko-fiziksel özellikler alt boyutu performans puanlarından ( $3,38\pm0,69$ ) yüksek bulunmuştur. Ayrıca yaşı 19-35 arası olanların eko-fiziksel özellikler alt boyutunda performans puanları ( $3,59\pm0,53$ ), yaşı 52 yaş ve üzeri olanların eko-fiziksel özellikler alt boyutu performans puanlarından ( $3,34\pm0,84$ ) yüksek bulunmuştur. Yaşı 19-35 arası olanların heveslilik alt boyutu performans puanları ise ( $4,31\pm0,59$ ), yaşı 36-51 yaş arası olanların heveslilik alt boyutu performans puanlarından ( $4,11\pm0,61$ ) yüksek; yaşı 19-35 arası olanların heveslilik performans puanları ( $4,31\pm0,59$ ), yaşı 52 yaş ve üzeri olanların heveslilik performans puanlarından ( $4,13\pm0,79$ ) daha yüksek bulunmuştur.

Yerli turistlerin genel hizmet kalitesi performans puan ortalamaları yaş değişkeni açısından incelendiğinde; performans puanları açısından anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir ( $F=3,117$ ;  $p=0,045<0,05$ ). Yapılan tamamlayıcı post-hoc analizi sonucuna göre; yaşı 19-35 yaş arası olanların genel hizmet kalitesi performans puanları ( $3,96\pm0,48$ ), yaşı 52 yaş ve üzeri olanların genel hizmet kalitesi performans puanlarından ( $3,80\pm0,59$ ) daha yüksek bulunmuştur. Öte yandan; yerli turistlerin güvence ( $p=0,087>0,05$ ), empati ( $p=0,434>0,05$ ), fiziksel özellikler ( $p=0,768>0,05$ ) ve güvenilirlik ( $p=0,226>0,05$ ) alt boyutlarında performans puan ortalamaları yaş değişkenine göre istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır. Elde edilen sonuçlara göre; “H11= Yerli turistlerin yaş grubu ile algıladıkları hizmet kalitesi arasında anlamlı bir farklılık vardır” şeklindeki hipotez “güvence, empati, fiziksel özellikler ve güvenilirlik” alt boyutları dışında kabul edilmiştir.

Araştırmanın katılımcıları olan yerli turistlerin eğitim durumu ile bekledikleri destinasyon hizmet kalitesi düzeyi açısından anlamlı bir farklılığın bulunup bulunmadığını belirleyebilmek için yapılan tek yönlü varyans analizinin sonuçları aşağıda yer alan Çizelge 20’de görülmektedir.

**Çizelge 20.** Hizmet Kalitesi Beklenti Alt Boyutlarının Eğitim Durumuna Göre Ortalamaları (Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları)

| Boyutlar                       | Grup No | Grup                | N   | Ort. | s.s. | F     | p            | Fark                                                                     |
|--------------------------------|---------|---------------------|-----|------|------|-------|--------------|--------------------------------------------------------------------------|
| <b>Güvence</b>                 | 1       | İlkokul ve ortaokul | 26  | 4,55 | 0,32 | 3,572 | <b>0,007</b> | <b>3 &gt; 2</b><br><b>4 &gt; 2</b><br><b>5 &gt; 2</b>                    |
|                                | 2       | Lise                | 68  | 4,41 | 0,59 |       |              |                                                                          |
|                                | 3       | Ön lisans           | 69  | 4,66 | 0,37 |       |              |                                                                          |
|                                | 4       | Lisans              | 154 | 4,54 | 0,44 |       |              |                                                                          |
|                                | 5       | Lisansüstü          | 83  | 4,64 | 0,37 |       |              |                                                                          |
| <b>Eko-Fiziksel Özellikler</b> | 1       | İlkokul ve ortaokul | 26  | 4,47 | 0,24 | 2,096 | 0,081        |                                                                          |
|                                | 2       | Lise                | 68  | 4,25 | 0,52 |       |              |                                                                          |
|                                | 3       | Ön lisans           | 69  | 4,42 | 0,34 |       |              |                                                                          |
|                                | 4       | Lisans              | 154 | 4,30 | 0,45 |       |              |                                                                          |
|                                | 5       | Lisansüstü          | 83  | 4,27 | 0,63 |       |              |                                                                          |
| <b>Empati</b>                  | 1       | İlkokul ve ortaokul | 26  | 4,74 | 0,24 | 3,088 | <b>0,016</b> | <b>1 &gt; 2</b><br><b>1 &gt; 3</b><br><b>1 &gt; 4</b><br><b>5 &gt; 4</b> |
|                                | 2       | Lise                | 68  | 4,42 | 0,54 |       |              |                                                                          |
|                                | 3       | Ön lisans           | 69  | 4,48 | 0,48 |       |              |                                                                          |
|                                | 4       | Lisans              | 154 | 4,43 | 0,46 |       |              |                                                                          |
|                                | 5       | Lisansüstü          | 83  | 4,57 | 0,54 |       |              |                                                                          |

Çizelge 20 - devam

| Boyutlar                     | Grup No | Grup                | N   | Ort. | s.s. | F     | p     | Fark  |
|------------------------------|---------|---------------------|-----|------|------|-------|-------|-------|
| <b>Heveslilik</b>            | 1       | İlkokul ve ortaokul | 26  | 4,58 | 0,34 | 4,215 | 0,002 | 1 > 2 |
|                              | 2       | Lise                | 68  | 4,18 | 0,95 |       |       | 3 > 2 |
|                              | 3       | Ön lisans           | 69  | 4,43 | 0,71 |       |       | 4 > 2 |
|                              | 4       | Lisans              | 154 | 4,39 | 0,59 |       |       | 5 > 2 |
|                              | 5       | Lisansüstü          | 83  | 4,59 | 0,42 |       |       | 5 > 4 |
| <b>Fiziksel Özellikler</b>   | 1       | İlkokul ve ortaokul | 26  | 4,53 | 0,56 | 1,065 | 0,373 |       |
|                              | 2       | Lise                | 68  | 4,45 | 0,62 |       |       |       |
|                              | 3       | Ön lisans           | 69  | 4,46 | 0,40 |       |       |       |
|                              | 4       | Lisans              | 154 | 4,36 | 0,54 |       |       |       |
|                              | 5       | Lisansüstü          | 83  | 4,48 | 0,54 |       |       |       |
| <b>Güvenilirlik</b>          | 1       | İlkokul ve ortaokul | 26  | 4,30 | 0,59 | 2,163 | 0,073 |       |
|                              | 2       | Lise                | 68  | 4,50 | 0,49 |       |       |       |
|                              | 3       | Ön lisans           | 69  | 4,58 | 0,39 |       |       |       |
|                              | 4       | Lisans              | 154 | 4,57 | 0,40 |       |       |       |
|                              | 5       | Lisansüstü          | 83  | 4,57 | 0,57 |       |       |       |
| <b>Genel Hizmet Kalitesi</b> | 1       | İlkokul ve ortaokul | 26  | 4,52 | 0,23 | 1,937 | 0,103 |       |
|                              | 2       | Lise                | 68  | 4,35 | 0,45 |       |       |       |
|                              | 3       | Ön lisans           | 69  | 4,50 | 0,30 |       |       |       |
|                              | 4       | Lisans              | 154 | 4,41 | 0,36 |       |       |       |
|                              | 5       | Lisansüstü          | 83  | 4,46 | 0,45 |       |       |       |

Araştırmaya katılan yerli turistlerin, eko-fiziksel özellikler ( $p=0,081>0,05$ ), fiziksel özellikler ( $p=0,373>0,05$ ) ve güvenilirlik ( $p=0,073>0,05$ ) alt boyutlarında beklenti puan ortalamalarının eğitim durumu değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermediği, yani grup ortalamaları arasındaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olmadığı, Çizelge 20’de görülmektedir. Bunun yanı sıra turistlerin beklenti puan ortalamaları eğitim durumu değişkenine göre genel hizmet kalitesi ( $p=0,103>0,05$ ) açısından değerlendirildiğinde; aynı şekilde istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir. Öte yandan; güvence ( $F=3,572$ ;  $p=0,007<0,05$ ), empati ( $F=3,088$ ;  $p=0,016<0,05$ ) ve heveslilik ( $F=4,215$ ;  $p=0,002<0,05$ ) alt boyutlarında yerli turistlerin hizmet kalitesinden beklenti düzeyi eğitim durumlarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. Farklılıkların kaynaklarını belirlemek amacıyla yapılan tamamlayıcı post-hoc analizine göre; eğitim durumu ön lisans olanların güvence alt boyutunda beklenti puanları ( $4,66\pm0,37$ ), eğitim durumu lise olanların güvence alt boyutu beklenti puanlarından ( $4,41\pm0,59$ ) yüksek bulunmuştur. Eğitim durumu lisans olanların ise güvence alt boyutunda beklenti puanları ( $4,54\pm0,44$ ), eğitim durumu lise olanların güvence alt boyutu beklenti puanlarından ( $4,41\pm0,59$ ) daha yüksek bulunmuştur. Ayrıca eğitim durumu lisansüstü olanların güvence alt boyutu beklenti

puanları ( $4,64 \pm 0,37$ ), eğitim durumu lise olanların güvence alt boyutu beklenti puanlarından ( $4,41 \pm 0,59$ ) yüksek bulunmuştur.

Empati alt boyutunda söz konusu olan farklılıkların kaynaklarını belirlemek amacıyla yapılan tamamlayıcı post-hoc analizi sonuçlarına göre; eğitim durumu ilkokul ve ortaokul olanların empati alt boyutu beklenti puanları ( $4,74 \pm 0,24$ ), eğitim durumu lise olanların empati alt boyutu beklenti puanlarından ( $4,42 \pm 0,54$ ) yüksek bulunmuştur. Eğitim durumu ilkokul ve ortaokul olanların empati alt boyutu beklenti puanları ise ( $4,74 \pm 0,24$ ), eğitim durumu ön lisans olanların empati alt boyutu beklenti puanlarından ( $4,48 \pm 0,48$ ) daha yüksek bulunmuştur. Son olarak eğitim durumu ilkokul ve ortaokul olanların empati alt boyutu beklenti puanları ( $4,74 \pm 0,24$ ), eğitim durumu lisans olanların empati alt boyutu beklenti puanlarından ( $4,43 \pm 0,46$ ) daha yüksek; eğitim durumu lisansüstü olanların empati alt boyutu beklenti puanları ( $4,57 \pm 0,54$ ), eğitim durumu lisans olanların empati alt boyutu beklenti puanlarından ( $4,43 \pm 0,46$ ) daha yüksek bulunmuştur.

Heveslilik alt boyutunda söz konusu olan farklılıkların kaynaklarını belirlemek amacıyla yapılan tamamlayıcı post-hoc analizine göre; eğitim durumu ilkokul ve ortaokul olanların heveslilik alt boyutu beklenti puanları ( $4,58 \pm 0,34$ ), eğitim durumu lise olanların heveslilik alt boyutu beklenti puanlarından ( $4,18 \pm 0,95$ ) yüksek bulunmuştur. Eğitim durumu ön lisans olanların heveslilik alt boyutu beklenti puanları ise ( $4,43 \pm 0,71$ ), eğitim durumu lise olanların heveslilik alt boyutu beklenti puanlarından ( $4,18 \pm 0,95$ ) yüksek bulunmuştur. Ayrıca eğitim durumu lisans olanların heveslilik alt boyutu beklenti puanları ( $4,39 \pm 0,59$ ), eğitim durumu lise olanların heveslilik alt boyutu beklenti puanlarından ( $4,18 \pm 0,95$ ) yüksek bulunmuştur.

Son olarak eğitim durumu lisansüstü olanların heveslilik alt boyutu beklenti puanları ( $4,59 \pm 0,42$ ), eğitim durumu lise olanların heveslilik beklenti puanlarından ( $4,18 \pm 0,95$ ) daha yüksek bulunurken; eğitim durumu lisansüstü olanların heveslilik alt boyutu beklenti puanları ( $4,59 \pm 0,42$ ), eğitim durumu lisans olanların heveslilik alt boyutu beklenti puanlarından ( $4,39 \pm 0,59$ ) daha yüksek bulunmuştur.

Sonuç olarak, turistlerin beklenti puan ortalamalarının eğitim durumu değişkenine göre genel hizmet kalitesi açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık

göstermediğinden hareketle; “H12= Yerli turistlerin eğitim durumu ile hizmet kalitesine yönelik beklentileri arasında anlamlı bir farklılık vardır” şeklindeki hipotez reddedilmiştir.

Çizelge 21’de, yerli turistlerin eğitim durumu ile ilgili olarak algıladıkları destinasyon hizmet kalitesi düzeyi açısından anlamlı bir farklılığın bulunup bulunmadığını belirleyebilmek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizinin sonuçları yer almaktadır. Çizelge 21’den anlaşılabacağı üzere, yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçlarına göre; yerli turistlerin algıladıkları hizmet kalitesi düzeyi yani performans düzeyi tüm alt boyutlar ile genel hizmet kalitesi açısından 0,05 anlamlılık düzeyinde eğitim durumlarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

**Çizelge 21.** Hizmet Kalitesi Performans Alt Boyutlarının Eğitim Durumuna Göre Ortalamaları (Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları)

| Boyutlar                       | Grup No | Grup                | N   | Ort. | s.s. | F     | p            | Fark                                                        |
|--------------------------------|---------|---------------------|-----|------|------|-------|--------------|-------------------------------------------------------------|
| <b>Güvence</b>                 | 1       | İlkokul ve ortaokul | 26  | 3,97 | 0,61 | 5,388 | <b>0,000</b> | 4 > 2<br>4 > 3<br>4 > 5                                     |
|                                | 2       | Lise                | 68  | 3,94 | 0,76 |       |              |                                                             |
|                                | 3       | Ön lisans           | 69  | 3,94 | 0,85 |       |              |                                                             |
|                                | 4       | Lisans              | 154 | 4,18 | 0,51 |       |              |                                                             |
|                                | 5       | Lisansüstü          | 83  | 3,79 | 0,55 |       |              |                                                             |
| <b>Eko-Fiziksel Özellikler</b> | 1       | İlkokul ve ortaokul | 26  | 3,89 | 0,60 | 6,351 | <b>0,000</b> | 1 > 2<br>1 > 3<br>1 > 4<br>1 > 5<br>2 > 5<br>3 > 5<br>4 > 5 |
|                                | 2       | Lise                | 68  | 3,47 | 0,78 |       |              |                                                             |
|                                | 3       | Ön lisans           | 69  | 3,51 | 0,55 |       |              |                                                             |
|                                | 4       | Lisans              | 154 | 3,50 | 0,62 |       |              |                                                             |
|                                | 5       | Lisansüstü          | 83  | 3,20 | 0,69 |       |              |                                                             |
| <b>Empati</b>                  | 1       | İlkokul ve ortaokul | 26  | 4,08 | 0,52 | 4,321 | <b>0,002</b> | 2 > 5<br>3 > 5<br>4 > 5                                     |
|                                | 2       | Lise                | 68  | 4,21 | 0,55 |       |              |                                                             |
|                                | 3       | Ön lisans           | 69  | 4,25 | 0,81 |       |              |                                                             |
|                                | 4       | Lisans              | 154 | 4,34 | 0,54 |       |              |                                                             |
|                                | 5       | Lisansüstü          | 83  | 4,00 | 0,68 |       |              |                                                             |
| <b>Heveslilik</b>              | 1       | İlkokul ve ortaokul | 26  | 4,39 | 0,41 | 4,608 | <b>0,001</b> | 4 > 2<br>1 > 5<br>4 > 5                                     |
|                                | 2       | Lise                | 68  | 4,13 | 0,77 |       |              |                                                             |
|                                | 3       | Ön lisans           | 69  | 4,15 | 0,76 |       |              |                                                             |
|                                | 4       | Lisans              | 154 | 4,33 | 0,49 |       |              |                                                             |
|                                | 5       | Lisansüstü          | 83  | 4,00 | 0,68 |       |              |                                                             |
| <b>Fiziksel Özellikler</b>     | 1       | İlkokul ve ortaokul | 26  | 4,15 | 0,37 | 4,034 | <b>0,003</b> | 1 > 3<br>2 > 3<br>4 > 3<br>2 > 5<br>4 > 5                   |
|                                | 2       | Lise                | 68  | 4,13 | 0,54 |       |              |                                                             |
|                                | 3       | Ön lisans           | 69  | 3,89 | 0,67 |       |              |                                                             |
|                                | 4       | Lisans              | 154 | 4,15 | 0,51 |       |              |                                                             |
|                                | 5       | Lisansüstü          | 83  | 3,94 | 0,53 |       |              |                                                             |

Çizelge 21 - devam

| Boyutlar                     | Grup No | Grup                | N   | Ort. | s.s. | F     | p            | Fark                                     |
|------------------------------|---------|---------------------|-----|------|------|-------|--------------|------------------------------------------|
| <b>Güvenilirlik</b>          | 1       | İlkokul ve ortaokul | 26  | 4,13 | 0,53 | 5,943 | <b>0,000</b> | $4 > 1$<br>$4 > 2$<br>$4 > 3$<br>$4 > 5$ |
|                              | 2       | Lise                | 68  | 4,30 | 0,48 |       |              |                                          |
|                              | 3       | Ön lisans           | 69  | 4,28 | 0,87 |       |              |                                          |
|                              | 4       | Lisans              | 154 | 4,50 | 0,45 |       |              |                                          |
|                              | 5       | Lisansüstü          | 83  | 4,14 | 0,67 |       |              |                                          |
| <b>Genel Hizmet Kalitesi</b> | 1       | İlkokul ve ortaokul | 26  | 4,03 | 0,40 | 6,288 | <b>0,000</b> | $1 > 5$<br>$2 > 5$<br>$3 > 5$<br>$4 > 5$ |
|                              | 2       | Lise                | 68  | 3,89 | 0,55 |       |              |                                          |
|                              | 3       | Ön lisans           | 69  | 3,88 | 0,58 |       |              |                                          |
|                              | 4       | Lisans              | 154 | 4,00 | 0,38 |       |              |                                          |
|                              | 5       | Lisansüstü          | 83  | 3,69 | 0,53 |       |              |                                          |

Güvence ( $F=5,388$ ;  $p=0,000<0,05$ ) alt boyutunda söz konusu olan farklılığın kaynaklarını belirlemek amacıyla yapılan tamamlayıcı post-hoc analizine göre; eğitim durumu lisans olanların güvence alt boyutu performans puanları ( $4,18\pm0,51$ ), eğitim durumu lise olanların güvence alt boyutu performans puanlarından ( $3,94\pm0,76$ ) yüksek bulunmuştur. Eğitim durumu lisans olanların güvence alt boyutu performans puanları ise ( $4,18\pm0,51$ ), eğitim durumu ön lisans olanların güvence alt boyutu performans puanlarından ( $3,94\pm0,85$ ) yüksek bulunmuştur. Son olarak eğitim durumu lisans olanların güvence alt boyutu performans puanları ( $4,18\pm0,51$ ), eğitim durumu lisansüstü olanların güvence alt boyutu performans puanlarından ( $3,79\pm0,55$ ) daha yüksek bulunmuştur.

Eko-fiziksel özellikler ( $F=6,351$ ;  $p=0,000<0,05$ ) alt boyutunda söz konusu olan farklılığın kaynaklarını belirlemek amacıyla yapılan tamamlayıcı post-hoc analizi sonucunda ise eğitim durumu ilkökul ve ortaokul olanların eko-fiziksel özellikler alt boyutu performans puanları ( $3,89\pm0,60$ ), eğitim durumu lise olanların eko-fiziksel özellikler alt boyutu performans puanlarından ( $3,47\pm0,78$ ) yüksek bulunmuştur. Eğitim durumu ilkökul ve ortaokul olanların eko-fiziksel özellikler alt boyutu performans puanları ( $3,89\pm0,60$ ), eğitim durumu ön lisans olanların eko-fiziksel özellikler alt boyutu performans puanlarından ( $3,51\pm0,55$ ) daha yüksek bulunmuştur. Ayrıca eğitim durumu ilkökul ve ortaokul olanların eko-fiziksel özellikler alt boyutu performans puanları ( $3,89\pm0,60$ ), eğitim durumu lisans olanlardan ( $3,50\pm0,62$ ); eğitim durumu ilkökul ve ortaokul olanların performans puanları ise ( $3,89\pm0,60$ ), eğitim durumu lisansüstü olanların performans puanlarından ( $3,20\pm0,69$ ) daha yüksek bulunmuştur. Bunun yanısıra, eğitim durumu lise olanların eko-fiziksel

özellikler performans puanları ( $3,47 \pm 0,78$ ), eğitim durumu lisansüstü olanlardan ( $3,20 \pm 0,69$ ); eğitim durumu ön lisans olanların ( $3,51 \pm 0,55$ ), eğitim durumu lisansüstü olanlardan ( $3,20 \pm 0,69$ ); eğitim durumu lisans olanların ise ( $3,50 \pm 0,62$ ), eğitim durumu lisansüstü olanlardan ( $3,20 \pm 0,69$ ) daha yüksek bulunmuştur.

Empati ( $F=4,321$ ;  $p=0,002 < 0,05$ ) alt boyutunda söz konusu olan farklılığın kaynaklarını belirlemek amacıyla yapılan tamamlayıcı post-hoc analizi sonucuna göre; eğitim durumu lise olanların empati alt boyutu performans puanları ( $4,21 \pm 0,55$ ), eğitim durumu lisansüstü olanlardan ( $4,00 \pm 0,68$ ); eğitim durumu ön lisans olanların empati alt boyutu performans puanları ( $4,25 \pm 0,81$ ), eğitim durumu lisansüstü olanlardan ( $4,00 \pm 0,68$ ) ve eğitim durumu lisans olanların empati alt boyutu performans puanları ( $4,34 \pm 0,54$ ), eğitim durumu lisansüstü olanlardan ( $4,00 \pm 0,68$ ) daha yüksek bulunmuştur.

Heveslilik ( $F=4,608$ ;  $p=0,001 < 0,05$ ) alt boyutunda söz konusu olan farklılığın kaynaklarını belirlemek amacıyla yapılan tamamlayıcı post-hoc analizi sonucunda; eğitim durumu lisans olanların performans puanlarının ( $4,33 \pm 0,49$ ), eğitim durumu lise olanlardan ( $4,13 \pm 0,77$ ); eğitim durumu ilkokul ve ortaokul olanların performans puanlarının ( $4,39 \pm 0,41$ ), eğitim durumu lisansüstü olanlardan ( $4,00 \pm 0,68$ ) ve eğitim durumu lisans olanların performans puanlarının ( $4,33 \pm 0,49$ ), eğitim durumu lisansüstü olanlardan ( $4,00 \pm 0,68$ ) daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Fiziksel özellikler ( $F=4,034$ ;  $p=0,003 < 0,05$ ) alt boyutunda söz konusu olan farklılığın kaynaklarını belirlemek amacıyla yapılan tamamlayıcı post-hoc analizi sonucunda ise, eğitim durumu ilkokul ve ortaokul olanların performans puanlarının ( $4,15 \pm 0,37$ ), eğitim durumu ön lisans olanlardan ( $3,89 \pm 0,67$ ); eğitim durumu lise olanların ( $4,13 \pm 0,54$ ), eğitim durumu ön lisans olanlardan ( $3,89 \pm 0,67$ ); eğitim durumu lisans olanların ( $4,15 \pm 0,51$ ), eğitim durumu ön lisans olanlardan ( $3,89 \pm 0,67$ ) daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca eğitim durumu lise olanların fiziksel özellikler alt boyutu performans puanları ( $4,13 \pm 0,54$ ), eğitim durumu lisansüstü olanlardan ( $3,94 \pm 0,53$ ); eğitim durumu lisans olanların performans puanları ise ( $4,15 \pm 0,51$ ), eğitim durumu lisansüstü olanlardan ( $3,94 \pm 0,53$ ) daha yüksek bulunmuştur.

Güvenilirlik ( $F=5,943$ ;  $p=0,000<0,05$ ) alt boyutunda söz konusu olan farklılığın kaynaklarını belirlemek amacıyla yapılan tamamlayıcı post-hoc analizine göre; eğitim durumu lisans olanların performans puanları ( $4,50\pm0,45$ ), eğitim durumu ilkokul ve ortaokul olanlardan ( $4,13\pm0,53$ ); eğitim durumu lisans olanların performans puanları ( $4,50\pm0,45$ ), eğitim durumu lise olanlardan ( $4,30\pm0,48$ ) ve eğitim durumu lisans olanların performans puanları ( $4,50\pm0,45$ ), eğitim durumu ön lisans olanlardan ( $4,28\pm0,87$ ) daha yüksek bulunmuştur. Son olarak eğitim durumu lisans olanların güvenilirlik alt boyutu performans puanları ( $4,50\pm0,45$ ), eğitim durumu lisansüstü olanların güvenilirlik alt boyutu performans puanlarından ( $4,14\pm0,67$ ) yüksek bulunmuştur.

Araştırmaya katılan yerli turistlerin genel hizmet kalitesi performans puan ortalamaları ( $F=6,288$ ;  $p=0,000<0,05$ ) incelendiğinde; tamamlayıcı post-hoc analizine göre, eğitim durumu ilkokul ve ortaokul olanların performans puanları ( $4,03\pm0,40$ ), eğitim durumu lisansüstü olanlardan ( $3,69\pm 0,53$ ); eğitim durumu lise olanların performans puanları ( $3,89\pm0,55$ ), eğitim durumu lisansüstü olanlardan ( $3,69\pm0,53$ ) ve eğitim durumu ön lisans olanların performans puanları ( $3,88\pm0,58$ ), eğitim durumu lisansüstü olanlardan ( $3,69\pm0,53$ ) daha yüksek bulunmuştur. Ayrıca eğitim durumu lisans olanların genel hizmet kalitesi performans puanları ( $4,00\pm0,38$ ), eğitim durumu lisansüstü olanların genel hizmet kalitesi performans puanlarından ( $3,69\pm0,53$ ) daha yüksektir. Sonuç itibarıyla; *“H13= Yerli turistlerin eğitim durumu ile algıladıkları hizmet kalitesi arasında anlamlı bir farklılık vardır”* şeklindeki hipotez kabul edilmiştir.

Yerli turistlerin aylık ortalama gelir durumu açısından hizmet kalitesine yönelik beklenti düzeylerinin anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini tespit etmek için uygulanan varyans analizinin sonuçları Çizelge 22’de verilmiştir.

**Çizelge 22.** Hizmet Kalitesi Beklenti Alt Boyutlarının Aylık Ortalama Gelire Göre Ortalamaları (Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları)

| Boyutlar                       | Grup No | Grup                         | N   | Ort. | s.s. | F     | p            | Fark                                                   |
|--------------------------------|---------|------------------------------|-----|------|------|-------|--------------|--------------------------------------------------------|
| <b>Güvence</b>                 | 1       | Kişisel gelire sahip değilim | 70  | 4,48 | 0,47 | 1,357 | 0,248        |                                                        |
|                                | 2       | 2000 TL ve altı              | 49  | 4,51 | 0,32 |       |              |                                                        |
|                                | 3       | 2001-3000 TL                 | 60  | 4,65 | 0,47 |       |              |                                                        |
|                                | 4       | 3001-4000 TL                 | 108 | 4,58 | 0,49 |       |              |                                                        |
|                                | 5       | 4001 TL ve üzeri             | 113 | 4,56 | 0,41 |       |              |                                                        |
| <b>Eko-Fiziksel Özellikler</b> | 1       | Kişisel gelire sahip değilim | 70  | 4,19 | 0,48 | 2,770 | <b>0,027</b> | <b>2 &gt; 1<br/>3 &gt; 1<br/>4 &gt; 1<br/>3 &gt; 5</b> |
|                                | 2       | 2000 TL ve altı              | 49  | 4,37 | 0,34 |       |              |                                                        |
|                                | 3       | 2001-3000 TL                 | 60  | 4,45 | 0,40 |       |              |                                                        |
|                                | 4       | 3001-4000 TL                 | 108 | 4,34 | 0,44 |       |              |                                                        |
|                                | 5       | 4001 TL ve üzeri             | 113 | 4,28 | 0,60 |       |              |                                                        |
| <b>Empati</b>                  | 1       | Kişisel gelire sahip değilim | 70  | 4,40 | 0,51 | 1,481 | 0,207        |                                                        |
|                                | 2       | 2000 TL ve altı              | 49  | 4,47 | 0,38 |       |              |                                                        |
|                                | 3       | 2001-3000 TL                 | 60  | 4,56 | 0,48 |       |              |                                                        |
|                                | 4       | 3001-4000 TL                 | 108 | 4,45 | 0,50 |       |              |                                                        |
|                                | 5       | 4001 TL ve üzeri             | 113 | 4,55 | 0,51 |       |              |                                                        |
| <b>Heveslilik</b>              | 1       | Kişisel gelire sahip değilim | 70  | 4,23 | 0,73 | 2,111 | 0,079        |                                                        |
|                                | 2       | 2000 TL ve altı              | 49  | 4,52 | 0,43 |       |              |                                                        |
|                                | 3       | 2001-3000 TL                 | 60  | 4,51 | 0,58 |       |              |                                                        |
|                                | 4       | 3001-4000 TL                 | 108 | 4,45 | 0,63 |       |              |                                                        |
|                                | 5       | 4001 TL ve üzeri             | 113 | 4,40 | 0,72 |       |              |                                                        |
| <b>Fiziksel Özellikler</b>     | 1       | Kişisel gelire sahip değilim | 70  | 4,43 | 0,49 | 1,194 | 0,313        |                                                        |
|                                | 2       | 2000 TL ve altı              | 49  | 4,51 | 0,39 |       |              |                                                        |
|                                | 3       | 2001-3000 TL                 | 60  | 4,48 | 0,48 |       |              |                                                        |
|                                | 4       | 3001-4000 TL                 | 108 | 4,34 | 0,56 |       |              |                                                        |
|                                | 5       | 4001 TL ve üzeri             | 113 | 4,45 | 0,60 |       |              |                                                        |
| <b>Güvenilirlik</b>            | 1       | Kişisel gelire sahip değilim | 70  | 4,50 | 0,44 | 0,875 | 0,479        |                                                        |
|                                | 2       | 2000 TL ve altı              | 49  | 4,61 | 0,35 |       |              |                                                        |
|                                | 3       | 2001-3000 TL                 | 60  | 4,49 | 0,57 |       |              |                                                        |
|                                | 4       | 3001-4000 TL                 | 108 | 4,59 | 0,41 |       |              |                                                        |
|                                | 5       | 4001 TL ve üzeri             | 113 | 4,53 | 0,52 |       |              |                                                        |
| <b>Genel Hizmet Kalitesi</b>   | 1       | Kişisel gelire sahip değilim | 70  | 4,34 | 0,39 | 1,800 | 0,128        |                                                        |
|                                | 2       | 2000 TL ve altı              | 49  | 4,46 | 0,24 |       |              |                                                        |
|                                | 3       | 2001-3000 TL                 | 60  | 4,52 | 0,37 |       |              |                                                        |
|                                | 4       | 3001-4000 TL                 | 108 | 4,44 | 0,38 |       |              |                                                        |
|                                | 5       | 4001 TL ve üzeri             | 113 | 4,43 | 0,42 |       |              |                                                        |

Çizelge 22'deki sonuçlara göre, güvence ( $p=0,248>0,05$ ), empati ( $p=0,207>0,05$ ), heveslilik ( $p=0,079>0,05$ ), fiziksel özellikler ( $p=0,313>0,05$ ) ve güvenilirlik ( $p=0,479>0,05$ ) alt boyutları ile genel hizmet kalitesi ( $p=0,128>0,05$ ) açısından yerli

turistlerin hizmet kalitesinden beklenti düzeyi 0,05 anlamlılık düzeyinde aylık ortalama gelir durumlarına göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Ancak eko-fiziksel özellikler ( $p=0,027>0,05$ ) alt boyutuna göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Buna göre; yapılan tamamlayıcı post-hoc analizi sonucunda, aylık ortalama geliri 2000 TL ve altı olanların eko-fiziksel özellikler alt boyutu beklenti puanlarının ( $4,37\pm0,34$ ), kişisel gelire sahip olmayanlardan ( $4,19\pm0,48$ ); ortalama geliri 2001-3000 TL olanların ( $4,45\pm0,40$ ), kişisel gelire sahip olmayanlardan ( $4,19\pm0,48$ ); ortalama geliri 3001-4000 TL olanların ( $4,34\pm0,44$ ), kişisel gelire sahip olmayanlardan ( $4,19\pm0,48$ ) daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca aylık ortalama geliri 2001-3000 TL olanların beklenti puanları ( $4,45\pm0,40$ ), geliri 4001 TL ve üzeri olanlardan ( $4,28\pm0,60$ ) daha yüksek bulunmuştur. Bu sonuçlar değerlendirildiğinde; eko-fiziksel özellikler alt boyutu dışında “H14= Yerli turistlerin aylık ortalama gelir durumu ile hizmet kalitesine yönelik beklentileri arasında anlamlı bir farklılık vardır” şeklindeki hipotez reddedilmiştir.

Yerli turistlerin aylık ortalama gelir durumu ile ilgili olarak algıladıkları destinasyon hizmet kalitesi düzeyi açısından anlamlı bir farklılığın bulunup bulunmadığını belirleyebilmek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizinin sonuçları Çizelge 23'te yer almaktadır.

**Çizelge 23.** Hizmet Kalitesi Performans Alt Boyutlarının Aylık Ortalama Gelire Göre Ortalamaları (Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları)

| Boyutlar                       | Grup No | Grup                         | N   | Ort. | s.s. | F     | p            | Fark                                                                     |
|--------------------------------|---------|------------------------------|-----|------|------|-------|--------------|--------------------------------------------------------------------------|
| <b>Güvence</b>                 | 1       | Kişisel gelire sahip değilim | 70  | 3,98 | 0,73 | 3,300 | <b>0,011</b> | <b>3 &gt; 5</b><br><b>4 &gt; 5</b>                                       |
|                                | 2       | 2000 TL ve altı              | 49  | 3,97 | 0,77 |       |              |                                                                          |
|                                | 3       | 2001-3000 TL                 | 60  | 4,07 | 0,59 |       |              |                                                                          |
|                                | 4       | 3001-4000 TL                 | 108 | 4,16 | 0,53 |       |              |                                                                          |
|                                | 5       | 4001 TL ve üzeri             | 113 | 3,85 | 0,66 |       |              |                                                                          |
| <b>Eko-Fiziksel Özellikler</b> | 1       | Kişisel gelire sahip değilim | 70  | 3,62 | 0,69 | 6,335 | <b>0,000</b> | <b>1 &gt; 5</b><br><b>2 &gt; 5</b><br><b>3 &gt; 5</b><br><b>4 &gt; 5</b> |
|                                | 2       | 2000 TL ve altı              | 49  | 3,61 | 0,52 |       |              |                                                                          |
|                                | 3       | 2001-3000 TL                 | 60  | 3,44 | 0,57 |       |              |                                                                          |
|                                | 4       | 3001-4000 TL                 | 108 | 3,57 | 0,66 |       |              |                                                                          |
|                                | 5       | 4001 TL ve üzeri             | 113 | 3,21 | 0,71 |       |              |                                                                          |

Çizelge 23 - devam

| Boyutlar                     | Grup No | Grup                         | N   | Ort. | s.s. | F     | p            | Fark                                                                                                           |
|------------------------------|---------|------------------------------|-----|------|------|-------|--------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Empati</b>                | 1       | Kişisel gelire sahip değilim | 70  | 4,25 | 0,62 | 2,112 | 0,079        |                                                                                                                |
|                              | 2       | 2000 TL ve altı              | 49  | 4,09 | 0,80 |       |              |                                                                                                                |
|                              | 3       | 2001-3000 TL                 | 60  | 4,26 | 0,60 |       |              |                                                                                                                |
|                              | 4       | 3001-4000 TL                 | 108 | 4,33 | 0,55 |       |              |                                                                                                                |
|                              | 5       | 4001 TL ve üzeri             | 113 | 4,11 | 0,64 |       |              |                                                                                                                |
| <b>Heveslilik</b>            | 1       | Kişisel gelire sahip değilim | 70  | 4,15 | 0,68 | 9,603 | <b>0,000</b> | <b>3 &gt; 1</b><br><b>3 &gt; 2</b><br><b>1 &gt; 5</b><br><b>2 &gt; 5</b><br><b>3 &gt; 5</b><br><b>4 &gt; 5</b> |
|                              | 2       | 2000 TL ve altı              | 49  | 4,23 | 0,63 |       |              |                                                                                                                |
|                              | 3       | 2001-3000 TL                 | 60  | 4,49 | 0,43 |       |              |                                                                                                                |
|                              | 4       | 3001-4000 TL                 | 108 | 4,34 | 0,47 |       |              |                                                                                                                |
|                              | 5       | 4001 TL ve üzeri             | 113 | 3,94 | 0,77 |       |              |                                                                                                                |
| <b>Fiziksel Özellikler</b>   | 1       | Kişisel gelire sahip değilim | 70  | 4,02 | 0,71 | 0,675 | 0,610        |                                                                                                                |
|                              | 2       | 2000 TL ve altı              | 49  | 4,05 | 0,46 |       |              |                                                                                                                |
|                              | 3       | 2001-3000 TL                 | 60  | 4,07 | 0,49 |       |              |                                                                                                                |
|                              | 4       | 3001-4000 TL                 | 108 | 4,12 | 0,50 |       |              |                                                                                                                |
|                              | 5       | 4001 TL ve üzeri             | 113 | 4,01 | 0,56 |       |              |                                                                                                                |
| <b>Güvenilirlik</b>          | 1       | Kişisel gelire sahip değilim | 70  | 4,25 | 0,61 | 1,531 | 0,192        |                                                                                                                |
|                              | 2       | 2000 TL ve altı              | 49  | 4,24 | 0,95 |       |              |                                                                                                                |
|                              | 3       | 2001-3000 TL                 | 60  | 4,41 | 0,50 |       |              |                                                                                                                |
|                              | 4       | 3001-4000 TL                 | 108 | 4,43 | 0,53 |       |              |                                                                                                                |
|                              | 5       | 4001 TL ve üzeri             | 113 | 4,29 | 0,54 |       |              |                                                                                                                |
| <b>Genel Hizmet Kalitesi</b> | 1       | Kişisel gelire sahip değilim | 70  | 3,93 | 0,56 | 4,713 | <b>0,001</b> | <b>1 &gt; 5</b><br><b>2 &gt; 5</b><br><b>3 &gt; 5</b><br><b>4 &gt; 5</b>                                       |
|                              | 2       | 2000 TL ve altı              | 49  | 3,92 | 0,50 |       |              |                                                                                                                |
|                              | 3       | 2001-3000 TL                 | 60  | 3,95 | 0,41 |       |              |                                                                                                                |
|                              | 4       | 3001-4000 TL                 | 108 | 4,01 | 0,42 |       |              |                                                                                                                |
|                              | 5       | 4001 TL ve üzeri             | 113 | 3,74 | 0,53 |       |              |                                                                                                                |

Çizelge 23'te görüldüğü gibi yerli turistlerin aylık ortalama gelir durumu ile ilgili olarak algıladıkları destinasyon hizmet kalitesi düzeyi açısından, beklenti düzeyinden farklı sonuçlar elde edilmiştir. Buna göre; empati ( $p=0,079>0,05$ ), fiziksel özellikler ( $p=0,610>0,05$ ) ve güvenilirlik ( $p=0,192>0,05$ ) alt boyutlarında performans puan ortalamaları aylık ortalama gelir değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermezken; güvence ( $F=3,300$ ;  $p=0,011<0,05$ ), eko-fiziksel özellikler ( $F=6,335$ ;  $p=0,000<0,05$ ) ve heveslilik ( $F=9,603$ ;  $p=0,000<0,05$ ) alt boyutları ile genel hizmet kalitesi ( $F=4,713$ ;  $p=0,001<0,05$ ) açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık ortaya çıkmıştır.

Farklılıkların kaynaklarını belirlemek amacıyla yapılan tamamlayıcı post-hoc analizine göre; aylık ortalama geliri 2001-3000 TL olanların güvence alt boyutu

performans puanları ( $4,07 \pm 0,59$ ), aylık ortalama geliri 4001 TL ve üzeri olanlardan ( $3,85 \pm 0,66$ ); aylık ortalama geliri 3001-4000 TL olanların performans puanları ise ( $4,16 \pm 0,53$ ), aylık ortalama geliri 4001 TL ve üzeri olanlardan ( $3,85 \pm 0,66$ ) daha yüksek bulunmuştur. Öte yandan; kişisel gelire sahip olmayanların eko-fiziksel özellikler alt boyutu performans puanlarının ( $3,62 \pm 0,69$ ), aylık ortalama geliri 4001 TL ve üzeri olanlardan ( $3,21 \pm 0,71$ ); aylık ortalama geliri 2000 TL ve altı olanların ( $3,61 \pm 0,52$ ), aylık ortalama geliri 4001 TL ve üzeri olanlardan ( $3,21 \pm 0,71$ ) ve aylık ortalama geliri 2001-3000 TL olanların ( $3,44 \pm 0,57$ ), aylık ortalama geliri 4001 TL ve üzeri olanlardan ( $3,21 \pm 0,71$ ) daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca aylık ortalama geliri 3001-4000 TL olanlar ( $3,57 \pm 0,66$ ), aylık ortalama geliri 4001 TL ve üzeri olanlardan ( $3,21 \pm 0,71$ ) daha yüksek performans puanına sahiptirler.

Aylık ortalama geliri 2001-3000 TL olanların heveslilik alt boyutu performans puanları ise ( $4,49 \pm 0,43$ ), kişisel gelire sahip olmayanların heveslilik alt boyutu performans puanlarından ( $4,15 \pm 0,68$ ) yüksek bulunmuştur. Bunun yanısıra aylık ortalama geliri 2001-3000 TL olanların heveslilik alt boyutu performans puanları ( $4,49 \pm 0,43$ ), aylık ortalama geliri 2000 TL ve altı olanlardan ( $4,23 \pm 0,63$ ); kişisel gelire sahip olmayanların ( $4,15 \pm 0,68$ ), aylık ortalama geliri 4001 TL ve üzeri olanlardan ( $3,94 \pm 0,77$ ) ve aylık ortalama geliri 2000 TL ve altı olanların ( $4,23 \pm 0,63$ ), aylık ortalama geliri 4001 TL ve üzeri olanlardan ( $3,94 \pm 0,77$ ) daha yüksek bulunmuştur. Son olarak, aylık ortalama geliri 2001-3000 TL olanların heveslilik alt boyutu performans puanları ( $4,49 \pm 0,43$ ), aylık ortalama geliri 4001 TL ve üzeri olanlardan ( $3,94 \pm 0,77$ ) ve aylık ortalama geliri 3001-4000 TL olanların ( $4,34 \pm 0,47$ ), aylık ortalama geliri 4001 TL ve üzeri olanlardan ( $3,94 \pm 0,77$ ) yüksek bulunmuştur.

Kişisel gelire sahip olmayanların genel hizmet kalitesi performans puanları ise ( $3,93 \pm 0,56$ ), aylık ortalama geliri 4001 TL ve üzeri olanların genel hizmet kalitesi performans puanlarından ( $3,74 \pm 0,53$ ) yüksek bulunmuştur. Aylık ortalama geliri 2000 TL ve altı olanların genel hizmet kalitesi performans puanları ( $3,92 \pm 0,50$ ), aylık ortalama geliri 4001 TL ve üzeri olanlardan ( $3,74 \pm 0,53$ ) ve aylık ortalama geliri 2001-3000 TL olanların genel hizmet kalitesi performans puanları ( $3,95 \pm 0,41$ ), aylık ortalama geliri 4001 TL ve üzeri olanlardan ( $3,74 \pm 0,53$ ) daha yüksektir. Ayrıca aylık ortalama geliri 3001-4000 TL olanların genel hizmet kalitesi performans puanlarının ( $4,01 \pm 0,42$ ), aylık ortalama geliri 4001 TL ve üzeri olanlardan ( $3,74 \pm 0,53$ ) daha

yüksek olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen bulgular ışığında; “H15= Yerli turistlerin aylık ortalama gelir durumu ile algıladıkları hizmet kalitesi arasında anlamlı bir farklılık vardır” şeklindeki hipotez kabul edilmiştir.

Çizelge 24’te, yerli turistlerin tatil/tur süresince ortalama harcama durumu ile ilgili olarak bekledikleri destinasyon hizmet kalitesi düzeyi açısından anlamlı bir farklılığın bulunup bulunmadığını belirleyebilmek için yapılan tek yönlü varyans analizinin sonuçları yer almaktadır.

**Çizelge 24.** Hizmet Kalitesi Beklenti Alt Boyutlarının Tur Süresince Ortalama Harcama Tutarına Göre Ortalamaları (Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları)

| Boyutlar                       | Grup No | Grup              | N   | Ort. | s.s. | F     | p            | Fark                                      |
|--------------------------------|---------|-------------------|-----|------|------|-------|--------------|-------------------------------------------|
| <b>Güvence</b>                 | 1       | 1000 TL ve altı   | 51  | 4,40 | 0,53 | 3,945 | <b>0,009</b> | <b>3 &gt; 1<br/>4 &gt; 1<br/>3 &gt; 2</b> |
|                                | 2       | 1001 TL - 2000 TL | 161 | 4,53 | 0,45 |       |              |                                           |
|                                | 3       | 2001 TL - 3000 TL | 131 | 4,64 | 0,42 |       |              |                                           |
|                                | 4       | 3001 TL ve üstü   | 57  | 4,60 | 0,34 |       |              |                                           |
| <b>Eko-Fiziksel Özellikler</b> | 1       | 1000 TL ve altı   | 51  | 4,34 | 0,47 | 3,354 | <b>0,019</b> | <b>3 &gt; 2</b>                           |
|                                | 2       | 1001 TL - 2000 TL | 161 | 4,24 | 0,55 |       |              |                                           |
|                                | 3       | 2001 TL - 3000 TL | 131 | 4,42 | 0,36 |       |              |                                           |
|                                | 4       | 3001 TL ve üstü   | 57  | 4,27 | 0,52 |       |              |                                           |
| <b>Empati</b>                  | 1       | 1000 TL ve altı   | 51  | 4,47 | 0,50 | 2,022 | 0,110        |                                           |
|                                | 2       | 1001 TL - 2000 TL | 161 | 4,43 | 0,54 |       |              |                                           |
|                                | 3       | 2001 TL - 3000 TL | 131 | 4,57 | 0,47 |       |              |                                           |
|                                | 4       | 3001 TL ve üstü   | 57  | 4,50 | 0,34 |       |              |                                           |
| <b>Heveslilik</b>              | 1       | 1000 TL ve altı   | 51  | 4,23 | 0,85 | 4,574 | <b>0,004</b> | <b>3 &gt; 1<br/>3 &gt; 4</b>              |
|                                | 2       | 1001 TL - 2000 TL | 161 | 4,43 | 0,61 |       |              |                                           |
|                                | 3       | 2001 TL - 3000 TL | 131 | 4,55 | 0,52 |       |              |                                           |
|                                | 4       | 3001 TL ve üstü   | 57  | 4,24 | 0,80 |       |              |                                           |
| <b>Fiziksel Özellikler</b>     | 1       | 1000 TL ve altı   | 51  | 4,37 | 0,67 | 1,174 | 0,319        |                                           |
|                                | 2       | 1001 TL - 2000 TL | 161 | 4,44 | 0,52 |       |              |                                           |
|                                | 3       | 2001 TL - 3000 TL | 131 | 4,48 | 0,54 |       |              |                                           |
|                                | 4       | 3001 TL ve üstü   | 57  | 4,33 | 0,39 |       |              |                                           |
| <b>Güvenilirlik</b>            | 1       | 1000 TL ve altı   | 51  | 4,36 | 0,57 | 4,118 | <b>0,007</b> | <b>2 &gt; 1<br/>3 &gt; 1</b>              |
|                                | 2       | 1001 TL - 2000 TL | 161 | 4,55 | 0,48 |       |              |                                           |
|                                | 3       | 2001 TL - 3000 TL | 131 | 4,62 | 0,40 |       |              |                                           |
|                                | 4       | 3001 TL ve üstü   | 57  | 4,50 | 0,46 |       |              |                                           |
| <b>Genel Hizmet Kalitesi</b>   | 1       | 1000 TL ve altı   | 51  | 4,37 | 0,47 | 3,581 | <b>0,014</b> | <b>3 &gt; 1<br/>3 &gt; 2<br/>3 &gt; 4</b> |
|                                | 2       | 1001 TL - 2000 TL | 161 | 4,40 | 0,43 |       |              |                                           |
|                                | 3       | 2001 TL - 3000 TL | 131 | 4,52 | 0,31 |       |              |                                           |
|                                | 4       | 3001 TL ve üstü   | 57  | 4,39 | 0,26 |       |              |                                           |

Güvence ( $p=0,009<0,05$ ), eko-fiziksel özellikler ( $p=0,019<0,05$ ), heveslilik ( $p=0,004<0,05$ ) ve güvenilirlik ( $p=0,007<0,05$ ) alt boyutları ile genel hizmet kalitesi ( $p=0,014<0,05$ ) açısından, yerli turistlerin bekledikleri hizmet kalitesi düzeyi 0,05 anlamlılık düzeyinde, tur süresince yaptıkları ortalama harcama durumlarına göre anlamlı bir farklılık göstermekte iken; empati ( $p=0,110>0,05$ ) ve fiziksel özellikler ( $p=0,319>0,05$ ) alt boyutlarında anlamlı bir farklılık söz konusu değildir (Çizelge 24). Bu sonuçlara göre; farklılıkların kaynaklarını belirlemek amacıyla tamamlayıcı post-hoc analizi yapılmıştır. Analiz sonuçlarına göre; tur süresince ortalama harcama tutarı 2001 TL-3000 TL olanların güvence alt boyutu beklenti puanları ( $4,64\pm0,42$ ), ortalama harcama tutarı 1000 TL ve altı olanlardan ( $4,40\pm0,53$ ) ve tur süresince ortalama harcama tutarı 3001 TL ve üstü olanların ise ( $4,60\pm0,34$ ), ortalama harcama tutarı 1000 TL ve altı olanlardan ( $4,40\pm0,53$ ) daha yüksek bulunmuştur. Ayrıca tur süresince ortalama harcama tutarı 2001 TL-3000 TL olanların beklenti puanları ( $4,64\pm0,42$ ), ortalama harcama tutarı 1001 TL-2000 TL olanların puanlarından ( $4,53\pm0,45$ ) daha yüksektir.

Eko-fiziksel özellikler alt boyutunda; tur süresince ortalama harcama tutarı 2001 TL-3000 TL olanların beklenti puanları ( $4,42\pm0,36$ ), tur süresince ortalama harcama tutarı 1001 TL-2000 TL olanlardan ( $4,24\pm0,55$ ) yüksek bulunmuştur. Heveslilik alt boyutu açısından ise; tur süresince ortalama harcama tutarı 2001 TL-3000 TL olanların beklenti puanları ( $4,55\pm0,52$ ), ortalama harcama tutarı 1000 TL ve altı olanlardan ( $4,23\pm0,85$ ) ve ortalama harcama tutarı 2001 TL-3000 TL olanların beklenti puanları ( $4,55\pm0,52$ ), ortalama harcama tutarı 3001 TL ve üstü olanlardan ( $4,24\pm0,80$ ) daha yüksek bulunmuştur. Güvenilirlik alt boyutu açısından, tur süresince ortalama harcama tutarı 1001 TL-2000 TL olanların beklenti puanlarının ( $4,55\pm0,48$ ), ortalama harcama tutarı 1000 TL ve altı olanlardan ( $4,36\pm0,57$ ) daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bunun yanısıra, ortalama harcama tutarı 2001 TL-3000 TL olanların beklenti puanları ( $4,62\pm0,40$ ), ortalama harcama tutarı 1000 TL ve altı olanlardan da ( $4,36\pm0,57$ ) yüksek bulunmuştur. Son olarak genel hizmet kalitesi açısından bir değerlendirme yapıldığında; tur süresince ortalama harcama tutarı 2001 TL-3000 TL olanların beklenti puanlarının ( $4,52\pm0,31$ ), ortalama harcama tutarı 1000 TL ve altı olanlardan ( $4,37\pm0,47$ ) ve ortalama harcama tutarı 2001 TL-3000 TL olanların ( $4,52\pm0,31$ ), ortalama harcama tutarı 1001 TL-2000 TL olanlardan ( $4,40\pm0,43$ ) yüksek bulunmuştur. Tur süresince ortalama harcama tutarı 2001 TL-

3000 TL olanların genel hizmet kalitesi beklenti puanlarının ise (4,52±0,31), ortalama harcama tutarı 3001 TL ve üstü olanlardan (4,39±0,26) yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bu durumda “empati ve fiziksel özellikler” alt boyutları dışında “H16= Yerli turistlerin tatil/tur süresince ortalama harcama durumu ile hizmet kalitesine yönelik beklentileri arasında anlamlı bir farklılık vardır” şeklindeki hipotez kabul edilmiştir

Yerli turistlerin tatil/tur süresince ortalama harcama durumu ile ilgili olarak algıladıkları destinasyon hizmet kalitesi düzeyi açısından anlamlı bir farklılığın bulunup bulunmadığını belirleyebilmek için yapılan tek yönlü varyans analizinin sonuçları Çizelge 25’te görülmektedir.

**Çizelge 25.** Hizmet Kalitesi Performans Alt Boyutlarının Tur Süresince Ortalama Harcama Tutarına Göre Ortalamaları (Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları)

| Boyutlar                       | Grup No | Grup              | N   | Ort. | s.s. | F      | p            | Fark                               |
|--------------------------------|---------|-------------------|-----|------|------|--------|--------------|------------------------------------|
| <b>Güvence</b>                 | 1       | 1000 TL ve altı   | 51  | 3,95 | 0,60 | 8,125  | <b>0,000</b> | <b>3 &gt; 1</b>                    |
|                                | 2       | 1001 TL - 2000 TL | 161 | 3,96 | 0,73 |        |              | <b>3 &gt; 2</b>                    |
|                                | 3       | 2001 TL - 3000 TL | 131 | 4,20 | 0,49 |        |              | <b>2 &gt; 4</b>                    |
|                                | 4       | 3001 TL ve üstü   | 57  | 3,73 | 0,69 |        |              | <b>3 &gt; 4</b>                    |
| <b>Eko-Fiziksel Özellikler</b> | 1       | 1000 TL ve altı   | 51  | 3,56 | 0,64 | 15,792 | <b>0,000</b> | <b>3 &gt; 2</b>                    |
|                                | 2       | 1001 TL - 2000 TL | 161 | 3,43 | 0,64 |        |              | <b>1 &gt; 4</b>                    |
|                                | 3       | 2001 TL - 3000 TL | 131 | 3,67 | 0,58 |        |              | <b>2 &gt; 4</b>                    |
|                                | 4       | 3001 TL ve üstü   | 57  | 2,99 | 0,74 |        |              | <b>3 &gt; 4</b>                    |
| <b>Empati</b>                  | 1       | 1000 TL ve altı   | 51  | 4,05 | 0,56 | 8,682  | <b>0,000</b> | <b>3 &gt; 1</b>                    |
|                                | 2       | 1001 TL - 2000 TL | 161 | 4,13 | 0,75 |        |              | <b>3 &gt; 2</b>                    |
|                                | 3       | 2001 TL - 3000 TL | 131 | 4,44 | 0,47 |        |              | <b>3 &gt; 4</b>                    |
|                                | 4       | 3001 TL ve üstü   | 57  | 4,08 | 0,56 |        |              |                                    |
| <b>Heveslilik</b>              | 1       | 1000 TL ve altı   | 51  | 4,27 | 0,50 | 15,629 | <b>0,000</b> | <b>3 &gt; 2</b>                    |
|                                | 2       | 1001 TL - 2000 TL | 161 | 4,20 | 0,64 |        |              | <b>1 &gt; 4</b>                    |
|                                | 3       | 2001 TL - 3000 TL | 131 | 4,38 | 0,52 |        |              | <b>2 &gt; 4</b>                    |
|                                | 4       | 3001 TL ve üstü   | 57  | 3,72 | 0,81 |        |              | <b>3 &gt; 4</b>                    |
| <b>Fiziksel Özellikler</b>     | 1       | 1000 TL ve altı   | 51  | 4,08 | 0,52 | 0,757  | 0,519        |                                    |
|                                | 2       | 1001 TL - 2000 TL | 161 | 4,07 | 0,58 |        |              |                                    |
|                                | 3       | 2001 TL - 3000 TL | 131 | 4,08 | 0,57 |        |              |                                    |
|                                | 4       | 3001 TL ve üstü   | 57  | 3,95 | 0,45 |        |              |                                    |
| <b>Güvenilirlik</b>            | 1       | 1000 TL ve altı   | 51  | 4,11 | 0,51 | 13,395 | <b>0,000</b> | <b>3 &gt; 1</b>                    |
|                                | 2       | 1001 TL - 2000 TL | 161 | 4,21 | 0,76 |        |              | <b>3 &gt; 2</b>                    |
|                                | 3       | 2001 TL - 3000 TL | 131 | 4,59 | 0,39 |        |              | <b>3 &gt; 4</b>                    |
|                                | 4       | 3001 TL ve üstü   | 57  | 4,28 | 0,44 |        |              |                                    |
| <b>Genel Hizmet Kalitesi</b>   | 1       | 1000 TL ve altı   | 51  | 3,89 | 0,46 | 14,620 | <b>0,000</b> | <b>3 &gt; 1</b>                    |
|                                | 2       | 1001 TL - 2000 TL | 161 | 3,86 | 0,56 |        |              | <b>3 &gt; 2</b>                    |
|                                | 3       | 2001 TL - 3000 TL | 131 | 4,09 | 0,35 |        |              | <b>1 &gt; 4</b>                    |
|                                | 4       | 3001 TL ve üstü   | 57  | 3,60 | 0,47 |        |              | <b>2 &gt; 4</b><br><b>3 &gt; 4</b> |

Çizelge 25'te görüldüğü gibi, yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçlarına göre; yerli turistlerin algıladıkları hizmet kalitesi düzeyi yani performans düzeyi, fiziksel özellikler ( $p=0,519>0,05$ ) alt boyutu dışında diğer tüm alt boyutlar ile genel hizmet kalitesi açısından 0,05 anlamlılık düzeyinde, tur süresince ortalama harcama durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. Bir diğer ifadeyle; güvence ( $p=0,000<0,05$ ), eko-fiziksel özellikler ( $p=0,000<0,05$ ), empati ( $p=0,000<0,05$ ), heveslilik ( $p=0,000<0,05$ ) ve güvenilirlik ( $p=0,000<0,05$ ) alt boyutları ile genel hizmet kalitesi ( $p=0,000<0,05$ ) açısından grup ortalamaları arasındaki fark, tur süresince ortalama harcama durumuna göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Farklılıkların kaynaklarını belirlemek amacıyla yapılan tamamlayıcı post-hoc analizi sonuçlarına göre; tur süresince ortalama harcama tutarı 2001 TL-3000 TL olanların güvence alt boyutu performans puanları ( $4,20\pm0,49$ ), ortalama harcama tutarı 1000 TL ve altı olanların puanlarından ( $3,95\pm0,60$ ); ortalama harcama tutarı 2001 TL-3000 TL olanların puanları ( $4,20\pm0,49$ ), ortalama harcama tutarı 1001 TL-2000 TL olanlardan ( $3,96\pm0,73$ ) ve ortalama harcama tutarı 1001 TL-2000 TL olanların puanları ( $3,96\pm0,73$ ), ortalama harcama tutarı 3001 TL ve üstü olanlardan ( $3,73\pm0,69$ ) daha yüksek bulunmuştur. Ayrıca tur süresince ortalama harcama tutarı 2001 TL-3000 TL olanların performans puanlarının ( $4,20\pm0,49$ ), ortalama harcama tutarı 3001 TL ve üstü olanlardan ( $3,73\pm0,69$ ) daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Eko-fiziksel özellikler alt boyutu açısından performans puanları incelendiğinde; tur süresince ortalama harcama tutarı 2001 TL-3000 TL olanların puanlarının ( $3,67\pm0,58$ ), ortalama harcama tutarı 1001 TL-2000 TL olanlardan ( $3,43\pm0,64$ ) ve ortalama harcama tutarı 1000 TL ve altı olanların da ( $3,56\pm0,64$ ), ortalama harcama tutarı 3001 TL ve üstü olanlardan ( $2,99\pm0,74$ ) daha yüksek olduğu görülmektedir. Bunun yanı sıra, tur süresince ortalama harcama tutarı 1001 TL-2000 TL olanların eko-fiziksel özellikler alt boyutu performans puanları ( $3,43\pm0,64$ ), ortalama harcama tutarı 3001 TL ve üstü olanlardan ( $2,99\pm0,74$ ) ve ortalama harcama tutarı 2001 TL-3000 TL olanların da ( $3,67\pm0,58$ ), ortalama harcama tutarı 3001 TL ve üstü olanlardan ( $2,99\pm0,74$ ) yüksek bulunmuştur.

Tur süresince ortalama harcama tutarı 2001 TL-3000 TL olanların empati alt boyutu performans puanları ( $4,44 \pm 0,47$ ), ortalama harcama tutarı 1000 TL ve altı olanlardan ( $4,05 \pm 0,56$ ) daha yüksek bulunurken; ortalama harcama tutarı 2001 TL-3000 TL olanların performans puanları da ( $4,44 \pm 0,47$ ), ortalama harcama tutarı 1001 TL-2000 TL olanlardan ( $4,13 \pm 0,75$ ) daha yüksek bulunmuştur. Ayrıca tur süresince ortalama harcama tutarı 2001 TL-3000 TL olanların performans puanları ( $4,44 \pm 0,47$ ), ortalama harcama tutarı 3001 TL ve üstü olanların performans puanlarından ( $4,08 \pm 0,56$ ) yüksek bulunmuştur.

Heveslilik alt boyutu açısından; tur süresince ortalama harcama tutarı 2001 TL-3000 TL olanların performans puanları ( $4,38 \pm 0,52$ ), ortalama harcama tutarı 1001 TL-2000 TL olanlardan ( $4,20 \pm 0,64$ ) ve tur süresince ortalama harcama tutarı 1000 TL ve altı olanların performans puanları da ( $4,27 \pm 0,50$ ), ortalama harcama tutarı 3001 TL ve üstü olanların performans puanlarından ( $3,72 \pm 0,81$ ) yüksek bulunmuştur. Bunun yanı sıra tur süresince ortalama harcama tutarı 1001 TL-2000 TL olanların heveslilik alt boyutu performans puanlarının ( $4,20 \pm 0,64$ ), ortalama harcama tutarı 3001 TL ve üstü olanların performans puanlarından ( $3,72 \pm 0,81$ ) ve ortalama harcama tutarı 2001 TL-3000 TL olanların performans puanlarının ( $4,38 \pm 0,52$ ), ortalama harcama tutarı 3001 TL ve üstü olanların performans puanlarından ( $3,72 \pm 0,81$ ) yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Tur süresince ortalama harcama tutarı 2001 TL-3000 TL olanların güvenilirlik alt boyutu performans puanları ( $4,59 \pm 0,39$ ), ortalama harcama tutarı 1000 TL ve altı olanların performans puanlarından ( $4,11 \pm 0,51$ ) yüksek bulunurken; ortalama harcama tutarı 2001 TL-3000 TL olanların performans puanlarının ( $4,59 \pm 0,39$ ), ortalama harcama tutarı 1001 TL-2000 TL olanların performans puanlarından ( $4,21 \pm 0,76$ ) yüksek olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca tur süresince ortalama harcama tutarı 2001 TL-3000 TL olanların performans puanları ( $4,59 \pm 0,39$ ), ortalama harcama tutarı 3001 TL ve üstü olanların performans puanlarından ( $4,28 \pm 0,44$ ) yüksek bulunmuştur.

Son olarak genel hizmet kalitesi açısından bir değerlendirme yapıldığında; tur süresince ortalama harcama tutarı 2001 TL-3000 TL olanların performans puanlarının ( $4,09 \pm 0,35$ ), ortalama harcama tutarı 1000 TL ve altı performans

puanlarından (3,89±0,46) ve tur süresince ortalama harcama tutarı 2001 TL-3000 TL olanların performans puanlarının (4,09±0,35), ortalama harcama tutarı 1001 TL-2000 TL olanların performans puanlarından (3,86±0,56) yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca tur süresince ortalama harcama tutarı 1000 TL ve altı olanların performans puanları (3,89±0,46), ortalama harcama tutarı 3001 TL ve üstü olanların performans puanlarından (3,60±0,47) ve ortalama harcama tutarı 1001 TL-2000 TL olanların puanları da (3,86±0,56), ortalama harcama tutarı 3001 TL ve üstü olanların puanlarından (3,60±0,47) yüksek bulunmuştur. Bunun yanı sıra, tur süresince ortalama harcama tutarı 2001 TL-3000 TL olanların performans puanları (4,09±0,35), ortalama harcama tutarı 3001 TL ve üstü olanların performans puanlarından (3,60±0,47) yüksek bulunmuştur. Bu durumda elde edilen sonuçlara göre, “H17= Yerli turistlerin tatil/tur süresince ortalama harcama durumu ile algıladıkları hizmet kalitesi arasında anlamlı bir farklılık vardır” şeklindeki hipotez “fiziksel özellikler” alt boyutu dışında kabul edilmiştir.

Bu araştırmada yerli turistlerin ekoturizm turlarına katılım sayıları ile ilgili olarak hizmet kalitesine yönelik beklenti düzeyi açısından anlamlı bir farklılığın bulunup bulunmadığını belirleyebilmek için tek yönlü varyans analizi yapılmıştır. Sonuçlar Çizelge 26’da görülmektedir.

**Çizelge 26.** Hizmet Kalitesi Beklenti Alt Boyutlarının Ekoturizm Turlarına Katılım Sayılarına Göre Ortalamaları (Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları)

| Boyutlar                       | Grup No | Grup            | N   | Ort. | s.s. | F     | p            | Fark                                      |
|--------------------------------|---------|-----------------|-----|------|------|-------|--------------|-------------------------------------------|
| <b>Güvence</b>                 | 1       | İlk kez         | 171 | 4,53 | 0,47 | 1,387 | 0,238        |                                           |
|                                | 2       | 2. kez          | 72  | 4,63 | 0,36 |       |              |                                           |
|                                | 3       | 3. kez          | 69  | 4,62 | 0,53 |       |              |                                           |
|                                | 4       | 4. kez          | 41  | 4,48 | 0,38 |       |              |                                           |
|                                | 5       | 5. kez ve üzeri | 47  | 4,52 | 0,33 |       |              |                                           |
| <b>Eko-Fiziksel Özellikler</b> | 1       | İlk kez         | 171 | 4,28 | 0,52 | 1,009 | 0,402        |                                           |
|                                | 2       | 2. kez          | 72  | 4,35 | 0,41 |       |              |                                           |
|                                | 3       | 3. kez          | 69  | 4,40 | 0,41 |       |              |                                           |
|                                | 4       | 4. kez          | 41  | 4,34 | 0,26 |       |              |                                           |
|                                | 5       | 5. kez ve üzeri | 47  | 4,26 | 0,67 |       |              |                                           |
| <b>Empati</b>                  | 1       | İlk kez         | 171 | 4,46 | 0,42 | 2,560 | <b>0,038</b> | <b>2 &gt; 1<br/>2 &gt; 5<br/>4 &gt; 5</b> |
|                                | 2       | 2. kez          | 72  | 4,62 | 0,41 |       |              |                                           |
|                                | 3       | 3. kez          | 69  | 4,46 | 0,56 |       |              |                                           |
|                                | 4       | 4. kez          | 41  | 4,57 | 0,33 |       |              |                                           |
|                                | 5       | 5. kez ve üzeri | 47  | 4,36 | 0,75 |       |              |                                           |

Çizelge 26 - devam

| Boyutlar              | Grup No | Grup            | N   | Ort. | s.s. | F     | p     | Fark                                      |
|-----------------------|---------|-----------------|-----|------|------|-------|-------|-------------------------------------------|
| Heveslilik            | 1       | İlk kez         | 171 | 4,34 | 0,70 | 3,058 | 0,017 | 2 > 1<br>3 > 1<br>2 > 4<br>3 > 4          |
|                       | 2       | 2. kez          | 72  | 4,53 | 0,60 |       |       |                                           |
|                       | 3       | 3. kez          | 69  | 4,59 | 0,51 |       |       |                                           |
|                       | 4       | 4. kez          | 41  | 4,25 | 0,76 |       |       |                                           |
|                       | 5       | 5. kez ve üzeri | 47  | 4,41 | 0,59 |       |       |                                           |
| Fiziksel Özellikler   | 1       | İlk kez         | 171 | 4,40 | 0,45 | 3,774 | 0,005 | 3 > 1<br>3 > 2<br>3 > 4<br>3 > 5          |
|                       | 2       | 2. kez          | 72  | 4,43 | 0,63 |       |       |                                           |
|                       | 3       | 3. kez          | 69  | 4,64 | 0,53 |       |       |                                           |
|                       | 4       | 4. kez          | 41  | 4,27 | 0,52 |       |       |                                           |
|                       | 5       | 5. kez ve üzeri | 47  | 4,39 | 0,60 |       |       |                                           |
| Güvenilirlik          | 1       | İlk kez         | 171 | 4,54 | 0,43 | 4,190 | 0,002 | 2 > 1<br>2 > 4<br>1 > 5<br>2 > 5<br>3 > 5 |
|                       | 2       | 2. kez          | 72  | 4,70 | 0,33 |       |       |                                           |
|                       | 3       | 3. kez          | 69  | 4,56 | 0,40 |       |       |                                           |
|                       | 4       | 4. kez          | 41  | 4,46 | 0,58 |       |       |                                           |
|                       | 5       | 5. kez ve üzeri | 47  | 4,37 | 0,67 |       |       |                                           |
| Genel Hizmet Kalitesi | 1       | İlk kez         | 171 | 4,40 | 0,38 | 2,225 | 0,066 |                                           |
|                       | 2       | 2. kez          | 72  | 4,50 | 0,32 |       |       |                                           |
|                       | 3       | 3. kez          | 69  | 4,52 | 0,39 |       |       |                                           |
|                       | 4       | 4. kez          | 41  | 4,39 | 0,24 |       |       |                                           |
|                       | 5       | 5. kez ve üzeri | 47  | 4,36 | 0,51 |       |       |                                           |

Yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçlarına göre; yerli turistlerin bekledikleri hizmet kalitesi düzeyi, “empati ( $p=0,038<0,05$ ), heveslilik ( $p=0,017<0,05$ ), fiziksel özellikler ( $p=0,005<0,05$ ) ve güvenilirlik ( $p=0,002<0,05$ )” alt boyutları dışında 0,05 anlamlılık düzeyinde, ekoturizm turlarına katılım sayıları açısından anlamlı bir farklılık göstermemektedir (Çizelge 26). Buna göre; güvence ( $p=0,238>0,05$ ) ve ekoturizm fiziksel özellikler ( $p=0,402>0,05$ ) alt boyutları ile genel hizmet kalitesi ( $p=0,066>0,05$ ) açısından grup ortalamaları arasındaki fark, ekoturizm turlarına katılma sayılarına göre istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır.

Farklılıkların kaynaklarını belirlemek amacıyla tamamlayıcı post-hoc analizi yapılmıştır. Buna göre; ekoturizm turlarına 2. kez katılanların empati alt boyutu beklenti puanları ( $4,62\pm0,41$ ), ilk kez katılanların puanlarından ( $4,46\pm0,42$ ); ekoturizm turlarına 2. kez katılanların puanları ise ( $4,62\pm0,41$ ), 5. kez ve üzeri katılanlardan ( $4,36\pm0,75$ ) daha yüksek bulunmuştur. Ekoturizm turlarına 4. kez katılanların beklenti puanlarının ise ( $4,57\pm0,33$ ), ekoturizm turlarına 5. kez ve üzeri katılanların beklenti puanlarından ( $4,36\pm0,75$ ) daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Ekoturizm turlarına 2. kez katılanların heveslilik alt boyutu beklenti puanları ( $4,53 \pm 0,60$ ), ekoturizm turlarına ilk kez katılanların beklenti puanlarından ( $4,34 \pm 0,70$ ) yüksek bulunmuştur. Ayrıca ekoturizm turlarına 3. kez katılanların beklenti puanları ( $4,59 \pm 0,51$ ), ilk kez katılanların beklenti puanlarından ( $4,34 \pm 0,70$ ); 2. kez katılanların beklenti puanları ( $4,53 \pm 0,60$ ), 4. kez katılanların beklenti puanlarından ( $4,25 \pm 0,76$ ) ve 3. kez katılanların beklenti puanları ( $4,59 \pm 0,51$ ), 4. kez katılanların beklenti puanlarından ( $4,25 \pm 0,76$ ) yüksek bulunmuştur.

Fiziksel özellikler alt boyutu değerlendirildiğinde; ekoturizm turlarına 3. kez katılanların beklenti puanlarının ( $4,64 \pm 0,53$ ), ilk kez katılanların beklenti puanlarından ( $4,40 \pm 0,45$ ) daha yüksek olduğu ve 3. kez katılanların beklenti puanlarının da ( $4,64 \pm 0,53$ ), 2. kez katılanların beklenti puanlarından ( $4,43 \pm 0,63$ ) daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bunun yanısıra; ekoturizm turlarına 3. kez katılanların beklenti puanları ( $4,64 \pm 0,53$ ), 4. kez katılanların beklenti puanlarından ( $4,27 \pm 0,52$ ) yüksek ve 3. kez katılanların beklenti puanları ( $4,64 \pm 0,53$ ), 5. kez ve üzeri katılanların beklenti puanlarından ( $4,39 \pm 0,60$ ) yüksek bulunmuştur.

Ekoturizm turlarına katılım sayısı açısından beklenti puanları güvenilirlik alt boyutu kapsamında incelendiğinde; ekoturizm turlarına 2. kez katılanların beklenti puanlarının ( $4,70 \pm 0,33$ ), ilk kez katılanların beklenti puanlarından ( $4,54 \pm 0,43$ ) daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca ekoturizm turlarına 2. kez katılanların beklenti puanları ( $4,70 \pm 0,33$ ), 4. kez katılanların beklenti puanlarından ( $4,46 \pm 0,58$ ); ilk kez katılanların beklenti puanları ( $4,54 \pm 0,43$ ), 5. kez ve üzeri katılanların beklenti puanlarından ( $4,37 \pm 0,67$ ) ve 2. kez katılanların beklenti puanları da ( $4,70 \pm 0,33$ ), 5. kez ve üzeri katılanların beklenti puanlarından ( $4,37 \pm 0,67$ ) yüksek bulunmuştur. Son olarak ekoturizm turlarına 3. kez katılanların beklenti puanları ( $4,56 \pm 0,40$ ), 5. kez ve üzeri katılanların beklenti puanlarından ( $4,37 \pm 0,67$ ) yüksek bulunmuştur. Sonuç olarak, turistlerin beklenti puan ortalamalarının ekoturizm turlarına katılım sayısı değişkenine göre genel hizmet kalitesi açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermediğinden hareketle; *“H18= Yerli turistlerin ekoturizm turlarına katılma sayısı ile hizmet kalitesine yönelik beklentileri arasında anlamlı bir farklılık vardır”* şeklindeki hipotez reddedilmiştir.

Yerli turistlerin ekoturizm turlarına katılım sayıları açısından hizmet kalitesine yönelik performans düzeylerinin anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini tespit etmek için uygulanan varyans analizinin sonuçları Çizelge 27’de verilmiştir.

**Çizelge 27.** Hizmet Kalitesi Performans Alt Boyutlarının Ekoturizm Turlarına Katılım Sayılarına Göre Ortalamaları (Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları)

| Boyutlar                       | Grup No | Grup            | N   | Ort. | s.s. | F     | p     | Fark                             |
|--------------------------------|---------|-----------------|-----|------|------|-------|-------|----------------------------------|
| <b>Güvence</b>                 | 1       | İlk kez         | 171 | 4,00 | 0,70 | 1,299 | 0,270 |                                  |
|                                | 2       | 2. kez          | 72  | 4,13 | 0,55 |       |       |                                  |
|                                | 3       | 3. kez          | 69  | 3,92 | 0,66 |       |       |                                  |
|                                | 4       | 4. kez          | 41  | 3,89 | 0,61 |       |       |                                  |
|                                | 5       | 5. kez ve üzeri | 47  | 4,03 | 0,64 |       |       |                                  |
| <b>Eko-Fiziksel Özellikler</b> | 1       | İlk kez         | 171 | 3,31 | 0,77 | 6,082 | 0,000 | 2 > 1<br>3 > 1<br>2 > 4<br>2 > 5 |
|                                | 2       | 2. kez          | 72  | 3,73 | 0,61 |       |       |                                  |
|                                | 3       | 3. kez          | 69  | 3,59 | 0,49 |       |       |                                  |
|                                | 4       | 4. kez          | 41  | 3,43 | 0,44 |       |       |                                  |
|                                | 5       | 5. kez ve üzeri | 47  | 3,45 | 0,59 |       |       |                                  |
| <b>Empati</b>                  | 1       | İlk kez         | 171 | 4,22 | 0,64 | 0,930 | 0,447 |                                  |
|                                | 2       | 2. kez          | 72  | 4,31 | 0,50 |       |       |                                  |
|                                | 3       | 3. kez          | 69  | 4,13 | 0,65 |       |       |                                  |
|                                | 4       | 4. kez          | 41  | 4,26 | 0,64 |       |       |                                  |
|                                | 5       | 5. kez ve üzeri | 47  | 4,13 | 0,77 |       |       |                                  |
| <b>Heveslilik</b>              | 1       | İlk kez         | 171 | 4,10 | 0,66 | 3,739 | 0,005 | 2 > 1<br>3 > 1<br>2 > 5<br>3 > 5 |
|                                | 2       | 2. kez          | 72  | 4,38 | 0,49 |       |       |                                  |
|                                | 3       | 3. kez          | 69  | 4,35 | 0,67 |       |       |                                  |
|                                | 4       | 4. kez          | 41  | 4,15 | 0,58 |       |       |                                  |
|                                | 5       | 5. kez ve üzeri | 47  | 4,11 | 0,75 |       |       |                                  |
| <b>Fiziksel Özellikler</b>     | 1       | İlk kez         | 171 | 4,10 | 0,49 | 3,545 | 0,007 | 2 > 3<br>1 > 4<br>2 > 4<br>2 > 5 |
|                                | 2       | 2. kez          | 72  | 4,20 | 0,50 |       |       |                                  |
|                                | 3       | 3. kez          | 69  | 3,98 | 0,53 |       |       |                                  |
|                                | 4       | 4. kez          | 41  | 3,88 | 0,45 |       |       |                                  |
|                                | 5       | 5. kez ve üzeri | 47  | 3,94 | 0,82 |       |       |                                  |
| <b>Güvenilirlik</b>            | 1       | İlk kez         | 171 | 4,36 | 0,61 | 1,252 | 0,288 |                                  |
|                                | 2       | 2. kez          | 72  | 4,44 | 0,43 |       |       |                                  |
|                                | 3       | 3. kez          | 69  | 4,23 | 0,76 |       |       |                                  |
|                                | 4       | 4. kez          | 41  | 4,29 | 0,47 |       |       |                                  |
|                                | 5       | 5. kez ve üzeri | 47  | 4,27 | 0,70 |       |       |                                  |
| <b>Genel Hizmet Kalitesi</b>   | 1       | İlk kez         | 171 | 3,85 | 0,52 | 3,121 | 0,015 | 2 > 1<br>2 > 3<br>2 > 4<br>2 > 5 |
|                                | 2       | 2. kez          | 72  | 4,08 | 0,44 |       |       |                                  |
|                                | 3       | 3. kez          | 69  | 3,91 | 0,49 |       |       |                                  |
|                                | 4       | 4. kez          | 41  | 3,84 | 0,37 |       |       |                                  |
|                                | 5       | 5. kez ve üzeri | 47  | 3,86 | 0,55 |       |       |                                  |

Çizelge 27’de görüldüğü gibi yerli turistlerin algılanan hizmet kalitesi düzeyleri (performans düzeyleri), güvence ( $p=0,270>0,05$ ), empati ( $p=0,447>0,05$ ) ve güvenilirlik ( $p=0,288>0,05$ ) alt boyutları dışında ekoturizm turlarına katılım sayılarına

göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. Bir diğer ifadeyle; eko-fiziksel özellikler ( $p=0,000<0,05$ ), heveslilik ( $p=0,005<0,05$ ) ve fiziksel özellikler ( $p=0,007<0,05$ ) alt boyutları ile genel hizmet kalitesi ( $p=0,015<0,05$ ) açısından yerli turistlerin ekoturizm turlarına katılım sayısına göre 0,05 anlamlılık düzeyinde önemli bir farklılık vardır. Farklılıkların kaynaklarını belirlemek amacıyla yapılan tamamlayıcı post-hoc analizi sonucunda, ekoturizm turlarına 2. kez katılanların eko-fiziksel özellikler alt boyutu performans puanlarının ( $3,73\pm0,61$ ), ekoturizm turlarına ilk kez katılanların performans puanlarından ( $3,31\pm0,77$ ) daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca ekoturizm turlarına 3. kez katılanların performans puanları ( $3,59\pm0,49$ ), ilk kez katılanların performans puanlarından ( $3,31\pm0,77$ ); 2. kez katılanların performans puanları ( $3,73\pm0,61$ ), 4. kez katılanların performans puanlarından ( $3,43\pm0,44$ ) ve 2. kez katılanların performans puanları ( $3,73\pm0,61$ ), 5. kez ve üzeri katılanların performans puanlarından ( $3,45\pm0,59$ ) yüksek bulunmuştur.

Heveslilik alt boyutu açısından bir değerlendirme yapıldığında; ekoturizm turlarına 2. kez katılanların performans puanlarının ( $4,38\pm0,49$ ), ilk kez katılanların performans puanlarından ( $4,10\pm0,66$ ) ve 3. kez katılanların performans puanlarının da ( $4,35\pm0,67$ ), ilk kez katılanların puanlarından ( $4,10\pm0,66$ ) daha yüksek olduğunu söylemek mümkündür. Bunun yanı sıra ekoturizm turlarına 2. kez katılanların performans puanları ( $4,38\pm0,49$ ), 5. kez ve üzeri katılanların performans puanlarından ( $4,11\pm0,75$ ) ve 3. kez katılanların performans puanları ( $4,35\pm0,67$ ), 5. kez ve üzeri katılanların performans puanlarından ( $4,11\pm0,75$ ) yüksek bulunmuştur.

Ekoturizm turlarına 2. kez katılanların fiziksel özellikler alt boyutunda performans puanları ( $4,20\pm0,50$ ), 3. kez katılanların performans puanlarından ( $3,98\pm0,53$ ) yüksek bulunmuştur. Ayrıca ekoturizm turlarına ilk kez katılanların performans puanları ( $4,10\pm0,49$ ), 4. kez katılanların performans puanlarından ( $3,88\pm0,45$ ); 2. kez katılanların performans puanları ( $4,20\pm0,50$ ), 4. kez katılanların performans puanlarından ( $3,88\pm0,45$ ) ve 2. kez katılanların performans puanları da ( $4,20\pm0,50$ ), 5. kez ve üzeri katılanların performans puanlarından ( $3,94\pm0,82$ ) yüksek bulunmuştur.

Son olarak, ekoturizm turlarına 2. kez katılanların genel hizmet kalitesi performans puanları ( $4,08\pm0,44$ ), ekoturizm turlarına ilk kez katılanların performans

puanlarından ( $3,85 \pm 0,52$ ); 2. kez katılanların performans puanları ( $4,08 \pm 0,44$ ), 3. kez katılanların performans puanlarından ( $3,91 \pm 0,49$ ) ve 2. kez katılanların performans puanları ( $4,08 \pm 0,44$ ), 4. kez katılanların performans puanlarından ( $3,84 \pm 0,37$ ) daha yüksek bulunmuştur. Ekoturizm turlarına 2. kez katılanların genel hizmet kalitesi performans puanları ise ( $4,08 \pm 0,44$ ), 5. kez ve üzeri katılanların performans puanlarından ( $3,86 \pm 0,55$ ) yüksek bulunmuştur. Sonuç olarak elde edilen bulgular ışığında, *“H19= Yerli turistlerin ekoturizm turlarına katılma sayısı ile algıladıkları hizmet kalitesi arasında anlamlı bir farklılık vardır”* şeklindeki hipotez kabul edilmiştir.

Tüm analizler sonucunda bu araştırma kapsamında oluşturulan 19 hipotezin, üç tanesi desteklenmezken, geri kalan onaltı hipotez desteklenmiştir. Çizelge 28’de hipotezlere ilişkin genel sonuçlar yer almaktadır.

**Çizelge 28. Hipotez Testi Sonuçları**

| <b>Hipotez</b>                                                                                                                                                                     | <b>Sonuç</b>         |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|
| H1= Yerli turistlerin, Doğu Karadeniz destinasyonuna yönelik beledikleri hizmet kalitesi ile algıladıkları hizmet kalitesi arasında anlamlı bir farklılık vardır.                  | <b>Desteklendi</b>   |
| H2= Yerli turistlerin, destinasyona yönelik eko-fiziksel özellikler boyutunda beledikleri hizmet kalitesi ile algıladıkları hizmet kalitesi arasında anlamlı bir farklılık vardır. | <b>Desteklendi</b>   |
| H3= Yerli turistlerin, destinasyona yönelik güvence boyutunda beledikleri hizmet kalitesi ile algıladıkları hizmet kalitesi arasında anlamlı bir farklılık vardır.                 | <b>Desteklendi</b>   |
| H4= Yerli turistlerin, destinasyona yönelik güvenilirlik boyutunda beledikleri hizmet kalitesi ile algıladıkları hizmet kalitesi arasında anlamlı bir farklılık vardır.            | <b>Desteklendi</b>   |
| H5= Yerli turistlerin, destinasyona yönelik heveslilik boyutunda beledikleri hizmet kalitesi ile algıladıkları hizmet kalitesi arasında anlamlı bir farklılık vardır.              | <b>Desteklendi</b>   |
| H6= Yerli turistlerin, destinasyona yönelik empati boyutunda beledikleri hizmet kalitesi ile algıladıkları hizmet kalitesi arasında anlamlı bir farklılık vardır.                  | <b>Desteklendi</b>   |
| H7= Yerli turistlerin, destinasyona yönelik fiziksel özellikler boyutunda beledikleri hizmet kalitesi ile algıladıkları hizmet kalitesi arasında anlamlı bir farklılık vardır.     | <b>Desteklendi</b>   |
| H8= Yerli turistlerin cinsiyeti ile hizmet kalitesine yönelik beledikleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.                                                                   | <b>Desteklendi</b>   |
| H9= Yerli turistlerin cinsiyeti ile algıladıkları hizmet kalitesi arasında anlamlı bir farklılık vardır.                                                                           | <b>Desteklendi</b>   |
| H10= Yerli turistlerin yaş grubu ile hizmet kalitesine yönelik beledikleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.                                                                  | <b>Desteklendi</b>   |
| H11= Yerli turistlerin yaş grubu ile algıladıkları hizmet kalitesi arasında anlamlı bir farklılık vardır.                                                                          | <b>Desteklendi</b>   |
| H12= Yerli turistlerin eğitim durumu ile hizmet kalitesine yönelik beledikleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.                                                              | <b>Desteklenmedi</b> |
| H13= Yerli turistlerin eğitim durumu ile algıladıkları hizmet kalitesi arasında anlamlı bir farklılık vardır.                                                                      | <b>Desteklendi</b>   |
| H14= Yerli turistlerin aylık ortalama gelir durumu ile hizmet kalitesine yönelik beledikleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.                                                | <b>Desteklenmedi</b> |
| H15= Yerli turistlerin aylık ortalama gelir durumu ile algıladıkları hizmet kalitesi arasında anlamlı bir farklılık vardır.                                                        | <b>Desteklendi</b>   |
| H16= Yerli turistlerin tatil/tur süresince ortalama harcama durumu ile hizmet kalitesine yönelik beledikleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.                                | <b>Desteklendi</b>   |
| H17= Yerli turistlerin tatil/tur süresince ortalama harcama durumu ile algıladıkları hizmet kalitesi arasında anlamlı bir farklılık vardır.                                        | <b>Desteklendi</b>   |
| H18= Yerli turistlerin ekoturizm turlarına katılma sayısı ile hizmet kalitesine yönelik beledikleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.                                         | <b>Desteklenmedi</b> |
| H19= Yerli turistlerin ekoturizm turlarına katılma sayısı ile algıladıkları hizmet kalitesi arasında anlamlı bir farklılık vardır.                                                 | <b>Desteklendi</b>   |

## 5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Ekoturizm potansiyeline sahip Doğu Karadeniz Bölgesi'ni ziyaret eden yerli turistlerin, destinasyona yönelik bekledikleri hizmet kalitesi ile algıladıkları hizmet kalitesi arasındaki farklılığın tespit edilmesini amaçlayan çalışmanın bu bölümünde araştırma sonuçlarına ve önerilere yer verilmektedir.

### 5.1. Sonuç

Bu araştırma sonucunda elde edilen verilerden, Doğu Karadeniz Bölgesi'ni ziyaret eden yerli turistlerin, ekoturizm kavramı ile ilgili değerlendirmeleri, ekoturizm turlarına katılma nedenleri ile Doğu Karadeniz Bölgesi'nde ekoturizm gelişiminin önündeki engellere ilişkin düşünceleri tespit edilmiştir. Ayrıca yerli turistlerin, ekoturizm turlarına ilişkin bilgileri hangi yolla elde ettikleri, Doğu Karadeniz Bölgesi'nde ekoturizme yönelik hizmetlerden beklentilerinin düzeyi ile Doğu Karadeniz Bölgesi'ndeki ekoturizme yönelik hizmetleri algılama düzeyleri detaylı olarak incelenmiştir. Doğu Karadeniz Bölgesi'ni ziyaret eden yerli turistlerin, ekoturizm turlarına yönelik destinasyon hizmet kalitesinden beklenti düzeyleri ile beklentilerinin karşılanmasına yönelik görüşleri arasındaki ilişki de bu araştırma ile ortaya çıkarılmıştır.

Araştırmaya katılan yerli turistlerin demografik özellikleri incelendiğinde; büyük çoğunluğunun kadın katılımcılardan oluştuğu görülmektedir (%60,5'i kadın ve %39,5'i erkek). Katılımcıların yaş dağılımlarında, 19-35 yaş arası (%43) şeklinde bir yoğunluk olduğu belirlenmiştir. Bir diğer ifadeyle; katılımcılar genç bir kitleden oluşmaktadır. Eğitim durumları incelendiğinde; lisans (%38,5) ve lisansüstü mezunu (%20,8) katılımcıların çoğunlukta olduğu saptanmıştır. Bu durumda katılımcılar, eğitilmiş bir kitleden oluşmaktadır. Bu sonuç, Kasalak ve Bahtiyar (2017) tarafından yapılan bir araştırmanın bulgularıyla benzerlik göstermektedir. Nitekim söz konusu

araştırmada; Ege ve Akdeniz bölgesini ziyaret eden ekoturistlerin büyük bir çoğunluğunun lisans ve lisansüstü düzeyde eğitime sahip oldukları belirlenmiştir. Ayrıca ilgili yazında, ekoturistlerin eğitim seviyelerinin kitle turistlerine kıyasla daha yüksek olduğunu vurgulayan çok sayıda araştırma (Çevirgen, 2004: 54; Galley ve Clifton, 2004: 73; Herbig ve O'Hara, 1997: 234; Niefer, Silva ve Amend, 2002; Reichel, Uriely ve Shani, 2008: 25; Ryan, Hughes ve Chirgwin, 2000: 149; Ünüvar ve Aydın, 2017) mevcuttur.

Bu araştırmada; katılımcıların büyük bir çoğunluğunun evli olduğu belirlenmiştir (%58,8). Katılımcıların mesleklerine göre bir sınıflandırma yapıldığında ise kamu çalışanı (%32,5) oranının fazla olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların yaşadıkları şehirler incelendiğinde; İstanbul'da yaşayanların (%38,2) çoğunlukta olduğu ortaya çıkmıştır. Katılımcıların daha önce herhangi bir tura katılıp katılmama durumları, tura katılma sıklıkları ve tura kiminle katıldıklarına ilişkin veriler incelendiğinde; katılımcıların büyük çoğunluğunun daha önce herhangi bir tura katıldıkları (%94,8) ve bu katılımın ailesiyle birlikte (%58) gerçekleştiği belirlenmiştir. Turlara katılma sıklıklarının ise yılda 1-2 kez (%57,8) şeklinde olduğu saptanmıştır. Ekoturizm turlarına katılım sıklığına ilişkin veriler değerlendirildiğinde ise; katılımcıların büyük bir oranının (%42,8) ekoturizm turlarına ilk kez katıldığı ortaya çıkmıştır.

Katılımcıların aylık ortalama gelir düzeylerinin ağırlıklı olarak 4001 TL ve üzeri (%28,2) ile 3001 TL-4000 TL (%27) arasında olduğu tespit edilmiştir. Bu durumda katılımcıların gelir seviyelerinin yüksek düzeyde olduğunu söylemek mümkündür. İlgili yazındaki araştırmalar da (Arabatzis ve Grigoroudis, 2010: 169; Kasalak ve Bahtiyar, 2017; Meric ve Hunt, 1998; Niefer ve diğeri, 2002), benzer şekilde ekoturistlerin orta seviyeden daha fazla gelire sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Katılımcıların, tur süresince ortalama harcama tutarlarında, 1001 TL-2000 TL (%40,2) şeklinde bir yoğunluk olduğu saptanmıştır. Katılımcıların, turdaki konaklama tercihleri ile konaklama sürelerine ilişkin veriler incelendiğinde ise; katılımcıların hemen hemen yarısının otelde konaklamayı tercih ettiği (%48,8) ve yarıdan fazlasının tatilinin 5-8 gün arasında (%54) sürdüğu tespit edilmiştir. Kwan, Eagles ve Gebhardt (2010: 8) tarafından yapılan bir araştırmada; Belize'yi ziyaret eden ekoturistlerin konaklama sürelerinin 8 ile 11 gün arasında olduğu ifade edilmiştir.

Yine bir başka araştırmada (Ruzı, 2012: 519); ekoturistlerin konaklama sürelerinin 8 ile 14 gün arasında olduğunun altı çizilmiştir.

Katılımcıların ekoturizm turlarına katılım nedenleri incelendiğinde; önem sıralamasına göre “doğa ile baş başa olmak” ( $\bar{x}=5,77$ ) nedeninde bir yoğunluk olduğu saptanmıştır. Kasalak ve Bahtiyar (2017) tarafından Ege-Akdeniz Bölgesi’nde gerçekleştirilen bir araştırmada da benzer sonuçlara ulaşılmıştır. Söz konusu araştırmanın bulgularına göre; kentsel çevreden uzaklaşmak, doğaya daha yakın olmak ve dinlenerek rahatlamak gibi sebepler, ekoturizm turlarına katılımı teşvik etmektedir.

Katılımcıların genel olarak ekoturizme yönelik görüşleri incelendiğinde; büyük çoğunluğunun (%55,5) ekoturizmi, “doğa ile ilgili turları ve aktiviteleri kapsayan bir turizm” olarak değerlendirdiği görülmektedir. Ayrıca katılımcıların yarıdan fazlasına göre (%53,5) ekoturizm; “evreyi koruyan ve yerel halkın refahına katkı sağlayan bir turizm”dir. Katılımcıların, katıldıkları turdaki destinasyonda ekoturizmin gelişimi önündeki engellere yönelik önem sıralaması incelendiğinde ise; en önemli unsurun “bölgenin doğal değerlerinin yeterince bilinmiyor olması” ( $\bar{x}=7,82$ ) olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların, ekoturizm faaliyetlerine yönelik tutumları incelendiğinde; ekoturizm deneyimlerini başkalarıyla paylaşma eğiliminde oldukları ( $\bar{x}=4,29$ ) saptanmıştır.

Katılımcıların yarisından fazlası (%61,3) ekoturizme yönelik tura katılırken, arkadaş, eş ve dost tavsiyesinden faydalanmıştır. evirgen (2004) tarafından Edremit yöresinde ekoturistlerin seyahat motivasyonlarının belirlenmesi amacıyla yapılan araştırmada da benzer şekilde, eş ve dost tavsiyesinin en önemli bilgi kaynağı olduğu ortaya çıkmıştır.

Değişkenlere yönelik yapılan analiz sonuçlarına göre, katılımcıların Doğu Karadeniz destinasyonuna yönelik beklenti düzeylerinin yüksek olduğu tespit edilirken; performans düzeylerinin (algıladıkları hizmet kalitesi) beklenti düzeylerini kısmen karşıladığı saptanmıştır. Bu sonuç turistlerin beklentilerinin tam olarak karşılanmadığının bir göstergesidir. Araştırma faktörlerinden “eko-fiziksel özellikler” faktörü, diğer faktörlere kıyasla, katılımcıların en fazla önem verdiği faktör olmuştur.

Bu sonuç; Khan ve Su (2003) ile Ünüvar ve Aydın (2017) tarafından yapılan araştırmaların sonuçları ile paralellik göstermektedir. Nitekim söz konusu araştırmalarda, ekoturistlerin beklentileri arasında en önemli faktörün “eko-fiziksel özellikler” olduğu belirlenmiştir.

İlgili araştırma faktörlerinin tümünde performans düzeyleri, beklenti düzeylerinin üzerinde değildir. “Güvence” faktörü açısından elde edilen veriler incelendiğinde; katılımcıların Doğu Karadeniz destinasyonuna yönelik bekledikleri hizmet kalitesi düzeyi önemli olarak ifade edilmiş, performans düzeyinin ise tam olarak yeterli görülmediği sonucuna ulaşılmıştır. Özellikle otellerin hijyeni, turizm çalışanlarının ekoturizmle ilgili eğitim düzeyi ile turizm çalışanlarının alanlarında eğitilmiş olmaları hususlarında, beklentilerin karşılanmadığı tespit edilmiştir. Buna rağmen; katılımcıların “güvence” faktörü ile ilgili olarak destinasyonun algılanan hizmet kalitesini yeterli gördükleri saptanmıştır. Ayrıca ulaşım sistemi bölge topografyasına göre şekillenen Doğu Karadeniz Bölgesi’nde, ulaşım güvenliği önemli bir husus olarak ele alınmıştır. Nitekim Duman ve Öztürk’ün ( 2015: 12) de belirttiği gibi; ulaşım hizmetleri, turistlerin destinasyon bazında aldıkları ilk hizmettir. Turistlerin tatilleri hakkında ilk izlenimleri bu aşamada oluşmaktadır ve bu nedenle söz konusu aşamadaki bir olumsuzluk (ulaşım hizmetlerinin konforu, güvenliği vb.) turistlerin tüm tatilleri boyunca aldıkları hizmeti olumsuz değerlendirmelerine neden olabilmektedir. Bu kapsamda, araştırma bulgularına göre; ulaşım güvenliği açısından, beklentilerin kısmen karşılandığını söylemek mümkündür. Bu sonuca ulaşılmasında, yayla ulaşımında yaşanan zorlukların en önemli faktör olduğunu ifade etmek mümkündür. Örneğin; araştırmanın katılımcıları olan yerli turistler, Uzungöl’de yer alan Karaster Yaylası’na (2200m rakım) çıkış yapabilmek için minibüsler kullanarak, en az 45-50 dakika, bulutların üzerinde seyahat etmişlerdir. Bir diğer ifadeyle; sisli bir havada yaylaya çıkanlara, engebeli, dar, bir tarafı uçurum olan bol virajlı bu yolda, bulutlar eşlik ederken; açık (güneşli) bir havada yaylaya çıkanlara ise yamaçların eteğindeki Uzungöl manzarası eşlik etmiştir. Bu durum, yerli turistler açısından kısmi tedirginlik (güvenlik endişesi) yaşanmasına sebebiyet vermiştir. Öte yandan, aynı durum gıda güvenliği açısından da söz konusudur. Örneğin; bölgenin en önemli yöresel yemekleri arasında yer alan muhlama, bol tereyağı ile yapılmaktadır ve alışmamış bünyeye ağır gelmektedir. Bu durum da yerli turistlerde, sağlık açısından tedirginlik yaratmaktadır.

“Eko-fiziksel özellikler” faktörü açısından elde edilen veriler incelendiğinde ise; beklenti düzeyinin oldukça yüksek olduğu tespit edilmiştir. Ancak performans düzeyi açısından aynı durum söz konusu değildir. Nitekim destinasyonda çevreye duyarlı ulaşım araçları ile alternatif ulaşım araçlarının kullanılması ve destinasyonun çevre temizliği hususlarında, performansın beklenti düzeyine göre daha düşük olduğu ortaya çıkmıştır. Bunun yanı sıra, destinasyona yönelik tanıtım unsurlarının (broşür vb.) geri dönüşebilir malzemelerden yapılmış olması, otellerin atık azaltma programlarını uygulaması, otellerin çevreye duyarlılık sertifikalarına sahip olması ve otellerin mimari yapısının yöreye uyumu hususlarında da performansın beklentileri karşılamadığı tespit edilmiştir. Özellikle destinasyonda ekotur rotalarına ilişkin tabela ve yönlendirme levhalarının varlığına ilişkin olarak da performans düzeyinin yeterli olmadığı ortaya çıkmıştır.

Katılımcıların destinasyona yönelik bekledikleri hizmet kalitesi düzeyi “empati” faktörü açısından incelendiğinde; performans düzeyinin, tam anlamı ile beklenti düzeyini karşılamadığı ortaya çıkmıştır. Nitekim turizm çalışanlarının müşterilerin ihtiyaçlarını anlayarak gerçekleştirmeleri ve müşterilerin kendilerini değerli hissetmeleri hususlarında, performans düzeyinin oldukça yetersiz olduğu saptanmıştır. Ancak yine de katılımcıların “empati” faktörüne yönelik olarak algılanan hizmet kalitesini genel anlamda yeterli gördükleri sonucuna ulaşılmıştır.

“Heveslilik” faktörü açısından elde edilen veri sonuçlarında da performans düzeylerinin tam anlamı ile beklenti düzeyini karşılamadığı tespit edilmiştir. Özellikle destinasyondaki turizm çalışanlarının yardımseverliği ile esnaf ve yerel sürücülerin olumlu tutum ve davranışları hususlarında, performans düzeyinin yetersiz olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yine de genel bir değerlendirme yapıldığında, katılımcıların “heveslilik” faktörü ile ilgili olarak destinasyonun algılanan hizmet kalitesini yeterli gördükleri ortaya çıkmıştır.

“Fiziksel özellikler” faktörüne ilişkin veri sonuçlarına bakıldığında ise; destinasyonun hizmet kalitesinin katılımcılar açısından önemli bulunduğu ve performans düzeylerinin de genel olarak yeterli düzeyde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Buna rağmen; destinasyonun yerel ulaşım imkanları ile yerel ulaşım hizmetlerinin konforu, hızı ve ekonomikliği hususlarında beklentilerin karşılanmadığı tespit edilmiştir.

“Güvenilirlik” faktörü açısından elde edilen veriler incelendiğinde; katılımcılar, destinasyonun hizmet kalitesinde güvenilirliğin önemli olduğunu ifade etmişlerdir. Ayrıca söz konusu faktörün, katılımcıların beklentileri ile paralellik gösterdiği tespit edilmiştir.

Katılımcıların, Doğu Karadeniz destinasyonuna yönelik bekledikleri hizmet kalitesi ile algıladıkları hizmet kalitesi arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Buna göre; katılımcıların destinasyondan bekledikleri hizmet kalitesi ile algıladıkları hizmet kalitesi arasında, “eko-fiziksel özellikler”, “güvence”, “güvenilirlik”, “heveslilik”, “empati” ve “fiziksel özellikler” alt boyutları açısından da anlamlı bir farklılık olduğu belirlenmiştir. Bir diğer ifadeyle; söz konusu alt boyutlar açısından beklenti ortalamasının performans ortalamasından daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Katılımcıların cinsiyeti ile hem hizmet kalitesine yönelik beklentileri arasında (güvence, eko-fiziksel özellikler ve empati alt boyutlarında) hem de algıladıkları hizmet kalitesi arasında (güvence, empati ve güvenilirlik alt boyutlarında) anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir. Bu durumda; kadın ve erkek turistlerin hem hizmet kalitesine yönelik beklentileri (güvence, eko-fiziksel özellikler ve empati alt boyutlarında) hem de algıladıkları hizmet kalitesi arasında (güvence, empati ve güvenilirlik alt boyutlarında) bir farklılık olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Buna rağmen; kadın katılımcıların, “heveslilik”, “fiziksel özellikler” ve “güvenilirlik” alt boyutlarındaki beklentilerinin, erkek katılımcıların beklentilerinden daha yüksek olduğu saptanmıştır. Genel hizmet kalitesi açısından bir değerlendirme yapıldığında ise; kadın katılımcıların beklentilerinin erkek katılımcıların beklentilerinden daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Ayrıca kadın katılımcıların, “eko-fiziksel özellikler”, “heveslilik” ve “fiziksel özellikler” alt boyutlarında algıladıkları hizmet kalitesinin, erkek katılımcılardan daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Genel algılanan hizmet kalitesi açısından elde edilen veri sonuçlarına göre de; kadın katılımcıların algıladıkları hizmet kalitesinin erkek katılımcılardan daha yüksek olduğu saptanmıştır.

Katılımcıların yaş grubu ile hem hizmet kalitesine yönelik beklentileri (güvence, eko-fiziksel özellikler, empati, heveslilik ve güvenilirlik alt boyutlarında) hem de

algıladıkları hizmet kalitesi (eko-fiziksel özellikler ve heveslilik alt boyutlarında) arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Buna rağmen; katılımcıların yaş grubu ile hizmet kalitesine yönelik beklentilerinin “fiziksel özellikler” alt boyutunda ve algıladıkları hizmet kalitesinin “güvence”, “empati”, “fiziksel özellikler” ve “güvenilirlik” alt boyutlarında anlamlı bir farklılık göstermediği ortaya çıkmıştır. Buna göre; 36-51 yaş arası katılımcıların, 19-35 yaş arası ile 52 yaş ve üzeri katılımcılara göre hizmet kalitesine yönelik “güvence” alt boyutu beklentilerinin daha fazla olduğu saptanmıştır. Ayrıca 36-51 yaş arası katılımcıların, 19-35 yaş arası ile 52 yaş ve üzeri katılımcılara göre hizmet kalitesine yönelik “eko-fiziksel özellikler” alt boyutunda hizmet kalitesi beklentilerinin daha fazla olduğu belirlenmiştir. “Empati” alt boyutunda bir inceleme yapıldığında ise; 19-35 yaş arası katılımcıların hizmet kalitesine yönelik beklentilerinin, 52 yaş ve üzeri katılımcılardan daha fazla olduğu ortaya çıkmıştır. 36-51 yaş arası katılımcıların “heveslilik” alt boyutunda hizmet kalitesine yönelik beklentilerinin, 52 yaş ve üzeri katılımcılardan daha fazla olduğu tespit edilirken; “güvenilirlik” alt boyutunda ise hem 19-35 yaş arası katılımcıların hem de 36-51 yaş arası katılımcıların hizmet kalitesi beklentilerinin, 52 yaş ve üzeri katılımcılardan daha fazla olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Genel hizmet kalitesi açısından bir değerlendirme yapıldığında ise; 36-51 yaş arası turistlerin hizmet kalitesine yönelik beklentilerinin, 19-35 yaş arası ile 52 yaş ve üzeri olanlara göre daha fazla olduğu belirlenmiştir. Ayrıca 19-35 yaş arası katılımcıların, “eko-fiziksel özellikler” ve “heveslilik” alt boyutlarında algıladıkları hizmet kalitesinin, hem 36-51 yaş arası katılımcılardan hem de 52 yaş ve üzeri katılımcılardan daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Genel algılanan hizmet kalitesi açısından elde edilen veri sonuçlarına göre ise; 19-35 yaş arası katılımcıların algıladıkları hizmet kalitesinin, 52 yaş ve üzeri katılımcılardan daha yüksek olduğu saptanmıştır.

Katılımcıların eğitim durumu ile hizmet kalitesine yönelik beklentileri arasında (eko-fiziksel özellikler ve güvenilirlik alt boyutlarında) anlamlı bir farklılık tespit edilmezken; katılımcıların eğitim durumu ile algıladıkları hizmet kalitesi arasında (güvence, eko-fiziksel özellikler, empati, heveslilik, fiziksel özellikler ve güvenilirlik alt boyutlarında) anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Öte yandan, “güvence”, “empati” ve “heveslilik” alt boyutları açısından elde edilen veri sonuçlarına göre; “güvence” alt boyutunda ön lisans, lisans ve lisansüstü mezunu olan katılımcıların hizmet kalitesinden beklenti düzeylerinin, lise mezunu

katılımcılardan daha yüksek olduğu belirlenmiştir. “Empati” alt boyutunda ise; ilkokul ve ortaokul mezunu olan katılımcıların hizmet kalitesinden beklenti düzeylerinin, lise, ön lisans, lisans ve lisansüstü mezunu katılımcılardan daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. “Heveslilik” alt boyutu incelendiğinde; ilkokul ve ortaokul, ön lisans, lisans ve lisansüstü mezunu katılımcıların hizmet kalitesinden beklenti düzeylerinin, lise mezunu katılımcılardan; lisansüstü mezunu katılımcıların da lisans mezunu katılımcılardan daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Genel hizmet kalitesi açısından bir değerlendirme yapıldığında ise; katılımcıların eğitim durumlarının, hizmet kalitesine yönelik beklentilerinde bir farklılığa sebep olmadığı belirlenmiştir.

Katılımcıların eğitim durumu ile algıladıkları hizmet kalitesi arasındaki farklılığa ilişkin elde edilen veri sonuçlarına göre; “güvence” alt boyutunda, lisans mezunu katılımcıların algıladıkları hizmet kalitesinin, lise, önlisans ve lisansüstü mezunu katılımcılardan daha yüksek olduğu belirlenmiştir. “Eko-fiziksel özellikler” alt boyutunda ise, ilkokul ve ortaokul mezunu olan katılımcıların algıladıkları hizmet kalitesinin, lise, önlisans, lisans ve lisansüstü mezunu olan katılımcılardan; lise, ön lisans ve lisans mezunu katılımcıların da lisansüstü katılımcılardan daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. “Empati” alt boyutunda ise; lise ön lisans ve lisans mezunu olan katılımcıların algıladıkları hizmet kalitesinin, lisansüstü mezunlardan daha yüksek olduğu saptanmıştır. Ayrıca “heveslilik” alt boyutunda, lisans mezunu olan katılımcıların algıladıkları hizmet kalitesinin, lise mezunu olan katılımcılardan; ilkokul ve ortaokul ile lisans mezunu olan katılımcıların da lisansüstü mezunu olanlardan daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. “Fiziksel özellikler” alt boyutunda elde edilen veri sonuçlarına göre; ilkokul ve ortaokul, lise ve lisans mezunu katılımcıların algıladıkları hizmet kalitesinin, ön lisans mezunu olan katılımcılardan; lise ve lisans mezunu olan katılımcıların ise lisansüstü mezunu olan katılımcılardan daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Son olarak; eğitim durumu lisans olan katılımcıların algıladıkları hizmet kalitesinin “güvenilirlik” alt boyutunda, ilkokul ve ortaokul, lise, ön lisans ve lisansüstü mezunu olan katılımcılardan daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Genel algılanan hizmet kalitesi açısından elde edilen veri sonuçlarına göre de; ilkokul ve ortaokul mezunu katılımcılar ile lise, ön lisans ve lisans mezunu katılımcıların algıladıkları hizmet kalitesinin, lisansüstü mezunu olan katılımcılardan daha yüksek olduğu saptanmıştır.

Katılımcıların aylık ortalama gelir durumu ile hizmet kalitesine yönelik beklentileri arasında (güvence, empati, heveslilik, fiziksel özellikler ve güvenilirlik alt boyutlarında) anlamlı bir farklılık tespit edilmezken; katılımcıların aylık ortalama gelir durumu ile algıladıkları hizmet kalitesi arasında (güvence, eko-fiziksel özellikler ve heveslilik alt boyutlarında) anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Öte yandan; “eko-fiziksel özellikler” alt boyutunda, katılımcıların aylık ortalama gelir durumu ile hizmet kalitesine yönelik beklentileri arasında saptanan farklılığa göre, aylık ortalama geliri 2000 TL ve altı olan katılımcıların hizmet kalitesine yönelik beklentilerinin, kişisel gelire sahip olmayan katılımcılardan daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Ayrıca 2001-3000 TL ile 3001-4000 TL aylık ortalama gelire sahip olan katılımcıların, hizmet kalitesine yönelik beklentilerinin, kişisel gelire sahip olmayan katılımcılardan daha yüksek olduğu tespit edilirken; 2001-3000 TL aylık ortalama gelire sahip olan katılımcıların hizmet kalitesinden beklentilerinin, 4001 TL ve üzeri aylık gelire sahip olan katılımcılardan daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Genel hizmet kalitesi açısından bir değerlendirme yapıldığında ise; katılımcıların aylık ortalama gelir durumlarının, hizmet kalitesine yönelik beklentilerinde bir farklılığa sebep olmadığı tespit edilmiştir.

Katılımcıların aylık ortalama gelir durumu ile algıladıkları hizmet kalitesi arasındaki farklılığa ilişkin elde edilen veri sonuçlarına göre; “güvence” alt boyutunda; 2001-3000 TL ile 3001-4000 TL aylık ortalama gelire sahip olan katılımcıların algıladıkları hizmet kalitesinin, 4001 TL ve üzeri aylık ortalama gelire sahip olan katılımcılardan daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. “Eko-fiziksel özellikler” alt boyutunda da benzer şekilde, kişisel gelire sahip olmayanlar, 2000 TL ve altı, 2001-3000 TL ile 3001-4000 TL aylık ortalama gelire sahip katılımcıların algıladıkları hizmet kalitesinin, 4001 TL ve üzeri aylık ortalama gelire sahip olan katılımcılardan daha yüksek olduğu belirlenmiştir. “Heveslilik” alt boyutunda ise; 2001-3000 TL aylık ortalama gelire sahip olan katılımcıların algıladıkları hizmet kalitesinin, kişisel gelire sahip olmayanlar ile 2000 TL ve altı aylık ortalama gelire sahip olan katılımcılardan daha yüksek olduğu saptanmıştır. Öte yandan; kişisel gelire sahip olmayan katılımcılar ile 2000 TL ve altı, 2001-3000 TL, 3001-4000 TL aylık ortalama gelire sahip olan katılımcıların algıladıkları hizmet kalitesinin, 4001 TL ve üzeri aylık ortalama gelire sahip olan katılımcılardan daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Genel hizmet kalitesi açısından elde edilen veri sonuçlarına göre ise; kişisel gelire sahip olmayan

katılımcılar ile 2000 TL ve altı, 2001-3000 TL ve 3001-4000 TL aylık ortalama gelire sahip katılımcıların algıladıkları hizmet kalitesinin, 4001 TL ve üzeri aylık ortalama gelire sahip olan katılımcılardan daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Katılımcıların tur süresince yaptıkları ortalama harcama durumu ile hem hizmet kalitesine yönelik beklentileri arasında (güvence, eko-fiziksel özellikler, heveslilik ve güvenilirlik alt boyutlarında) hem de algıladıkları hizmet kalitesi arasında (güvence, eko-fiziksel özellikler, empati, heveslilik ve güvenilirlik alt boyutlarında) anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Öte yandan; “empati” ve “fiziksel özellikler” alt boyutlarında, katılımcıların tur süresince yaptıkları ortalama harcama durumu ile hizmet kalitesine yönelik beklentileri arasında bir farklılığın olmadığı belirlenmiştir. Bu durumda; “güvence” alt boyutunda, tur süresince 2001 TL-3000 TL ile 3001 TL ve üstü ortalama harcama durumuna sahip katılımcıların hizmet kalitesinden beklenti düzeyinin, ortalama harcama durumu 1000 TL ve altı olan katılımcılardan daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca tur süresince ortalama harcama miktarı 2001 TL-3000 TL olan katılımcıların hizmet kalitesinden beklenti düzeyinin, ortalama harcama durumu 1001 TL-2000 TL olan katılımcılardan daha yüksek olduğu belirlenmiştir. “Eko-fiziksel özellikler” alt boyutunda da benzer şekilde, tur süresince ortalama harcama durumu 2001 TL-3000 TL olan katılımcıların hizmet kalitesinden beklenti düzeyinin, ortalama harcama durumu 1001 TL-2000 TL olanlardan daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Tur süresince ortalama harcama durumu 2001 TL-3000 TL olan katılımcıların hizmet kalitesinden beklenti düzeylerinin, “heveslilik” alt boyutunda, ortalama harcama durumu 3001 TL ve üstü olan katılımcılardan daha yüksek olduğu saptanmıştır. “Güvenilirlik” alt boyutu açısından elde edilen veri sonuçlarına göre ise; tur süresince ortalama harcama durumu 1001 TL-2000 TL ile 2001 TL-3000 TL olan katılımcıların, ortalama harcama durumu 1000 TL ve altı olan katılımcılardan daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Son olarak, genel hizmet kalitesi açısından bir inceleme yapıldığında; tur süresince ortalama harcama durumu 2001 TL-3000 TL olan katılımcıların hizmet kalitesinden beklenti düzeyinin, ortalama harcama durumu 1000 TL ve altı, 1001 TL-2000 TL ve 3001 TL ve üstü olan katılımcılardan daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Katılımcıların tur süresince ortalama harcama durumu ile algıladıkları hizmet kalitesi arasındaki farklılığa ilişkin elde edilen veri sonuçlarına göre; “fiziksel özellikler” alt

boyutunda bir farklılık tespit edilmezken; “güvence” alt boyutunda, tur süresince ortalama harcama tutarı 2001 TL-3000 TL olan katılımcıların algıladıkları hizmet kalitesinin, ortalama harcama tutarı 1000 TL ve altı, 1001 TL-2000 TL ve 3001 TL ve üstü olan katılımcılardan daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Ayrıca tur süresince ortalama harcama tutarı 1001 TL-2000 TL olan katılımcıların algıladıkları hizmet kalitesinin, ortalama harcama tutarı 3001 TL ve üstü olan katılımcılardan daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. “Eko-fiziksel özellikler” alt boyutu açısından ise; tur süresince ortalama harcama tutarı 2001 TL-3000 TL olan katılımcıların algıladıkları hizmet kalitesinin, ortalama harcama tutarı 1001 TL-2000 TL olan katılımcılardan daha yüksek olduğu saptanmıştır. Tur süresince ortalama harcama tutarı 1000 TL ve altı, 1001 TL-2000 TL ile 2001 TL-3000 TL olan katılımcıların algıladıkları hizmet kalitesinin, ortalama harcama tutarı 3001 TL ve üstü olan katılımcılardan daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. “Empati” alt boyutunda elde edilen veri sonuçlarına göre ise; tur süresince ortalama harcama tutarı 2001 TL-3000 TL olan katılımcıların algıladıkları hizmet kalitesinin, ortalama harcama tutarı 1000 TL ve altı, 1001 TL-2000 TL ile 3001 TL ve üstü olan katılımcılardan daha yüksek olduğu belirlenmiştir. “Heveslilik” alt boyutu açısından; tur süresince ortalama harcama tutarı 2001 TL-3000 TL olan katılımcıların algıladıkları hizmet kalitesinin, ortalama harcama tutarı 1001 TL-2000 TL ile 3001 TL ve üstü olan katılımcılardan daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca tur süresince ortalama harcama tutarı 1000 TL ve altı ile 1001 TL-2000 TL olan katılımcıların algıladıkları hizmet kalitesinin de ortalama harcama tutarı 3001 TL ve üstü olan katılımcılardan daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Tur süresince ortalama harcama tutarı 2001 TL-3000 TL olan katılımcıların algıladıkları hizmet kalitesinin, “güvenilirlik” alt boyutunda, ortalama harcama tutarı 1000 TL ve altı, 1001 TL-2000 TL ile 3001 TL ve üstü olan katılımcılardan daha yüksek olduğu saptanmıştır. Genel hizmet kalitesi açısından elde edilen veri sonuçlarına göre ise; tur süresince ortalama harcama tutarı 2001 TL-3000 TL olan katılımcıların algıladıkları hizmet kalitesinin, ortalama harcama tutarı 1000 TL ve altı, 1001 TL-2000 TL ile 3001 TL ve üstü olan katılımcılardan daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Öte yandan; tur süresince ortalama harcama durumu 1000 TL ve altı olan katılımcılar ile 1001 TL-2000 TL olan katılımcıların algıladıkları hizmet kalitesinin, ortalama harcama tutarı 3001 TL ve üstü olan katılımcılardan daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Katılımcıların ekoturizm turlarına katılma sayısı ile hizmet kalitesine yönelik beklentileri arasında (güvence ve eko-fiziksel özellikler alt boyutlarında) anlamlı bir farklılık tespit edilmezken; katılımcıların ekoturizm turlarına katılma sayısı ile algıladıkları hizmet kalitesi arasında (eko-fiziksel özellikler, heveslilik ve fiziksel özellikler alt boyutlarında) anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Öte yandan; “empati”, “heveslilik”, “fiziksel özellikler” ile “güvenilirlik” alt boyutlarında tespit edilen farklılığa ilişkin veri sonuçlarına göre, ekoturizm turlarına 2. kez katılanların “empati” alt boyutunda hizmet kalitesinden beklentilerinin, ekoturizm turlarına ilk kez katılanlar ile 5. kez ve üzeri katılanlardan daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Ayrıca ekoturizm turlarına 4. kez katılanların hizmet kalitesine yönelik beklentilerinin de 5. kez ve üzeri katılanlardan daha yüksek olduğu belirlenmiştir. “Heveslilik” alt boyutunda ise; ekoturizm turlarına 2. kez katılanların hizmet kalitesinden beklentilerinin, ekoturizm turlarına ilk kez katılanlar ile 4. kez katılanlardan daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Ekoturizm turlarına 3. kez katılanların hizmet kalitesinden beklentilerinin ise ekoturizm turlarına ilk kez katılanlar ile 4. kez katılanlardan daha yüksek olduğu belirlenmiştir. “Fiziksel özellikler” alt boyutu değerlendirildiğinde; ekoturizm turlarına 3. kez katılanların hizmet kalitesine yönelik beklenti düzeylerinin, ekoturizm turlarına ilk kez, 2. kez, 4. kez ile 5. kez ve üzeri katılanlardan daha yüksek olduğu saptanmıştır. Katılımcıların ekoturizm turlarına katılım sayısı açısından hizmet kalitesine yönelik beklentileri “güvenilirlik” alt boyutu kapsamında incelendiğinde; ekoturizm turlarına 2. kez katılanların hizmet kalitesinden beklentilerinin, ilk kez, 4. kez ile 5. kez ve üzeri katılanlardan daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Ayrıca ekoturizm turlarına ilk kez katılanlar ile 3. kez katılanların hizmet kalitesine yönelik beklentilerinin, 5. kez ve üzeri katılanlardan daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Katılımcıların ekoturizm turlarına katılması sayısı ile algıladıkları hizmet kalitesi arasındaki farklılığa ilişkin elde edilen veri sonuçlarına göre; “güvence”, “empati” ve “güvenilirlik” alt boyutlarında bir farklılık tespit edilmezken; “eko-fiziksel özellikler” alt boyutunda, ekoturizm turlarına 2. kez katılanların algıladıkları hizmet kalitesinin, ilk kez, 4. kez ile 5. kez ve üzeri katılanlardan daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca ekoturizm turlarına 3. kez katılanların algıladıkları hizmet kalitesinin, ilk kez katılanlardan daha yüksek olduğu belirlenmiştir. “Heveslilik” alt boyutu açısından bir değerlendirme yapıldığında ise; ekoturizm turlarına 2. kez katılanlar ile 3. kez

katılanların algıladıkları hizmet kalitesinin, ilk kez katılanlar ile 5. kez ve üzeri katılanlardan daha yüksek olduğu saptanmıştır. Öte yandan; ekoturizm turlarına 2. kez katılanların “fiziksel özellikler” alt boyutunda algıladıkları hizmet kalitesinin, 3. kez, 4. kez ve 5. kez ve üzeri katılanlardan daha yüksek olduğu tespit edilirken; ekoturizm turlarına ilk kez katılanların ise 4. kez katılanlardan daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Genel hizmet kalitesi açısından elde edilen veri sonuçlarına göre ise; ekoturizm turlarına 2. kez katılanların algıladıkları hizmet kalitesinin ilk kez, 3. kez, 4. kez ve 5. kez ve üzeri katılanlardan daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

## 5.2. Öneriler

Türkiye Turizm Stratejisi 2023’te belirtildiği üzere; öncelikle geliştirilmesi planlanan turizm çeşitlerinin başında “ekoturizm” gelmektedir. Nitekim ekoturizm potansiyeline sahip alanlarda/bölgelerde, “Turizmin Çeşitlendirilmesi Stratejisi”, “Turizm Gelişim Bölgeleri Stratejisi”, “Turizm Gelişim Koridorları”, “Turizm Kentleri” ve “Ekoturizm Bölgeleri Stratejisi” kapsamında çeşitli öngörüler planlanmaktadır. Söz konusu öngörüler; doğaya uygun, yerel mimari unsurları yansıtan yapıların inşasından, yerel halkın ekoturizm çıktılarından fayda sağlamasına kadar geniş bir yelpaze oluşturmaktadır. Planlanan öngörülerin gerçekleştirilmesi aşamasında ise turizm sektöründe hem ulusal hem de uluslararası anlamda kazanç sağlayan, alternatif imkanlar yaratan ekoturizme yönelik olarak kapsamlı talep araştırmalarının yapılarak, incelemelerde bulunulması gerekmektedir. Bu araştırmada, ekoturizm faaliyetleri çerçevesinde önemli bir potansiyele sahip olan Doğu Karadeniz Bölgesi’ne yönelik olarak bir uygulama gerçekleştirilmiştir. Konuya ekoturlar açısından yaklaşım sağlanmış, ekoturlara katılan yerli turistlerin bölgeden bekledikleri hizmet kalitesi ile algıladıkları hizmet kalitesi arasındaki farklılıkların tespit edilebilmesi amaçlanmıştır. Bu kapsamda, araştırma bulguları dikkate alınarak; kamu otoritesi, yerel yönetimler, konaklama işletmeleri, tur operatörleri ve seyahat acenteleri, turist rehberleri, sivil toplum örgütleri, uluslararası kuruluşlar ile yerel halka yönelik olarak çeşitli öneriler geliştirilmiştir.

### *Kamu Otoritesi ve Yerel Yönetimlere Yönelik Öneriler*

- Bir destinasyonda ekoturizmin kontrollü gelişimi hususunda atılacak en önemli adım, ekoturizm bölgelerinin (alanlarının) belirlenmesidir. Bir diğer ifadeyle; ekoturizmin gelişeceği alanları devlet belirlemelidir. Bu kapsamda; söz konusu bölgelerin planlama ve altyapı düzenlemelerinin merkezi otorite tarafından yapılması gerekmektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı liderliğinde, Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, Orman ve Su İşleri Bakanlığı, Sağlık Bakanlığı, Ulaştırma Bakanlığı vb. Bakanlıkların koordinasyonu ile).
- Özleyen ve Tepeci'ye (2017: 285-286) göre; turizm destinasyonlarını kaliteli olarak nitelendirebilmek için öncelikle hizmet kalitesinin değerlendirilmesi gerekmektedir. Bu hususta, destinasyonların çekiciliklerinin yanısıra merkezi yönetimler tarafından sunulan bir takım hizmetler de etkili olmaktadır. Söz konusu bu hizmetler; yol, su, kanalizasyon başta olmak üzere genel güvenlik ve sağlık hizmetlerinin de tamamını kapsayan altyapı hizmetleri şeklindedir.
- Altyapı hizmetleri aynı zamanda, ekoturizm destinasyonlarında oldukça büyük önem taşımaktadır. Ancak her şeyden önce, doğru ve yerinde kararlar alabilmek adına yöneticilerin hem doğal hem de kültürel çevre hakkında doğru bilgiye sahip olmaları gerekmektedir. Bu noktada, özellikle ekoturizm destinasyonlarında görev yapan kamu yönetici ve çalışanlarının eğitilmiş olmasına önem verilmelidir. Bu sebepten dolayı her seviyede (uygulamalı eğitimler başta olmak üzere) eğitim planlanmalıdır.
- Kırsal kalkınma, köyden kente göçün önlenmesi, yerel halkın refah düzeyinin turizm yoluyla artırılması gibi amaçlarla, ekoturizmin hem yatırım (otel, restoran vb.) hem de talep açısından teşvik edilmesinde, kamu otoritesine büyük sorumluluklar düşmektedir. Bu hususta, özellikle ekoturizm bölgelerinde taşıma kapasitesinin (fiziksel, ekonomik, sosyal ve kültürel) belirlenmesi ve söz konusu kapasitenin aşılmaması için gerekli tedbirlerin alınması sağlanmalıdır.
- Genelde Türkiye'deki ekoturizm alanlarında, özelde ise Doğu Karadeniz destinasyonunda, yerel yönetimlere de önemli sorumluluklar düşmektedir. Ekoturizm destinasyonlarının merkezi otorite tarafından yapılmış altyapı hizmetlerinin faal (işler) halde tutulması için girişimlerde bulunmak, söz konusu sorumlulukların başında gelmektedir.

- Yerel yönetimlerin; “ekoturizm destinasyonlarına düzenli toplu ulaşım seferleri düzenlemesi, ekoturizm destinasyonlarında hizmet veren belediye araçlarının çevre duyarlılığı yüksek araçlarla (elektrikli, hibrit vb.) sağlanmasının teşvik edilmesi, yönlendirme levhalarının düzenlenmesi (bu levhaların doğal malzemeler ile ya da doğada kolay çözünen malzemelerden yapılmış olması), ekoturizm destinasyonlarının çöp, çevre düzenleme vb. hizmetlerine öncelik verilmesi, ekoturizm destinasyonlarının pazarlamasına yönelik destinasyon yönetim örgütlerinin kurulmasına öncülük edilmesi ile imar uygulamalarının ilgili Bakanlık/lar ile koordineli olarak planlanması gibi hususlarda çalışmalar yapmaları önerilmektedir.

*Turizm Sektörüne Yönelik Öneriler (Tur Operatörleri ve Seyahat Acenteleri / Konaklama İşletmeleri / Turist Rehberleri)*

- Turistik hizmetlerin üreticisi konumunda olan tur operatörleri ile aracı konumunda olan seyahat acentelerinin temel sorumlukları; doğal ve kültürel miras ile koruma altındaki alanların korunması, sürdürülebilir turizm kapsamında ekoturizmin ve yönetimin teşvik edilmesi için gerekli işbirliklerinin sağlanması ve bu hususlarda şeffaflık içerisinde hareket edilmesidir (Özdoğan ve Gencer, 2017: 23). Nitekim Doğancılı'nın (2017: 26) de belirttiği üzere; ekoturizm faaliyetleri, koruyarak gezme amacını taşımaktadır. Araştırma kapsamında, ekoturizmin, doğa ile ilgili turları ve aktiviteleri kapsayan bir turizm yaklaşımı olarak nitelendirilmesi; tur operatörleri ve seyahat acentelerinin Doğu Karadeniz destinasyonuna ilişkin paket programlarını şekillendirmelerine yardımcı olabilecektir.
- Araştırma bulgularına göre; doğa ile baş başa olmak ve hem fiziksel hem de zihinsel açıdan rahatlamak gibi temel sebepler, yerli turistlerin ekoturizm turlarına katılımını teşvik etmektedir. Buradan hareketle; tur operatörleri ve seyahat acentelerinin, Doğu Karadeniz destinasyonuna yönelik turistik seyahatler ile söz konusu seyahatler kapsamında yer alan hizmetlerin organizasyonunu, bahsi geçen seyahat motivasyonları çerçevesinde planlayarak pazarlamaları gerekmektedir. Bu kapsamda, turlarda bölgeyi iyi tanıyan rehberler istihdam edilmelidir.

- Araştırma sonucunda, ekoturizme yönelik turlara katılımı, arkadaş, eş ve dost tavsiyesinden önemli oranda faydalandığı belirlenmiştir. Bu durum, Doğu Karadeniz destinasyonuna yönelik olarak gerçekleştirilecek turlarda söz konusu bulgunun da dikkate alınarak reklam ve pazarlama faaliyetlerinin yürütülmesine öncülük edebilecektir.
- Ekoturların tanıtımı ve pazarlaması için kullanılan broşür, katalog vb. materyaller çevreye duyarlı, geri dönüşüm imkanı sunan malzemelerden yapılmalıdır.
- Ekoturizm destinasyonları için tur operatörleri ve seyahat acentelerine yıllık/günlük kontenjanlar verilmesi önerilmektedir. Ekoturizm alanlarında kontrollü gelişimin sağlanması adına bu kontenjanlar asla aşılmamalıdır.
- Bu araştırmada, otellerin mimari yapısının yöreye uyumu ile otellerde kullanılan yapı ve tefriş malzemelerinin yerel unsurları yansıtmaması hususlarında beklentilerin karşılanmadığı belirlenmiştir. Ancak unutulmamalıdır ki; ekoturizmin temelinde sürdürülebilirlik anlayışı yatmaktadır. Özellikle bilinçsiz ve plansız yapılan turizm yatırımlarının, çevre değerlerinin bozulmasına ve yerel kültürün zarar görmesine neden olabileceği gerçeğinden yola çıkılarak; ekoturizm destinasyonlarında yerel mimariye uygun konaklama tesislerinin inşasının yanısıra, söz konusu yapıların yerel halkın kültürel yapısı ile de uyumlu olmasına özen gösterilmelidir.
- Bu araştırmada; otellerin atık azaltma programlarını uygulaması ile otellerin çevreye duyarlılık sertifikalarına sahip olması hususlarında da performansın beklentileri karşılamadığı tespit edilmiştir. Buradan hareketle; konaklama işletmelerinin, atık yönetimi programları uygulamaları gerekmektedir. Ayrıca konaklama işletmelerinin, çevre duyarlılığı ve kalite güvence sistemi sertifikaları almaları teşvik edilmelidir. Ekoturizm konusunda çalışan eğitim programlarının organize edilmesi de önemli girişimler arasında yer almaktadır.
- Turist rehberlerinin, ekoturizm turlarına yeni deneyimler (süt sağma, çay toplama, fındık toplama vb.) katma noktasında sahip oldukları sorumluluk dikkate alındığında; Doğu Karadeniz destinasyonu için bölgede yerel rehberlerin çalıştırılması (istihdam edilmesi) gerekli görülmektedir. Nitekim bölgeyi en iyi tanıyan, o bölgede yaşamakta olan insanlardır.
- Turist rehberlerinin, ekoturizmde sunulması ve sunulurken korunması gereken insan, doğa ve kültür unsurlarına ilişkin olarak daha hassas davranmaları

gerekmektedir. Nitekim Avcıkurt ve Güdü Demirbulat'a (2016: 116) göre, turist rehberleri; turistlerin hem çevreye zarar vermeden doğa ile i içe olmayı hedefleyen faaliyetlere katılmalarının sağlanması, hem de yöre halkını ekonomik ve sosyal olarak destekleyen turizm faaliyetlerinin gerçekleşmesinde önemli roller üstlenmektedirler. Bu nedenle; turist rehberleri, turistler ile yerel halk arasındaki etkili etkileşimi sağlamalı, yerel tüketimi teşvik etmeli (rneğin tur esnasında, yiyecek-içecek, konaklama vb. hizmetler, yöre halkından temin edilmeli) ve hem doğal hem de kültürel değerlerin korunması bilincini yeterli düzeyde iletebilmelidir.

- Ekoturizmde turistler aktif ve katılımcıdır. Bu nedenle, turistlerin çevreye duyarlılık konusunda beklentileri ve ilgilerini artırmada önemli bir misyona sahip olan turist rehberlerinin, ekoturizm konusunda bilgi ve tecrübelerini artırmak adına başta uzmanlaşma eğitimleri olmak üzere çeşitli etkinliklere/girişimlere katılmaları sağlanmalıdır. Tabiki bu noktada Turist Rehberleri Birliği (TUREB) başta olmak üzere Trabzon Bölgesel Rehberler Odası (TRO) gibi meslek kuruluşlarına da ciddi görevler düşmektedir.

#### *Diğer Kişi, Kurum ve Kuruluşlara Yönelik neriler*

- Ekoturizmin gelişimi hususunda yapılacak olan program ve planlamaların başarıya ulaşabilmesi için sivil toplum kuruluşlarının da, özel sektör ve kamu sektörü ile işbirliği içerisinde olması önem arz etmektedir. Bu hususta, turist rehberlerinin eğitiminden, yerel halkın ekoturizm konusunda bilinçlenmesine kadar pek çok girişimde, işbirliği ile hareket edilmesi gerekmektedir. Ayrıca söz konusu durumlarda uluslararası kuruluşlar tarafından sağlanacak teknik birtakım desteğe büyük ölçüde ihtiyaç duyulmaktadır.
- Ekoturizm alanlarında yapılacak olan kapsamlı araştırmalarda, bölge üniversitelerinden destek alınması gerekmektedir. Özellikle alanında uzman (evre koruma, flora, fauna vb.) bilim insanlarından oluşan bir ekip kurulması sağlanmalı ve ekoturizm alanlarında yapılan/yapılacak olan her faaliyet rapor edilmelidir.
- Ekoturizmin, Doğu Karadeniz destinasyonunda gelişmesini desteklemek adına atılacak adımlardan biri de; Doğu Karadeniz destinasyonunda yer alan yaylalardaki turizm faaliyetlerinin ekoturizm aktiviteleriyle bütünleştirilmesidir.

Ayrıca ekoturizm köyleri teşvik edilerek, hem nitelik hem de niceliklerin artırılması gerekmektedir. Ekoturizm köyleri; gerçek köy yaşamının deneyimlenmesini amaçlayarak, ekoturizme katkı sağlayan bir oluşum olarak karşımıza çıkmaktadır. Doğu Karadeniz Bölgesi sınırlarında sadece Giresun, Ordu ve Trabzon illerinde ekoturizm köyü bulunurken; Artvin, Gümüşhane ve Rize’de bulunmamaktadır. Ekoturizm köyleri; Giresun-İnece Ekoturizm Köyü, Giresun-Şeyhli Ekoturizm Köyü, Ordu- Kabakdağı Köyü, Ordu- Kayabaşı Ekoturizm Köyü, Trabzon-Düzköy Ekoturizm Köyü ve Trabzon-Sürmene Karacakaya Ekoturizm Köyü’dür (www.ekoturizmkoyleri.com, 2017).

#### *Gelecek Araştırmalara Yönelik Öneriler*

- Doğu Karadeniz Bölgesi’nin tüm illerinde turizm sektörünün öncelikli olarak geliştirilmesi, 2014-2023 TR90 Doğu Karadeniz Bölge Planı dahilinde hedeflenmektedir. Ancak Doğu Karadeniz Bölgesi’ne gelen turist profili ile turist beklenti ve memnuniyetine ilişkin yeterli bilginin mevcut olmamasının, hedef gruplara yönelik pazarlama stratejileri geliştirilmesi noktasında engel teşkil ettiğinin altı çizilmektedir (DOKA, 2015b). Bu araştırma ile özellikle söz konusu alandaki boşluğun doldurulması öngörülmektedir.
- Bu araştırma, Doğu Karadeniz Bölgesi’nde ekoturlara katılmış kısıtlı sayıdaki yerli turistler ve değişkenler ile sınırlıdır. Dolayısıyla örneklem büyüklüğünün daha geniş tutulduğu (yabancı turistlerin de örnekleme dahil edildiği) ve daha çok sayıda değişkenin yer aldığı araştırmalara ihtiyaç duyulmaktadır. Bu şekilde, ekoturistlerin hizmet kalitesi beklenti ve algıları hakkında daha kapsamlı bilgilere ulaşılabileceği mümkün olacaktır.
- Araştırma kapsamındaki yerli turistler, genellikle paket turlar ile Doğu Karadeniz Bölgesi’ni ziyaret eden kişilerden oluşmaktadır. Farklı konaklama ve seyahat şekilleri ile destinasyonu ziyaret eden kişilerin özellikleri, destinasyona ilişkin beklenti ve algılarında farklılıklar yaratabileceğinden hareketle; gelecekte yapılacak araştırmalarda bu hususun dikkate alınması önerilmektedir. Bir diğer ifadeyle; farklı ekoturist tipolojilerindeki beklenti ve algıların çok boyutlu yönleri, derinlemesine mülakat tekniği ile incelemelidir.
- Doğu Karadeniz destinasyonunda, hizmet kalitesi düzeyinin, yerel halk, turist rehberleri ve turizm tesisleri (konaklama işletmeleri, ekoturizm köyleri vb.)

açısından da ele alınarak daha kapsamlı şekilde tasarlanması, gelecekteki araştırmalar için önerilmektedir. Özellikle söz konusu destinasyonda, yerel halkın turizm yaklaşımı, nitel araştırmalarla ortaya koyulmalıdır.

- Son olarak; ileride yapılacak olan araştırmalara, Doğu Karadeniz Bölgesi’de ekoturlara katılan turistlerin (hem yerli hem yabancı) memnuniyetlerini ve tekrar ziyaret niyetlerini etkileyen hizmet kalitesi faktörlerinin karşılaştırmalı olarak saptanması önerilmektedir.



## KAYNAKÇA

- Abebaw, Woldetsadik Kagnaw ve Endeshaw, Berhanu. (2018). Assessment of Service Quality in the Hotel Industry: Case Study in North Showa Zone of Amhara Regional State, Ethiopia. *Science Journal of Business and Management*, 6 (1), 15-21.
- Acar, Vedat ve Tanrısevdi, Abdullah. (2015). Leadership Orientations of Turkish Tourist Guides. *International Interdisciplinary Business-Economics Advancement Conference* (26-29 Mayıs 2015), ss.348-360, Las Vegas, Nevada, USA.
- Adefisan, Adebawale. (2016). *Measuring SME's Service Quality with SERVQUAL*. Unpublished Bachelor's Thesis, Kymenlaakso University of Applied Sciences, Finland.
- Agarwal, Ankit ve Kumar, Gulshan. (2016). Identify The Need for Developing a New Service Quality Model in Today's Scenario: A Review of Service Quality Models. *Arabian Journal of Business and Management Review*, 6 (2), 1-9.
- Ahipaşaoğlu, Suavi ve Çelteç, Evrim. (2006). *Sürdürülebilir Kırsal Turizm*. İçinde İ. Arıkan (Edt.), (ss.35-61). Ankara: Gazi Kitabevi.
- Ahmed, N., Lulin, Z. ve Bajwa, A.A. (2016). Service Quality at Business Schools and its Correlation With Students' Satisfaction and Entrepreneurial Self-Efficacy. *The Online Journal of Quality in Higher Education*, 3 (1), 66-78.
- Airey, David ve Bennett, Marion. (2007). Service Quality in Overseas Education: The Experience of Overseas Students'. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education*, 6 (2), 55-67.
- Akay, Bayram. (2009). Turizm Politika ve Planlamasının Kavramsal Analizi. İçinde O. Batman ve O. Türkay (Edt.), *Turizm Politikaları* (ss.13-24). İstanbul: Değişim Yayınları.
- Akbaba, Atilla. (2006). Measuring Service Quality in the Hotel Industry: A Study in a Business Hotel in Turkey. *Hospitality Management*, 25, 170-192.
- Akbaba, Atilla. (2007). Hizmet İşletmelerinde Hizmet Kalitesinin Ölçümüne Yönelik Yaklaşımlar. İçinde Ş. Gümüšoğlu, İ. Pınar, P. Akan ve A. Akbaba (Edt.), *Hizmet Kalitesi - Kavramlar, Yaklaşımlar ve Uygulamalar* (ss.314-329). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Akdoğan, Ceylan. (2011). *Hizmet Pazarlamasında Kalite Anlayışı: Servqual ve Servperf Kalite Modellerinin Karşılaştırılmasına Yönelik Bir Uygulama*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sivas.
- Akdu, Uğur. (2014). *Medikal Turizmde Hizmet Kalitesi, Müşteri Memnuniyeti ve Müşteri Sadakatinin Değerlendirilmesi*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.

- Akesen, Aytuğ. (2009). Sürdürülebilir Turizm Yaklaşımında Ekoturizmin İşlevsel Önemi. *10. Ulusal Turizm Kongresi* (21-24 Ekim 2009), ss.365-374, Mersin Üniversitesi, Mersin.
- Akın, Halil Murat. (2006). *Türkiye’de Ekoturizmin Sürdürülebilir Gelişimi; Kaçkar Dağları Milli Parkı Örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Hatay.
- Akkiprik, Ahmet. (2011). *Hatay İli Samandağ İlçesi Ekoturizm Kullanımına Yönelik Peyzaj Potansiyelinin Saptanması*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Konya.
- Akoğlan Kozak, Meryem ve Bahçe, Sadık. (2012). *Özel İlgi Turizmi*. (Gözden Geçirilmiş İkinci Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Akpınar, Elif ve Bulut, Yahya. (2010). Ülkemizde Alternatif Turizm Bir Dalı Olan Ekoturizm Çeşitlerinin Bölgelere Göre Dağılımı ve Uygulama Alanları. *III. Ulusal Karadeniz Ormancılık Kongresi* (20-22 Mayıs 2010), ss.1575-1594, Artvin Çoruh Üniversitesi, Artvin.
- Aksu, Murat. (2012). *Hizmet Kalitesinin Bir Unsuru Olarak Atmosferin Müşteri Sadakati Üzerine Etkisi: Bozcaada’daki Otellerde Konaklayan Yerli Turistler Üzerinde Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Aksu, M., Korkmaz, H. ve Sünnetçioğlu, S. (2016). Yiyecek ve İçecek İşletmelerindeki Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyeti Üzerinde Etkisi: Bozcaada’da DINESERV Modeliyle Bir Araştırma. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19 (35), 1-18.
- Akyurt, Hakan. (2014). Turizm Planlaması: Planlama Kavramı, Amaç ve Türleri. İçinde A. Timur (Edt.), *Turistik Ürün Politikası* (ss.29-44). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Al-Ababneh, Mukhles M. (2016). Employees’ Perspectives of Service Quality in Hotels. *Research in Hospitality Management*, 6 (2), 189-193.
- Alagöz, G., Güneş, E. ve Uslu, A. (2015). Otel İşletmeleri ve Seyahat Acentaları Yöneticilerinin Sürdürülebilir Turizme Bakış Açısı: Bir Alan Araştırması. *Doğu Karadeniz Bölgesi Sürdürülebilir Turizm Kongresi* (14-16 Mayıs 2015), ss.235-246, Gümüşhane Üniversitesi, Gümüşhane.
- Alakavuk, Elif Deniz. (2007). Hizmet Kalitesi Değerlendirme Ölçeği – SERVQUAL. İçinde Ş. Gümüšoğlu, İ. Pınar, P. Akan ve A. Akbaba (Edt.), *Hizmet Kalitesi - Kavramlar, Yaklaşımlar ve Uygulamalar* (ss.330-342). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Albacete-Saez, C.A., Fuentes-Fuentes M.M. ve Llorens-Montes, F.J. (2007). Service Quality Measurement in Rural Accommodation. *Annals of Tourism Research*, 34 (1), 45-65.
- Albayrak, Aslı. (2013). *Alternatif Turizm*. Ankara: Detay Yayıncılık.

- Albayrak, Ferruh Fatih. (2010). *Korunan Alanların Ekoturizm Gelişimine Etkileri: Camili Biyosfer Rezervi Örneği*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Artvin Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Artvin.
- Albuz Pehlivan, Nalan. (2011). Turizm Çeşitleri ve Çevre. İçinde B. Kınacı, N. Albuz Pehlivan ve G. Seyhan (Edt.), *Turizm ve Çevre (Çevre Koruma)* (ss.47-77). Ankara: Pegem Akademi.
- Alegre, Joaquin and Garau, Jaume. (2010). Tourist Satisfaction and Dissatisfaction. *Annals of Tourism Research*, 37 (1), 52-73.
- Alen, M.E., Fraiz, J.A. ve Rufin, R. (2006). Analysis of Health Spa Customers' Expectations and Perceptions: The Case of Spanish Establishments. *Revista de Estudos Politécnicos Polytechnical Studies Review*, 2 (5/6), 245-262.
- Ali, Faizan. (2015). Service Quality as a Determinant of Customer Satisfaction and Resulting Behavioural Intentions: A Sem Approach Towards Malaysian Resort Hotels. *Tourism*, 63 (1), 37-51.
- Alkan, Ceylan. (2014). Turizm Politikası: Tanımı ve Özellikleri. İçinde A. Timur (Edt.), *Turistik Ürün Politikası* (ss.7-28). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Alpay, Reha. (2010). *Spor, Sağlık ve Eğitim Bilimlerinden Örneklerle Uygulamalı İstatistik ve Geçerlilik-Güvenirlilik*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Alrawashdeh, Majed Massad ve Alrawashdeh, Najed Massad. (2014). Service Quality Measurement in Hotel Industry. *Advances in Economics and Business Management*, 1 (3), 196-199.
- Altan, Şule. (2006). *Türkiye’de Ekoturizm Uygulamaları ve Ekonomiye Katkıları*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Niğde Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Niğde.
- Alvarez, Maria D. (2007). Destinasyon Kalitesi. İçinde Ş. Gümüšoğlu, İ. Pınar, P. Akan ve A. Akbaba (Edt.), *Hizmet Kalitesi - Kavramlar, Yaklaşımlar ve Uygulamalar* (ss.280-296). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Amin, M., Yahya, Z., Ismayatim, W.F.A., Nasharuddin, S.Z. ve Kassim, E. (2013). Service Quality Dimension and Customer Satisfaction: An Empirical Study in the Malaysian Hotel Industry. *Services Marketing Quarterly*, 34 (2), 115-125.
- Antony, J., Antony, F.J. ve Ghosh, S. (2004). Evaluating Service Quality in a UK Hotel Chain: A Case Study. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 16 (6), 380-384.
- Arabatzis, Garyfallos ve Grigoroudis, Evangelos. (2010). Visitors' Satisfaction, Perceptions and Gap Analysis: The Case of Dadia–Lefkimi–Souflion National Park. *Forest Policy and Economics*, 12, 163-172.

- Arachchi, R.S.S.W., Yajid, M.S.A. ve Khatibi, A. (2015). Eco-Tourism Practices in Sri Lankan Eco Resorts: An Analysis of Satisfaction and Behavioral Intention of Eco-Tourists. *International Journal of Business and Social Science*, 6 (10), 211-226.
- Ardıç, Kadir ve Sadaklıoğlu, Hümeýra. (2009). Şehirlerarası Yolcu Taşımacılığında Hizmet Kalitesinin Ölçümü: Tokat Örneği. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 23 (3), 167-190.
- Ariffin, Hashim F., Abdullah, Raja P.S.R. ve Bibon, Mohamad F. (2012). Assessing Service Quality: Prayers' Perspective. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 36, 511-519.
- Armstrong, Robert W., Connie, M. ve Go, Frank M. (1997). The Importance of Cross-Cultural Expectations in The Measurement of Service Quality Perceptions in the Hotel Industry. *International Journal Hospitality Management*, 16 (2), 181-190.
- Arslan, Emine. (2015). Antalya'nın Ekoturizm Açısından Değerlendirilmesi. *I. Eurasia International Tourism Congress: Current Issues, Trends, and Indicators (EITOC-2015)* (28-30 Mayıs 2015), ss.138-146, Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Arslantürk, Yalçın. (2010a). Yükseköğretim Düzeyinde Turist Rehberliği Eğitimi Veren Öğretim Kurumlarında Uygulanan Eğitime Yönelik Öğrenci Algılamaları. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Arslantürk, Yalçın. (2010b). Yükseköğretim Düzeyinde Turist Rehberliği Eğitimi Veren Öğretim Kurumlarında Uygulanan Eğitime Yönelik Öğrenci Algılamaları. *Aksaray Üniversitesi İİBF Dergisi*, 2 (1), 63-78.
- Arslantürk, Y., Altunöz, Ö. ve Çalık, Azade Ö. (2013). Turist Rehberliği Hizmet Kalitesi Ölçümü: Servqual Yaklaşımı. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6 (27), 107-118.
- Artık, Zeyni. (2013). *En Uygun Tutundurma Karmasının AHS (Analitik Hiyerarşi Süreci) Kullanılarak Belirlenmesi: Doğu Karadeniz Bölgesi'nin Turizm Olanaklarının Pazarlanmasına İlişkin Bir Uygulama*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Malatya.
- Artun, Cemal ve Akbulut, Onur. (2015). Yönetsel Bir Olgu Olarak Sürdürülebilir Turizm: Fethiye'deki Yerel Yönetim ve Sivil Toplum Kuruluşlarının Görüşleri. *Doğu Karadeniz Bölgesi Sürdürülebilir Turizm Kongresi* (14-16 Mayıs 2015), ss.136-144, Gümüşhane Üniversitesi, Gümüşhane.
- Ashill, N.J., Rod, M. ve Carruthers, J. (2008). The Effect of Management Commitment to Service Quality on Frontline Employees' Job Attitudes, Turnover Intentions and Service Recovery Performance in a New Public Management Context. *Journal of Strategic Marketing*, 16 (5), 437-462.

- Aslan, Zeynep. (2009). Turizm Şura Kararları ve Türkiye Turizm Stratejisi 2023'ün Analizi. İçinde O. Batman ve O. Türkay (Edt.), *Turizm Politikaları* (ss.23-51). İstanbul: Değişim Yayınları.
- Ataberk, Emre. (2007). *Tur Operatörlerinin Paket Tur Organizasyonlarında Hizmet Kalitesi İle Müşteri Tatmini Arasındaki İlişkileri Belirleyen Faktörler: İzmir İli Örneği*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Atılğan, Eda. (2001). *Hizmet Kalitesi Yönetimi ve Seyahat Sektörüne Yönelik Bir Uygulama*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Atılğan, E., Akıncı, S. ve Aksoy, Ş. (2003). Mapping Service Quality in the Tourism Industry. *Managing Service Quality*, 13 (5), 412-422.
- Atmış, Erdoğan. (2016). Yayıllardaki Toplumsal Dönüşüm ve "Yeşil Yol". *Yaşam Alanıma Dokunma/Yeşil Yola Dur De Sempozyumu* (7-8 Mayıs 2016), ss.29-33, Ankara.
- Avcı, Umut ve Sayılır, Ali. (2006). Hizmet Kalitesi Çerçevesinde Çalışanların Rolüne ve Yeterliliklerine İlişkin Karşılaştırmalı Bir İnceleme. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 121-138.
- Avcıkurt, Cevdet. (2015). *Turizm Sosyolojisi (Genel ve Yapısal Yaklaşım)*. (Yenilenmiş ve Genişletilmiş 4. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Avcıkurt, C., Köroğlu, A. ve Sarıoğlu, M. (2009). Türk Turizminin Dünya Turizmindeki Yeri. İçinde Ş. Çavuş, Z. Ege, O. E. Çolakoğlu (Edt.), *Türk Turizm Tarihi – Yapısal ve Sektörel Gelişim* (ss.1-14). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Avcıkurt, Cevdet ve Güdü Demirbulat, Özge. (2016). Turist Rehberlerinin Sürdürülebilir Turizme Bakış Açısı. *Journal of Tourism Theory and Research*, 2 (2), 173-191.
- Avgeli, V.A., Wickens, E. ve Saatsakis, I. (2006). The Development of Ecotourism as a Means to Sustainable Development: The Case of Crete-Crucial Success Factors. *Turk-Kazak International Tourism Conference* (20-26 Kasım 2006), ss.621-636, Akdeniz Üniversitesi, Antalya.
- Awara, N. Festus ve Anyadighibe, J. Amaechi. (2014). The Relationship Between Customer Satisfaction and Loyalty: A Study of Selected Eateries in Calabar, Cross River State. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 5 (9), 110-125.
- Ay, Z., Güngöroğlu, C., Aydın, A.C. ve Gül, A. (2010). *Antalya İlinde Ekoturistlerin Talep ve Beklentilerinin Belirlenmesi*. Çevre ve Orman Bakanlığı Yayın No: 422. [http://www.baorum.gov.tr/Userfiles/Atlantis/Dosyalar/74\\_Ekoturist%20T%C3%BCm%20Metin.pdf](http://www.baorum.gov.tr/Userfiles/Atlantis/Dosyalar/74_Ekoturist%20T%C3%BCm%20Metin.pdf) adresinden 30 Ocak 2017'de alınmıştır.

- Aydın, Melahat. (2008). *Hizmet Sektöründe Kalite ve Otomotiv Sektöründe Satış Sonrası Hizmet Kalitesinin Ölçülmesine Yönelik Bir Uygulama*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.
- Aydın, Pınar. (2012). *Bursa İli Dağ Yöresinde Ekolojik Turizmi Geliştirme Olanakları*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Uludağ Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Bursa.
- Aydın, Şule. (2007). Hizmet İşletmelerinde İşgören Çalışma Ahlakının Hizmet Kalitesi Üzerindeki Etkisi. İçinde Ş. Gümüšoğlu, İ. Pınar, P. Akan ve A. Akbaba (Edt.), *Hizmet Kalitesi - Kavramlar, Yaklaşımlar ve Uygulamalar* (ss.260-279). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Aydın, Ahmet ve Gencür, A. Selçuk. (2015). Türkiye'nin Turizm Arzı, Piyasa Yapısı ve Global Riskler: Keşifsel Bir Yaklaşım. *Optimum Ekonomi ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 2 (2), 43-64.
- Aydın, İnci Z. ve Türker, Mustafa F. (2010). Artvin- Borçka Camili Biyosfer Rezerv Alanındaki Ekoturizm Potansiyelinin Orman Köylüleri Üzerindeki Sosyo-Ekonomik Etkilerinin İrdelenmesi. *Artvin Çoruh Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 11 (1), 43-51.
- Aydın Tükeltürk, Şule ve Yılmaz, İbrahim Alpay. (2013). Ekoturizm. İçinde Ş. Aydın Tükeltürk ve M. Boz (Edt.), *Turizmde Güncel Konu ve Eğilimler* (ss.3-30). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Aydınlı, Cumhur ve Şenyürek, Edip. (2016). Measuring Impact of Service Quality Dimensions on Customers Satisfaction: Case of GSM Users in Poland. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 6 (1), 127-133.
- Aymankuy, Y., Akgül, V. ve Akgül, Cansen C. (2012). Termal Konaklama İşletmelerinde Müşteri Memnuniyetine Etki Eden Unsurlar "Gönen Kaplıcaları Örneği". *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15 (28), 223-240.
- Aziz, M.N. Ab., Aziz, A., Isa, S.S. ve Ismail, H. (2015). Ecoserv Model for Assessing Perceived Service Quality in Private Outdoor Recreation Programs. İçinde M. Mariapan, S.S. Isa, N.A.A. Aziz, E.I.A. Lin ve K.R. Hakeem (Edt.), *Adventure and Ecotourism in Malaysia* (ss.1-9). Malaysia: Faculty of Forestry Universiti Putra Malaysia.
- BAKA (Batı Karadeniz Kalkınma Ajansı). (2012). *Ekoturizm Sektör Raporu*. <https://www.baka.org.tr/uploads/1349952547EKOTURİZM-SEKTOR-RAPOR-U-11EYLUL.pdf> adresinden 10 Şubat 2018'de alınmıştır.
- Ban, Joowon ve Ramsaran, Rooma Roshnee. (2017). An Exploratory Examination of Service Quality Attributes in the Ecotourism Industry. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 34 (1), 132-148.

- Bardakoğlu, Övünç. (2014). Sürdürülebilir Turizm ve Planlama. İçinde M. Kozak (Edt.), *Sürdürülebilir Turizm, Kavramlar-Uygulamalar* (ss.115-134). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Barkauskiene, Kristia ve Snieska, Vytautas. (2013). Ecotourism as an Integral Part of Sustainable Tourism Development. *Economics and Management*, 18 (3), 449-456.
- Barna, C., Epure, M. ve Vasilescu, R. (2011). Ecotourism-Conservation of the Natural and Cultural Heritage. *Review of Applied Socio-Economic Research*, 1 (1), 87-96.
- Baros, Z. ve David, L. (2007). Environmentalism and Sustainable Development From The Point of View of Tourism. *WIT Transactions on Ecology and the Environment*, 106, 395-404.
- Barringer, Adam R. (2008). *Customer Loyalty: An Exploration of The Relationship Between Service Quality and Customer Intent to Return and Willingness to Recommend in The Restaurant Industry*. Unpublished PhD Thesis, University of Capella (School of Business).
- Bascomb, Bobby ve Taylor, Matthew. (2008). Ecotourism and Sustainability in a Q'eqchi' Maya Community, Guatemala. *FOCUS on Geography*, 51 (3), 11-16.
- Bastic, Majda ve Gojcic, Slavka. (2012). Measurement Scale for Eco-Component of Hotel Service Quality. *International Journal of Hospitality Management*, 31, 1012-1020.
- Başgöze, Pınar ve Bayar, Nalan Aslıhan. (2015). Eko Otellerden Hizmet Satın Alımında Kuşaklar Arası Farklılaşmalar Üzerine Bir Çalışma. *Sosyoekonomi*, 23 (24), 118-130.
- Baykal, Derya ve Çimen, Hürriyet. (2015). Sürdürülebilir Turizm ve Ekoturizm Sertifikaları. *Doğu Karadeniz Bölgesi Sürdürülebilir Turizm Kongresi* (14-16 Mayıs 2015), ss.10-21, Gümüşhane Üniversitesi, Gümüşhane.
- Bekar, Aydan ve Kılıç, Burhan. (2015). Hizmet Kalitesi Memnuniyet İlişkisi: Üniversite Kampüsünde Faaliyet Gösteren Yiyecek İçecek İşletmelerinde Karşılaştırmalı Bir Uygulama. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 34, 1-23.
- Bekci, B., Bogenç, Ç. ve Dinçer, D. (2015). Ekoturizm Kavramının Çevreye Duyarlı Bir Yaklaşım Olarak İrdelenmesi. *Doğu Karadeniz Bölgesi Sürdürülebilir Turizm Kongresi* (14-16 Mayıs 2015), ss.702-711, Gümüşhane Üniversitesi, Gümüşhane.
- Bekdemir, Ünsal ve Elmacı, Süleyman. (2014). Giresun İlinin Eko-Turizm Potansiyeli ve Değerlendirme Olanakları. *Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi, Karadeniz Özel Sayısı* (6), 1-30.

- Bekele, Shifera ve Singh, Apar. (2016). Perceived Service Quality and Its Relationship with Customer Loyalty in Ethiopian Hotel Industry. *Journal of Contemporary Research in Management*, 10 (4), 31-42.
- Berezan, O., Raab, C., Yoo, M. ve Love, C. (2013). Sustainable Hotel Practices and Nationality: The Impact on Guest Satisfaction and Guest Intention to Return. *International Journal of Hospitality Management*, 34, 227-233.
- Beyhan, Gülin ve Ünügür, S. Mete. (2005). Çağdaş Gereksinimler Bağlamında Sürdürülebilir Turizm ve Kimlik Modeli. *İTÜ Dergisi/ Mimarlık, Planlama, Tasarım*, 4 (2), 79-87.
- Bhattacharya, A.K. (2005). Ecotourism Planning. İçinde A.K. Bhattacharya (Edt.), *Ecotourism and Livelihoods-Capacity Building for Local Authorities* (ss.74-81). New-Delhi: Cencept Publishing Company.
- Bhattacharya, A.K. ve Dubey, Yogesh. (2005). Ecotourism-Livelihood Security-Biodiversity Conservation Integration: A Holistic Approach. İçinde A.K. Bhattacharya (Edt.), *Ecotourism and Livelihoods-Capacity Building for Local Authorities* (ss.63-73). New-Delhi: Cencept Publishing Company.
- Bigne, J. Enrique, Sanchez, M. Isabel ve Sanchez, Javier. (2001). Tourism Image, Evaluation Variables and After Purchase Behaviour: Inter-Relationship. *Tourism Management*, 22, 607-616.
- Björk, Peter. (2007). Definition Paradoxes: From Concept to Definition. İçinde James Higham (Edt.), *Critical Issues in Ecotourism: Understanding a Complex Tourism Phenomenon* (ss.23-45). UK: Elsevier Ltd.
- Björk, Peter. (2000). Ecotourism from a Conceptual Perspective, an Extended Definition of a Unique Tourism Form. *International Journal of Tourism Research*, 2, 189-202.
- Blamey, Russell K. (1997). Ecotourism: The Search for an Operational Definition. *Journal of Sustainable Tourism*, 5 (2), 109-130.
- Blamey, Russell K. (2001). Principles of Ecotourism. İçinde David B. Weaver (Edt.), *The Encyclopedia of Ecotourism* (ss.5-22). New York, UK: CABI Publishing.
- Blesic, I., Tesanovic, D. ve Psodorov, D. (2011). Consumer Satisfaction and Quality Management in the Hospitality Industry in South-East Europe. *African Journal of Business Management*, 5 (4), 1388-1396.
- Bozlağan, Recep. (2005). Sürdürülebilir Gelişme Düşüncesinin Tarihsel Arka Planı. *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, 50, 1011-1028.
- Bozok, Düriye. (1996). *Türkiye'ye Yönelik Uluslararası Turizm Talebinin Yapısal Analizi ve Gelişme Stratejileri*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.

- Bozok, Düriye ve Özdemir Yılmaz, Gülay. (2008). Eko-Turizm. İçinde N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt (Edt.), *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi* (ss.111-136). Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Bozok, Düriye ve Şahin, Seda. (2009). Türkiye’de Uygulanan Turizm Politikaları. İçinde Ş. Çavuş, Z. Ege, O. E. Çolakoğlu (Edt.), *Türk Turizm Tarihi – Yapısal ve Sektörel Gelişim* (ss. 255-288). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Brady, Michael K. ve Cronin, J. Joseph. (2001). Thoughts on Conceptualizing Perceived Service Quality: A Hierarchical Approach. *The Journal of Marketing*, 65 (3), 34-49.
- Bruhn, Manfred ve Dominik, Georgi. (2000). Information Based Analysis of Service Quality Gaps-Managing Service Quality by Internal Marketing. *Journal of Professional Services Marketing*, 21 (2), 105-124.
- Buckley, Ralf. (2001). Environmental Impacts. İçinde David B. Weaver (Edt.), *The Encyclopedia of Ecotourism* (ss.379-394). New York, UK: CABI Publishing.
- Buckley, Ralf. (2013). Defining Ecotourism: Consensus on Core, Disagreement on Detail. İçinde Roy Ballantyne and Jan Packer (Edt.), *International Handbook on Ecotourism* (ss.9-14). UK: Edward Elgar Publishing.
- Bufquin, D., Partlow, C.G. ve DiPietro, R.B. (2015) Measuring Restaurant Patrons’ Perceptions and Expectations: An Importance–Performance Analysis Using the DinEX Model. *Journal of Foodservice Business Research*, 18 (3), 226-243.
- Bufquin, D., DiPietro, R. ve Partlow, C. (2017). The Influence of the DinEX Service Quality Dimensions on Casual-Dining Restaurant Customers’ Satisfaction and Behavioral Intentions. *Journal of Foodservice Business Research*, 20 (5), 542-556.
- Bulgan, Gülay. (2010). *Otel Müşterilerinin Yüksek ve Düşük Sezonda Hizmet Beklentileri ve Memnuniyet Düzeylerinin Değerlendirilmesi: Antalya Belek’te Bir Araştırma*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar.
- Burton, Rosemary. (1998). Maintaining the Quality of Ecotourism: Ecotour Operators’ Responses to Tourism Growth. *Journal of Sustainable Tourism*, 6 (2), 117-142.
- Buzcu, Zafer. (2010). *Otel İşletmelerinde Hizmet Kalitesi Ölçümü ve Karşılaştırması: Adana Örneği*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.
- Büyüközkan, Gülçin ve Çifçi, Gizem. (2012). A Combined Fuzzy AHP and Fuzzy TOPSIS Based Strategic Analysis of Electronic Service Quality in Healthcare Industry. *Expert Systems with Applications*, 39, 2341-2354.

- Can, Burhan. (2018). *Bölgesel Yenilik Sistemlerinin Etkinliği Üzerine Bir Uygulama: Türkiye İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflandırması Düzey 1 Örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.
- Canavan, Brendan. (2014). Sustainable Tourism: Development, Decline and Degrowth-Management Issues from the Isle of Man. *Journal of Sustainable Tourism*, 22 (1), 127-147.
- Capacci, S., Scorcu, Antonello E. ve Vici, L. (2015). Seaside Tourism and Eco-Labels: The Economic Impact of Blue Flags. *Tourism Management*, 47 (1), 88-96.
- Cernikova, M. ve Malikova, O. (2013). Environmental Impact Identified From Company Accounts in the Czech Republic. *WIT Transactions on Ecology and the Environment*, 179, 695-703.
- Ceylan, Cemil ve Özçelik, A. Bengi. (2016). A Circular Approach to SERVQUAL and HOLSAT: An Implementation Suggestion. *Journal of Hotel & Business Management*, 5 (1), 1-10.
- Chaiyakot, Prachyakorn ve Visuthismajarn, Parichart. (2010). Ecotourism Situation in Songkhla Lake Basin: The Opportunity and Challenge. *Proceedings of Regional Conference on Tourism Research* (13-14 Aralık 2010), ss.109-122, Universiti Sains Malaysia, Penang, Malaysia.
- Cham, Tat Huei ve Yalini, Easvaralingam. (2011). Perceptions of Service Quality, Corporate Image and Customer Loyalty in the Hotel Industry of Malaysia. *2nd International Research Symposium in Service Management*, ss.126-135, Yogyakarta, Indonesia.
- Chan, J.K. Lian ve Baum, Tom. (2007) Ecotourists' Perception of Ecotourism Experience in Lower Kinabatangan, Sabah, Malaysia. *Journal of Sustainable Tourism*, 15 (5), 574-590.
- Chao, Pei. (2008). Exploring the Nature of The Relationships Between Service Quality and Customer Loyalty: An Attribute-Level Analysis. *The Service Industries Journal*, 28 (1), 95-116.
- Cheng, I Man ve Wan, Y.K. Penny. (2012). Service Quality of Macao Museums. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 13, 37-60.
- Chi, G. Christina ve Gürsoy, Doğan. (2009). Employee Satisfaction, Customer Satisfaction, and Financial Performance: An Emprical Examination. *International Journal of Hospitality Management*, 28, 245-253.
- Chiu, Chien-Fen. (2013). *Customers' Zone of Tolerance toward Hotel Services*. Unpublished Masters' Thesis, Arizona State University, Tempe, Arizona.
- Choi, H., Ann, S., Lee, K-W. ve Park, D.B. (2018). Measuring Service Quality of Rural Accommodations. *Sustainability*, 10 (443), 1-15.

- Conde, R.M.R., Mazaira, A. ve Costa, P.R.S. (2013). Service Quality Measurement in North Portuguese Thermal Tourism. İçinde Veronika Joukes, Lina Lourenço-Gomes and Alexandra Marta-Costa (Edt.), *Sustainable Medical and Wellness Destinations: Client-Result and Innovation-Focussed Case Studies* (ss.9-21). Vila Real, Portugal: Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro.
- Cosmescu, Ioan ve Cosmescu, Denisa. (2007). The Ecotourism-A Strategic Alternative for Contemporary Tourism. *Annals of the University of Petroşani, Economics*, 7, 65-72.
- Coşkun, Neslihan. (2010). *Türkiye’de Turizm Politikaları ve Turizm Sektörü Üzerindeki Etkileri*. Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Kütüphaneler ve Yayımlar Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Coşkun, R., Altunışık, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2015). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı*. (8. Baskı). Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Cronin, J. Joseph ve Taylor, Steven A. (1992). Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. *Journal of Marketing*, 56 (3), 55-68.
- Croy, W. Glen ve Høgh, Lise. (2003). Endangered Visitors: A Phenomenological Study of Eco-Resort Development. İçinde Michael Lück and Torsten Kirstges (Edt.), *Global Ecotourism Policies and Case Studies, Perspectives and Constraints* (ss.82-99). England: Channel View Publications.
- Çakır, Gülay. (2011). *İğneada ve Çevresinde Ekoturizm Potansiyelinin Belirlenmesi ve Kırsal Kalkınma Açısından Değerlendirilmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Namık Kemal Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Tekirdağ.
- Çalık, İsmail. (2014). *Sürdürülebilir Turizm Göstergeleri Kapsamında Doğu Karadeniz Bölgesi’nin Analizi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Çelik, Mücahit. (2012). Müşteri Memnuniyeti ve Hizmet Kalitesi Üzerine Adıyaman Üniversitesi Yemekhanesinde Bir Uygulama. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5 (10), 29-54.
- Çelik, Nur ve Bahar, Ozan. (2014). Sürdürülebilir Turizmin Turizm Talebi Üzerine Etkisi. 15. *Ulusal Turizm Kongresi* (13-16 Kasım 2014), ss.368-383, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Çetin, Betül. (2015). *Japon Turistlerin Seyahat Motivasyonlarının Turist Memnuniyeti ve Tekrar Ziyaret Etme Niyeti Üzerine Etkisi: Kapadokya Örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Nevşehir.
- Çetin, Canan. (2015). *Toplam Kalite Yönetimi*. ( 5. Baskı). İstanbul: Beta Basım A.Ş.
- Çetin, İbrahim. (2001). *Turistik Ürün Çeşitlendirmesinde Ekoturizmin Yapısal Analizi ve Türkiye’de Geliştirme Stratejileri (Örnek Bir Uygulama)*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.

- Çetin, İbrahim. (2009). *Otel İşletmelerinde Marka Değeri ve Turistik Tüketici Satınalma Davranışlarına Etkisi: Çeşme Örneği*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Çetinkaya, Güney. (2014). *Doğa Yürüyüşü Parkurlarının Turizm Amaçlı Değerlendirilmesi: Antalya Beydağları Örneği*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Çevirgen, Aydın. (2003). *Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Ekoturizm ve Edremit Yöresi İçin Bir Model Önerisi*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Çevirgen, Aydın. (2004). Edremit Yöresinde Ekoturizme Yönelik Bir Talep Araştırması. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7 (12), 45-67.
- Çevirgen, Aydın. (2005). Kazdağları Milli Parkı ve Çevresinde Ekoturizmin Geliştirilmesi. *Balıkesir Sempozyumu* (17-20 Kasım 2005) ss.378-386, Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir.
- Çiçek, Recep ve Doğan, İsmail Can. (2009). Müşteri Memnuniyetinin Artırılmasında Hizmet Kalitesinin Ölçülmesine Yönelik Bir Araştırma: Niğde İli Örneği. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 11 (1), 199-217.
- Çimen, Hürriyet. (2010). *İkinci Konut Satın Almada Destinasyon Kalitesinin Etkisi: Alanya Örneği*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Çokişler, Nazım. (2013). *Türk Halk Kültürü Ürünlerinin Turizmde Kullanımı: Doğu Karadeniz Örneği*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Çokişler, Nazım ve Türker, Ali. (2015). Doğu Karadeniz Bölgesinin Yerli Turist Profili ve Pazar Bölümlendirmede Kullanımı. *Karadeniz Araştırmaları*, 44, 33-57.
- Davidson, Michael C.G. (2003). Does Organizational Climate Add to Service Quality in Hotels. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 15 (4), 206-213.
- Dedeoğlu, Bekir Bora. (2012). *Otel İşletmelerinde Paydaşların Hizmet Kalitesini Algılama Farklılıkları: Antalya Örneği*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Hatay.
- Değirmenci, Elif. (2011). *Türk Hava Yolları'nda Müşteri Memnuniyetinin Servqual ile Ölçümü*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Değirmencioğlu, Ahmet Özdal. (2001). *Fransız Turistlerin Anadolu Turlarında Rehberlik Hizmetinden Tatmin Düzeyleri Üzerine Ampirik Bir İnceleme*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

- Demir, Cengiz ve Çevirgen, Aydın. (2006a). *Turizm ve Çevre Yönetimi – Sürdürülebilir Gelişme Yaklaşımı*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Demir, Cengiz ve Çevirgen, Aydın. (2006b). *Ekoturizm Yönetimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Demir, Sara. (2011). *İğneada'nın Ekoturizm Potansiyelinin Saptanması*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Demir, Şirvan Şen. (2014a). Beş Yıllık Kalkınma Planlarından Türkiye Turizm Stratejisi 2023'e: Turizmde Tanıtma Çalışmalarına Yönelik İçerik Analizi. *Uluslararası Avrasya Sosyal Bilimler Dergisi*, 5 (15), 101-119.
- Demir, Şirvan Şen. (2014b). Sürdürülebilir Turizm ve Tüketiciler. İçinde M. Kozak (Edt.), *Sürdürülebilir Turizm, Kavramlar-Uygulamalar* (ss.97-114). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Demir, Şirvan Şen ve Bulgan, Gülay. (2017). Kalkınma Planları Çerçevesinde İç Turizmin Gelişiminin Değerlendirilmesi. *III. Turizm Şurası* (1-3 Kasım 2017), ss.470-479, Ankara.
- Demirkol, Şehnaz ve Oktay, Kutay. (2004). *Turizm Politikalarına Alternatif Yaklaşımlar*. Adapazarı: Sakarya Kitabevi.
- Devebakan, Nevzat ve Aksaraylı, Mehmet. (2003). Sağlık İşletmelerinde Algılanan Hizmet Kalitesinin Ölçümünde Servqual Skorlarının Kullanımı ve Özel Altınordu Hastanesi Uygulaması. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5 (1), 38-54.
- Dey, Banasree ve Sarma, M.K. (2006). Tourist Typologies and Segmentation Variables with Regard to Ecotourists. *Tourism Management*, 8, 31-39.
- Diamantis, Dimitrios ve Westlake, John. (2001). Ecolabelling in the Context of Sustainable Tourism and Ecotourism. İçinde X. Font. and R.C. Buckley (Edt.), *Tourism Ecolabelling-Certification and Promotion of Sustainable Management* (ss.27-40). New York, UK: CABI Publishing.
- Dilek, Sebahattin Emre. (2012). *Turizm İşletmelerinde Yeşil Pazarlama Uygulamaları: Bir Alan Araştırması*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale.
- Dinçer Şen, Saadet. (2010). *Turizmin Çevresel Etkileri ve Bir Çözüm Olarak Ekoturizm*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.
- Dinçer, Mithat Zeki ve Gedik, Sezgi. (2010). Sürdürülebilir Turizm Yaklaşımı İçinde İstanbul'daki 5 Yıldızlı Çok Uluslu Konaklama İşletmelerinin Çevre Duyarlılığının Değerlendirilmesi. *11. Ulusal Turizm Kongresi* (2-5 Aralık 2010), ss.664-683, Kuşadası.

- Doan, Tiffany M. (2000). The Effects Of Eco-tourism in Developing Nations: An Analysing Of Case Studies. *Journal Of Sustainable Tourism*, 8 (4), 288-304.
- Doğan, Mustafa. (2010). *Ekomüze Odaklı Sürdürülebilir Destinasyon ve Gökçeada Üzerine Bir Uygulama*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale.
- Doğan, Duygu. (2015). *Türkiye’de Orman Kaynakları Üzerindeki Ekoturizm Faaliyetlerinin Hukuksal ve Yönetmelik Açısından İncelenmesi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Doğancılı, Olca Sezen. (2017). *Alternatif Turizm Bağlamında Göller Bölgesi Eko Turizm Değişim Planının Değerlendirilmesi*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- DOKA (Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı). (2011). *TR90 Doğu Karadeniz Bölge Planı: 2010-2013*. Trabzon: Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı Yayını.
- DOKA (Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı). (2015a). *Doğu Karadeniz Bölgesinde Arap Turizmi, Mevcut Durum ve Gelişme Stratejisi Raporu*. <http://www.doka.org.tr/TR/Yayinlar/Sektor-Raporlari-Serisi> adresinden 10 Temmuz 2017’de alınmıştır.
- DOKA (Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı). (2015b). *TR90 Doğu Karadeniz Bölge Planı 2014-2023*. [http://www.doka.org.tr/pdf/#dosyalar/publication/page\\_8/1443452887-Bolge\\_Plani\\_2014-2023.pdf](http://www.doka.org.tr/pdf/#dosyalar/publication/page_8/1443452887-Bolge_Plani_2014-2023.pdf) adresinden 15 Temmuz 2018’de alınmıştır.
- DOKAP (Doğu Karadeniz Projesi). (2014). *Doğu Karadeniz Projesi Eylem Planı 2014-2018*. <http://www.dokap.gov.tr/wp-content/uploads/2016/12/DOKAP-Eylem-Planı-2014-2018.pdf> adresinden 10 Eylül 2017’de alınmıştır.
- Dolmacı, Nilgün ve Bulgan, Gülay. (2013). Turizm Etiği Kapsamında Çevresel Duyarlılık. *Journal of Yasar University*, 29 (9), 4853-4871.
- Douglas, Lesley ve Connor, Robert. (2003). Attitudes to Service Quality- The Expectation Gap. *Nutrition & Food Science*, 33 (4), 165-172.
- Dowling, Ross. (2013). The History of Ecotourism. İçinde Roy Ballantyne and Jan Packer (Edt.), *International Handbook on Ecotourism* (ss.15-30). UK: Edward Elgar Publishing.
- Dönmez, Y., Gökyer, E. ve Aşkın, F.K. (2015). Safranbolu Yörük Köyü ve Yakın Çevresinin Ekoturizm Potansiyelinin R'WOT Analizi ile Değerlendirilmesi. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Özel Sayı I*, 70-83.
- Dörtüol, İbrahim Taylan. (2014). *Ulusal Kültür Perspektifinden Hizmet Kalitesi ve Müşteri Değeri*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Duman, Teoman ve Öztürk, A. Bülent. (2005). Yerli Turistlerin Mersin Kızkalesi Destinasyonu ve Tekrar Ziyaret Niyetleri ile İlgili Algılamaları Üzerine Bir Araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 16 (1), 9-23.

- Durmaz, Yakup. (2011). *Tüketici Davranışı*. (2. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ege, Zehra. (2008). Av Turizmi. İçinde N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt (Edt.), *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi* (ss.343-364). Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Eker, Erdem. (2007). *Hizmet Süreci Kalitesindeki Değişimlerin Müşteri Memnuniyeti Üzerine Etkisinin Servqual Yöntemiyle Ölçümü ve Servis Hizmetlerine Yönelik Bir Uygulama*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.
- Ekinci, Mehmet Behzat. (2014). Sustainable Tourism Development in Ayvalık as a Potential Cittaslow. *9th International Conference: New Perspectives in Tourism and Hospitality* (25-27 Eylül 2014), ss.219-233, Burhaniye, Türkiye.
- Eleren, Ali. (2009). Müşteri Beklentilerine Dayalı Bir Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli: Termal Otel İşletmeciliğinde Bir Uygulama. *SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 18, 398-420.
- Eleren, Ali ve Kılıç, Burhan. (2007). Turizm Sektöründe Servqual Analizi ile Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi ve Bir Termal Otelde Uygulama. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 9 (1), 235-263.
- Eleren, A., Bektaş, Ç. ve Görmüş, A.Ş. (2007). Hizmet Sektöründe Hizmet Kalitesinin SERVQUAL Yöntemi ile Ölçülmesi ve Hazır Yemek İşletmesinde Bir Uygulama. *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar*, 44 (514), 75-88.
- Emir, Oktay. (2007). *Otel İşletmelerinde Müşterilerin Hizmet Beklentileri ve Memnuniyet (Tatmin) Düzeylerinin Değerlendirilmesi: Antalya'da Bir Araştırma*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar.
- Eraqi, Mohammed I. (2006). Tourism Services Quality (TourServQual) in Egypt: The Viewpoints of External and Internal Customers. *Benchmarking: An International Journal*, 13 (4), 469-492.
- Erdem, Barış ve Tetik, Nuray. (2013). An Environmentally – Sensitive Approach in The Hotel Industry: Ecolodges. *International Journal for Responsible Tourism*, 2 (2), 22-40.
- Erdoğan, Nazmiye. (2003a). Kitle Turizmi, Alternatif Turizm ve Ekoturizmde Sürdürülebilirlik Üzerine Bir Değerlendirme. *Türkiye'nin Alternatif Turizm Potansiyeli ve Güncel Sorunları Konferansı*, Çankırı. <http://nazmiyeerdogan.webnode.com.tr/bildirilerim/%C3%A7ank%C4%B1r%C4%B1-/> adresinden 13 Eylül 2017'de alınmıştır.
- Erdoğan, Nazmiye. (2003b). *Çevre ve Ekoturizm*. Ankara: Erk Yayınları.
- Erdoğan, Nazmiye. (2012). Seyahat Acentelerinin Çevresel İlgilerinin Sürdürülebilirlik Bağlamında Değerlendirilmesi. *Tarih Kültür ve Sanat Araştırmaları Dergisi*, 1 (4), 247-265.

- Erdoğan, Nazmiye. (2013). Sıkça Sorulan Sorular: Sürdürülebilir Turizm, Ekoturizm, Doğa Turizmi Farklılıkları Nelerdir ya da Farklı mı?. *Türkiye’de Doğa Turizmi Master Planları Hazırlanması Sürecinde Alternatif Turizm Gelişimi İmkanlarının Batı Karadeniz ve Zonguldak Özelinde Değerlendirilmesi Sempozyumu* (11-12 Ocak 2013). <http://nazmiye-erdogan.webnode.com.tr/bildirilerim/do%C4%9Fa-turizmi-bildiri> adresinden 10 Eylül 2017’de alınmıştır.
- Erdoğan, Nazmiye ve Albustanlıoğlu, Tulga. (2013). Sustainable Tourism Development: Exploring the Relationship of Travel Agents’ Education and Experience to Their Attitudes on Environmental Issues. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5 (2), 105-122.
- Erdoğan, Nazmiye ve Erdoğan, İrfan. (2005). Ekoturizm Betimlemeleriyle İletilenlerin Doğası. *Gazi Üniversitesi İletişim Dergisi*, 20 (1), 55-82.
- Erdoğan, Nazmiye ve Erdoğan, İrfan. (2012). A Critical Analysis of the Established Explanations about the Nature of Ecotourism. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 4 (4), 1-22.
- Erdoğan, Nazmiye ve Yağcı, Özgür. (2002). Sürdürülebilirlik Bağlamında Ekoturizmin Sosyal, Ekonomik ve Çevresel Etkiler Bakımından Değerlendirilmesi. *First Tourism Congress Of Mediterranean Countries, Tourism in Mediterranean from Past to Future*, ss.405–418, Antalya, Türkiye. <http://nazmiye-erdogan.webnode.com.tr/bildirilerim/akdeniz-ulkeleri/> adresinden 20 Eylül 2017’de alınmıştır.
- Erkiliç, Eren ve Ergen, Fatma Doğanay. (2015). Ekoturizm Açısından Rize İli ve Çevresinin Değerlendirilmesi. *I. Eurasia International Tourism Congress: Current Issues, Trends, and Indicators (EITOC-2015)* (28-30 Mayıs 2015), ss.771-781, Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Eröz, Sibel Sü. (2016). Turizm Çeşitleri. İçinde N. Hacıoğlu, M. Bozkurt ve B. Şahin (Edt.), *Genel Turizm* (ss.33-75). İstanbul: Paradigma Akademi.
- Ersöz, S., Pınarbaşı, M., Türker, A.K. ve Yüzükırmızı, M. (2009). Hizmet Kalitesinin Servqual Metodu ile Ölçümü ve Sonuçların Yapısal Eşitlik Modelleri ile Analizi: Öğretmen Evi Uygulaması. *International Journal Engineering Research & Development*, 1 (1), 19-27.
- Ertürk, Müjdat. (2011). *Türkiye’deki Otel İşletmelerinde Hizmet Kalitesinin Ölçülmesine Yönelik Bir Alan Araştırması*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Eser, S., Dalgın, T. ve Çeken, H. (2011). Sürdürülebilir Bir Turizm Türü Olarak Kültür Turizmi: Efes Örneği. *12. Ulusal Turizm Kongresi* (30 Kasım - 4 Aralık 2011), ss.152-156, Düzce Üniversitesi, Akçakoca.
- Eshun, G., Adjei, P. Osei-Wusu ve Segbefia, A.Y. (2016). Beyond Business as Usual’: Implications of Tourist Experiences for Ecotourism Development. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 5 (2), 1-26.
- Fennell, David A. (2007). *Ecotourism*. (3rd Edition). USA and Canada: Routledge.

- Fennell, David A. (2014). *Ecotourism*. (4th Edition). USA and Canada: Routledge.
- Fennell, David A. ve Dowling, Ross K. (2003). The Context of Ecotourism Policy and Planning. İçinde D.A. Fennell and R.K. Dowling (Edt.), *Ecotourism Policy and Planning* (ss.1-20). UK: CABI Publishing.
- Fettahlioğlu, Ö.Ö., Polat, M. ve Demir, S. (2016). Hizmet Kalitesinin SERVQUAL Analizi ile Ölçümü: Kahramanmaraş İlinde Bir Uygulama. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 6 (3), 849-860.
- Fışkın, R., Çakır, E. ve Özkan, E.D. (2016). Mavi Bayrak Uygulamasının Önemi, Ölçütleri ve Ükelere Göre Durum Analizi. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8 (15), 224-247.
- Filiz, Zeynep. (2011). Servqual Yöntemiyle Yurt İşletmesinde Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi. *International Journal of Research and Development*, 3 (1), 38-49.
- Filiz, Zeynep ve Kolukısaoğlu, Sıdıka. (2013). Servqual Yöntemi ve Bir Hizmet İşletmesinde Uygulaması. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi EYİ 2013 Özel Sayısı*, 253-266.
- Font, Xavier. (2002). Environmental Certification in Tourism and Hospitality: Progress, Process and Prospects. *Tourism Management*, 23 (3), 197-205.
- Frochot, Isabelle ve Hughes, Howard. (2000). HISTOQUAL: The Development of a Historic Houses Assessment Scale. *Tourism Management*, 21, 157-167.
- Galley, Georgina ve Clifton, Julian. (2004) The Motivational and Demographic Characteristics of Research Ecotourists: Operation Wallacea Volunteers in Southeast Sulawesi, Indonesia. *Journal of Ecotourism*, 3 (1), 69-82.
- Gardner, John. (2001). Accommodations. İçinde David B. Weaver (Edt.), *The Encyclopedia of Ecotourism* (ss.525-534). New York, UK: CABI Publishing.
- Garvin, David A. (1984). What Does "Product Quality" Really Mean?". *Sloan Management Review*, 26 (1), 25-43.
- Gheorghe, Alina ve Udrescu, Mircea Alecsandru. (2018). Management Model of Ecotourism Services Quality Analize. *Romanian Statistical Review*, 2, 119-136.
- Gil, S.M., Hudson, S. ve Quintana, T.A. (2006). The Influence of Service Recovery and Loyalty on Perceived Service Quality: A Study of Hotel Customers in Spain. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 14 (2), 47-68.
- Girgin, Göksel Kemal. (2013). *Kalite Yönetim Sistemleri ve Tüketicinin Korunması Duyarlılığı: İstanbul'daki 5 Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Uygulama*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Giritlioğlu, İbrahim. (2012). *Yiyecek İçecek Bölümlerinde İşgörenlerin ve Müşterilerin Hizmet Kalitesi Beklentisi ve Algıları: Termal Otellerde Bir Araştırma*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.

- Gökdeniz, A., Dinç, Y., Aşık, N.A., Münzer, L. ve Taşkı, H. (2009). Türkiye’de İç Turizm Kavramı ve İç Turizmde Önemli Bir Destinasyon Olan Ayvalık’ta Müşteri Arz ve Talebine Yönelik Ampirik Bir Araştırma Işığında Geliştirme Stratejileri. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12 (22), 216-231.
- Gömlüksüz, Mustafa. (2012). *Bölgesel İnovasyon Sistemleri ve Türkiye: İstatistikî Bölge Birimleri Sınıflandırması Düzey 2 Bölgeleri İnovasyon İndeksi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Graf, Albert ve Maas, Peter. (2008), Customer Value from a Customer Perspective: A Comprehensive Review. *Journal für Betriebswirtschaft*, 58 (1), 1-20.
- Green Globe. (2018). *Yeşil Küre 21 Üyesi Ülkeler*. <https://greenglobe.com/members/middle-east/#-8> adresinden 10 Aralık 2017’de alınmıştır.
- Grönroos, Christian. (1984). A Services Quality Model and its Marketing Implications. *European Journal of Marketing*, 18 (4), 36-44.
- Grundey, Dainora. (2008). Managing Sustainable Tourism in Lithuania: Dream or Reality?. *Technological and Economic Development*, 14 (2), 118-129.
- Guerrero, G.G, Perez, M.E.V. ve Ibarra, R.M. (2013). Community Involvement in The Assessment of the Importance of Sustainable Rural Tourism Indicators for Protected Areas: The Case of the Nevado De Toluca National Park in Mexico. *WIT Transactions on Ecology and the Environment*, 173, 417-428.
- Güçlü, İsmail. (2013). *İşletmelerin Uluslararasılaşma Sürecinde İhracat Stratejileri ve Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Malatya.
- Güdü, T., Uca, S. ve Özkul, E. (2017). 2017 Seyahat ve Turizm Rekabet Endeksi’ne Göre Türkiye’nin Çok Boyutlu Ölçeklendirme Analizi İle Değerlendirilmesi. *III. Turizm Şurası* (1-3 Kasım 2017), ss.66-79, Ankara.
- Gülüm, Kamile ve Torun, Fatma. (2009). Nemrut Dağı (Adıyaman) ve Civarının Ekoturizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi. *10. Ulusal Turizm Kongresi* (21-24 Ekim 2009), ss.111-124, Mersin Üniversitesi, Mersin.
- Gümüş, Sefer ve Göker, Emine Ünal. (2012). *Hizmet Kalitesinin Hizmet Performansına Etkisi: Bir Hastanede Uygulama*. (1. Baskı). İstanbul: Hiperlink Yayınları.
- Günaydın, Yusuf. (2014). *Konaklama İşletmelerinde İç ve Dış Müşteri Açısından Hizmet Kalitesinin ve Sadakatın Analizi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler, İzmir.
- Gündoğdu, Gürsel. (2017). On İki Aşamada Yerel Ölçekte/Destinasyon Bazında Sürdürülebilir Turizm Stratejisi İçin Bir Yol Haritası Önerisi. *III. Turizm Şurası* (1-3 Kasım 2017), ss.450-458, Ankara.

- Güneş, Gül. (2008). Turizmin Sürdürülebilirliği İçin Ekoturizm. *Popüler Bilim*, 15 (177), 28-32.
- Güngör Özkök, Ferah ve Çoban, Ömer. (2009). Ekoturizm mi Ekoterörizm mi?. 10. *Ulusal Turizm Kongresi* (21-24 Ekim 2009), ss.591-602, Mersin Üniversitesi, Mersin.
- Güremen, Lale ve Dede, Okan Murat. (2010). Yerel Yönetimlerin Turizm Sektörü İçindeki Önemi, Roller ve Görevleri. *Çağdaş Yerel Yönetimler*, 19 (4), 47-61.
- Gürler, Hasan Emin ve Erturgut, Ramazan. (2018). Hizmet Kalitesinin Müşteri Tatmini ve Ağızdan Ağıza İletişim Üzerindeki Etkisi: Havayolu Endüstrisinde Cinsiyet Temelli Bir Araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 10 (3), 229-253.
- Güripek, Ediz. (2013). *Turizm Destinasyonlarının Rekabet Gücünün Artırılmasında Stratejik Destinasyon Yönetimi: Çeşme Alaçatı Destinasyonu Üzerine Bir Uygulama*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Gürsoy, D., Uysal, M., Sirakaya-Türk, E., Ekinci, Y. ve Baloğlu, Ş. (2014). *Handbook of Scales in Tourism and Hospitality Research*. New York, UK: CAB International Publishing.
- Güven, Ebru Özlem. (2012). *Davranışsal Niyeti Etkileyen Hizmet Kalitesi Boyutları Açısından Tolerans Bölgelerinin Karşılaştırılması: Otel İşletmelerinde Bir Araştırma*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Güven, Ebru Özlem ve Sarıışık, Mehmet. (2014). Konaklama Hizmetlerinde Davranışsal Niyeti Etkileyen Hizmet Kalitesi Boyutları. *İşletme Bilimi Dergisi*, 2 (2), 21-51.
- Güzel, Neriman Gonca. (2006). *Yükseköğretimde Turizm Eğitimi ve Hizmet Kalitesi*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Güzel, Özlem. (2011). Türkiye’de İç Turizm Pazarı Analizi ve Pazarı Canlandırmaya Yönelik Alternatif Turizm Olanakları. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8 (16), 127-144.
- Güzel Şahin, Gonca. (2011). Üniversite Düzeyinde Turizm Eğitiminde Hizmet Kalitesi Beklenti ve Algısına Yönelik Ankara’da Bir Araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 3 (4), 49-65.
- Haberal, Hikmet. (2015). *Turizmde Alternatif Ekolojik Turizm-Doğa Turizmi-Kırsal Turizm-Yayla Turizmi*. (1. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Hacıfendioğlu, Şenol ve Koç, Ümit. (2009). Hizmet Kalitesi Algılamalarının Müşteri Bağlılığına Etkisi ve Fast-Food Sektöründe Bir Araştırma. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18 (2), 146-167.

- Hacıoğlu, N., Girgin, G.K. ve Tetik, N. (2011). İklim Değişikliğinin Sürdürülebilir Turizm Üzerine Etkileri ve Batı Karadeniz Bölgesi'ne Yönelik Bir Değerlendirme. 12. *Ulusal Turizm Kongresi* (30 Kasım-4 Aralık 2011), ss.371-384, Düzce Üniversitesi, Akçakoca.
- Halis, Muhsin. (2008). *Toplam Kalite Yönetimi*. (2. Baskı). Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Halis, M., Türkay, O. ve Akova, O. (2010). Turizm Sektörü İçin Toplam Kalite Yönetimi. İçinde Ş. Demirkol ve M. Halis (Edt.), *Turizm İşletmelerinde Toplam Kalite Yönetimi* (ss.37-108). İstanbul: Değişim Yayınları.
- Haraç, Özkul. (2015). Eko Müzecilik ve Ekoturizmin Destinasyon Sürdürülebilirliğine Etkisi: Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti Büyükkonuk Belediyesi Örneği. *I. Eurasia International Tourism Congress: Current Issues, Trends, and Indicators* (EITOC-2015) (28-30 Mayıs 2015), ss.726-736, Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Harman, Serhat. (2014). Sivil Toplum Kuruluşlarının Turizm Sistemindeki İşlevleri Üzerine Bir İnceleme. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11 (26), 343-360.
- Herbig, Paul ve O'Hara, Brad. (1997). Ecotourism: A Guide For Marketers. *European Business Review*, 97 (5), 231-236.
- Heung, Vincent C.S. ve Wong, M.Y. (1997). Hotel Service Quality in Hong Kong: A Study of Tourists' Expectations. *Journal of Vacation Marketing*, 3 (3), 264-271.
- Higham, James. (2007). Ecotourism: Competing and Conflicting Schools of Thought. İçinde James Higham (Edt.), *Critical Issues in Ecotourism: Understanding a Complex Tourism Phenomenon* (ss.1-20). UK: Elsevier Ltd.
- Higgins, Bryan R. (2001). Tour Operators. İçinde David B. Weaver (Edt.), *The Encyclopedia of Ecotourism* (ss.535-548). New York, UK: CABI Publishing.
- Ho, L-H., Feng, S-Y. ve Yen, T-M. (2014). Using Modified IPA to Improve Service Quality of Standard Hotel in Taiwan. *Journal of Service Science and Management*, 7, 222-234.
- Honey, Martha. (2008). *Ecotourism and Sustainable Development. Who Owns Paradise?*. (2nd Edition). Washington DC: Island Press.
- <http://cittaslowturkiye.org/>, Erişim Tarihi: 10 Temmuz 2018.
- <https://www.ekoturizmkoyleri.com/>, Erişim Tarihi: 12 Aralık 2017.
- <http://www.mavibayrak.org.tr>, Erişim Tarihi: 12 Temmuz 2018.
- [http://www.travelife.info/index\\_new.php?menu=about\\_travelife&lang=tr](http://www.travelife.info/index_new.php?menu=about_travelife&lang=tr), Erişim Tarihi: 15 Ocak 2017.
- <http://www.yesillenenoteller.com/projects/>, Erişim Tarihi: 14 Temmuz 2018.

- Hu, Wei. (2007). *Tour Guides and Sustainable Development: The Case of Hainan, China*. Unpublished PhD Thesis, University of Waterloo Philosophy in Geography, Waterloo, Ontario, Canada.
- Huang, C-C., Liang, W-Y., Tseng, T-L. (Bill) ve Wong, R-Y. (2015). A Rough Set-Based Corporate Memory for the Case of Ecotourism. *Tourism Management*, 47, 22-33.
- Hvenegaard, Glen Timothy. (2002). Using Tourist Typologies for Ecotourism Research. *Journal of Ecotourism*, 1 (1), 7-18.
- Hwang, Kumju ve Lee, Jieun. (2018). Antecedents and Consequences of Ecotourism). Behavior: Independent and Interdependent Self-Construals, Ecological Belief, Willingness to Pay for Ecotourism Services and Satisfaction with Life. *Sustainability*, 10 (3), 1-18.
- Işın, Alper. (2012). *Yerli ve Yabancı Turistlerin Otel İşletmelerinde Sunulan Hizmet Kalitesi Algılamalarının Müşteri Sadakati Üzerine Etkisi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Işın, Selahattin Murat. (2013). *Hizmet Kalitesinin Servqual Yöntemi ile Ölçülmesi ve Perakende Sektöründe Bir Uygulama*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- ITC (International Trade Centre) ve UNWTO (World Tourism Organization). (2015). *Tourism and Trade: A Global Agenda for Sustainable Development*. <http://www.intracen.org/publication/Tourism-and-Trade-A-Global-Agenda-for-Sustainable-Development/> adresinden 23 Eylül 2017'de alınmıştır.
- İçöz, O., Var, T. ve İlhan, İ. (2009). *Turizm Planlaması ve Politikası – Turizmde Bölgesel Planlama*. (2. Baskı). Ankara: Turhan Kitabevi.
- İkiz, Hasan Erdem. (2010). *Hizmet Kalitesi Modellerinin Karşılaştırılması Üzerine Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- İnce, Derya. (2018). Bölgesel Farklılığı Gidermenin Bir Aracı Olarak Yeşil Yol Projesi: Projenin Rize'ye Etkileri. *SAV Katkı*, (6), 32-49.
- İslamoğlu, Ahmet Hamdi. (2010). *Turizm Pazarlaması*. (1. Baskı). İstanbul: Beta Basım A.Ş.
- İstanbulu Dinçer, F., Uğurlu, K. ve Çakmak, T.F. (2014). Ekoturizm ve Gastronomi Turizminin Destinasyon Pazarlamasına Etkisi: Çorum Örneği. *Eko-Gastronomi Dergisi*, 1 (1), 19-35.
- İstanbulu Dinçer, F., Çakmak, Tolga F., Küçükali, S. ve Cor, C. (2015). Turizmin Uluslararası Boyutu. İçinde O. Akova, İ. Kızıllırmak ve H. Tanrıverdi (Edt.), *Turizm İşletmeciliği – Temel Kavramlar ve Uygulamalar* (ss.27-57). Ankara: Detay Yayıncılık.

- Jong, A.D., Wetzels, M. ve Ruyter, K.D. (2008). Linking Employee Perceptions of Collective Efficiency in Self-Managing Service Teams with Customer-Perceived Service Quality. *International Journal of Service Industry Management*, 19 (3), 353-378.
- Kafyri, A., Hovardas, T. ve Poirazidis, K. (2012). Determinants of Visitor Pro-Environmental Intentions on Two Small Greek Islands: Is Ecotourism Possible at Coastal Protected Areas?. *Environmental Management*, 50, 64-76.
- Kahraman, Nüzhet ve Türkay, Oğuz. (2014). *Turizm ve Çevre*. (6. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kahraman Yılmaz, Arzu. (2012). *Türkiye’de İç Turizmin Canlandırılması ve Pazarlanmasına Yönelik Çalışmalar: Ankara Şehir Markası İçin Bir Model Örneği*. Yayımlanmamış Uzmanlık Tezi, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Kalyon, Yeşim ve Kalyon, Levent. (2009). Ulusal Turizm Stratejisi (2023) ve Eylem Planı (2007- 2013) Üzerine Bir Analiz. 10. *Ulusal Turizm Kongresi* (21-24 Ekim 2009), ss.783-793, Mersin Üniversitesi, Mersin.
- Kamri, Thalany ve Radam, Alias. (2018). Motivation of Visiting Bako National Park. *Asian Journal of Quality of Life*, 3 (9), 123-131.
- Kandampully, Jay ve Suhartanto, Dwi. (2003). The Role of Customer Satisfaction and Image in Gaining Customer Loyalty in the Hotel Industry. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 10 (1/2), 3-25.
- Kang, Gi-Du. (2006). The Hierarchical Structure of Service Quality: Integration of Technical and Functional Quality. *Managing Service Quality: An International Journal*, 16 (1), 37-50.
- Kaplan, Sevgi. (2013). *Community Based Ecotourism for Sustainable Development in Eastern Black Sea Region an Evaluaion Through Local Communities Tourism Perception*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Karasar, Niyazi. (2013). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. (25. Basım). Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Karataş, Muhammed ve Vatansever, Nursen. (2001). Uluslararası Ekonomik ve Mali Kuruluşlar. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3, 1-26.
- Karunaratne, W.M.K.K. ve Jayawadena, L.N.A.C. (2010). Assessment of Customer Satisfaction in a Five Star Hotel-A Case Study. *Tourism Agricultural Research*, 21 (3), 258-265.
- Kasalak, Murad Alpaslan. (2015a). Ekolojik Otel Girişimcilerinin Eğitim Profili ve Ekoturizme Bakış Açıları: Muğla İli Araştırması. *I. Eurasia International Tourism Congress: Current Issues, Trends, and Indicators* (EITOC-2015) (28-30 Mayıs 2015), ss.74-84, Selçuk Üniversitesi, Konya.

- Kasalak, Murad Alpaslan. (2015b). Dünya'da Ekoturizm Pazarı ve Ekoturizm'in Ülke Gelirlerine Katkıları. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 2 (2), 20-26.
- Kasalak, Murad Alpaslan ve Demirdiken, Gizem. (2016). Ekoturizm Aktiviteleri Kapsamında Bisiklet Turizminin Yeri ve Önemi: Örnek Destinasyonlar ve Türkiye. *II. Ulusal Sürdürülebilir Turizm Kongresi* (28-30 Mayıs 2016), ss.358-373, Adrasan, Antalya.
- Kasalak, Murad Alpaslan ve Bahtiyar, Dilara. (2017). Ege ve Akdeniz Bölgelerini Seyahat Eden Ekoturistlerin Sosyo-Demografik Özellikleri ve Motivasyonları Üzerine Bir Araştırma. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10 (52), 1088-1096.
- Kavak, Melike. (2015). *Edremit Körfezi Kuzey Kıyılarında Yerel Halkın Ekoturizme Yönelik Bilinç Algısı ve Tutumları*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Çanakkale.
- Kaya, Ece. (2011). *Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Cunda (Alibey) Adası Turizm Yönetim Planı Modeli Önerisi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Kaymaz, Cihan ve Sezerel, Hakan. (2015). Ekonomi mi Ekoloji mi? Sürdürülebilir Turizmi Konumlandırmak. *Doğu Karadeniz Bölgesi Sürdürülebilir Turizm Kongresi* (14-16 Mayıs 2015), ss.189-200, Gümüşhane Üniversitesi, Gümüşhane.
- Kaypak, Şafak. (2010). Ekolojik Turizmin Sürdürülebilirliği. *Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 2 (2), 94-116.
- Kekeç, Dilge. (2008). *Hizmet Kalitesi Ölçümünde Servqual Ölçeği ve Otelcilik Sektöründe Bir Uygulama*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Keleş, M.Ç., Pelit, E., Keleş, Y. ve Pelit, N. (2015). Ekoturizmin Kırsal Kalkınmaya Etkisine Yönelik Yerel Halkın Algılamaları: İnece Ekoturizm Köyü Örneği. *Doğu Karadeniz Bölgesi Sürdürülebilir Turizm Kongresi* (14-16 Mayıs 2015), ss.466-475, Gümüşhane Üniversitesi, Gümüşhane.
- Kemerlioğlu, Mustafa. (2014). *Otel İşletmelerinde Müşterilerin Hizmet Beklentileri ve Memnuniyet (Tatmin) Düzeylerinin Değerlendirilmesine İlişkin Araştırma: Şifa Tur Örneği*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Türk Hava Kurumu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Kerstetter, D.L., Hou, J-S. ve Lin, C-H. (2004). Profiling Taiwanese Ecotourists Using a Behavioral Approach. *Tourism Management*, 25, 491-498.
- Keskin, Mehmet. (2013). *Konaklama İşletmelerinde İşgörenlerin Hizmet Kalitesi Algılamaları-Sinop İlinde Faaliyet Gösteren Konaklama İşletmelerine Yönelik Bir Uygulama*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.

- Keskin, Mehmet ve Kızıllırmak, İsmail. (2015). Sürdürülebilir Turizm Çerçevesinde Bölge Kalkınma Ajanslarınca Hazırlanan Bölge Planlarına Yönelik Bir İnceleme: DOKA Örneği. *Doğu Karadeniz Bölgesi Sürdürülebilir Turizm Kongresi* (14-16 Mayıs 2015), ss.166-176, Gümüşhane Üniversitesi, Gümüşhane.
- Keskin, Emrah ve Örgün, Emrah. (2015). Kelime İlişkilendirme Testi Aracılığıyla Sürdürülebilir Turizm Olgusunun Kavramsal Analizi: Ürgüp Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3 (1), 30-40.
- Khalid, S.N.A. ve Way, S.P.T. (2010). Towards Sustainability of Thailand Tourism Industry: Between Action Plans and Implementation. *Proceedings of Regional Conference on Tourism Research* (13-14 Aralık 2010), ss.16-25, Universiti Sains Malaysia, Penang, Malaysia.
- Khalid, S.N.A., George, R.A., Wahid, N.A., Amran, A. ve Abustan, I. (2010). Balancing Between Profitability and Conservation: The Case of an Ecotourism Resort in Malaysia. *Proceedings of Regional Conference on Tourism Research* (13-14 Aralık 2010), ss.123-135, Universiti Sains Malaysia, Penang, Malaysia.
- Khan, Maryam M. (1996). *ECOSERV: An Examination of the Service Quality Expectations of the Ecotourists*. Unpublished PhD Thesis, Virginia Polytechnic Institute and State University, Blacksburg, Virginia.
- Khan, Maryam. (2003). ECOSERV Ecotourists' Quality Expectations. *Annals of Tourism Research*, 30 (1), 109-124.
- Khan, Maryam M. ve Su, Kang Duk. (2003). Service Quality Expectations of Travellers Visiting Cheju Island in Korea. *Journal of Ecotourism*, 2 (2), 114-125.
- Kılıç, Burhan ve Eleren, Ali. (2009). Turizm Sektöründe Hizmet Kalitesi Ölçümü Üzerine Bir Literatür Araştırması. *Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 1 (1), 91-118.
- Kılıç, Burhan ve Bekar, Aydan. (2012). Üniversite Kampüsü İçerisinde Yiyecek İçecek Hizmeti Sunan İşletmelerin Hizmet Kalitesinin Değerlendirilmesi ve Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyetine Etkisi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 9 (3), 38-51.
- Kınacı, Bahar. (2011). Turizmde Sürdürülebilirlik. İçinde B. Kınacı, N. Albuz Pehlivan ve G. Seyhan (Edt.), *Turizm ve Çevre (Çevre Koruma)* (ss.79-106). Ankara: Pegem Akademi.
- Kısa Ovalı, Pınar ve Tachir, Gildis. (2015). Eko-Destinasyon Olarak Santorini ve Ekolojik Turizm Potansiyelleri. *Tasarım ve Kuram*, 20, 35-51.
- Kızıllırmak, İ., Kaya, F. ve Şişik, L. (2014). Kırsal Turizm Açısından Doğu Karadeniz Bölgesi'ndeki Konaklama İşletmelerinin İncelenmesi. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 4 (2), 26-36.

- Kim, H.J., McCahon, C. ve Miller, J. (2003). Assessing Service Quality in Korean Casual-Dining Restaurants Using DINESERV. *Journal of Foodservice Business Research*, 6 (1), 67-86.
- Kincaid, C., Baloglu, S., Mao, Z. ve Busser, J. (2010). What Really Brings Them back?: The Impact of Tangible Quality on Affect and Intention for Casual Dining Restaurant Patrons. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 22 (2), 209-220.
- Kiper, Tuğba. (2013). Role of Ecotourism in Sustainable Development. İçinde Murat Özyavuz (Edt.), *Advances in Landscape Architecture* (ss.773-802). Croatia: InTech Books.
- Kiper, T., Uzun, o. ve Topal, O.Ü. (2017). Rural Development Oriented Ecotourism Planning on Catchment Basin Scale: The Case of Pabuçdere and Kazandere Catchment Basins. *Journal of Agricultural Science and Technology*, 19, 293-305.
- Knutson, B., Stevens, P., Wullaert, C., Patton, M. ve Yokoyama, F. (1990). Lodgerv: A Service Quality Index for the Lodging Industry. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 14, 277-284.
- Koçan, Nurhan. (2011). Murat Dağı'nın Ekoturizm Potansiyelinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma. *Iğdır Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 1 (3), 69-75.
- Koçan, Nurhan. (2012). Ekoturizm ve Sürdürülebilir Kalkınma: Kızılcahamam-Çamlıdere (Ankara) Jeopark ve Jeoturizm Projesi. *Karadeniz Fen Bilimleri Dergisi*, 2 (6), 69-82.
- Koçoğlu, Pınar. (2008). *Ekoturizmin Sürdürülebilir Turizm Politikasındaki Yeri: Dünyadaki Ekoturizm Destinasyonlarının İncelenmesi*. Yayımlanmamış Uzmanlık Tezi, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Tanıtma Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Koçoğlu, Cenk Murat ve Aksoy, Ramazan. (2012). Hizmet Kalitesinin Servperf Yöntemi ile Ölçülmesi: Otobüs İşletmeleri Üzerinde Bir Uygulama. *Akademik Bakış Dergisi*, 29, 1-20.
- Kodaş, Davut. (2012). Yavaş Yiyecek ve Sürdürülebilir Turizm. IV. *Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi* (12-15 Nisan 2012), ss.346-357, Kemer, Antalya.
- Kontogeorgopoulos, Nick ve Chulikavit, Kittinoot. (2010). Supply-Side Perspectives on Ecotourism in Northern Thailand. *International Journal of Tourism Research*, 12, 627-641.
- Korkmaz, Halil. (2013). *Müşteri Memnuniyetinde Kano Modeli: Türkiye'deki Havayolu Yolcuları Örneği*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.

- Korkmaz, Mehmet ve Başkalkan, Sibel Nihal. (2011). Eğirdir Gölü ve Çevresinde Turizm Gelişiminin Sürdürülebilirliği Üzerine Değerlendirmeler. *SDÜ Orman Fakültesi Dergisi*, 12, 62-69.
- Kozak, N., Özel, Ç.H. ve Karagöz Yüncü, D. (2011). *Hizmet Pazarlaması*. (1. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak, N., Akoğlan Kozak, M.ve Kozak, M. (2014). *Genel Turizm* (İlkeler-Kavramlar). (Gözden Geçirilmiş 15. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Köroğlu, Özlem. (2015). Turizmin Çeşitli Kriterlere Göre Sınıflandırılması. İçinde Z. Aslan (Edt.), *Genel Turizm* (ss.111-178). Ankara: Grafiker Yayınları.
- Köroğlu, Ö., Köroğlu, A. ve Alper, B. (2012). Doğaya Dayalı Gerçekleştirilen Turizm Faaliyetleri İçerisinde Turist Rehberlerinin Rollerini Üzerine Bir İnceleme. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14 (22), 131-139.
- Köroğlu, Özlem ve Güzel, F. Özlem. (2013). Visitor Perceptions of the Role of Tour Guides in Natural Resource Management and Sustainable Tourism. *Romanian Economic and Business Review, Special Issue*, 69-80.
- Kurnaz, Alper. (2011). *Yiyecek İçecek İşletmelerinde Hizmet Kalitesinin Ölçümü: Marmaris Örneği*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.
- Kuşat, Nurdan. (2011). Turizm Sektöründe Küreselleşmenin Etkisi ve Rekabet Üstünlüğünün Sürdürülebilirliği. *12. Ulusal Turizm Kongresi* (30 Kasım-4 Aralık 2011), ss.32-41, Düzce Üniversitesi, Akçakoca.
- Kuşluvan, Zeynep ve Eren, Duygu. (2013). Türkiye’de İç Turizm Talebinin Yapısı ve Gelişimi. İçinde Ş. Çavuş, Z. Ege ve O. E. Çolakoğlu (Edt.), *Türk Turizm Tarihi – Yapısal ve Sektörel Gelişim* (2. Baskı) (ss.56-85). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kuter, Nazan. (2009). Korunan Alanlarda Ekoturizm ve Çevresel Etkileri. *10. Ulusal Turizm Kongresi* (21-24 Ekim 2009), ss.331-340, Mersin Üniversitesi, Mersin.
- Kuter, Nazan ve Ünal, H. Emre. (2009). Sürdürülebilirlik Kapsamında Ekoturizmin Çevresel, Ekonomik ve Sosyo-Kültürel Etkileri. *Kastamonu Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 9 (2), 146-156.
- Kutlu, Hüseyin Ali. (2007). Kaliteyi Algılamadaki Farklılıklar Üzerine Kafkas Üniversitesi Öğrencileri Arasında Bir Araştırma. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 21 (1), 247-262.
- Kutluay Tutar, Filiz. (2015). Yeşil Ekonomi, Yeşil Turizm: Türkiye’de Turizm Sektöründe Yeni Trend Yeşillenen Oteller Projesi. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3 (13), 328-352.
- Küçük, Orhan. (2016). *Toplam Kalite Yönetimi, Sınırsız İyileşme – EFQM Mükemmellik Modeli*. (Gözden Geçirilmiş 3. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.

- Küçükali, S., Kaya, F. ve Kızıllırmak, İ. (2017). Yerel Paydaşların Bakış Açısıyla Turizmde Yayla Evlerinin Kullanılması Yaklaşımı. *DOKAP Bölgesi Uluslararası Turizm Sempozyumu* (23-24 Ekim 2017 ), ss.348-360. Karadeniz Teknik Üniversitesi, Trabzon.
- Küçükaltan, Derman. (2007). Turizm Endüstrisinde Hizmet Kavramı. İçinde Ş. Gümüşoğlu, İ. Pınar, P. Akan ve A. Akbaba (Edt.), *Hizmet Kalitesi - Kavramlar, Yaklaşımlar ve Uygulamalar* (ss.29-37). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Küçükaltan, Gül. (2007). Hizmet Kalitesi Kavramına Genel Bir Yaklaşım ve Hizmet Kalitesinin Önemi. İçinde Ş. Gümüşoğlu, İ. Pınar, P. Akan ve A. Akbaba (Edt.), *Hizmet Kalitesi - Kavramlar, Yaklaşımlar ve Uygulamalar* (ss.57-71). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Küçükaltan, Derman ve Yılmaz, İbrahim Alpay. (2011). Sürdürülebilir Turizm Bağlamında Ekoturizmin İğneada Ölçeğinde Uygulanabilirliği. *12. Ulusal Turizm Kongresi* (30 Kasım-4 Aralık 2011), ss.157-167, Düzce Üniversitesi, Akçakoca.
- Küçükaslan, Nazife. (2007). *Özel İlgi Turizmi*. Bursa: Ekin Yayınevi.
- Kvasova, Olga. (2011). Socio-Demographic Determinants of Eco-Friendly Tourist Attitudes and Behaviour. *Tourism Today*, 11, 73-95.
- Kwan, P., Eagles, P.F.J. ve Gebhardt, A. (2010). Ecolodge Patrons' Characteristics and Motivations: A Study of Belize. *Journal of Ecotourism*, 9 (1), 1-20.
- Ladhari, Riadh. (2008). Alternative Measures of Service Quality: A Review. *Managing Service Quality: An International Journal*, 18 (1), 65-86.
- Lai, Ivan Ka Wai ve Hitchcock, Michael. (2017). Sources of Satisfaction with Luxury Hotels for New, Repeat and Frequent Travelers: A PLS Impact-Asymmetry Analysis. *Tourism Management*, 60,107-129.
- Laroche, M., Bergeron, J., ve Barbaro-Forleo, G. (2001) Targeting Consumers Who are Willing to Pay More for Environmentally Friendly Products. *Journal of Consumer Marketing*, 18 (6),503-520.
- Laws, Eric. (2000). Service Quality in Tourism Research. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 1 (1), 31-56.
- Lee, H., Lee, Y. ve Yoo, D. (2000). The Determinants of Perceived Service Quality and its Relationship with Satisfaction. *Journal of Services Marketing*, 14 (3), 217-231.
- Lee, L., Lee, M.J. ve Dewald, B. (2016). Measuring the Customers' Perception of Tangible Service Quality in the Restaurant Industry: An Emphasis on the Upscale Dining Segment. *Journal of Foodservice Business Research*, 19 (1), 21-38.
- Lehtinen, Uolevi ve Lehtinen, Jarmo R. (1991). Two Approaches to Service Quality Dimensions. *The Service Industries Journal*, 11 (3), 287-303.

- Liat, Cheng Boon ve Rashid, Zabid Abdul. (2011). A Study of Service Quality, Customer Satisfaction, Corporate Image and Customer Loyalty in the Hotel Industry in Malaysia. *International Research Conference and Colloquium*, <https://tr.scribd.com/doc/178076553/A-Study-of-Service-Quality-CustomerSatisfaction-Corporate-Image-and-Customer-Loyalty-in-the-Hotel-Industry-in-Malaysia> adresinden 20 Kasım 2017'de alınmıştır.
- Lindberg, K., Furze, B., Staff, M. ve Black, R. (1997). Ecotourism and Other Services Derived From Forests in the Asia-Pacific Region. *Asia-Pacific Forestry Sector Outlook Study Working Paper Series*, No: APFSOS/WP/24. <http://www.fao.org/3/a-w7714e.pdf> adresinden 15 Haziran 2017'de alınmıştır.
- Liu, C-H., Hong, C-Y. ve Li, J-F. (2013). The Determinants of Ecotourism Behavioral Intentions. *Global Journal of Business Research*, 7 (4), 71-84.
- Lorcu, Fatma. (2015). *Örneklerle Veri Analizi SPSS Uygulamalı*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Loureiro, Sandra Maria Correia ve Gonzalez, Francisco Javier Miranda. (2009). Perceived Quality in Rural Lodgings in Spain and Portugal: The RURALQUAL Scale. *Portuguese Journal of Management Studies*, 14 (1),33-52.
- Loureiro, Sandra Maria Correia ve Kastenholtz, Elisabeth. (2011). Corporate Reputation, Satisfaction, Delight and Loyalty Towards Rural Lodging Units in Portugal. *International Journal of Hospitality Management*, 30, 575-583.
- Lowman, Margaret D. (2004). Ecotourism and the Treetops. İçinde Margaret D. Lowman and H. Bruce Rinker (Edt.), *Forest Canopes* (Second Edition), (ss.475-485). China: Elsevier Academic Press.
- Lu, Weilin. (2011). *U.S. Ecotourists' Travel Experiences and Satisfaction Reported on the World Wide Web: A Case of Costa Rica Ecolodges*. Unpublished Masters' Thesis, The Graduate School of The University of Florida, Florida.
- Lu, C.C., Gürsoy, D. ve Chiappa, G.D. (2016). The Influence of Materialism on Ecotourism Attitudes and Behaviors. *Journal of Travel Research*, 55 (2) 176-189.
- Mackay, Kelly J. ve Crompton, John L. (1988). A Conceptual Model of Consumer Evaluation of Recreation Service Quality. *Leisure Studies*, 7 (1), 41-49.
- Markovic, Suzana ve Raspor, Sanja. (2010). Measuring Perceived Service Quality Using Servqual: A Case Study of the Croatian Hotel Industry. *Management*, 5 (3), 195-209.
- Markovic, S., Raspor, S. ve Segaric, K. (2010). Does Restaurant Performance Meet Customers' Expectations? An Assessment of Restaurant Service Quality Using a Modified Dineserv Approach. *Tourism and Hospitality Management*, 16 (2), 181-195.

- Markovic, S., Raspor, S. ve Komsic, J. (2013). Museum Service Quality Measurement Using The Histoqual Model. *2nd International Scientific Conference Tourism in Southern and Eastern Europe* (15-18 Mayıs 2013), ss.201-216, University of Rijeka, Opatija, Croatia.
- Markovic, S., Komsic, J. ve Dorcic, J. (2015). Measuring Service Quality in Croatian Restaurants: Application of Dineserv Scale. İçinde B. Grbac, D. Lončarić, J. Dlačić, V. Žabkar ve M. Grunhagen (Edt.), *Marketing Insights From a Changing Environment*, (ss.131-161). DOI: 10.13140/RG.2.1.4392.7129
- McKercher, Bob. (2001). The Business of Ecotourism. İçinde David B. Weaver (Edt.), *The Encyclopedia of Ecotourism* (ss.565-578). New York, UK: CABI Publishing.
- McLaren, Deborah. (2003). *Rethinking Tourism and Ecotravel*. (2nd Edition). USA: Kumarian Press, Inc.
- Mehmetoğlu, Mehmet. (2007). Nature-based Tourists: The Relationship Between their Trip Expenditures and Activities. *Journal of Sustainable Tourism*, 15 (2), 200-215.
- Mei, A.W.O., Dean, A.M. ve White, C.J. (1999). Analysing Service Quality in the Hospitality Industry. *Managing Service Quality*, 9 (2), 136-143.
- Meimand, S.E., Khalifah, Z. ve Hakemi, H.G. (2013). Expectation and Experience Gap for Japanese Travelers Visiting Malaysian Homestay, Utilizing Holiday Satisfaction Model. *Indian Journal of Science and Technology*, 6 (12), 5593-5599.
- Mercan, Şefik Okan. (2015). Turizm Politikasının Tanımı, Özellikleri ve Turizm Politikasını Oluşturan Elemanlar. İçinde D. Küçükaltan, H. Çeken ve Ş. O. Mercan (Edt.), *Değişik Perspektifleriyle Turizm Politikası ve Planlaması* (ss.1-10). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Meric, Havva J. ve Hunt, Judith. (1998). Ecotourists' Motivational and Demographic Characteristics: A Case of North Carolina Travelers. *Journal of Travel Research*, 36 (4), 57-61.
- Mısırdalı Yangil, Fulya. (2015). Kurumsal Sürdürülebilirlik Kapsamında Sürdürülebilirlik Raporlarına Yönelik İçerik Analizi: Türkiye'deki En Büyük 100 Sanayi İşletmesi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 7 (3), 356-376.
- Min, J.C.H. (2015). Guiding the Guides: Developing Indicators of Tour Guides' Service Quality. *Total Quality Management & Business Excellence*. <http://dx.doi.org/10.1080/14783363.2015.1060123> adresinden 20 Ekim 2017'de alınmıştır.
- Moisescu, Ovidiu I. ve Gica, Oana A. (2013). Servqual Versus Servperf: Modeling Customer Satisfaction and Loyalty as a Function of Service Quality in Travel Agencies. *Studia Ubb Oeconomica*, 58 (3), 3-19.

- Moreri-Toteng, Amanda B. (2007). *Variables Contributing to Satisfaction in Wildlife Tourism*. Unpublished Ph.D Thesis, University of the Free State Bloemfontein Faculty of Humanities (Department of Human Movement Science), Republic of South Africa.
- Muhanna, Emaad. (2006). Sustainable Tourism Development and Environmental Management for Developing Countries. *Problems and Perspectives in Management*, 4 (2), 14-30.
- Murphy, P., Pritchard, Mark P. ve Smith, B. (2000). The Destination Product and Its Impact on Traveller Perceptions. *Tourism Management*, 21, 43-52.
- Mutlu, Çiğdem. (2012). *Avrupa Birliği ve Türkiye Turizm Politikaları: Turizm Sektörünün Ekonomik Etkileri*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Düzce.
- Nadiri, Halil ve Hussain, Kashif. (2005). Diagnosing The Zone Of Tolerance For Hotel Services. *Managing Service Quality* 15 (3), 259-277.
- Naidoo, Krishna Murthi. (2012). *Tourist Service Quality Management in The Ecotourism Accommodation Sector of Kwazulu-Natal*. Unpublished PhD Thesis, the Faculty of Management Sciences at the Durban University of Technology, Durban.
- Najdeska, K. Angelevska ve Rakicevik, G. (2012). Planning of Sustainable Tourism Development. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 44, 210-220.
- Nazik, Lütfi. (2008). Mağara Turizmi. İçinde N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt (Edt.), *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi* (ss.295-318). Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Nazlı, Murak. (2016). Does Sustainability Matter? A Qualitative Study in Tourism Industry. *Journal of Yasar University*, 11 (44), 339-350.
- Neth, Baromey. (2008). *Ecotourism as a Tool for Sustainable Rural Community Development and Natural Resources Managemet in the Tonle Sap Biosphere Reserve*. Germany: Kassel University Press.
- Niefer, I.A., Silva, Joao C.G.L. da ve Amend, M. (2002) Analysis of the Visitors of Superagüi National Park, Brazil. *Current Issues in Tourism*, 5 (3-4), 208-221.
- Noorazlan, M., Aziz, A. ve Isa, S.S. (2015). Pilot Study on Participation in Outdoor Recreation Program Determine Perceived Service Quality in Ecotourism Services Among Tourists. *International Journal of Administration and Governance*, 1 (4), 128-133.
- Nowaczek, Agnes ve Smale, Bryan. (2010). Exploring the Predisposition of Travellers to Qualify as Ecotourists: The Ecotourist Predisposition Scale. *Journal of Ecotourism*, 9 (1), 45-61.
- Ocampo, L., Ebisa, J.A., Ombe, J. ve Escoto, M.G. (2018). Sustainable Ecotourism Indicators with Fuzzy Delphi Method – A Philippine Perspective. *Ecological Indicators*, 93, 874-888.

- Okumuş, Abdullah ve Asil, Hilal. (2007). Hizmet Kalitesi Algılamasının Havayolu Yolcularının Genel Memnuniyet Düzeylerine Olan Etkisinin İncelenmesi. *İ.Ü. İşletme Fakültesi İşletme Dergisi*, 36 (2), 7-29.
- Okumuş, Abdullah ve Duygun, Adnan. (2008). Eğitim Hizmetlerinin Pazarlanmasında Hizmet Kalitesinin Ölçümü ve Algılanan Hizmet Kalitesi ile Öğrenci Memnuniyeti Arasındaki İlişki. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8 (2), 17-38.
- Olalı, Hasan. (1990). *Turizm Politikası ve Planlaması*. İstanbul: Yön Ajans.
- Omiecuch, Joanna. (2014). The Ecotourism Network Between The Bug and Narew- The Example of The Regional Ecotourism Product in Poland. *9th International Conference: New Perspectives in Tourism and Hospitality* (25-27 Eylül 2014), ss.74-83, Burhaniye, Türkiye.
- Orams, Mark B. (2001). Types of Ecotourism. İçinde David B. Weaver (Edt.), *The Encyclopedia of Ecotourism* (ss.23-36). New York, UK: CABI Publishing.
- Öncü, M.A., Kutukız, D. ve Koçoğlu, C.M. (2010). Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi ve Bankacılık Sektöründe Bir Uygulama. *MUFAD Journal*, 45, 237-252.
- Öter, Zafer. (2001). *İç Turizmin Geliştirilmesinde Teşvik Seyahatlerinin Önemi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Özdoğan, Osman Nuri ve Gencer, Kansu. (2017). Turizm Endüstrisinin Genel Yapısı. İçinde A. Akbaba, Z. Öter, M.E. Güler ve V. Altıntaş (Edt.), *Turizm İşletmeciliği - Endüstriyel ve Yönetmel Boyutlar* (ss.17-36). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Özel, Çağır Hale. (2010). *Güdümlere Dayalı Yerli Turist Tipolojisinin Belirlenmesi: İç Turizm Pazarına Yönelik Bir Uygulama*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Özer, P.S. ve Özdemir, P.Ö. (2007). Hizmet Kavramı, Ekonomideki Yeri, Tanımı ve Özellikleri. İçinde Ş. Gümüsoğlu, İ. Pınar, P. Akan ve A. Akbaba (Edt.), *Hizmet Kalitesi - Kavramlar, Yaklaşımlar ve Uygulamalar* (ss.2-28). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Özer, L., Kazancı, Ş., Yılmazel, S.E., Şen Küpeli, T., Kuş Demiray, D., Ozanözgü, A.M., Yaylacı, A. ve Onuklu, N.N. (2016). *Hizmet Pazarlaması – Güncel Konu ve Yaklaşımlar*. İçinde L. Özer, T. Şen Küpeli ve A. Yaylacı (Edt.). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Özgen, Nurettin. (2010). Doğu Anadolu Bölgesi'nin Doğal Turizm Potansiyelinin Belirlenmesi ve Planlamaya Yönelik Öneriler. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 7 (2), 1407-1438.

- Özkan Yürük, E., Türksoy, A., Türksoy, S.S. ve Avcı, N. (2006). An Evaluation of Ecotourism Potential as a Tourism Product in Izmir. *Turk-Kazak International Tourism Conference* (20-26 Kasım 2006), ss.694-705, Akdeniz Üniversitesi, Antalya.
- Özkul, Emrah. (2007). SERVQUAL Kavramsal Çerçevesinde Turizm İşletmelerinde Hizmet Kalitesinin Geliştirilmesi. İçinde Ş. Gümüşoğlu, İ. Pınar, P. Akan ve A. Akbaba (Edt.), *Hizmet Kalitesi - Kavramlar, Yaklaşımlar ve Uygulamalar* (ss.124-145). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Özleyen, Eda ve Tepeci, Mustafa (2017). Manisa'ya Gelen Yabancı Turistlerin Hizmet Kalitesi ve Memnuniyet Algıları ile Tekrar Ziyaret Niyetlerinin Belirlenmesi. 18. *Ulusal Turizm Kongresi* (18-22 Ekim 2017), ss. 284-292, Mardin.
- Öztürk, Sevgi Ayşe. (2015). *Hizmet Pazarlaması – Kuram, Uygulama ve Örnekler*. (Genişletilmiş ve Güncellenmiş 14. Baskı). Bursa: Ekin Yayınevi.
- Öztürk, Yakup ve Şahbaz, R. Pars. (2018). Rekreatif Faaliyetlerin Algılanan Kalitesinin Destinasyon İmajına Etkisi: Ilgaz Dağı Milli Parkı Örneği. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11 (56), 1120-1130.
- Öztürk, Yüksel ve Seyhan, Kadir. (2005). Konaklama İşletmelerinde Sunulan Hizmet Kalitesinin Servqual Yöntemi ile Ölçülmesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 16 (2), 170-182.
- Öztürk Sözen, Muhteşem. (2007). 1982 Sonrasında Türkiye’de Uygulanan Turizm Politikalarının Çanakkale Turizmine Etkileri. *Sosyoekonomi*, 2, 63-88.
- Pandey, Diwakar ve Joshi, Pushpa Raj. (2010). Service Quality and Customer Behavioral Intentions: A Study in the Hotel Industry. *California Journal of Operations Management*, 8 (2), 72-81.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. ve Berry, L.L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49 (4), 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. ve Berry L.L. (1988). A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64 (1), 12-40.
- Parvin, A., Perveen, R. ve Afsana, J. (2014). Effect of Customers’ Satisfaction on the Development of Hospitality and Tourism Industry in Bangladesh with Special Reference to Hotel City Inn Limited, Khulna. *IOSR Journal of Business and Management*, 16 (11), 24-37.
- Pawitra, Theresia A. ve Tan, Kay C. (2003). Tourist Satisfaction in Singapore-A Perspective from Indonesian Tourists. *Managing Service Quality: An International Journal*, 13 (5), 399-411.

- Pelit, E., Baytok, A. ve Soybalı, H. (2015). Sürdürülebilir Turizm mi? Turizmde Sürdürülebilirlik mi? Kavramsal Bir Tartışma. *Doğu Karadeniz Bölgesi Sürdürülebilir Turizm Kongresi* (14-16 Mayıs 2015), ss.258-276, Gümüşhane Üniversitesi, Gümüşhane.
- Perera, Priyan ve Vlosky, Richard. (2013). How Previous Visits Shape Trip Quality, Perceived Value, Satisfaction, and Future Behavioral Intentions: The Case of Forest-Based Ecotourism in Sri Lanka. *International Journal of Sport Management Recreation & Tourism*, 11, 1-24.
- Petrick, James F. (2002). Development of a Multi-Dimensional Scale for Measuring the Perceived Value of a Service. *Journal of Leisure Research*, 34 (2), 119-134.
- Petrick, James F. (2004). The Roles of Quality, Value and Satisfaction in Predicting Cruise Passengers' Behavioural Intentions. *Journal of Travel Research*, 24 (2), 397-407.
- Pınar, İge. (2007). Kalite Kavramı ve Önemi. İçinde Ş. Gümüsoğlu, İ. Pınar, P. Akan ve A. Akbaba (Edt.), *Hizmet Kalitesi - Kavramlar, Yaklaşımlar ve Uygulamalar* (ss.38-56). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Polat, Ahmet Tuğrul. (2006). *Karapınar İlçesi ve Yakın Çevresi Peyzaj Özelliklerinin Ekoturizm Kullanımları Yönünden Değerlendirilmesi Üzerine Bir Araştırma*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Konya.
- Pop, Izabela Luiza ve Borza, Anca. (2016). Quality in Museums as a Way to Increase Sustainability. *European Journal of Sustainable Development*, 5 (3), 217-228.
- Poudel, Surya ve Nyaupane, Gyan P. (2013). The Role of Interpretative Tour Guiding in Sustainable Destination Management: A Comparison Between Guided and Nonguided Tourists. *Journal of Travel Research*, 52 (5), 659-672.
- Prabaharan, B., Arulraj, A. ve Rajagopal, V. (2008). Service Quality on Tourism: Application of Structural Equation Modeling. *Conference on Tourism in India-Challenges Ahead* (15-17 Mayıs 2008), ss.143-150, IIMK.
- Qu, H., Ryan, B. ve Chu, R. (2000). The Importance of Hotel Attributes in Contributing to Travelers' Satisfaction in the Hong Kong Hotel Industry. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 1 (3), 65-83.
- Raajpoot, Nusser A. (2002). TANGSERV: A Multiple Item Scale for Measuring Tangible Quality in Foodservice Industry. *Journal of Foodservice Business Research*, 5 (2), 109-127.
- Rahemtulla, Y. Gillian ve Wellstead, A. Matthew. (2001). *Ecotourism: Understanding Competing Expert and Academic Definitions*. Information Report, Nor-X-380, Canada. [http://nofc.cfs.nrcan.gc.ca/bookstore\\_pdfs/18729.pdf](http://nofc.cfs.nrcan.gc.ca/bookstore_pdfs/18729.pdf) adresinden 30 Ekim 2017'de alınmıştır.

- Ramseook-Munhurrun, P., Lukea-Bhiwajee, S.D. ve Naidoo, P. (2010). Service Quality in the Public Service. *International Journal of Management and Marketing Research*, 3 (1), 37-50.
- Randall, Carleigh ve Rollins, Rick B. (2009). Visitor Perceptions of the Role of Tour Guides in Natural Areas. *Journal of Sustainable Tourism*, 17 (3), 357-374.
- Reichel, A., Uriely, N. ve Shani, A. (2008). Ecotourism and Simulated Attractions: Tourists' Attitudes Towards Integrated Sites in a Desert Area. *Journal Of Sustainable Tourism*, 16 (1), 23-41.
- Reynolds, Paul C. ve Braithwaite, Dick. (2001). Toward a Conceptual Framework for Wildlife Tourism. *Tourism Management*, 22, 31-42.
- Rezaei, J., Kothadiya, O., Tavasszy, L. ve Kroesen, M. (2018). Quality Assessment of Airline Baggage Handling Systems Using SERVQUAL and BWM. *Tourism Management*, 66, 85-93.
- Rezazadeh, M.V., Yaghoubi, N-M. ve Nikoofar, M. (2011). Review of Sport Service Quality by SERVQUAL Model (A Case Study). *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 2 (12), 173-181.
- Ross, Sheryl ve Wall, Geoffrey. (1999). Ecotourism: Towards Congruence Between Theory and Practice. *Tourism Management*, 20, 123-132.
- Ruzic, Pavlo. (2012). Shaping of An Eco-Tourist Product on Traditional Bases of Living of Rural Istria. *Tourism & Hospitality Industry, Opatija*, 512-522. <https://search.proquest.com/docview/1438915146/fulltextPDF/DDABF828F2274066PQ/1?accountid=15410> adresinden 10 Şubat 2018'de alınmıştır.
- Ryan, C., Hughes, K. ve Chirgwin, S. (2000). The Gaze, Spectacle and Ecotourism. *Annals of Tourism Research*, 27 (1), 148-163.
- Ryu, Kisang ve Jang, SooCheong (Shawn). (2008). DINESCAPE: A Scale for Customers' Perception of Dining Environments. *Journal of Foodservice Business Research*, 11 (1): 2-22.
- Saayman, M., Martin, J.C. ve Roman, C. (2016). There is No Fuzziness When it Comes to Measuring Service Quality in National Parks. *Tourism Economics*, 22 (6), 1207-1224.
- Saçılık, Melahat Yıldırım ve Çevik, Samet. (2014). Çevreye Duyarlı Otelcilik Kapsamında Yeşil Yıldız Uygulaması: Antakya Güngör Ottoman Palace Örneği. *9th International Conference: New Perspectives in Tourism and Hospitality* (25-27 Eylül 2014), ss.404-414, Burhaniye, Türkiye.
- Said, A., Jaddil, N.E.F ve Ayob, N. (2009). An Assessment of Service Quality in National Parks: A Case Study of Gunung Gading National Park, Sarawak. *ICFAI Journal of Environmental Economics*, 7 (2), 74-88.

- Said, A., Shuib, A., Ayob, N. ve Yaakub, F. (2013). An Evaluation of Service Quality from Visitors' Perspectives: The Case of Niah National Park in Sarawak. *International Journal of Business and Society*, 14 (1), 61-78.
- Salem, M. Mona ve El-Shimy, Hisham Galal. (2012). Sustainable Tourism Within an Eco-City Context: Analytical Study for The Master Plan of Siwa City, Egypt. *WIT Transactions on Ecology and The Environment*, 165, 3-14.
- Saltık, Nejla. (2013). *Çanakkale Kara Menderes Vadisi Araplar Boğazı Kesiminin Ekoturizm Planlaması Açısından Değerlendirilmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale.
- Sandhu, H.S. ve Bala, Neetu. (2011). Customers' Perception Towards Service Quality of Life Insurance Corporation of India: A Factor Analytic Approach. *International Journal of Business and Social Science*, 2 (18), 219-231.
- Sapari, M.S., Shuib, A., Ramachandran, S. ve Afandi, S.H.M. (2013). Visitors' Satisfaction Towards Service and Facilities in Kilim Karst Geoforest Park, Langkawi. *Journal of Applied Economics and Business*, 1 (4), 25-42.
- Sarıbaş, Ö., Kömürcü, S. ve Güler, M.E. (2015). Yavaş Şehirlerde Yaşayan Gençlerin Çevre ve Sürdürülebilir Kalkınma Algıları Seferihisar Örneği. *Doğu Karadeniz Bölgesi Sürdürülebilir Turizm Kongresi* (14-16 Mayıs 2015), ss.301-310, Gümüşhane Üniversitesi, Gümüşhane.
- Sarkım, Mustafa. (2014). Turistik Ürün Çeşitlendirmesinde Sürdürülebilirlik. İçinde A. Timur (Edt.), *Turistik Ürün Politikası* (ss.278-296). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Sato, S., Gipson, C., Todd, S. ve Harada, M. (2018). The Relationship Between Sport Tourists' Perceived Value and Destination Loyalty: An Experience-Use History Segmentation Approach. *Journal of Sport & Tourism*, 22 (2), 173-186.
- Sav, Şule. (2008). *Toplam Kalite Yönetiminde Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyeti Üzerine Etkisi ve Eskişehir Yunus Emre Yurt Müdürlüğü'nde Bir Uygulama*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.
- Serçek, Sadık ve Özaltaş, Gülseren. (2012). Hizmet Kalitesi Ölçümünde SERVPERF Analizi ve Bankacılık Okulunda Bir Uygulama. IV. *Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi* (12-15 Nisan 2012), ss.499-519, Kemer, Antalya.
- Serengil, Melih. (2005). Ekoturizm ve Türkiye'deki Seyahat Acentalarının Ekoturizm Etkinlikleri. 1. *Bursa Turizm Sempozyumu* (30 Eylül-2 Ekim 2005), ss.287-295, Bursa.
- Seyhan, Güneş. (2011). Turizm ve Yeşil Pazarlama Stratejileri. İçinde B. Kınacı, N. Albuz Pehlivan ve G. Seyhan (Edt.), *Turizm ve Çevre (Çevre Koruma)* (ss.139-159). Ankara: Pegem Akademi.

- Sezen, I., Yılmaz, S. ve Akpınar Külekçi, E. (2012). Ekoturizm İçin Öneri Alanlarıyla Bayburt. *KSÜ Doğa Bilimleri Dergisi, Özel Sayı*, 55-61.
- Shahzadi, M., Malik, S.A. Ahmad, M. ve Shabbir, A. (2018) Perceptions of Fine Dining Restaurants in Pakistan: What Influences Customer Satisfaction And Behavioral Intentions?. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 35 (3), 635-655.
- Sheena, B., Mariapa, M. ve Aziz, A. (2015). Characteristics of Malaysian Ecotourist Segments in Kinabalu Park, Sabah. *Tourism Geographies: An International Journal of Tourism Space, Place and Environment*, 17 (1), 1-18.
- Shengelbayeva, Medina. (2009). *Konaklama İşletmelerinde Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyetine Etkisi: Kiriş (Antalya) Örneği*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Shi, Jing-Hua ve Su, Qiang. (2007). *Evaluation of Hotel Service Quality Based on Customer Satisfaction*. <http://ieeexplore.ieee.org/stamp/stamp.jsp?arnumber=04280099&tag=1> adresinden 10 Kasım 2017'de alınmıştır.
- Shoemaker, Stowe ve Lewis, Robert C. (1999). Customer Loyalty: the Future of Hospitality Marketing. *Hospitality Management*, 18, 345-370.
- Silahşör, Önder. (2011). *Türkiye'nin Tanıtımında İç Turizme Önem Verilmesi: Yurtdışı Örneklerinin Analizi*. Yayımlanmamış Uzmanlık Tezi, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Tanıtma Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Sima, Elena. (2017). The Ecotourism in Dobrudgea's Rural Area - Realities and Perspectives. *Scientific Papers Series Management, Economic Engineering in Agriculture and Rural Development*, 17 (4), 311-320.
- Singh, Monika. (2018). Sustainable Development of Tourism in Uttarakhand, (India). *International Journal of Academic Research and Development*, 3 (2), 828-831.
- Sirakaya, Ercan ve Woodside, Arch G. (2005). Building and Testing Theories of Decision Making by Travellers. *Tourism Management*, 26, 815-832.
- Sirakaya, E., Jamal, T.B. ve Choi, H-S. (2001). Developing Indicators for Destination Sustainability. İçinde David B. Weaver (Edt.), *The Encyclopedia of Ecotourism* (ss.411-432). New York, UK: CABI Publishing.
- Sönmez, Süleyman. (2008). Botanik Turizmi. İçinde N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt. *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi* (ss.163-187). Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Sonuç, Nil. (2014). Sürdürülebilir Turizm: Tanımı ve İçeriği. İçinde M. Kozak (Edt.), *Sürdürülebilir Turizm, Kavramlar - Uygulamalar* (ss.13-28). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Stefan, Petrica. (2018). New Challenges for Tourism Management and Marketing - Ecotourism in Romania. *27th International Scientific Conference on Economic and Social Development*, (1-2 Mart 2018), ss.225-232, Roma.

- Stevens, P., Knutson, B. ve Patton, M. (1995). DINESERV: A Tool for Measuring Service Quality in Restaurants. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 36 (2), 56-60.
- Sunarti ve Hartini, Sri. (2015). The Influence of Functional Destinations Image and Psychological Destinations Image Toward the Behavioral Intentions on Ecotourism of Foreign Tourists in Lombok. *International Review of Management and Business Research*, 4 (3), 621-632.
- Surat, H., Yılmaz, H. ve Surat, B.Z. (2015). Yusufeli ve Yakın Çevresinin Ekoturizm Kullanım Potansiyeli Üzerine Bir Araştırma. *Eastern Geographical Review*, 20 (34), 61-88.
- Swarbrooke, John. (1999). *Sustainable Tourism Management*. (2nd Edition). London: CABI Publishing.
- Şahin, Bayram ve Şahin, Seda. (2009). Ekoturizm Alanı Olarak Kazdağları ve Darıdere Örneği. 10. *Ulusal Turizm Kongresi* (21-24 Ekim 2009), ss.1219-1238, Mersin Üniversitesi, Mersin.
- Şen Özdemir, Meltem. (2014). *Turizmde Tüketici Motivasyonlarının Konaklama Tipi Seçimine Etkisi: Didim (Altınkum) Örneği*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.
- Şenel, S. Alpagut. (2007). Turizm Sektöründe Yatırım Kararları. *Selçuk Üniversitesi Karaman İ.İ.B.F. Dergisi*, 12 (9), 1-12.
- Şenol, Fazlı. (2008). Kamp ve Karavan Turizmi. İçinde N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt. *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi* (ss.481-499). Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Şenol, Fazlı. (2016). *Türkiye Turizm Coğrafyası ve Dünya Kültürel Mirası*. (5. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Şimşek, Hasan. (2013). *Toplam Kalite Yönetimi – Kuram, İlkeler, Uygulamalar*. (2. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Şimşek, Muhittin. (2006). *Toplam Kalite Yönetiminde Başarının Anahtarı İnsan Faktörü*. (2. Baskı). İstanbul: Babiali Kültür Yayıncılık.
- Tabaku, Elvira ve Cerri, Shpetim. (2016). An Assessment of Service Quality and Customer Satisfaction in the Hotel Sector. *23rd International Congress Tourism & Hospitality Industry, Trends and Challenges* (28-29 Nisan 2016), ss.480-489, University of Rijeka, Opatija, Croatia.
- Tefera, Orthodox ve Govender, Krishna. (2016). From SERVQUAL to HOTSPERF: Towards the Development and Validation of an Alternate Hotel Service Quality Measurement Instrument. *African Journal of Hospitality Tourism and Leisure*, 5 (4), 1-17.

- Tefera, Orthodox ve Migiro, Stephen. (2017). The Relationship Between Demographic and Tripographic Factors and Customers' Expectation, Perception and Service Quality: A Case of Star Rated Hotel Guests in Ethiopia. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 6 (4), 1-20.
- Tefera, Orthodox ve Migiro, Stephen. (2018). Service Quality and Hotel Ratings: Comparing the Ratings by the Hotel Owners, Government Authority, Online Travel Agents and Customers. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 7 (2), 1-17.
- Tekin, M., Kasalak, M.A. ve Öztürk, A. (2014). Sürdürülebilir Turizm Çeşidi Olarak Ekoturizm: Beyşehir ve Çevresi Ekoturizm Kaynakları Uygulaması. *III. Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi* (04-05 Nisan 2014), ss.618-627, Kuşadası, Aydın.
- Tetik, Nuray. (2012). *Turist Rehberlerinin Ekoturizm Alanındaki Yeterlilikleri: Doğu Karadeniz Örneği*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Torres-Sovero, C., Gonzales, J.A., Martin-Lopez, B. ve Kirkby, C.A. (2012). Social-Ecological Factors Influencing Tourist Satisfaction in Three Ecotourism Lodges in the Southeastern Peruvian Amazon. *Tourism Management*, 33, 545-552.
- Tribe, John ve Snaith, Tim. (1998). From Servqual to Holsat: Holiday Satisfaction in Varadero, Cuba. *Tourism Management*, 19 (1), 25-34.
- Tsang, Nelson ve Qu, Hailin. (2000). Service Quality in China's Hotel Industry: A Perspective from Tourists and Hotel Managers. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 12 (5), 316-326.
- TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu). (2017). *Turizm İstatistikleri*. [http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt\\_id=1072](http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1072) adresinden 5 Ocak 2017'de alınmıştır.
- Tuna, Muammer. (2007). *Turizm, Çevre ve Toplum (Marmaris Örneği)*. (2. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Tuna, Muammer. (2011). Social and Environmental Impacts of Tourism Development in Turkey. İçinde M. Kozak and N. Kozak (Edt.), *Sustainability of Tourism* (ss.1-16). UK: Cambridge Scholars Publishing.
- Tuna, Muammer. (2015). Bafa Gölü Havzasında Toplum Destekli Ekoturizm Faaliyetlerinin Belirlenmesi. <http://bafaekoturizm.com/images/bafa-ekoturizm/proje-sonuclari/bafa-proje-raporu.pdf> adresinden 13 Eylül 2017'de alınmıştır.
- Turan, Çağdaş ve Özdemir Güzel, Serap. (2015). Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Ayı-İnsan Çatışmasını Engellemeye Yönelik Bir Öneri: Ayı Gözlemciliği. *Doğu Karadeniz Bölgesi Sürdürülebilir Turizm Kongresi* (14-16 Mayıs 2015), ss.530-541, Gümüşhane Üniversitesi, Gümüşhane.

- Turpcu, Eray. (2017). *Hizmet Kalitesi ve Seyahat Engelleri Algısı İle Müşteri Memnuniyeti ve Destinasyon Sadakati Algısı Arasındaki İlişkinin Ekoturizm Yöresinde İncelenmesi: Uzungöl'ü Ziyaret Eden Yabancı Turistler Üzerine Bir Uygulama*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- TÜRÇEV (Türkiye Çevre Eğitim Vakfı). (2018). *Yeşil Anahtar Programı*. [http://www.turcev.org.tr/V2/icerikDetay.aspx?icerik\\_id=31](http://www.turcev.org.tr/V2/icerikDetay.aspx?icerik_id=31) adresinden 10 Aralık 2017'de alınmıştır.
- Türegün, Nida ve Yiğitbaş, Katrin. (2016). Yeşil Anahtar Programının Sürdürülebilir Turizm Açısından Değerlendirilmesi. *II. Ulusal Sürdürülebilir Turizm Kongresi* (28-30 Nisan 2016), ss.56-68, Adrasan, Antalya.
- Türk, Zeynep. (2009). Denetim Firmalarının Sunduğu Hizmet Kalitesi, Müşteri Tatmini ve Sadakati: Servperf Ölçeği. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18 (1), 399-416.
- Türker, Nuray. (2013). Batı Karadeniz Bölümü Ekoturizm Kaynaklarının Değerlendirilmesi ve Bir Ekoturizm Rotası Önerisi. *The Journal of Academic Social Science Studies, International Journal of Social Science*, 6 (4), 1093-1128.
- Türkiye Turizm Stratejisi 2023. (2007). <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/Eklenti/906,tstratejisi2023pdf.pdf?0> adresinden 10 Eylül 2016'da alınmıştır.
- Türksoy, Adnan ve Özkan Yürük, Esin. (2008). Özel İlgi Turizmi. İçinde N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt. *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi* (ss.255-273). Ankara: Nobel Yayıncılık.
- TÜROB (Türkiye Otelciler Birliği). (2017). *Greening Hotel Sertifikası*. <http://www.turob.com/greening/index.html> adresinden 15 Kasım 2017'de alınmıştır.
- Uğurlu, Kaplan ve Çakmak, Tolga Fahri. (2015). Turizm Eğitim Politikaları ve Türk Turizm eğitimindeki Sorunlar. İçinde D. Küçükaltan, H. Çeken ve Ş. O. Mercan (Edt.), *Değişik Perspektifleriyle Turizm Politikası ve Planlaması* (ss.85-106). Ankara: Detay Yayıncılık.
- UNWTO (World Tourism Organization). (2013). *Sustainable Tourism for Development Guidebook, Enhancing Capacities for Sustainable Tourism for Development in Developing Countries*. <http://icr.unwto.org/content/guidebook-sustainable-tourism-development> adresinden 25 Eylül 2016'da alınmıştır.
- Uçar, M., Çeken, H. ve Ökten, Ş. (2010). *Kırsal Turizm ve Kırsal Kalkınma (Fethiye Örneği)*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ural, Ayhan ve Kılıç, İbrahim. (2013). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS İle Veri Analizi*. (Gözden Geçirilmiş ve Yenilenmiş 4. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.

- Uslu, A., Akay, B. ve Ünal, A. (2013). Hizmet Kalitesinin Ekoserv Yöntemi İle Ölçülmesi: Fethiye Kelebekler Vadisinde Bir Araştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 10 (1), 54-70.
- Usta, Öcal. (2014). *Turizm (Genel ve Yapısal Yaklaşım)*. (4. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ünlüöner, Kurban ve Çimen, Hürriyet. (2011). Destinasyon Kalitesi: İkinci Konut Sakinleri Örneği. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 10 (35), 353-369.
- Ünlüöner, K., Kızanlık, M.M. ve Arslan, E. (2011). Otel İşletmelerindeki Eko-Etiket ve Sistem Yönetim Belgelerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. 12. *Ulusal Turizm Kongresi* (30 Kasım-4 Aralık 2011), ss.446-457, Düzce Üniversitesi, Akçakoca.
- Ünüvar, Şafak ve Aydın, Melih. (2017). Ekoturizm Destinasyonlarında Hizmet Kalitesinin ECOSERV ile Ölçülmesi: Türkiye'deki Kıyı Bölgelerine Yönelik Bir Araştırma. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1 (Özel Sayı:3), 1-15.
- Wadawi, J.K., Herbst, F.J. ve Bresler, N.C. (2011). Normative Versus Perceptual Gap Analysis of Hotel Product Quality as a Service to Tourism in Kenya. *Chinese Business Review*, 10 (2), 1091-1105.
- Wearing, Stephen ve Neil, John. (2009). *Ecotourism: Impacts, Potentials and Possibilities?*. (2nd Edition). UK: Buitenwort-Heinemann.
- Weaver, David B. (2001). Ecotourism in the Context of Other Tourism Types. İçinde David B. Weaver (Edt.), *The Encyclopedia of Ecotourism* (ss.73-84). New York, UK: CABI Publishing.
- Weiler, Betty ve Ham, Sam H. (2001). Tour Guides and Interpretation. İçinde David B. Weaver (Edt.), *The Encyclopedia of Ecotourism* (ss.549-564). New York, UK: CABI Publishing.
- Wiberg, Dustin S. (2009). *Development of a Survey Measuring Visitor Satisfaction and Service Quality of Cultural and Natural Sites in Belize*. Unpublished Masters' Thesis, Utah State University, Logan, Utah.
- Wight, Pamela A. (2001). Ecotourists: Not a Homogeneous Market Segment. İçinde David B. Weaver (Edt.), *The Encyclopedia of Ecotourism* (ss.37-62). New York, UK: CABI Publishing.
- Wong, Antony ve Guillet, Başak Denizci. (2018). Value of a Hotel Stay: A Case Study in Hong Kong. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 23 (8), 780-791.
- Wood, Megan Epler. (2002). *Ecotourism: Principles, Practices and Policies for Sustainability*. (First Edition). USA: United Nations Publication.

- Wu, Hung-Che ve Ko, Yong Jae. (2013) Assessment of Service Quality in the Hotel Industry. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 14 (3), 218-244.
- Wu, Hung-Che ve Mohi, Zurinawati. (2015). Assessment of Service Quality in the Fast-Food Restaurant. *Journal of Foodservice Business Research*, 18 (4), 358-388.
- Wu, Shou-Tsung ve Chen, Yeong-Shyang. (2018). Local Intentions to Participate in Ecotourism Development in Taiwan's Atayal Communities. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 16 (1), 75-96.
- Yakut Aymankuy, Şimal. (2005). *Turizm Sektöründe Sendikalaşma ve Hizmet Kalitesi İlişkisi (Otel İşletmelerinde Bir Uygulama)*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Yalçınalp, Emrah. (2005). *Trabzon'da Bazı Turizm Merkezleri Ölçeğinde Yayla Turizminin Ekoturizm Kapsamında İncelenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Trabzon.
- Yalçınalp, Emrah. (2010). *Uzungöl Özel Çevre Koruma Bölgesi'nin Biyotop Haritalaması ve Ekoturizm Açısından Değerlendirilmesi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Trabzon.
- Yalçınalp, Emrah ve Var, Mustafa. (2009). Ekoturizmde Yerel Halkın Önemi. 10. *Ulusal Turizm Kongresi* (21-24 Ekim 2009), ss.351-363, Mersin Üniversitesi, Mersin.
- Yalçınkaya, Şener. (2010). *Yerel Yönetimlerde Stratejik Planlama ve Stratejik Yönetim Üzerine Beykoz Belediyesi Örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Yamada, Naoko. (2011). Why Tour Guiding is Important for Ecotourism: Enhancing Guiding Quality with the Ecotourism Promotion Policy in Japan. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 16 (2), 139-152.
- Yavuz, Cevit. (2015). Turizmde Sürdürülebilirlikte Halkla İlişkiler Çalışmalarının Önemi. *Doğu Karadeniz Bölgesi Sürdürülebilir Turizm Kongresi* (14-16 Mayıs 2015), ss.72-81, Gümüşhane Üniversitesi, Gümüşhane.
- Yavuz, Melek. (2011). *Afyonkarahisar-Sandıklı İlçesi Akdağ Tabiat Parkı'nın Ekoturizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar.
- Yazıcı, K., Aslan, B.G. ve Ankaya, F. (2017). Potential of Rural Tourism and Ecotourism and SWOT Analysis: Case of Başkale (Van, Turkey) and Its Surroundings. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Özel Sayı 3*, 132-145.
- Yazıcıoğlu, Yahşi ve Erdoğan, Samiye. (2014). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. (Yenilenmiş 4. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.

- Yekanielibeiglou, Sepideh. (2015). *The Influence of Dinescape on Emotions and Behavioral Intentions of Customers: An Upscale Restaurant Setting*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Bilkent Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Yeşilyurt, Cem. (2011). *Otel İşletmelerinin Yiyecek-İçecek Bölümlerinde Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi: Adıyaman İlinde Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Yıldırım, Özlem. (2005). *Termal Turizm İşletmelerinde Müşteri Sadakati ve Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Yıldız, Oğuz. (2011). *Hizmet Kalitesinin Ölçülenmesi ve Havayolu Yolcu Taşımacılığı Sektöründe Karşılaştırmalı Uygulanması*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Yıldız, Oğuz ve Erdil, T. Sabri. (2013). Türkiye Havayolu Yolcu Taşımacılığı Sektöründe Hizmet Kalitesinin Karşılaştırmalı Ölçülenmesi. *Öneri*, 10 (39), 89-100.
- Yıldız, S. Banu ve Kılıç, S. Nazmiye. (2016). Alman Turistlerin Çevre Bilinci ve Çevre Dostu Otel (Yeşil Otel) Algısının Davranışsal Niyetleri Üzerindeki Etkisi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9 (43), 2614-2623.
- Yıldız, Sebahattin ve Yıldız, Sevda Eliş. (2011). Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyetine Etkisi: Kars'taki Devlet ve Üniversite Hastanelerinde Bir Araştırma. *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi*, 6 (2), 125-140.
- Yılmaz, Burcu Selin. (2005). Sürdürülebilirlik Kapsamında Turizm-Çevre Etkileşimi. *1. Bursa Turizm Sempozyumu* (30 Eylül-2 Ekim 2005), ss.263-273, Bursa.
- Yılmaz, E., Ok, K. ve Okan, T. (2004). *Ekoturizm Planlamasında Katılımcı Yaklaşımla Etkinlik Seçimi: Cehennemdere Vadisi Örneği*. Çevre ve Orman Bakanlığı Yayın No: 237, DOA Yayın No: 30, Tarsus.
- Yılmaz, İbrahim. (2007). *Otel İşletmelerinde Hizmet Kalitesinin Müşteriler ve Yöneticiler Açısından Ölçülmesi: İzmir Örneği*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Yılmaz, İbrahim. (2011). Müze Ziyaretçilerinin Hizmet Kalitesi Algılamaları: Göreme Açık Hava Müzesi Örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 22 (2), 183-193.
- Yılmaz, Ö. Devrim. (2006). A Decision Between Rise and Decline: Sustainable Development of Tourism as an Answer to Tourism's Future. *Türk-Kazak International Tourism Conference* (20-26 Kasım 2006), ss.575-591, Akdeniz Üniversitesi, Antalya.
- Yılmaz, Veysel ve Filiz, Zeynep. (2007). Servqual Yöntemiyle Yükseköğretimde Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7 (1), 299-316.

- Young, J.Y., Meterko, M.M., Mohr, D., Shwartz, M. ve Lin, H. (2009). Congruence in the Assessment of Service Quality Between Employees and Customers: A Study of a Public Health Care Delivery System. *Journal of Business Research*, 62, 1127-1135.
- Yusof, N-A., Rahman, F.A., Jamil, M.F.C., ve Iranmanesh, M. (2014). Measuring the Quality of Ecotourism Services: Case Study–Based Model Validation. *SAGE Open*, 4 (2), 1-9.
- Yussof, I., Bahauddin, A. ve Mohamed, B. (2012). Tourist Evaluation on The Food Experience in Tourism: Case Study in Terengganu. *International Conference on Business and Economic Research (3rd ICBER 2012) Proceeding* (12-13 Mart 2012), ss.2561-2576, Bandung, Indonesia.
- Yükselen, Cemal. (2013). *Pazarlama (İlkeler-Yönetim-Örnek Olaylar)*. (Gözden Geçirilmiş 10. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Zaman, M., Birinci, S. ve Kaymaz, Ç.K. (2017). Dağ ve Yayla Turizminin Doğu Karadeniz Turizmi İçin Önemi. *DOKAP Bölgesi Uluslararası Turizm Sempozyumu* (23-24 Ekim 2017 ), ss.429-437. Karadeniz Teknik Üniversitesi, Trabzon.
- Zamri, M.T., Jamin, A. ve Akhuan, N.H. (2015). Modelling Importance Performance Analysis (IPA) to Improve Service Quality Of Luxury Hotels. İçinde S. A. Jamal, S. M. Radzi, N. Sumarjan, C. T. Chik ve M. F. S. Bakhtiar (Edt.), *Innovation and Best Practices in Hospitality and Tourism Research* (ss.53-56). London, UK: CRC Press.
- Zengin, Burhanettin. (2008). Yayla Turizmi. İçinde N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt. *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi* (ss.137-162). Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Zengin, Burhanettin ve Yamaç, Zeynep. (2014). Yerel Yönetimlerin Sürdürülebilir Turizme Bakış Açısı ve Uygulamaları: Sakarya Örneği. *XIII. Geleneksel Turizm Paneli* (11 Nisan 2014), İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Zyl, Hendrik Johannes Christoffel Van. (2017). *Modelling the Determinants of the Business Performance of Small and Micro Accommodation Enterprises in the Formal Sector in South Africa*. Unpublished PhD Thesis, Stellenbosch University Doctor of Philosophy in Business Management and Administration, South Africa.
- III. Turizm Şurası Komisyon Raporu. (2017a). *Turizmde Ürün Çeşitliliği ve Sürdürülebilirlik Komisyonu*, Raportörler: B. Tezcan, E. Durmaz ve M. Bostancı. Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı.
- III. Turizm Şurası Komisyon Raporu. (2017b). Yerel Yönetimler ve Turizm Komisyonu, Raportörler: N. Arıkan, S. Bağlı Biçer. Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı.
- III. Turizm Şurası Komisyon Raporu. (2017c). Turizm Politikaları Komisyonu, Raportörler: A. Metin, H. Tekin Puttanna, T. Sermin Özduran. Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı.

- III. Turizm Şurası Komisyon Raporu. (2017d). Çevre-Planlama-Altyapı Komisyonu, Raportörler: G. Bozkurt, Ö. Almaç. Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı.
- III. Turizm Şurası Komisyon Raporu. (2017e). İç Turizm Komisyonu, Raportörler: F. Yıldırım, K.O. Kurt. Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı.
- III. Turizm Şurası Eylem Planı. (Mart 2018). [http://turizmsurasi.kultur-turizm.gov.tr/Eklenti/57769,3turizmsurasiylemplanipdf.pdf?0&\\_tag1=20A4137D0428F6042AA8FB9CB5993ACE6C941A5F](http://turizmsurasi.kultur-turizm.gov.tr/Eklenti/57769,3turizmsurasiylemplanipdf.pdf?0&_tag1=20A4137D0428F6042AA8FB9CB5993ACE6C941A5F) adresinden 20 Ekim 2018'de alınmıştır.



## EKLER

### EK1 - ARAŞTIRMA ANKETİ

Sayın Katılımcı,  
Bu anket çalışması, “Doğu Karadeniz Bölgesi’nde Ekoturizm Turlarına Katılan Yerli Turistlerin Destinasyon Hizmet Kalitesine Yönelik Değerlendirmelerini” ölçmek amacıyla hazırlanmış olup, verilen cevaplar doktora tez çalışması dışında başka bir amaçla kullanılmayacaktır. Araştırma sonuçlarının gerçeği yansıtması ve güvenilir olması için özenle cevaplanması büyük önem taşımaktadır.  
Bu anketi cevaplayarak araştırmamıza katılan siz değerli katılımcılara teşekkür ederiz.  
Arş. Gör. Özge DEMİRBULAT Doç. Dr. Yusuf AYMANKUY  
Balıkesir Üniversitesi Balıkesir Üniversitesi

#### BÖLÜM 1

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1) Cinsiyetiniz?<br><input type="checkbox"/> Kadın<br><input type="checkbox"/> Erkek                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 8) Ne kadar sıklıkla tatile/tura çıkarsınız?<br><input type="checkbox"/> Yılda 1-2 kez <input type="checkbox"/> Yılda 3-4 kez<br><input type="checkbox"/> Yılda 5-6 kez <input type="checkbox"/> Yılda 7 kez ve üzeri                                                                                      |
| 2) Yaşınız?<br><input type="checkbox"/> 18 yaş ve altı<br><input type="checkbox"/> 19-35<br><input type="checkbox"/> 36-51<br><input type="checkbox"/> 52 ve üzeri                                                                                                                                                                                                                            | 9) Tura kiminle katıldınız?<br><input type="checkbox"/> Ailemle<br><input type="checkbox"/> Arkadaşımla<br><input type="checkbox"/> Yalnız<br><input type="checkbox"/> Diğer (Belirtiniz) .....                                                                                                            |
| 3) Eğitim durumunuz? (mezuniyetiniz)<br><input type="checkbox"/> İlkokul<br><input type="checkbox"/> Ortaokul<br><input type="checkbox"/> Lise<br><input type="checkbox"/> Ön Lisans<br><input type="checkbox"/> Lisans<br><input type="checkbox"/> Lisansüstü (Yükseklisans/Doktora)                                                                                                         | 10) Aylık ortalama geliriniz nedir?<br><input type="checkbox"/> Kişisel gelire sahip değilim<br><input type="checkbox"/> 0-1300 TL<br><input type="checkbox"/> 1301-2000 TL<br><input type="checkbox"/> 2001-3000 TL<br><input type="checkbox"/> 3001-4000 TL<br><input type="checkbox"/> 4001 TL ve üzeri |
| 4) Mesleğiniz?<br><input type="checkbox"/> Kamu çalışanı (memur)<br><input type="checkbox"/> İşçi<br><input type="checkbox"/> Esnaf/Sanatkar<br><input type="checkbox"/> İş adamı<br><input type="checkbox"/> Serbest Meslek<br><input type="checkbox"/> Ev Hanımı<br><input type="checkbox"/> Emekli<br><input type="checkbox"/> Öğrenci<br><input type="checkbox"/> Diğer (Belirtiniz)..... | 11) Turdaki konaklama yeriniz?<br><input type="checkbox"/> Otel<br><input type="checkbox"/> Motel<br><input type="checkbox"/> Dağ/Yayla Evi (Oberj)<br><input type="checkbox"/> Çadır<br><input type="checkbox"/> Kamp/Karavan<br><input type="checkbox"/> Diğer (Belirtiniz).....                         |
| 5) Medeni Durumunuz?<br><input type="checkbox"/> Evli<br><input type="checkbox"/> Bekar                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 12) Tur süresince ortalama harcama durumunuz? (Tur ücreti, ulaşım, konaklama, ekstra harcamalar dahil)<br><input type="checkbox"/> 1.000 TL altı<br><input type="checkbox"/> 1.001 TL-2.000 TL<br><input type="checkbox"/> 2.001 TL-3.000 TL<br><input type="checkbox"/> 3.001 TL ve üstü                  |
| 6) Yaşadığınız şehir?<br><input type="checkbox"/> Belirtiniz.....                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | 13) Tatilinizin (turun) süresi kaç gündür?<br><input type="checkbox"/> 1-4 gün <input type="checkbox"/> 5-8 gün<br><input type="checkbox"/> 9-12 gün <input type="checkbox"/> 13 gün ve üzeri                                                                                                              |
| 7) Daha önce tatile/tura çıktınız mı?<br><input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |

## EK1 - DEVAM

### BÖLÜM 2

1) Ekoturizm kavramı sizce ne ifade eder? (**Lütfen en az 3 seçeneği işaretleyiniz**)

- ☐ Çevre dostu turizmdir.
- ☐ Doğayı anlatan ve uygulamalı öğreten bir turizmdir.
- ☐ Doğa ile ilgili turları ve aktiviteleri kapsayan bir turizmdir.
- ☐ Stresten kaçış ve rahatlama sağlayan turizmdir.
- ☐ Çevreyi koruyan ve yerel halkın refahına katkı sağlayan bir turizmdir.
- ☐ Farklı kültürleri ve gelenekleri tanımaya olanak veren bir turizmdir.
- ☐ Pahalı ve moda olan bir turizmdir.
- ☐ Konforsuz, basit ve sade olanaklar sunan bir turizmdir.
- ☐ Doğa ile ilgili sportif faaliyetlerin gerçekleştirildiği bir turizmdir.

2) Ekoturizm turlarına kaçınıcı kez katılıyorsunuz?

- ☐ İlk Kez    ☐ 2. Kez    ☐ 3. Kez    ☐ 4. Kez    ☐ 5. Kez ve üzeri

3) Ekoturizm turlarına katılım nedenlerinizi (**önem derecesine göre 1'den 7'ye**) sıralayınız?

- ☐ Doğa ile baş başa olmak
- ☐ Macera yaşamak
- ☐ Çok bahsedilen bir yeri tanımak
- ☐ Fiziksel ve zihinsel açıdan rahatlamak
- ☐ Benzer ilgi alanına sahip yeni arkadaşlar edinmek
- ☐ Yörenin tarihi, sosyo-kültürel değerlerini öğrenmek
- ☐ Yöre ve yöre insanına ekonomik katkı sağlamak

4) Katıldığınız turdaki destinasyonda (bölgede) sizce ekoturizmin gelişimi önündeki engeller nelerdir? (**Önem derecesine göre 1'den 10'a sıralayınız**)

- ☐ Ekoturizm kavramının yeterince anlaşılamamış olması
- ☐ Halkın doğa koruma konusundaki bilinçsizliği
- ☐ Konaklama tesisleri yetersizliği
- ☐ Tanıtım yetersizliği
- ☐ Bölgenin doğal değerlerinin yeterince bilinmiyor olması
- ☐ Bölgenin doğal değerlerinin yeterince korunmuyor olması
- ☐ Mevzuat yetersizliği
- ☐ Planlama otoritelerinin (merkezi ve yerel yönetimler) yetersizliği
- ☐ Altyapı (yol, su, kanalizasyon, haberleşme vb.) eksikliği
- ☐ Üstyapı (çevreyle uyum içerisinde olmayan konaklama/yeme-içme/eğlence vb. işletme binaları) sorunları

5) Ekoturizme yönelik olarak bu tura/tatile katılımı ilgili bilgi kaynaklarınız aşağıdakilerden hangisi/hangileridir? (**Birden fazla seçeneği işaretleyebilirsiniz**)

- ☐ Arkadaş, eş, dost tavsiyesi
- ☐ TV programları/gazete köşe yazıları
- ☐ Gazete, dergi vb. ilan ve reklamları
- ☐ Sosyal medya
- ☐ Seyahat acentesi
- ☐ Çevrimiçi yorum siteleri
- ☐ Diğer (Belirtiniz).....

## EK1 - DEVAM

6) Aşağıdaki ifadelere katılım düzeyinizi belirtiniz. (1.Kesinlikle Katılmıyorum, 2.Katılmıyorum, 3.Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 4.Katılıyorum, 5.Kesinlikle Katılıyorum)

|                                                                                                                              |   |   |   |   |   |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|
| 1.Kesinlikle Katılmıyorum<br>2.Katılmıyorum<br>3.Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum<br>4.Katılıyorum<br>5.Kesinlikle Katılıyorum |   |   |   |   |   |
| Ekoturizm faaliyetlerine yönelik tatil yapmak (tura katılmak) için daha fazla para ödeyebilirim.                             | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Ekoturizm faaliyetlerine yönelik seyahat etmek bana kendimi iyi hissettirir.                                                 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Ekoturizme yönelik seyahat etmek ilgi çekici ve prestij unsurudur.                                                           | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Ekoturizm deneyimlerimi başkalarıyla paylaşıyorum.                                                                           | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Ekoturizme yönelik tatilimde yerel lezzetleri denemek isterim.                                                               | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

## BÖLÜM 3

7) Aşağıdaki kutucukları **beklenti ve performans** düzeylerine göre işaretleyiniz.

| Bu tura gelmeden önce aşağıda belirtilen ifadelerle ilgili <b>beklentileriniz</b> ne düzeydeydi? |                                                                                                                             | Katıldığınız bu tur beklentilerinizi ne kadar karşıladı? Ne kadar memnunsunuz?                                           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| BEKLENTİ                                                                                         |                                                                                                                             | PERFORMANS                                                                                                               |
| 1=Çok Önemsiz<br>2= Önemsiz<br>3= Ne Önemli Ne Önemsiz<br>4= Önemli<br>5= Çok Önemli             |                                                                                                                             | 1= Kesinlikle Karşılamadı<br>2= Karşılamadı<br>3= Ne Karşıladı Ne Karşılamadı<br>4= Karşıladı<br>5= Kesinlikle Karşıladı |
| 1 2 3 4 5                                                                                        |                                                                                                                             | 1 2 3 4 5                                                                                                                |
|                                                                                                  | 1.Otel binalarının doğaya ve çevreye uyumu                                                                                  |                                                                                                                          |
|                                                                                                  | 2.Otellerde kullanılan yapı ve tefriş (donanım) malzemelerinin doğal çevreyle uyumlu olması ve yerel unsurları yansıtmaması |                                                                                                                          |
|                                                                                                  | 3.Otellerin enerji ve su tasarrufu ile ilgili uygulamaları                                                                  |                                                                                                                          |
|                                                                                                  | 4.Otellerin mimari yapısının özgünlüğü (yöreyle uyumu)                                                                      |                                                                                                                          |
|                                                                                                  | 5.Otellerin çevre düzenlemesi ve peyzajı                                                                                    |                                                                                                                          |
|                                                                                                  | 6.Otellerin çevreye duyarlılık (çevre yönetimi) sertifikalarına sahip olması                                                |                                                                                                                          |
|                                                                                                  | 7.Bölgenin (destinasyonun) çevre temizliği (çöp atıklarının olmaması, geri dönüşüm kutularının bulunması vb.)               |                                                                                                                          |
|                                                                                                  | 8.Bölgenin biyolojik çeşitliliği                                                                                            |                                                                                                                          |
|                                                                                                  | 9.Bölgenin doğal ve kültürel çekiciliği                                                                                     |                                                                                                                          |
|                                                                                                  | 10.Bölge ikliminin uygunluğu                                                                                                |                                                                                                                          |
|                                                                                                  | 11.Bölgede çevreye duyarlı ulaşım araçlarının (elektrikli/hibrit/doğal gazlı) kullanımı                                     |                                                                                                                          |
|                                                                                                  | 12.Alternatif ulaşım araçlarının (teleferik vb.) kullanımı                                                                  |                                                                                                                          |
|                                                                                                  | 13.Otellerin atık azaltma (geri dönüşüm) programlarını uygulaması                                                           |                                                                                                                          |
|                                                                                                  | 14.Bölgede ekotur rotalarına ilişkin tabela ve yönlendirme levhalarının varlığı                                             |                                                                                                                          |
|                                                                                                  | 15.Otellerin yenilenebilir enerji kaynaklarını kullanması                                                                   |                                                                                                                          |

# EK1 - DEVAM

|  |  |  |  |  |                                                                                                    |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|
|  |  |  |  |  | 16.Bölgede gürültünün normal sınırlar içerisinde olması                                            |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | 17.Bölgede katalog ve broşürlerin geri dönüşebilir malzemelerle yapılmış olması                    |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | 18.Bölgede yerel eğlence ve kültürel etkinliklerin yapılması                                       |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | 19.Otelin (konaklama yapılan yer) güvenli olması                                                   |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | 20.Ulaşım araçlarının güvenliği                                                                    |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | 21.Otellerin kalite/hijyen güvence belgelerine sahip olması                                        |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | 22.Eko tatil esnasında ihtiyaç duyulan bilgilerin doğru ve hızlı bir şekilde elde edilmesi         |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | 23.Eko tatilde rehber ve diğer turizm çalışanlarının nazik ve olumlu tutum sergilemesi             |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | 24.Rehberlerin ekoturizmle ilgili bilgi sahibi olması                                              |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | 25.Turizm çalışanlarının alanlarında eğitime/deneyime sahip olması                                 |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | 26.Bölgenin genel olarak güvenli olması (ulaşım, gıda vb.)                                         |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | 27.Turizm çalışanlarının ekoturizmle ilgili eğitim düzeyi                                          |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | 28.Eko tatilde vadedilen hizmetlerin verilen süre içinde yapılması                                 |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | 29.Rehberlerin problem çözümündeki gayret ve samimiyeti                                            |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | 30.Eko tatildeki hizmetlerin ilk seferde ve tam yapılması                                          |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | 31.Eko tatil için ödenen tur bedelinin karşılığının alınması                                       |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | 32.Rehberlerin bilgi düzeylerinin yeterliliği ve doğruluğu                                         |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | 33.Bölgedeki turizm çalışanlarının yardımseverliği                                                 |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | 34.Yerel halkın konukseverliği ve yardımseverliği                                                  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | 35.Esnaf ve yerel sürücülerin olumlu tutum ve davranışları                                         |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | 36.Rehberin bilgi verme isteği                                                                     |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | 37.Turizm çalışanlarının müşterilerin ihtiyaçlarını anlayarak gerçekleştirmeleri                   |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | 38.Turizm çalışanları ve rehberin sorunları dinleme yetisi                                         |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | 39.Müşterilerin doğru bir şekilde bilgilendirilmesi                                                |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | 40.Rehberlerin, müşterilerin ihtiyaçlarını anlayarak gerçekleştirmeleri                            |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | 41.Müşterinin kendisine değer ve önem verildiğini hissetmesi                                       |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | 42.Turizm çalışanlarının müşteri isteklerini yerine getirebilmek için ekstra çaba sarfetmesi       |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | 43.Bölgenin altyapı (su ve elektrik) yeterliliği                                                   |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | 44.Bölge ulaşım imkanları                                                                          |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | 45.Yerel ulaşım ağı imkanları                                                                      |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | 46.Yerel ulaşım hizmetlerinin konforu/hızı ve ekonomikliği                                         |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | 47.Bölgenin doğal, kültürel ve tarihi çekiciliği                                                   |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | 48.Bölgenin tabela ve yönlendirme levhaları ile broşür/katalogunun bulunması                       |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | 49.Bölgede yerel ürünlerin (kazaziye, Rize bezi, bıçak vb.) satışının yapıldığı mekanların varlığı |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | 50.Alişveriş, yeme-içme, eğlence vb. işletmelerinin yöreye uygun özellikler taşıması               |  |  |  |  |  |

## EK2 - EKOTUR PROGRAMI ÖRNEĞİ (6 GECE 7 GÜN)

### 1. GÜN

- Ordu-Giresun havaalanında buluşmanın ardından, Fatsa **Kabakdağ Köyü**'ne hareket ve köyde sabah kahvaltısı ardından kısa bir yürüyüş,
- Ordu merkezde yer alan **Kayabaşı Köyü**'nde çay/kahve molası ve köydeki günlük faaliyetlere katılım (süt sağma, yumurta toplama vb.),
- **Giresun Kalesi**'nde öğle yemeği molası,
- Kuzualan Tabiat Parkı'nda yer alan **Kuzualan Şelalesi** ve **Mavi Göl** ziyareti,
- **Kümbet Yaylası**'nda konaklama.

### 2. GÜN

- Kümbet Yaylası'ndan hareket,
- Giresun / Görele'de bulunan **Kemençe Müzesi**'ni ziyaret,
- **Trabzon**'a varış ve **Akçaabat**'ta öğle yemeği molası (Akçaabat Köftesi),
- Maçka / Altındere Vadisi Milli Parkı'nda yer alan **Sümela Manastırı**'ni ziyaret ettikten sonra **Hamsiköy**'e hareket,
- Tarihi İpekyolu güzergahında bulunan Hamsiköy'de kısa bir yürüyüş ve coğrafi işaretli ürünümüz olan Hamsiköy sütlacını tatmak için bir mola,
- **Zigana Dağı**'nda konaklama.

### 3. GÜN

- Zigana Dağı'nda bulunan otelimizden hareket,
- Zigana Tüneli'nden geçerek, Gümüşhane'nin **Torul** ilçesine varış,
- Torul'da bulunan **Karaca Mağarası**'ni ziyaret,
- Trabzon / **Sürmene**'de öğle yemeği molası (Trabzon pidesi),
- Trabzon / **Of**'da bir çay fabrikası ziyareti,
- Çaykara ilçesi sınırlarında yer alan Uzungöl'e varış,
- **Uzungöl**'de konaklama.

### 4. GÜN

- Uzungöl'deki otelimizden ayrılarak, **Karaster / Lustra / Yaylaönü** yaylalarına hareket,
- Yayla yürüyüşü sonrası **Rize** merkeze hareket,
- Rize / **Çayeli**'de öğle yemeği molası (Çayeli kuru fasulyesi),
- Fırtına Vadisi'nde fotoğraf molasının ardından, **Tar Deresi**'nde yürüyüş ve **Bulut Şelalesi**'ni ziyaret,
- **Ayder Yaylası**'nda konaklama.

### 5. GÜN

- Ayder Yaylası'ndaki otelimizden ayrılarak, **Kavrun Yaylası**'na hareket,
- Kavrun Yaylası'nda yayla yürüyüşü sonrası, **Çat Vadisi**'ne hareket,
- Çat Vadisi'nde bulunan **Şenyuva (Çinçiva) Köyü**'nde öğle yemeği molası,
- Tarihi **Şenyuva Kemerli Köprüsü**'nde fotoğraf molası,
- **Zil Kale** ziyareti sonrası, Gito Yaylası'na hareket,
- **Gito Yaylası**'nda konaklama.

## EK 2 - DEVAM

### 6. GÜN

- Gito Yaylası'ndan ayrılarak, Rize / Fındıklı'da yer alan **Çağlayan Köyü**'ne hareket,
- Çağlayan Köyü'nde yerel halkın günlük faaliyetlerine katılım (çay ve kivi toplama, ot koparma vb.),
- Artvin ili sınırlarında yer alan **Borçka Karagöl** ziyareti ve öğle yemeği molası,
- **Maral Şelalesi**'nde yürüyüş ve **Camili Ahşap Camii** ziyareti,
- **Macahel Yaylası**'nda konaklama.

### 7. GÜN

- Macahel Yaylası'ndan hareket ederek, dönüş yoluna geçiş,
- Artvin / Arhavi sınırlarında yer alan **Çifteköprü** ve **Mençuna Şelalesi** ziyaretleri ile öğle yemeği molası,
- Dönüş güzergahında bulunan bir **Rize Bezi Atölyesi**'ni ziyaret,
- Meşhur **Sürmene Bıçağı** hakkında bilgi alacağımız bir bıçak atölyesi ziyareti,
- **Trabzon el sanatları** (Trabzon hasırı, kazaziye, telkâri vb.) hakkında bilgi alacağımız bir gümüş atölyesi ziyareti,
- Trabzon şehir merkezine varış ve şehir merkezinde serbest zamanın ardından Trabzon havaalanından dönüş.