



**T.C.
SÜLEYMAN DEMİREL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI**

**ISPARTA DESTİNASYONUNUN ALTERNATİF TURİZM
POTANSİYELİNİN PAYDAŞLAR BAKIŞ AÇISI İLE
DEĞERLENDİRİLMESİ**

**HAZIRLAYAN
Nur Berekna ÖZDEMİR
1930241012**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**DANIŞMAN
Dr. Öğr. Üyesi Sine ERDOĞAN MERCAN**

ISPARTA- 2023

TEZ SAVUNMA SINAV TUTANAĞI





T.C.
SÜLEYMAN DEMİREL ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



YEMİN METNİ

Yüksek Lisans tezi olarak sunduğum “İsparta Destinasyonunun Alternatif Turizm Potansiyelinin Paydaşlar Bakış Açısı ile Değerlendirilmesi” adlı çalışmanın, tezin proje safhasından sonuçlanmasına kadar ki bütün süreçlerde bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurulmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin Bibliyografya’da gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve onurumla beyan ederim.

Nur Berekna ÖZDEMİR

03/02/2023



T.C.
SÜLEYMAN DEMİREL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU
BEYAN BELGESİ



SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ'NE

ÖĞRENCİ BİLGİLERİ	
Adı-SOYADI	Nur Berekna ÖZDEMİR
Öğrenci Numarası	1930241012
Enstitü Ana Bilim Dalı	TURİZM İŞLETMECİLİĞİ
Programı	
Programın Türü	(x) Tezli Yüksek Lisans () Doktora
Danışmanın Unvanı, Adı-SOYADI	Dr. Öğr. Üyesi Sine ERDOĞAN MERCAN
Tez Başlığı	Isparta Destinasyonunun Alternatif Turizm Potansiyelinin Paydaşlar Bakış Açısı ile Değerlendirilmesi
Turnitin Ödev Numarası	2005406779

Yukarıda başlığı belirtilen tez çalışmasının a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana Bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 142 sayfalık kısmına ilişkin olarak, 03/02/2023 tarihinde tarafımdan Turnitin adlı intihal tespit programından Üniversitemiz Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Yönergesininin 14 üncü maddesinde yer alan filtrelemeler uygulanarak alınmış olan ve ekte sunulan rapora göre, tezin/dönem projesinin benzerlik oranı;

Kaynakçalar hariç, alıntılar dahil, 10 kelimedenden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç;
% 9'dur.

Danışman tarafından uygun olan seçenek işaretlenmelidir:

(x) Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşmıyor ise;

Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporu'nun doğruluğunu onaylarım.

() Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşıyor, ancak tez/dönem projesi danışmanı intihal yapılmadığı kanısında ise;

Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporu'nun doğruluğunu onaylar ve Uygulama Esasları'nda öngörülen yüzdelerle sınırlarının aşılmasına karşın, aşağıda belirtilen gerekçe ile intihal yapılmadığı kanısında olduğumu beyan ederim.

Gerekçe:

Benzerlik taraması yukarıda verilen ölçütlerin ışığı altında tarafımdan yapılmıştır. İlgili tezin orijinallik raporunun uygun olduğunu beyan ederim.

03/02/2023

(İmza)

Dr. Öğr. Üyesi Sine ERDOĞAN MERCAN

(ÖZDEMİR, Nur Berekna, *Isparta Destinasyonunun Alternatif Turizm Potansiyelinin Paydaşlar Bakış Açısı ile Değerlendirilmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Isparta, 2023)

ÖZET

İnsan hayatının vazgeçilmez bir parçası haline gelen turizm, o bölgede bulunan milletin yaşantısını olumlu veya olumsuz açıdan etkilemektedir. Köklü bir geçmişe sahip olan turizm, günümüze doğru gelindiğinde önemini daha fazla artırmıştır. Yaşanan gelişmeler, ülkelerin gelişmişlik düzeyleri, izlenen politikalar ve daha birçok unsur turizmin gelişmesine katkı sağlamıştır. Turizm geliştikçe ülke ekonomisi de gelişmektedir. Ayrıca alternatif turizmin olduğu bölgelerde ekonomik açıdan büyümektedir. Bununla birlikte alternatif turizmde söz sahibi olan ve yönünü etkileyebilen kamu kurumları, yerel halk, turizm işletmeleri gibi paydaş grupları bulunmaktadır. Bir destinasyonda alternatif turizmin başarısı ve gelişimi için toplumdaki paydaşların tümünün planlama ve karar alma sürecinde yer almaları gerekmektedir. Alternatif turizm içerisinde yer alan kaplıca turizmi, klasik turizm, sağlık turizmi ve daha birçok turizm çeşidi ülkemizde görüldüğünden, ülkemizde de alternatif turizm gelişmektedir. Alternatif turizmin gelişmesi, ülkeler arasında rekabetin oluşmasına yol açmıştır. Artık her ülke kendi alternatif turizm faaliyetleri için farklı politikalar izleyerek ekonomilerini canlandırmaya çalışmaktadır. Ülkemizde de alternatif turizm mevsim şartlarına göre değiştiğinden turistlere kaliteli hizmet sunularak daha fazla turist çekmek amaçlanmaktadır. Kitle turizminin çevre ve sosyo kültürel bakımdan olumsuz etkilerinin ortadan kaldırılması bakımından alternatif turizmin ortaya çıkması temel etken olarak kabul edilmektedir. Bununla birlikte kaynakların etkin kullanımı, turizmin dört mevsime yayılması ve ülkenin turizm gelirlerinden yıl boyunca faydalanması açısından alternatif turizm türleri de önem arz etmektedir. Bunun yanında alternatif turizm destinasyonunda planlama ve karar alma süreçlerine etkili oldukları bilinen turizm paydaşlarının da turizmin gelişmesinde önemini korudukları görülmektedir. Alternatif turizm açısından zengin ülkeler arasında yer alan Türkiye kış turizmi, agro turizm, sağlık turizmi gibi farklı alternatif turizm potansiyellerine sahip olduğundan avantajları sayesinde ülkemize katkı sağlamaktadır. Bu çalışmada da alternatif turizm incelenerek turizm ve alternatif turizm hakkında genel bilgi verilmiştir olup çalışmada Isparta'nın alternatif turizm potansiyeli üzerine genel bir araştırma yapılmıştır. Bu amaçla maksimum çeşitlilik örnekleme ile belirlenen turizm paydaşı katılımcılarla yarı yapılandırılmış görüşme formu ile görüşme yapılmıştır. Yüz yüze gerçekleştirilen görüşmede paydaşlardan izin alınarak ses kaydı yapılmıştır. Elde edilen veriler içerik analizi ile çözümlenmiştir. Çalışmanın sonucunda Isparta'nın agro turizm alanında gül ve lavanta ile öne çıktığını, kış turizmi alanında Davraz gibi yörelerin değerlendirilmesi gerektiğini, inanç turizminin üzerinde durulması, yöresel yemeklerin tanıtımının en iyi şekilde yapılması, konaklama tesislerinin artırılması, altyapı ve üstyapı eksikliklerinin giderilmesi gerektiği gibi oldukça önemli sonuçlara ulaşılmıştır.

Anahtar kelimeler: Alternatif Turizm, Paydaşlar, Isparta

ABSTRACT

Tourism, which has become an indispensable part of human life, affects the life of the nation in that region positively or negatively. Tourism, which has a deep-rooted history, has increased its importance even more towards the present day. The developments experienced, the development levels of the countries, the policies followed and many other factors contributed to the development of tourism. As tourism develops, the country's economy also develops. In addition, it is growing economically in regions with alternative tourism. In addition to this, there are stakeholder groups such as public institutions, local people, tourism enterprises that have a say in alternative tourism and can affect its direction. For the success and development of alternative tourism in a destination, all stakeholders in the society should be involved in the planning and decision-making process. Since spa tourism, classical tourism, health tourism and many other types of tourism, which are included in alternative tourism, are seen in our country, alternative tourism is also developing in our country. The development of alternative tourism has led to the formation of competition between countries. Now, every country is trying to revive their economy by following different policies for their alternative tourism activities. Since alternative tourism in our country changes according to seasonal conditions, it is aimed to attract more tourists by providing quality services to tourists. In terms of eliminating the negative effects of mass tourism in terms of environment and socio-cultural aspects, the emergence of alternative tourism is accepted as the main factor. In addition, alternative tourism types are also important in terms of effective use of resources, the spread of tourism to all four seasons, and the country's benefit from tourism revenues throughout the year. In addition, it is seen that tourism stakeholders, which are known to be effective in planning and decision-making processes in alternative tourism destinations, maintain their importance in the development of tourism. Turkey, which is among the rich countries in terms of alternative tourism, contributes to our country thanks to its advantages as it has different alternative tourism potentials such as winter tourism, agro tourism and health tourism. In this study, alternative tourism was examined and general information about tourism and alternative tourism was given. For this purpose, a semi-structured interview form was interviewed with the tourism stakeholder participants determined by maximum diversity sampling. In the face-to-face interview, voice recording was made with the permission of the stakeholders. The obtained data were analyzed by content analysis. As a result of the study, it is very important that Isparta stands out with rose and lavender in the field of agro tourism, that regions such as Davraz should be evaluated in the field of winter tourism, that faith tourism should be emphasized, local food should be promoted in the best way, accommodation facilities should be increased, and infrastructure and superstructure deficiencies should be eliminated. results have been achiev.

Keywords: Alternative Tourism, Stakeholders, Isparta

İÇİNDEKİLER

TEZ SAVUNMA SINAV TUTANAĞI	i
YEMİN METNİ	ii
ÖZET.....	iv
ABSTRACT	v
İÇİNDEKİLER	vi
TABLolar DİZİNİ	ix
ŞEKİLLER DİZİNİ	x
KISALTMALAR DİZİNİ	xi
GİRİŞ	1

1. BÖLÜM

ALTERNATİF TURİZMDE PAYDAŞLAR VE ALTERNATİF TURİZM

1. TURİZM KAVRAMI	5
2. TURİZMİN ORTAYA ÇIKIŞI.....	8
3. TURİZMİN İLİŞKİLİ OLDUĞU KAVRAMLAR.....	10
3.1. Turist.....	11
3.2. Seyahat Acentesi	13
3.3. Tur Operatörü	14
3.4. Hizmet	15
3.5. Ulaşım.....	17
3.6. Konaklama İşletmeleri.....	19
3.7. Yiyecek İçecek İşletmeleri	20
3.8. Rekreasyon İşletmeleri	22
4. TURİZMİ ETKİLEYEN İÇ VE DIŞ FAKTÖRLER	23
4.1. Turizmde Paydaşlar Teorisi.....	25
4.2. Sürdürülebilir Turizmde Paydaşların Önemi.....	28
5. ALTERNATİF TURİZM VE TÜRLERİ	30
5.1. Alternatif Turizm Tanımı	30
5.2. Alternatif Turizm Türleri.....	31
5.2.1. Kültür Turizmi	31
5.2.2. Sağlık Turizmi	33
5.2.3. Etkinlik Turizmi.....	35
5.2.4. Spor Turizmi	37
5.2.5. Doğa Turizmi.....	40
5.2.6. İnanç Turizmi.....	42
5.2.7. Macera Turizmi	44
5.2.8. Deniz Turizmi	47
5.2.9. Gastronomi Turizmi.....	49

2. BÖLÜM

ISPARTA’NIN TURİZM ALT YAPISI VE MEVCUT DURUMU

1. ISPARTA’NIN TARİHİ	51
2. ISPARTA’NIN COĞRAFİ YAPISI	52
2.1. Isparta’nın Genel Fiziki Coğrafyası	53
2.2. Isparta’nın İklim Özellikleri	55
2.3. Isparta’nın Bitki Örtüsü	56
3. ISPARTA’NIN SOSYOLOJİK DURUMU	56
3.1. Isparta’nın Nüfus Yapısı.....	56
3.2. Isparta’nın Etnik Yapısı.....	58
3.3. Isparta’da Eğitim Durumu	59
4. ISPARTA’DA KÜLTÜREL YAPI	60
5. ISPARTA’DA EKONOMİK YAPI	61
5.1. Tarım	61
5.2. Madencilik	63
5.3. Sanayi	64
5.4. Ticaret.....	66
5.5. Ulaştırma ve Taşımacılık.....	67
6. ISPARTA’DA TURİZM SEKTÖRÜNÜN İNCELENMESİ	67
6.1. Isparta’nın Turizm Geliri.....	67
6.2. Isparta’da Konaklama Sektörünün Mevcut Durumu.....	69
6.3. Isparta’ya Gelen Yıllık Ortalama Turist Sayısı	70
6.4. Isparta’ya Gelen Turistlerin Geceleme Sayıları	71

3. BÖLÜM

ISPARTA’NIN ALTERNATİF TURİZM POTANSİYELİ

1. ISPARTA’NIN TURİZMDEKİ MEVCUT DURUMU VE POTANSİYELİ	74
1.1. Isparta’da Macera Turizminin Mevcut Durumu ve Potansiyeli	74
1.2. Isparta’da Etkinlik Turizminin Mevcut Durumu ve Potansiyeli	76
1.3. Isparta’da Kültür Turizminin Mevcut Durumu	77
1.4. Isparta’da Doğa Temelli Turizmin Mevcut Durumu ve Potansiyeli	80
1.5. Isparta’da Kırsal ve Ekolojik Turizmin Mevcut Durumu ve Potansiyeli....	81
1.6. Isparta’da Spor Turizminin Mevcut Durumu ve Potansiyeli.....	86
1.7. Isparta’da İnanç Turizminin Mevcut Durumu ve Potansiyeli	88
1.8. Isparta’da Kış Turizminin Mevcut Durumu ve Potansiyeli	90
1.9. Isparta’da Gastronomi Turizminin Mevcut Durumu ve Potansiyeli	93

4. BÖLÜM
ALTERNATİF TURİZM POTANSİYELİ BAKIMINDAN ISPARTA
DESTİNASYONUNUN DEĞERLENDİRİLMESİ

1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ	94
2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ VE MODELİ	95
3. ÇALIŞMA GRUBU.....	95
4. VERİ TOPLAMA ARAÇLARI	96
5. VERİLERİN ANALİZİ	98
6. BULGULAR	99
 SONUÇ.....	 109
KAYNAKÇA	114
EKLER.....	125
ÖZGEÇMİŞ.....	127

TABLÖLAR DİZİNİ

Tablo 1. Turizmin Biyoçeşitlilik Üzerine Etkileri.....	10
Tablo 2. Türkiye'ye 2016-2018 Yılları Arasında Gelen Yabancı Turistlerin Kullandıkları Ulaşım Türleri.....	18
Tablo 3. Cumhuriyet'in İlk Dönemlerinde Isparta'nın Arazi Dağılımı.....	62
Tablo 4. Temel İhraç Ürünleri.....	65
Tablo 6. Isparta İlinde Konaklayan Yerli ve Yabancı Turist Sayısı.....	68
Tablo 7. Isparta İlinde Yapılabilecek Turizm Türleri	72
Tablo 8. Konaklayan Turist İstatistikleri.....	72
Tablo 9. Isparta İlindeki Tarihi Yapılar.....	79
Tablo 10. Kentsel Ekoturizmin Yararları	83
Tablo 11. Davraz Kayak Merkezi Konaklama İstatistiği	92
Tablo 12. Araştırma Soruları ve Uyarıldığı Çalışmalar.....	97
Tablo 13. Paydaşların Demografik Özellikleri.....	99
Tablo 14. Paydaşların Alternatif Turizm Teması Hakkındaki Ortak Görüşleri	101
Tablo 15. Isparta'da Turizm Paydaşlarının Ulaşım Hakkındaki Ortak Görüşleri...	102
Tablo 16. Isparta'da Turizm Paydaşlarının Altyapı Değerlendirmesi Hakkındaki Ortak Görüşleri.....	103
Tablo 17. Isparta'da Turizm Paydaşlarının Reklam ve Tanıtım Hakkındaki Ortak Görüşleri	103
Tablo 18. Isparta'da Turizm Paydaşlarının Sosyal Etkiler Hakkındaki Ortak Görüşleri	104
Tablo 19. Isparta'da Turizm Paydaşlarının Ekonomik Etkiler Hakkındaki Ortak Görüşleri	105
Tablo 20. Isparta'da Turizm Paydaşlarının Turizm Ürünlerine Verilen Önem Hakkındaki Ortak Görüşleri	106
Tablo 21. Isparta'da Turizm Paydaşlarının El Sanatları Hakkındaki Ortak Görüşleri	107
Tablo 22. Isparta'da Turizm Paydaşlarının Gastronomi Turizmi Potansiyeli Hakkındaki Ortak Görüşleri	107
Tablo 23. Isparta'da Turizm Paydaşlarının Konaklama Tesislerinin Yeterliliği Hakkındaki Ortak Görüşleri	108

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1. İç Nedenler.....	23
Şekil 2. Turizm Paydaşları Teorisi Elemanları	25
Şekil 3. Isparta Kent Haritası	54
Şekil 4. Süleyman Demirel Kongre Merkezi	77
Şekil 5. Kentsel Ekoturizminin Bileşenleri.....	82
Şekil 6. İnanç Merkezi Barla- Eğirdir.....	89
Şekil 7. St. Paul Kilisesi.....	90
Şekil 8. Davraz Kayak Merkezi	91



KISALTMALAR DİZİNİ

ICCA	: Uluslararası Kongre ve Konferans Birliği
km	: Kilometre
m	: Metre
OECD	: Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü
s	: Sayfa
vd.	: Ve Diğerleri



GİRİŞ

İnsan gerek çalışma hayatı gerekse günlük yaşamı nedeniyle yaşadığı yoğunluktan dolayı dinlenmeye de ihtiyaç duyan bir varlıktır. İnsan dinlenme sayesinde kendini yeniden toparlayarak günlük yaşama katılır. Bu doğrultuda karşımıza turizm sektörü çıkmaktadır. Turizm sayesinde insanlar bir ülkeden farklı bir ülkeye gitmekte veya bulundukları ülkeden herhangi bir yere giderek dinlenmektedir (Akoğlan Kozak ve Türktarhan, 2012, s. 2). Turizm, genelde eğlenme ve dinlenme amacı taşıyan, serbest zamanların değerlendirilmesine dayalı bir alandır (Demir ve Demir, 2015).

Turizm, geçmişe sahip olan bir sektör olduğundan dolayı, alternatif turizm alanında her geçen gün farklı gelişmeler yaşanmaktadır. Nüfusun artması, insanların turizme bakış açısının değişmesi gibi nedenler alternatif turizmin canlanmasını sağlamıştır. Turizm sektörü hem yapıldığı yerin gelişmesini hem de ülkelerin gelişmesine katkı sağladığından dolayı, günümüzde gözde sektörler arasında yer almaktadır (Akış Roney, 2011; Kozak vd., 2019).

Alternatif turizme verilen önemin artmasının en önemli nedenlerinden birisi de insanların geçmiş yaşantılarında yaşamış oldukları psikolojik, sosyal ve ekonomik etkenler yer almaktadır. Yaşanan savaş, açlık, kıtlık, yoksulluk ve daha birçok durum insanları hem sosyolojik açıdan hem psikolojik açıdan hem de ekonomik açıdan olumsuz etkilediğinden insanlar dinlenmeye ihtiyaç duymaya başlamıştır. Bu yüzden insanların dinlenebilmesi amacıyla alternatif turizme verilen önem geçmişe oranla giderek artmıştır (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2009, s. 94).

Alternatif turizme verilen önemin her geçen gün artması nedeniyle artık her ülkenin alternatif turizmden beklentisi farklı olmaya başlamıştır. Türkiye'de de farklı iklim şartlarının görülmesi nedeniyle farklı mevsimlerde farklı alternatif turizm etkinlikleri yapılmaktadır. Kış turizmi, sağlık turizmi, agro turizm, kültürel miras turizmi gibi daha pek çok alternatif turizm potansiyeli olması bakımından ülkemizin oldukça avantajlı olduğunu söyleyebiliriz. Turizm sektöründe 21.yüzyılın başlarından itibaren arz talep dengesinde önemli değişimler olmuştur. İnternetin ucuzlaması, havayolu ulaşımının düşük maliyetli olması, sık seyahat etme olanağı, cazip

destinasyonlara seyahat etme isteği gibi etkenler turizm destinasyonları ve turizm sektöründe önemli değişimlere neden olmuştur (Lopez-Guzman ve Sanchez-Canizares, 2012, s. 63). İnsanlar geleneksel deniz-kum ve güneşi içeren kitle turizminin yerine farklı alternatiflere yöneldiklerinden, çeşitli alternatif turizm türleri ortaya çıkmıştır. Alternatif turizm genel olarak kitle turizminin sosyal yapıda ve çevrede yarattığı olumsuzlukları azaltmak, turizm faaliyetlerini dört mevsime yayan, farklı arayışlarda olan insanların beklentilerini ve isteklerini karşılayabilmek için oluşturulan turizm türlerini kapsamaktadır (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2009, s. 95).

Araştırmanın Önemi

Her ülke farklı turizm potansiyeline sahip olduğundan dolayı, birbirleriyle rekabet içerisinde yarışmaya başlamıştır. Özellikle işletmelerin kaliteli hizmet sunması, farklı piyasa koşullarının oluşması gibi nedenler rekabette ülkelere avantaj sağlamıştır. Bu yüzden her ülke kaliteli hizmet kapsamında çalışanlara gerekli eğitimleri vererek dört dörtlük bir şekilde turistleri karşılayarak turizm sektörünü canlandırmaya çalışmaktadır (Akış Roney, 2011; Kozak vd., 2019).

Turizm ülkelerin gelir elde etmesini sağlayan bir sektördür. Bunun yanında istihdam olanağı da yaratarak işsizliğin azalmasına yardımcı olan alternatif turizm sayesinde ise artık dünya genelinde yaşanan hızlı gelişmeler doğrultusunda her ülke kendi turizm potansiyelini artırmaya yönelik kararlar almaya başlamıştır. Ülkelerin altyapılarının güçlenmesi alternatif turizmi yepyeni bir hizmet alanı haline getirmiştir. Bu yüzden ülkeler arasında yaşanan rekabetlerden biri olan altyapıyı güçlendirme rekabeti sayesinde her ülke sağlık, spor, kış turizmi gibi farklı alternatif turizm seçeneklerine yönelmeye başlamıştır (Kozak vd., 2019).

Günümüzde yaşanan teknolojik gelişmeler sayesinde artık insanların hayat standartları da değişmeye başlamıştır. Hayat standartlarının değişmesi insanların bakış açılarını değiştirmiş ve teknolojinin gelişmesi ulaşım olanaklarını daha mümkün hale getirmiştir. Ulaşım olanaklarının mümkün hale gelmesi de turizm sektöründe canlılığın yaşanmasını sağlamıştır. Dünya genelinde ve ülkemizde de tatil amaçlı görülen turizm anlayışı sayesinde farklı turizm türlerine olan ihtiyaç artmaya başlamıştır. Böylece ekonomik ve sosyal açıdan oldukça faydalı bir sektör olan turizm

sayesinde artık her ülke turizm üzerinden ekonomilerini canlandırmaya başlamıştır (Akoğlan Kozak ve Türktarhan, 2012, s. 4).

Turizm sektörünün geçmişine bakıldığında dünya 1950’li yıllardan itibaren turizm sektöründe artış yaşanmaya başlamıştır. Böylece yaşanan gelişmeler doğrultusunda turizm sektöründe akla ilk olarak eğlence, dinlenme amaçlı turizm gelmektedir. Bu faaliyetlerin yanında iş, konferans, kültürel seyahatler de turizm faaliyetlerine eklenmiştir. Özellikle günümüze bakıldığında turizm sektöründe sağlık turizmi de canlanmaya başlamıştır (Yılmaz, 2019, s. 1).

Turizm sektörüne bakış açısının değişmesi ve ülkelerin yavaş yavaş gelişme göstererek alternatif turizm üzerine harcama yapması sayesinde artık her ülkede farklı alternatif turizm faaliyetleri yapılmaktadır. Özellikle son yıllarda büyük bir gelişme gösteren ve yaşam ömrünün uzaması konusunda birincil faktörler arasında yer alan sağlık turizmi sayesinde artık insanlar sağlık sorunlarını gidermek amacıyla sağlık turizmine yönelmeye başlamıştır. Buna bağlı olarak ülkelerde de sağlık turizmi üzerine kaliteli hizmet sunulmaya başlanmış, maliyetlerin düşürülmesi ve insanları sağlık hizmeti konusunda ekstra maliyetten kurtarmak amacıyla farklı politikalar izlenmeye başlamıştır (Akış Roney, 2011).

Turizm, kendi başına bir faaliyet olduğu gibi birçok sektörle de ili dışlı olmuştur. Bu yüzden alternatif turizm dünyada yaşanan ekonomik, sosyal, doğal gelişmeler karşısında ülkelerin kendilerine özgü turizm politikalarını geliştirmelerine veya var olan politikaları değiştirmelerine neden olmuştur. Bir ülkenin turizm politikası hazırlanırken ekonomik durumu, ulaştırma, ticaret, eğitim, endüstri gibi mercilerin politikaları dikkate alınmalıdır. Bunlar değerlendirilmeden turizm faaliyetlerinin doğru bir şekilde saptanması mümkün değildir. Bunun yanında uygulanmak istenen politikaların başarıya ulaşması için turizm planlamasının dört dörtlük bir şekilde yapılması gerekir (Akış Roney, 2011;  zdamar, 2019, s. 3).

Alternatif turizm alanında turistlerin destinasyon tercihinde sosyokültürel, ekonomik, demografik, kültürel özellikleri kapsayan çeşitli faktörler etkili olmaktadır. destinasyonların etkin şekilde pazarlanabilmesinde tanıtım kadar turistlerin nelerden etkilendiklerinin iyi belirlenmesi gerekmektedir (Davras ve Uslu, 2019; Kozak vd., 2019).

Turizm alanının farklı sektörlerle ilişkisi olması nedeniyle turizm hakkında yapılan planlamaların diğer sektörlerle bağı olarak gerçekleştirilmesi gerekir. Bunun için ülkelerin ekonomik durumlarının, ulaştırmasını, eğitim gibi durumlarının iyi olması gerekir. Ayrıca izlenmek istenen politikaların rahat bir şekilde uygulanması için yapılan planlamaların dikkatli bir şekilde yapılması gerekir. Böylece iyi bir alternatif turizm potansiyeline ulaşılabilir. Bu bakımdan araştırmanın literatüre katkı sağlayacağı, ülkemizde alternatif turizmin gelişmesinde etkili olabilecek bulgulara ulaşılacağı düşünülmektedir. Ayrıca ilgili alanda araştırma yapacak akademisyenlere ışık olacağı umulmaktadır.

Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın temel amacı, Isparta destinasyonunun alternatif turizm potansiyelinin paydaşlar bakış açısı ile değerlendirilmesidir. Alternatif turizm üzerine yapılan çalışmalar günümüzde önemini korumaya devam etmektedir. Ülkemizde de her ne kadar geçmişte sıkıntılar yaşansa da günümüzde alternatif turizm istenilen konuma ulaşmaya başladığını ve gelecek yıllara göre planlama yapılarak alternatif turizmde öncü ülke olmak hedeflenmiştir. Yapılan planlamalar sayesinde ülke ekonomisi de turizm sektörü sayesinde artmaya başlamıştır. Türkiye doğal ve kültürel varlıklar bakımından zengin bir ülkedir. Sahip olunan zenginliğin kullanımı ve korunmasının sürdürülebilirlik bakımından önemi fazladır. Bu nedenle turizm paydaşları başta olmak üzere ülke genelinde bilinç düzeyinin artırılması, bilgilendirmenin yapılması ve alan yazına katkı sağlanması bir zorunluluk haline gelmiştir (Aslaner ve Erol, 2017, s. 423).

Çalışmanın birinci bölümünde turizm kavramı, turizmin ortaya çıkışı ve alternatif turizm hakkında bilgi verilerek turizm sektörü genel bir bakış içerisinde ele alınacaktır. İkinci bölümde ise Isparta'nın turizm altyapısı ve mevcut durumu ele alınarak Isparta'nın turizm sektörü hakkında inceleme yapılacaktır. Üçüncü bölümde ise Isparta'nın alternatif turizm potansiyeli değerlendirilerek Isparta'nın turizmdeki mevcut durum ve potansiyel hakkında bilgi verilecek, dördüncü bölümde ise Isparta'nın alternatif turizm potansiyelinin değerlendirilmesi amacıyla turizm paydaşları ile uygulama yapılarak çalışma tamamlanacaktır.

1. BÖLÜM

ALTERNATİF TURİZMDE PAYDAŞLAR VE ALTERNATİF TURİZM

1. TURİZM KAVRAMI

İnsanoğlu yaşamını sürdürmeye başladığı andan itibaren farklı nedenlerden dolayı bir yerden başka bir yere seyahat etmek zorunda kalmıştır. Bu doğrultuda insanlar farklı yerlere giderken diğer yandan da dinlenmeye ihtiyaç duymuştur. Seyahat amaçlı yapılan geziler turizm sektörünün canlanmasını sağlamıştır. Bunun için turizm sektörünün geçmişi eskilere dayanmaktadır. Yaşanan bazı olaylar nedeniyle turizm sektörünün geçmişte yeteri kadar önemini koruyamadığını söyleyebiliriz. Fakat günümüzde yaşanan gelişmeler doğrultusunda turizm sektörü diğer sektörler arasında ön plana çıkarak önemini korumaya devam etmektedir (Kozak vd., 2019; Özsoy, 2019).

Guyer Feuler (1905) tarafından yapılan turizm tanımı, bilinen ilk tanımlar arasında gösterilir. Buna göre turizm, dinlenme ihtiyacının artması, sanat ve doğa ile iç içe olan yerleri görme isteği, hava değişikliği, doğanın insanı mutlu ettiği inancına bağlı olarak ulaşım, ticaret ve sanayinin gelişmesi sonucunda ülkelerin ve toplulukların birbirlerine yaklaşmasına imkân sağlayan bir olay olarak ifade edilmiştir (Bostancıeri, 2019, s. 5). Bir diğer tanımda turizm, eğlenmek, dinlenmek, görmek, farklı kültürlerin tanınması gibi amaçlar kapsamındaki seyahatler, kültürel önlemler çerçevesinde yapılan çalışmaları içermektedir (Özsoy, 2019, s. 3). Aydın'a (2012, s. 91) göre ise turizm, insan psikolojisine göre oluşan, kaçma, değişiklik, yer değiştirme, uzaklaşma olayıdır.

Turizm, insanların sürekli ikamet ettikleri, gelirlerini sağladıkları, ihtiyaçlarını karşıladıkları bölgeler dışında yerleşmemek, ekonomik kazanç sağlamamak koşuluyla dinlenme, sağlık, eğlenme, tecrübe, merak, kültür, akraba ziyareti, seminere katılma, kongre gibi amaçlarla bireysel veya topluluk halinde gerçekleştirdikleri seyahatlerdir. Bu seyahatlerin turizm faaliyeti olarak kabul edilebilmesi ise ziyaretçilerin en az bir

gece konaklamaları, turizm hizmetlerinden ve ürünlerinden faydalanmalarını gerektirmektedir (İbret vd., 2015, s. 241).

Turizm, insanların deneyim, eğlence gibi hareketlerini gerektiren sosyal, ekonomik, kültürel olguya denir. Turizm, kişilerin bulundukları ortamlarının dışındaki yerleri veya ülkeleri kapsadığından burada yerleşik ve yerleşik olmayan turistler bulunmaktadır. Bu turistlere ziyaretçi adı verilir ve ziyaretçi turizm faaliyetleriyle ilgilidir. Turizm, iş veya eğlence amaçlı yapılan hareketlerdir. İnsan faaliyetlerinin ve grupların turizme dahil olması, turizm hedeflerinin gerçekleşmesinde önemli bir rol oynamaktadır (Rashid, 2020, s. 7). Turizm, ülkelerin gelir elde etmelerine, istihdam olanaklarını artırmalarına ve altyapının güçlendirilmesine yardımcı olan bir sektördür. Turizm, yaşanan gelişmeler doğrultusunda büyük bir hızla gelişen ve ekonomik getirisi olan bir sektör haline gelmiştir. Ekonomik getirisinin büyük olması nedeniyle turizm sektörü ülkeler arasında rekabet haline gelmiştir (Tökü, 2017, s. 3).

Sanayileşme sonrası yaşanan gelişmeler sayesinde turizm sektöründe büyük bir canlanma meydana gelmiştir. Her ülke kendi gelirini sağlayabilmek ve alt yapısını güçlendirmek amacıyla turizm sektörüne yönelmeye başlamıştır. Dünya genelinde büyük bir sektör haline gelen turizm sayesinde ülkeler arasında rekabet başlamıştır. Rekabet arttıkça ülkelerin turizme yönelik yapmış oldukları çalışmalar da artmaya başlamıştır. Bu yüzden her ülkede farklı turizm faaliyetlerine yönelmiştir. Aynı şekilde ülkemizde farklı turizm etkinliklerine yönelerek turizm sektöründe ön planda olmaya çalışmıştır. Yaşanan gelişmeler sayesinde istihdam olanağı artmış, altyapı hizmetleri güçlendirilmeye başlanmıştır. Böylece turizm sektöründe diğer ülkelerle rekabet içerisinde olunmuştur (İbret vd., 2015, s. 243; Rashid, 2020, s. 9).

Turizm, insanlar ve ülkeler açısından ekonomik, sosyolojik, psikolojik gibi alanlarda gittikçe önemini artırmaya devam eden sektör olarak tanımlanır. İnsanlar ilk zamanlarda yiyecek ve içecek ihtiyaçlarını karşılamak, güvenliklerini sağlamak ve birçok nedenden dolayı seyahat etmiştir. Turizm, insanların seyahat etmeleri kadar eski bir tarihe sahip değildir. Turizm alanında yapılan tanımlar farklıdır. Bunun nedeni, turizm ilk başlarda ekonomik olarak tanımlanırken sonraları sosyal boyutun ortaya çıkmasıyla farklı bir şekilde tanımlanmıştır (Güçer, 2004, s. 4).

Araştırmacıların pek çoğunun turizm tanımında belirli özellikleri öne çıkardıkları görülmektedir. Bu özellikler şu şekilde sıralanabilmektedir (Küçük, 2013, s. 12):

- Turizm etkinliğinde kazanç sağlama amacı yoktur.
- Turizm etkinliğinde dinlenme, spor, eğlenme, seminer ve kongre katılımı, kültür gibi etkenlerle bulunmaktadır.
- Seyahat edilen bölgede belirli bir süre kalmak ve yeniden ikamet edilen bölgeye dönmek.
- Turizm ülkelere önemli bir gelir kaynağı olmaktadır.
- Turizm ziyaret edilen bölgeleri ekonomik, sosyal ve kültür bakımından etkilemektedir.

Turizm üzerine yapılan farklı tanımlar bulunmaktadır. Bunun nedeni insanların turizme bakış açılarından kaynaklanmaktadır. İnsanlar ilk zamanlarda ihtiyaçlarını karşılamak, güvenli bölgelere yerleşmek gibi nedenlerden dolayı seyahat etmek zorunda kalırken sonraları yani günümüze gelinene kadar dinlenme amaçlı olarak seyahat etmeye başlamıştır. Bu durum turizm sektörünü daha canlı hale getirmiştir. Seyahat etmekle turizm sektörünün aynı zamanlarda canlılığını korumaya başladığını söyleyemeyiz. Turizm, seyahatten daha sonra ortaya çıkmaya başlayarak günümüze kadar gelmiştir (Küçük, 2013; Solmaz, 2019, s. 868).

Turizm insanları dolaylı olarak veya doğrudan etkileyen ayrıca ülkelerin ekonomik, politik alanlarını etkileyen bir sektördür. Zamanla sosyolojik bakış açısının ortaya çıkmasıyla birlikte turizm sektörü önemini daha fazla artırmıştır. Bu yüzden turizm sektörü üzerine farklı tanımlar yapılmıştır. Turizm üzerine farklı tanımların yapılması, turizm sektörünün geliştiğini ve günümüzde her ülke tarafından bir numaralı sektör arasında yer aldığını gösterir (Küçük, 2013, s. 14; Tökü, 2017, s. 4).

İnsanlar artık güvenliklerini sağlamak veya yiyecek, içecek ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla bulundukları yerde seyahat etmek yerine farklı yerlere giderek dinlenmeye başlamıştır. Yaşanan durum zamanla önemini korudukça turizm canlılığı da artmıştır. Turizm canlılığı arttıkça sektör kalkınma konusunda gözde bir sektör olmaya başlamıştır. Kısacası turizm hem devletleri hem de insanları ilgilendiren bir

sektör haline gelerek birçok avantajlarla önemini korumaya devam etmektedir (İbret vd., 2015, s. 244; Tökü, 2017, s. 4).

2. TURİZMİN ORTAYA ÇIKIŞI

İnsan, gelişmelere açık bir varlıktır. Bu yüzden insan hayatında farklı değişimler yaşanmıştır. İnsanların yaşamış oldukları felaketlerden kurtulmaları, modern bir çağda yaşamaya başlamaları ve modern çağla birlikte yeniliklere ayak uydurması insanların değişim ve gelişimlere açık olduğunu gösterir. Bu doğrultuda turizm sektöründe de değişim ve gelişim yaşanmıştır. İnsanlar artık turizm sektörüne farklı bir bakış açısıyla yaklaşmıştır (Timur ve Getz, 2008; Solmaz, 2019, s. 869).

Turizm, son yıllarda ülkelerin ekonomik, sosyal yaşamlarını değiştiren bir sektör haline gelmiştir. Bunun dışında turistik faaliyetler düşünüldüğünde bu faaliyetlerin kökenleri eski dönemlere dayanmaktadır. 1950’li yıllardan sonra dünya genelinde gelişme gösteren turizm sektörü, özellikle ekonomik açıdan kendini göstermeye başlamıştır. Turizm, az gelişmiş ülkeler için döviz girdisi imkânı tanımaktadır. Sosyal refah düzeyinin artmasına bağlı olarak insanların turizme olan ilgisi artmış, gelişmekte olan ülkeler için turizm sektörü alternatif hale gelmiştir (Küçük, 2013; Yılmaz, 2019, s. 11).

İnsanlar eski zamanlarda alışveriş yapmak ve temel ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla bulundukları yerden farklı yerlere gitmek zorunda kalmıştır. Bu durum turizm olgusunun zaman içerisinde gelişmesine neden olmuştur. Fakat turizm olgusunda insanlar alışveriş veya yeme-içme olgusunun yanında dinlenme amaçlı bir yerlere gitmeye başlamıştır (Özdamar, 2019, s. 38). İnsanların farklı bölgelere dinlenme amaçlı seyahat etmeleri, turizmin zaman içerisinde daha fazla gelişmesini sağlamıştır. Özellikle 1950’li yıllardan sonra yaşanan gelişmeler sayesinde turizm yepyeni bir boyuta ulaşmaya başlamıştır. Önceleri turizmin ekonomik yönünün ağır basması, daha sonraları farklı yönlerin ortaya çıkmasıyla birlikte turizm sektörüne verilen önem artmıştır (Kozak vd., 2019).

Turizmin ortaya çıkış sürecinin başlamasıyla birlikte her ülke gelir elde etmeye başlamıştır. Geçmiş yıllarda turizm sektörünün istenilen boyuta gelmemesi ülkelerin sosyal, iktisadi, ekonomik açıdan yeteri kadar faydalanamamalarına neden olmuştur.

Fakat günümüze doğru gelindiği yaşanan gelişmelere paralel olarak turizm sektörü ön plana çıkmaya başlamıştır. Turizmin sektörler arasında ön plana çıkmasıyla birlikte ekonomik, sosyal yönlerden de gelişmeler yaşanmıştır. Yani turizm sektörü diğer sektörlerle iç içe olmaya başlamıştır (Sezgin, 2001). Turizm sektörünün gelişmesi turizmin yapıldığı bölgede sadece olumlu etkiler yaratmaz. Turizmin gelişmesi, olumsuz etkilerin de ortaya çıkmasına yol açmaktadır. Özellikle turizmin yapıldığı bölgelerde yaşanan turizm artışı ve gelişmeler olumsuz etkilerine kontrol altına alınmasını zorlaştırmaktadır. Yaşanan durum bölge halkının olumsuz etkilenmesine neden olmaktadır (Özdamar, 2019, s. 39).

Turizm sektörünün çevre üzerinde olumsuz etkileri bulunmaktadır. Özellikle turizm ile biyoçeşitlilik kaybı arasında bir bağlantı bulunmaktadır. Turizmin sürdürülebilir olması, turizm için kullanılan kaynakların korunmasına ve kaynakların gelişmesine bağlı olmaktadır. Bu doğrultuda biyoçeşitliliği, doğayı değiştirmeden özellikle doğal kaynaklar tahrip edilmeden turizm faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi sağlanmalıdır (Özdamar, 2019; Deniz, 2019, s. 324).

Turizm tarihinin eskilere dayanması ve turizm üzerine farklı araştırmaların yapılması, turizme verilen önemi göstermektedir. Avantajlı bir sektör olan turizm, ülkelerin gelişmişlik durumlarını gösteren sektörler arasında yer almıştır. Turizm sektörü her ne kadar avantajlı bir sektör olsa da bazı dezavantajları bulunmaktadır. Özellikle yerel halk, turizm sektöründen olumsuz etkilenebilir. Bunun yanında çöplerin atılması, ağaçların tahrip edilmesi, bilinçsiz davranma gibi nedenler doğaya zarar vereceğinden, turizm insanlar için dezavantaja dönüşebilir (Özdamar, 2019, s. 40).

Turizm sektörünün canlılık göstermesi üzerine doğanın kirlenmemesi ve doğal kaynakların tahrip edilmemesi konusunda da ciddi çalışmalar sürdürülmektedir. Yani turizmle birlikte bir yandan ekonomik, sosyal, politik alanlarda olumlu durumlar yaşanırken diğer yandan doğanın kirlenmemesine yönelik gerekli önlemler alınarak bölge halkının olumsuzluklardan etkilenecekleri sağlanmaktadır. Bunun için farklı kuruluşlar ve örgütler önemli sorumluluklar üstlenerek turizmin daha az maliyetle en iyi şekilde sürdürülmesi amaçlanmıştır. Kısacası turizmin ortaya çıkmasıyla birlikte

olumlu ve olumsuz durumlar için farklı önlemler alınarak turizmin diğer sektörler arasında ön plana çıkması amaçlanmıştır.

Turizmin olumlu ve olumsuz etkileri aşağıda verilen tabloda gösterilmiştir;

Tablo 1. Turizmin Biyoçeşitlilik Üzerine Etkileri

Turizmin Olumlu Etkileri	Turizmin Olumsuz Etkileri
1- Biyoçeşitlilik konusunda turizm sektörü farkındalık açısından önemlidir. 2- turizm sektörü çevreye fiziki açıdan kaynakların korunmasını sağlarken kültürel açıdan sanat, folklor, tiyatro gibi birçok etkinliğin artmasına yardımcı olmaktadır. 3- Turizm, yerel halkın desteğiyle doğal kaynakların korunmasını sağlayabilir. Ayrıca biyoçeşitliliğin korunması konusunda finansman destek sağlayabilir. 4- Turizm ziyaretçi bilincini artırma, topluluğunu ilgisini çekme gibi konularda farkındalığın artırılması için politik destek sağlar. 5- Turizm, yaban hayatı yaşam kaynaklarının aşırı kullanımını azaltan ekonomik alternatifler sunar.	1- Turistlerin konaklaması, hizmetlerin sunulması için sunulan hizmetlerin artması doğrultusunda plansız dönüşümler yapılmakta ve buna bağlı olarak kıyı habitatları, lagünler, tarım alanları tahrip edilmektedir. 2- Turizmin yapıldığı bölgede yerli halk için su, tarım arazisi gibi kaynakların tükenmesi sorunu ortaya çıkar. 3- Doğada yapılan faaliyetler esnasında dikkatsiz ateş kullanımı nedeniyle orman yangınları çıkabilir. Ayrıca turistlerin bitki örtüsüne, yaban hayatına, sulak alanlara zarar vermesinden dolayı da olumsuzluklar ortaya çıkar. 4- Kıyı bölgelerinde plansız yapılaşma nedeniyle habitatın bozulması sonucu deniz balıklarının tür sayısının azalmasına yol açar. 5- Kaynakların ve arazinin aşırı bir şekilde kullanılması sonucu bitki örtüsü, yaban hayatı üzerinden tehditler oluşur ve biyoçeşitlilik kaybı yaşanır.

Kaynak: Deniz, 2019, s. 333

Yukarıda verilen tabloda da görüldüğü gibi turizm sektörünün yalnızca olumlu yanları bulunmamaktadır. Turizm sektörünün her ne kadar olumsuz yanı bulunsada sağlamış olduğu avantajlar sayesinde ülkelerin gözde sektörleri arasında yer almıştır. Bu yüzden turizm sektörü en çok olumlu yönleriyle ortaya çıkmıştır.

3. TURİZMİN İLİŞKİLİ OLDUĞU KAVRAMLAR

Bu bölümde turizmin ilişkili olduğu turist, acente, tur operatörü, hizmet, ulaşım, konaklama hizmetleri, yiyecek içecek hizmetleri, rekreasyon hizmetleri kavramları hakkında bilgilere yer verilmiştir.

3.1. Turist

İnsan, yaşamın her alanında kendini gösteren bir varlıktır. İnsanlar farklı nedenlerden dolayı seyahat ederek para kazanma gibi ihtiyaçlarını karşılamaktadır. Fakat turizm sektörü tam tersidir. Yani turizmde para kazanma amacı yoktur. İnsanlar sadece dinlenme amaçlı farklı yerlere giderek tatil yapmakta ve tatilde kendileri için para harcamaktadırlar. Turizm sektörünün canlanması için insanların turizme yönelmeleri gerekir. Turizme yönelen kişilere turist denildiği için, turizm için turistler vazgeçilmez bir öneme sahiptir (Tuna, 2019, s. 23). İnsan, turizm için vazgeçilmez bir öznedir. Turizm sektöründeki faaliyetlere katılan her birey turist adını almaktadır. Turist; hayatını devam ettirdiği yerden farklı bir yere giden, gittiği yerde para kazanmayı amaç edinmeyen aksine zevki için para harcayan ve yeniden yaşadığı yere geri dönen kimseye denir. Turist, yer değiştirmeyi kendi ülkesinde yapıyorsa buna yerli turist, farklı bir ülkeye giderek tatilini yapıyorsa yabancı turist adını alır (Yılmaz, 2019, s. 6).

İnsanların turizm sektörüne yönelmeleri hem turizmin gelişmesine hem de ülkelerin kalkınmasına yardımcı olmuştur. İnsanlar turizm sayesinde dinlenme fırsatı bulmuştur. Böylece para kazanmak isteyen bireyler bu kez kendi zevkleri için para harcamaktadır. Turist, yerli ve yabancı turist şeklinde adlandırılır. Yerli turistler genel olarak bulundukları ülkelerden farklı bir il veya ilçeye giderek tatillerini yapmaktadır. Yabancı turistler ise bulundukları ülkeden farklı bir ülkeye giden kişilere denir. Her iki turistte ülke ekonomisine katkı sağlamaktadır. Turistlerin özellikleri aynı iki destinasyon arasında daha iyi destinasyon imajına sahip olanı tercih edecekleri belirtilmektedir (Kılıç ve Akyurt, 2011, s. 209; Tuna, 2019).

Turizm faaliyetlerini başlatan insandır. Bunun nedeni, turizm sektörünün merkezinde insanın yer almasıdır. OECD tarafından yapılan açıklamaya göre turist; “devamlı yaşadığı yer dışından en az 24 saat seyahat eden ve orada kalan kimseler” şeklinde tanımlanmıştır. Yapılan farklı bir tanıma göre; çeşitli nedenlerle geziler yapan ve gittiği yerde bir gece veya bir gün kalan kişilere turist denir (Tuna, 2019, s. 24). Turist, iş yoğunluğunu üzerinden atmak amacıyla farklı yerlere giderek dinlenmektedir. Gittiği yerde en az bir gün kalan bireylere turist denilmektedir. Turistler genel olarak boşta kalan zamanlarını iyi bir şekilde değerlendirmek amacıyla

seyahat ederler. Bunun yanında turist, yalnızca boş zamanlarını değerlendirmek amacıyla değil iş gezisi, toplantı gibi nedenlerden dolayı da farklı yerlere giderek gittikleri yerlerde kalan kişilerdir. Turistler sayesinde turizm sektöründe yaşanan hareketlilik, turizmin ortaya çıkmasıyla her geçen gün önemini artırmayı başarmıştır. Turizm geliştikçe ülkeler döviz miktarlarını da artırmıştır. Bunun için her ülke turistlerden daha fazla döviz almak ve ekonomilerini canlandırmak için, turistlere yönelik farklı politikalar uygulayarak kaliteli hizmet sunmaya başlamışlardır (Kılıç ve Akyurt, 2011, s. 211; Yılmaz, 2019).

Turist çeşitlerine bakıldığında yerli, yabancı ve günübirlikçi turist çeşitleri vardır. Yerli turist, aynı ülkede içerisinde farklı bir bölgeye giden kişilere denir. Yani yerli turistler kendi ülkelerinden çıkmazlar. Yabancı turist, yaşadığı ülkeden farklı bir ülkeye giden turiste denir. Yani ikamet dışına çıkılır. Günübirlikçi turiste, bireyin seyahat ettiği alanda turist olarak adlandırılması için gitmiş olduğu yerde en az bir gün kalması gerekir. Fakat bazı seyahatler daha kısa sürdüğünden bu turistlere günübirlikçi turist denir. Günübirlikçi turistler, taşıtla geziye çıkan ve bir günden daha kısa süre kalan kişilere denir (Tuna, 2019, s. 25-26).

Boş zamanların daha verimli bir şekilde değerlendirilmesi için bireyler bir yerden farklı bir yere giderek dinlenmeye çalışmaktadır. Turizmin vazgeçilmez bir üyesi olan bireyler sayesinde turizm sektörü her geçen gün önemini korumaya devam etmektedir. Turizmin önemini koruması insanlara bağlıdır. Bu yüzden turist yerli, yabancı ve günübirlikçi olmak üzere kendi içerisinde üçe ayrılmaktadır. Yerli turist genel olarak bulunduğu ülkenin sınırları dışına çıkmayan ve ülkeden farklı bir bölgeye giderek tatilini en az 24 saat içerisinde orada kalarak yapan kişiye denir (Yılmaz, 2019, s. 7).

Yerli turist tanımının tam tersi olan yabancı turist ise bulunduğu ülkenin sınırları dışına çıkarak boş vaktini değerlendirmek isteyen ve gittiği yerde en az bir gün kalan kişilere denir. Yabancı turistler gittiği ülkenin ekonomisini canlandırmaktadır. Günübirlikçi turistler ise gittiği yerde 24 saatten daha az sürede kalan ve herhangi bir taşıtla seyahate çıkan kişilere denir. Kısacası her üç kavramda ülke ekonomisini canlandırdığı gibi turizmin yapıldığı yerin halkının da avantaj elde etmesini sağlar. Böylece o bölgede işsizlik sayısında azalma yaşanacağı gibi halkın

ekonomik durumunun da artacağını söyleyebiliriz (Kılıç ve Akyurt, 2011, s. 214; Tuna, 2019, s. 26).

3.2. Seyahat Acentesi

Dinlenme, insanlar için temel ihtiyaçlar arasında yer almaktadır. İnsanlar dinlenmek amacıyla farklı yerlere giderek gittikleri yerde istedikleri kalarak kalıp tekrardan kaldıkları yere geri dönerler. İnsanların dinlenme ihtiyacı turizm sektörünü canlandırmıştır. Turizm sektörünün canlılık göstermeye başlamasıyla birlikte turizme dayalı farklı kavramlar ortaya çıkmıştır. Bu kavramlar arasında acente kavramı yer almaktadır (Deniz, 2014, s.23).

Acente kavramı üzerine farklı tanımlar bulunmaktadır. Yapılan bir tanıma göre acente, satış memuru gibi sıfat olmadan bir mukaveleye dayanan bir bölge içinde ticari işletmeyi ilgilendiren sözleşmede aracılık etmeyi meslek edinen kimselere denir. Yani acente, aracı olarak tanımlanır. Farklı bir tanıma göre acente, ticari vekil gibi işletmeye dayalı hukuki bir konuma bağlı olmadan sözleşmeye dayanarak bir bölge içerisinde sürekli olarak işletmeyi ilgilendiren sözleşmelerde aracılık etmeyi meslek edinen kimseye acente denir (Güvenç, 2017, s. 3).

Seyahat acenteleri turistlerin ulaşım, konaklama, hizmetleri gibi ihtiyaç duydukları hizmetleri sunan işletmelere denir. Sunulan hizmetlerin yanında tur düzenleme, ulaşım araçlarının temin edilmesi, seyahat sigortasının yapılması gibi hizmetler de bulunmaktadır. Seyahat acentesi turizm sektöründe toptancı olarak nitelendirilir. Yani ürün temin eden seyahat acenteleri, bilgi sağlayan ve komisyon karşılığında da aracılık hizmeti sunan kuruluşlar şeklinde ele alınır. Yapılan başka bir tanıma göre de seyahat acenteleri halka konaklama, ulaştırma, seyahat gibi hizmetler hakkında bilgi veren ve komisyon karşılığında hizmetleri turistlere satmak için aracılık eden işletmeler olarak tanımlanır (Deniz, 2014, s. 24).

Turizm sektöründe karşımıza çıkan kavramlar arasında seyahat acenteleri yer almaktadır. Seyahat acenteleri sayesinde artık turistlerin her türlü ulaştırma, yeme içme hizmeti gibi ihtiyaçları sorunsuz bir şekilde karşılanmaktadır. Seyahat acentesi sayesinde turistler kaldıkları yerlerde hizmette sorun yaşamayarak tatillerini en güzel şekilde yapmaktadır. Bu durum ülkelerin daha fazla turist çekmesini sağlamıştır. Daha

fazla turist alan ülkelerde de sosyal, ekonomik gelişmeler artacağından dolayı, her ülke acente gibi turizmle ilgili olan kavramlara ayrı bir önem vermeye başlamıştır Yılmaz, 2019, s. 9).

3.3. Tur Operatörü

Tur operatörü genel tanımla farklı hizmetleri bir araya getirerek her türlü turistik ürün paketinin oluşturulmasını sağlayan üretici işletme olarak tanımlanır. Bu yüzden tur operatörü turizmin parçaları arasında yer almaktadır. Ulaşım, eğlence, konaklama gibi tatil merkezlerine yönelik sunulan tüm hizmetler tur operatörünün görevleri arasındadır. Hazırlanan hizmetler tur operatörü tarafından veya seyahat acenteleri tarafından satışa sunulmaktadır (Atay, Temirkanova ve Gökdemir, 2017, s. 25).

Turizm sektörü ile ilgili olan bir başka kavram ise tur operatörü kavramıdır. Tur operatörü, yapılan tur paketi gezilerinin turistler tarafından rahat bir şekilde seçilmesini sağlar. Hazırlanan paket turlar operatörler tarafından satışa sunulmaktadır. Bunun yanında tur paketleri, seyahat acenteleri sayesinde de satışa sunulmaktadır. Bu yüzden hazırlanan tur paketlerinin içeriğinin dört dörtlük olması sayesinde hizmet kalitesinin de artacağını söyleyebiliriz. Hizmet kalitesi arttıkça turist sayısı da artacağı için tur operatörleri turizmin vazgeçilmez parçaları arasında yer almaktadır (Alaeddinoğlu ve Can, 2007, s. 53; Özdamar, 2019, s. 32).

Tur operatörleri tatil sırasında yararlanılacak hizmetlerden turistik ürünler oluşturarak oluşturulan ürünleri belirli bir fiyat aralığında doğrudan veya dolaylı bir şekilde tüketicilerin kullanımına sunmaktadır. Tüketicinin yani turistlerin oluşturulan paket turunu satın almaları avantajlarına olmaktadır. Bunun nedeni paket tur için ödenen fiyat ayrı ayrı hizmet satın almaktan oldukça ucuzdur. Çünkü tur operatörleri turistlere güvenilir, rahat bir tatil fırsatı sunmaktadır (Alaeddinoğlu ve Can, 2007, s. 53).

Seyahate çıkan turistler için ulaşım, konaklama, eğlence gibi hizmetler oldukça önemlidir. Bu hizmetlerin karşılanması, turistlerin memnuniyetini arttıracığından o ülkeye yapılan seyahatlerin sıklığı da artacaktır. Bu yüzden her ülke turistlerin ihtiyaçlarını karşılayabilmek amacıyla farklı önlemler almaktadır. Bu durumda

karşımıza tatil merkezlerinin ihtiyacının karşılanması için tur operatörü çıkmaktadır. Tur operatörü sayesinde turizm merkezlerinin ulaşım, yeme-içme, eğlence, konaklama gibi ihtiyaçlar karşılanmaktadır. Böylece turistler ayrı ayrı hizmet olarak fazladan masraf yapmak yerine tur operatörleri tarafından hazırlanan paketlerden satın alarak daha az maliyetle tatillerini en iyi şekilde yapmaktadırlar (Atay vd., 2017, s. 29).

3.4. Hizmet

Hizmet, tüketici memnuniyetinin artması konusunda temel faktörler arasında yer almaktadır. Sunulan hizmetin kaliteli olması tüketicinin o hizmeti satın alma isteğinin artmasını sağlar. Bu doğrultuda hizmet kalitesi arttıkça tüketici memnuniyeti de artmaktadır. Özellikle turizm sektöründe sunulan hizmetler turistlerin daha fazla tatil yapmalarını sağlayacaktır. Tatilin daha fazla yapılması da hem ülke ekonomisine hem de bölge halkına katkı sağlayacaktır. Bu yüzden hizmet kavramı turizm sektörünün vazgeçilmez kavramları arasındadır (Mertel, 2020, s. 5).

Hizmet insanların bir arada yaşamalarının sonucu olarak ortaya çıktığından günlük yaşamın her aşamasında kendini farklı şekillerde gösterir. İnsanlar doğrudan veya dolaylı bir şekilde her konuda hizmet almaktadır. Bu yüzden hizmetler günlük yaşamın işleyişindeki temel unsur arasındadır. İçinde bulunduğumuz zaman diliminde yaşanan gelişmelere paralel olarak hizmet sektörünün de hızla artmaya başladığını söyleriz. İnsanlar günlük yaşamlarında sağlık, ulaşım, turizm, bankacılık, yönetim, restoran, eğlence, konaklama gibi birçok alanda hizmet talep etmektedir. Hizmet alanında yaşanan yoğunlaşma rekabetin artmasına neden olmuştur (Keinzhebayeva, 2012, s. 11; Kıvılcım, 2020).

Hizmette rekabetin arttığı sektörler arasında turizm sektörü yer almaktadır. Turizm sektöründe sunulan hizmetlerin daha kaliteli olması için her ülke farklı politikalar izleyerek yerli ve yabancı turistlere daha kaliteli ve modern hizmet sunmayı amaçlamaktadır. Böylece işletmelerde turistler için sunulan konaklama, yeme-içme, güvenlik, eğitim, ulaşım gibi hizmetlerin dört dörtlük olması turist memnuniyetini arttıracığından her geçen yıl o ülkeye gelen turist sayısında da artış sağlanır. Böylece seyahat edilen ülke turizm sektörü üzerinden gelişir (Kıvılcım, 2020).

Türkiye'de de turizm sektörü üzerine sunulan hizmetlerin sayısı her geçen gün artmaktadır. Bu doğrultuda ülkemiz sahip olduğu coğrafi konum ve sunulan hizmetler sayesinde daha fazla turist çekmek için ayrıntılı planlamalar yapmaktadır. Tur operatörlerinden seyahat hizmetine kadar her türlü detay en ince ayrıntısına kadar gözden geçirilerek turistlerin hizmet konusunda sorun yaşamamalarına dikkat edilmektedir. Sunulan hizmetlerden memnun kalınması, turistlerin ülkemizi farklı kişilere tavsiye etmelerini sağlayacağından ülkemize gelen turist potansiyelinde artış yaşanır (Akdu, 2017, s. 46; Özsoy, 2019, s. 24).

Günümüzde rekabetçi ortamın giderek artması nedeniyle işletmeler müşteri yakalamak ve müşterilerini ellerinde tutmak için rakiplerinden ayrılmak ve daha farklı hizmet sunmak zorundadırlar. Hizmet sektöründe yaşanan değişimler farklı konseptler ortaya konulmuştur. Kalitenin müşterilerin beklentileri ve ihtiyaçlarıyla uyumlu olması şeklinde tanımlanan konsept sayesinde hizmet kalitesi farklı bir boyuta ulaşmıştır. Kalitenin amacı, sadece yönetimi karşılamak değil aynı zamanda müşteri memnuniyetinin sağlanmasıdır (Mertel, 2020, s. 6).

Hizmet kavramının tanımına bakıldığında farklı tanımlarla karşılaşmak mümkündür. Çünkü her hizmetin kendine özgü özellikleri bulunmaktadır. Hizmet kavramı üzerine yapılan bir tanıma göre hizmet sağlayıcılar tarafından turistlerin herhangi bir problemini çözmeye çalışan sistemler şeklinde ifade edilir. Farklı bir tanıma göre de hizmet, bir tarafın diğer tarafa sunmuş olduğu mülkiyeti gerekli kılmayan hareket şeklinde tanımlanır. Yani hizmet başka bir tarafın sunmuş olduğu performansın genel adıdır. Hizmet eylem, süreç, performans gibi farklı kavramlarla tanımlanmaktadır. Bu yüzden hizmet kavramı oldukça geniş bir kavramdır (Akdu, 2017, s. 47).

Turizm alanında sunulan hizmetlerin birbirinden farklı olması nedeniyle ve diğer alanlarda da sunulan hizmetlerin ayrı olması tek bir hizmet kavramı tanımı yapılmasının mümkün olamayacağını gösterir. Turizm alanında yapılan her hizmet müşteri potansiyelini artırmaya yöneliktir. Müşterilerin ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla yaşanan sorunları çözmeye çalışan sistemler hizmet adını almaktadır (Keinzhebayeva, 2012, s. 12).

Süreç, eylem olarak ele alınan hizmet, turistlerin faydasına yönelik yapılan çalışmalardan oluşmaktadır. Bu yüzden sunulan her hizmet o bölgenin turist kapasitesinin artmasını sağlar. Aksi bir durumda hizmetin yetersiz olması, o bölgenin turizm turist kapasitesinin azalmasını ve bölgenin zaman içerisinde turizmle ilişkisinin kesilmesine yol açar. Kısacası turizm sektörü yoğun ve çaba isteyen bir sektör olduğundan dolayı, turizmde daha az bir hatayla karşılaşmak için sunulan hizmetlere ayrı bir önemin verilmesi gerekir.

3.5. Ulaşım

Ulaşım, turizm sektörü için vazgeçilmez bir öneme sahiptir. Ulaşımın iyi olması turistlerin istedikleri bölgeye rahat bir şekilde seyahat etmelerini sağlar. Ulaşımında herhangi bir aksaklığın yaşanmaması ve ulaşım esnasında dört dörtlük hizmetlerin sunulması müşteri potansiyelini arttıracak gibi gidilen bölgeye yapılan seyahatleri de arttıracaktır. Bu yüzden turizm sektörü kavramları içerisinde yer alan ulaşım kavramı, kişinin yer değiştirmesine yardımcı olmaktadır.

Ulaşım Latin bir kelimedir. Bu yüzden trans ve portare kelimelerinin birleşmesinden oluşur. Ulaşım insanların, haberlerin veya başka bir şeyin ulaşmasını sağlayan araçların tümüne verilen isimdir. Kişinin yer değiştirmesine bağlı olan bir sistem olarak tanımlanan ulaşım, toplum ihtiyacını karşıladığı için ara hizmet şeklinde de tanımlanır. Ulaşım sektörü ekonomiyi de etkilemektedir. Ayrıca bölgesel gelişmeyi de sağlar (Özbay ve Çekin, 2020, s. 328).

Ulaşım bir ülkenin gelişmişlik durumunu gösteren bir kavramlar arasındadır. Kişinin bir yerden başka bir yere rahat bir şekilde gitmesini sağlayan ulaşım, turizm sektörünün ayrılmaz parçaları arasında yer almaktadır. Bir turist başka bir ülkeye giderken ulaşımında sorun yaşamaması turist memnuniyetini kazandıracak gibi boş zamanın değerlendirilmesine de yardımcı olur. Ulaşım, ara hizmet şeklinde tanımlandığından ülkelerin ekonomik yapısının canlılığı konusunda önemli bir rol üstlenmektedir (Akış Roney, 2011).

Ulaşımın turizm sektöründe gelişmesi, altyapının yeterli hale gelmesi gibi faktörler seyahat süresini kısaltacağı için turistlere avantaj sağlayacaktır. Turizm sektörüne ekonomik bir faaliyet gözüyle bakıldığında bu sektörde sunulan

hizmetlerin sektöye uğramaması için gerekli önlemler alınmaktadır. Bu yüzden uzun mesafeli yollar için farklı ulaşım araçları kullanılmaktadır. Demiryolu, karayolu, hava yolu, deniz yolu gibi ulaşım türleri sayesinde turistler istedikleri yere kolay bir şekilde giderek boş kalan zamanlarını uzun süre seyahat etmek yerine kısa sürede istedikleri yerlere giderek daha iyi bir şekilde değerlendirmektedir (Özbay ve Çekin, 2020, s. 330).

20. yüzyıldan itibaren turizm, dünya ekonomisinde büyük bir hızla gelişen ve gittikçe genişleyen sektörler arasında yer almıştır. İstihdam, ödeme dengesinin hafifletilmesi, ekonomik alanda yaşanan gelişmeler gibi faktörlerde rol oynayan turizm, dünya ekonomisinde başlıca sektör haline gelmiştir. Bunda ulaşımın etkisi oldukça önemlidir. Türkiye’de ulaşım türlerine bakıldığında ülkemizin üç tarafının denizlerle çevrili olmasından dolayı denizyolunun yanında demiryolu, havayolu, karayolu gibi ulaşım türleri kullanılmaktadır. Bu doğrultuda Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yapılan istatistiki verilere göre ülkemize gelen yabancı turistlerin 2016 ile 2018 yılları arasındaki kullanmış oldukları taşıt türleri aşağıda verilen tablo 2’de gösterilmiştir (Demirel, 2021, s. 5).

Tablo 2. Türkiye’ye 2016-2018 Yılları Arasında Gelen Yabancı Turistlerin Kullandıkları Ulaşım Türleri

	2016		2017		2018	
TAŞIT TÜRLERİ	Yabancı Ziyaretçi (Kişi)	%	Yabancı Ziyaretçi (Kişi)	%	Yabancı Ziyaretçi (Kişi)	%
HAVAYOLU	17,783,437	70.15	23,440,277	72.32	30,069,776	76.15
KARAYOLU	6,653,555	26.24	8,184,185	25.25	8,414,461	21.31
DEMİRYOLU	6,154	0.02	9.899	0.03	15,464	0.04
DENİZYOLU	909,067	3.59	775,673	2.39	988,700	2.50
TOPLAM	25,352,213	100	32,410,034	100	39,488,401	100

Kaynak: Demirel, 2021, s. 5

Yukarıda verilen tablodan da anlaşılacağı üzere ülkemize gelen turistlerin 2016 yılında %70.15 ile en fazla hava yolunu 2017 yılında %72.32 ile havayolunu ve 2018 yılında da %76.15 ile hava yolunu tercih ettikleri görülmektedir. Taşıt türleri arasında

en az tercih edilen demir yolu ulaşımı olmuştur. Demir yolu 0'a yakın olmak üzeredir. Ayrıca 2016-2018 yılları arasında bakıldığında ülkemizde her geçen gün gelen yabancı turist sayısının arttığını da söyleyebiliriz. Kısacası ulaşım ağı geliştikçe turist sayısı da artmaya başlamıştır. Bu yüzden ülkemizde ulaşım konusunda ciddi yatırımlar yapılarak turizm alanında turistlerin rahat bir şekilde seyahat etmeleri ve kısa sürede istedikleri tatil bölgelerine ulaşmaları amaçlanmıştır.

3.6. Konaklama İşletmeleri

Turizm sektörü içerisinde yer alan konaklama hizmetleri, insan süreçli bir hizmettir. Konaklama hizmeti sayesinde turistlerin konaklama ihtiyacı karşılanır. Konaklama hizmetleri, işletmeler tarafından karşılanmaktadır. Bu yüzden her işletme konaklama hizmetinde kaliteli hizmet sunmayı amaçlayarak turist sayısını artırmaya çalışmaktadır (Kozak vd., 2019, s. 58).

Konaklama hizmetleri, işletmelerin insana uygulamış olduğu hizmetlere denir. Yani konaklama hizmetleri, insan merkezli hizmetler arasındadır. Bu yüzden yüksek temas gerektiren hizmetler arasında yer almaktadır. Ayrıca konaklama hizmetleri üretim noktasına bağımlı bir hizmet olup tüketicinin bu hizmeti satın alması için, işletme gitmesi zorunludur. Bu hizmet tüketicie tek bir noktadan verileceği gibi farklı merkezlerden de verilebilir (Tarakçıoğlu, 1999, s. 39).

Konaklama işletmeleri turistlerin geçici olarak konaklamalarını sağlama, bazı durumlarda eğlence ve sosyal ihtiyaçlarını karşılama, yeme-içme gibi temel ihtiyaçları karşılayan işletmelere denir. Konaklama işletmelerinin donanımlarını oluşturmaları için farklı sebepler bulunmaktadır. Bu sebepler arasında; turistlerin seyahat etme nedenleri, konaklamadan beklentileri, turistlerin gelir düzeyleri, turizm şekilleri gibi nedenler yer almaktadır (Karakaya, 2009, s. 9).

İnsan merkezli olan konaklama hizmetlerinde üretici ve tüketici arasında bir ilişki bulunmaktadır. Bu doğrultuda tüketici üreticiye başvurarak konaklama hizmetlerinden yararlanabilir. Günümüzde gelişen teknoloji sayesinde artık insanlar tek bir merkezden konaklama hizmeti aldığı gibi çoklu hizmette alabilmektedir. Online hizmet sayesinde üreticiler tüketicilere kısa sürede hizmeti sunmaktadır (Kozak vd., 2019, s. 62).

Online hizmetin başlaması arasında artık tüketici üreticiyle online bir şekilde iletişime geçerek konaklama hizmeti alabilmektedir. Fakat konaklama hizmeti aldıktan sonra tüketici gittiği yerde yeniden üreticiyle bağlantı kurmak zorundadır. Bu yüzden konaklama hizmetinden ister tek bir yönden ister farklı açılardan yani hangi açılardan yararlanılırsa yararlanılsın mutlaka üreticiyle iletişime geçilmektedir. Her işletme farklı nedenlerden dolayı donanımlarını tasarlar. Böylece hem turistlerin beklentileri karşılanır hem de işletmelerin canlılığı artar.

3.7. Yiyecek İçecek İşletmeleri

İnsanoğlu yaşamını sürdürmeye başladığı andan itibaren temel ihtiyaçlarını karşılamak zorunda kalmıştır. Temel ihtiyaçların karşılanması, yaşamın devamlılığı için önemlidir. Temel ihtiyaçlar arasında yiyecek ve içecek yer almaktadır. Bu yüzden yiyecek ve içecek köklü bir geçmişe sahiptir. İnsanlar günlük yaşamlarını sürdürürken, bir yerden başka bir yere giderken yemek yeme ve içme gereksinimi duymaktadır (Demirkol, 2004:123).

Geçmişten günümüze doğru gelindiğinde artan nüfusa paralel olarak yiyecek ve içecek hizmetlerinin de artmasına neden olmuştur. Özellikle turizm sektörünün canlılık göstermeye başlaması, yiyecek ve içecek hizmetlerinin daha fazla artmasına yol açmıştır. Her işletme turistleri daha iyi bir şekilde ağırlamak ve kaliteli hizmet sunmak amacıyla yiyecek ve içecek hizmetlerinin dört dörtlük bir şekilde sunmaya çalışmaktadır. Bu yüzden yiyecek ve içecek hizmetleri turizm sektörünün ayrılmaz parçaları arasında yer almaktadır (Sökmen, 2003).

Yiyecek-içecek hizmetleri köklü bir geçmişe sahiptir. Fakat 1970’li yıllardan sonra bu hizmetlerde artış yaşanmaya başlamıştır. Özellikler eşlerin birlikte çalışması, çalışma hayatındaki düzenlemeler, seyahat olanaklarının artması gibi nedenler sadece ev ortamında değil dışarıda da yeme alışkanlığının yaygınlaşmasına neden olmuştur. Yaşanan gelişmeler yiyecek-içecek hizmetlerinin gelişmesini sağlamıştır. Özellikle işletme sayılarının artması, rakip işletmelerin ortaya çıkması gibi nedenler yiyecek-içecek hizmetlerinde rekabetin artmasına yol açmıştır (Korkmaz, 2020, s. 4).

Yiyecek-içecek hizmetlerinde yaşanan gelişmeler işletmelerin rekabet ortamı içerisinde olmalarını sağlamıştır. Her işletme karşılamış olduğu turist için yiyecek-

içecek hizmetlerine zen göstererek misafirlerinin dört dörtlük bir şekilde karşılamayı amaçlamaktadır. Otellerin vazgeçilmez olan yiyecek-içecek hizmetleri, otellerin canlı ve hareketli olmalarına yol açmıştır (Kanyan vd., 2016, s. 193).

Yiyecek-içecek hizmetlerinde yaşanan gelişmeler sayesinde artık ülkeler ekonomilerini yiyecek-içecek üzerinden de canlandırmaya çalışmıştır. Bu noktada gözde sektör olan turizm, farklı lezzetlerin ortaya konulmasında ve bu sayede turistlerin ilgisini çekmede nc sektördür. Özellikle son yıllarda yeme alışkanlığının değişmesiyle birlikte insanlar eski gelenekleri bırakarak farklı geleneklere ve yiyeceklerle yönelmeye başlamıştır. Bunun doğal bir sonucu olarak yiyecek-içecek hizmetleri her açıdan gelişmeye başlamıştır (zel ve Cömert, 2015: 43).

Otellerde yiyecek ve içecek alanında sunulan hizmetler farklıdır. Bu yüzden yiyecek ve içecek hizmetleri sorumluluk ister. Karmaşık bir yapıya sahip olan yiyecek-içecek hizmetlerinde organizasyonun en iyi şekilde yapılması gerekir. İyi bir şekilde organize edilen işler, nitelikli kişilerin hizmet sunması, iyi eğitim alınması, deneyime sahip olunması gibi süreçler istenilen hedeflere ulaşılmasını sağlar. Bu doğrultuda menünün planlanması, üretim sürecinin gerçekleşmesi, maliyet, insan kaynaklarının yönetimi oldukça önemlidir (Korkmaz, 2020, s. 5).

Yiyecek-içecek hizmetlerinin sunulması meşakkatli ve yorucu bir iştir. Bunun için yiyecek-içecek hizmetlerinde hata yapma olasılığı bulunmaktadır. Yaşanan hataların önüne geçmek, yerli ve yabancı turistlerin daha iyi bir şekilde karşılanmasını sağlar. Bu yüzden deneyim sahibi olmak, maliyet yönetimi yapmak, süreci tanımak, zamanlamanın yapılması gibi faktörlerin göz önüne alınarak yiyecek-içecek hizmetlerinin sunulması gerekir. Yönetim sürecinin başarıyla tamamlanması, işletmeleri vazgeçilmez kılacağından günümüzde işletmeler arasında yiyecek-içecek hizmeti konusunda rekabet yaşanmaktadır (Yılmaz vd., 2017, s. 79).

Turizm sektöründe kalite kavramına bakıldığında; turistlerin var olan veya oluşabilecek ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla hizmetlerin üretilmesi, işletmelerin faaliyetlerinin arttırması, maliyetlerin düşürülmesi için kullanılan araç kalite olarak tanımlanır (Kenzhebayeva, 2012, s. 27).

Kaliteli hizmetin sunulması, her kesimin ilgisini çeken ve sunulan hizmete olan talebin artmasını sağlar. Bu yüzden her sektörde olduğu gibi turizm sektöründe de

kaliteli hizmetin sunulması turist potansiyelini artıracak gibi ülkelerinde kalkınmasını sağlar. Aynı durum yiyecek-içecek hizmetlerinde de geçerlidir. Yiyecek-içecek hizmetlerinin sorunsuz bir şekilde sunulması, turizm alanlarının artmasını ve otellerin dolmasını sağlar. Aksi bir durumda yerli ve yabancı turistler sunulan hizmetlerden memnun kalmayarak turizm alanlarının sektöre uğratılmasına yol açar. Kısacası zorlu bir süreç olan yiyecek-içecek hizmetlerinde organizasyonların titiz bir şekilde sürdürülmesi gerekir (Sökmen, 2003).

3.8. Rekreasyon İşletmeleri

İnsan, günlük yaşamın telaşından ve yorgunluğundan kurtulmak, bedensel ve zihinsel yorgunluğunu üzerinden atmak için dinlenmeye ihtiyaç duymaktadır. Boş vakitlerin en güzel şekilde değerlendirilmesi için insanlar farklı alanlara yönelerek çeşitli aktiviteler yapmaktadır. Yapılan aktiviteler sayesinde insan günlük yaşamın yorgunluğunu üstlerinden atarak güne daha enerjik bir şekilde başlarlar. Bu yüzden turizm sektörü, insanların dinlenmesi için günümüzde vazgeçilmez bir öneme sahip olmuştur. Turizm sektörü yer alan rekreasyon sayesinde insanlar günlük telaştan kurtularak farklı aktivitelere katılmaktadır (Shivers ve DeLisle, 1997, s. 102).

Rekreasyon, bireylerin boş zamanlarını değerlendirmeleri ve güzel vakit geçirmeleri için gönüllü bir şekilde katıldıkları ruhsal, bedensel yorgunluklarını üzerlerinden atmaları, yaratıcı gücün kazandırılmasını sağlayan aktivitelere denir. Rekreasyon; insanların günlük işlerden uzaklaşmalar, dinlenmeleri, kendilerini iyi hissetmeleri gibi birçok ihtiyaçlarını karşılayabilmeleri için bireysel bir şekilde veya grup olarak açık veya kapalı alanlarda gönüllü bir şekilde katıldıkları aktiviteler olarak tanımlanır (Dalkılıç ve Mil, 2017, s. 31).

Boş zaman, insanlık tarihi boyunca var olan bir kavramdır. İnsanlar günlük işlerini yaptıktan sonra geriye kalan zamanlarını değerlendirmek amacıyla farklı aktivitelere yönelerek eğlenmek ister. Bu durum günümüzde önemini daha fazla artırmıştır. Çünkü günümüzde sanayileşmeyle birlikte yoğun iş temposu içerisinde olduğumuzdan insanlar boş zaman oluşturabilmek için işlerini hızlı bir şekilde yapmaktadır (Dalkılıç ve Mil, 2017, s. 32-33).

İnsanların kalan zamanlarını en güzel şekilde değerlendirdiği sektör, turizm sektörüdür. Turizm sektörü sayesinde insanlar farklı aktivitelere katılarak zamanlarını verimli bir şekilde değerlendirmektedirler. Burada herhangi bir zorlama olmadığından rekreasyon tamamen gönüllülüğe dayanmaktadır. İnsanlar ister kendi başlarına ister bir grupla eğlencelere katılarak yorgunluklarını unutmaya çalışmaktadır (Leberman ve Mason, 2002, s. 5). Kısacası rekreasyon kavramının önem kazanmasıyla farklı etkinliklerin ortaya çıktığını ve insanların boş zamanlarını değerlendirmeleri için turizm sektörüne önem vermeye başladıklarını söyleyebiliriz.

4. TURİZMİ ETKİLEYEN İÇ VE DIŞ FAKTÖRLER

Turizm insanların günlük yorgunluklarını üzerlerinden atmak için vazgeçilmez bir sektör haline gelmiştir. Turizmin gelişimine bakıldığında geçmiş yıllara oranla günümüzde sektörün daha fazla gelişme gösterdiğini söyleyebiliriz. İnsanlar dinlenmek amacıyla bir yerden başka bir yere giderek hem farklı yerleri ziyaret etmekte hem de tatillerini en güzel şekilde yaparak güne daha enerjik bir şekilde uyanmaktadırlar. Özellikle boş zamanın artmasıyla birlikte insanlar zamanlarını değerlendirmek amacıyla farklı etkinliklere yönelmiş ve bu sayede turizm sektörü canlılık göstermiştir (Kuyucu, 2017, s. 7)



Şekil 1. İç Nedenler

Kaynak: Haddadzadehhendou, 2013, s. 51

Yukarıda verilen şekil 1’den de anlaşılacağı üzere insanları turizme yönelten farklı nedenler bulunmaktadır. İnsanların turizme yönelmesine yol açan bu nedenler sayesinde turizm sektörü her geçen gün canlılığını arttırmaktadır. Her işletme gelen turistleri daha iyi bir şekilde karşılamak ve ihtiyaçlarını gidermek amacıyla kaliteli hizmet sunmaya çalışmaktadır. İç faktörler arasında yer alan din, iş, macera, sağlık ve diğer faktörler sayesinde turizm canlılığı her geçen gün artarak işletmeler arasında bir rekabet ortamı oluşmaktadır.

İnsanları turizme yönlendiren iç faktörlerin yanında dış faktörlerin de etkisi bulunmaktadır. Dış faktörler arasında tanıtma, reklam, propaganda ve yeni turistik bölgeler gibi faktörler yer almaktadır. Tanıtma, reklam ve propaganda tüketicinin herhangi bir tatil paketini satın almasına karar vermede etkili faktörlerdir. Bu faktörler turistlerin herhangi bir yere gitmeleri için doğru zamanda ve doğru yerde yapılan tanıtım faaliyetleriyle turistlerin seyahatini nereye yapacağını etkiler. Yeni turistik bölgelere bakıldığında da her yeni turizm alanı insanların ilgisini çekmeyi başarmıştır. Çünkü yeni turistik bölgeler alışılmışın dışında olduklarından gizemli bir yana sahiptirler. Bu yüzden yeni turistik bölgeler farklı bir tarz yarattığından turistlerin seyahat etme isteğini etkilemektedir (Haddadzadehhou, 2013, s. 54).

Geçmişte yıllarda yaşanan olumsuzluklar nedeniyle turizm sektörü yeteri kadar gelişme gösterememiştir. Fakat sanayileşme sürecinin yaşanmaya başlamasıyla birlikte büyük bir hız kazanan ve modern hale gelen turizm sayesinde insanlar arta kalan zamanlarını değerlendirmeye başlamıştır. Bu sayede günümüzde turizm sektörü gelişmişlik seviyesine ulaşmayı başarmıştır. Turizm sektörünün gelişmesine yardımcı olan boş zamanın artması, hızlı kentleşmenin yaşanması, nüfus artışı, ücretli tatil izninin verilmesi, seyahat özgürlüğü gibi faktörler turizm sektörünü daha fazla canlandırmıştır (Kuyucu, 2017, s. 8)

Turizmde her geçen gün yaşanan olumlu gelişmeler sayesinde turizm sektörü diğer sektörler arasında bir numaralı sektör olmayı başarmıştır. Özellikle insanları turizme yönelten iç ve dış nedenlerin tespit edilmesi ve bu nedenlerin müşteri memnuniyeti kazanma doğrultusunda kullanılması amacıyla turizm potansiyelinde gelişmeler yaşanmaktadır. Yaşanan bu durum ülkeleri olumlu yönden etkilemektedir. Kısacası turizmi etkileyen iç ve dış birçok faktör bulunmaktadır. Bu faktörler

sayesinde hem insanlar gündelik işlerine ara vererek zamanlarını tatilde değerlendirmekte hem de turizm sektörüne farklı bir bakış açısı kazandırılarak turizme yapılan yatırımlar artmaktadır (Baytok, 2017, s.5)

4.1. Turizmde Paydaşlar Teorisi

Turizmde paydaşlar teorisi, bir yörede veya bölgede turizm alanında yer alan kesimleri belirtmektedir. Bu paydaşlar turizm işletmeleri, kamu kurumları, yerel yönetimler, sivil toplum kuruluşları (STK), yerel halk ve turistler ile ifade edilebilir. Teori, paydaşların yaptıkları faaliyetlerde ve aldıkları kararlarında dolaylı veya doğrudan olarak ilişkide oldukları hedef gruplarının tümünü dikkate almasını öngörür (Baytok vd., 2017, s. 6; Amerta, 2017, s. 21; Yıldırım, 2020, s. 440). Özellikle turizm işletmeleri bakımından işleyiş oldukça önemlidir. Zira müşterilerine olumlu imaj bırakan bir işletmenin sürdürülebilirliği güçtür. Bu bağlamda kampanyalar, yardımlar, sosyal sorumluluk projeleri gibi girişimler paydaşların düşüncesini olumlu yönde etkileyebilecektir. Turizm paydaşları teorisi elemanları Şekil 2’de yer almaktadır.



Şekil 2. Turizm Paydaşları Teorisi Elemanları

Kaynak: Clulow, 2005, s. 979; Baytok vd., 2017, s.6; Akkuş, 2020, s. 61

Turizm paydaşları pek çok farklı paydaştan oluşmaktadır. Bazı durumlarda paydaşlar birbirinden farklılık gösterebilmektedir. Bir destinasyonun gelişiminde gücü elinde bulunduran/ olduğu düşünülen paydaşlarda da farklılaşma olabilmektedir. Paydaşların destinasyona göre de farklılaştığı görülebilmektedir (Timur ve Getz, 2008). Dolayısıyla turizm paydaşlarının çeşitli nedenlerden dolayı farklılık gösterebildiği söylenebilir. Paydaş grupları içerisine konaklama işletmeleri, tur operatörleri, yiyecek içecek işletmeleri, seyahat işletmeleri, eğitim veren kurumlar, medya, turizm akademisyenleri gibi diğer destek hizmetleri de dahil edilebilmektedir (Suna, 2019). Paydaş gruplarında akademik yorumcular ve medya ise ikincil toplumsal paydaşlar arasında gösterilmektedir. Kitle iletişim teknolojisi ise medyayı oluşturmaktadır. Medya özellikle çevresel kriz yaşandığında toplumun algısını değiştirme açısından oldukça etkili olabilmektedir (Clulow, 2005, s. 979).

Turizm politikalarının sürdürülebilirliğinin sağlanması ve/veya yeni turizm politikası oluşturulmasında paydaşların etkileşim halinde olması gerekir. Bu doğrultuda destinasyondaki paydaşlar genel olarak yerel yönetimler, özel sektör işletmecileri/girişimler, yerel halk ve turistlerden oluşmaktadır (Byrd vd., 2009). Turizm sektöründeki en önemli paydaşlar arasında uluslararası turizm örgütleri, seyahat acenteleri, tur operatörleri ile zincir işletmeler gelmektedir. Bunlardan özellikle uluslararası tur operatörleri turizm operasyonlarının belirleyicisi konumundadırlar (Demir vd., 2020).

Yerel yönetimler, turizmde söz sahibi olan ve yönünü etkileyebilen paydaşlar arasındadır. Bir destinasyonda turizmin başarısında toplumdaki paydaşların tümünün planlama ve karar alma sürecinde yer almaları gerekmektedir. Turizm ile merkezi ve yerel yönetimlerin arasındaki etkileşim çift yönlüdür. Turizm faaliyetleri bölgeye sosyal ve ekonomik fayda sağlamak suretiyle yönetime katkı sunarken, merkezi ve yerel yönetimler ise uyguladıkları politika ve hizmetlerle turizmi etkilemektedirler (Negiz ve Akman, 2011).

Turizmin gelişim sürecindeki bir diğer paydaş grubu girişimciler/özel sektör işletmecileridir. Bunlar bir destinasyondaki fırsatları tanımlayabilen, potansiyelin farkına varabilen, turistik ürünün gelişiminde öncülük eden, turizmde topluma ve ziyaretçilere karşı sorumluluğu üstlenen paydaşlardır. Bu paydaş grubu bölgede

istihdam ve kaynak yaratma, sermaye yatırımı, ulaşım, el sanatları, yiyecek içecek gibi ikincil sektörleri geliştirme, yerel halkta ve ziyaretçilerde turizme ilişkin bilinç ve farkındalık oluşturma, paydaşların tümünü turizm uygulamalarına teşvik, yönetim, ağırlama, rehberlik gibi alanlarda eğitim olanakları ile becerilerin geliştirilmesi gibi görevleri üstlenmektedir (Simpson, 2008).

Turizm paydaşlarından bir diğeri destinasyondaki yerel halktır. Bu paydaş grubunun ziyaretçilere davranış şekli, ziyaretçi memnuniyetini, ziyaretin tekrarlanmasını ve tavsiye edilme olasılığını doğrudan etkilemektedir. Bunun destinasyonun turizm geleceğini ciddi derecede etkilediği belirtilmektedir (Kim, 2002).

Turizmin istikrarlı büyümesini ve gelişmesini sağlamak amacıyla turizm paydaşlarının özellikle yerel paydaşların önemi fazladır. Turizmde paydaş teorisinin stratejik süreç gelişiminde verimli ve etkili şekilde rol oynadığı belirtilmektedir. İstikrarlı büyüme ve iş birliği bakımından paydaş katılımı ile çalışmaların sürdürülmesi gerekmektedir (Gnan vd., 2010; Graci, 2013; Wan ve Xiangping, 2013).

Yerel halkın turizm sektörüne katkısı, turizm paydaşlarının çabalarını desteklemek ve turizm sektörünün kalkınmasına katkıda bulunmak için oldukça önemlidir. Yerel halkın turizm sektörüne katkısı, yerel kültürün korunmasına ve geliştirilmesine katkıda bulunmaktan başlayarak, turizm sektörünün çalışmalarının desteklenmesine kadar uzanmaktadır. Yerel halkın katkıları, turizm paydaşlarının çalışmalarını destekleyerek, turizm sektörünün kalkınmasının sağlanmasında önemli bir rol oynamaktadır (Timur ve Getz, 2008). Turizm paydaşları, akademisyenler, turizm sektörünün temel taşlarından biridir. Turizm sektörünün gelişmesi ve büyümesi için paydaşların etkin bir şekilde çalışması gerekir. Turizm paydaşları, turizm sektörünün önemli aktörlerinden biri olup, turizm sektöründe çalışan kişileri kapsamaktadır. Turizm paydaşları arasında turizm sektörüne hizmet veren işletmeler, özel sektör şirketleri, kamu kurumları, sivil toplum kuruluşları, akademisyenler ve öğrenciler yer almaktadır (Negiz ve Akman, 2011). Turizm, kültürel, sosyal, ekonomik ve politik olarak çok çeşitli alanlarda etkili olan bir sektördür. Bu sektörün başarısı, her kesimden paydaşların katkılarına bağlıdır. Kamu kurumları, turizmin başarısı için önemli bir paydaş olarak görülmektedir. Kamu kurumları, turizm sektörünün gelişmesine katkıda

bulunmak için çeşitli faaliyetlerde bulunur. Medya, turizm paydaşları ile iletişim kurmak için önemli bir araçtır. Medya, turizm sektörünün tanıtımını ve pazarlanmasını desteklemek için çeşitli araçlar kullanmaktadır. Medya, turizm sektörünün tanıtımını ve pazarlanmasını desteklemek için, reklamlar, tanıtım filmleri, internet ve dijital medya aracılığıyla haberler, makaleler, röportajlar, fotoğraflar ve video gibi çeşitli araçlar kullanmaktadır (Akkuş, 2020, s.64). STK'lar, turizm sektöründe çalışanların haklarını korumak, turizm sektörünün kalitesini arttırmak ve turizm ürünlerinin geliştirilmesi için önemli bir rol oynarlar. STK'lar, turizm sektöründe çalışanların haklarını korumak ve turizm ürünlerinin geliştirilmesi için çalışmalar yürütür. STK'lar, turizm sektöründe çalışanların haklarını korumak, turizm sektörünün kalitesini arttırmak, turizm ürünlerinin geliştirilmesi ve turizm sektöründeki çalışanların eğitimlerinin sağlanması gibi konularda çalışmalar yürütür. Turizm paydaşları, turistlerin seyahatlerini planlamak, organize etmek ve gerçekleştirmek için gerekli hizmetleri sunmak için bir araya gelmektedir. Turizm paydaşları, turistlerin seyahatleri sırasında her türlü ihtiyacı karşılamak için çalışmaktadır. Turizm paydaşları, turistlerin konaklama, ulaşım, yiyecek ve içecek, alışveriş, eğlence ve diğer hizmetleri için gerekli hizmetleri sağlamak için bir araya gelmektedir (Baytok vd., 2017, s. 8). Turizm paydaşları arasında en önemli olanlar, turizm işletmeleridir. Turizm işletmeleri, turizm sektörünün çalışmasını sağlamak için gerekli olan çeşitli hizmetleri sağlamaktadır. Bunlar, oteller, konaklama yerleri, ulaşım, rehberlik, eğlence, alışveriş, yeme-içme ve diğer turizm hizmetleri gibi hizmetleri sunmaktadır. Turizm işletmeleri, turizm sektörünün çalışmasını sağlamak için gerekli olan çeşitli hizmetleri sağlamakla kalmaz, aynı zamanda turizm sektörünün gelişimini sağlamak için çalışmalar da yürütmektedir (Akkuş, 2020, s.65).

4.2. Sürdürülebilir Turizmde Paydaşların Önemi

Sürdürülebilir turizm, bir destinasyonda bulunan turizm ürünlerinin gelecekteki nesillerin de istifade etmelerini sağlayacak şekilde tüketilmesini ifade etmektedir (Swarbrooke, 1999: 13). Turizmde sürdürülebilirlik kavramı ise, destinasyonda sosyal dokuyu ve yerel halkın fiziksel çevresini, turizmin geleceğini kapsayan kaynakları yok etmeden ekonomik olarak turizmin uygulanması olarak tanımlanmakta, turizmin planlanması ve izlenmesi, aynı zamanda yönetimi buna

uygun yapılır hale gelmiştir (Kuscer ve Mihalic, 2019, s.). Zaman içerisinde her alanda olduğu gibi doğal kaynakların plansız tüketimi turizmde se sürdürülebilirlik olgusunun önem kazanmasına neden olmuştur. Turizmde sürdürülebilirliğin sağlanması için çevre sorunlarına duyarlı turizm planlarının geliştirilmesi önemli bir öncelik durumuna gelmiştir (Altanlar ve Kesim, 2011: 1). Sürdürülebilir turizm, destinasyonda yerel kaynakların korunması, turistlerin ve yerel halkın ihtiyaçlarının geleceğe uygun karşılanması, yaşam kalitesinin artırılması, ülke genelinde kültürel bütünlüğe ve çevreye uygun olan turizm kapasitelerinin geliştirilmesini ifade etmektedir (Seyhan ve Yılmaz, 2010: 51).

Sürdürülebilir turizmin gelişimi esasen sürdürülebilir turizmin amacını gerçekleştirebilmek için bir araç olmalı, sürdürülebilir turizmin stratejilerinin farklı ilgi gruplarını içeren bütüncül ve geniş bir temele dayalı olmalıdır. Sürdürülebilir turizmde uygulama aşaması oldukça kritiktir. Zira sürdürülebilir turizm deneyimi uygulama aşamasında etkisini göstermektedir. Sürdürülebilir turizm stratejilerinin uygulanması, turizm endüstrisi, yerel halk, çevre arasında karmaşık ilişkiler yarattığından gerilimli bir süreç olarak ifade edilmektedir. Bu nedenle paydaş teorisi turizm bölgelerinde sürdürülebilirlik gerekliliğine göre uygun bir yöntem olmaktadır. turizm bölgelerinde paydaş teorisinin uygulanması ile sürdürülebilir turizm deneyimini yaşayabilecek ilgi gruplarının süreçte yer almaları sağlanabilmektedir. Turizm paydaş teorisi, paydaşların ne şekilde etkilendiğini ortaya koymaktadır (Çıracı vd., 2008, s. 92). Özellikle turizmin gelişmesi ve sürdürülebilir olabilmesi için turizm paydaşları arasında yer alan yerel halkın tutumlarının önem arz ettiğine ilişkin literatürde pek çok akademik çalışmanın bulunduğu görülmektedir (Lindberg ve Johnson, 1997; Jurowski vd., 1997; Sheldon ve Abenoja, 2001; Kuvan ve Akan, 2005; Wang ve Pfister, 2008; Gürsoy, Chi ve Dyer, 2010; Choi, 2013; Palmer vd., 2013; Styliadis vd., 2014; Lin ve Lu, 2015; Nunkoo ve So, 2015; Garcia vd., 2015). Bu bakımdan sürdürülebilir turizmde paydaşların önemli bir konuma sahip olduğu söylenebilir. Sürdürülebilir turizmde paydaşların belirlenmesinin ve sürece katılımlarının sağlanmasının turizmde ortaklık ve iş birliğinin temel aşaması olduğu ifade edilebilir.

5. ALTERNATİF TURİZM VE TÜRLERİ

Bu bölümde alternatif turizm tanımı ve alternatif turizm türleri olan kültürel miras, sağlık turizmi, kongre turizmi, sağlık turizmi ve termal turizm, kış sporları, yayla turizmi, akarsu turizmi, botanik, dağcılık, golf turizmi, hava sporları, inanç turizmi, ipek yolu, kongre turizmi, kuş gözlemciliği, mağara turizmi, su altı dalış, yat turizmi ve festival turizmi başlıkları ele alınmıştır.

5.1. Alternatif Turizm Tanımı

Turizm, insanların boş zamanlarını değerlendirmeleri ve rutin işlerinden kurtularak dinlenmelerini sağlayan bir kavramdır. Turizm sayesinde artık insanlar bulundukları yerden başka yere giderek tatil yapmaktadır. Bu yüzden turizm sektörü, günümüzün vazgeçilmez sektörleri arasında yer almıştır. Eskiden insanlar dinlenmeye vakit bulamazken günümüzde teknolojinin gelişmesi, çalışma sürelerinin kısalması gibi nedenlerden dolayı insanların daha fazla boş vakti oluşmuştur. Böylece insanlar boş kalan zamanlarını da dinlenmeye ayırmaktadır (Tarinç, 2019, s. 13).

Alternatif turizm, klasik kitle ve şehir turizminde yaşanan olumsuz etkileri azaltmak için oluşturulan ve yeni turistik ürünlerin bir araya getirilmesi sonucu meydana gelen turizm türüne denir. Günümüzde turizm canlılığının yaşanması sayesinde turistlerin tüketim alışkanlığı da değişmiştir. Tüketici davranışlarının değişmesi, ülkelerin turizm alanında rekabette avantaj elde etmeleri için turizm farklı alternatifler uygulamalarına yol açmıştır (Tarinç, 2019, s. 14).

İnsanların turizm sektörüne bakış açısının gelişmesi ve bu sayede turizme önem vermeye başlamalarıyla birlikte, günümüzde turizm alanında farklı etkinliklerle çeşitli turizm çeşitleri ortaya çıkmıştır. Buna bağlı olarak alternatif turizm türleri de turizm sektöründe etkisini göstermiştir. Alternatif turizmin amacı geleneksel turizm veya şehir turizm gibi turizmde yaşanan olumsuz etkileri azaltmaktır. Böylece alternatif yöntemler üretilerek insanların turizmden en iyi şekilde yararlanmaları amaçlanmıştır. İnsanların farklı etkinliklere yönelmesi sonucu ortaya çıkan çeşitli etkinlikler sayesinde insanlar ilgi alanlarına uygun turizmi seçerek tatillerini yapmaktadırlar. Alternatif turizm çeşitleri arasında kültür turizmi, sağlık turizmi, inanç turizmi, gastronomi turizmi, kırsal turizm gibi farklı etkinlikler bulunmaktadır.

İnsanların turizmde alternatifi çok olunca artık tek bir turizm üzerinden tatil yapmak yerine çeşitli etkinliklere katılma söz konusu olmaya başlamıştır. Bunun için alternatif turizme verilen önem her geçen gün artmaktadır (Doğan ve Üngüren, 2012, s. 104).

5.2. Alternatif Turizm Türleri

Bu bölümde alternatif turizm türleri olan kültürel miras turizmi, sağlık turizmi, kongre turizmi, sağlık turizmi ve termal turizm, kış sporları turizmi, yayla turizmi, akarsu turizmi, botanik turizmi, dağcılık, golf turizmi, hava sporları, inanç turizmi, ipek yolu, kongre turizmi, kuş gözlemciliği, mağara turizmi, su altı dalış, yat turizmi ve festival turizmi başlıkları ele alınacaktır.

5.2.1. Kültür Turizmi

Kültür turizmi, herhangi bir yöreye ait olan tarihi, kültürel yapıların keşfedilmesi ve görülmesi için yapılan bir turizm çeşididir. Çünkü günümüzde geçmişten kalan birçok han, köprü, hamam, cami gibi tarihi yapılar bulunmaktadır. Bu kültürel yapıların ziyaret edilmesi, farklı dilin, mutfak kültürünün, bölgenin müziklerinin öğrenilmesini sağlar (Kıvılcım, 2020, s. 37).

Günümüze geçmişten kalma farklı tarihi eserler bulunmaktadır. Tarihi eserlerin insanların kullanımına sunulması ve insanların yeni şeyler öğrenebilmesi için, kültür turizmine önem verilmeye başlanmıştır. Kültür turizminin önem kazanması, alternatif turizm çeşitleri arasında yer almıştır. Kültür turizmi sayesinde artık insanlar eskiden kalan cami, saray, köprü gibi tarihi yapıları ziyaret ederek yeni şeyler öğrenmektedir. Böylece tarihi yapılara ihtiyaç duyan bireyler için kültürel turizm en ideal tatil planları arasında yer almaktadır (Doğan ve Üngüren, 2012, s. 105).

İnsanların farklı kültürler ve kültürel eserleri görmeleri amacıyla yapmış oldukları seyahatlere kültürel turizm denir. Türbeler, su kemerleri, antik yerleşim yerleri, kervansaraylar kültürel yapılar arasında yer almaktadır. Bu yapılar araştırmacılar, öğrenciler, mimarlar tarafından araştırma konusu haline gelmiştir. Böylece bu kişilere o yapıların bulunduğu bölgeye doğru seyahat etmeye başlarlar (Haddadzadehhendou, 2013, s. 42).

Kültür; inanç, sanat, gelenek ve görenekler, bilgi gibi soyut unsurlardan ve gastronomi, yaşayış biçimi gibi somut unsurlardan oluşmaktadır. Kültür turizmi üzerine yapılan bir tanıma göre; doğal çevreyi tanımak isteyen bireylerin kültürler hakkında bilgi sahibi olmaları için tercih ettikleri turizm çeşididir. Kültür turizmi arasında yerel yiyecek ve içecekler, sergiler, festivaller, el sanatları, sanatsal ürünler, tarihi olaylar gibi birçok turizm çeşidi bulunmaktadır. Ayrıca kültür turizmin etkinlik, miras, dark, etnik turizm gibi farklı alt başlıkları bulunmaktadır (Tarinç, 2019, s. 14).

Kültürel miras turizmine bakıldığında geçmişten kalma eserlerin herhangi bir nedenden dolayı yapısının değiştirmesini engellemek ve turistlerin kültürler hakkında bilgi sahibi olmalarını sağlamak amacıyla sürdürülen bir turizm çeşidi olarak tanımlayabiliriz. Kültürel miras turizminin yapısının korunması sayesinde ziyaretçiler tarihi yapıları olduğu gibi görmekte ve o bölgeye ait gelenek ve görenekler, dini inançlar, yemek kültürleri hakkında bilgi sahibi olmaktadır (Doğan ve Yıldız, 2008, s. 161).

Kültürel turizm açısından Türkiye’ye bakıldığında, ülkemiz zengin kaynaklara sahiptir. Türkiye’de kıyı turizminden sonra kültür turizmi gelmektedir. İnsanlar, eğitim seviyelerinin artması ve yaş seviyelerinin artmasıyla birlikte farklı bölgeleri, kültürel eserleri görmek amacıyla seyahat etmektedirler. Bu yüzden deniz turizmin yoğunlaşması ve tanıtımların artmasının yanında kültürel değerlerin tanıtımının da yapılması giderek artmaktadır (Tuna, 2019, s. 23).

Kültürel yapılara sahip çıkılması, insanların geçmiş yıllara ait daha fazla bilgi sahibi olmalarını sağlar. Bunun için kültürel mirasın korunması için her türlü önlem alınmaktadır. Ülkemizde kültürel miras açısından zengin bir ülke olduğundan, insanlar farklı kültürlerle karşılaşmak için ülkemizi ziyaret etmektedirler. Böylece ülkemize kültürel açıdan gelen turistlerin sayısında da artış yaşanmaktadır. Kısacası ülkemiz, tarihi ve kültürel turizm açısından da her yıl farklı turistleri ağırlayarak hem turizmin hem de ekonominin canlanmasına katkı sağlamaktadır (Haddadzadehendou, 2013, s. 42).

5.2.2. Sağlık Turizmi

İnsan yaşamının devamlılığı için sağlık önemli konular arasında yer almaktadır. Sağlık sektöründe yaşanan gelişmeler, insanların rahat bir şekilde sağlık hizmetlerinden yararlanmalarını sağlar. Günümüzde yaşanan teknolojik gelişmeler sayesinde sağlık sektörünün her geçen gün gelişme gösterdiğini söyleyebiliriz. Hastaların tedavi olmaları ve sağlıklarına yeniden kavuşmaları için, sağlık sektörüne başvuruları sektörün canlılık kazanmasına yol açmıştır. Sağlık sektöründe yaşanan gelişmelerin hız kazanmasına paralel olarak bu sektöre yapılan yatırımlarda artmıştır. Bu sayede sağlık, turizm haline dönüşerek alternatif turizm çeşitleri arasında yer almaya başlamıştır. Sağlık turizmi, turizmin on iki aya yayılmasında oldukça önemli bir yere sahiptir (Özcan vd., 2016).

Teknolojinin büyümesi, sağlık profesyonellerinin artmasına bağlı olarak günümüzde sağlık hizmetlerinde yeni tüketim ve üretim modelleri hız kazanmıştır. Yaşanan gelişmeler sağlık turizminin canlanmasını sağlamıştır. Sağlık turizminde öncü ülkeler arasında; ABD, Singapur, Brezilya, Hindistan, Tayland gibi daha birçok ülke yer almaktadır. Tıbbi tedavi amaçlı tercih edilen ülkeler arasında da ABD, Türkiye, İngiltere, Almanya gibi ülkeler bulunmaktadır. Sağlık turizmi kendi içerisinde medikal, termal, SPA turizmi, Yaşlı ve Engelli Bakımı gibi farklı gruplara ayrılmaktadır (Tarinç, 2019, s. 15).

Sağlık turizmi genel olarak insanların sağlıklarını korumak veya sağlıklarına kavuşmak amacıyla bir ülkeden diğerine veya bir ülkede başka bir bölgeye gitmeleri sonucunda oluşan alternatif turizm türü olarak ifade edilmektedir (Özcan vd., 2016).

Sağlık turizminde yer alan tıbbi turizm, kaplıca turizmi gibi sağlık çeşitleriyle insanlar gittikleri ülkelerin ekonomilerinin kalkınmasına yardımcı olmaktadır. Bu nedenle her ülke sağlık turizmini canlandırmak için, gelişen teknolojinin imkanlarından yararlanarak turistleri en güzel şekilde ağırlamaktadır. Böylece sağlık turizmi için gidilen bölgede sektörler turistleri konaklama hizmetinden sağlık hizmetine kadar her türlü süreçte dört dörtlük karşılayarak misafirlerini memnun etmektedirler (Kiremit, 2008, s..6).

Sağlık turizmi insanların tedavi olma, iyileşme gibi amaçlar için yaşadıkları yerlerden farklı yerlere yapmış oldukları seyahatlere denir. Bu seyahatler termal, SPA,

fizyoterapi, balneoerapi, kaplıca tedavisi gibi amaçlar için yapılmaktadır. Türkiye de kaplıca ve termal kaynaklar açısından zengin bir ülke olduğundan ülkemize sağlık amaçlı her geçen yıl binlerce turist gelmektedir (Kıvılcım, 2020, s. 40).

Turizm sektörünü canlandıran alternatif turizm çeşitleri arasında sağlık turizmi yer almaktadır. Sağlık turizminin her geçen gün gelişmesi, ülkelere yapılan ziyaretleri artırmaktadır. Özellikle kaplıca ve termal amaçlı yapılan seyahatlerin sayısı arttığından her ülke bu kaynakların kullanımına dikkat ederek daha fazla turist kazanmayı amaçlamaktadır (Adveren, 2011, s..41).

Sağlık turizmi grupları arasında bulunan termal ve kaplıca turizmleri açısından ülkemiz zengin bir potansiyeline sahiptir. Ülkemizin sağlık turizmi açısından zengin bir potansiyele sahip olması, her yıl binlerce turistin ağırlanmasını sağlamıştır. Bu nedenle kaplıca ve termal kaynaklara verilen önem her geçen yıl artmaktadır. Ayrıca sağlık turizmi, ülke ekonomisine katkı sağlayan önemli turizm çeşitleri arasında yer almaktadır (Ak ve Sevin, 2000, s..90).

Sağlık turizmi arasında yer almak isteyen ülkeler kaliteli hizmet sunma konusunda sorunlarını çözmeye çalışmaktadır. Sağlık turizminde yaşanan hızlı gelişmeler sayesinde dünya ekonomisinde sağlık turizmi kendi başına endüstri haline gelmeye başlamıştır. Eskiden az gelişmiş ülkelere gelişmiş ülkelere sağlık talebi konusunda artış yaşanırken gelişmiş ülkeler artık sağlık için gelişmekte ülkelere seyahat etmeye başlamıştır. Bunun en büyük nedeni fiyat artışının olmasıdır (Tökü, 2017, s. 10).

Sağlık turizminde bireyleri diğer ülkelere yönelten nedenler arasında fiyat sorunu yer almaktadır. İnsanlar bazı sağlık tedavilerinin kendi ülkelerinde pahalı olmasından dolayı, farklı ülkelere giderek o ülkede tedavi olmaktadır. Böylece gidilen ülkedeki ekonomi canlanmaya başlamaktadır. Bunun yanında ülkelerde sağlık turizmini geliştirmek amacıyla yatırım yaparak ve sağlık turizmi hizmetini uygun fiyata sunarak daha fazla turist kazanmaya çalışmaktadır. Ülkemizde de sağlık turizmine yönelik yatırımlar arttığından ve turistlere kaliteli hizmet sunulduğundan sağlık turizmi gelişme göstermeye devam etmektedir (Ünal ve Demirel, 2011).

5.2.3. Etkinlik Turizmi

Etkinlik turizmi, bireylerin ikamet ettikleri yerler dışında bilimsel alan veya mesleki kollarında uzmanlık gerektiren bir konuda bilgi alışverişi yapmak amacıyla bir araya gelmelerinden oluşan seyahatlere denir. Bu turizm yalnızca kongre amaçlı olmayıp bunun yanında sempozyum, seminer gibi toplantı amaçlı da yapılmaktadır. Etkinlik turizmi toplantı turizmi olarak da bilinmektedir (Tuna, 2019, s. 14).

Bilgi alışverişi yapmak, insanların işlerini rahat bir şekilde yapmalarını sağlar. Bu noktada karşımıza etkinlik turizmi çıkmaktadır. Etkinlik turizmi sayesinde artık insanlar belirli bir konuda bilgi alışverişi yapmak için bir araya gelmeye başlamıştır. Fakat bu bilgi alışverişi ikamet edilen veya çalışılan yerlerde değil farklı ülkelere seyahat edilerek yapılmaktadır (Haddadzadehhendou, 2013, s. 43).

Seyahat olanaklarının gelişmesi, gelir düzeyinin artması gibi nedenler turizmin gelişmesine katkı sağlamıştır. Özellikle çalışma sürelerinin kısalması sayesinde boş zamanın artması, sosyo-ekonomik faktörlerde yaşanan gelişmeler kongre turizminin de artmasını sağlamıştır. Bunun yanında teknolojik alanda yaşanan gelişmeler, insanların bilgi alışverişi için yüz yüze konuşmaya ihtiyaç duymaları, konaklama ve seyahat gibi ücretlerin kurumlar tarafından karşılanması gibi birçok faktör de kongre turizminin gelişmesini sağlamıştır (Haddadzadehhendou, 2013, s. 44).

Dünya genelinde yaşanan teknolojik gelişmeler, insan alışkanlıklarını değiştirdiği gibi farklı sektörlerin canlanmasını sağlamıştır. Bu sektörler arasında yer alan turizm sektörü, başlı başına bir endüstri olmaya başlamıştır. Turizm çeşitleri arasında yer alan etkinlik turizmi de yaşanan teknolojik gelişmelere paralel olarak canlanmıştır. İnsanlar artık bilgi alışverişi yapmak için yüz yüze görüşmeye ihtiyaç duymuştur. Her yerden farklı insanların bir araya gelmesi sonucu yapılan kongre turizmi sayesinde artık bilgi alışverişi yapmak daha kolay hale gelmiştir. Böylece insanlar her türlü hazırlık, tanıtım gibi etkinliklerini kongre turizmi sayesinde daha rahat bir şekilde yapmaya başlamıştır (Tuna, 2019, s. 15).

Kongre turizmi, meslek kuruluşlarının sanat, siyaset, eğitim, din gibi konular arasından herhangi birini tartışmak amacıyla belirli zaman aralıklarında düzenlemiş oldukları kongre, konferans, seminer, sempozyum gibi etkinliklere katılmalarıyla ortaya çıkan turizm şekline denir. İkili turizm türü olan kongre turizminde asıl olan

kongredir turizm ise kongrenin türevi şeklinde kendini göstermiştir. Kongre turizmi diğer turizm çeşitleriyle kıyaslandığında delege harcamalarının olması nedeniyle normal turist harcamasından fazladır (Ulus, 2009, s. 53). Dünya genelinde farklı sektörler nedeniyle birçok kongre düzenlenmektedir. Düzenlenen kongrelerde yüz yüze görüşme tercih edildiğinden, insanlar farklı ülkelere seyahat ederek ilgi alanları konusunda konuşmaktadırlar. Yaşanan gelişmeler turizmin canlanmasına da neden olmuştur. Böylece kongre turizmi adı verilen alternatif turizmi ortaya çıkarak ülkeler kongre turizmi sayesinde de turist sayısını artırmaktadır (Yüncü ve Kozak, 2010, s. 118)

Günümüzde teknoloji, bilim ve daha birçok alanda yaşanan gelişmeler beraberinde gelişmelere verilen önemi artırmıştır. Bu yüzden bilgi çağının yaşanmasıyla birlikte artık insanlar farklı insanlarla bilgi alışverişinde bulunmak için seyahat etmektedir. Ülkemizde de bu durum gelişme göstermiştir. Böylece ülkemizde yapılan konferans, kongre, sempozyum gibi etkinliklerin sayısı artmaktadır. Etkinlikler arttıkça ülkemizi daha fazla turist ziyaret etmektedir. Ülkemize gelen her turist ekonomiye katkı sağlandığından dolayı, alternatif turizm türleri arasında yer alan kültür turizminin gelişmesi için farklı önlemler alınmaktadır. Bu yüzden ülkemiz için kongre turizmi vazgeçilmez bir öneme sahip olmaya başlamıştır (Ayman, 2006, s. 8).

Festivaller genel olarak insanların sosyalleşmelerini ve kültürel yaşamlarının zenginleşmesini sağlayan etkinlikler olup, günümüzde alternatif turizm türü olarak görülmektedir (Erdoğan Morçin ve Morçin, 2021). Festival turizminde insanlar dışarıdan gelmekte ve sakin şehirlerin tanıtımında ve kalkınmasında rol oynamaktadırlar. Festivaller ziyaretçiler ile yerel halk arasında etkileşim ve iletişimi güçlendirmekte ve arttırmaktadır. Festivallerdeki etkinlikler ile ziyaretçiler ve yerel halk birlikte eğlenme fırsatı bulmaktadırlar. Bu sayede ziyaretçilerin deneyim kalitesi üst düzeye çıkabilmektedir. Festival düzenlenen bölgeler, faaliyetin olduğu dönemlerde yoğun turist akımına sebep olur. Bundan dolayı turist sayısında artış görülür. Festival turizminde yer alan turistlerin harcamaları da diğer turizm türlerine nazaran daha fazladır (Lee vd., 2006; Çela vd., 2007, s. 183; Hu vd., 2013, s. 467). Festivaller başlangıçta şehir turizmi kapsamında önemli turistik faaliyetler arasında görülürken, günümüzde önemli bir turizm çeşidi olarak kabul görmektedir. Bu

değişimin temelinde festivallerin yarattığı kültürel ve sosyoekonomik etkiler ile kent imajına yaptığı katkılar bulunmaktadır. Bununla birlikte festivallerin birtakım olumsuz etkileri olabilmektedir. Bu olumlu ve olumsuz etkilerin tümü genelde yöre halkını ilgilendirir. Zira yerel halk festivallerin odak noktasıdır (Erdoğan Morçin, 2020).

5.2.4. Spor Turizmi

Kış sporları en gözde turizm etkinlikleri arasında yer almaktadır. Her yıl binlerce turist kış sporuna katılarak zamanlarını en güzel şekilde değerlendirmektedir. Bu yüzden geçmişe nazaran günümüzde kış sporlarına verilen önem artmıştır. Kış sporu için gelen turistlere kaliteli ve güvenilir hizmet sunmak işletmelerin temel amacı olmuştur. İşletmeler misafirlerine daha iyi hizmet sunabilmek ve müşteri memnuniyeti kazanabilmek için kendilerini rekabet ortamı içerisinde bulmuşlardır (Tuna, 2019, s. 13).

Spor turizmi kapsamında ele alınan kış sporları turizmi uluslararası alanda gelişimi en hızlı olan turizm pazarları arasından yer almaktadır. Aynı zamanda turizmin on iki aya yayılmasında, yıl boyunca istihdamın sürekliliğinin sağlanmasında ve gelirin artırılması gibi ekonomik bakımdan katkıları olan, en önemli alternatif turizm türleri arasında gösterilmektedir (Davras, 2020, s. 143).

Kış turizmi, turizmin sektörünün her mevsime dayanması için kış sporlarını içeren turizm çeşidine denir. Kış turizminde yapılan etkinlikler arasında; kayak, tırmanma yürüyüş gibi etkinlikler yer almaktadır. Bu etkinlikler buzlu, eğimli, karlı alanlarda yapılır. Bu yüzden kış sporlarının yapıldığı bölgeye olan ekonomik katkısı oldukça fazladır. Ülkemizde de farklı bölgelerde kayak tesislerinin bulunmasıyla çok sayıda turist ülkemizi ziyaret etmektedir (Kıvılcım, 2020, s.38).

Kış turizmi, karın yağış durumuna göre dağların fazla kar alması ve bu sayede yükseltide gerçekleştirilen turizme denir. Kış turizmi, kayak sporu gibi etkinlikleri yapmaya elverişli alanlara yapılan konaklama, eğlenme, gezip görme gibi aktiviteleri içerir. Türkiye’de kış turizmi açısından uygun bir yapıya sahiptir. Uludağ, Palandöken, Kartalkaya, Erciyes gibi yerler ülkemizde kış turizmi için elverişli bölgelerdir (Tuna, 2019, s. 15). Kış turizm, farklı etkinliklerin yapılmasını sağlar. Kayaktan tırmanma etkinliğine kadar her aktivite kış sporlarında mevcuttur. Bu yüzden ülkelerde bulunan

kayak merkezleri, turistlerin gözde tatil merkezleri arasında yer almaktadır. Ülkemizde de farklı kayak merkezleri mevcuttur. Bunun için her yıl binlerce turist farklı ülkelerden gelerek ülkemizde konaklamaktadır (Öztaş ve Karabulut, 2007, s. 136).

En az 24 saat konaklayan turistler sayesinde kış sporlarının yapıldığı merkezlerde ekonomik açıdan rahat bir nefes almaktadır. Böylece macerayı sevenler için kış sporlarının günümüzde vazgeçilmez bir öneme sahip olduğunu söyleyebiliriz. Özellikle ekonomik getirisinin olmasından dolayı, ülkemizde farklı bölgelerde yapılan kış turizmi için yapılan yatırımların arttığını söyleyebiliriz. Bu sayede her yıl ülkemize farklı ülkelere turistler gelerek kış sporu turizmi yapmaktadır (Doğan ve Yıldız, 2008, s. 157).

Günümüzde yaşanan gelişmelere paralel olarak ülkelerin turizme vermiş oldukları önem artmaya devam etmektedir. Her ülke ekonomisini turizm üzerinden canlandırmaya başlamıştır. Bunun için farklı turizm faaliyetlerine yer verilmiştir. Turizm faaliyetlerinin çoğalması, ülkelere gelen turist sayısının artmasını sağlamaktadır. Farklı turizm etkinlikleri arasında yer alan golf turizmi sayesinde de ülkelere gelen ziyaretçi sayısı artmaktadır (Tuna, 2019, s. 16).

Golf oyunu, ilk defa 1413 yılında St. Andrews öğrencileri tarafından oynanmaya başlamıştır. O zamandan itibaren dünya genelinde açık bir alanda çim üzerinde golf oyunu oynanmaya devam etmektedir. Günümüzde de her yaş grubuna hitap eden golf sporu rahat bir şekilde yapılmaktadır. Özellikle şehirleşme yerlerindeki alanlara önem verilmesi sayesinde golf oynayanların sayısı da artmaya başlamıştır (Çontu, 2006, s. 20). Golf, çimle kaplı alanlarda oynanan doğal ve yapay engellerin bulunduğu parkurlarda küçük topların farklı sopalarla parkur sonunda bulunan deliklere daha az sayıda yapılan vuruşla sokmanın amaçlandığı bir etkinliktir. Golf turizmi golf turizmi oynamak için, iş veya tatillerde golf sporu oynayanlar ve golf turnuvalarına izleyici olarak katılanlar şeklinde üçe ayrılır. Türkiye’de toplamda 26 golf sahası mevcuttur. Bunlarda 27 tanesi Antalya/Belek’te diğerleri de Aydın, İstanbul, Samsun, Muğla, Ankara gibi illerde bulunmaktadır (Tuna, 2019, s. 17-18).

Golf turizminin oynanmaya başladığı andan itibaren önemi her geçen gün artmıştır. Günümüzde de yaşanan gelişmeler sayesinde golf turizmi popüler turizm çeşitleri arasında yer almıştır. Golf turizmine olan ilginin artması, ülkelerin ziyaretçi

sayılarını da artırmıştır. Bu yüzden ülkemizde de Turizm Bakanlığı tarafından çeşitli turizm etkinlikleri yaygın hale gelmiştir. Buna paralel olarak golf turizmi de etkisini yavaş yavaş ülkemizde göstermeye başlamıştır. Türkiye’de farklı illerde golf sahaları bulunduğundan gol oynamak için ülkemize gelen turist sayısı da yadsınamaz bir öneme sahip olmaya başladığı belirtilebilir (Çontu, 2006, s. 20).

Turizm sektöründe yaşanan gelişmeler doğrultusunda farklı etkinliklerin yapılması için ilgili Bakanlık tarafından gerekli çalışmalar sürdürülmektedir. Böylece her geçen yıl turistler farklı etkinliklerle tatillerini yapmaktadır. Bu etkinlikler arasında hava sporları da yer almaktadır. Hava sporları farklı araçlar yapıldığından turistlerin ilgisini çekmektedir. Ülkemizde de hava sporlarının yapıldığı bölgeler bulunduğundan turistler sırf hava sporları için ülkemize seyahat etmeye başlamıştır (Doğan ve Üngüren, 2012, s. 106).

Hava turizmi, spor aktiviteleri arasında yer almaktadır. Günümüzde önemini artırmaya devam eden hava turizmi, farklı araçlarla yapıldığından katılımcıların ilgi alanlarına göre araçlar değişmektedir. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından açıklanan verilere göre ülkemizde hava turizmi için kullanılan araç çeşitleri şöyledir (Tuna, 2019, s. 19):

- Paraşüt
- Yamaç Paraşütü
- Sıcak Hava Balonu
- Model Uçak
- Mikrolayt
- Yelken Kanat gibi araçlardır.

Türkiye’de hava sporları turizmi Denizli/Pamukkale, Bolu/Abant, Muğla/Fethiye, Nevşehir gibi birçok illerde yapılmaktadır (Tuna, 2019, s. 19).

Hava turizminde farklı araçların kullanılması, teknolojinin olanakları sayesinde mümkün hale gelmiştir. Teknoloji geliştikçe turistlerin ilgi alanlarına yönelik hava araçları üretilerek hava turizmi yapılmaktadır. Böylece ülkemizde farklı illerde hava turizmi yapılarak turizm canlanmaktadır. Denizli, Nevşehir, Ankara,

Kayseri gibi daha birçok ilde gelişen hava turizmi sayesinde ülkemizdeki hem turist faaliyetlerini çeşitlenmekte hem de turist sayısında artış yaşanarak turizm konusunda diğer ülkelerle rekabet içerisinde olunmaya başlanmıştır (Tuna, 2019, s. 20).

5.2.5. Doğa Turizmi

Turizm sektörünü canlandıran farklı etkinlikler bulunmaktadır. Bu etkinlikler arasında yayla turizmi yer almaktadır. Yayla turizmi her ne kadar gelişmemiş olsa da varlığını korumaya devam ettiren etkinlikler arasında yer almaktadır. Ülkemizin farklı bölgelerinde yaylalar bulunduğundan, ülkemizin yayla turizmine elverişli bir ülke olduğunu söyleyebiliriz. Yaylacılık turizminin gelişmesi için yaylacılık hakkında daha fazla bilgi sahibi olunması gerekir (Ongun vd., 2015, s. 124).

Yayla, yaz aylarında çıkılarak oturulabilen, dağların üzerinde yazın kalınan yer veya yazlık mera anlamına gelir. Yayla üzerine yapılan tanımlara göre yayla, orman içinde açıklık, ağaç sınırı üstünde yer alan ve yaz aylarında hayvanları otlatmak için getirilen meralara denir. Yaylalar yüksekliklerine göre alçak, orta ve yüksek yaylalar olmak üzere üçe ayrılır. Alçak yaylalar, 900-1200 metre denizden yüksekliğe sahip olan ve Mayıs aylarında çıkılan yaylalardır. Ege, Akdeniz bölgelerinde yaygındır. Orta yaylalar, 1200-1600 metre denizden yüksekliği bulunan yaylalardır. Haziran ayında bu yaylara çıkılı ve Orta Anadolu’da mevcuttur. Yüksek yaylalar ise 1600 metre deniz yüksekliğine sahiptir. Karadeniz ve Akdeniz bölgelerinde yaygındır (Atmış, 1994, s. 15-16).

Ülkemizin her bölgesinde yaylanın görülmesi, yaylacılık turizminin gelişmesi için elverişli bir ülke olduğunu gösterir. Fakat yaylacılık turizminin yeteri kadar gelişmemesinin nedenleri arasında; yaylalar hakkında bilgi sahibi olunmaması, yaylacılığın çevresel boyutu, yeteri kadar turizm gözüyle bakılmaması gibi nedenlerin yer aldığını söyleyebiliriz.

İnsanların yaz aylarında çıkarak oturdukları yer olarak tanımlanan ve yazlık mera olarak nitelendirilen yayla hem insanların oturarak dinlendikleri alan hem de hayvanları otlatmak için kullanılan yerlerdir. Denizden yüksek olan bu yerler genellikle Ege, Akdeniz, Karadeniz, Orta Anadolu gibi bölgelerde yaygındır. Bu nedenle yaylacılığın geliştiği bölgeler turizme de elverişli bölgelerdir. Isparta, yayla

turizmi için elverişli destinasyonlar arasında görülmektedir. Turizme elverişli olan yaylalar, ülke ekonomisine de katkı sağlayacaktır. Özellikle Türkiye’de geniş yaylaların bulunması nedeniyle geniş önlemler alınarak yaylacılık turizmi daha fazla geliştirilebilir (Ongun vd., 2015, s. 124).

Dünya genelinde farklı türlerde bitki çeşitleri bulunmaktadır. Coğrafi açıdan farklılık gösteren ülkelerde bulunan bitki çeşitlerinin bulunmasıyla farklı aktiviteler gerçekleştirilmeye başlanmıştır. Bu aktiviteler arasında botanik turizmi yer almaktadır. İnsanlar farklı bitki çeşitlerine ilgi duyduğundan dolayı, eğlence amaçlı farklı ülkelere giderek bitkileri incelemektedir (Ünal ve Demirel, 2011).

Bitki bilimi anlamına gelen botanik, Fransızca “botanique” kelimesinden gelmektedir. Botanik turizmi ise farklı türlerde bulunan bitki çeşitlerinin incelenmesiyle yapılan aktivitelere denir. Botanik turizmde farklı bitkiler bulunmaktadır. Bu nedenle tarihi, şehirselle botanik bahçelerinde etkinlikler gerçekleştirilmektedir (Tuna, 2019, s. 16).

Botanik bahçelerinde gerçekleştirilen etkinlikler sayesinde insanlar farklı etkinliklere yönelmeye başlamıştır. Botanik turizm sayesinde artık bitkilere ilgi duyan turistler farklı bitki çeşitlerini inceleyerek hem bilgi sahibi olmakta hem de eğlenmektedirler. Dünya genelinde farklı botanik bahçeleri bulunduğu ve içerisinde çeşitli bitkiler mevcut olduğundan insanlar istedikleri ülkelere giderek detaylı incelemeleri yaptıkları söylenebilir (Tuna, 2019, s. 16).

Botanik turizmi içinde bulunan bahçelerde yoga, festival, konser, jimnastik, bitki satışı yapma ve bitki inceleme gibi çeşitli aktiviteler yapılmaktadır. Botanik turizmi, yaygın turizm çeşitlerinden olup doğaya zarar vermemektedir. Ülkemiz de farklı iklimsel özelliklere sahip olduğundan bio çeşitlilik açısından oldukça zengindir. Ülkemiz sahip olduğu mağaralar, kıyılar, ormanla dağlar ve daha birçok unsur bakımından diğer ülkelere oranla zengin bir ülkedir. Türkiye’de mevcut bitki çeşitliliği diğer ülkelerden farklı olması nedeniyle dikkat çekmektedir (Tuna, 2017, s.17).

Alternatif turizm çeşitleri arasında yer alan botanik turizm, doğaya zarar vermemesinden dolayı gittikçe yaygınlaşan bir turizm çeşidi haline gelmektedir. Botanik turizm sayesinde bitkilere ilgi duyan turistler ülkemizi ve diğer ülkeleri ziyaret ederek farklı etkinlikler gerçekleştirmektedir. Farklı etkinliklerin gerçekleştirilmesi

sayesinde ülkelere olan turist akını devam edeceğinden botanik turizm daha fazla yaygınlaştırılmaya çalışılmaktadır (Ongun vd., 2015, s. 132).

5.2.6. İnanç Turizmi

Turizm, dünyada egemen sektör haline gelmiştir. Yaşanan gelişmeler sayesinde turizme verilen önemin artmasıyla her yıl milyonlarca insan bir araya gelerek kültür alışverişi yapmaktadır. Ayrıca insanların gelenek ve görenekleri, dini inanışları, yemek kültürleri gibi farklı özellikleri turizm sayesinde paylaşılabılır hale gelmiştir. Özellikle dini amaçlı yapılan turizmin sayısı her geçen gün artmaktadır. Bunun nedeni eskiden kalma cami, kilise, müze gibi yapıların günümüze kadar ulaşması ve insanların inançları gereği bu yapıların bulunduğu bölgeleri ziyaret etme isteklerinden kaynaklanmaktadır (Ongun ve Türkoğlu, 2016, s. 157).

İnanç turizmi, kutsal olan yerlerin yerli ve yabancı turistler tarafından ziyaret edilmesiyle önem kazanmış bir turizm çeşididir. Dinsel açıdan önemli olan cami, kilise, anıt, evler, tarihi eserler inanç turizmi bağlamında değerlendirilerek alternatif bir turizm olan inanç turizminin yaygınlaşmasını sağlamıştır (Çontu, 2006, s. 16).

Dünya genelinde eskiden kalma farklı yapılar bulunmaktadır. Özellikle cami, kilise gibi yapıların sayısının fazla olması, insanların ilgisini çekmeye başlamıştır. Bu yüzden insanlar bulundukları bölgelerden başlayarak farklı ülkelerdeki tarihi yapıları ziyaret ederek inanç turizminin gelişmesine katkı sağlamışlardır. İnanç turizmi bağlamında her yıl yerli ve yabancı turistler farklı yapıları ziyaret ederek bilgi yapılar hakkında bilgi almaya çalışmaktadır (Türkoğlu vd., 2005, s. 34).

Yazının icat edilmesinden günümüze kadar farklı kültürler, dinler arasında yakınlık oluşmuştur. İlk Çağ medeniyetinin Anadolu'da gelişmesi, Türklerin İslamiyet'e geçiş döneminde farklı yapıların Anadolu'da yer almasını sağlamıştır. Bu yüzden inanç turizmi ülkemizde yaygın hale gelmiştir. Özellikle milletimizin saygı ve hoşgörü içerisinde olması nedeniyle günümüze kadar gelen eserler ülkemizi inanç turizmi açısından diğer ülkelerden daha ayrıcalıklı hale getirmişti (Çontu, 2006, s. 17).

İnanç turizminin ülkemizde gelişmesinin birçok nedeni bulunmaktadır. Özellikle sevgi, saygı, hoşgörü gibi politikaların izlenmesi dini yapıların günümüze kadar ulaşmasını sağlamıştır. Bu yüzden inanç turizmi açısından zengin bir ülke

olmamız nedeniyle, her yıl binlerce turist diniş amaçlı ölkemize seyahat ederek inanç turizmlerini yaparak farklı bir turizm etkinliğine katılmaktadırlar (Küçük, 2013).

Günümüzde önemini artıran farklı alternatif turizm çeşitleri bulunmaktadır. Alternatif turizm çeşitleri arasında yer aşan kongre turizmi de önemini her geçen gün artırmaya devam etmektedir. Çünkü insanlar belirli bir konuda bir araya gelmek, seminer veya konferans düzenlemek seyahat etmek zorunda kalmışlardır. Kendi ölkelerinden farklı bir bölgeye veya bulunulan yerden ölk sınırları içerisinde herhangi bir yere gidilerek düzenlenen konferans, seminer gibi faaliyetler kongre turizminin gelişmesini sağlamıştır (Aymankuy, 2006, s. 4).

İpek Yolu, tarihsel süreç içerisinde önemini koruyan ve önemli geçiş noktaları arasında yer alan bir nokta haline gelmiştir. İpek Yolu'na sahip olmak isteyen birçok ölk, İpek Yolu'nu ele geçirmek amacıyla farklı girişimlerde bulunmuşlardır. İpek Yolu'nun Anadolu'dan geçmesi ve Anadolu'nun köprü görevi görmesi sayesinde Anadolu, en önemli geçiş noktaları arasında yer aldığından İpek Yolu için Anadolu'ya da hâkim olunmak istenmiştir (Ulus, 2009, s. 51).

Anadolu, Doğu ve Batı arasında köprü görevi üstlenmektedir. Coğrafi konum açısından zengin bir bölgeye sahip olan Anadolu, İpek Yolu'nun önemli kavşak noktalarından birisi olmuştur. Orta Çağ'da Çin'den başlayarak Orta Asya'da da birçok güzergahı izleyen ve Anadolu'ya gelerek Trakya'dan Avrupa'ya uzanan İpek Yolu, Anadolu'da farklı illerimizden geçmektedir. Bu illerimiz arasında kuzey bölgesinde; Trabzon, Gümüşhane, Erzurum, İzmit, Edirne, Amasya, Tokat gibi birçok il bulunurken güneyde; Diyarbakır, Mardin, Malatya, Kayseri, Kahramanmaraş, Konya gibi merkezleri izlemektedir (Tuna, 2019, s. 20).

Tarihi İpek Yolu'nu canlandırma planı, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yürütölmektedir. Bu proje ile kültürel mirasın unsurları arasında yer alan ve bazı nedenlerden dolayı çevresel, doğa gibi faktörlere karşı yeni düşen kervansarayların korunması için İpek Yolu canlandırılmaya çalışılmaktadır. Bu doğrultuda İpek Yolu üzerinde Sultan Hanı, Ak Han, Şarapsa Han, Alara Han, İncir Han, Alay Han gibi hanlar belirlenmiştir. Bu hanların turizm amaçlı kullanılması için Vakıflar Genel Müdürlüğü ile Kültür ve Turizm Bakanlığı arasında 22 Şubat 1993'te iş birliği

protokolü imzalanmıştır. Böylece hanların yeniden restore edilerek turizme kazandırılması amaçlanmıştır (Uluslan, 2009, s. 52-53).

İpek Yolu'nun ülkemizin birçok bölgesinden geçmesi nedeniyle buralarda yapılabilecek turizm etkinlikleri ülkemizin kalkınmasını sağlayacaktır. Eskiden itibaren önemli bir bölge haline gelen İpek Yolu, günümüzde hanların korunma altına alınmaya çalışılmasıyla bir turistik yer haline gelmeye başlamıştır. Böylece yeniden restore edilen ve işletilmek istenen hanlar sayesinde turizm potansiyeli de ülkemizde artmaya devam etmektedir (Uluslan, 2009, s. 53).

5.2.7. Macera Turizmi

Turizm çeşitleri arasında akarsu turizmi yer almaktadır. Akarsu turizmi sayesinde turizm etkinlikleri çeşitlenmektedir. Turizm etkinlikleri çeşitlendikçe ülkelerin turist çekme potansiyelleri de artmaktadır. Akarsu turizmi de sevilen etkinlikler arasında yer aldığından ve binlerce turistin ilgisini çektiğinden akarsu turizminin önemi her geçen gün artmaktadır (Ünal ve Demirel, 2011).

Akarsu, doğal kaynaklar arasında yer almaktadır. Rafting, kano, nehir kaynağı gibi etkinlikler sayesinde akarsu turizmi, turizm sektörü içerisinde yer almıştır. Türkiye'de de Çoruh, Manavgat, Fırat, Köprüçay gibi nehirler akarsu turizmi için uygun şartlara sahiptir. İlk akarsu sporunun yapıldığı nehir ise Çoruh Nehri olmuştur (Tuna, 2019, s. 19). Akarsular doğal bir kaynak olduklarından dolayı, üzerlerinde rafting gibi etkinliklerin yapılması olanaklıdır. Ülkemizde de farklı akarsular mevcut olduğundan her akarsudan yararlanılarak turizm sektörüne katkı sağlanmaktadır. Böylece akarsu turizmi sayesinde ülkemiz yaz aylarında daha fazla turist kazanmaktadır (Ongun vd., 2015, s. 127).

Akarsu turizm etkinlikleri arasında kano, rafting, yelkencilik gibi farklı etkinlikler yer almaktadır. Kano, 2 kişilik tekneyle yapılmaktadır. Rafting, bot ve kürekle yapılır. Yelkencilik ise yelkenin kullanılarak tekneyle su üstünde yapılan etkinliktir. Türkiye'de akarsu bakımından zengin bir ülke olmasından dolayı, akarsu turizmi açısından oldukça elverişlidir (Kıvılcım, 2020, s. 37).

Akarsu turizmine yönelik sürdürülen hizmetlerin artması, turist sayısının her geçen yıl artmasını ve ekonomik getirinin iyileşmesini sağlar. Bu nedenle ülkemizde

de akarsu sporlarına yönelik sürdürüle çalışmaların artması ve turistlere daha fazla hizmet sunularak turizm sektörünün canlandırılması gerekir. Çoruh Nehri üzerinden başlayıp yapılan akarsu turizmi, zamanla farklı nehirler üzerinden de yapılmaya başlanmıştır. Bu durum ülke ekonomisinin geliştiğini, geçmiş yıllara oranla akarsu turizmine verilen önemin arttığını göstermektedir (Ongun vd., 2015, s. 128).

Dünya genelinde farklı yüksekliklere sahip bölgeler bulunmaktadır. Bu bölgelerde turizm amaçlı dağcılık yapılmaktadır. Turizm sektörünün gözde etkinlikleri arasında yer alan dağcılık yürüyüş, tırmanış gibi etkinlikler için oldukça idealdir. Bunu için her yıl binlerce turist dağcılık yapmak için farklı ülkeleri ziyaret etmektedir. Aynı durum Türkiye için de geçerlidir. Türkiye’de de farklı yüksekliklere sahip bölgeler bulunduğundan tırmanma, yürüyüş yapma gibi etkinlikler için ülkemizi ziyaret eden turist sayısı artmaktadır (Atmış, 1994, s. 17).

Türkiye, farklı yüksekliklere ve tektonik yapıya, zengin ormanlara sahiptir. Bu yüzden ülkemiz kış turizmi, dağ yürüyüşü, tırmanma için dağcılık sporu yapmayı sevenler için ilgi çekici olanaklar sunmaktadır. Bunun için her yıl dünyanın farklı ülkelerinden binlerce turist ülkemizi ziyaret ederek yürüyüş, tırmanma gibi etkinliklere katılmaktadır (Haddadzadehendou, 2013, s. 43).

Türkiye’nin dağcılık alanında zengin bir turizm potansiyeline sahip olması nedeniyle, ülkemizin turizm alanındaki ekonomik getirisi yükselmeye devam etmektedir. Ağrı Dağı, Süphan Dağı, Uludağ, Erciyes gibi farklı yüksekliklere sahip alanlara sahip olduğundan bu alanlarda tırmanma, yürüyüş, kış turizmi gibi etkinlikler rahat bir şekilde yapılmaktadır (Atmış, 1994, s. 17).

Dağcılık turizminin gelişmesi sayesinde Türkiye’de olumlu yönde gelişmeler yaşanmaktadır. Bu doğrultuda işletmelerde turistlerin ihtiyaçlarını karşılayabilmek amacıyla titiz hizmet sunmaya çalışmaktadır. Böylece turistler dağcılık için gittikleri bölgelerde almış oldukları kaliteli hizmetlerden memnun kalarak bir sonraki yıl farklı kişilere tavsiye ederek ülkemizi daha fazla kişiyle ziyarete gelmektedirler (Doğan ve Üngüren, 2012, s. 104).

Türkiye’de ekonomik, sosyal refah, teknoloji gibi alanlarda yaşanan gelişmelere paralel olarak turizm sektöründe de etkinliklerin sorunsuz bir şekilde yapılması için gerekli önlemler alınmaktadır. Her ne kadar turizm sektöründe istenilen

seviyeye ulaşılamasa da geniş çaplı önlemler alınarak daha fazla turist kazanılmaya çalışılmaktadır. Yaşanan gelişmeler dağcılık turizminde de etkisini göstermektedir. Bunun için Türkiye'nin dağcılık turizmi açısından gelişmeye devam ettiğini ve turistlerin geçen yıllara göre ülkemizi ziyaret etme oranlarının arttığını belirtilebilir.

Doğa, insanlar için vazgeçilmez bir öneme sahiptir. Doğada meydana gelen herhangi bir olay insan hayatını etkilediği gibi ilginç olaylarda insanın ilgisini çekmiştir. Özellikle doğada farklı çeşitte ve farklı özelliklere sahip kuşlar bulunduğundan, son yıllarda kuşların incelenmesi ve kuşlar hakkında bilgi sahibi olunmak istenmesinin öneminin artmaya başladığı söylenebilir.

Türkiye'de çok sayıda farklı kuş türleri bulunmaktadır. Bu yüzden farklı özelliklere sahip kuş türlerini yakından incelemek isteyen birçok turist bulunmaktadır. Kuşlara ilgisi olan turistler ülkemizde ilgili bölgelere gelerek kuşları gözlemleyip yeniden ülkelerine dönmektedirler. Türkiye'nin kuş açısından zengin bir ülke olmasının nedeni, sulak alanların yeteri kadar bulunması ve ülkemizin kuşlar için göç yolları arasında yer almasıdır (Ulus, 2009, s. 40).

Türkiye'nin her açıdan önemli bir noktada bulunması, farklı turizm etkinliklerinin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Böylece alternatif turizm çeşitleri ülkemizde zenginleşmektedir. Turizm faaliyetleri arasında yer alan kuş gözlemciliği açısından da sulak bir bölgeye sahip olmamızdan dolayı, kuşlara ilgisi olan birçok yabancı ülkemizi ziyaret ederek kuş gözlemciliği yapmaktadır (Ulus, 2009, s. 40).

Doğa ile baş başa kalmak isteyen katılımcılar için kuş gözlemciliği en ideal etkinlikler arasında yer almaktadır. Turizm sektörüne girmeden önce hobi amaçlı yapılan kuş gözlemciliği, mevsim şartına bağlı olmadan yapılan bir etkinliktir. Kuş gözlemciliği; göllerde, dağlarda, ormanlarda, sulak alanlarda ve daha birçok yerde yapılabilen bir etkinliktir. Kuşların doğal ortamlarında yapılan her etkinlik turizm şeklinde karşımıza çıkmaktadır (Tuna, 2019, s. 20).

Kuş gözlemciliği, yılın 12 ayı yapılan bir etkinliktir. Bu etkinlik sayesinde kuşlar doğal ortamlarında gözlenerek turizme katkı sağlamaktadır. Son yıllarda da kuş gözlemciliğine verilen önem arttığından her ülkenin turizm etkinliği arttığı gibi ülkemizde de kuş gözlemciliği açısından turizm sektörü canlanmaktadır. Özellikle kelaynak gibi nesli tükenmekte olan kuş türlerini incelemek isteyenler istedikleri

zaman ülkemizi ziyaret etmektedir. Böylece son yıllarda turizm sektöründe yaşanan gelişmeler arasında kuş gözlemciliği de önemini artırmaktadır (Uluslan, 2009, s. 40).

Mağara turizmi, jeolojik, jeomorfolojik gibi oluşumların izlenmesi için yapılan bir turizmdir. Turistler, yüzyıllar önce insanların yaşamış oldukları yerleri görmek ve mağaralardaki sarkıt, dikit gibi sütunların oluşumlarını gözlemlemek amacıyla mağara turizmine yönelmiş ve bu faaliyet günümüzde turizm sektöründe ilgi odağı haline gelmiştir (Kıvılcım, 2020, s.37).

Mağara, gün ışığı almayan ve en az bir kişinin sığabileceği bir boşluk olarak tanımlanmaktadır. Mağaralar insan tarafından ilk olarak barınak şeklinde keşfedilmiştir. Bu yüzden günümüze kadar gelen mağaralar doğal ve kültürel özelliklere sahip olduklarından çekici niteliktedirler. Mağaralarda bulunan sarkıt ve dikitler, yeraltı nehirleri gibi farklı unsurlar mağaraların en önemli özellikleri arasında yer almaktadır. Mağaralar sahip oldukları özellikler sayesinde ziyaretçilerini farklı maceralara sürükleyerek yeni deneyimler sunmaktadır. Dünya genelinde birçok mağara turizm amaçlı kullanılmaktadır. Türkiye'de de 30'un üzerinde mağara turizm amaçlı hizmet vermektedir (Tuna, 2019, s. 18).

Turizm sektöründe farklı, alternatif seçeneklerin olması sayesinde artık her turist istediği etkinliği yaparak tatilini daha verimli bir şekilde geçirmektedir. Bu yüzden ülkemiz başta olmak üzere diğer ülkeler dahil turizm etkinliklerini çoğaltarak yerli ve yabancı turistlere en güzel hizmeti sunmaya çalışmaktadır. Geçmiş yıllardan beri kalarak günümüze kadar gelen mağaralar, günümüzde önemini daha da artırarak alternatif turizm faaliyetleri arasında yer almıştır. Böylece mağara turizmi artık farklı bir turizm etkinliği haline dönüşerek hem sportif hem de görsel açıdan turistler için farklı bir etkinlik haline gelmiştir (Kıvılcım, 2020, s.38).

5.2.8. Deniz Turizmi

Dünya genelinde turizm sektörüne önem verilmesinin nedenleri arasında öncelikli olarak ülke ekonomisini canlandırmak ve daha fazla yabancı turist çekmek olduğunu söyleyebiliriz. Bu doğrultuda her ülke bulunduğu coğrafi konuma göre farklı turizm faaliyetlerine yönelerek yabancı turistlerin ilgisini çekmeye çalışmaktadır. Bu ülkeler arasında en başta Türkiye almaktadır. Sahip olduğumuz coğrafi konum

sayesinde ülkemizde birçok turizm etkinliği gerçekleştirilmektedir. Yapılan turizm etkinliği arasında su altı dalış turizmi yer almaktadır (Kıvılcım, 2020, s.37).

Su altı dalış turizmi yalnızca ülkemizde değil birçok ülkede yapılan bir etkinlik haline gelmiştir. Bu sayede turistler dalışa elverişli olan bölgeleri tercih ederek su altı dalış turizmine katkı sağlamaktadır. Oldukça ilgi çekici bir etkinlik haline gelen su altı dalış turizmi sayesinde dalış konusunda alanında uzman olan turistler, ilgili bölgelerde su altına dalış yaparak önemli birçok şeyi keşfetmektedir (Akkuş ve Gül, 2020).

Su altı dalış turizmi sportif bir etkinlik olarak gerçekleştirilmektedir. Dalışa elverişli bölgeler sayesinde su altı turizmine katılmak isteyen turistler için bu spor dalı alternatif bir turizm değeri taşımaya başlamıştır. Su altı sporlarına ülkemiz açısından bakıldığında ülkemizin dört bir tarafının denizlerle çevrili olması ve sularda önemli su altı mağaraları olması nedeniyle alanında profesyonel olan dalıcılar su altına dalarak mağaraları keşfetmektedir. Bu nedenle ülkemize her yıl çok sayıda turist gelmektedir. Türkiye'de su altı dalış bölgeleri arasında Muğla, Çanakkale, Antalya, Mersin gibi iller bulunmaktadır (Tuna, 2019, s. 21).

Ülkemize her yıl binlerce turistin gelme sebepleri arasında coğrafi konum ve ülkemizde gerçekleştirilen turizm seçeneklerinin bol olmasından kaynaklanmaktadır. Bu doğrultuda ülkemize gelen her turist aynı etkinliği yapmak yerine ilgi alanlarına göre farklı etkinliklere yönelerek tatillerini yapmaktadır. Alternatif turizm seçenekleri arasında yer alan su altı dalış turizmi de son yıllarda önemini artırmaya başladığından su altı turizme ilgi duyan turistler ülkemizde farklı illere giderek geçmişten kalan mağara gibi birçok tarihi yapıyı inceleyerek kem yeni bilgiler edinmekte hem de tatillerini istedikleri şekilde yaparak ülkelerine memnun bir şekilde dönmektedirler (Ongun, 2017).

Alternatif turizm seçeneklerinin yaygınlaşması sayesinde ülkeler arasında turizm açısından bir rekabet ortamı oluşmaya başlamıştır. Artık her ülke ekonomisini turizm üzerinden canlandırmak için farklı yöntemler geliştirmeye başlayarak alternatif turizmi canlandırmaktadır. Ülkemizde de farklı alternatif turizm seçenekleri bulunmaktadır. Bu seçenekler arasında yat turizmi yer almaktadır (Çontu, 2006, s. 15).

Yatçılık, Gemiadamları Yönetmeliği ilk defa 1986 tarihli “Gemiadamlarının Sayısı ve Yeterliği Hakkındaki Tüzük”te spor, eğlence, gezi amaçlı gros ton 150’yi,

kütük boyu 33 metreyi ve yolcu sayısı 12'yi aşmayan ticari gemiler şeklinde tanımlanmıştır. Bu doğrultuda yat turizminin eğlence, spor, gezi amaçlı yapıldığını söylemek mümkündür. Son yıllarda da yat turizminin 12 kişiden fazla yolcu aldığı ileri sürülür. Yatçılık, düzenli yolcu taşımaktan çok dinlenme, eğlence gibi amaçlar için yapılmaktadır (Çontu, 2006, s. 15).

Ülkemizde yat turizmine bakıldığında bakanlık belgeli 22'si yabancı olmak üzere toplamda 114 yat işlemesi mevcuttur. Yat turizminin mevcut durumu sayesinde ülkemiz Doğu Akdeniz ülkeleri arasında şanslı ülkeler arasında yer almaktadır. Fakat marina kapasiteleri henüz yeteri kadar kullanılmamaktadır. Bunun nedenleri arasında; bürokratik engellerin olması, denizcilik konusunda yeteri düzeyde eğitimin olmamasından kaynaklanmaktadır (Deniz, 2014, s. 37).

Ülkemizde yat turizmi gezi, eğlence amaçlı tercih edilmektedir. Böylece ülkemize her yıl farklı ülkelere turistler gelerek yat turizmini canlandırmaktadır. Yat turizminde sunulan hizmetler sayesinde yerli ve yabancı turistlerin memnuniyeti sağlanarak bir sonraki yıl aynı turizm etkinliği için yeniden gelmeleri sağlanmaktadır. Böylece bir sonraki yılı daha fazla turist kazanılarak turizm rekabetinde lider ülke olma amaçlanmaktadır (Çontu, 2006, s. 16).

5.2.9. Gastronomi Turizmi

Gastronomi turizmi, genel bir ifadeyle herhangi bir yemeğin özgünlüğüne işaret etmektedir. Bir yere, bölgeye veya ülkeye ait olan yerli yemekler, gastronomi turizminin gelişmesi için oldukça önemlidir. Gastronomi turizmi, özel yiyeceklerin üreticilerinin, festivallerin, mekanların, restoranların ziyaret edilerek özel yemeğin tadılması, üretim ve hazırlık sürecinin gözlemlenmesi veya ünlü bir şefin elinden hazırlanması faaliyetidir (Tariñç, 2019, s. 17).

Türkiye, yemek kültürü bakımından zengin bir ülkedir. Bu nedenle Türkiye'de gastronomi gelişmeye devam etmektedir. Gastronominin gelişmesi farklı turizm etkinliğinin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Düzenlenen festivaller, açılan aşçılık okulları, yemek kitaplarının basılması ve daha birçok etkinliğin yapılması gastronomi turizminin canlanmasını sağlamıştır. Bu nedenle gastronomi turizmi yapıldığı bölgeye katkı sağlamaktadır.

Gastronomi turizminin sağlamış olduğu avantajlar şöyledir:

- Destinasyonların farklılaşmasında temel etkindir.
- Destinasyonların pazarlanmasında aktif bir şekilde rol oynar.
- Destinasyonların tanıtılmasında önemli bir unsurdur.
- Turistler için yeni bir seyahat motivasyonu haline gelmiştir.
- Turistlerin hedeflerini seçmesinde etkili bir unsurdur.
- Turistlerin gittikleri bölge yeniden ziyaret etmelerini sağlar.
- Turistlerin memnuniyetini artırır.
- Destinasyon ekonomik gelişmeye yardımcı olur ve turizm paydaşları için değer yaratır. (Tariñç, 2019, s. 18).

2. BÖLÜM

İSPARTA’NIN TURİZM ALT YAPISI VE MEVCUT DURUMU

1. İSPARTA’NIN TARİHİ

İnsanlık tarihi boyunca yaşanan gelişmeler doğrultusunda farklı yerleşim yerleri kurulmuştur. Kurulan yerleşim yerlerinin bazılarının ne zaman kurulduğu bilinse de bazı yerleşim yerlerinin de adını nereden aldığı hakkında çok fazla bilgi bulunmamaktadır. Yalnızca bu şehirler hakkında yürütülen tahminler doğrultusunda o şehrin adı hakkında bilgi verilmektedir. Türkiye’de de bu durumda birçok il bulunmaktadır. Adının henüz nereden geldiği konusunda yeteri kadar bilgi bulunmayan iller arasında Isparta ili yer almaktadır (Goncalar, 2019, s. 36).

Arkeolojik kazılar sonucu kalıntıların bulunması, Isparta’nın tarihi ve eski bir kenti olduğunu doğrulamaktadır. Kazılarda çanak, çömlek, çekiç, bıçak, balta gibi birçok kalıntılar bulunmuştur. Ayrıca Alman araştırmacı olan Kurt Bittel ve Prof. Dr. Tansin Özgüç tarafından yapılan araştırmalara göre Isparta’nın tarihi ve eski bir yerleşim yeri olduğu kanıtlanmaktadır (Kaygılı, 2001, s. 3).

Isparta’nın adının nereden geldiği hakkında birçok araştırma yapılmış, farklı görüşler ortaya konulmuştur. Yapılan araştırmalar ve görüşlerden bazıları şöyledir:

- Büyük İskender’in kral olmasının ardından Anadolu’nun batı kısmı Yunanlıların egemenliğine geçmiştir. İskender’in ölümüyle Anadolu’nun batısı Atina’ya bağlı kalmıştır. O zamanlarda yaşayan “İspartalılar” ile Atina Yunanları göç etmeye başlamıştır. Sonrasında İspartalılar’dan büyük olan bir topluluk Isparta’ya yerleşmiştir. Kente de Isparta adını vermişlerdir.
- Yunanca “dağınık” anlama gelen İsporada, Moralılar tarafından “Isparta” için kullanılmıştır. Bu yüzden İsporada kelimesinin “Isparta” olarak dönüştüğü zannedilmektedir.
- Başka bir görüşe göre Isparta’nın Bizanslılar döneminde bulunan “Eis-barida” adından geldiği sanılmaktadır.
- Farklı bir görüşe göre İskender tarafından Atina’ya getirilen ilk Yunan göçmenler kentin güzelliğinden hareketle buraya “İsparta-Manarta”

demişlerdir. Bu ismin daha sonra Isparta haline dönüşmüş olabileceği düşünülmektedir (Kaygılı, 2001, s. 2).

Isparta adının farklı şekilde tanımlanmasının nedeni, ev sahipliği yaptığı her uygarlığın kentten farklı şekillerde etkilenmeleri ve bazı kelimelerin yerine kullanarak Isparta kelimesine ulaşmalarından kaynaklandığını söyleyebiliriz. Günümüzde farklı adlardan gelerek Isparta adına ulaşan ve gelişmeye devam eden kentler arasında önemini koruyan Isparta, geçmişte farklı yaşantıları barındırmasından dolayı, yerli ve yabancı turistler tarafından her yıl ziyaret edilme oranını artırmaktadır (Doğan ve Üngüren, 2012, s. 104).

Bu durum Isparta'nın geniş bir kültüre sahip olduğunu gösterir. Lidya, Frigya, Roma, Selçuklu, Osmanlı gibi birçok medeniyete ev sahipliği yapan Isparta, genel özellikleri, türküler, kültürü, mimarisi, giyinme tarzı, el sanatları, halk oyunları açısından zengin bir kent olma özelliğine sahiptir. Eskiden Isparta'da yaşayan Müslüman, Ermeni, Rum gibi topluluklar barış ve huzur içerisinde yaşayarak yaşamlarını sürdürmüşlerdir (Goncalar, 2019, s. 37).

Isparta, sahip olduğu farklı özellikleri ve ev sahipliği yaptığı çeşitli uygarlıklar nedeniyle farklı şekillerde adlandırılarak Isparta adına ulaşmıştır. Özellikle geçmiş tarih boyunca farklı uygarlıkların kültürü, gelenek ve görenekleri, yeme ve içme kültürü etkisini taşıyan Isparta, farklı özellikleri sayesinde günümüzde tatil amaçlı sıkça ziyaret edilen kentler arasında yer almaktadır (Öztaş ve Karabulut, 2007, s. 128).

Geçmişten günümüze doğru gelindiğinde Isparta'nın tarihsel süreç içerisinde birçok olayla karşı karşıya kaldığını söyleyebiliriz. Buna bağlı olarak kentte yaşanan her bir olay, kentin kendini geliştirmesini, kültürel yapısını korumasını, son yıllarda gezi, turizm ve daha birçok amaç için tercih edilme olanağını artırmıştır. Özellikle sanayileşme süreciyle birlikte yaşanan gelişmeler doğrultusunda kentin nüfus sayısında, kalkınmasında önemli artış yaşanmaya başlamıştır (Göde ve Yiğit, 2018, s. 65).

2. ISPARTA'NIN COĞRAFİ YAPISI

Bu bölümde Isparta'nın genel fiziki coğrafyası, iklim özellikleri, bitki örtüsü, sosyolojik durumu, kültürel yapısı, ekonomik yapısı ve turizm sektörü ele alınmıştır.

2.1. Isparta'nın Genel Fiziki Coğrafyası

Isparta, Akdeniz'in batı bölümünün iç kesiminde yer almaktadır. Göller Bölgesi'nin merkezindedir. Kuzeydoğusunda ve doğusunda Beyşehir Gölü, Sultan Dağları ve Dedegöl Dağları'nın güney uzantıları bulunmaktadır. Güneyde ise Antalya Havzasının yüksek kesimleri bulunmaktadır. Yeryüzü şekillerini %68,4 ile dağlar, %16,8 ile ovalar, %14,8 ile de platolar oluşturmaktadır. Sahip olduğu toprakların %74'ü tarıma elverişli topraklardır. Ayrıca Isparta'nın %7,5'i de göllerle kaplıdır (Durgun, 2006, s. 83).

Isparta ili Göller Bölgesi'nde yer aldığından, il sınırları içerisinde çok sayıda göle ev sahipliği yapmaktadır. Gölcük, Eğirdir ve Kovada Gölü Isparta ili sınırlarında yer almaktadır. Burdur ve Beyşehir göllerinin ise bir kısmı il sınırlarında kalmaktadır (Uzun ve Demir-Şen, 2018).

Coğrafi konum bakımından oldukça önemli bir yerde bulunan Isparta, fiziki coğrafyası bakımından da önemli merkezler arasındadır. Bu durum Isparta'nın gelişmiş bir bölge olmaya elverişli olduğunu göstermektedir. Özellikle son yıllarda gelişen sektörler arasında yer alan turizm, Isparta'nın önemli bir bölge olmasından dolayı, turizme elverişli hale geldiğini göstermektedir. Önemli dağlar ve göllere de sahip olan Isparta, farklı özellikler taşıması açısından her yıl binlerce kişinin ziyaret ettiği önemli kentler arasında yer alarak turizm açısından gelişmeye devam ettiği söylenebilir (Göde ve Yiğit, 2018, s. 65).

Doğusunda Konya'nın Beyşehir, Doğanhisar, Akşehir; kuzey ve kuzeybatısında Afyon'un ilçeleri olan Çay, Sultandağı, Şuhut, Dinar, Dazkırı; batı ve güneybatısında Burdur, Ağlasun ve Bucak; güneyinde de Antalya'nın ilçeleri olan Serik ve Manavgat ile çevrili olan Isparta, Akdeniz kıyıları ve İç Anadolu, Ege, Marmara arasında geçit yeridir. Isparta, Akdeniz bölgesinde yer aldığı için, ülkemizde en fazla göllerin bir arada bulunduğu Göller Bölgesinde meyve ve gül bahçeleriyle süslenmiştir. Isparta, halısı ile meşhur bir yerdir. Ayrıca göller ve güller memleketidir. Isparta, Antalya'nın iç kısmında olan göller bölgesinde 37°, 20', 38" kuzey enleminde, 30°, 31" doğu boylamında yer almaktadır. 8.933 km² yüzölçümüne sahip olan Isparta, merkez olmak üzere 13 ilçe, 50 belde ve 174 köye sahiptir (Yüzbaşı, 2019, s. 3).

Isparta, coğrafi özellikleri bakımından da zengin bir bölgede yer alması ve çevresinde farklı gölleri barındırması sayesinde günümüzde gözde kentler arasında yer aldığını söyleyebiliriz. Yaşanan gelişmeler, oluşumlar, sanayileşme ve daha birçok süreç, Isparta'nın kendisini daha fazla geliştirmesini sağlamıştır. Dağ, ova, plato, komşu illere yakınlık bakımından oldukça zengin bir bölge olan Isparta'nın son yıllarda turizm için önemli kentler arasında yer aldığını da belirtebiliriz (Demirci, 2010, s. 26).

2.2. Isparta'nın İklim Özellikleri

Isparta, Orta Anadolu'da hâkim olan karasal iklim ile Akdeniz iklimi arasında geçiş bölgesinde bulunmaktadır. Bu yüzden Isparta da Akdeniz ve karasal iklimin her ikisi de görülmektedir. Bunun yanında az nemli, yarı kurak, kışları serin ve yazları sıcak bir iklimde yer alan Isparta da Akdeniz'in güney bölgelerine yakın yerlerinde Akdeniz iklimi gözlenmektedir. Isparta'nın merkezinde kışlar ilin kuzey bölümlerine göre ılık ve yağışlıdır. Kuzeydoğuya doğru karasal iklim kendini göstermektedir. Kışlar daha soğuk, kuzey bölgeler ise daha az yağışlı olur (Polat, 2014, s. 79).

Türkiye'de karasal, Akdeniz, Karadeniz, Marmara gibi farklı iklim tipleri bulunmaktadır. Ülkemizde egemen olan bu iklim tipleri farklı illere yayılmıştır. Bu doğrultuda insanlar bulunduğu ilin iklim özelliğine göre hareket ederek yaşamını sürdürmektedir. Coğrafi bölge açısından Akdeniz bölgesinde yer alan Isparta, sahip olduğu iklim nedeniyle insanların iklim şartlarına göre hareket etmelerine neden olmuştur (Doğan ve Üngüren, 2012, s. 104).

Isparta'nın güneyinde Akdeniz, kuzeyinde karasal iklim görülür. Kış aylarında İzlanda alçak basıncının Balkanlar üzerinden ve Orta Akdeniz'e inerek, ılıman şeklinde etkilenmektedir. Kış aylarında yaşanan kuru soğuk nedeniyle Sibirya yüksek basıncı etkili olabilmektedir. Bunu yanında kış aylarının geçiş dönemlerinde Kuzey Afrika'dan gelen tropikal hava kütleleri görülür. Yaz aylarında da Basra alçak basınç ve Azor yüksek basınç etkili olur (Demirci, 2010, s. 28).

2.3. Isparta'nın Bitki Örtüsü

Isparta, çevresinin ormanlarla kaplı olması nedeniyle, bölgede bulunan dağlar, tepeler genellikle ormandır. Neredeyse ağaçsız ve çıplak olan alan bulunmamaktadır. Ormanların hepsi kış soğukluğuna, yaz sıcaklığına ve kuraklığına dayanabilecek yapıya sahip bitkilerle kaplıdır. Tahıl ürünü olarak arpa, mısır, çavdar, buğday; bakliyat olarak ise fasulye, mercimek, nohut yetiştirilmektedir. Ayrıca tütün, haşhaş, turp, patates, pancar, keten, kenevir gibi ürünlerde yetiştirilmektedir (Kaygılı, 2001, s. 39-40).

Bitki coğrafyası bakımından Akdeniz ve İran-Turan bölgelerinin kesişim noktasında yer alan Isparta, farklı ekolojik şartlara sahiptir. Bitki örtüsünün primer olduğu bölgeler, diğer yörelerden fazladır. Isparta, küçük yüzölçümüne sahip olmasına rağmen bitki örtüsü açısından zengindir (Polat, 2014, s. 80).

Isparta, bulunduğu coğrafi konum nedeniyle farklı bitkilerle çevrili bir bölgedir. Hemen hemen her türlü bitkinin yetiştiği bölgede birçok ürünlerde yetişmektedir. Isparta'da yetişen farklı ürünler, Isparta'nın diğer bölgelerden ayrıcalıklı bir il olduğunu göstermektedir (Uzun ve Demir-Şen, 2019, s. 174).

Isparta arazisinin yarısına yakın bölümünün ormanlardan oluşması nedeniyle farklı ağaç türleri görülmektedir. Bu ağaç türleri arasında; karaca kızılçam, sedir, ardıç, katran gibi ağaçlar bulunmaktadır. Bu ağaçların yanı sıra çalılık ve fundalık gibi alanlarda yer almaktadır. Bunların dışında kalan alanların bitki örtüsü ise otlardır (Durgun, 2006, s. 85).

3. ISPARTA'NIN SOSYOLOJİK DURUMU

Bu bölümde Isparta'nın nüfus yapısı, etnik yapısı ve eğitim durumu başlıklarına yer verilmiştir.

3.1. Isparta'nın Nüfus Yapısı

Nüfus, kentte yaşayan kişi sayısını ifade etmektedir. Eski çağlardan günümüze doru gelinene kadar yaşanan birçok olay nüfusun bazı dönemlerde azalmasını bazı dönemlerde de artmasını sağlamıştır. Fakat günümüzde nüfus artış hızı yaşanmaktadır. Nüfusun artması, insanların ihtiyaçlarının daha fazla olmasına neden olmuştur. Bu

durum kentlerin gelişmişlik düzeylerini de etkilemiştir. Türkiye’de bulunan her ilde nüfusun artmasıyla birlikte kentlerde gelişmeye başlamıştır. Böylece insanlar ihtiyaçlarını daha hızlı bir şekilde karşılamaya başlamıştır. Yeni konutlar yapılmış sanayiler kurulmuş ve buna bağlı olarak zaman zaman nüfus sayımı yapılarak kentlerde yaşayan birey sayısı öğrenilmiştir. Yani insan topluluğu sayesinde her bölge farklı bir görünüme sahip olmaya başlamıştır. Bu bölgeler arasında Akdeniz bölgesinde yer alan Isparta ili de zamanla gelişme göstererek günümüzdeki şeklini almıştır (Göde ve Yiğit, 2018, s. 66).

Isparta’nın nüfusunun Bizans, Selçuklu, Hamitoğulları gibi dönemlerde kaç olduğu henüz bilinmiyordu. Sadece 1880 yılında Geograf Tuinet adlı yabancı bir gezginin Isparta’ya gelerek gezip gördüğü yerlerden hareketle ele aldığı kitabında nüfusun 20 bin olduğunu ve bunların 13 binini Türlerin, 7 binini ise Rum ve Ortodoksların oluşturduğunu belirtmiştir. Ülkemizde yapılan ilk ciddi nüfus sayımı ise 1927 yılında gerçekleştirilmiştir. Bu dönemde nüfus 100 binlerde iken günümüzde 440 bini aşmıştır (Kaygılı, 2001, s. 40).

Isparta’nın nüfus yapısına bakıldığında Isparta, Cumhuriyet öncesinde Hamit Sancağı adıyla bilinmektedir. İle ait ilk nüfus bilgileri, o dönemde tutulan tahrir defterlerinden öğrenilmektedir. Fakat bu defterler düzenli bir şekilde tutulmadığı için ve defterlerde erkeklerin kaydı bulunduğundan öğrenilen nüfus sayısı hakkında net bir bilgi elde edilememektedir. Hamit Sancağı yani Isparta’nın nüfusu hakkındaki en geniş bilgiye 1882 Konya Vilayet Salnamesinden sahip olunur (Temurçin, 2004, s. 70).

Türkiye’de 1927 yılında yapılan ilk nüfus sayımıyla birlikte il nüfusu 1927 yılında 144.804; 1935 yılında 166.441; 1940 yılında da 171.751 olmuştur. Bu durum daha sonra 5 yıl arayla yapılan nüfus sayımında artmıştır. 1990 yılında 434.771 iken 2000 yılında 420.796’ya ulaşmıştır. Isparta’nın nüfus sayımına göre 2009 yılındaki nüfus yığılması genel olarak 46.600 kişi 224 yaş grubunda; 34.509 kişi 25-29 yaş grubunda; 33.649 kişi 15-19 yaş grubunda; 31.024 kişi 30-34 yaş grubunda; 30.430 kişi ise 10-14 yaş grubunda yer almaktadır (Polat, 2014, s.81).

Eskiden tahrir defterleri gibi defterlerde tutulan notlarda nüfus gerçekliği yansıtmadığından gerçek kişi sayısı hakkında net bir bilgiye ulaşılamıyordu. Fakat

Ülkemizde yapılan ilk nüfus sayımı doğrultusunda her ilin gerçek nüfusu öğrenilmeye başlanmıştır. Aynı durum Isparta ili için de geçerlidir. 1927 yılında Isparta için yapılan nüfus sayımında sayısının günümüze gelene kadar artış gösterdiğini söyleyebiliriz (Temurçin, 2004, s. 70).

Isparta'nın nüfusunun büyük bir bölümünü doğumlar oluşturmaktadır. Ayrıca 2009 yılında daim ikametgh esas alınarak yapılan çalışmalara göre Isparta'da ie g sayısı 18.633 iken dışa olan g sayısı 15.822 olmuştur. Yani alınan g sayısı verilen g sayısında fazla olmuştur. Bunun nedenleri arasında; çalışma olanakları, evlenme, askerlik, seyahat gibi nedenler yer almaktadır (Polat, 2014, s.82).

Yapılan nüfus sayımında Isparta için karşılaşılan sonuçlara göre Isparta'ya olan g sayısında yaşanan artış nedeniyle nüfus da artmaya başlamıştır. Böylece kent daha çok gelişerek yeni iş olanakları sunmaya başlamıştır. Eskiye oranla nüfus artışında yaşanan değişmeler sayesinde Isparta, günümüzde turizm, çalışma hayatı, eğitim gibi sektörlerde daha fazla gelişme göstermeye başlamıştır. Özellikle turizm açısında kalkınmaya devam eden Isparta, günümüzde gözde merkezler arasında yer almıştır. Isparta'nın nüfus sayısında yaşanan artışın birçok nedeni bulunmaktadır. Bu nedenler arasında; geçmiş yıllardaki gibi günümüzde savaş gibi olayların yaşanmamaya başlaması, sanayileşmenin yaşanması, doğum oranlarının artmasıyla birlikte hızlı nüfus artışının yaşanması, özel bir konumda bulunan Isparta'nın turizm açısında gelişmesi gibi daha birçok neden yer almaktadır (Temurçin, 2004, s. 71).

3.2. Isparta'nın Etnik Yapısı

İnsanlık tarihi boyunca yaşanan olaylar sonucu, insanlar birbirlerinin dininden, kültüründen, sosyal hayatından etkilenmiştir. İşlam dini kabul edilmeden önce ve kabul ettikten sonra günümüze gelinene kadar kurulan devletler, imparatorluklar yapmış oldukları savaş sonrası birbirlerinin kültürlerinden etkilenerek yaşamalarını sürdürmüşlerdir. Savaş dışında insanların bir arada yaşamaları, farklı coğrafyalardan gelerek farklı kentlere yerleşmeleri gibi durumlar sonucu da etnik yapı da farklılıklar yaşanmıştır (Akkuş, 2020, s. 62).

Hız. Muhammed'in İşlam dinini kurmasının ardından Müslümanların sayısında kısa sürede çoğalma olmuştur. nce Mekke alındı ardından Arap yarımadası

düşmandan temizlendi. Böylece Filistin, Ürdün, Suriye gibi bölgeler egemenlik altına alındı. Bu sayede İslam imparatorluğu geniş coğrafyalara yayılmaya başladı. Bizanslıları yenen Araplar, daha sonra Isparta'ya girmeye başlamıştır. Isparta halkı IX. Yüzyılda, Gönen kasabası da Isparta'dan 50-69 yıl sonra Müslümanlığı kabul etmiştir (Kaygılı, 2001, s. 7).

Isparta'nın dinsel ve etnik yapısı incelendiğinde tarihi camiler ve mescitler önemli yer tutmaktadır. Isparta'nın kent merkezinde tarihi değere sahip olan Dalboyunoğlu Cami, Ali Efendi Cami, Kavaklı Cami, Mimar Sinan Cami, Tabakhane Cami, Muhiddin Mescidi, Kutlu Bey, İplikçi Cami ve Hızırbey Cami olmak üzere 9 adet cami bulunmaktadır (Akkuş, 2020, s. 62).

Tarihi kiliselere bakıldığında Isparta'da Aya Yorgi Kilisesi, Aya Payana Kilisesi, Sav Kilise Kalıntıları, Kırse Baş Mevki Kilise Kalıntıları olmak üzere 4 adet kilise bulunmaktadır. Ayrıca İncirli Çavuş Türbesi, Yakaören Türbesi, Pir Sultan Türbesi, Hacı Sultani Türbesi, Alaaddin Efendi Türbesi, Şehitlik olmak üzere toplam 6 adet mezarlık, şehitlik ve türbe bulunmaktadır (Akkuş 2020, s. 64).

Isparta, birçok medeniyete ev sahipliği yaptığı için, farklı etnik yapıyı bünyesinde barındıran kentler arasında yer almaktadır. Müslüman, Hristiyan, Bizanslı kısacası hemen hemen her kesimi bünyesinde barındıran Isparta, günümüzde farklı cami, kilise, türbe gibi eserler bırakarak hem tarihi açıdan hem de turizm açısından önemli kentler arasında yer almaktadır (Kaygılı, 2001, s. 8).

3.3. Isparta'da Eğitim Durumu

Eğitim bir toplumun gelişmesi, gerekli bilgi ve becerilerin kazanılması için alınması gereken temel unsurlar arasında yer almaktadır. İnsanlar eğitim sayesinde bilgi alışverişinde bulunarak edindikleri bilgilerle yeni bir yaşama sahip olmaya çalışmıştır. İnsanlık tarihi boyunca öğrenilen bilgiler hayatta kullanılarak birçok tecrübe kazanılmış ve insanlar tecrübeleriyle birbirlerini etkilemiştir.

Eğitime verilen önemin zaman içerisinde artmasıyla birlikte Isparta'da açılan okulların sayısı artmaya başlamıştır. Böylece her okulda temel dersler verilmiş, ayrıca bunların yanında farklı eğitimlerde verilerek öğrencilerin her açıdan gelişmeleri sağlanmıştır. Isparta'da açılan ilkokulların sayısında yaşanan artış, Cumhuriyet'in ilan

edilmesiyle birlikte ilkokul başta olmak üzere diğer eğitim basamaklarına yönelik açılan okulların sayısı artarak Isparta eğitimde önemli kentler haline gelmeye başlamıştır.

4. ISPARTA'DA KÜLTÜREL YAPI

Isparta'nın kültürel yapısına bakıldığında Cumhuriyet'in ilan edilmesiyle Isparta, sahip olduğu kültürünü ve sosyal zenginliğini araştırma eğilimi içerisinde olmuştur. Ün dergisinde “mesut insanlar memleketi” şeklinde tanımlanan Isparta halkı, yaşamı boyunca gelenek ve göreneklerine bağlı kalmaya çalışmıştır. Isparta halkı doğum inanişinde da geleneklerine bağlı kalmıştır. Buna göre çocuğu olmayan gelin derdi gelinin annesini üzmekteydi. Yaşanan soruna çare bulmak için ebelere gidilmiş, eski inanişlardan derman beklenilmiştir. Bunun dışında doğum yapan anneler bir süre tek başlarına bırakılmaz. Annenin lohusalık döneminde yüzünü al basmasına “albastı” denilmiştir (Yüzbaşı, 2019, s. 88-89).

Isparta halkı her ne kadar farklı kültürlerin etkisi altında kalsa da kendi kültürel yapılarını korumayı başardıklarını söyleyebiliriz. Günümüzde dahi sahip olunan kültürel yapılardan hareketle farklı afetler uygulanarak bir yandan eğlenilmekte diğer yandan kültürler gelecek nesillere aktarılmaktadır. Özellikle düğün gibi özel günler için sahip olunan adetlerin uygulanması ve eğlencenin daha düğün başlamadan önce başlaması sayesinde Isparta halkının düğün adetinin eğlenceli olduğu yorumu yapılabilir.

Isparta halkının kılık ve kıyafetine baktığımızda kentte ve köylerde yaşayan kişilerin giymiş oldukları kıyafetler değişmektedir. Erkekler şehirde entari ve cübbe giyerken kışın kürk, fes, kuşak giyinmişlerdir. Kadınlar ise entari, hırka ve şalvarı yaz aylarında; kürk, ferace, uzun hırka, çarşaf gibi kıyafetleri de kışın giymişlerdir. Giyilen çorapları kadınlar koyun yününden örürler. Siyah renkli çoraplar evlerde, sarı renkli çoraplarda Pazar gibi yerlere gidilirken giyilirdi. Ayakkabı olarak çarık kullanılırdı. Daha sonra plastik ayakkabılar kullanılmıştır (Yüzbaşı, 2019, s. 94).

Isparta halkı gelenek ve görenekleri, örf ve adetleri bakımından zengin kentler arasında yer almaktadır. Isparta'nın kendine has yaşam tarzı olması nedeniyle kent merkezinde bulunan kişilerle köylerde bulunan kişiler farklı şekillerde giyinmişlerdir.

Özellikle köylerde yaşayan kişilerin eski gelenekleri daha fazla sürdürdüklerini söyleyebiliriz. Kendine has bir yaşamın olması sayesinde kadınlar kendi yaptıkları giyer, erkeklerde farklı şekillerde giyinerek yaşamlarını sürdürmektedir. Kılık-kıyafet giyimine daha çok şölen, eğlence gibi zamanlarda daha sık rastlarız. Özel günler Isparta halkının gelenek ve göreneklerini insanlara aktarması için oldukça önemli olduğundan geleneksel kıyafetlerin bu günlerde daha fazla giyildiğini söylemek mümkündür.

5. ISPARTA'DA EKONOMİK YAPI

Bu bölümde Isparta'nın ekonomik yapısını incelemek amacıyla tarım, hayvancılık, sanayi, ticaret, ulaştırma ve taşımacılık alanları ele alınacaktır.

5.1. Tarım

Türkiye bulunduğu coğrafi bölge nedeniyle tarıma elverişli ülkeler arasında yer almaktadır. Ekonominin gelişmesini sağlayan tarım, ülkemizin vazgeçilmez sektörleri arasında yer almaktadır. Tarım ürünlerinin çeşitliliği sayesinde ihracat işleri ülkemizde rahat bir şekilde yapılmaktadır. Özellikle bazı kentlerin tarıma elverişli olması sayesinde birçok ürün ithal edilmek yerine ihraç edilerek ülke ekonomisine katkı sağlamaktadır. Isparta ilinde de tarıma elverişli alanlar bulunmaktadır. Isparta'da tarım sektörünün canlılık göstermesi sayesinde farklı meyveler, tahıl ürünleri elde edilmektedir (Yüzbaşı, 2019, s. 302).

Isparta ili karasal iklim ile Akdeniz iklimi arasında geçiş noktasında yer almaktadır. Bu bakımdan tarım alanları oldukça zengindir. Bundan dolayı bölgede yöresel ürün çeşitliliği bulunmaktadır. Isparta ilinde üretilen yöresel tarım ürünleri arasında gül, kabak, elma, kiraz, lavanta sayılabilir (Küçükyaman vd., 2018).

İnsanların temel geçim kaynağı tarım olduğundan gıda ihtiyacı tarım sektörü üzerinden gerçekleştirilmektedir. Bu nedenle insanların tarıma olan ilgisi eskilere dayanmaktadır. Eskiden klasik bir şekilde yapılan tarım, zaman içerisinde sanayileşme sürecinin yaşanmasıyla modern bir şekilde yapılmaya başlanmıştır. Modernleşmenin yaşanmasıyla birlikte insanlar tarımdan daha hızlı bir şekilde ürün elde edebilmek için

gerekli araçları kullanarak kısa sürede daha fazla ürün elde etmiş ve bu sayede gıda ihtiyaçlarını daha rahat bir şekilde karşılamaya başlamışlardır (Polat, 2014, s. 85).

Tarım alanları bakımından elverişli bir bölgeye sahip olan Isparta'da geçmişe oranla tarımdan alınan ürün artmaktadır. Çünkü geçmişte geleneksel tarım yöntemi uygulanırken gününüzde daha modern tarım yöntemi uygulanarak kısa sürede daha fazla ürün alınmaya başlanmıştır. Bu durum fabrikaların sayısının artmasını ve buna bağlı olarak istihdam olanağının da artmasını sağlamıştır (Göde ve Yiğit, 2018, s. 66).

Tablo 3. Cumhuriyet'in İlk Dönemlerinde Isparta'nın Arazi Dağılımı

Alanı	Hektar
Tahıl Alanları	40169
Sanayi Bitkileri Alanları	2395
Bahçeler (ekilip dikilen)	1887
Sebze Bahçeleri	1655
Meyve Bahçeleri	2729
Bağlar	2602
Gül Bahçeleri	1800
Ormanlar	41000
Çayırlar	88180
Nadas	512041
Meralar	512041
Boş Arazi	70000

Kaynak: Yüzbaşı, 2019, s. 303-304

Isparta'da tarımda makineleşme, 1950'li yıllarda başlamış fakat toprakların engebeli olması ve işletmelerin küçük olması nedeniyle Isparta'da makine kullanım hızının artmasına ihtiyaç duyulmuştur. 1970'li yıllardan sonra Isparta'da makineleşme süreci önem kazanmaya başlamıştır. Kentte bulunan gül işleme fabrikası kentin gelişmesini hızlandırmış, gül ürünlerini en iyi şekilde değerlendiren kuruluş arasında Gülbirlik yer almıştır. Bu durumda işletme günlük olarak 360 ton gül çiçeği işleyerek Türkiye'de ve dünyada en büyük üretici haline gelmiştir. Ayrıca tarımsal uğraş arasında yer alan hayvancılık sektörü de Isparta ve yöresinde oldukça önemlidir. Isparta'da iklim koşullarının ve toprak yapısının hayvancılığa uygun olması sayesinde hayvancılık tarımın bir kolu haline gelmiştir. Genellikle küçükbaş hayvancılık, büyükbaş hayvancılık, arıcılık, balık yetiştiriciliği yapılmaktadır (Polat, 2014, s. 86).

Isparta topografya açısından her ne kadar engebeli bir bölge olsa da ilde nüfusun büyük bir kısmını tarım sektöründe çalışanlar oluşturmaktadır. İlk sırada tarımın yer alması, tarım sektörüne verilen önemi göstermektedir. Her ne kadar ilçe

merkezde tarım sektörü yerini en fazla paya sahip olan hizmet sektörüne bıraksa da Isparta'da tarım anlayışının günümüzde halen devam ettiğini ve farklı ürünlerin elde edilerek ihracatta önemli bir yere sahip olduğunu söyleyebiliriz.

5.2. Madencilik

Yeraltı madenleri açısından zengin bir bölge olan Isparta'da sodyum tuzu, kömür, arsenik, kükürt, bakır, demir gibi madenlerin varlığı söz konusudur. Bu madenler arasında Isparta'da en önemli paya sahip Isparta Keçiborlu'da bulunan kükürt madeni yer almaktadır. Çoban tarafından bulunan kükürt, zamanla değer kazanarak Keçiborlu'da fabrikasının kurulmasına ve satışının yapılmasına olanak tanımıştır. Ekonomik açıdan önemli bir yere sahip olan kükürt, halkın sağlığını olumsuz etkilediğinden dolayı fabrikası 1997 yılında kapatılmıştır (Kaygılı, 2001, s. 48-49).

Isparta ve ilçelerinin maden yatakları açısından zengin bir bölgeye sahip olması nedeniyle, kurulan fabrikaların sayısı da günümüzde geçmişe oranla artmıştır. Kükürt, barit, tras, ponza ve daha birçok maden yatağının Isparta'da bulunması sayesinde, Isparta maden işletmeciliği açısından da günümüzde gözde iller arasında yer almaktadır. Özellikle maden rezervlerinin fazla olması nedeniyle önemli bir bölge haline gelen Isparta, üretimin yanında satış işlerini de gerçekleştirerek hem kent ekonomisine hem de ülke ekonomisine katkı sağlamaktadır (Temurçin, 2004, s. 215).

Enerji kaynakları arasında yer alan kömüre bakıldığında da Soma, Tunçbilek, Tavşanlı gibi yerlerde kömür yatakları bulunmaktadır. Bu bölgelerin yanında Isparta da kömür yatakları mevcuttur. Yalvaç, Eğirdir, Gelendost gibi ilçelerde de kömür yatakları yer almaktadır. Eğirdir de linyit yatakları, Kovada Gölünün güneyinde, Akbenli ve Tilkitaşıtepe civarında yer almaktadır. Yalvaç'ta ise linyit yatakları genellikle Yukarıkaşıkara kasabası ve Yarıkkaya köyleri civarında bulunmaktadır. Ayrıca Madenli ve Savucak sahalarında da linyit bulunmaktadır (Temurçin, 2004, s. 219).

Maden çeşitliliği açısından zengin bir konumda bulunan Isparta, yalnızca ekonomik getiriye sahip olmayıp istihdam olanağı yaratmaktadır. Bu nedenle turizm, kültür, sosyal hayat gibi açılardan önemli bir özelliğe sahip olan Isparta, maden

rezervleri açısından da önemli olduğundan, Isparta'nın gelişimi ve nüfus artış hızının geçmişe oranla artmaya devam ettiğini ve günümüzde daha modern bir kentin ortaya çıktığı yorumu yapılabilir.

5.3. Sanayi

Isparta'nın sanayi durumuna baktığımızda, sanayi sektörü çok gelişmemiştir. Isparta'da hizmet sektörü büyük bir payla kendini göstermiştir. Bu durumda sanayinin gelişmemesi, iş gücünün yetersiz olduğu anlamına gelmemektedir. Çünkü Isparta farklı nedenlerle yatırımcı kazanmaktadır. Isparta'nın ekonomisi eskiden deri işlemeciliği, bez dokumacılığına bağlıyken orta çağlarda koku, tuz, renk veren bitki ihraç edebilme durumuna gelmiştir. Ayrıca basit bir şekilde yapılan dokumacılık zaman içerisinde yerini halıcılık sanayisine bırakmıştır (Polat, 2014, s. 88).

Türkiye'nin gelişmekte olan kentleri arasında yer alan Isparta'da sanayi her ne kadar gelişmemiş olsa da hizmet sektörüne yapılan yatırımlar sayesinde günümüzde Isparta kenti kendini ön plana çıkarmayı başarmıştır. Her ilde geçmişte sunulan hizmetler zaman içerisinde gelişmeye devam etmiştir. Isparta'da da yapılan dokumacılık işleri zamanla gelişerek yerini halıcılığa bırakmıştır. Böylece Isparta, halıcılık konusunda öncü kent olmuştur. Tekstil sektörüne baktığımızda geçmişte halı dokumacılığı alanında hizmet veren Isparta, yün ipliği üretimine ağırlık verirken, günümüzde trikotaj, pamuk ipliğiyle konfeksiyon alanında gelişme göstermeye başlamıştır. Isparta merkez ve Yalvaç ilçesinde tabakhanelerde yapılan deri ve kösele işlemeciliği, son zamanlarda esnafın bu hizmete yönelerek Isparta ekonomisini canlandırmasını sağlamıştır (Durgun, 2006, s. 89).

Isparta, farklı uğraşların yapıldığı bir kettir. Isparta'da sunulan dokumacılık, tekstil, ormancılık, çimento işleri, dericilik ve daha birçok hizmet bölgenin zaman içerisinde gelişmesini sağlamıştır. Böylece birçok ile oranla hızlı bir şekilde gelişen Isparta'da farklı iş kollarında fabrika kurularak ülke geneline satış hizmeti sunulmaya başlanmıştır. Özellikle dericilik konusunda yaşanan gelişmeler ve yapılan yatırımlar sayesinde il ekonomisi gelişmeye başlamıştır (Polat, 2014, s. 89).

Tablo 4. Temel İhraç Ürünleri

Başlıca ihraç ürünleri	Yaklaşık değer \$
Tekstil-konfeksiyon-iplik	26.500.000
Çimento-maden-mermer	20.000.000
Elma-kiraz-kayısı	10.000.000
Gıda ürünleri	7.500.000
Gül yağı	10.000.000
Orman ürünleri	4.500.000
Makine-madeni eşya	750.000

Kaynak: Durgun, 2006, s. 89

Yukarıda verilen Tablo 4'ten anlaşılabacağı üzere ihraç ürünleri arasında en değerli olan ürü tekstil-konfeksiyon-iplik iken en az değere sahip olan ürün ise makine-madeni eşya ürünüdür.

Cumhuriyet'in ilan edilmesinden sonra ekonomide aktif bir şekilde rol oynayan azınlıklar Yunanistan'a göç edince Isparta ekonomisinde boşluk oluşmaya başlamıştır. 1929 yılında yaşanan ekonomik buhran sonucu, halı ve gülyacı üretimi duraklamıştır. Ekonominin yeniden düzelmeye başlamasıyla 1932 yılında Isparta'da 140 bin kilo gül çiçeği ve 12 bin-15 bin arası gülyacı üretilmeye başlanmıştır. Bu üretim bölgeye yetince İstanbul'a da gönderilmeye başlanmıştır. 1954 yılında Gülbirlik'in kurulmasının ardından İslamköy, Kılıç gibi yerlerde gülyacı fabrikaları kurulmuştur. Böylece Isparta gülyacı üretiminde dünya genelinde gözde kent olmayı başarmıştır (Yüzbaşı, 2019, s. 337). Gülyacı ve gül çiçeği üretimi yapan ülkeler arasında Türkiye, Bulgaristan, S. Birliği, İran, Meksika, Fas gibi ülkeler yer almaktadır. Bu ülkelerin üretim miktarları aşağıdaki tabloda verilmiştir:

Tablo 5. Ülkelerin Gül Çiçeği ve Gülyacı Üretim Miktarları

Ülke	Gül Çiçeği Üretimi (Ton)	Gülyacı Üretimi (Kg)
Türkiye	6500	1600 (Kongret 4000)
Bulgaristan	6000	1500
Fas	5000	1200
Meksika	2000	400
S.Birliği	2000	400
İran	500	100

Kaynak: Yüzbaşı, 2019, s. 338.

Yukarıda verilen tablodan da anlaşılabacağı üzere gülyacı ve gül çiçeği üretiminde Türkiye birinci sırada yer almaktadır. Bu durum Türkiye'nin gülyacı ve gül çiçeği konusunda ihraç edebilecek konumda olduğunu gösterir. Bunun yanında en

az üretim yapan ülke ise İran'dır. İran'ın da gülyacı ve gül çiçeğinde ithalata ihtiyaç duyacağını belirtebiliriz.

5.4. Ticaret

Ticari faaliyetlerin gerçekleştiği kentler arasında yer alan Isparta'nın geçmiş yaşamdaki ticaret hayatına bakıldığında, Osmanlı zamanında eğitime yeteri kadar önem verilmemesi ticaret, eczacılık, sanat gibi alanların Isparta'da yaşayan Ermeni, Rum kesiminin kontrolünde olmasına yol açmıştır. Osmanlı'da bulunan Müslümanlar ise çiftçilikle uğraşmıştır. 1900'lü yıllarda Isparta'da üretim yaygın olduğundan farklı şehirlerden tüccarlar Isparta'ya gelerek ürün satın almıştır. Isparta'da zanaatkarlar iyi bir şekilde yetiştiğinden esnaf, birlik ve beraberlik içinde yaşamını sürdürmüştür. Fakat yaşanan savaşlar Isparta'yı derinden etkileyerek 1. Dünya Savaşı'nda ticaret hayatı durağan hale gelmiştir. Bunun yanında Isparta'da düzenli bir ticaret hayatı olduğundan her esnafın arasta denilen çarşısı bulunmaktadır. Arastalarda belirli bir düzen olduğundan kunduracılar ile dericiler, manavlar ile bakkallar aynı yerde bulunarak ticari faaliyetlerini sürdürmüşlerdir (Yüzbaşı, 2019, s. 367).

Isparta'da ticari bir değer taşıyan halı, birinci 1. Dünya Savaşı'na kadar dış ticarete yabancı tüccarların elinde bulunmaktaydı. Halı ticaretinin tamamı Şark Halı Şirketine gerçekleştirildiği için, savaşın başladığı zamanlarda bu şirket Anadolu'da halı dokutarak yurt dışına satmaktaydı. Savaşın yaşanmasıyla halı ticareti gerilemeye başlamıştır. Fakat Cumhuriyetin ilk yıllarında halı ticaretinde dış talebin artması üzerine bu ticaret anlayışı canlılık kazanmaya başlamıştır. Böylece Cumhuriyet ilan edilmeden önce dış ticaretle uğraşmayan Türk tüccarlar, Cumhuriyet ilan edildikten sonra ihracat yapmaya başlamıştır (Temurçin, 2004, s.273-274).

Isparta ticaret hayatında geçmişe oranla günümüzde daha fazla kendini göstermeye başlamıştır. Deri işlemeciliği, dokumacılık, bitki üretimi, sebze ve meyve üretimi gibi daha birçok ürün konusunda bir numaralı kent halime gelem Isparta, ticaret hayatını elde etmiş olduğu ürünleri satarak canlandırmaktadır. Bu nedenle Isparta kentinin günümüzde birçok kente oranla ticaret hayatında gelişme gösterdiğini ve kurulan fabrikalarla önemini korumaya devam ettiğini söyleyebiliriz. Böylece

Isparta’da bir yandan ticaret gelişirken diğer yandan hizmet sektöründe yaşanan hareketlilik istihdamın da artmasını sağlamıştır.

5.5. Ulaştırma ve Taşımacılık

Türkiye'nin illeri arasında yer alan Isparta ilinin ulaşım ve taşımacılık sistemlerine bakıldığında Isparta karayolu, havayolu, demiryolu gibi ulaşım sistemlerine sahiptir. Kullanılan ulaşım sistemleri arasında karayolu, en çok gelişen sistemdir. Demiryolu 1912 yılında Eğirdir'e ulaşmış, ardından 1936 yılında Isparta merkeze gelmiştir. Havayolu ise 1997 yılında Süleyman Demirel Organize Sanayi Bölgesinin güneybatısında açılarak hizmet vermeye başlamıştır (Temurçin, 2002, s. 281).

Isparta'da da karayolu ulaşımının gelişmesi sayesinde ithalat ve ihracat işleri de rahat bir şekilde yapılmaktadır. Böylece ulaşırma ve taşımacılık gibi konularda yaşanan sorunlar geçmişe göre daha az yaşanmaya başlamıştır. Isparta'da ulaşım sadece karayolu üzerinden yapılmayıp demiryolu, havayolu gibi sistemler üzerinden de yapılmaktadır. Böylece coğrafi konum açısından karayolu, demiryolu, havayolu gibi ulaşımın yapılmasına elverişli bir bölge olan Isparta, Cumhuriyet'in ilanından sonra ulaşım sistemlerini daha da geliştirerek ve altyapısını güçlendirerek insanların veya eşyaların rahat bir şekilde istenilen yere taşınmasını sağlamıştır. Böylece Isparta için ulaşım ve taşımacılığa yönelik yapılan yatırımlar sonucu ulaşımında yaşanan sorunlar azalmaya ve kentin sosyal, kültürel hayatı olumlu yönde etkilenmeye başlamıştır (Polat, 2014, s. 83).

6. ISPARTA’DA TURİZM SEKTÖRÜNÜN İNCELENMESİ

Bu bölümde Isparta’da turizm sektörünün incelenmesi amacıyla kentin turizm geliri, konaklama sektörünün mevcut durumu, yıllık ortalama turist sayısı ve kente gelen turistlerin geceleme sayılarına ilişkin bilgilere yer verilmiştir.

6.1. Isparta’nın Turizm Geliri

Turizm gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin ekonomilerinin canlanmasında önemli bir paya sahiptir. Bu nedenle turizm dünyanın en büyük sektörleri arasında yer

almaktadır. Ülkemizde turizm faaliyetleri güney ve batı kıyılarda yaz aylarında yoğunlaşan kitle turizm faaliyeti önem kazanmaya devam etmektedir. Turizm sektörünü canlandırmak amacıyla kış turizmi, termal turizm, yat turizmi, sağlık turizmi, kongre turizmi gibi birçok alternatif alanlar oluşturulmuştur. Buna paralel olarak Türkiye'nin tarihi, doğal, kültürel değerlerinin korunması ve çeşitli turizm alternatifleri geliştirilerek ülkemizin turizmden elde edeceği payın artırılması hedeflenmiştir (Doğan ve Üngören, 2012, s. 104).

Günümüzde turizm faaliyetlerinin artması ve kıyı turizminin yanında alternatif turizme verilen önemin artmasıyla beraber Isparta gibi illerde kültürel ve doğal değerlere verilen önem de artmaya başlamıştır. Bu durum Isparta'nın kalkınmasını hatta ülke ekonomisinin kalkınmasına yardımcı olmuştur. Isparta doğal, arkeolojik değerler, tarihi, iklim özellikleri gibi zengin bir turizm potansiyeline sahiptir. Fakat yapılan çalışmalar doğrultusunda Isparta'da turizm faaliyetleri sınırlı kaldığından elde edilen turizm gelirleri de düşük seviyede kalmıştır. Bu yüzden Isparta'da turizm sektöründen yeterli düzeyde gelir elde edilemediği belirtilmiştir (Ongun ve Türkoğlu, 2016, 146-147). Bununla birlikte Türkiye genelinde de turizm yatırımlarının gerçekleştirilmesinde turizm tanıtımına yeterince kadar önem verilmediği ve aynı bölgede yer alan bu alandaki rakipleri Fransa, İspanya ve İtalya gibi ülkelerin gerisinde kaldığı da belirtilmektedir (Demir-Şen, 2014).

Turizme yönelik yapılan çalışmaların yetersiz kalması, turizmin bölgede yeteri kadar tanıtılmaması, turizm konusunda yeteri kadar bilinç sahibi olunmaması gibi birçok neden Isparta'da turizmin gelişmesini engellediğini söyleyebiliriz. Buradan hareketle turizm sektöründe yerel yöneticilerin Isparta'nın turizminin gelişmesi için daha sıkı çalışmalar düzelmeleri gerektiği yorumu yapılabilir.

Tablo 6. Isparta İlinde Konaklayan Yerli ve Yabancı Turist Sayısı

Yıllar	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Geceleyen Yerli	353.096	416.032	433.311	520.013	288.273	304.433
Geceleyen Yabancı	14.144	15.202	15.251	18.629	6.878	26.821
Toplam	367.240	431.23	448.562	538.642	295.151	331.254

Kaynak: <https://isparta.ktb.gov.tr/TR-71441/konaklama-istatistikleri.html>, Erişim Tarihi: 13.12. 2022.

Isparta, tarihsel süreç boyunca yerleşim alanı olarak görülmüş ve bu nedenle birçok kültüre ev sahipliği yapmasından dolayı, turizme elverişli bir kent olma özelliği taşımaktadır. Tarihi açıdan bir güzelliğe sahip olan Isparta, Antalya gibi çevre illerle komşu olması bakımından ayrıcalıklı bir özelliğe sahiptir. Çünkü her yıl binlerce turist Antalya'yı ziyaret ettiğinden Isparta'yı da ziyaret etmeleri mümkündür. Fakat Isparta'da turizm konusunda yeteri kadar çalışmaların sürdürülmemesi nedeniyle turizm gelirlerinin arka planda kaldığını söyleyebiliriz. Yukarıda verilen tabloya bakıldığında Isparta'da turizm sektöründe sürekli bir artış yaşanmıştır. Özellikle yerli turist sayısının artması, kent ekonomisini canlandırmaktadır. Ayrıca yaşanan artış turizm gelirlerini etkileyeceğinden kent merkezi ve ilçelerde gelişmeye başlayacaktır (Ongun ve Türkoğlu, 2016, s. 152).

6.2. Isparta'da Konaklama Sektörünün Mevcut Durumu

İnsanlar ilkçağdan bu zamana kadar birçok nedenden dolayı seyahat etmiştir. Bunun sonucunda konaklama ihtiyacı ortaya çıkmış ve bu nedenden dolayı konaklama tesisleri inşa edilmeye başlanmıştır. Konaklama hizmeti, insanların yalnızca konaklamalarını değil eğlence, yeme-içme gibi ihtiyaçlarını da karşılamaktadır (Akdağ, 2018, s. 4). Bununla birlikte turizm pazarlaması açısından turistlerin destinasyon seçiminde etkili olan faktörlerin doğru tespit edilmesi önem arz etmektedir (Davras ve Uslu, 2019).

Turizm sektörünün en önemli unsurları arasında konaklama sektörü yer almaktadır. Konaklama sektöründe genel olarak tatil köyleri, oteller, moteller gibi birçok konaklama türleri bulunmaktadır. Konaklama sektörü arasında bayrak taşıyan işletmeler arasında en önemlisi otellerdir (Yılmaz, 2020, s. 4).

Konaklama hizmetinde turistler için farklı hizmetler sunulmaktadır. Resepsiyon hizmeti, kat hizmet, yeme ve içme hizmeti, destek hizmeti gibi birçok hizmetin sunulması sayesinde turistler gittikleri tatil yerlerinde rahat bir şekilde konaklayarak tatillerini yapmaktadırlar. Otellerde farklı hizmetlerin sunulması, turistlerin o mekâna olan ilgisini daha çok artıracığından o bölgenin ekonomisi de canlanmaya başlayacaktır (Akdağ, 2018, s. 4).

Anadolu, konaklama açısından eskiden itibaren aktif bir şekilde hizmet sunmaktadır. Bu noktada Isparta iline de baktığımızda il sınırları içerisinde yer alan kervansaraylar Konya-Antalya yolu üzerinde bulunmaktadır. Hanlara baktığımızda ise Isparta’da günümüze kalan hanlar arasında Eğirdir Hanı ve Gelendost Hanı bulunmaktadır. Eğirdir Hanı, Selçuklu hanlarının özelliğini taşımakta ve ilçe merkezinin 3 km güneyinde yer alarak avlu ve kapalı mekân şeklinde iki kısımdan oluşmaktadır. Fakat her iki kısım yıkılmıştır. Gelendost Hanı ise Eğirdir Gölü’nün doğusunda, Yeşilköy bölgesinde yer almaktadır. Fakat Isparta’da eski hanlardan ayakta kalan yapı bulunmamaktadır (Akdağ, 2018, s. 35-36).

Isparta’nın eskiden işlek bir bölge olması nedeniyle günümüze kadar gelen hanlar bulunmaktadır. Fakat hanlara gerekli önem verilmediğinden yıkılmaya maruz kalmışlardır. Bunun yerine eski olan yapılar ya yeniden onarılmış ya da yeniden yapılar inşa edilerek konaklama ihtiyacı karşılanmaya çalışılmıştır. Günümüzde Isparta’nın mevcut konaklama durumu geçmişe oranla artmıştır. Oteller, dağ evleri, apart evler yapılarak konaklama ihtiyacı olanların ihtiyacı karşılanmıştır. Bu sayede Isparta’ya gelen turistler istedikleri konaklama tesislerinde konaklayarak temel ihtiyaçlarını karşılamaktadır. Ayrıca turizmin canlanması için Isparta’da geniş kapasiteli otellerin yapılmasına verilen önemde her geçen gün artmaktadır (Akdağ, 2018, s. 36).

6.3. Isparta’ya Gelen Yıllık Ortalama Turist Sayısı

Isparta sahip olduğu alternatif turizm çeşitleri sayesinde turist sayısını artırmaya devam etmektedir. Geçmiş yıllara oranla han, kervansaray gibi yapılara sahip olan Isparta, işlek bir merkez olması bakımından tarihi ve kültürel değerler taşımaktadır. Bu nedenle turizm açısından önemli bir merkez haline gelen Isparta, merkez dahil olmak üzere ilçeleriyle birlikte tarihi yaşatmaya devam etmektedir (Uzun ve Demir-Şen, 2019, s. 176).

Turizm sektörünü etkileyen faktörler arasında oteller yer almaktadır. Turizm, yerel topluluk ve oteller arasında sembolik bir iş birliği yapar. Herhangi bir destinasyon popüler hale geldiğinde oraya gelen turist sayısı artacağından turistler kalacak yer aramaya başlarlar. Bu bağlamda Turistik yerin önemi otellerle doğrudan

alakalıdır. Böylece halkın sosyal, ekonomik, kültürel istikrarını sağlamak için sürdürülebilir turizm ve etik otel geliştirme uygulamaları oluşturularak tüketicilerin sürdürülebilirliğe yönlendirilmeleri gerekir (Rashid, 2020, s. 15). Turizm, doğal çevre ve sosyokültürel açıdan sürekli etkileşim içerisinde bulunduğundan, ülke ekonomilerini ciddi oranda etkilemektedir. Bu nedenle turizm sektörü, pozitif yönde gelişen bir sektördür. Refah seviyesinin artması, ulaşımın ve haberleşmenin gelişmesi gibi etmenler turizmin gelişimini ciddi oranda etkilemektedir. Özellikle turizm sektörünün yabancı para girişimi sağlaması, yeni iş alımına açık olması, sosyal ve kültürel yaşamı etkilemesi açısından oldukça önemlidir (Yılmaz, 2020, s.4).

Turizm sektörü; seyahati, ulaşımı, ekonomiyi, kültürü kısacası hemen hemen her unsuru etkilemektedir. Turizmin ülkemizde gelişme göstermesi sayesinde bilhassa ekonomi de ciddi gelişmeler yaşanmıştır. Konaklama imkanlarının gelişmesi, altyapının gelişmesi, yeme ve içme işletmelerinin canlılık göstermesi ve daha birçok faktör sayesinde turizm sektörü gelişmektedir. Bu durum Isparta bölgesi için de geçerlidir. Isparta'nın geçmiş yapısına bakıldığında turizm sektöründe yıl içerisinde değişimlerin yaşandığını söyleyebiliriz. Isparta'da olumsuz durumların zaman içerisinde giderilmesinin ardından turizm sektörü sosyal, kültürel gibi birçok alanda gelişme göstermeye devam etmektedir (Doğan ve Üngören, 2012, s. 107). Isparta'nın geçmiş yıllarda yaşamış olduğu sorunlar zaman içerisinde azalmaya başlamıştır. Günümüzde modern şehir haline gelen Isparta, turizm sektöründe ilgi çekici şehirler arasında yer almıştır. Böylece Isparta'da konaklama tesislerinden alternatif turizm çeşitlerine kadar birçok konuda gelişme yaşanmıştır. Yaşanan gelişmeler sayesinde kenti ziyaret etmeye gelen yerli ve yabancı turistlerin geceleyin konaklama oranları da artmıştır (Yılmaz, 2020, s. 5).

6.4. Isparta'ya Gelen Turistlerin Geceleme Sayıları

Isparta, günümüzde birçok alternatif turizmin geliştiği kentler arasında yer almaktadır. Günümüzde modernleşen bir kent olma özelliği taşıyan Isparta, özellikle öğrenci ve aileleriyle birlikte sayısını artırmaktadır. Bunun yanında ilçeleriyle birlikte kültürel değer taşıması ve işlek bölgeler haline gelmesiyle birlikte kente gelen turistlerin geceleme sayılarında da önemli artış yaşanmıştır (Ongun ve Türkoğlu, 2016, s.152).

Isparta’da yapılan turizm etkinliklerine bakıldığında aşağıdaki gibi bir tablo elde ederiz:

Tablo 7. Isparta İlinde Yapılabilecek Turizm Türleri

Turizm Türleri	
Foto Safari	Festival Turizmi
Kuş Gözlemciliği (Ornitoloji)	Su Sporları Turizmi
Endemik Bitki Gözlemciliği	Yamaç Paraşütçülüğü
İnanç Turizmi	Sağlık Turizmi
Mağara Turizmi	Kış Turizmi
Doğa Yürüyüşü (Trekking)	Yayla Turizmi
Dağ Turizmi	Kamp ve Karavan Turizmi
Göl Turizmi	Kırsal (Çiftlik/Tarım) Turizmi

Kaynak: Ogun ve Türkoğlu, 2016, s.153.

Bir kentin turizminin gelişmesi ve daha fazla turist sayısına sahip olması için, o kentte farklı turizm alternatiflerinin yapılması oldukça önemlidir. Bu noktada Isparta, alternatif turizme açık kentler arasında yer almaktadır. Yukarıda verilen tabloda da görüldüğü gibi Isparta’da farklı turizm etkinlikleri yapılmaktadır. Her bir alternatif turizme verilen önem zaman içerisinde arttığından dolayı, kente gelen turist sayısında da artış yaşanmaktadır (Ogun ve Türkoğlu, 2016, s. 153).

Isparta için elverişli olan alternatif turizm çeşitleri yalnızca kent merkeze yapılmayıp ilçelerinde de yapılmaktadır. Yani Isparta Merkez dahil olmak üzere ilçelerinde turizm yönünden gelişmeye devam ettiğini söyleyebiliriz. Alternatif turizmin önemi arttıkça kente giren dövizde artmaya başlayacaktır. Böylece kent hem ekonomik açıdan kalkınmaya hem de yeni istihdamlar oluşturmaya devam etmektedir (Yılmaz, 2020, s. 6).

Geçmiş yıllardan günümüzde doğru gelinene kadar Isparta’ya gelen turistlerin geceleme sayılarına bakıldığında aşağıdaki gibi bir tablo karşımıza çıkar:

Tablo 8. Konaklayan Turist İstatistikleri

Yıllar	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020 (3 aylık)
Geceleyen Yerli	321.163	334.686	353.096	416.032	433.311	520.013	115.177
Geceleyen Yabancı	21.837	19.757	14.144	15.202	15.251	18.629	2.760
Toplam	343.000	354.443	367.240	431.23.	448.562	538.642	117.937

Kaynak: Isparta Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü

Yukarıda verilen tablodan hareketle Isparta'nın turizm sektöründe canlılık yaşanmaya devam ettiğini söyleyebiliriz. 2014 yılına baktığımızda geceleyen yerli ve yabancı turist sayısı toplamda 343.000 olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu tarihten itibaren toplam geceleyen yerli ve yabancı turist sayısı giderek artmaktadır. 2019 yılında toplam turist sayısı 538.642 iken 2020 yılının henüz 3 aylık döneminde dahi toplam turist sayısı neredeyse 2014 yılının toplam turist sayısına yaklaşmak üzeredir. Yaşanan durum, kentin gelişmişliği göstermektedir. Öğrenci ailelerinin kente gelmesi ve bu nedenle tatil yapmak istemeleri, yabancı ülkelerden kente gelenler, askerli hizmetini Isparta'da yapanlar ve daha birçok neden turizm sektörünün gelişmesini sağlamıştır. Kısacası her ilde olduğu gibi Isparta'da da turizm sektörü kentin canlılığını korumasını sağlamaktadır (Yılmaz, 2020, s. 6).

3. BÖLÜM

ISPARTA’NIN ALTERNATİF TURİZM POTANSİYELİ

1. ISPARTA’NIN TURİZMDEKİ MEVCUT DURUMU VE POTANSİYELİ

Isparta, deniz-kum-güneşe dayalı klasik turizm haricinde pek çok önemli alternatif turizm potansiyeline sahiptir. Özellikle kış turizminde Davraz Kayak Merkezi, göller ve kanyonlar ile doğa turizmi, kırsal turizmde gül ve lavanta bahçeleri ile destinasyonun ön plana çıktığı belirtilmektedir (Davraz, 2019). Son dönemlerde turizm arzı deniz-kum turizminden çıkarak kültür turizmine yönelmeye başlamıştır. Bu açıdan değerlendirildiğinde Isparta’nın doğa ve kültür turizmi bakımından sahip olduğu zenginlik ile daha fazla turist çektiği ifade edilmektedir (Uzun ve Demir-Şen, 2019, s. 172). Bu bölümde Isparta’nın alternatif turizm potansiyeline ilişkin değerlendirmelere yer verilmiştir.

1.1. Isparta’da Macera Turizminin Mevcut Durumu ve Potansiyeli

Turizmin temel amacı, insanların bulundukları yerden başka bir yere giderek gidilen yerin kültürünü keşfetmelerini sağlamaktır. Gidilen her bölgenin kendine has doğallığı keşfedilmeyi beklemektedir. Turizm sektörünün çeşitlendirilmesindeki hedef, bireylerin farklı amaçlar doğrultusunda turizm sektörüne katılmalarını sağlamaktır. Bu nedenle yapılan turizmin birçok amacı bulunabilir. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından belirlenen bazı turizm çeşitleri arasında; mağara turizmi, inanç turizmi, yayla turizmi, deniz turizmi, kongre turizmi, dağ ve kış turizmi sağlık turizmi, av turizmi gibi birçok turizm seçeneği bulunmaktadır (Goncalar, 2019, s. 8).

Türkiye bulunmuş olduğu coğrafi konum nedeniyle farklı turizm seçeneklerini bünyesinde barındırmaya elverişli bir ülke haline gelmiştir. Türkiye’de turizm çeşitliliğinin olması ekonominin, istihdamın gelişmesini sağlamıştır. Gözde sektörler arasında yer alan turizm ülkemizde farklı illerde çeşitli alternatif seçeneklerine göre yayılmıştır. Bu iller arasında yer alan Isparta iline bakıldığında da birçok mevcut

turizm seçeneği bulunmaktadır. Bu seçenekler arasında ilgi çekici bir turizm olan mağara turizmi yer almaktadır (Ongun ve Türkoğlu, 2016, s. 154).

Eskiden insanların yaşam alanı olan mağaralar, günümüzde modern binaların etkisine yenik düşerek önemini kaybetmiştir. Mağaralar artık yaşam alanı olmaktan çıkıp zaman içerisinde turizm sektöründe alternatif turizm seçenekleri arasında yer almıştır. Isparta'nın mevcut mağara turizminin durumuna gelindiğinde ise Isparta bulunmuş olduğu bölge bakımından mağara konusunda yoğun iller arasında yer aldığı yorumu yapılabilir.

Isparta, Orta Toroslar'ın batısında yer almaktadır. Bu nedenle Isparta, mağara açısından Türkiye'nin yoğun illeri arasında bulunur. Mağara Teknik ve Arama Genel Müdürlüğü, Isparta kentinde 28 adet mağaranın etüdünü yapmıştır. Bu mağaralar arasında; Pınargözü Mağarası, Zindan Mağarası, Gümüş İni Mağarası, Erenler Mağarası gibi çeşitli mağaralar yer almaktadır (Durgun, 2006, s. 103).

Yeraltı sularının tuz, kireç taşı gibi kayaları eritmesiyle volkanik veya karstik alanlarda oluşan mağaralar, yüzyıllar boyunca barınak, hayvan barınağı, ibadet yeri, depo, tedavi alanı olarak kullanılmıştır. Turizm amaçlı kullanılan mağaralarda sarkıt, dikit, gölet bulunduğundan mağaralar turistleri farklı maceralara sürüklemiştir. Mağara açısından zengin bir kent olan Isparta'da Türkiye'nin ve Avrupa'nın en uzun mağarası olan Pınargözü Mağarası il sınırlarında bulunmaktadır. Pınargözü mağarasının içinde şelaleler, damlataş havuzları, gölcükler yer almaktadır. Bunun dışında turizm açısından Kadı Deliğı Mağarası, Ayı İni mağarası, Güvercinlik Mağarası, Uluborlu Obruğu Mağarası, Karataş Mağarası, Kapıkaya Mağarası gibi farklı mağaralar da bulunmaktadır (Ongun ve Türkoğlu, 2016, s. 154-155).

Eskiden farklı amaçlar için kullanılan mağaralar, daha sonra yapıların değışim göstermesiyle beraber barınak konusunda önemini yitirmiştir. Fakat ilgi çekici bir özelliğe sahip olan mağaralar, içerisinde bulundurmuş olduğu sarkıt, dikit, gölet veya farklı özellikleri sayesinde turizm amaçlı kullanılmaya başlanmıştır. Isparta'da da başta Pınargözü Mağarası olmak üzere birçok mağara çeşidi bulunmaktadır. Isparta'da mağara turizminin gelişmesi sayesinde hem yöre halkı için hem de yabancı turistler için yeni bir alternatif turizm çeşidi ortaya çıkmıştır. Isparta'da mağara turizminin mevcut potansiyel durumuna baktığımızda birçok mağara bulunmaktadır. Mağaraların

ilginç özelliklere sahip olması, geçen yıllara oranla günümüzde mağara turizminin artış gösterdiğini ortaya koyar. Bu durumun en önemli nedenleri arasında Türkiye'nin ve Avrupa'nın en uzun mağarasının yer almasından, mağara turizmi konusunda gerekli tanıtımların yapılmaya devam edilmesinden kaynaklanmaktadır. Bu nedenle Isparta, bulunmuş olduğu coğrafi konumu değerlendirerek mağara turizmi tanıtmaya, böylece her yıl yüzlerce turisti ağırlamaya devam etmektedir (Uzun ve Demir-Şen, 2019, s. 175).

1.2. Isparta'da Etkinlik Turizminin Mevcut Durumu ve Potansiyeli

Kongre turizmi, uzmanlık gerektiren alanlarda veya mesleği ilgilendiren konularda bilgi paylaşımı yapmak için ortaya çıkan alternatif bir turizm seçeneğidir. Türkiye'de son zamanlarda gelişen kongre turizmi turizminin yapıldığı iller arasın; İstanbul, İzmir, Ankara, Antalya gibi iller yer almaktadır (Goncilar, 2019, s. 10).

Kongre düzenlenmelerine bakıldığında Uluslararası Kongre ve Konferans Birliği (ICCA) tarafından yapılan verilere göre her yıl 10.000 civarında kongre düzenlenmektedir. Bu kongrelere irili ufaklı kongreler de eklenince sayı milyonlara ulaşabilmektedir. Türkiye'de kongre turizmine bakıldığında ilk ciddi çalışma 1995 yılında yapılan HABİTAT II'nin İstanbul'da gerçekleştirilmesiyle başlamıştır. Bu nedenle Türkiye ilk kongre merkezine İstanbul'da düzenlenen kongreyle sahip olmuştur (Deniz, 2014, s. 336).

Kongre turizmi, bilimsel amaçlı yapılan bir turizm etkinliğidir. Son yıllarda kongre Turizmine verilen önemin artması sayesinde mesleği ilgilendiren konuda uzman kişiler bulundukları yerden farklı bir yere giderek kongre turizmine katılmaktadır. Kongre turizminde ön plana çıkan iller, turizm sektörüne canlılık kazandırmaktadır. Kongre turizmi sayesinde insanlar yalnızca tatil amaçlı bir yere gitmeyip bilgi alışverişi yapmak amacıyla da bulundukları yerden herhangi bir bölgeye seyahat etmeye başlamıştır. Ülkemizde gelişmeye devam eden kongre turizmi, yaşanan gelişmelere paralel olarak birçok ilde yaygınlaşmaya devam etmiştir (Goncilar, 2019, s. 11).



Şekil 4. Süleyman Demirel Kongre Merkezi

Kaynak: <https://tr.top10place.com/suleyman-demirel-kongre-sarayi-1243260124.html>, Erişim Tarihi: 13.12.2022.

Isparta'da turizm sektörünün geçmişe oranla hızlı bir şekilde değiştiğini söyleyebiliriz. Isparta'da yaşanan gelişmeler sayesinde bölgenin hareketlenmesini sağlayan turizm sayesinde bölge halkının ekonomik durumu artmaya başlamıştır. Isparta, farklı turizm potansiyeline sahip olduğundan her turist kentte ilgi alanına göre bulabileceği aktivitelere katılmaya başlamıştır. Son yıllarda turizm alanında hızlı bir gelişme yaşayan Isparta, adını duyuramamış olsa da kongre turizmi açısından elverişli bir kent haline gelmiştir. Isparta'nın tarihinin araştırılması, bilgi alışverişinin yapılmak istenmesi gibi nedenler, Isparta'da kongre turizminin yaygınlaşmasını sağlamıştır. Fakat yeni yeni yapılmaya başlayan kongre turizminin Isparta'da Ankara, İstanbul gibi illere oranla yeteri kadar geliştiğini söyleyemeyiz.

1.3. Isparta'da Kültür Turizminin Mevcut Durumu

Kültür turizmi, turizm sektörünün önemli bir parçası olmasına rağmen kavram üzerinde uyum sağlanmış net bir tanım yoktur. Yapılan tanımlara göre kültür turizmi,

deneyimsel bir turizm çeşididir. Kültür turizmi ve miras turizmi birbirinden ayrılmayan kavramlardır. Bu yüzden kültür turizmi ve miras turizmi kavramları genellikle birbirlerinin yerlerine kullanılır (Aydın, 2016, s. 25).

Anadolu tarihsel süreç içerisinde birçok medeniyete ev sahipliği yaptığı için, farklı kültürlerin etkisi altında kalmıştır. Toplumun yaşayış, inanış, duyuş ve daha birçok kültürü hakkında bilgi almak isteyenler için Türkiye, önemli coğrafi bölgeler arasında yer almaktadır. Özellikle Türkiye'nin gelişmeye devam eden kenti olan Isparta'da da yaygın bir kültür bulunduğundan, kültür turizmi ortaya çıkmış ve turistler için kültür turizmi önemli etkinlikler arasında yer almaya başlamıştır (Doğan ve Yıldız, 2008, s. 148).

Dünyanın her tarafında turizm faaliyetleri aktif bir şekilde devam etmektedir. Fakat kültür turizmi, eski turizm hareketleri arasında yer almaktadır. Tarihten hareket ederek Hac turizmi, Hz. İbrahim'den günümüze kadar devam etmektedir. Ayrıca Eski Yunan ve Roma kültüründen kalma Olimpiyatlarda kültür turizmini oluşturmaktadır. Isparta'nın kültür turizmine baktığımızda ise zengin bir geçmişe sahip olan Isparta, turizm için zengin kültürel değerler bırakmıştır (Durgun, 2006, s. 96).

Isparta'nın geçmişi tarih öncesine kadar dayanmaktadır. Birçok medeniyete ev sahipliği yapan Isparta, sahip olduğu özelliği sayesinde birçok tarihi mekâna sahiptir. Bu nedenle Isparta, tarihi ve kültürel varlıklarla doğal güzelliklere sahiptir. Antikçağ'da Baris adını taşıyan Isparta; Persler, Lidyalılar, Romalılar, Bizanslılar, Selçuklular, Osmanlılar gibi uygarlıkların izini taşımaktadır. Ayrıca Cumhuriyet öncesinde de Hamidabat adını taşıırken 1923 yılında il haline gelmiş ve 1926 yılında Isparta adını almıştır (Polat, 2014, s. 90).

Isparta, kültürel açıdan zengin bir bölge olması nedeniyle Merkez dahil ilçelerde farklı kültürel değerler bulunmaktadır. Isparta bulunan müzeler, camiler, antik kentler, köprü, türbe gibi yapılar ilgi odağı olmaya devam etmektedir. Be nedenle kültür turizmi için Isparta'ya her yıl yüzlerce yerli ve yabancı turist gelerek tarihi ve kültürel yerleri ziyaret etmektedir (Akdağ, 2018, s. 24). Isparta'nın tarihi değerlerine baktığımızda aşağıdaki tabloya ulaşırız:

Tablo 9. Isparta İlindeki Tarihi Yapılar

İlçe adı	Tarihi değerler
Merkez	Isparta Müzesi, Kutlubey Camii, Abdi Paşa Camii, Aya Yorgi Kilisesi, Türbeler, Bedesten, Tarihi Isparta Evleri
Aksu	Zindan Mağarası, Roma Köprüsü, Eurymedon Açık Hava Tapınağı
Atabey	Kurşunlu Camii, Atabey Gazi Ertokuş Medresesi, Göndürle Höyük Mezarlığı
Eğirdir	Hızırbey Camii, Ada Camii, Dünder Bey Medresesi, Eğirdir Kervansarayı, Baba Sultan Türbesi
Gelendost	Afşar Köprüsü, Abdullah Gaffar Camii, Gelendost Ertokuş Kervansarayı
Gönen	Konano Antik Kenti, Yunus Emre Türbesi
Keçiborlu	Kılıç Höyük, Keçiborlu Höyük
Senirkent	Veli Baba Sultan Türbesi, Pazar Camii, Şeyh Ahmet Veli Külliyesi
Sütçüler	Sefer Ağa Camii, Sülüklügöl Harabesi, Asar Kalesi, Taşkapı Harabeleri
Ş.Karaağaç	Alaca Mescit, Zengiler Kalesi, Anabura, Ulucami, Çarşı Cami
Uluborlu	Alaaddin Cami, Taş Medrese, Aslanlı Camii, Apollonia Ören Yeri
Yalvaç	Devlethan Müzesi, Yalvaç Müzesi, Leblebiciler Camii, Men Kutsal Alanı, Kaya Mezarları, Aziz Paul Kilisesi
Y. Bademli	Kubad-ı Abad Sarayı

Kaynak: Akdağ, 2018, s. 24-25

Yukarıda verilen tablo 9’da anlaşılaçağı üzere Isparta tarihi açıdan oldukça zengin bir kenttir. Isparta’nın tarihi ve kültürel açıdan zengin bir kent olması, kültür turizminin bölgede yaygın bir şekilde yapıldığını gösterir. Tabloda verilen tarihi değerlerin yanında Merkez ve ilçelerde birçok değer mevcuttur. Bu nedenle Isparta’ya gelen her turist istediğı ilçeye giderek veya merkezde kalarak kültürel değerleri inceleyerek yeni bilgiler öğrenmektedir.

Isparta’da bulunan tarihi ve kültürel yapılar, turistlerin bir günde gezebilecekleri yer olmadığından uzun süreli konaklama yapılması gerekir. Uzun süreli yapılan konaklamalar merkez ve ilçelerin kültürel değerlerinin daha iyi bir şekilde anlaşılmasını sağlar. Bu nedenle turistleri daha iyi bir şekilde karşılamak amacıyla oteller ve restoranlarda hizmet sunulmaktadır (Doğan ve Yıldız, 2007, s. 161).

Turistler için sunulan hizmetlerin sayısı her geçen gün artmaktadır. Konaklama yeme- içme, otel hizmeti gibi hizmetler sayesinde artık Isparta'ya gelenler konaklayacak yer arama derdi olmadan ve zaman kaybetmeden kültürel yapıları ziyaret etme imkanına sahip olmuşlardır. Son yıllarda da kültürel yapılar yönelik tanıtımların artması sayesinde sadece yabancı turistlerin değil yerli halkında kültürel değerlere olan ilgisinin artmaya başladığı yorumu yapılabilir.

1.4. Isparta'da Doğa Temelli Turizmin Mevcut Durumu ve Potansiyeli

İnsan, yoğun iş temposu nedeniyle dinlenmeye vakit ayıramadığından, kendini yorgun ve bitkin hissederek hayatını güzel bir şekilde yaşayamamaktadır. Bu yüzden insanlar boş buldukları zamanlarını değerlendirmek ve iyi bir şekilde dinlenmek amacıyla farklı etkinliklere yönelmek istemektedir. İnsanın farklı etkinliklere yönelmek istemesi, turizm sektörünün canlanmasını sağlamıştır. Özellikle yoğun iş temposunun yükünden kurtulmak ve enerjisini yeniden sağlamak için rekreasyona yönelmeye başlamıştır.

Rekreasyon, boş zamanlarda yapılan ve bireyin kendi isteğiyle gerçekleşen, bireyin her açıdan kendisini yenilemesini amaçlayan, bireyin ekonomik, toplumsal, kültürel olanakları ve toplumun yapısı ile bağımlı bir şekilde yapılan etkinliklerin tümüne denir. Rekreasyon genellikle aktivitelerin boş zaman içerisinde yapıldığı bir etkinlik olarak bilinir. Fakat her boş zamanda yapılan etkinlikler rekreasyon değildir. Rekreasyonun yapılmasındaki temel amaç; dinlenmek ve enerji toplamaktır (Akten, 2003, s. 116).

Isparta, kentleşmeye meyilli iller arasında yer almaktadır. 1992 yılında Süleyman Demirel Üniversitesi'nin kurulmasının ardından kentte kültürel, sosyal, ekonomik gibi yapılarda ciddi değişimler yaşanmıştır. Bunun yanında kent içinde rekreasyona olan ilgi de artmıştır. Doğal ve kültürel alanlara sahip olan Isparta, bünyesinde 2 adet milli park ve tabiatı koruma alanı, 2 adet doğa parkı, 14 adet orman içi dinlenme alanı, 20 adet yaylası, adaları, doğal ve arkeolojik sit alanları ile rekreasyon ve turizm potansiyeline sahiptir (Akten, 2003, s. 117-118).

İnsanların dinlenmesini ve enerji toplamasını amaç edinen rekreasyon sayesinde insanlar ister gününbirlik bir şekilde isterlerse konaklayarak tatillerini

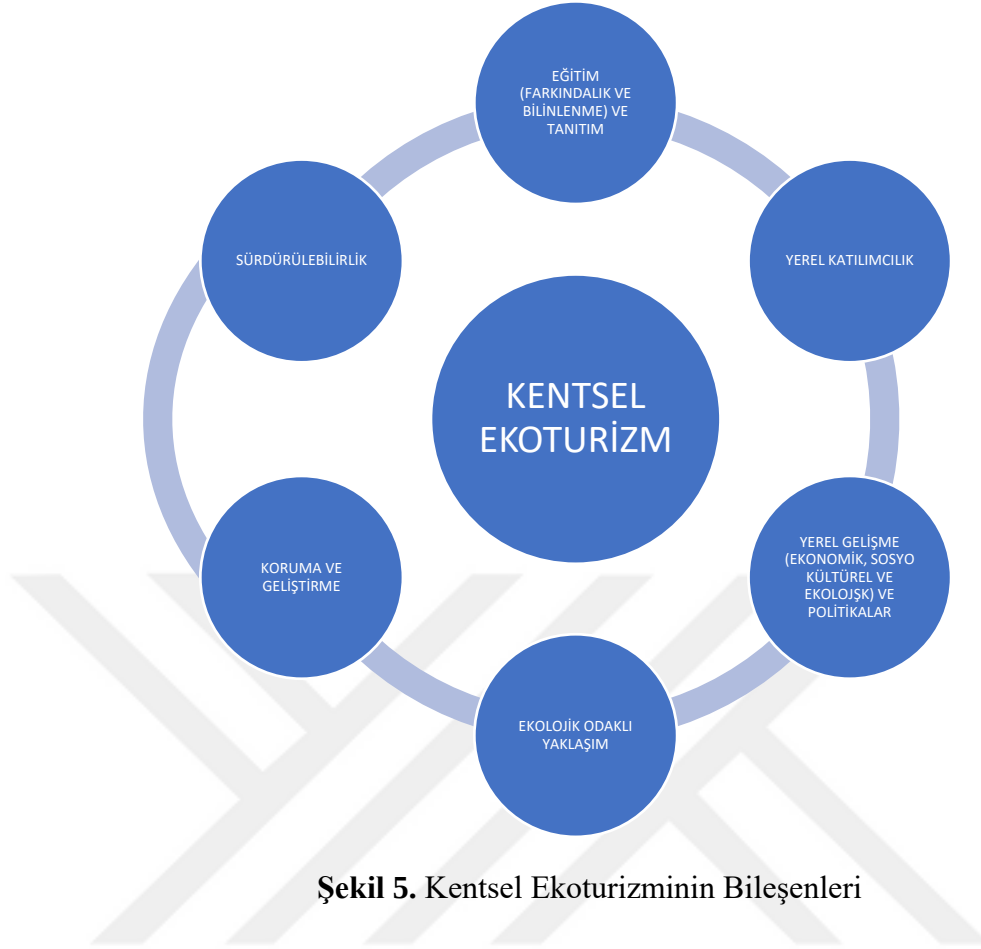
yapmaktadır. İnsanların tatil yapması, kendilerini toparlamalarını sağladığı gibi tatil sonrası işlerine daha sıkı bir şekilde sarılmalarını sağlar. Kent merkezlerinde veya kırsal bölgelerde yapılan rekreasyon, iç turizmin gelişmesine yardımcı olduğu gibi dış turizmin de gelişmesini sağlamaktadır. Isparta’da rekreasyon potansiyeline elverişli bir kent olduğundan, insanlar farklı etkinliklere yönelerek bir yandan dinlenmekte diğer yandan tatillerini yaparak zamanlarını değerlendirmektedirler (Akten, 2003, s. 118).

1.5. Isparta’da Kırsal ve Ekolojik Turizmin Mevcut Durumu ve Potansiyeli

Türkiye’nin gelişmeye devam eden kentleri arasında yer alan Isparta iline baktığımızda da farklı ekoturizm alternatifleri gelişmiştir. Bu nedenle Isparta’da kırsal ve ekolojik turizmin mevcut potansiyeli önceki yıllara oranla artmaya devam etmektedir. Böylece turistler Isparta’ya geldiklerinde istedikleri turizm aktivitesine yönelerek bilgi sahibi olmaktadırlar (Küçükyaman vd., 2018).

Isparta’da yer alan lavanta ve gül bahçeleri 2016 yılında 21 bin ziyaretçi, 2017 yılında 140 bin ziyaretçi, 2018 yılında ise yaklaşık yüzde 1000’lik artışla 222 bin civarında ziyaretçinin kente gelmesini sağlamıştır. Bu bağlamda Isparta ilinin kırsal turizm açısından önemli bir potansiyel taşıdığı belirtilmektedir (Davras, 2019). Bununla birlikte son yıllarda gül, gülyağı, gül suyu yanında lavanta ve lavantadan üretilmiş ürünlerin de yöreye turist gelmesinde etkili olduğu belirtilmektedir (Küçükyaman vd., 2018).

Ekoturizm; hayvanları, bitkileri, peyzajı izlemek ve araştırmak için doğal yerlere yolculukla o yerlere özgü kültürel etkinliklerin tanınması şeklinde açıklanır. Ekoturizmin kendine özgü turist biçimi bulunmaktadır. Eko turist ise; katılımcılık ve duyarlılık içinde doğal özelliklerini koruyan alanları ziyaret etmek isteyenlere denir (Ongun ve Türkoğlu, 2016, s. 150).



Şekil 5. Kentsel Ekoturizminin Bileşenleri

Kaynak: Akkuş, 2020, s. 58.

Yukarıda verilen şekil ekoturizmin altı bileşenini olduğunu gösterir. Bu bileşenler; Yerel katılımcılık, yerel gelişme, ekolojik odaklı yaklaşım, koruma ve geliştirme, sürdürülebilirlik, eğitim gibi bileşenlerdir. Isparta kentinde bu bileşenler yavaş yavaş uygulanmaya başladığından ve ekoturizm konusunda farkındalık yaşandığından alternatif turizm seçenekleri önem kazanmaya devam etmektedir. Çünkü ekoturizm Isparta dahil yapıldığı yerlerde birçok avantaj sağlamaktadır. Kentsel ekoturizmin sağlamış olduğu avantajlara baktığımızda;

Tablo 10. Kentsel Ekoturizmin Yararları

Alt Boyutlar	Maddeler
Kentsel ekoturizmin ekonomik ve politik katkısı	-Yörenin ekonomik durumunu iyileştirir. -Bölge halkı için iş olanağı sunar. -Bölgenin tanıtılmasına yardımcı olur. -Halkın yaşam kalitesini artırır
Kentsel ekoturizmin sosyo-kültürel gelişmeye katkısı	-Farklı kültürlerin tanınmasını sağlar. -İnsanları birbirine yakınlaştırır. -Stresten uzaklaşmayı sağlar.
Kentsel ekoturizmin ekolojik ve çevresel katkısı	-Tarihi ve kültürel dokunun korunmasını sağlar. -Kırsal bölgelerin kentleşme olgusunu hızlandırır. -Halkın çevreyi temiz tutmasını sağlar.
Kentsel ekoturizmin kent imajı ve kimliğine yönelik katkısı	-Mevcut kaynakların değerlendirilmesi için yöntem geliştirir. -Kimlik ve farkındalığın artmasını sağlar. -Kentin keşfedilmesini sağlar. -Mevcut yapıyı, restorani, oteli kullanan sürdürülebilir sistem oluşturur.

Kaynak: Akkuş, 2020, s. 60.

Yukarıda verilen tablodan anlaşılacağı üzere ekoturizm kırsal ve kentsel açıdan oldukça önemlidir. İnsanların gitmiş oldukları yerlerde yaptıkları incelemeler sonrası yeni bir bilgi öğrenmeleri, öğrenme isteğini daha fazla artıracığından ekoturizme olan ilgi de artacaktır. Bu nedenle Türkiye’ye her yıl farklı ülkelere turist gelerek ekoturizmi canlandırmaktadır.

Ekoturizm açısından çeşitliliğe sahip olan Isparta’da farklı turizm seçeneklerini oluşması sayesinde bölge halkının yaşam kalitesinin arttığı söylenebilir. Çünkü Isparta’ya gelen turistler bölgeye döviz kazandıracağından bölge halkının yaşamı da olumlu yönde olacaktır. Ayrıca Isparta’nın daha güzel ve sakin bir şehir olmasını göstermek amacıyla tanıtımların yapılması ve çevrenin temiz tutulmasına özen

gösterilmesi sayesinde bölgenin ekonomik durumunda da iyileşme yaşanmaktadır (Akkuş, 2020, s. 62).

Isparta'da yapılabilecek ekolojik turizm aktiviteleri arasında kuş gözlemciliği ve endemik bitki gözlemciliği yer almaktadır. Kuş gözlemciliğine bakıldığında Sütçüler-Değirmendere, Eğirdir Gölü-Kemer Damları gibi alanlar su kuşlarının gözlenmesi için ideal alanlardır. Beyşehir Gölü'nde de yapılan kuş gözlemciliğine İngiltere ve Fransa'dan turistler gelerek kuşları gözlemlemektedir. Ayrıca Eğirdir Gölü'nde bulunan Macar ördeği, küçük karabatak, tepeli patka Önemli Kuş Alanı özelliği taşımıştır. Aynı şekilde Beyşehir Gölü'nde de bulunan elmabaş patka, sakarmeke, Macar ördeği de Önemli Kuş Alanı statüsü kazanmıştır (Polat, 2014, s. 92).

Endemik bitki gözlemciliğine baktığımızda da bu bitkiler belirli bir bölgede yetişmektedir. Farklı bitkileri tanımak, görmek, bitkilerin özelliklerini keşfetmek amacıyla endemik bitki gözlemciliği ideal turizm seçenekleri arasında yer almaktadır. Bu bakımdan Isparta'da flora açısından zengin bir bölgedir. Isparta'da genellikle Kovada Gölü Milli Parkı, Kasnak Meşesi Tabiat Koruma Alanı, Dedegöl Dağları, Çandır Yazılı Kanyon Tabiat Koruma Alanı gibi alanlarda bitki gözlemciliği yapılmaktadır (Ongun ve Türkoğlu, 2016, s. 154).

Türkiye, sahip olduğu kuş çeşitliliği ve farklı bitkileri sayesinde turizm potansiyelini artırmaya devam etmektedir. Ülkemizin dört bir yanında farklı turizm etkinlikleri yapıldığı için, her bölgenin kendine has bir turizm özelliği bulunmaktadır. Bu durumda Isparta, kuş gözlemciliği ve endemik bitki gözlemciliği açısından bölgeye farklı bir turizm canlılığı kazandırmaktadır. Böylece kuş gözlemciliğinin Isparta'nın farklı bölgelerinde yapılması ve her yıl yabancı turist tarafından ilgi odağı olması sayesinde turizm potansiyeli artmaya devam etmektedir.

Endemik bitki gözlemciliğine gelindiğinde de flora bitkisi açısından zengin bir kent olan Isparta, bitkilerin keşfedilmesini bekleyen bir kent olduğundan bitki gözlemciliği de gelişmeye devam etmektedir. Yapılan tanıtımlardan turistlerin konaklama ihtiyaçlarının giderilmesine kadar sunulan her hizmet sayesinde Isparta, ekoturizm açısından önemini korumaya devam etmektedir. Ekoturizm açısından avantajı bir kent olan bölgede mağara turizmi, doğa yürüyüşü, dağ turizmi, yamaç

paraşütü gibi farklı turizm seçenekleri de geliştirmiştir. Kısacası Isparta'ya gelen turistler kendilerini doğayla baş başa bırakarak rahat ve huzurlu bir şekilde tatillerini yapmaktadır.

Av turizmi, denetim altında yapılarak av ve yaban hayvanlarının avlanması faaliyetine denir. Av turizminin amacı, doğaya ve ekosisteme zarar vermeden aktivitenin gerçekleştirilmesini sağlamaktır. Bu nedenle av turizminin doğru bir şekilde uygulanmasına özen gösterilmektedir. Doğru bir şekilde yapılan av turizmi, yaban hayatının korunmasına ve türlerin dengeli bir şekilde çoğalmasına yardımcı olur (Kıvılcım, 2020, s. 39).

Av turizmi, alternatif turizm etkinliklerinin artırılması, ülke turizminin ve ekonomisinin geliştirilmesi amacıyla av ve yaban hayatı kaynaklarının turistik etkinlikler bağlamında değerlendirilerek denetim altında avcılarının kullanımına sunulmasıyla yapılan bir turizm çeşididir. İnsanların isteklerine cevap veren ve doğayla iç içe olmak isteyenler için alternatif bir etkinlik olan av turizmi, insanın monotonluktan kurtulmasını sağlayan bir etkinliktir. Bu nedenle acenteler ve avlak işletmeleri tarafından av meraklılarına yönelik programlar düzenlenmektedir (Tuna, 2019, s. 16).

Türkiye'de av turizmine elverişli iller arasında Isparta yer almaktadır. Isparta'nın av turizmi potansiyeline bakıldığında, engebeli topografyaya ve zengin bitki örtüsüne sahip olan Isparta, çeşitli yabani av hayvanlarını barındırmaktadır. Ormanlarda, yaylalarda, ovalarda mevsime göre tavşan, tilki, ördek, kaz, yaban domuzu, çakal, kurt gibi hayvanlar bulunmaktadır. Hoyran Gölü adını taşıyan ve Eğirdir Gölü'nün kuzeyinde bulunan bu yer, besin açısından zengin ve geniş sazlıklara sahip olduğundan kuş varlığı bakımından önemli bir yerdir. Burada kış aylarında ortalama 30.000 civarında su kuşunun bulunması, kara avcılığının ayrı bir potansiyelinin olduğunu gösterir (Durgun, 2006, s. 101).

Hoyran Gölü'nde kara avcılığı av turizmi açısından sınırlı imkanlara sahiptir. Fakat Kovada Gölü, Eğirdir Gölü, yaylalar gibi bölgeler bulunan akarsular sayesinde aktif bir turizm çeşidi olan olta balıkçılığı da geliştirilebilir bir av turizmi olabilme imkanına sahiptir (Durgun, 2006, s. 102).

Yerli ve yabancı avcılarının avcılık yapma isteklerinin karşılanması amacıyla Isparta, önemli iller arasında yer almaktadır. Isparta'nın bitki örtüsü, sazlık, besin maddesi açısından zengin bir bölge olması, farklı hayvanların barınmasına elverişli bir bölge haline gelmesini sağlamıştır. Isparta'nın ormanlarında, ovalarında ve daha birçok yerinde bulunan hayvanlar sayesinde avcılık gelişme göstermiştir. Özellikle yapılan araştırmalardan hareket ederek kuş varlığı bakımından zengin bir bölgeye sahip olan Isparta'da kara avcılığı ayrı bir öneme sahip olmuştur. Bunun yanında günümüzde aktif bir şekilde yapılan olta balıkçılığa da Isparta'da av turizmi açısından gelişime açık bir etkinliktir. Fakat av turizminin Isparta'da daha fazla gelişebilmesi için, avcılığın bilinçli bir şekilde yapılmasına özen gösterilmelidir (Doğan ve8, 2007, s. 160).

1.6. Isparta'da Spor Turizminin Mevcut Durumu ve Potansiyeli

Turizm sektörünün gelişmesini sağlayan önemli faaliyetler arasında sportif faaliyetler bulunmaktadır. Ülkemizde sportif faaliyetlerin yapıldığı birçok kent bulunmaktadır. Bu kentler sayesinde yerli ve yabancı turistler kayak turizminden mağara turizmine kadar birçok farklı turizm seçeneğiyle tatillerini yapmaktadır. Sportif faaliyetler arasında önemini koruyan kentlerden birisi Isparta'dır. Isparta'da su sporları, kayak turizmi gibi faaliyetlerinin aktif bir şekilde yürütülmesi sayesinde Isparta kenti diğer turizm seçenekleriyle birlikte gelişimini hızlandırmaktadır. Turizm amaçlı yapılan sportif faaliyetler arasında öncelikli olarak kayak turizmi yer alır (Durgun, 2006, s. 102).

Isparta'nın alternatif turizm seçeneklerinin bol olması sayesinde kent birçok ili arka planda bırakarak turizm açısından ön planda yer almayı başarmıştır. Sportif faaliyetlerden birisi olan kayak turizminde de ön plana çıkan Isparta, uygun kayak merkezine sahip olması sayesinde yoğun bir şekilde turist akınına uğramaktadır. Isparta'da kayak merkezinin zaman içerisinde gelişmesi sayesinde kayak merkezine kurulan telesiyej, teleksi gibi cihazlarla turistler kayak merkezine kolay bir şekilde ulaşabilmektedir.

Davraz Kayak Merkezinde her kesime yönelik sunulan kayak hizmeti sayesinde turistler gününbirlik, haftalık veya aylık olarak bu kayak merkezine giderek

tatillerini yapmaktadır. Ayrıca kayak merkezinde sadece kayak hizmeti sunulmayıp otel, kafeterya gibi hizmetlerde sunulduğundan turistler kayak merkezinde istedikleri kadar kalarak tatillerini keyifle yapabilmektedir (Davras, 2020). Isparta'da günümüzde yaşanan gelişmeler kentin canlılığını arttırmış, halkın yaşam kalitesini yükseltmiştir. Böylece insanlar daha modern bir kente sahip olmaya başlamıştır.

Isparta'da sportif faaliyetler arasında su sporları turizmi de önemini korumaktadır. Isparta'da su sporlarını yapmaya elverişli bölge Eğirdir Gölüdür. Paraşüt, su bisikleti, su kayağı gibi faaliyetler de yapılmaktadır. Bu faaliyetler Yeşilada çevresi, Can Ada önü, kale arkası, Derya Restaurant önü, Dolmabahçe Park önü, Kaleönü Liman mevki gibi alanlarda yapılmaktadır. Ayrıca Eğirdir Gölünde yapılan su sporları arasında skuda sporu yer alır. Bunun yanında rafting yapmak isteyenler için Sütçüler Çandır çevresinde uygun akarsularda mevcuttur (Ongun ve Türkoğlu, 2016, s. 156).

Isparta'da spor turizminin mevcut durumu ve potansiyeline bakıldığında kayak turizminden su sporlarına kadar gelişmekte olan birçok spor turizmi bulunmaktadır. Son yıllarda spor turizmine verilen önemin artması sayesinde Isparta'da birçok bölgede farklı su sporları yapılmaktadır. Bu durum bölgenin gelişmesine yardımcı olmaktadır. Su sporları ve diğer spor çeşitleri sayesinde Isparta, hem bölge halkının yeni iş olanağına sahip olmasını ve ekonomik açıdan gelişmesini hem de ülke ekonomisine katkı sağlamıştır.

Isparta kentinin sportif etkinlikler yönünden daha fazla gelişmesi için önümüzde gerekli çalışmalar yürütülerek su sporları, yamaç paraşütçülüğü, kayak turizmi gibi birçok spor turizminin gelişmesine yönelik tanıtımlar ve yatırımlar yapılmaya devam edilmektedir. Yapılan çalışmalar kentin geçmiş yıllara oranla ekonomisinin geliştiğini, halkın turizme bakış açısının değiştiğini ve turizme verilen önemin arttığını gösterir. Bunun için Isparta'nın bulunmuş olduğu bölgenin özelliklerinden ve kentin sahip olduğu doğal güzellikleri fırsat bilinerek kentte turizmin gelişmesine yönelik verilen eğitimler artmaktadır. Bu sayede kente gelen turist sayısı ve ekonomiye kazandırılan dövizde de artış sağlanmaktadır. Kısacası, Isparta diğer turizm etkinliklerinde olduğu gibi sportif etkinliklerde de bölgenin canlanmasını ve halkın yaşam kalitesinin artmasını sağlamaya devam etmektedir.

1.7. Isparta’da İnanç Turizminin Mevcut Durumu ve Potansiyeli

Anadolu, birçok kültüre ev sahipliği yaptığından farklı inançlarla karşılaşmış bir medeniyettir. Anadolu da geçmişten günümüze kadar farklı inançların kendini göstermesi, farklı eserlere rastlanması nedeniyle farklı etkinlikler ortaya çıkmıştır. Bu etkinlikler arasında turizme katkısı olan inanç turizmi yer almaktadır. İnanç turizminin ülkemizde yaygınlık göstermesi nedeniyle, her yıl binlerce turist cami, kilise, sinagog gibi yerleri ziyaret etmeye gelmektedir (Ongun ve Türkoğlu, 2016, s. 154).

İnsanların bulundukları yerlerin dışına çıkarak dini inançlarını tatmin etmek için yapmış oldukları seyahatler ve bu seyahatler esnasında turizm işletmeleri tarafından üretilen ürün ve hizmetlerin talep edilerek geçici konaklamaları nedeniyle ortaya çıkan olaylar ve ilişkiler bütününe inanç turizmi adı verilmektedir. Bu nedenle inanç turizmi, ülkemiz için oldukça önemlidir (Uluslan, 2009, s. 44).

İnanç turizminin temel amacının turistlerin seyahat ederek dini yerleri ziyaret etmelerini sağlamaktır. Eskiden farklı inançların Anadolu’da kendisini göstermesi nedeniyle eskiden kalma birçok tarihi yerler bulunmaktadır. Bu nedenle Anadolu, inanç turizmi açısından vazgeçilmez bir öneme sahip olmuştur. Özellikle Türk halkının yaşam biçimi, farklı kültürlerden etkilenmeleri, inanışları gibi etkenler günümüzde Anadolu’yu gözde tatil bölgesi haline getirmiştir. Eski zamanlarda dünyanın en büyük uygarlıkları Anadolu’da barınmıştır. Bu nedenle Anadolu’da İslamiyet, Musevilik, Hristiyanlık gibi üç büyük semavi din bulunmuş ve bu dinlerin etkisi zamanla dünyaya yayılmıştır. Anadolu’da bulunan inançlar sayesinde eşsiz eserler ortaya çıkmış ve bu eserler günümüze kadar korunarak inanç turizminin gelişmesini sağlamıştır. Cumhuriyet ile birlikte dini turizmde ülkemizde her ne kadar yavaşlama olsa da çok partili hayata geçilmesiyle inanç turizmi hız kazanmaya başlamıştır. Bu doğrultuda ülkemizde inanç turizmine yönelik ilk çalışmalar 1995 yılında başlamıştır (Kuyucu, 2017, s. 27).



Şekil 6. İnanç Merkezi Barla- Eğirdir

Kaynak: <http://egirdir.gov.tr/inanc-merkezi-barla>, Erişim Tarihi: 13.12.2022.

Anadolu toprakları, farklı kültürlerle ev sahipliği yapmıştır. Anadolu’da İslamiyet’e ait eserlerin yanında birçok kilise ve sinagog bulunmaktadır. Isparta’da Yalvaç başta olmak üzere inanç turizmi için farklı kiliseler bulunmaktadır. Bu kiliseler arasında Isparta’ya 105 km ve Yalvaç ilçesine de 1 km uzaklıkta bulunan Pisidia Antiocheia Antik Kenti ve St. Paul Kilisesi bulunmaktadır. Roma ve Bizans medeniyetlerine ait kalıntılar bu kilisede bulunmaktadır. Hristiyanların ilk kilisesi ve en büyük kilisesi olan bu kilise, Hz. İsa’nın 12 havarisiyle birlikte kentte yaşaması nedeniyle Hristiyan alemi için önemli bir kilise haline gelmiştir (Durgun, 2006, 94).

Isparta’da Aziz St. Paul Kilisesi yanında Aya Payana Kilisesi, Aya Yorga Kilisesi, Aya Stefanos Kilisesi bulunmaktadır. Pisiada Kentinde, St. Paul Kilisesi’nin bulunması ve bu kentin Hristiyanlar tarafından ikinci hac merkezi olarak kabul edilmesi nedeniyle her yıl ibadet amacıyla yüzlerce kişi burayı ziyaret etmektedir. Bu nedenle kilise, inanç turizmi açısından önemli bir özelliğe sahiptir (Ongun ve Türkoğlu, 2016, s. 154).

İnanç turizmi konusunda Isparta ve ilçeleri önemli bölgeler arasında yer almaktadır. Birçok medeniyetin kalıntılarını kilise ve sinagoglarda rastlanılması sayesinde ve Isparta da bu kalıntıları taşıyan merkezler arasında yer aldığı için, turistler açısından önemli bir merkez haline gelmiştir. St. Paul Kilisesi, Antik Kent, kilise gibi

mekanların bölgede bulunması nedeniyle Isparta’da inanç turizmi günümüzde daha fazla yaygınlık göstermiştir (Türkoğlu vd., 2005, s. 30).



Şekil 7. St. Paul Kilisesi

Kaynak: <https://isparta.ktb.gov.tr/TR-71232/st-paul-aziz-paulus.html>, Erişim Tarihi: 13.12.2022.

Isparta’nın tarihi geçmişi ve farklı inançları sayesinde önemli bir merkez haline gelmesi sayesinde turizm sektörü Isparta’da farklı bir boyuta ulaşmıştır. Özellikle yabancı turistlerin kiliseleri ziyaret etmek istemeleri nedeniyle Isparta’ya gelmeleri, bölgenin yaşam standardının yükselmesini, iş olanağının artmasını, ekonomisinin canlanmasını sağlamıştır. Bu nedenle inanç turizmi konusunda yapılan tanıtımlar, sempozyumlar düzenlenmeye devam edilmektedir (Ongun ve Türkoğlu, 2016, s. 154).

1.8. Isparta’da Kış Turizminin Mevcut Durumu ve Potansiyeli

Türkiye’nin gelişmeye devam eden kentlerinden birisi olan Isparta’da kış turizmi gelişmeye devam etmektedir. Isparta’da kış turizmi Davraz Dağında yapılmaktadır. Bu dağın yüksekliği 2.635 m olup Isparta’nın en yüksek dağıdır. Batı Torosların kolu olan Davraz Dağı, Göller bölgesinin de yüksek dağıdır. Bu dağa ekim ayında hatta öncesinde bile kar yağmaya başlayabilir. Böylece kar temmuz ayına kadar dağda kalabilmektedir (Yüzbaşı, 2019, s. 6).

Kış turizminin yapıldığı kentler arasında Isparta kenti yer almaktadır. Isparta’da yaşanan gelişmeler kış turizminin gelişmesini sağlamıştır. Kış turizmi geliştikçe otellerin sayısı arttığı gibi yatak kapasiteleri de artırılmıştır. Bu durumun nedeni Isparta’da ekonomik, sosyal, teknolojik gelişmelerin yaşanmasıdır. Davraz Dağı’nda yapılan kış turizmiyle insanlar hem farklı bir kültürel bölgeyi ziyaret etmekte hem de tatillerinin kayak merkezinde yaparak zamanlarını en güzel şekilde değerlendirmektedirler (Durgun, 2007, s. 96).



Şekil 8. Davraz Kayak Merkezi

Kaynak: <https://isparta.ktb.gov.tr/TR-165310/davraz-kayak-merkezi.html>,
Erişim Tarihi: 13.12.2022

Isparta’nın 26 km güneydoğusunda bulunan Davraz Dağı, 17. 02. 1995 tarihinde turizm merkezi ilan edilmiştir. Bu merkeze yakın yerleşim yeri olan Çobanisa Köyü, 8 km uzaklıkta bulunmaktadır. Kulovası Yaylasında Davraz Dağı’nın kuzey yamacında bulunan kayak merkezi, Ardıçdibi Deresi akarsuyuna sahiptir. Çam, Sedir, ardıç, otsu bitkiler gibi bitki örtüsüne sahiptir. Özellikle kayak merkezinin Antalya’ya yakın olması nedeniyle gelişmeye elverişli bir konumdadır. Ayrıca Davraz, sahip olduğu coğrafi özellikleri sayesinde doğa sporlarının yapılmasına da elverişli bir bölgedir (Polat, 2014, s. 101).

Davraz Dağı, turizm sektörünü etkileyen önemli dağlar arasında yer almaktadır. Isparta’nın turizminin gelişmesini sağlayan dağ, yüksek zirveye sahip olmasa nedeniyle kış turizmi için elverişli bir bölgedir. Bu durum Isparta’nın daha

fazla turist kazanmasına katkı sağlamaktadır. Ayrıca doğa sporlarının yapılmasına elverişli bir bölge haline gelen Davraz Dağı, günümüzde önemini koruyan ve Isparta'nın gelişmesini sağlayan turizm bölgelerinden birisi olmuştur (Ongun, 2017, s. 137). Davraz kayak merkezinin konaklama istatistiği Tablo 11'de görülmektedir.

Tablo 11. Davraz Kayak Merkezi Konaklama İstatistiği

Yıllar	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Yerli	11.613	11.796	11.143	12.858	13.526	5.634
Yabancı	391	451	456	439	597	166
Toplam	12.004	12.247	11.599	13.297	14.123	5.800

Kaynak: <https://isparta.ktb.gov.tr/TR-71441/konaklama-istatistikleri.html>,
Erişim Tarihi: 13.12. 2022.

Isparta şehir merkezine 26 km, havalimanına 50 km, Antalya Havalimanına ise 125 km ve Antalya şehir merkezine 140 km uzaklıkta bulunan Davraz, konaklama açısından seçenekli bir bölgedir. Eğirdir Gölü'nün muhteşem manzarası sayesinde kayan merkezinde en güzel şekilde kayak yapılabilir. Kar kalitesinin olması sayesinde kayağa yeni başlayanlar için kayak merkezi tehlikesiz rotalara sahiptir. Pistler ise amatör, profesyonel kayakçılara kuzey ve alp disiplini, snowboard yapma imkânı da sunmaktadır (Polat, 2014, s. 101).

Isparta tarihi ve kültürel değerlere sahip olduğu gibi kış turizmine de elverişli bir kent olma özelliğine sahiptir. Davraz Dağı'nın önemli bir kayak merkezi haline gelmesi sayesinde Isparta, her geçen gün turizm potansiyelini artırmaktadır. Isparta'nın kış turizmi potansiyelinin artması, konaklama hizmetlerinin daha fazla sunulması demektir. Bu durum otellerin ve yatak sayılarının artmasını etkilemiştir. Bu nedenle Isparta merkez ve ilçeler konaklama imkanları her geçen gün gelişerek turistlerin kayak merkezinde konaklama da sorun yaşamadan kayaklarını yapmaları sağlanmaktadır. Ayrıca kayak merkezinin Antalya'ya çok uzak olmaması, daha fazla gelişmesini ve turistlerin Antalya'dan kayak merkezine rahat bir şekilde ulaşmalarını sağlamıştır. Kısacası, Isparta alternatif turizm çeşitleri sayesinde gelişmeye devam

ettiği kış turizminin de gelişmesiyle birlikte her açıdan önemli bir kent olma özelliğini korumaya devam etmektedir (Ongun, 2017, s. 138).

1.9. Isparta’da Gastronomi Turizminin Mevcut Durumu ve Potansiyeli

Bulunduğu bölgeye katkı sağlayan gastronomi turizmi, Isparta’da da farklı yemek kültürünün ortaya çıkmasıyla birlikte gelişmiştir. Isparta’da en çok tahıl üretimi yapıldığından yemekler genellikle tahıl ürünlerinden oluşur. Yörük kültürünün olmasından dolayı ön planda bulgur pilav yer alır. Bölge halkı bulguru kendi tüketimi için üreterek satışı arka planda bırakmıştır. Ayrıca pilav, tarhana çorbası yıllarca en çok tüketilen yemek çeşitleri olmuştur. Yörede buğday dış tarhana çorbası, bulamaç çorbası, bulgur çorbası, keklük çorbası gibi çorba çeşitleri ön plana çıkarken; bütün et kapama, ekmek aşısı, şiş köfte, soğanlı et, sulu köfte gibi yemek çeşitleri de ön plana çıkmıştır (Yüzbaşı, 2019, s. 96).

Türkiye’de her yörenin kendine özgü yemek kültürü bulunduğu gibi, Isparta’da zengin bir yemek kültürü bulunmaktadır. Bu yüzden Isparta’ya gelen her turist yöreye özgü yemeklerin tadına bakabilme imkanına sahip olmuştur. Yemeklerden memnun kalan turistler, bölgeye sırf yemek amaçlı gelebilecekleri için bölgenin ekonomisine, gelişmesine katkı sağlamaktadır.

Isparta’da çeşitli yeme-içme kültürü bulunmaktadır. Fakat tanıtımların yetersiz kalması, televizyon programlarının yetersiz kalması nedeniyle Isparta’da gastronomi turizminin Gaziantep, Hatay gibi yeteri kadar geliştiğini söyleyemeyiz. Bu durum Isparta için olumsuz bir sonuç ortaya çıkarır. Bunun için bölgenin yaşam standardının artması, ekonomisinin gelişmesi, alternatif bir turizm etkinliğinin ortaya çıkması ve daha fazla turist potansiyeline sahip olunması için, bölgenin gastronomisinin yeteri kadar tanıtılması gerekir.

4. BÖLÜM

ALTERNATİF TURİZM POTANSİYELİ BAKIMINDAN ISPARTA DESTİNASYONUNUN DEĞERLENDİRİLMESİ

1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Bu çalışmanın temel amacı, Isparta destinasyonunun alternatif turizm potansiyelinin paydaşların bakış açısı ile değerlendirilmesidir. Paydaşların turizm gelişiminde ve sürdürülebilirliğin sağlanmasında önemli bir unsur olduğu dikkate alındığında, turizm faaliyetlerine etkin katılımları destinasyon gelişimi için önem arz etmektedir. Sosyal ilişkiler temeline dayanan geleneksel turizme tepki olarak geliştirilmiş ve kişisel tercihlere dayalı turizm türü olarak nitelendirilen alternatif turizm çeşitliliği ise destinasyonun fiziki ve coğrafi özelliklerine bağlı olarak değişmektedir. Alternatif turizm, ziyaretçilere kişisel tercihlerine ve zevklerine göre katılımda bulunabilecekleri farklı turizm faaliyetlerini sunmaktadır. Üstelik alternatif turizm sayesinde destinasyonda her mevsim turizm faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi mümkün olabilmektedir. Bu durum alternatif turizm türlerinin destinasyon imajı ve turizm geliri bakımından önemli olduğunu ortaya koymaktadır.

Isparta ili konumu ve imkânları çerçevesinde geleneksel turizme elverişli olmasa da tarihi ve sıra dışı pek çok özelliği ile alternatif turizm türlerine uygun niteliklere sahip bir destinasyondur. Bununla birlikte, Isparta ilinde turizmin geri planda kalması, istenen turizm gelirin elde edilememesi pek çok nedene dayandırılabilir. Turizm alanındaki faaliyetlerinin yeterli düzeyde olmaması, destinasyonun tanıtımının istenen düzeyde yapılmamış olması gibi nedenlerin Isparta’da turizmin gelişimini olumsuz etkilediği söylenebilir. Buradan hareketle turizm paydaşları ile koordineli bir çalışmanın yürütülmesinin, Isparta’nın turizminin gelişmesinde ve sürdürülebilirliğin sağlanmasın önemli olduğu söylenebilir. Zira şehir, sahip olduğu kültürel mirası, coğrafi konumu nedeniyle kültür turizmi, kış sporları, inanç turizmi, doğa turizmi gibi alternatif turizm türlerine uygun bir yapıya sahiptir.

Bu çalışmanın amacı doğrultusunda paydaşların bakış açısı ile Isparta ilinin alternatif turizm potansiyelinin değerlendirilmesidir. Bu amaçla hazırlanan çalışmanın alternatif turizmin şehre kattığı imajın önemini ortaya koymayı sağlayacağı söylenebilir. Aynı zamanda çalışma bulgularının ileride ilgili alanda araştırma yapacak akademisyenlere ışık tutacağı umulmaktadır. Daha önce Isparta'nın alternatif turizm potansiyelini paydaşların bakış açısı ile değerlendiren bir araştırmaya rastlanmadığından çalışmanın özgün değerinin olduğu ve literatüre katkı sağlayacağı söylenebilir.

2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ VE MODELİ

Bu çalışma nitel araştırma yöntemi ile yürütülmüştür. Nitel araştırma yöntemi, görüşme, gözlem, doküman analizi gibi nitel veri toplama araçları ile gerçekleştirilen, olay veya durumları doğal ortamında gerçekçi ve bütüncül olarak ortaya konmasını amaçlayan bir süreci kapsamaktadır (Kuş, 2012; Yıldırım ve Şimşek, 2013, s. 45). Çalışmada veri toplama aracı olarak kullanılan görüşme daha önceden hazırlanmış olan soruların sorulduğu ve karşıdaki kişinin hazırlanan soruları yanıtlaması ile gerçekleştirilmektedir (Kuş, 2012, s. 50). Bu kapsamda aşağıdaki temel araştırma sorularına yanıt aranacaktır:

1. Paydaşlara göre, Isparta'nın alternatif turizm potansiyeli yeterli düzeyde midir?
2. Paydaşlara göre, Isparta zengin alternatif turizm potansiyeline sahip midir?
3. Paydaşlara göre, Isparta'nın alternatif turizm zenginliklerinin yeterince tanıtımı yapılıyor mu?
4. Paydaşlara göre, Isparta'ya alternatif turizmin sosyal ve ekonomik etkileri nelerdir?

3. ÇALIŞMA GRUBU

Araştırmada çalışma grubu seçiminde nitel araştırmalarda yaygın kullanılan maksimum çeşitlilik örnekleme kullanılmıştır. Maksimum çeşitlilik örnekleme, farklılıkların belirlenmesi amacıyla geniş çaplı durumlar ve önemli ortak örüntülerin belirlenmesi amacını taşımaktadır (Baltacı, 2018; Büyüköztürk vd., 2014; Kuş, 2012).

Bu doğrultuda çalışmada maksimum çeşitlilik örnekleme ile turizm paydaşları katılımcı olarak belirlenmiştir. Araştırmanın çalışma grubuna dahil olan katılımcılar üç kişi kamu kurumu çalışanı, üç kişi sivil toplum kuruluşu üyesi, üç kişi turizm işletmesi çalışanı, üç kişi yerel halk, üç kişi turist, üç kişi akademisyen, üç kişi medya çalışanı olarak belirlenmiştir. Çalışma turizm paydaşları ile yapıldığından çalışma grubunda Isparta'daki turizm ile doğrudan ilgili olan paydaş grupları arasından kamu kurumlarından üç, yerel halktan üç, turizm işletmelerinden üç, sivil toplum kuruluşlarından üç, turistlerden üç, akademisyenlerden üç, medyadan üç olmak üzere toplam 21 turizm paydaşı katılımcı yer almıştır.

Sosyal ve Beşerî Bilimler Etik Kurulu'nun 06.07.2022 tarihli 123/8 sayılı kararı EK2'de yer almaktadır.

4. VERİ TOPLAMA ARAÇLARI

Bu çalışmada veri toplama aracı olarak araştırmacı tarafından hazırlanan EK1'de yer alan yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Görüşme veri toplama tekniği, nitel araştırmalarda sıklıkla kullanılan bir yöntemdir. Özellikle deneyimleri, duyuları, algıları anlamada oldukça güçlü bir etkisi bulunur. Aynı zamanda görüşme tekniği verilerin kolay ve hızlı toplanmasında etkilidir (Kuş, 2012, s. 50). Katılımcılarla yapılan bireysel görüşmelerin olumlu yönleri katılımcıdan kendi kelimeleri ile tanımlayıcı veriler elde edilebilmesi, derinlemesine görüşme yapılabilmesi, hassas konuların görüşülebilmesinin mümkün olması şeklinde sıralanabilir. Bunun yanı sıra pahalı olması, zaman alıcı olması, katılımcının kendini ifade etmek istememesi veya kaçınması, kendini güvende hissetmemesi gibi olumsuz yönlerinin de olduğu belirtilebilir (Kuş, 2012, s. 50).

Görüşme formunda Isparta'nın alternatif turizm potansiyelini incelemeye yardımcı olacak yarı yapılandırılmış 13 açık uçlu soru yer almaktadır. Yarı yapılandırılmış görüşme formundan "Isparta'nın erişilebilirlik durumunu nasıl değerlendiriyorsunuz? Isparta'da erişilebilirliğin geliştirilmesi için neler yapılabilir?" Sorusu katılımcıların ulaşım ile ilgili yönelttiğimiz soruyla aynı cevapları vermesinden dolayı araştırmadan çıkartılmıştır. Formda katılımcıların yaş, medeni durum, çocuk sayısı, eğitim durumu ve gelir durumuna ilişkin demografik bilgilerini belirlemek

amacıyla sorular da yer almaktadır. Araştırmada kullanılacak olan görüşme formundaki soruların hazırlanması aşamasında ilgili çalışmalardan ve literatürden yararlanılmıştır. Görüşme formu hazırlandıktan sonra uzman görüşüne başvurulmuş ve öneriler alınmıştır. Gereken düzeltmeler yapılarak, görüşme formuna son hali verilmiştir. Görüşme sırasında katılımcıların onayı alınarak, ses kayıt cihazı ve önemli yerleri not alabilmek açısından not defteri ve kalem kullanılmıştır. Görüşmeler 15 dakika ile 36 dakika arasında gerçekleştirilmiştir. Tablo 4.1’de araştırma sorularının uyarlandığı kaynaklar yer almaktadır.

Tablo 12. Araştırma Soruları ve Uyarlandığı Çalışmalar

Araştırma Soruları	Kaynak
Isparta için alternatif turizm denilince aklınıza neler gelmektedir?	(Uzun ve Demir-Şen, 2019)
Isparta’ya ulaşımın kolay ve ulaşılabilir olduğunu düşünüyor musunuz?	Araştırmacıların sorusu
Isparta yöresindeki turizmin gelişimine bağlı olarak altyapı hizmetlerinin de geliştiğine inanıyor musunuz?	(Zengin ve Şeyhanlioğlu, 2019, Akt., Şeyhanlioğlu ve Kınır, 2021)
Sizce Isparta turizm açısından zengin bir potansiyele sahip midir?	Araştırmacıların sorusu
Sizce Isparta’da tanıtılması gereken alternatif turizm faaliyetleri nelerdir?	Araştırmacıların sorusu
Sizce Isparta’da ön plana çıkması gereken alternatif turizm çeşidi hangisidir?	Araştırmacıların sorusu
Isparta’da alternatif turizmin yöreye sosyal etkileri konusundaki düşünceleriniz nelerdir?	(Zengin ve Şeyhanlioğlu, 2019, Akt., Şeyhanlioğlu ve Kınır, 2021)
Isparta’da alternatif turizmin yöreye ekonomik etkileri konusundaki düşünceleriniz nelerdir?	(Zengin ve Şeyhanlioğlu, 2019, Akt., Şeyhanlioğlu ve Kınır, 2021)
Sizce Isparta’da alternatif turizm ürünlerine gereken önem veriliyor mu?	(Zengin ve Şeyhanlioğlu, 2019, Akt., Şeyhanlioğlu ve Kınır, 2021)
Alternatif turizmin Isparta yöresindeki el sanatlarına etkisi oldu mu?	(Akyürek, Özdemir ve Çeken, 2018, Akt., Şeyhanlioğlu ve Kınır, 2021)
Isparta’nın yemekleri sizin için seyahat motivasyonu kaynağı mıdır?	Araştırmacıların sorusu
Isparta’da alternatif turizmin gelişmesinde konaklama tesislerinin yeterliliğini nasıl değerlendiriyorsunuz?	(Akyürek, Özdemir ve Çeken, 2018, Akt., Şeyhanlioğlu ve Kınır, 2021)

5. VERİLERİN ANALİZİ

Verilerin analizi aşamasında ilk olarak katılımcılarla görüşme formu aracılığıyla toplanan veriler bilgisayar ortamına aktarılmış, araştırma amacı ile ilişkilendirilerek ham veriler edilmiştir. Bu veriler içerik analizi ile çözümlenmiştir. İçerik analizinde ham veriler kavramsallaştırılmakta ve kodlar oluşturulmaktadır. Kodların farklılıkları ve benzerliklerine göre birbirleriyle ilişkili olanlar birleştirilir ve tematik kodlama yapılır (Kuş, 2012; Yıldırım ve Şimşek, 2013). Bunun yanında araştırmacının veri toplama aşamasında ve verileri değerlendirme aşamasında tamamen tarafsız olamayacağı ve aktif olacağı ifade edilmektedir (Kuş, 2012).

Nitel araştırmalarda iç geçerliliğin sağlanması amacıyla birtakım stratejiler uygulanmaktadır. Bunlar uzun süreli etkileşim, uzman incelemesi, veri toplama süreçlerine uyumlu yeterli katılım ile üye kontrolüdür (Lincoln ve Guba, 1985; Akt., Hazarhun vd., 2020). Bu çalışmada da iç geçerliliği sağlamak amacıyla uzman öğretim üyesi tarafından inceleme yapılarak, elde edilen bulgular değerlendirilmiştir.

Araştırma bulgularının analizinde araştırmacıya kolaylık olması bakımından görüşme yapılan katılımcıların isimleri kullanılmamış, görüşmeciler kodlanmak suretiyle analiz edilmişlerdir. Yapılan kodlamada katılımcılar P1, P2, P3, P4, P5, P6, P7, P8, P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P17, P18, P19, P20, P21 olarak toplam 21 katılımcının verileri kodlanarak işlenmiştir. Katılımcılardan elde edilen veriler Strauss & Corbin (1990) tarafından önerilen içerik analizi modeli kullanılarak analiz edilmiştir. Strauss & Corbin (1990) içerik analizini verilerin kodlanması, temaların bulunması, verilen temalara/kodlara göre düzenlenmesi ve bulguların yorumlanması olarak tanımlanmaktadır.

Cohen-Kappa Analizi, çoğu zaman iki değerlendiricinin verdikleri değerlendirmeleri karşılaştırmak için kullanılan bir istatistiksel araçtır. Bu araç, iki değerlendiricinin eşitlik derecesini ölçmeyi amaçlar. Cohen-Kappa Analizi, değerlendiricilerin verdikleri değerlendirmelerin ne kadar tutarlı olduğunu ölçmek için kullanılır (Tinsley ve Weiss, 2010, s. 99).

Cohen-Kappa Analizi, iki değerlendiricinin verdikleri değerlendirmelerin tutarlılığını ölçmek için kullanılan bir istatistiksel araçtır. Bu araç, değerlendiricilerin verdikleri değerlendirmelerin arasındaki tutarlılık derecesini ölçer. Bu araç,

değerlendiricilerin verdikleri değerlendirmelerin arasındaki tutarlılık derecesini ölçer (Poppns, 2010, s.1069).

Cohen-Kappa Analizi, iki değerlendiricinin arasındaki tutarlılık derecesini ölçmek için kullanılan istatistiksel bir araçtır. Bu araç, değerlendiricilerin verdikleri değerlendirmelerin arasındaki tutarlılık derecesini ölçer. Cohen-Kappa Analizi, değerlendiricilerin verdikleri değerlendirmelerin arasındaki tutarlılık derecesini ölçmek için çoklu kategoriler arasındaki korelasyonu kullanır (Tinsley ve Weiss, 2010, s. 100). Bu çalışmada, Cohen-Kappa değeri .962 olarak SPSS programı aracılığıyla hesaplanmıştır ($\kappa=.962$, $p=.000$). Dolayısıyla, kod kategori uyumu *çok yüksek düzeyde* güvenilir (McHugh, 2012).

6. BULGULAR

Tablo 13’de görüşmelerin gerçekleştirildiği turizm paydaşlarının demografik özellikleri yer almaktadır.

Tablo 13. Paydaşların Demografik Özellikleri

Paydaşlar	Cinsiyet	Yaş	Medeni Durum	Eğitim Durumu	Çocuk Durumu	Gelir
P1	Kadın	52	Evli	Doktora	2	24.000
P2	Erkek	57	Bekar	Lisans	Yok	15.000
P3	Erkek	45	Evli	Doktora	2	18.000
P4	Erkek	35	Bekar	Lisans	Yok	10.000
P5	Kadın	32	Bekar	Ön lisans	Yok	9.000
P6	Erkek	37	Bekar	Ön lisans	Yok	12.000
P7	Erkek	37	Evli	Lisans	2	15.000
P8	Erkek	60	Evli	Lisans	2	10.000
P9	Kadın	37	Evli	Ön lisans	2	15.000
P10	Erkek	30	Bekar	Y. Lisans	Yok	9.000
P11	Erkek	38	Bekar	Lise	Yok	7.000
P12	Erkek	43	Evli	Lise	3	13.500
P13	Erkek	35	Evli	Lise	2	9.000
P14	Kadın	37	Evli	Y.Lisans	2	15.000
P15	Erkek	38	Evli	Lise	1	20.000
P16	Kadın	23	Bekar	Lisans	Yok	6.000
P17	Erkek	24	Bekar	Lisans	Yok	7.000
P18	Kadın	28	Bekar	Lisans	Yok	7.000
P19	Erkek	54	Bekar	Ön lisans	3	8.000
P20	Erkek	60	Evli	Doktora	2	23.000
P21	Kadın	55	Bekar	Lisans	1	11.000

Araştırmaya katılan turizm paydaşlarının yarı yapılandırılmış görüşme formuna verdiği cevaplar baz alınarak hazırlanan tablo 13'e göre araştırmaya 7 kadın, 14 erkek olmak üzere toplam 21 kişi katılmıştır. Araştırmaya katılan turizm paydaşlarının yaşları baz alındığında ise en fazla 30-49 yaş aralığında toplam 12 katılımcının, ikinci sırada ise 50 yaş ve üzeri 6 katılımcının, üçüncü sırada 18-29 yaş aralığına toplam 3 katılımcının araştırmada yer aldığı görülmektedir. Araştırmaya katılan turizm paydaşlarının medeni durumları baz alındığında ise 11 katılımcının medeni durumunun bekar, 10 katılımcının ise medeni durumunun evli olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılan turizm paydaşlarının eğitim durumlarına bakıldığında ise en fazla katılımcının 8 kişi ile lisans mezunu katılımcılar olduğu, ikinci sırada 4 katılımcının ön lisans mezunu olduğu, üçüncü sırada 4 katılımcının lise mezunu olduğu, dördüncü sırada 3 katılımcının doktora mezunu olduğu, beşinci ve son sırada ise 2 katılımcının yüksek lisans mezunu olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılan turizm paydaşlarının çocuk durumu göz önüne alındığında ise ilk olarak 9 katılımcının hiç çocukları olmadığı, ikinci sırada 8 katılımcının 2 çocuğu olduğu, üçüncü sırada 2 katılımcının 3 çocuğu olduğu ve son olarak 2 katılımcının 1 çocuğu olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılan turizm paydaşlarının gelir durumlarına bakıldığında ise 21 katılımcının 2022 asgari ücret tutarı baz alınarak asgari ücretin üzerinde gelire sahip olduğu görülmektedir. Tablo 14'te Turizm paydaşlarının alternatif turizm potansiyeli ve ön plana çıkması gereken alternatif turizm faaliyetleri hakkındaki ortak görüşleri yer almaktadır.

Tablo 14. Paydaşların Alternatif Turizm Teması Hakkındaki Ortak Görüşleri

Tema	Kategoriler	Kodlar	Ortak Görüşte Olan Paydaşlar	f
Isparta’da Ön Plana Çıkarılması Gereken Alternatif Turizm Faaliyetleri	Agro Turizm (K1)	Gül, Lavanta, tıbbi ve aromatik bitkiler, endemik bitkiler, botanik bahçeler	P1, P6, P7, P8, P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P17, P18, P2, P3, P19	16
	Kış Turizmi (K2)	Kayak, Davraz	P7, P6, P8, P9, P10, P12, P16, P20	8
	İnanç Turizmi (K3)	Camiler, Türbeler, tarihi yapılar, eski oluşumlar, St. Paul yolu, Salagassos, Psidia Antiokheia	P2, P8, P6, P17, P19, P20, P4, P9, P10, P5, P6, P7, P11, P12, P18, P21, P16	17
	Doğa Turizmi (K4)	Tabiat Parkı, Trekking, Eğirdir Gölü, Hiking, Yamaç Paraşütü, kuş gözlemciliği, mağaralar, tırmanış alanları, yürüyüş yolları	P2, P8, P9, P10, P11, P13, P14, P15, P17, P19, P20, P6, P18, P5, P4	15

Tablo 14 incelendiğinde alternatif turizm potansiyeli ve ön plana çıkması gereken alternatif turizm faaliyetleri teması altında 23 adet kod ve 4 adet kategori (K1, K2, K3, K4) oluşturulmuştur. En fazla oluşturulan kod 17 katılımcının cevabı ile *camiler, türbeler, tarihi yapılar, eski oluşumlar, St. Paul Yolu, Salagassos, Psidia Antiokheia* kodları oluşturulmuş olup daha sonra sırası ile 16 katılımcı cevabı ile *gül, lavanta, tıbbi ve aromatik bitkiler, endemik bitkiler, botanik bahçeler* kodları, 15 katılımcının cevabı ile *tabiat parkı, trekking, Eğirdir Gölü, hiking, yamaç paraşütü, kuş gözlemciliği, mağaralar, tırmanış alanları, yürüyüş yolları* kodları, son olarak ise 8 katılımcının cevabı ile *kayak, Davraz* kodları oluşturulmuştur.

Bazı katılımcı görüşleri aşağıdaki gibidir:

P7: “Agro turizm gül ve lavanta (Kuyucak, Atabey, İslam Köy”.

P8: “Antik kentler, gül ve lavanta bahçeleri, camiler, türbeler, tabiat parkı (Kızıldağ), Davraz Kayak Merkezi (Eğirdir), Barla İnanç turizmi (Eğirdir)”.

P2: “St. Paul yolu yabancı turistler için oldukça ilgi çekici, coğrafi bakımdan ise Isparta trekking ve hiking için oldukça müsait”.

Tablo 15. Isparta’da Turizm Paydaşlarının Ulaşım Hakkındaki Ortak Görüşleri

Tema	Kategoriler	Kodlar	Ortak Görüşte Olan Paydaşlar	f
Isparta’da Ulaşım	Hava Yolu (K5)	Uçuş güzergâhı, sefer sayısı	P2, P13	2
	Demir Yolu (K6)	Hat düzenlemeleri	P2, P7	2
	Kara Yolu (K7)	Otobüs	P4, P6, P7, P8, P9, P11, P12, P17, P18, P19,P3, P16, P5	13

Tablo 15. incelendiğinde ulaşım teması altında 4 adet kod 3 adet kategori (K5, K6, K7) oluşturulmuştur. En fazla oluşturulan kod 13 katılımcının cevabı ile *otobüs*, daha sonra sırası ile 2 katılımcının cevabı ile *hat düzenlemeleri*, yine 2 katılımcının cevabı ile *uçuş güzergâhı, sefer sayısı* kodları oluşturulmuştur.

Bazı katılımcı görüşleri aşağıdaki gibidir:

P10: “Karayolu ile ulaşım kolaydır. Havayolu imkânı da vardır ama sefer sayısı azdır”.

P2: “Ulaşımda problem yok fakat hava alanı seferleri günde 1 defa olması sorun. Demiryolunda ise Ankara-İstanbul ve Isparta-Eğirdir hattının devreye girmesi gerek”.

P16: “Evet, oldukça rahat, otobüsle seyahat oldukça kolay ve ulaşılabilir”.

Tablo 16. Isparta’da Turizm Paydaşlarının Altyapı Değerlendirmesi Hakkındaki Ortak Görüşleri

Tema	Kategoriler	Kodlar	Ortak Görüşte Olan Paydaşlar	f
Isparta’da Altyapı Değerlendirmesi	Geliştirme (K8)	İyileştirme, modernize etme, onarma	P1, P2, P3, P5, P6, P15, P19, P20, P21	9
	Yeniden yapılandırma (K9)	Yeni düzenlemeler, yeni yollar, şerit eklemeleri	P1, P4, P7, P8, P10, P11, P12, P13, P14, P16, P17, P18	12

Tablo 16’ya bakıldığında altyapı değerlendirme teması altında 6 adet kod 2 adet kategori (K8, K9) oluşturulmuştur. En fazla oluşturulan kod 12 katılımcının cevabı ile *yeni düzenlemeler, yeni yollar, şerit eklemeleri* daha sonra ise 9 katılımcının cevabı ile *iyileştirme, modernize etme, onarma* kodları oluşturulmuştur.

Bazı katılımcı görüşleri aşağıdaki gibidir.

P1: “Daha azla turizmle ilgili çalışmalar yapıldıkça alt yapıda gelişecektir”.

P5: “Yollar çok kötü ve eski iyileştirmeler yapılabilir”.

P9: “Valilik, Belediye, İl Kültür gerekli düzenlemeleri yapıyor, yeni yollar yapıyorlar”.

Tablo 17. Isparta’da Turizm Paydaşlarının Reklam ve Tanıtım Hakkındaki Ortak Görüşleri

Tema	Kategoriler	Kodlar	Ortak görüşte olan paydaşlar	f
Isparta’nın Reklam ve tanıtımı	Kış turizmi etkinlikleri tanıtımı (K10)	Kayak, kızak, kar motoru	P8, P9, P10 P11, P13, P14, P17	7
	Kültürel varlıklar tanıtımı (K11)	Kutlubey Cami, Aya Stenafos, Alaaddin Cami	P14, P20, P2	3
	Etkinliklerin tanıtımı (K12)	Gül festivali, lavanta festivali, yöresel festivaller	P2, P4, P6, P7, P12, P16, P17, P11, P8, P10, P13, P21, P20	13
	Doğa turizmi ve potansiyelinin tanıtımı (K13)	Milli parklar, kamp karavan turizmi, tabiat parkları	P10, P15	2

Tablo 17. incelendiğinde reklam ve tanıtım teması altında 12 adet kod 4 adet kategori (K10, K11, K12, K13) oluşturulmuştur. En fazla oluşturulan kod 13 katılımcının cevabı ile *gül festivali, lavanta festivali, yöresel festivaller*, daha sonra sırasıyla 7 katılımcının cevabı ile *kayak, kızak, kar motoru*, 3 katılımcının cevabı ile *Kutlubey Cami, Aya Stenafos, Alaaddin Cami*, son olarak 2 katılımcının cevabı ile *milli parklar, kamp karavan turizmi, tabiat parkları* kodları oluşturulmuştur.

Bazı katılımcı görüşleri aşağıdaki gibidir:

P13: “*Davraz Kayak Merkezi’nde kayak, kızak gibi kış sporları yapılmakta fakat yeterince tanıtılmıyor. Afiş yada farklı reklamlarla daha çok tanıtılmalı diye düşünüyorum*”.

P16: “*Gül festivali gibi festivallerin tanıtımı daha çok yapılmalı diye düşünüyorum potansiyeli yüksek ve oldukça eğlenceli*”.

P15: “*Özellikle Eğirdir’de kamp karavan turizmi daha çok tanıtılmalı Eğirdir bölgesi bunun için elverişli bir bölge diye düşünüyorum*”.

Tablo 18. Isparta’da Turizm Paydaşlarının Sosyal Etkiler Hakkındaki Ortak Görüşleri

Tema	Kategoriler	Kodlar	Ortak görüşte olan paydaşlar	f
Isparta’da Turizmin Sosyal Etkileri	Olumlu etkiler (K14)	Kültür alışverişi, etkinliklerin artışı, sosyalleşme	P1, P10, P2, P3, P4, P5, P6, P7, P8, P9, P12, P13, P14, P15, P16, P18, P19, P0, P21	19
	Olumsuz etkiler (K15)	Dejenerasyon, kültür çatışması, tartışma	P11, p14, p13, p17	4

Tablo 18. incelendiğinde sosyal etkiler teması altında 6 adet kod 2 adet kategori (K14, K15) oluşturulmuştur. En fazla oluşturulan kod 19 katılımcının cevabı ile *kültür alışverişi, etkinliklerin artışı, sosyalleşme*, daha sonra sırası ile 4 katılımcının cevabı ile *dejenarason, kültür çatışması, tartışma* kodları oluşturulmuştur.

Bazı katılımcı görüşleri aşağıdaki gibidir:

P1: “Daha fazla etkinlik yapılmakta, daha fazla yeme içme tesisi yapılmakta bu da yerli halkında bu olanaklardan yararlanarak sosyalleşmesini sağlamaktadır”.

P5: “Bence yerel halkla turistlerin arasında etkileşim arttıkça kültür alışverişi oluyor, buda olumlu bir yansıma diye düşünüyorum”.

P11: “Ben sosyal anlamda etkisini pek olumlu bulmuyorum çünkü yerel halk gelen turistlere özenip ilgi duyup asıl kültürel yapısını unutabiliyor”.

Tablo 19. Isparta’da Turizm Paydaşlarının Ekonomik Etkiler Hakkındaki Ortak Görüşleri

Tema	Kategoriler	Kodlar	Ortak görüşte olan paydaşlar	f
Isparta’da Turizmin Ekonomik Etkileri	Güçlü etkiler (K16)	İstihdam, kadın kooperatifleri, devlet desteği, gelir, girişimciler	P1, P10, P4, P5, P6, P7, P8, P9, P11, P13, P14, P15, P17, P19, P20, P18, P21, P12	18
	Zayıf etkiler (K17)	Günübirlikçiler, rekabet, geçiş güzergahı kullanımı	P3, P16, P17, P10, P18	5

Tablo 19. incelendiğinde ekonomik etkiler teması altında 8 adet kod 2 adet kategori (K16, K17) oluşturulmuştur. En fazla oluşturulan kod 18 katılımcının cevabı ile *istihdam, kadın kooperatifleri, devlet desteği, gelir, girişimciler*, daha sonra ise sırası ile 5 katılımcının cevabı ile *günübirlikçiler, rekabet, geçiş güzergâhı kullanımı* kodları oluşturulmuştur.

Bazı katılımcı görüşleri aşağıdaki gibidir:

P17: “Ekonomik yönden bence çok gelişme gösterdik özellikle büyük bir gelir kaynağı olduğu fark edildikçe kadın kooperatifleri, girişimciler artmaya başladı”.

P1: “Daha fazla turizm işletmesinin (konaklama, yeme içme, ulaşım, seyahat acentesi vb.) şehirde faaliyet göstermesi sonucu istihdam artmakta, esnaf gelen turistlerden önemli gelir elde etmektedir”.

P3: “Ben ekonomik etkisinin olduğunu düşünmüyorum çünkü gelen insanlar gününbirlik geliyor ya da Isparta’ya bir yerlere gittiklerinde geçerken uğruyor”.

Tablo 20. Isparta’da Turizm Paydaşlarının Turizm Ürünlerine Verilen Önem Hakkındaki Ortak Görüşleri

Tema	Kategoriler	Kodlar	Ortak görüşte olan paydaşlar	f
Isparta’da turistik hediyeliklere verilen önem	Önem veren paydaşlar (K18)	Kamu kurumları, valilik, belediye, il kültür, turizm müdürlüğü	P1, p4, p2, p10, p15	5
	Önem vermeyen paydaşlar (K19)	Şahıs işletmeleri, küçük işletmeler	P6, P7, P8, P9, P14, P16, P18, P19, P21, P2, P3, P11, P20, P13, P12, P10, P17, P15	18

Tablo 20. incelendiğinde turizm ürünlerine verilen önem teması altında 6 adet kod 2 adet kategori (K18, K19) oluşturulmuştur. En fazla oluşturan kod 18 katılımcının cevabı ile *şahıs işletmeleri, küçük işletmeler*, daha sonra sırası ile 5 katılımcının cevabı ile *kamu kurumları, valilik, belediye, il kültür, turizm müdürlüğü*, kodları oluşturulmuştur.

Bazı katılımcı görüşleri aşağıdaki gibidir:

P15: “Belediye ve kamu kurumları bence turizm ürünlerine önem vermektedir”.

P1: “Kişilerden ziyade kamu kurumları (valilik, belediye, il kültür, turizm müdürlüğü gibi) daha fazla önem vermekte”.

P21: “Fikrime göre küçük işletmeler gereken önemi vermiyor, turizmi gelir kaynağı olarak görmediklerinden ya da yeterince bilinçlendirilmediklerinden (belediye vb. kurumlarca) olabilir”.

Tablo 21. Isparta’da Turizm Paydaşlarının El Sanatları Hakkındaki Ortak Görüşleri

Tema	Kategoriler	Kodlar	Ortak görüşte olan paydaşlar	f
Isparta’da El Sanatları	Unutulan el sanatları (K20)	Deri, halı, keçe, kilim	P1, P2, P8, P9, P14, P15	6
	Devam ettirilen sanatları (K21)	Minyatür, bez bebek, ebru	P8, P9, P3, P10	4

Tablo 21 incelendiğinde el sanatları teması altında 7 adet kod 2 adet kategori (K20, K21) oluşturulmuştur. En fazla oluşturulan kod 6 katılımcının cevabı ile *deri, halı, keçe, kilim*, daha sonra sırası ile 4 katılımcının cevabı ile *minyatür, bez bebek ebru* kodları oluşturulmuştur.

Bazı katılımcı görüşleri aşağıdaki gibidir:

P8: “*Isparta halısı eskiden çok ünlüydü hala öyle fakat eskisi kadar işçiliğı devam ettirilmiyor resmen unutuldu oysaki Isparta halısının, kiliminin ayrı bir değeri, ismi, yeri vardı*”.

P2: “*Dericilik neredeyse bitti eskiden Isparta’da çok fazla dericilik tabaklama vs. yapılırdı*”.

P10: “*Ebru gibi el sanatları hala kurslarla devam ettiriliyor, bez bebekler yapılıyor*”.

Tablo 22. Isparta’da Turizm Paydaşlarının Gastronomi Turizmi Potansiyeli Hakkındaki Ortak Görüşleri

Tema	Kategoriler	Kodlar	Ortak görüşte olan paydaşlar	f
Isparta’nın Gastronomi turizmi potansiyeli	Seyahat motivasyonu kaynaklar (K22)	Kabune, lokul, Isparta Ekmeğı	P4, P6, P7	3
	Görünürlük sağlama (K23)	Reklam, work shop, afiş	P1, P2, P5, P9, P10, P11, P12, P14, P15, P17	10

Tablo 4.11 incelendiğinde gastronomi turizmi teması altında 6 adet kod 2 adet kategori (K22, K23) oluşturulmuştur. En fazla oluşturulan kod 10 katılımcının cevabı ile *reklam, work shop, afiş*, daha sonra sırası ile 3 katılımcının cevabı ile *kabune, lokul, Isparta Ekmeğı* kodları oluşturulmuştur.

Bazı katılımcı görüşleri aşağıdaki gibidir:

P4: “Kabune benim için seyahat motivasyonu oluşturan bir yemek çok severi özellikle düğünlerimizde yapılır keşke daha çok tanıtımı yapılsa”.

P1: “Çok tanıtılmadığı için bilinmeyen ama aslında yaygınlaşsa daha fazla turist çekebilecek yemeklere sahip ama şu an için seyahat motivasyon kaynağı değil”.

P6: “Isparta Lokulu benim için oldukça değerli bir tat çok severim ve bence motivasyon kaynağı”.

Tablo 23. Isparta’da Turizm Paydaşlarının Konaklama Tesislerinin Yeterliliği Hakkındaki Ortak Görüşleri

Tema	Kategoriler	Kodlar	Ortak görüşte olan paydaşlar	f
Isparta’da Konaklama tesislerinin yeterliliği	Yeni işletmeler (K24)	Kapasite artışı, yatak sayısı artışı, hizmet kalitesi	P1, P13, P14, P2, P3	5
	Küçük ve orta ölçekli işletmeler (KOBİ) (K25)	Restoran, pansiyonlar, apartlar, şahıs otelleri	P16, P17, P20, P21, P18, P5, P6, P9, P12, P13	10

Tablo 23. incelendiğinde konaklama tesislerinin yeterliliği teması altında 7 adet kod 2 adet kategori (K24, K25) oluşturulmuştur. En fazla oluşturulan kod 10 katılımcının cevabı ile *restoran, pansiyonlar, apartlar, şahıs otelleri*, daha sonra sırası ile 5 katılımcının cevabı ile *kapasite artışı, yatak sayısı artışı, hizmet kalitesi* kodları oluşturulmuştur.

Bazı katılımcı görüşleri aşağıdaki gibidir:

P3: “Yeni açılan zincir otellerle birlikte Isparta’da konaklama tesisleri oldukça beklentiyi karşılıyor”.

P14: “Son zamanlarda hizmet olarak oldukça geliştik artık işletmeciler bunun farkında ve oldukça kaliteli hizmet veriyorlar oldukça yeterli”.

P12: “Restoran, apart, turistik işletmeler oldukça fazla hepsi de beklentiyi karşılıyor”.

SONUÇ

Isparta iline genel olarak bakıldığında alternatif turizm açısından inanç turizmi, kültür turizmi, doğa turizmi vb. bakımından oldukça fazla alternatif turizm potansiyeline sahip bir şehir olduğu söylenebilir. Turizm paydaşlarının yarı yapılandırılmış görüşme sorularına vermiş oldukları cevaplar doğrultusunda elde edilen bulgular doğrultusunda çıkarılabilen sonuç ise turizm paydaşlarının Isparta ili için inanç turizmi başta olmak üzere sırası ile doğa turizmi ve kış turizmi içinde oldukça elverişli bir şehir olduğunu düşündükleri ortaya çıkarılmıştır. Alan yazın incelendiğinde, mevcut çalışmayı destekleyen çalışmalar Şeyhanlıoğlu ve Kınır (2021) Ağrı destinasyonun alternatif turizm potansiyeline ilişkin yaptıkları çalışmanın sonuçları mevcut çalışmayı desteklemektedir. Benzer şekilde (Yazgan ve Kadanalı, 2012; Kaya, 2016; Akış ve Kaya, 2018; Bostancı, 2019; Karabulut ve Köksal, 2019; Kanca ve Unur, 2020; Başer vd., 2021) çalışmalarında değerlendirdikleri destinasyonlar için mevcut çalışmanın bulgularını destekleyen sonuçlara ulaştıkları görülmektedir. İbret ve arkadaşları (2015) yürüttükleri çalışmada Kastamonu ilinin alternatif turizm potansiyelinin yüksek olduğunu, ancak bunlardan yeteri kadar yararlanılamadığını ortaya koymuşlardır. Benzer şekilde Zengin ve Özçelik Heper (2013) Kocaeli ilinin alternatif turizm potansiyelini değerlendirdikleri çalışmalarında bölgenin alternatif turizm potansiyeli olduğunu, ancak bunun yeterli düzeyde değerlendirilemediğini saptamışlardır. Yapılan çalışmalarda alternatif turizm bakımından incelenen bölgelerin ve destinasyonun potansiyelinin iyi düzeyde olduğu görülmüştür. Bu durum Türkiye genelinde destinasyonların alternatif turizm için uygun olmasına bağlanabilir.

Genel olarak paydaşların karayolu yani otobüs ile ulaşımın erişilebilir ve rahat olduğunu söylediği verdikleri cevaplarda görülmektedir. Fakat takip eden cevaplara bakıldığında ulaşım kolunun her anlamda geliştirilmesi gerektiği görülmektedir. Özellikle demiryolu ve havayolu bakımından imkân olmasına rağmen tam kapasite ile kullanılamaması turizmin pazarlama kısmını olumsuz etkiler bu bağlamda değişiklikler veyahut düzenlemeler yapılması gerekmektedir. Mevcut çalışmayı destekleyici şekilde Zengin ve Özçelik Heper (2013) tarafından Kocaeli ilinde yürütülen çalışmada da ulaşımın destinasyonun tanınırlığına etki ettiği

bildirilmektedir. Benzer şekilde Antalya'nın Manavgat ilçesinde yapılan Akış ve Kaya'nın (2018) çalışması da mevcut çalışmayı desteklemektedir.

Araştırma sonucunda aslında bütün paydaşların Isparta'nın altyapı bakımından geliştirilmesi gerektiğini ya da yeni düzenlemeler gerektiğini dile getirdikleri görülmektedir. Bir bölgenin altyapısının yeterli olmaması elbette ki turistin satın alma kararını etkileyecektir, henüz yapılmamış yolları, alt yapısal sorunları bulunan bir destinasyondan hem gelen turist hem bölge yeterince fayda sağlanamayacağı için talebinde bu bağlamda doğrusal ilerleyeceği söylenebilir. Araştırmaya bakıldığında paydaşların büyük çoğunluğunun altyapı konusunda Isparta'nın yeniden yapılandırılmasını istedikleri görülmektedir. Buna ek olarak paydaşlar Isparta'nın tanıtımının daha profesyonel yapılması gerektiği yönünde görüş bildirmişlerdir. İbret ve arkadaşları (2015) yürüttükleri çalışmalarında ziyaretçilerin bölgenin alternatif turizm potansiyelinden yeterince yararlanamadıklarını bildirmişlerdir. Destinasyon imajı ve tanıtımın önemine ilişkin olarak (Zengin ve Özçelik Heper 2013; İnanır, 2019; Huete Alcocer ve Lopez Ruzi 2020) tarafından yürütülen çalışmanın bulguları da mevcut çalışmayı desteklemektedir. Zengin ve Özçelik Heper'de (2013) çalışmalarında yeterli konaklama tesislerinin olmaması, altyapı yetersizliği, çevre kirliliği, yolların durumu, kentsel görüntü gibi nedenlerle destinasyondan yeterince yararlanılamadığını bildirmektedirler. Benzer şekilde Zengin ve Şeyhanlioğlu, 2019; Türkay ve Saraç, 2019 çalışmalarında altyapı çalışmalarına önem verilmesi gerektiğini bildirmişlerdir.

Çalışmaya dahil olan 21 katılımcının verdikleri cevaplar doğrultusunda 13 katılımcının Isparta ilinin doğa turizmi (agro turizm) için oldukça elverişli olduğunu düşündükleri görülmektedir. Isparta ili genel olarak bakıldığında özellikle gül ve lavanta konusunda oldukça gelişmiş bir destinasyondur denilebilir. Katılımcıların tanıtılması gereken diğer alternatif turizm türleri hakkındaki görüşleri kış turizmi ve inanç turizmi olmuştur.

Elbette ki farklı kültürlerin bir araya gelmesi insan ilişkilerini etkileyecektir. Farklı kültürlerden toplulukların etkileşimi birbirlerini olumlu veya olumsuz etkileyebilir. Bu konu hakkında turizm paydaşlarının yarı yapılandırılmış görüşme formuna verdikleri cevaplar doğrultusunda bu etkileşimin turist ve yerel halk

arasındaki etkileşimin olumlu olduğu yönündedir. Bu bağlamda turist ile yerel halkın olumlu etkileşimi olduğu söylenebilir.

Isparta, merkez dâhil ilçeleri ile birlikte farklı alternatif turizm çeşitlerine sahip bir kenttir, turizm paydaşları Isparta’da oldukça fazla olmakla birlikte turizm açısından etkin rolleri vardır denebilir. Son yıllarda yaşanan gelişmeler sayesinde Isparta’da alternatif turizm seçenekleri de artmaya başlamıştır. Bu durum Isparta’nın turizm geliri sağlaması için büyük önem arz etmektedir. Bu bağlamda turizm paydaşlarının vermiş oldukları cevaplar doğrultusunda çoğunluğun Isparta’da alternatif turizmin hem sosyal hem ekonomik katkıları olduğu yönündedir. Buna ek olarak alternatif turizmin Isparta’ya olumlu bir etkisi olduğu, istihdam olanağı yarattığı, kültürel etkileşim sağladığı, yeni girişimciler ve kadın girişimciler kazandırdığı söylenebilir.

Akdeniz bölgesinde yer alan Isparta bulunduğu coğrafi konum, sahip olduğu bitki örtüsü, ormanları ve daha birçok özelliği sayesinde ön plana çıkmaktadır. Isparta’da özellikle gül ve lavanta ürünleri bulunmaktadır, hediyeelik eşyalara verilen önemi göz önüne aldığımızda katılımcıların 18’i çoğunlukla turizm ürünlerine şahıs işletmelerinin önem verdiğini düşünmektedir. Sonuç olarak ise kamu kurumlarının da turizm ürünlerine önem vermesinin, şık sunumlarla ve ambalajlamalarla geliştirilmesinin olumlu sonuçlar getireceği söylenebilir. Her bölgenin kendine has el sanatları bulunmaktadır. Katılımcılar Isparta için Isparta halısı, keçecilik, kilim dokuma sanatlarının eskisi kadar sürdürülemediğinden bahsetmişlerdir. Sonuç olarak kesinlikle el sanatlarına gereken önemin verilmesi gerektiğini belirtmişlerdir. Akış ve Kaya’nın (2018) çalışmasında da mevcut çalışmayı destekleyen bulgular yer almaktadır. Yerel halkın ve işletmelerin turistik hediyeelik eşyalardan kazanç sağlaması alternatif turizmin ekonomik etkilerini arttırmaktadır.

Araştırmamızda katılımcılara Isparta yöresel yemeklerinin onlar için seyahat motivasyon kaynağı olup olmadığı sorulmuş olup, ortak bir fikir ile yöresel ürünlerin oldukça fazla olduğu fakat yeterince tanıtılmadığı kanısında oldukları sonucuna ulaşmıştır. Alan yazında mevcut çalışmayı destekleyen çalışmaların olduğu görülmektedir. Başer ve arkadaşları (2021) çalışmalarında Malatya ilinin gastronomi turizmi bakımından başta kayısı olmak üzere yeterli yöresel ürünlere sahip olduğunu

ve tanıtımın yeterli düzeyde olmadığını ortaya koymuşlardır. Benzer şekilde Karataş'ın (2018) çalışması da mevcut çalışmanın bulgularını desteklemektedir.

Konaklama insanın temel ihtiyaçlarından fakat bu kavram turizm sektörü için oldukça önemlidir. Bu bağlamda, alternatif turizmde pazarlama konumunda konaklamanın çok önemli bir başlık olduğu söylenebilir. Alternatif turizm de pazarlama ve konaklama bu bağlamda pazarlamanın ayrılmaz iki parçasıdır denilebilir. Turizm paydaşlarına Isparta'daki konaklama tesislerinin yeterliliği sorulduğunda ise özellikle Isparta'ya zincir otellerin açılması ile birlikte hizmet kalitesinin ve yatak kapasitesinin oldukça arttığını düşündükleri ortaya çıkmıştır.

Araştırmanın bulgularının, sonuçlarının ve kısıtlılıklarının değerlendirilmesi neticesinde aşağıdaki önerilerin Isparta'da alternatif turizmin olumlu etkilerinin artırılmasında fayda sağlayacağı söylenebilir:

- Isparta'da mevcut alternatif turizm bölgelerinin geliştirilmesi amacıyla planlı çalışmaların yapılması önerilmektedir. İlde alternatif turizmin geliştirilmesi için alt ve üst yapı yapılandırma planlamalarına paydaşların katılımı sağlanmalıdır.
- Isparta'da yerel halkın alternatif turizm faaliyetlerinden gelir sağlamalarına yönelik çalışmalar yapılmalı ve projeler geliştirilmelidir. Örneğin hediyelik eşyaların ve yöresel yemeklerin modernize edilmelerine yönelik projeler yapılmalıdır.
- Isparta'nın alternatif turizm potansiyeline uygun şekilde geniş kapsamlı tanıtım ve reklam çalışmalarının yapılması faydalı olabilir. Özellikle tanıtım amacıyla belediye, valilik, il kültür, turizm müdürlüğü gibi ilgili kamu kurumları videolu tanıtımlar çekerek, günümüzde popüler olan sosyal medya ağlarında yayımlayabilirler.
- Yerel halk ve diğer turizm paydaşlarına alternatif turizme yönelik eğitim faaliyetleri düzenlenebilir.
- Gastronomi turizmi bağlamında Isparta ilinin daha çok tanıtılması adına work shoplar verilebilir.

- Belirli geçiş noktalarına (Antalya- Isparta gibi) insanların gelip transit geçmelerini önlemek amacıyla Isparta’da yer alan alternatif turizm türlerine yönelik tanıtıcı reklamlar, afişler konulabilir.
- Hava alanına Isparta’nın alternatif turizm potansiyeli ile ilgili reklam ve afişler konulabilir.
- Gelecekte yapılacak çalışmalar için araştırmamızın sonuçları baz alınarak Isparta İl’inde paydaşların yoğun olarak üzerinde durduğu kış turizmi üzerine, kış turizminde alternatif turizm potansiyeli: Isparta rneği ile ilgili çalışmalar yapılabilir.
- Turizm paydaşlarının görüşme formuna vermiş olduğu cevaplar doğrultusunda şekilde Isparta’nın alternatif turizm kapsamında agro turizmi potansiyeli ve yapılabilecek rekreasyonel etkinlikler ile ilgili çalışmalar yapılabilir.
- Son olarak Isparta’da hangi demografik özelliklere sahip alternatif turizm turistlerinin geldiğini, Isparta’ya geldiklerinde hangi destinasyonları tercih ettiklerini belirlemek ve daha net görebilmek adına Isparta İl’ine yıl boyu gelen alternatif turizm turist kitleleri analizi ve destinasyon tercih dağılımlıları ile ilgili çalışmalar yapılabilir.

KAYNAKÇA

- Adveren, S. (2011). *İç Anadolu Bölgesi'ndeki Kaplıca ve Termal Tesislerin Türk Sağlık Turizmi İçerisindeki Yeri*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Niğde Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Niğde.
- Ak, B. ve Sevin, H.D. (2000). Turist Sağlığı ve Turist Sağlığı İmkânları Açısından Antalya Bölgesinde Bir İnceleme, *Hacettepe Üniversitesi Sağlık İdaresi Dergisi*, 5(1), 89-100.
- Akdağ, N. (2018). *Isparta Kentinde Geçmişten Günümüze Konaklama Yapılarının Kentsel ve Mekansal Açılardan İncelenmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Isparta.
- Akdu, S. (2017). *Turizm Sektöründe Hizmet Hatası Telafi Stratejileri, Hizmet Kalitesi Algısı ve Kurumsal İmaj Algısı Arasındaki İlişkiye Yönelik Bir Araştırma*, Doktora Tezi, Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gümüşhane.
- Akış Roney, S. (2011). *Turizm Bir Sistemin Analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Akış, A., ve Kaya, B. (2018). Manavgat'ın (Antalya) alternatif turizm potansiyeli. *Asya Studies*, 3 (3), 20-27. DOI: 10.31455/asya.387029.
- Akkuş, G. F. (2020). *Kentsel Ekoturizm ve Isparta Kentsel Ekoturizm Eylem Planı*, Doktora Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Isparta.
- Akkuş, F.G. ve Gül, A. (2020). Isparta kentsel ekoturizm rotalarının belirlenmesi. *Türkiye Peyzaj Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 131-144.
- Akoğlan Kozak, M. ve Bahçe, S. (2009). *Özel İlgi Turizmi*. Ankara: Detay Yayıncılık
- Akoğlan Kozak, N. ve Türktarhan, G. (2012). Gönüllü Turizmine Kavramsal Bir Bakış. *Turizm & Araştırma Dergisi*, 2(1), 1-13.
- Akten, M. (2009). Isparta ilindeki bazı rekreasyon alanlarının mevcut potansiyellerinin belirlenmesi, *Turkish Journal of Forestry*, 4 (2), 115-132.
- Alaeddinoğlu, F, Can, A. (2007). Türk Turizm Sektöründe Tur Operatörleri ve Seyahat Acenteleri. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, (2), 50-66.
- Altanlar, A., ve Kesim, A. G. (2011). Sürdürülebilir turizm planlaması için yöre halkı ve yerli turistlerin davranış ve beklentilerini anlamaya yönelik bir araştırma; Akçakoca örneği. *Ankara Üniversitesi Çevre Bilimleri Dergisi*, 3 (2), 1- 20.
- Amerta, I. (2017). The role of tourism stakeholders at jasri tourism village development, karangasem regency. *International Journal Of Social Sciences and Humanities*, 1(2), 20-28.

- Aslaner, E., ve Erol, G. (2017). Alternatif Turizmin Bazı Türleri Üzerine Bir Değerlendirme, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 5(4), 422-438.
- Atay, L, Temirkanova, Z, Gökdemir, S. (2017). Tur Operatörlerinde Yeşil Uygulamalar: Yeşil Tur Operatörü Ödülü. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6 (5), 17-32.
- Atmış E. (1994). *Türkiye’de Yayla Turizminde Altyapı Sorunları*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Aydın, B. (2016). *Sustainability in Cultural Tourism Destinations From The Perspective Of Tourists*, Master’s Thesis, Boğaziçi University Institute for Graduate Studies in Social Sciences.
- Aydın, O. (2012). Türkiye’de Alternatif Bir Turizm; Sağlık Turizmi. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14 (23), s: 91-96.
- Aymankuy, Y. (2006). *Kongre Turizmi ve Fuar Organizasyonları*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Baltacı, A. (2018). Nitel Araştırmalarda Örneklem Yöntemleri ve Örnek Hacmi Sorunsalı Üzerine Kavramsal Bir İnceleme, *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(1), 231-274.
- Başer, M.Y., Olcay, A., ve İnce, E. (2021). Malatya İlinin Alternatif Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi Üzerine Nitel Bir Çalışma, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9 (2), 1232-1249.
- Bayram, M., Keleş, Y. ve Bayram, Ü. (2006) “Çevrimiçi Fotoğraflar Üzerinden Görsel Destinasyon İmajının İncelenmesi: Erzincan Doğa Sporları Örneği”. *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4, 15-26.
- Baytok, A., Pelit, E. ve Soybalı, H. H. (2017). Alternatif Turizm mi turizmde çeşitlilik mi? kavramsal bir değerlendirme. *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Özel sayı-IV, 1-14.
- Bostancıeri, B. (2019). *Gaziantep’te Kültür Turizmi: Yerli Turistlerin Algılarının Değerlendirilmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı, Gaziantep.
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E. K., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş., ve Demirel, F. (2014). *Bilimsel araştırma yöntemleri*, 17. Baskı, Ankara: Pegem Yayıncılık.
- Byrd, E. T., Bosley, H. E., ve Dronberger, M. G. (2009). Comparisons of stakeholder perceptions of tourism impacts in rural Eastern North Carolina. *Tourism Management*, 30, 693-704.
- Choi, S. H. (2013). The impacts of tourism and local residents' support on tourism development: A case study of the rural community of Jeongseon, Gangwon Province, South Korea, *AU-GSB ejournal*, 6 (1).

- Clulow, V. (2005). Futures dilemmas for marketers: can stakeholder analysis add value? *European Journal of Marketing*, 39(9/10), 978-997.
- Çela A., Lankford-Knowles, J., Lankford, S. (2007). Local Food Festivals in Northeast Iowa Communities: A Visitor and Economic İmpact Study. *Managing Leisure*, 12(2-3), ss: 171-186.
- Çıracı, H., Turgut, S., ve Kerimoğlu E. (2008). Sürdürülebilir turizm gelişimi için bir yönetim modeli önerisi: Frig Vadisi örneği, *İTÜ Dergisi*, 7(2), 89-102.
- Çontu, M. (2006). *Alternatif Turizm Çeşitleri ve Kızılcahamam Termal Turizmi Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bolu.
- Dalkılıç, G, Mil, B. (2017). Otel işletmelerinde rekreasyon ve boş zaman yönetimi: Sahil otelleri örneği, *Yorum Yönetim Yöntem Uluslararası Yönetim Ekonomi ve Felsefe Dergisi*, 5 (1), 29-42.
- Davras, Ö. (2019). Tüketici Temelli Destinasyon Marka Değeri Modellemesi: Isparta Destinasyonu Örneği. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 16 (3), 515-532. DOI: 10.24010/soid.624455.
- Davras, Ö., ve Uslu, A. (2019). Destinasyon Seçimini Belirleyen Faktörlerin Destinasyon Memnuniyeti Üzerindeki Etkisi: Fethiye’de İngiliz Turistler Üzerinde Bir Araştırma. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8 (1), 679-696. DOI: 10.33206/mjss.476563.
- Davras, Ö. (2020). Kış Spor Aktivitelerine Katılan Yerli Turistlerin Algıladıkları Kısıtlayıcı ve Motivasyonun Davranışsal Niyet Üzerindeki Etkileri. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 23 (1), 142-163.
- Demir Şen, Ş. (2014). 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, M., ve Demir Şen, Ş. (2015). Otel animasyon hizmetlerinin yöneticiler ve turistlerin bakış açısıyla değerlendirilmesi. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 1 (1), 35-48. DOI: 10.24289/ijsser.106394.
- Demir, M., Günaydın, Y., ve Demir-Şen, Ş. (2020). Koronavirüs (Covid-19) salgınının Türkiye’de turizm üzerindeki öncülleri, etkileri ve sonuçlarının değerlendirilmesi. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 6 (1), 80-107. DOI: 10.24289/ijsser.734263.
- Demirci, D. (2010). *Isparta Evleri*, Doktora Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Demirel, E. O. (2021). *Turizm Faaliyetlerinin Kent İçi Ulaşım Ağına Etkileri ve Çözüm Önerileri (Reşadiye Örneği)*, Yüksek Lisans Tezi, Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Tokat.

- Demirkol, Ş. (2004). *Yiyecek-İçecek İşletmeleri*, Editör Demirkol, Ş. ve Zengin, B., Turizm İşletmeleri, Sakarya: Değişim Yayınları.
- Deniz, G. F. (2014). *Türkiye’de Faaliyet Gösteren Seyahat Acentelerinde Kullanılan Turistik Ürünlerin 2000-2013 Dönemindeki Gelişimi*, Yüksek Lisans Tezi, Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Deniz, T. (2019). Turizm ve biyoçeşitlilik, *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2 (3), 323-339.
- Doğan, H., ve Üngüren, Y. (2012). Yerel halkın Isparta turizmine yönelik görüşleri üzerinde bir araştırma, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17 (1), 103-122.
- Doğan, S., ve Yıldız, Z. (2008). Bölgesel kalkınma, turizmin ilişkisi ve göller bölgesi kalkınmasında alternatif turizm potansiyelinin kullanılabilirliğine yönelik bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (6), 147-182.
- Durgun, A. (2006). *Bölgesel Kalkınmada Turizmin Rolü: Isparta Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Durgun, A. (2007). Isparta turizminin SWOT analizi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (5), 93-109.
- Erdoğan Morçin, S. (2020). Analyzing of Local Residents’s Festival Tourism Perception According To Some Demographic Characteristics: The Case of Isparta. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 7(4), 736–748. <https://doi.org/10.31771/jrtr.2020.85>
- Erdoğan Morçin, S., ve Morçin, İ. (2021). Türkiye’deki Sakin Şehirlerde Düzenlenen Festivaller. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 333–348.
- Garcia, F. A., Vazquez, A. B., ve Macias, R. C. (2015). Residents’ attitudes towards the impacts of tourism, *Tourism Management Perspective*, (13), 33-40.
- Gnan, L., Hinna, A., Monteduro, F., ve Scarozza, D. (2010). Corporate governance and management practices: stakeholder involvement, quality and sustainability tools adoption. *Journal of Management & Governance*, 17(4), 907-937.
- Goncilar, C. (2019). *Isparta’da Kentsel Turizm Potansiyelinin Belirlenmesine Yönelik Kent İmajının “LYNCH’in Kentsel Analizi” ile İrdelenmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Isparta.
- Göde, H.A., ve Yiğit, G. (2017). Isparta yöresi festivallerinin kültür turizmi ve ekonomisi bağlamında değerlendirilmesi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (38), 61-71.
- Graci, S. (2013). Collaboration and partnership development for sustainable tourism. *Tourism Geographies*, 15(1), 25-42.

- Güçer, E. (2004). *Türkiye’deki Turizm Eğitimi ile Avrupa Birliği Üyesi Ülkelerindeki Turizm Eğitiminin Karşılaştırılması ve Sektörün Turizm Eğitiminden Beklentileri*, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Gürsoy, D., Chi, G. C., ve Dyer, P. (2010). Locals’ attitudes toward mass and alternative tourism: The case of sunshine coast, Australia, *Journal of Travel Research*, 49 (3), 381-394.
- Güvenç, C. M. (2017). *Acentenin Hakları*, Yüksek Lisans Tezi, Hasan Kalyoncu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep.
- Haddadzadehhendou, F. (2013). *Turizm Destinasyonlarının Etkin Yönetimi ve Etkileyen Faktörler: Turizm Sektöründe Bir Araştırma*, Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Hazarhun, E., Çetinsöz, B.C., ve Gündoğdu, O. (2020). Her şey Dahil Sistemde Çalışan Mutfak Şeflerinin Sıfır Atık Uygulamalarına Bakış Açıları: Antalya Beş yıldızlı Her şey Dahil Sistem Otel Örneği, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies, Special Issue* (4), 581-600.
- Hu, Y., Banyai, M., Smith, S. (2013). Expenditures, Motivations, and Food Involvement Among Food Festival Visitors: The Hefei, China Crawfish Festival. *Journal of China Tourism Research*, 9(4), ss: 467-488.
- Huete Alcocer, N. ve López Ruiz, V. R. (2020). The role of destination image in tourist satisfaction: The case of a heritage site. *Economic research-Ekonomska istraživanja*, 33(1), 2444-2461.
- İbret, Ü., Aydıöz, D., ve Uğurlu, M. (2015). Kastamonu Şehrinde Kültür ve İnanç Turizmi. *Marmara Coğrafya Dergisi*, 32, 239-269.
- İnanır, A. (2019). Turistik destinasyon yönetiminde paydaşlar arası ilişkiler: Göller yöresi örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(3), 517-541.
- Jurowski, C., Uysal, M. and Williams, D.R. (1997). A theoretical analysis of host community resident reactions to tourism, *Journal of Travel Research*, 36 (2), 3-11.
- Kanca, B., ve Unur, K. (2020). İstanbul'un düğün turizmi potansiyelinin değerlendirilmesi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 17(2), 311-327.
- Kanyan, A., Nhana, L., ve Voon, Boo Ho, (2016). Improving the Service Operations of Fast-food Restaurants. *Procedia- Social and Behavioral Sciences*, 224, 190 – 198.
- Karabulut, K., ve Köksal, Y. (2019). Ğnanç turizmi ve bölgesel kalkınmaya etkisi Ağrı ili örneği. *Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(1), 83-104.

- Karakaya, K. (2009). *Konaklama Hizmetlerinde Hizmet Kalitesinin Ölçümü Üzerine Bir Uygulama*, Yüksek Lisans Tezi, Niğde Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Niğde.
- Karataş, İ. A. (2018). Malatya'nın turizm potansiyelinin ortaya çıkarılmasına yönelik algılar. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6 (1), 91-103.
- Kaya, F. (2016). Ağrı Dağı'nın Turizm Potansiyeli ve Değerlendirme Durumu, *Marmara Coğrafya Dergisi/ Marmara Geographical Review*, 34, 217-229
- Kaygılı, R. (2001). *Isparta*, Lisans (Bitirme) Tezi, Yakın Doğu Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi, Lefkoşa.
- Keinzhebayeva, A. (2012). *Turizm Sektöründe Hizmet Kalitesi: Türkiye ve Kazakistan'daki Termal Otel İşletmelerinde Karşılaştırmalı Bir Araştırma*, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Kılıç, B., ve Akyurt, H. (2011). Destinasyon İmajı Oluşturmada Hüzün Turizmi: Afyonkarahisar ve Başkomutan Tarihi Milli Parkı. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 209-232.
- Kıvılcım, B. (2020). *Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Seyahat Acentelerinin Ekoturizm Faaliyetleri: Doğu Karadeniz Bölgesinde Bir Araştırma*, Doktora Tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Kim, K. (2002). *The Effects of Tourism Impacts Upon Quality of Life of Residents in the Community*, Yüksek Lisans Tezi, The Faculty of the Virginia Polytechnic Institute and State University, Blacksburg, Virginia.
- Kiremit, A.Ş. (2008). *Turizmin Gelişiminde Bir Alternatif Olarak Medikal Turizm: Bir Sağlık Kuruluşunda Araştırma*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Korkmaz, E. (2020). *Otel İşletmelerinin Yiyecek-İçecek Hizmetlerinde Faaliyet Temelli Bütçeleme Sistemi ve Bir İşletme Örneği*, Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Kozak, N., Kozak, M.A. ve Kozak, M. (2019). *Genel Turizm: İlkeler-Kavramlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kuscer, K., ve Mihalic, T. (2019). Residents' Attitudes Towards Overtourism from the Perspective of Tourism Impacts and Cooperation–The Case of Ljubljana. *Sustainability*, 11, 1-16.
- Kuş, E. (2012). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Teknikleri Nitel mi, Nicel mi? 4. Baskı*, Ankara: Anı Yayıncılık.

- Kuvan, Y. ve Akan, P. (2005). Residents' attitudes toward general and forest-related impacts of tourism: The case of Belek, Antalya. *Tourism Management*, (26), 691-706.
- Kuyucu, S. (2017). *Kültür Turizmi Kapsamına İnanç Turizminin Yerel Halk Tarafından Algılanması: Bilecik Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Küçük, A. M. (2013). *İnanç Turizmi Açısından Türkiye'de Dini Mekânlar*. Ankara: Berikan Yayınevi.
- Küçükyaman, M. A., Demir Şen, Ş., ve Bulgan, G. (2018). Mutfak Şeflerinin Yöresel Ürünlere İlgisi: Isparta Örneği. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, Ek Sayı 1, 86-103.
- Leberman, S.I. ve Mason, P. (2002), "Planning for Recreation and Tourism at the Local Level: Applied Research in the Manawatu Region for New Zealand", *Tourism Geographics*, 4(1), ss.3-21.
- Lee, C. K., Lee, Y. K., Wicks, B. E. (2006). Segmentation of Festival Motivation by Nationality and Satisfaction. *Tourism Management*, 25, ss: 61-70.
- Lin, H. W. and Lu, H. F. (2015). Valuing residents' perceptions of sport tourism development in Taiwan's north coast and guanyishan national scenic area, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 21 (4), 398-424.
- Lindberg, K. and Johnson, L. R. (1997). Modeling resident attitudes toward tourism, *Annals of Tourism Research*, 24 (2), 402-424.
- Lopez-Guzman, T. ve Sanchez-Canizares, S. (2012). Gastronomy, Tourism and Destination Differentiation: A Case Study in Spain. *Review of Economics & Finance*, 2, 63-72.
- McHugh M. L. (2012). Interrater reliability: the Kappa statistic, *Biochem Medica*, 22 (3), 276-282.
- Mertel, B. (2020). *The Effects Of Service Quality And E-Service Quality On Customer Satisfaction, E-Satisfaction, Loyalty, E-Loyalty: A Study On Aviation Sector*, Master's Thesis, Kadir Has University Scholl Of Graduate Studies.
- Negiz, N., ve Akman, E. (2011). "Yerel yönetimlerin turizme yönelik ve turizmi etkileyen hizmetleri: olması gereken-gerçekleşen düzleminde bir değerlendirme", *1. Uluslararası 4. Ulusal Eğirdir Turizm Sempozyumu Bildiri Kitabı 1-4 Aralık 2011*, Eğirdir, Isparta.
- Nunkoo, R., ve So, K. K. F. (2016). Residents' support for tourism: Testing alternative structural models. *Journal of Travel Research*, 55 (7), 847-861.

- Ongun, U., Gövdere, B. ve Kaygısız, A.D. (2015). Isparta ili kırsal alanlarında yapılabilecek kırsal turizm türlerinin kırsal kalkınmaya etkisi. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 5(1), 122-131.
- Ongun, U., ve Türkoğlu, M. (2016). Isparta İli Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesine Yönelik Teorik Bir Çalışma. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6 (1), 145-161.
- Ongun, U. (2017). Değişen turistik eğilimlere bir cevap: kırsal turizm ve Türkiye uygulamaları. *Kesit Akademi Dergisi*, (9), 131-143.
- Özbay, G, Çekin, A. (2020). Turizm, Ulaşım ve Sosyal Medya Etkileşimi: Doğu Ekspresi ve Kars'taki Konaklama İşletmelerine Yönelik Bir Araştırma. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6 (1), 327-344. DOI: 10.31592/aeusbed.646499.
- Özcan, Z. K., Aydın, V., ve Derer, E. (2016). Antalya'daki paydaşlar açısından sağlık turizminin kamu politikası perspektifinde değerlendirilmesi, *Balkan Sosyal Bilimler Dergisi*, 2016 Özel Sayı, 868-885.
- Özdamar, M. (2019). *Turizmin Gelişmişlik Düzeyine Göre Yerel Halkın Turizm Algısı: Alanya-Erdek ve Kalecik'te Karşılaştırmalı Bir Araştırma*, Doktora Tezi, Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.
- Özel, K., ve Cömert, M. (2015). Otel İşletmeleri Mutfak Çalışanlarının Mutfak Planlaması ile İlgili Bilgi Düzeylerinin Belirlenmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 3/2: 48-55.
- Özsoy, Y. (2019). *Somut Olmayan Kültürel Mirasın Turizm Alanında Değerlendirilmesi. Gazipaşa Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Kastamonu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Kastamonu.
- Öztaş, K., ve Karabulut, T. (2007). Turistik destinasyon oluşturma potansiyeli açısından göller yöresinin önemi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2007(1), 128-137.
- Palmer, A., Koning-Lewis, N., ve Jones, E.M. L. (2013). The effects of residents' social identity and involvement on their advocacy of incoming tourism, *Tourism Management*, (38), 142-151.
- Polat, M. (2014). *Isparta'da Turizm Altyapısı ve Medikal Turizmin Yapılabilirliği*, Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Poppins, R., (2010). Some views on agreement to be used in content analysis studies, *Quality & Quantity*, 44, 1067-1078.

- Rashid, R. (2020). *Sustainable Development Goals In Tourism And Hospitality Industry*, Master's Thesis, Marmara University Institute for Graduate Studies in Social Sciences.
- Seyhan, G., ve Yılmaz B.S. (2010). Sürdürülebilir turizm kapsamında konaklama işletmelerinde yeşil pazarlama: Calista Luxury Resort Hotel. *İşletme Fakültesi Dergisi*, 11 (1), 51-74.
- Sezgin, O. M. (2001). *Genel Turizm ve Turizm Mevzuatı*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Sheldon, P., ve Abenoja, Y. (2001). Resident attitudes in a mature destination: The case of Waikiki, *Tourism Management*, (22), 435-443.
- Shivers, Jay S., ve L. J. Delisle (1997). *The Story of Leisure*, Australia.
- Simpson, M.C. (2008). "Community benefit tourism initiatives - a conceptual oxymoron?", *Tourism Management*, 29(1), 1-18.
- Solmaz, S.A. (2019). Turizmin Doğuşu: Sosyolojik Bir Olgu Olarak turizm Nasıl Ortaya Çıktı? *Journal Of Social, Humanities and Administrative Sciences*. 5 (19), 867-882.
- Sökmen, A. (2003), *Ağırlama Endüstrisinde Yiyecek-İçecek Yönetimi*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Strauss, A ve Corbin, J. (1990). *Basics of Qualitative Research: Grounded Theory Procedures and Techniques*. California: Sage Yayınları.
- Stylidis, D. (2015). The role of place image dimensions in residents' support for tourism development, *International Journal of Tourism Research*, 18 (2), 129-139.
- Swarbrooke, J. (1999). *Sustainable Tourism Management* (2nd Edition). London, CABI Publishing.
- Şeyhanlıoğlu, H. Ö. ve Kınır, S. (2021). Ağrı destinasyonunun alternatif turizm potansiyeline ilişkin yerel paydaşların bakış açısı. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(1), 619-634.
- Tarakçıoğlu, S. (1999). *Konaklama Hizmetlerinin İhraç Edilebilirliği ve İhracatçı Otel İşletmelerinin Özellikleri*, Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Tarınç, A. (2019). *Alternatif Turizm Çeşitliliği Kazandırmak Amacı ile Gönüllü Turizm: Türkiye Uygulaması*, Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Temurçin, K. (2004). *Isparta İli Ekonomik Coğrafyası*, Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

- Timur, S., ve Getz, D. (2008). A network perspective on managing stakeholders for sustainable urban tourism. *International Journal Of Contemporary Hospitality Management*, 20(4), 445-461.
- Tinsley, H.E.A., ve Weiss, D.J., (2010). Interrater Reliability And Agreement, *Handbook of Applied Multivariate Statistics and Mathematical Modeling*, (eds: Tinsley, H.E.A., Brown, S.D.), New York: Academic Press..
- Tökü, E. Y. (2017). *Turizm ve Türkiye 'de Sağlık Turizmi: Bir Nitel Araştırma*, Yüksek Lisans Tezi, Acıbadem Mehmet Ali Aydınlar Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Tuna, İ. (2019). *Yerli Turistlerin Tatil Tercihleri ile Yaşam Kalitesi Arasındaki İlişki*, Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Türkay, O. ve Saraç, Ö. (2019). Altyapı, üstyapı ve çevre sorunlarının turist şikâyetleri kapsamında değerlendirilmesi ve yerel yönetimlerin çözüm potansiyeli: Antalya örneği. *Gümüşhane University Electronic Journal of the Institute of Social Science/Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 10(Ek Sayı), 98-110.
- Türkoğlu, M., Gövdere, B., ve Meydan, Ç. (2005). Isparta ili turizminin sorunları ve çözüm önerileri. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (1), 29-38.
- Uluslan, Y. (2009). *Alternatif Turizm Çeşitlerinin Turizm Potansiyeline Etkisi: Konya Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Uzun, H., ve Demir-Şen,S. (2018). City branding and the case Isparta, ICONASH 2018 Istanbul: The Book of Proceedings & Abstracts, ISBN: 978-605-83063-8-7.
- Uzun, H., ve Demir-Şen.Ş. (2019). Marka kent ısparta üzerine bir araştırma. *Suleyman Demirel University Journal of Faculty of Economics & Administrative Sciences*, 24(2), 171-186.
- Ünal, A ve Demirel, G. (2011). Sağlık Turizmi İşletmelerinden Yararlanan Müşterilerin Beklentilerinin Belirlenmesine Yönelik Bolu İlinde Bir Araştırma, *Electronic Journal of Vocational Colleges*, 12, 106-115.
- Wan, Y. K. P., ve Xiangping, L. (2013). Sustainability of tourism development in Macao, China. *International Journal of Tourism Research*, 15(1),52-65.
- Wang, Y. and Pfister, E. R. (2008). Residents' attitudes toward tourism and perceived personal bevefits in a rural community, *Journal of Travel Research*, 47 (1), 84-93.

- Yazgan, Ş., ve Kadanalı, E. (2012). Ağrı ilinin kırsal turizm potansiyelinin değerlendirilmesi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, (1), 5-10.
- Yıldırım, A., ve Şimşek, H. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yıldırım, G. (2020). Halkla ilişkilerde paydaş teorisi perspektifinden kurum içi iletişimin çalışanların kurumsal bağlılıklarına etkisi. *Selçuk İletişim Dergisi*, 13(2), 438-470.
- Yılmaz, A. (2020). *Konaklama Sektörü Çalışanlarında İş Sağlığı ve Güvenliği Kültürü*, Yüksek Lisans Tezi, Üsküdar Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Yılmaz, N. (2019). *Türk Turizm Sektöründe Potansiyel Uzmanlaşma Alanı Olarak Medikal Turizm ve Belirleyicileri*, Yüksek Lisans Tezi, Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne.
- Yılmaz, M. S., Kendirci, P ve Yatkın, Ö. (2017). *Yiyecek-İçecek İşletmeciliği*. Akbaba, A., Öter, Z., Güler, M. E. ve Altıntaş, V. (Eds.). Turizm İşletmeciliği: Endüstriyel ve Yönetimsel Boyutlar (ss:77-93) içinde. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yüncü, D. K. ve Kozak, N. (2010). Türk Akademisyenlerin Kongre Tercihleri Üzerine Bir Araştırma, *Anatolia: Turizm araştırmaları Dergisi*, 21 (1), 109-120.
- Yüzbaşı, E. (2019). *Cumhuriyet Döneminde Isparta (1923-1980)*, Doktora Tezi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.
- Zengin, B., ve Özçelik Heper, F. (2013). Kocaeli ilinin alternatif turizm potansiyelinin değerlendirilmesi, *Turizm ve Araştırma Dergisi*, 2(1).
- Zengin, B. ve Şeyhanlıoğlu, H. Ö. (2019). Destinasyon pazarlamasının yerel kalkınmaya etkileri: Şanlıurfa örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(4), 2977-2992.

İnternet Kaynakları

- <https://tr.top10place.com/suleyman-demirel-kongre-sarayi-1243260124.html>, Erişim Tarihi: 13.12.2022.
- <https://isparta.ktb.gov.tr/TR-165310/davraz-kayak-merkezi.html>, Erişim Tarihi: 13.12.2022.
- <http://egirdir.gov.tr/inanc-merkezi-barla>, Erişim Tarihi: 13.12.2022.
- <https://isparta.ktb.gov.tr/TR-71232/st-paul-aziz-paulus.html>, Erişim Tarihi: 13.12.2022.
- <https://isparta.ktb.gov.tr/TR-71441/konaklama-istatistikleri.html>, Erişim Tarihi: 13.12. 2022

EKLER

EK 1. GÖRÜŞME FORMU

ISPARTA DESTİNASYONUNUN ALTERNATİF TURİZM POTANSİYELİNİN PAYDAŞLAR BAKIŞ AÇISI İLE DEĞERLENDİRİLMESİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA İÇİN YARI YAPILANDIRILMIŞ GÖRÜŞME FORMU

1. Isparta için alternatif turizm denilince aklınıza neler gelmektedir?
2. Isparta'ya ulaşımın kolay ve ulaşılabilir olduğunu düşünüyor musunuz?
3. Isparta yöresindeki turizmin gelişimine bağlı olarak alt yapı hizmetlerinin de geliştiğine inanıyor musunuz?
4. Sizce Isparta turizm açısından zengin bir potansiyele sahip midir?
5. Sizce Isparta'da tanıtılması gereken alternatif turizm faaliyetleri nelerdir?
6. Sizce Isparta'da ön plana çıkması gereken alternatif turizm çeşidi hangisidir?
7. Isparta'da alternatif turizmin yöreye sosyal etkileri konusundaki düşünceleriniz nelerdir?
8. Isparta'da alternatif turizmin yöreye ekonomik etkileri konusundaki düşünceleriniz nelerdir?
9. Sizce Isparta'da alternatif turizm ürünlerine gereken önem veriliyor mu?
10. Alternatif turizmin Isparta yöresindeki el sanatlarına etkisi oldu mu?
11. Isparta'nın yemekleri sizin için seyahat motivasyonu kaynağı mıdır?
12. Isparta'da alternatif turizmin gelişmesinde konaklama tesislerinin yeterliliğini nasıl değerlendiriyorsunuz?
13. Isparta'nın erişilebilirlik durumunu nasıl değerlendiriyorsunuz? Isparta'da erişilebilirliğin geliştirilmesi için neler yapılabilir?

DEMOGRAFİK BİLGİLER

Yaş:

Medeni durum:

Çocuk:

Eğitim durumu:

Gelir durumu:

EK 2. ETİK KURUL KARARI



ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Adı ve Soyadı : Nur Berekna Özdemir

Eğitim Durumu

Lisans Öğrenimi : Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler
Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü

Yüksek Lisans Öğrenimi : Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı

