DESTİNASYON YAŞAM DÖNGÜSÜ KAPSAMINDA TURİZM DESTİNASYONLARINDA YENİDEN CANLANDIRMA STRATEJİLERİNİN BELİRLENMESİ: KAŞ ÖRNEĞİ

Doktora Tezi

Birgül AYDIN

Eskişehir 2020

DESTİNASYON YAŞAM DÖNGÜSÜ KAPSAMINDA TURİZM DESTİNASYONLARINDA YENİDEN CANLANDIRMA STRATEJİLERİNİN BELİRLENMESİ: KAŞ ÖRNEĞİ

Birgül AYDIN

DOKTORA TEZİ

Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı

Danışman: Doç. Dr. Emre Ozan AKSÖZ

Eskişehir

Anadolu Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü

Ekim 2020

Bu tez çalışması BAP Komisyonunca kabul edilen 1809E303 no.lu proje kapsamında desteklenmiştir.

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI

Birgül AYDIN'ın "Destinasyon Yaşam Döngüsü Modeli Kapsamında Turizm Destinasyonlarında Yeniden Canlandırma Stratejilerinin Belirlenmesi" başlıklı tezi 06/10/2020 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından değerlendirilerek "Anadolu Üniversitesi Lisansüstü Eğitim-Öğretim ve Sınav Yönetmeliği'nin ilgili maddeleri uyarınca, Turizm İşletmeciliği Anabilim dalında Yüksek Lisans/Doktora/Sanatta Yeterlik tezi olarak kabul edilmiştir.

Unvanı Adı Soyadı	**İmza**	
Üye (Tez Danışmanı):	**.....**	**.....**
Üye:	**.....**	**.....**
Üye:	**.....**	**.....**
Üye:	**.....**	**.....**
Üye:	**.....**	**.....**

.....

Enstitü Müdürü

ÖZET

DESTİNASYON YAŞAM DÖNGÜSÜ MODELİ KAPSAMINDA TURİZM DESTİNASYONLARINDA YENİDEN CANLANDIRMA STRATEJİLERİNİN BELİRLENMESİ: KAŞ ÖRNEĞİ

Birgül AYDIN

DOKTORA TEZİ

Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı

Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ağustos 2020

Danışman: Doç. Dr. Emre Ozan AKSÖZ

Araştırmanın amacı, destinasyon yaşam döngüsü modeli kapsamında incelenen destinasyona yönelik yeniden canlandırma stratejilerini belirlemektir. Bu kapsamda, turizm gelişim süreci, turizm gelişiminin etkileri, gelişimi etkileyen içsel ve dışsal unsurlar ve paydaş rolleri bağlamında Kaş (Antalya, Türkiye) örneği üzerinden yeniden canlandırma stratejileri belirlenmiştir. Araştırmada, nitel araştırma desenlerinden iç içe geçmiş tekli durum deseninden yararlanılmıştır. Araştırma verilerinin toplanmasında görüşme, gözlem, dokümanlar, alan notları ve araştırmacı günlüğünden yararlanılmıştır. Araştırmanın katılımcılarını, Kaş turizm paydaşları oluşturmaktadır. Bu kapsamda, merkezi/yerel yönetimler, yerel halk, işletme sahipleri/yöneticileri, STK'lar, turizm çalışanları ve turistlerden oluşan 43 paydaş ile yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Araştırma verilerinin analizinde ise tümevarımsal analiz yaklaşımı benimsenmiştir. Analiz sonucunda dokuz adet yeniden canlandırma stratejisi belirlenmiştir: *ürünü dönüştürme, bütünleştirilmiş sürdürülebilir gelişim stratejileri, iş birliği, tanıtımın doğru kanallarla yapılması, istikrarlı turizm politikası yürütme, seçici turizm stratejisi, turizm bilinci, turist hareketlerine erişim ve yönetim, turizmin kalitesini ve sürdürülebilirliğini izlemek için araçlar*. Araştırma sonucunda bölgesel yönetim, yerel halk, işletme sahipleri/yöneticilerine turizmde sürdürülebilir gelişimin sağlanmasına yönelik uygulamaya dönük öneriler sunulmuştur. Bu kapsamda, Kaş turizminin yeniden canlandırılmasında kaynakların doğru değerlendirilerek, turizmde yaşanan mevcut sorunların giderilmesine ilişkin öneriler sunulmuştur.

Anahtar Sözcükler: Destinasyon, Yaşam döngüsü, Yeniden canlandırma, Strateji, Kaş.

ABSTRACT

DETERMINATION of REJUVENATION STRATEGIES in SCOPE of DESTINATION LIFE CYCLE MODEL: THE CASE of KAS

Birgül AYDIN

Department of Tourism Management

Anadolu University, Graduate School of Social Sciences, August 2020

Supervisor: Associated Professor Emre Ozan AKSÖZ

The aim of the research is to determine the rejuvenation strategies for the destination examined within the scope of the destination life cycle model. In this context, rejuvenation strategies have been determined through the case of Kas (Antalya, Turkey) in the context of tourism development process, effects of tourism development, internal and external factors affecting development and stakeholder roles. In the study, one of the qualitative research designs and the case study types, the nested single case pattern was applied. Interviews, observations, documents, field notes and researcher's diary were used to collect research data. Participants of the research are Kas tourism stakeholders. In this context, face-to-face meetings were held with 43 stakeholders consisting of central / local administrations, local people, business owners/managers, NGOs, tourism workers and tourists. Inductive analysis approach has been adopted in the analysis of research data. As a result of the analysis, nine rejuvenation strategies were determined; product conversion, integrated sustainable development strategies, collaboration, promotion through the right channels, pursue a stable tourism policy, selective tourism strategy, tourism awareness, access and management of tourist movements, monitoring the quality and sustainability of tourism. As a result of the research, practical suggestions were offered to regional administration, local people, business owners/managers for sustainable development in tourism. In this context, suggestions are offered to correct the existing problems in tourism by correctly evaluating the resources available in reviving Kas tourism.

Keywords: Destination, Life cycle, Rejuvenation, Strategy, Kas.

ÖNSÖZ

Doktora öğrenimimin nihai ürünü olan bu tez çalışmasında, beni yönlendiren, çalışma süresince beni aydınlatan, cesaretlendiren, bilgi birikimi ve deneyimleriyle akademik gelişimime önemli katkı sağlayan hocam ve tez danışmanım Doç. Dr. Emre Ozan Aksöz'e teşekkürü borç bilirim. Ayrıca, tez izleme jürimde bulunan ve tezimin ortaya çıkmasında desteğini ve bilgisini esirgemeyen ve nitel araştırmanın doğasını anlamamı sağlayan Prof. Dr. Işıl Kabakçı Yurdakul'a; Yüksek lisansa başlarken ilk hocalarımdan biri olan ve doktora tezi sürecinde de desteğini ve bilgisini esirgemeyen Doç. Dr. Çağıl Hale Özel'e teşekkür ederim.

Çalışmanın uygulama aşamasında desteklerini esirgemeyen, görüşme sorularını büyük bir içtenlikle ve sabırla yanıtlayan; Kaş için iyiyi ve güzeli kendilerine amaç edinmiş Kaş gönüllülerine sundukları katkı için teşekkür ederim.

Son olarak, lisansüstü eğitimim süresince ve yaşamımın bütün dönüm aşamalarında beni her zaman destekleyen, motive eden ve varlıklarıyla bana hep güç veren canım anneme, Birsen'e ve Ali'ye; bütün bu süreçte beni her zaman destekleyen, motive eden, dinleyen ve sabır gösteren yol arkadaşım Breo'ya teşekkür ederim.

.../..../20....

ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ

Bu tezin bana ait, özgün bir çalışma olduğunu; çalışmamın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumu olmak üzere tüm aşamalarında bilimsel etik ilke ve kurallara uygun davrandığımı; bu çalışma kapsamında elde edilen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi; bu çalışmanın Anadolu Üniversitesi tarafından kullanılan "bilimsel intihal tespit programıyla tarandığını ve hiçbir şekilde "intihal içermediğini" beyan ederim. Herhangi bir zamanda, çalışmamla ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçları kabul ettiğimi bildiririm.

Birgül AYDIN

.../..../20....

STATEMENT OF COMPLIANCE WITH ETHICAL PRINCIPLES AND RULES

I hereby truthfully declare that this thesis is an original work prepared by me; that I have behaved in accordance with the scientific ethical principles and rules throughout the stages of preparation, data collection, analysis and presentation of my work; that I have cited the sources of all the data and information that could be obtained within the scope of this study, and included these sources in the references section; and that this study has been scanned for plagiarism with "scientific plagiarism detection program" used by Anadolu University, and that "it does not have any plagiarism" whatsoever. I also declare that, if a case contrary to my declaration is detected in my work at any time, I hereby express my consent to all the ethical and legal consequences that are involved.

Birgül AYDIN

İÇİNDEKİLER

ÖZET ..... **iii**
ABSTRACT ..... **iv**
ÖNSÖZ ..... **v**
ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ ..... **vi**
STATEMENT OF COMPLIANCE WITH ETHICAL PRINCIPLES AND RULES **vii**
TABLOLAR DİZİNİ ..... **xii**
ŞEKİLLER DİZİNİ ..... **xiii**
KISALTMALAR DİZİNİ ..... **xiv**
1. GİRİŞ **1**
1.1. Araştırmanın Problemi **2**
1.2. Araştırmanın Amacı **6**
1.3. Araştırmanın Önemi **7**
1.4. Araştırmanın Kapsamı **8**
2. ALANYAZIN **9**
2.1. Destinasyon Kavramı **9**
2.1.1. Destinasyonların Özellikleri **14**
2.1.2. Destinasyon Unsurları **17**
2.2. Yaşam Döngüsü Kavramı **23**
2.2.1. Destinasyon Yaşam Döngüsü Modelleri **24**
2.2.1.1. Plog'un Psikografik Eğrisi **25**
2.2.1.2. Doxey rahatsızlık indeksi modeli **26**
2.2.1.3. Butler (1980) turizm bölgesi yaşam döngüsü modeli **28**
2.2.1.3.1. Destinasyon yaşam döngüsü modeline yönelik eleştiriler **31**
2.2.1.3.2. Destinasyon yaşam döngüsü modelinin aşamalarının ölçülmesi **35**
2.3. Destinasyonlarda Turizm Gelişimi, Gelişimin Etkileri ve Turizm Gelişimini Etkileyen Unsurlar **36**
2.3.1. Turizm gelişimi **36**
2.3.1.1. Destinasyonlarda turizm gelişiminin ekonomik etkileri **38**
2.3.1.2. Destinasyonlarda turizm gelişiminin sosyo-kültürel etkileri **41**
2.3.1.3. Destinasyonlarda turizm gelişiminin çevresel etkileri **46**

2.3.2. Destinasyonlarda turizm gelişimini etkileyen unsurlar 51
2.3.2.1. Turizm ve felaketler 51
2.3.2.2. Turizm gelişimini etkileyen ekonomik ve politik unsurlar 56
2.4. Turizm Destinasyonlarında Yeniden Canlandırma Stratejileri 59
2.4.1. Yeniden canlandırma kavramı 59
2.4.2. Yeniden canlandırma aşaması 61
2.4.3. Turizmde yeniden canlandırma stratejileri 64
2.4.4. Destinasyonlarda durgunluk (stagnation) göstergeleri 71
2.4.5. Destinasyonlarda yeniden canlandırma stratejilerine ilişkin çalışmalar 74
2.5. Turizm Destinasyonlarında Paydaşlar ve Paydaşların Rolleri 80
2.5.1. Turizm paydaşları 80
2.5.2. Turizm destinasyonlarının gelişiminde etkili olan paydaşlar 83
2.5.2.1. Merkezi ve yerel yönetimler 83
2.5.2.2. Yerel halk 84
2.5.2.3. Turizm işletmeleri 85
2.5.2.4. Sivil toplum kuruluşları 86
2.5.2.5. Turizm çalışanları 87
2.5.2.6. Turistler 88
3. YÖNTEM 89
3.1. Araştırma Deseni 89
3.2. Araştırma Alanı 91
3.3. Araştırmanın Katılımcıları 95
3.4. Veri Toplama Araçları 97
3.4.1. Görüşmeler 98
3.4.2. Dokümanlar 100
3.4.3. Gözlemler 103
3.4.4. Araştırmacı günlüğü 104
3.4.5. Geçerlilik ve güvenilirlik komitesi toplantı tutanakları 105
3.5. İnandırıcılık (Trustworthiness) 105
3.6. Geçerlilik ve Güvenilirlik Komitesi Üyeleri 107
3.7. Araştırma Etiği 109
3.8. Araştırmacının Rolü 110

3.9. Verilerin Analizi 111
4. BULGULAR 114
4.1. Bölgede Turizmin Keşfinden İtibaren Gelişim Sürecine İlişkin Bulgular 114
4.1.1. Kaş'ın mevcut turizm durumuna ilişkin bulgular 132
4.2. Turizm Gelişimi ve Yeniden Canlandırma Sürecinde Paydaşların Rollerine İlişkin Bulgular 151
4.3. Yeniden Canlandırma Stratejilerine İlişkin Bulgular 154
4.3.1. Ürünü dönüştürme 155
4.3.1.1. Hizmet kalitesini artırma 157
4.3.1.2. Yeniden konumlandırma 158
4.3.1.3. Ürünü çeşitlendirme 160
4.3.2. Bütünleştirilmiş sürdürülebilir gelişim stratejileri 162
4.3.2.1. Kaynakların uzun süreli kullanımını teşvik etmek 164
4.3.2.1.1. Ekonomik kaynaklar 164
4.3.2.1.2. Çevresel kaynaklar 165
4.3.2.1.3. Sosyo-kültürel kaynaklar 167
4.3.2.2. Mevsimselliğe yönelik girişimler 168
4.3.2.3. Planlama uygulamaları geliştirme 172
4.3.3. Tanıtımın doğru kanallarla yapılması 174
4.3.4. İşbirliği 176
4.3.4.1. Paydaş rollerini etkinleştirme 178
4.3.5. İstikrarlı turizm politikası 183
4.3.6. Seçici turizm stratejisi 185
4.3.7. Turizm bilinci 188
4.3.8. Turist hareketlerine erişim ve yönetim 191
4.3.9. Turizmin kalitesini ve sürdürülebilirliğini izlemek için araçlar 195
4.3.9.1. Fiyatlandırma politikası 198
4.3.9.2. Kapasite kontrolü 201
5. SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER 207
5.1. Kaş'ın Turizm Gelişim Sürecine ve Turizmin Mevcut Durumuna İlişkin Sonuçlar 207
5.2. Turizmin Gelişimi ve Yeniden Canlandırılması Sürecinde Paydaşların Rollerine İlişkin Sonuçlar 213

5.3. Yeniden Canlandırma Stratejilerine İlişkin Sonuçlar 215
5.4. Alanyazına Yönelik Öneriler 223
5.5. Uygulamaya Yönelik Öneriler 224
KAYNAKÇA 229
EKLER
ÖZGEÇMİŞ

TABLOLAR DİZİNİ

Tablo 2.1. Destinasyon tanımına ilişkin yaklaşımlar 10
Tablo 2.2. Destinasyonların özellikleri 15
Tablo 2.3. Destinasyon gelişiminin aşamaları ve özellikleri 30
Tablo 2.4. Destinasyonlarda durgunluk göstergeleri 74
Tablo 3.1. Katılımcılara ilişkin bilgiler 96
Tablo 3.2. Doküman taraması sonucu ulaşılan basılı materyallerin listesi 101
Tablo 3.3. Doküman taraması sonucu ulaşılan web sayfalarına ilişkin materyallerin listesi 102
Tablo 3.4. Gözlem verilerine ilişkin bilgiler 104
Tablo 3.5. Geçerlik ve güvenirlik komitesi ile gerçekleştirilen toplantılara ilişkin bilgiler 108

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 2.1. Destinasyon unsurları 18
Şekil 2.2. Ürün yaşam döngüsü eğrisi 23
Şekil 2.3. Plog'un psikografik eğrisi 26
Şekil 2.4. Doxey rahatsızlık indeksi 27
Şekil 2.5. Destinasyon yaşam döngüsü modeli 28
Şekil 2.6. Turizm paydaşlarının dinamik çarkı 82
Şekil 3.1. Kaş ilçesinin coğrafi konumu 92
Şekil 4.1. Kaş'a gelen turist sayısı ve yıllar içindeki değişimi 115
Şekil 4.2. Kaş'a gelen turistlerin geceleme oranları ve yıllar içindeki değişimi 116
Şekil 4.3. Ürünü dönüştürme teması 156
Şekil 4.4. Bütünleştirilmiş sürdürülebilir gelişim stratejileri teması 162
Şekil 4.5. İşbirliği teması 176
Şekil 4.6. Turizmin kalitesini ve sürdürülebilirliğini izlemek için araçlar teması 197
Şekil 4.7. Kaş turizmine ilişkin yeniden canlandırma stratejileri 206

KISALTMALAR DİZİNİ

AB : Avrupa Birliği

ABD : Amerika Birleşik Devletleri

AIDS : Acquired Immune Deficiency Syndrome

CEO : Chief Executive Officer

DTÖ : Dünya Turizm Örgütü

GSYİH : Gayri Safi Yurt İçi Hasıla

HIV : Human Immunodeficiency Virus

IPCC : Intergovernmental Panel on Climate Change

İS : İşletme Sahibi

İY : İşletme Yöneticisi

SARS : Severe Acute Respiratory Syndrome

STK : Sivil Toplum Kuruluşları

T : Turist

TALC : Tourism Area Life Cycle

TÇ : Turizm Çalışanı

TDK : Türk Dil Kurumu

UNCED : United Nations Environment and Development Conference

UNCHE : United Nations Conference on the Human Environment

UNWTO : The United Nations World Tourism Organization

WTO : World Tourism Organization

WHO : World Health Organisation

YH : Yerel Halk

YY : Yerel Yönetimler

1. GİRİŞ

Turizm hizmetleri süreç olarak gelişmekte ve turizm destinasyonlarının değişen talebe her koşulda uyum sağlaması gerekmektedir. Bunun yanında, her turizm destinasyonu eşsiz doğal ve inşa edilmiş kaynaklar, cazibe merkezleri ve politikalarını oluşturan arz yapısı açısından belirli bir turist türü için diğerlerine göre daha uygun yapıdadır (Brau vd., 2009). Arz ve talep arasındaki etkileşimin boyutu da destinasyonlarda turizmin devamlılığı üzerinde rol üstlenmektedir. Ancak, turizm gelişimi destinasyonun arz yapısında değişimlere yol açarken, bir yandan da destinasyonlar turizm gelişimini etkileyen içsel ve dışsal unsurların etkisiyle değişimlerle karşı karşıya kalmaktadır (Agarwal, 1997).

Turizmin açık bir sistem olarak diğer birçok dış faktöre karşı oldukça duyarlı olması, yaşanan olumsuzlukların etkilerinin kimi zaman derinlemesine bir şekilde ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Bu nedenle, destinasyonların sürdürülebilir gelişiminin sağlanmasında ve sunulan hizmetin en üst düzeye çıkarma yeteneğinin artırılmasında hizmetin nasıl, kime sunulacağının belirlenmesi ve kaynakların bu yönde korunması ihtiyacı doğmaktadır. Kapitalist ekonomik sistemle yönetilen dünyada her şeyin ekonomiye de dayalı olması destinasyonların sürdürülebilirliklerini her koşulda sağlamasını zorunlu kılmaktadır. Bununla birlikte, turizmin bulunduğu destinasyondaki ekonomik, sosyal ve çevresel kaynaklar ile ilişkisi devamlılığını sağlama gerekliliğini gündeme getirmektedir. Bu kapsamda, destinasyon yaşam döngüsü; gelişim sürecini etkileyen unsurların ve gelişimin etkilerinin anlaşılmasına imkân sunmaktadır. Ayrıca, yaşam döngüsü, destinasyonun giderek daha rekabetçi hale gelen küresel pazar trendlerine etkili bir şekilde yanıt verme süresi, devam eden çevresel tarama ve stratejik değerlendirme süreciyle de ilişkilidir. Dolayısıyla, küresel ortamdaki rekabet gücü, bir bütün olarak destinasyon için daha stratejik bir odağın oluşturulmasını gerektirmektedir (Faulkner ve Tideswell, 2005). Böylelikle, yaşanan olumsuzlukların etkilerinin en aza indirgenmesinde; gelecekteki değişiklikleri yakalayabilen, mevcut durumun anlaşılmasına olanak sunan, esnek ve iyi planlanmış biçimde oluşturulan yeniden canlandırma stratejilerinin uygulanmasının önemi ortaya çıkmaktadır.

Bu çalışmanın kuramsal altyapısını oluşturan alanyazının birinci bölümünde destinasyon kavramı, unsurları ve yaşam döngüsü modellerine ilişkin kuramsal bilgiler tartışılacaktır. İkinci bölümünde destinasyonlarda turizm gelişimini etkileyen unsurlar ve

turizm gelişiminin etkilerine yer verilerek gelişimi etkileyen içsel ve dışsal unsurlar bu bağlamda açıklanacaktır. Üçüncü bölümde, yeniden canlandırma stratejilerine ilişkin kuramsal bilgilere yer verilecektir. Son olarak, dördüncü bölümde ise araştırma katılımcılarını oluşturan paydaşların rollerine ilişkin kuramsal bilgiler açıklanacaktır.

Bu araştırmanın temel amacı, yeniden canlandırma stratejilerini Kaş'ın turizm gelişim süreci, gelişimi etkileyen içsel ve dışsal unsurlar ve paydaşların turizm gelişimi ve yeniden canlandırma sürecindeki rolleri bağlamında açıklamaktır. Kaş'ın turizm gelişim süreci gelişimin üç aşamasını yansıtmaktadır. Bu aşamalar sırasıyla: 1983-1995: Turizmin keşfi; 1996-2008: Turizmin gelişimi; 2009-2019: Turizmde yaşanan değişimler ve dönüşümler şeklindedir. Bu kapsamda turizm gelişim süreci, turizmi etkileyen içsel ve dışsal unsurlar bağlamında açıklanacaktır. Turizm gelişim süreci açıklandıktan sonra Kaş turizminin mevcut durumuna ilişkin bilgilere yer verilecektir. Bu bağlamda, araştırmanın temel amacı olan yeniden canlandırma stratejilerine ilişkin sonuçlara ulaşılması hedeflenmektedir. Kaş'ın turizm gelişim süreci, turizm gelişimini etkileyen içsel ve dışsal unsurların etkileri, turizmin gelişiminde uygulanan stratejiler, paydaşların turizm gelişimi ve yeniden canlandırma sürecindeki rolleri ve turizmin yeniden canlandırılmasında uygulanan stratejiler arasındaki ilişkilerin açıklanmasında durum çalışması yaklaşımı benimsenecektir.

1.1. Araştırmanın Problemi

Destinasyonlarda turizmin gelişim göstermesiyle birlikte, ekonomik, çevresel ve sosyal açıdan değişimler yaşanmaktadır. Bu değişime paralel olarak turistlerin tercih ve ihtiyaçlarında farklılaşma başlamakta, zamanla destinasyonun popülerliği ve çekiciliği azalabilmektedir. Ancak, destinasyonlar yaşanan tüm olumsuzluklara rağmen cazibesini ve çekiciliğini her koşulda korumak durumundadır. Destinasyonların turizmdeki gelişiminin ve mevcut durumunun anlaşılabilmesinde ve bunun yanında turizm gelişiminin planlı ve sürdürülebilir bir şekilde sağlanabilmesinde yaşam döngüsü modelleri önem taşımaktadır.

Alanyazında turizm gelişimiyle ilişkili çeşitli modellerin yer aldığı bilinmektedir (Gilbert, 1939; Christaller, 1963; Plog, 1974; Doxey, 1975; Butler 1980). Çeşitli araştırmalar, turizm bölgelerinin keşfinden olgunlaşıncaya kadarki süreci en iyi biçimde inceleyen zamansal odaklı gelişim döngüsü modeli olarak, Butler'in (1980) turistik bölge yaşam döngüsü modelini öne sürmektedirler (Cooper, 1994; Tooman, 1997; Garay ve Canoves,

2011). Bunun nedeni, destinasyonların karmaşık ekonomik, sosyal ve kültürel çevreleri içindeki evrimini incelemek için analitik bir çerçeve sunması ve pek çok değişimin sentezini yapmaya olanak sağlamasıdır (Cooper ve Jackson, 1989). Destinasyon yaşam döngüsü modeli, bir ürün olarak destinasyonların keşfedilmesinden itibaren geçirdiği gelişim ve değişim aşamalarını açıklamaktadır. Model, destinasyonun keşfedilmesi, ilgi, gelişim, olgunluk, durgunluk ve durgunluk sonrası (düşüş ve canlandırma) dönem olmak üzere altı aşamadan oluşmaktadır (Butler, 1980). Destinasyon yaşam döngüsü, değişime yol açan içsel ve dışsal faktörlerden etkilenmektedir. Örneğin; taşıma kapasitesinin aşılması, erişilebilirlik, imaj, planlama, yerel yönetimler, yerel halkın turizme karşı tutumu, güvenlik, doğal afetler, küresel ısınma, dalgalı döviz kurları, kriz, savaş, salgın hastalıklar, terörizm tehditleri ve siyasi anlaşmazlıklar gibi etkenler turizm gelişimini ve sürdürülebilirliğini etkileyen içsel ve dışsal unsurlardır (Agarwal, 1997).

Destinasyonların turizmde gelişim sürecinden geçmesi, çeşitli oranlarda ve farklı biçimlerde değişime maruz kalmasına yol açmaktadır. Turizm gelişiminin sonuçları ise çoğu zaman beklenmedik ve plansız bir biçimde ortaya çıkmaktadır (Dodds, 2007). Gelişimin sonuçlarının beklenmedik ve plansız bir biçimde olması destinasyonların durgunluk yaşamasına yol açabilmektedir. Turizmde durgunluk aşaması ise değişen sayılar, yeni destinasyonların ortaya çıkması, destinasyonun altyapısında ve iş performansında yaşanan durgunluk göstergeleriyle anlaşılabilmektedir (Brooker ve Burgess, 2008).

Destinasyonlar; büyüme süreci, daha sonra hızlı bir gelişme ve kalkınma sürecinin ardından daha yavaş büyümeye ve nihayetinde durgunluk sürecinden geçmektedirler. Durgunluk ve düşüş aşamalarından kaçınılması turizmin yeniden canlandırılması (rejuvenation) durumunu ortaya koymaktadır. Bunun yanında, destinasyonlar arz ve talepteki değişimlere bağlı olarak değişimin çeşitli evrelerini yaşamaktadır. Ancak, arz özellikleri değiştiğinde yaşam döngüsü süreci yeniden başlayabilmektedir (Butler, 2009). Bu durumda, yaşam döngüsünün yeniden başlaması uygulanan çeşitli stratejilerle mümkün olabilmektedir. Alanyazında, uygulanan bu stratejiler yeniden canlandırma başlığı altında ele alınmaktadır. Yeniden canlandırma stratejileri, bir destinasyonun turizmde sürdürülebilir ve planlı bir şekilde gelişimine yönelik uygulamaların gerçekleştirilmesinde yol haritası görevi üstlenmekte ve erken uyarı sisteminin oluşturulmasına olanak sunmaktadır. Dolayısıyla,

yeniden canlandırma süreci turizmin sürdürülebilir gelişimi açısından önem taşımaktadır. Ancak, durgunluk sonrası dönemin yeterince açık bir şekilde açıklanmadığı ve bu aşamanın belirsiz olduğu belirtilmektedir (Agarwal, 2002).

Araştırmacılar tarafından turizmin yeniden canlandırılması sürecinde farklı yaklaşımlar sunulmuştur (Butler, 1980; Diamond, 1988; Russell ve Faulkner, 1998; WTO, 2001; Agarwal, 2002; Brooker ve Burgess, 2008). Önerilen yeniden canlandırma stratejileri değerlendirildiğinde yazarların benzer stratejileri önerdikleri görülmektedir. Önerilen bu stratejiler, uygulanabilir olmasına rağmen, bütün destinasyonlarda geçerliliği ve uygulanabilirliği tam olarak bilinememektedir. İlgili alanyazın incelendiğinde ise durgunluk sonrası döneme ve canlandırma sürecine ilişkin çalışmaların az sayıda olduğu görülmektedir (Agarwal, 1997; Russell ve Faulkner, 1998; Knowles ve Curtis, 1999). Ayrıca, alanyazın incelendiğinde araştırmacılar tarafından büyük ölçüde makro ve kitle turizm destinasyonlarına yönelik araştırmaların yer aldığı gözlemlenmektedir (Hall, 2003; Dodds, 2007; Brau vd., 2009; Faulkner ve Tideswell, 2006; Müller vd., 2010; Hernandez-Martin, 2015). Ancak, küçük turizm destinasyonlarına yönelik stratejilerin bulunmadığı ve var olan stratejilerin bu destinasyonlarda uygulanabilirliği tam olarak bilenememektedir. Dolayısıyla, küçük turizm destinasyonlarında durgunluk sonrası dönemde yeniden canlandırma stratejilerinin neler olduğunun belirlenmesi ihtiyacı ortaya çıkmaktadır.

Turizm destinasyonlarının ekonomik, çevresel ve sosyo-kültürel kaynaklardan oluşan karmaşık bir yapıya sahip olması (Buhalis, 2000) nedeniyle paydaş rollerinin neler olduğu sorusu oldukça önemlidir. Karmaşık yapıya sahip olan turizm gelişiminin ana anahtarı paydaşların desteğinin sağlanmasıyla mümkündür (Gunn, 1994). Paydaşlar, bir bölgedeki turizm gelişiminden etkilenen veya turizm gelişimini etkileyen grup veya bireylerdir (Freeman, 1984; Simpson, 2001). Grup ve bireylerden oluşan paydaşların yapısı birden fazla aktörün turizm politikalarına katılımını gerektirmektedir. Destinasyonlarda stratejik amaçların uygulanması ve gelişimi, turizm paydaşları arasındaki koordineli ilişkiyle mümkündür (Timur ve Getz, 2008). Dolayısıyla, paydaşların turizm gelişimi ve yeniden canlandırma stratejileri üzerindeki rollerinin neler olduğunun anlaşılması önemlidir.

Bir turizm destinasyonu genel olarak değerlendirildiğinde turizm gelişimi ve evrimi kaçınılmazdır ve belirli bir noktadan sonra turizmde durgunluk ve düşüş yaşanabilmektedir.

Bu bağlamda, destinasyonlarda turizm gelişim süreci; mevcut durumu, gelişimi etkileyen içsel ve dışsal unsurlar, paydaşların rollerini kapsayan yeniden canlandırma stratejilerinin uygulanabilirliğini gerektirmektedir. Bu amaçla araştırma, yukarıda sıralanan tüm süreci yaşadığı kabul edilen Kaş bölgesi üzerinden yeniden canlandırma stratejilerinin uygulanabilirliği açısından önem arz etmektedir. Kaş, kitle turizm faaliyetlerinin yoğun olarak gerçekleştirildiği Antalya bölgesinde butik turizm faaliyetleri sunan küçük turizm destinasyonudur. Kaş, dünyada ve Türkiye'de öne çıkan dalış merkezlerinden biri olup pek çok turizm faaliyetlerinin sunulduğu bir destinasyondur. Bu yönleriyle ayırt edici özellikleri bulunan Kaş'ta işletmeler küçük turizm işletmeleri olup herhangi bir zincir işletme bulunmamaktadır. Bununla birlikte, Kaş ile ilgili yapılan istatistiki ve alan incelemeleri neticesinde son yıllarda talep değişiminin yaşandığı, turist sayısında düşüşün olduğu ve yerli turistlerin talebin büyük çoğunluğunu oluşturduğu belirlenmiştir. Kaş turizminde yaşanan bütün değişimler ve dönüşümler araştırma alanı olarak belirlenmesine yön vermiştir. Böylelikle, araştırmada incelenecek durum "Kaş" olarak belirlenmiştir.

Yeniden canlandırma, yalnızca destinasyonun durgunluk sürecinde uygulanan stratejilerin yanında, süreklilik arz eden bir süreçtir. Bununla birlikte, turizm destinasyonun planlanması, yönetimi ve pazarlanması sürecine dâhil edilmesi gerekmektedir. Böylelikle, ekonomik, sosyal ve çevresel kaynakların sürdürülebilirliği yeniden canlandırma stratejilerinin etkili bir şekilde uygulanmasıyla mümkün olabilecektir. Dolayısıyla, özel bir durum olarak seçilen Kaş (Antalya) örneği üzerinden gerçekleştirilecek olan bu çalışmanın çözüm aradığı araştırma soruları aşağıdaki gibidir (Butler, 1980; Diamond, 1988; Choy, 1993; Agarwal, 2002; Butler, 2000; Pelling, 2003; Butler, 2006; Diedrich ve Garcia, 2009; Andereck ve Nyaupane, 2011; Mahon vd., 2013; Lewsey vd., 2004; Sharpley, 2015; Mansfeld ve Winckler, 2015):

- ✓ Bölgede turizmin keşfinden itibaren gelişim süreci ne şekilde gerçekleşmiştir?
- ✓ Bölgede turizm gelişimini etkileyen içsel unsurların etkileri nelerdir?
- ✓ Bölgede turizm gelişimini etkileyen dışsal unsurların etkileri nelerdir?
- ✓ Bölge turizminin gelişiminde uygulanan stratejiler nelerdir?

- ✓ Bölge turizminin gelişiminde ve yeniden canlandırma sürecinde paydaşların rolleri nelerdir?
- ✓ Bölge turizminin yeniden canlandırılmasında uygulanan stratejiler nelerdir?

1.2. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın temel amacı, yeniden canlandırma stratejilerini belirlemektir. Alanyazın incelendiğinde yeniden canlandırma stratejilerine yönelik çeşitli yaklaşımların bulunduğu görülmektedir. Ancak, bu stratejilerin destinasyonların faklı unsurlara ve özelliklere sahip olması nedeniyle genel anlamda destinasyonlarda uygulanabilirliği ve geçerliliği kesinlik taşımamaktadır. Bunun yanında, yeniden canlandırma stratejilerinin genel anlamda kitle turizm destinasyonlarına yönelik olduğu alanyazın incelemesi sonucunda belirlenmiştir. Bu bağlamda, çalışmanın amacı küçük turizm destinasyonu olan Kaş bölgesi bağlamında yeniden canlandırma stratejilerinin neler olduğunun belirlenmesidir. Böylelikle, alanyazına ve uygulamaya dönük sonuçların ortaya konulması hedeflenmektedir.

Yeniden canlandırma stratejilerinin belirlenmesi destinasyonun turizm gelişim sürecinin incelenmesinden geçmektedir. Bu kapsamda, araştırmanın bir diğer amacı Kaş'ın turizm gelişim sürecini incelemektir. Böylelikle, turizmin bölgede keşfedilmesinden itibaren yıllar içerisindeki değişiminin içsel ve dışsal unsurların etkileri bağlamında incelenmesi hedeflenmektedir. Başka bir deyişle, turizm gelişimini etkileyen içsel ve dışsal unsurların neler olduğu ve bu unsurların turizm üzerindeki etkileri Kaş'a gelen turist sayısı ve geceleme oranları bağlamında incelenmesi amaçlanmaktadır.

Destinasyon yaşam döngüsü; ekonomik, sosyal ve çevresel açıdan bir destinasyonun turizmdeki mevcut durumunun anlaşılmasına da olanak sağlamaktadır. Bu kapsamda, yeniden canlandırma stratejilerine olan ihtiyacın belirlenmesi açısından çalışmanın bir diğer amacı Kaş bölgesinin turizmdeki mevcut durumunu belirlemektir. Böylelikle, Kaş bölgesinin turizmde mevcut durumunun belirlenmesiyle turizmin sürdürülebilir gelişimine yönelik yeniden canlandırma stratejilerinin ortaya konulması hedeflenmektedir.

Alanyazın taraması kapsamında ulusal düzeydeki çalışmalar incelendiğinde destinasyon yaşam döngüsü modeline ilişkin yalnızca iki yüksek lisans tezinin olduğu belirlenmiştir. Bu bağlamda, araştırmanın Kaş bölgesi üzerinden yürütülmesinin ulusal

alanyazına katkı sunması hedeflenmektedir. Ayrıca, araştırma katılımcılarının turizm paydaşlarından oluşması; elde edilecek sonuçların bölgesel yönetimlere, STK'lara, işletme sahiplerine/yöneticilerine ve yerel halka Kaş turizminin planlanma ve yönetim sürecinde uygulamaya dönük önemli bilgiler sunması amaçlanmaktadır.

1.3. Araştırmanın Önemi

Alanyazın incelendiğinde, destinasyon yaşam döngüsü modeline yönelik araştırmalar çoğunlukla modelin uygulanabilirliği ve bölgenin hangi aşamada olduğuna yöneliktir. Ancak, destinasyon yaşam döngüsünün aşamalarından biri olan yeniden canlandırma aşamasıyla ilgili çalışmaların yeterli sayıda olmadığı görülmektedir. Alanyazında yazarlar tarafından canlandırma stratejileriyle ilgili çeşitli öneriler sunulmuştur (Butler, 1980; Diamond, 1988; Russell ve Faulkner, 1998; Agarwal, 2002; Brooker ve Burges, 2008). Ancak, destinasyonların bulundukları bölge ve konumu nedeniyle farklı özellikle sahip olması önerilen stratejilerin bütün destinasyonlardaki geçerliliğini ve uygulanabilirliğini kesinleştirememektedir. Bu nedenle, çalışmada yeniden canlandırma sürecinin üzerinde durulması önem taşımaktadır. Kaş bağlamında yeniden canlandırma stratejilerinin neler olduğunun anlaşılması alanyazına yönelik ve uygulamaya dönük önemli sonuçlar ortaya koyacaktır. Bununla birlikte, küçük bir turizm destinasyonu olan Kaş üzerinden stratejilerin belirlenmesi benzer yapıdaki küçük turizm destinasyonları açısından uygulamaya dönük önemli katkı sunacaktır.

Araştırma, Kaş turizminin gelişimini etkileyen içsel ve dışsal unsurların anlaşılması açısından önem taşımaktadır. Kaş turizmini etkileyen unsurların anlaşılması benzer yapıdaki mikro turizm destinasyonları açısından da önemli sonuçları ortaya koymaktadır. Böylelikle, turizm gelişiminde etkili olan unsurlar ve turizm gelişiminin etkilerine ilişkin sonuçlar arasındaki bağlantılar ortaya konulabilecektir.

Daha öncede belirtildiği gibi ulusal düzeyde, destinasyon yaşam döngüsü modeline ilişkin çalışmaların sınırlı sayıda olduğu ve bu kapsamda yalnızca iki adet yüksek lisans tezinin olduğu belirlenmiştir. Araştırmanın, bu yönüyle de ulusal alanyazına katkı sunması önemlidir. Uluslararası düzeydeki araştırmalar incelendiğinde ise destinasyon yaşam döngüsü modeli kapsamında ele alınan çalışmaların yoğunlukta olduğu görülmektedir. Ancak, belirtilen amaçlara yönelik bir çalışmaya ulusal yazında rastlanmadığından, Akdeniz

çanağında yer alan ve önemli turizm potansiyeline sahip olan Türkiye'nin turizmin merkezlerinden biri olan Kaş (Antalya) bağlamındaki mevcut durumunun anlaşılması önem taşımaktadır. Böylelikle, turizmin gelişim sürecinin anlaşılmasıyla uygulamaya dönük sonuçların ortaya konulması önem arz etmektedir.

Araştırmanın uygulama alanının Kaş olması, bölge turizmi açısından önemli bilgileri ortaya koyacaktır. Kaş, sunmuş olduğu butik turizm yapısı açısından Antalya'da farklılaşmakta ve bu yönüyle öne çıkan destinasyonlardan biridir. Dolayısıyla, çalışmada Kaş'ın turizm gelişiminin ve mevcut durumunun anlaşılması önem taşımaktadır. Diğer bir deyişle çalışma çıktıları, turizmdeki pazar değişim sürecinin anlaşılmasında, turizm gelişiminin ve sürdürülebilirliğinin sağlanması açısından önem taşımaktadır. Bu kapsamda, alanyazına ve uygulamaya dönük önemli sonuçların elde edilmesi mümkün olabilecektir.

1.4. Araştırmanın Kapsamı

Yeniden canlandırma stratejilerinin incelendiği ve Kaş durumu üzerinden gerçekleştirilen bu araştırmanın veri toplama teknikleri, araştırma deseni ve katılımcıları açısından bir kapsamı bulunmaktadır. Yeniden canlandırma stratejilerinin belirlenmesinde başvurulan turizm gelişim sürecinin incelenmesi, turizm gelişimini etkileyen içsel ve dışsal unsurların etkileri ve turizm paydaşlarının rolleri Kaş özelinde incelenmiştir. Araştırma, Kaş turizm paydaşlarından oluşan 43 kişi ile yapılan görüşmelerle gerçekleştirilmiştir. Dolayısıyla, bir durum araştırması olan ve 43 kişi ile yapılan bu araştırmada elde edilen bulgular 43 paydaşın algısını ve Kaş'ı kapsamaktadır. Bunun yanında, destinasyon yaşam döngüsü modeli kapsamında yeniden canlandırma stratejilerinin belirlenmesi Kaş'ın turizmine ilişkin sonuçlar ortaya koymaktadır. Böylelikle, bir durum çalışması deseninde gerçekleştirilen bu araştırmada elde edilen bulguların diğer turizm destinasyonlarında genellenebilmesi mümkün değildir. Ancak, araştırma bulgularının benzer destinasyonlara transfer edilebilirliği mümkündür. Sonuç olarak, nitel araştırmanın doğası, araştırmacının rolü ve durum çalışmasının özellikleri nedeniyle bu araştırmada genelleme yapma amacı güdülmemiştir. Dolayısıyla, bu durum bir sınırlılık olarak nitelendirilmeyip araştırmanın kapsamı olarak değerlendirilmektedir.

2. ALANYAZIN

Çalışmanın temel boyutlarını destinasyon kavramı, destinasyon yaşam döngüsü modelleri, turizm gelişiminin etkileri, turizm gelişimini etkileyen unsurlar, yeniden canlandırma stratejileri ve turizm paydaşlarının rolü oluşturmaktadır. Bu bağlamdan alanyazının ilk bölümünde destinasyon kavramı, destinasyonların özellikleri, destinasyon unsurlarına ilişkin kuramsal çalışmalara ve tartışmalara yer verilmiştir. İkinci bölümde ise yaşam döngüsü kavramı ve destinasyon yaşam döngüsü modelleri açıklanmıştır. Üçüncü bölümde ise destinasyonlarda turizm gelişimi, etkileri ve turizm gelişimini etkileyen unsurlara yer verilmiştir. Alanyazının dördüncü bölümünde ise çalışmanın temel konusunu oluşturan yeniden canlandırma stratejileri alanyazın temelinde açıklanmıştır. Bununla birlikte yeniden canlandırma stratejilerine ilişkin çalışmalara da yer verilmiştir. Alanyazının beşinci ve son bölümünde ise turizm destinasyonlarında paydaşlar ve paydaşların rollerine ilişkin bilgiler yer almaktadır.

2.1. Destinasyon Kavramı

Türk Dil Kurumu (TDK) tarafından "varılacak yer" olarak tanımlanan destinasyon Fransızca kökenli bir sözcüktür. Alanyazında, destinasyon ile ilgili birçok çalışma ve tanımlama yer almaktadır. Bu çalışmalarda destinasyonlar konaklama, ulaşım ve diğer hizmetler ve altyapı gibi çeşitli bileşenleri içeren bir sistem olarak algılanmaktadır (Tinsley ve Lynch, 2001). Destinasyon, pek çok bileşeni içeren, çeşitli alan ve sektörle ilişkili olan karmaşık yapıya sahip bir kavramdır. Destinasyonun çok boyutlu bir kavram olması, araştırmacıların destinasyonu çalışma alanları bağlamında farklı biçimlerde açıklamasına yön vermektedir (Bkz. Tablo 2.1).

Doğası gereği karmaşık bir kavram olan destinasyon; turizmde bir dizi mekânsal ölçek olan kıtalar, eyaletler, iller, belediyeler ve diğer idari birimler, turizm merkezleri ve turist ürünleriyle ilgilidir (Framke, 2002). Bunun yanında, işletmeler, kamu kurumları, yerel halk ve turistler gibi farklı paydaşların deneyimlerinin oluştuğu ve etkileşimde bulunduğu eylem birimleri olarak görülmektedir. Stratejik pazarlama planlaması ve marka yönetimi açısından, bir turizm destinasyonunun doğasını daha iyi tanımlamak ve başarılı bir destinasyon pazarlaması için doğru ön koşulları oluşturmak önemlidir. Bu noktada, yerel coğrafya veya coğrafyalar inşa etmek ve aynı coğrafyada paydaşlar arasında iş birliğinin desteklenmesi için

destinasyon teriminin anlaşılması önem taşımaktadır (Saraniemi ve Kylänen, 2011, s.133-134).

Tablo 2.1. *Destinasyon tanımına ilişkin yaklaşımlar*

Coğrafik Yaklaşım	
Butler (1980)	Dinamik, zaman içinde gelişen ve değişim gösteren coğrafik bölgelerdir.
Swarbrooke (1995)	Turistlerin isteklerini ve ihtiyaçlarını karşılamanın yanında önemli çekicilikleri barındıran ve turistlere deneyimler sunan bölgelerdir.
Leiper (1995)	İnsanların seyahat ettiği ve belirli özellikleri ya da karakterleri deneyimlemek için bir süre kalmayı tercih ettiği yerler.
Davidson ve Maitland (1997)	Bir ülke, bir ada veya bir kasaba gibi iyi tanımlanmış coğrafi bölgelerdir.
Frisk (1999)	Sıradan topluluk içinde yer alan bir tür turistik toplumun bulunduğu coğrafi bir yerel yer veya bölgedir.
WTO (2002)	Destek hizmetleri ve ilgi çekici yerler gibi turizm ürünlerini ve turizm kaynaklarını içeren fiziksel bir alan.
Pike (2007)	Kısa bir süre için turistleri çeken ve kıtalardan ülkelere, eyaletlere, illere, şehirlere, köylere ve özel olarak inşa edilen tesislere uzanan yerlerdir.
Morrison (2013)	Turistlere çekicilikler sunan coğrafik bölgedir.
Barnes vd. (2014)	Turist çekiciliklerinin ve aktivitelerinin yer aldığı, farklı bileşenlerin karışımını içeren coğrafik bölgelerdir.
Pazarlama Yaklaşımı	
Um ve Crompton (1992)	Destinasyonlar, seyahat öznitelikleriyle ilgili tüm unsurları içeren ve aynı zamanda destinasyona seyahat eden niteliklerin (örn., destinasyonun fiziksel / kültürel özellikleri, destinasyona ulaşmak için gereken zihinsel / gerçek mesafe vb.) bir araya getirildiği yerdir.
Hu ve Ritchie (1993)	Turizm tesisi ve hizmet paketi sunan bölgelerdir. Diğer tüketici ürünleri gibi çok boyutlu niteliklerden oluşur.
Cooper vd. (1998)	Turistlerin ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla tasarlanan tesislerin ve hizmetlerin odağı olan bölgelerdir. Destinasyonlar, cazibe merkezlerinin ve destek hizmetlerinin temel ürünlerini içermektedir.
Buhalis (2000)	Tüketicilere bütünleştirilmiş bir deneyim sunan turizm ürünlerinin temel zeminidir.
Murphy vd. (2000)	Ziyaret edilen bölgenin toplam deneyimini oluşturmak için bir araya getirilen bireysel ürün ve deneyim fırsatlarının bir karışımıdır.
Middleton ve Clarke (2001)	Bir dizi faaliyete dayanan somut ve soyut ürünlerin birleşimidir.
Hall ve Lew (2009)	Destinasyon markası altında tüketilen, turizm ürün ve hizmetlerinin bir birleşimidir.
Müşteri Odaklı Yaklaşım	
Hall (2005)	Turistler için bir grup hizmet ürününün yanı sıra, şirketler tarafından sağlanan iş ürünleri, topluluklar, insanlar ve yer ile sosyal etkileşim yoluyla sağlananlar da dâhil olmak üzere destinasyondaki tüm deneyimlerin toplamıdır.
Snepenger vd. (2004, 2007)	Beklenti için deneyim çerçevesini ve kullanım değerini elde tutmaya sağlayan bölgelerdir. Turistler ve yerel halk tarafından paylaşılan destinasyonlar sosyal iletişim sistemi olarak görülebilir. Turistler ve yerel halk aynı yerde bulunarak, tüketerek ve etkileşime geçerek destinasyonu tanımlayabilirler.

Tablo 2.1. *Destinasyon tanımına ilişkin yaklaşımlar (Devam)*

Sosyo-Kültürel Yaklaşım	
Pritchard ve Morgan (2001)	Tarihsel, sosyal, ekonomik ve politik süreçleri, mekânın sosyal yapısını, kültürel değişimi, kimlik ve söylemi içeren bölgelerdir.
Saarinen (2001, 2004)	Belirli söylemler ve söylemsel pratikleri kullanarak zaman ve mekânda gelişen dinamik ve tarihsel-mekânsal birimdir. Sosyal, kültürel, politik ve ekonomik ilişkilerin kombinasyonu ile üretilir ve çoğaltılır.
Moisander ve Valtonen (2006)	Destinasyonlar çok kültürlü ve küreselleşmiş pazarlar olup çeşitli aktörler ortaya koyarak oluşan kültürü anlamlara dönüştürmektedir.

Kaynak: Saraniemi ve Kylänen, 2011, s.135-137 ve yazar tarafından derlenmiştir.

Genel olarak destinasyonun tanımına ilişkin yaklaşımlar incelendiğinde (Bkz. Tablo 2.1), destinasyonun bir kavram olarak coğrafya, pazarlama, yönetim alanında yaşanan gelişimler ve değişimler doğrultusunda açıklandığını söylemek mümkündür. Tablodan da anlaşılabileceği gibi destinasyonun herkes tarafından kabul edilmiş genel geçer bir tanımı bulunmamaktadır (Pike, 2007). Bu durumun nedeni olarak, destinasyonun çok boyutlu olması ve birden fazla değişkeni içermesinin etkili olduğu söylenebilir.

Araştırmacıların büyük ölçüde destinasyonun coğrafik yönü üzerinde durduğu ve kavramın bu yönde açıkladığı görülmektedir (Bkz. Tablo 2.1). Coğrafik yaklaşım, turizm destinasyonunu sosyal olarak inşa edilmiş bir "bölge" olarak tanımlamakta ve bu kapsamda analiz edilmesine temel sunmaktadır (Saarinen, 2004, s. 166). Bunun yanında, coğrafik yaklaşım turistlerin destinasyonu yeniden ziyaret etmesini sağlayan çekiciliklerle ve turist talebini karşılayan arz unsurlarının bir karışımını içeren coğrafi bir mekâna odaklanmaktadır (Framke, 2002). Geleneksel olarak destinasyonlar, turistlere çekicilikler ve deneyimler sunan turistlerin ihtiyaçlarının karşılandığı ülke, ada veya kasabalar olarak tanımlanmaktadır (Butler, 1980; Swarbrooke, 1995; Leiper, 1995; Davidson ve Maitland, 1997; Pike, 2007; Morrison, 2013; Barnes vd., 2014). Ancak, dünya genelinde milyarlarca yerli ve yabancı turistin destinasyonlar arası kısa süreli seyahat etmesi, sosyal bilimcilerin ve planlamacıların görmezden gelemeyeceği önemli bir coğrafi fenomendir. Bu durum, insanların diğer insanlarla, yerlerle, çevrelerle meşgul olmaları için temel bir yol haline gelmiştir. Destinasyon kavramı bu açıdan değerlendiğinde coğrafik bir bölge olma özelliği taşımaktadır. Çünkü, insan-çevre etkileşimleri ve peyzaj; yerlerin ve ortamların korunması ve yönetimi, çevresel algılar ve yer duygusu, mekânsal davranış ve insan hareketliliği boyutlarını içermesi coğrafik yönü üzerinde durulmasının temel etkenlerindendir. Bu kilit

boyutlar, aynı zamanda turizmin oluşabileceği farklı coğrafi alan türlerini ve turizmin periyodik alanlarla ilgili olduğu zıt şekilleri turizm, coğrafya ve coğrafyalarını sınırlayan süreçlerin merkezinde yer almaktadır (Williams ve Lew, 2014, s.3-4).

Destinasyonlar, coğrafi özelliklerinin yanında pazarlama, müşteri ve sosyo-kültürel bakış açısıyla ele alınarak araştırmalar gerçekleştirilmekte ve bu yönde tanımlanmaktadır (Bkz. Tablo 2.1). Pazarlama yaklaşımının pek çok alan üzerinde etkisi olduğu gibi turizm çalışmaları üzerinde de önemli bir etkisi bulunmaktadır. Pazarlama yaklaşımı geleneksel olarak, turist sayısını arttırmaya odaklanmaktadır ve turizmi de diğer tüm mallar gibi ele almaktadır. Ancak, bu yaklaşım, her bir destinasyonun kendine özgü gereksinimlerini ve sınırlarını, ayrıca coğrafi, çevresel ve sosyo-kültürel özelliklerini tanımakta başarısız olmaktadır (Buhalis, 2000).

Pazarlama yaklaşımıyla gerçekleştirilen araştırmalarda, destinasyonlar coğrafi özelliklerinin yanında, bir ürün olarak ele alınmaktadır. Bu bağlamda, destinasyonlar turistlerin ihtiyaçlarını karşılamanın yanında ürün ve deneyimin sunulduğu bölgeler olarak tanımlanmaktadır (Um ve Crompton, 1992; Hu ve Ritchie,1993; Cooper vd., 1998; Murphy vd., 2000; Middleton ve Clarke, 2001). Destinasyon turizm ürünleri, soyut, duyusal ve psikolojik fayda sağlayan hizmetleri ve somut unsurları içermektedir. Turizm ürünü, turistlerin destinasyonu ziyareti esnasında kullandıkları (seyahat, ulaşım, konaklama ve cazibe hizmetleri) çoklu seyahat hizmetlerinin tüketimi sonucunda elde ettikleri karmaşık deneyimdir (Hall ve Lew, 2009). Destinasyon deneyimi ise, temelde, yalnızca bireylere ait olan bölgeler, kaynaklar, turizm olanakları ve hizmetlerinin karışımından oluşmayan, bölgede yaşayan ve çalışan tüm insanların hem profesyonel hem de kişisel çıkarlarının toplamını temsil etmektedir. Ancak, turistler, ürünün her bir unsurunun ayrı ayrı bireyler tarafından üretilip yönetildiğinin farkında olmadan, destinasyonları kapsamlı bir deneyim şeklinde tüketmektedirler (Gunn, 1988; Buhalis, 2000).

Destinasyon unsurları, fiziksel bir ortamda turistlere hizmet sağlayıcılar tarafından iletilmektedir. Hizmet sağlayıcılar tarafından sağlanan hizmetleri temsil eden; imaj, mekân, hizmet personeli ve misafirperverlik gibi özellikler müşteri odaklı ürünü oluşturmaktadır. Müşteri odaklı yaklaşım turisti, hizmet sağlayıcının mal ve hizmetleri tarafından gerçekleştirilen eylemlerin bir nesnesi olduğu zaman pasif bir tüketici olarak görmektedir.

Öte yandan, bir müşteri olarak turist, kendi başına katılımcı, aktif, ekonomik olarak rasyonel karar veren, zenginlik isteyen, gereksiz işgücünden kaçan, orantılı seçimlere dayanarak yargılarda bulunan ve sahip olma yeteneğine sahip kendi kendine ilgilenen bir aktör olarak anlaşılmaktadır (Saraniemi ve Kylänen, 2011). Ancak, destinasyonların turizmde başarısı hizmet sağlayıcıların sunduğu ürünlere değil, turistlerin hizmet sunum sürecinde aktif bir şekilde yer aldığı süreçlere bağlıdır. Bütün bu süreçleri kapsayan destinasyonlar turistlerle birlikte pazarlanmaktadır (Vargo ve Lusch, 2008).

Araştırmacılar, destinasyon kavramını sosyo-kültürel özellikleri bağlamında da ele alarak tanımlamıştır. Destinasyonlar, turizm ürününün ve deneyiminin sunulduğu bölgeler olarak, çeşitli unsurları içermesinin yanında sosyo-kültürel unsurları da içermektedir. Destinasyon kavramının anlaşılabilmesinde sosyo-kültürel özelliklerinin endüstriye ve turist bakış açısına dayalı bir şekilde analizinin gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Destinasyonlar, istikrarlı ve stratejik olarak düzenlenmiş homojen yapılardır (sembolik olarak anlatılar, pazarlama materyalleri, sanat eserleri vb. ile sembolik olarak temsil edilen ve mimariyle somutlaştırılmış bölge) (Haldrup, 2001, s. 8). Bununla birlikte, siyasetin, kimliğin, anlamın ve davranışın inşa edildiği, müzakere edildiği ve sosyokültürel dinamiklere göre yeniden şekillendiği alanlar olarak göründüğü için sosyo-kültürel yaklaşım, turizm destinasyonlarının anlaşılmasına fayda sağlamaktadır (Pritchard ve Morgan, 2001). Destinasyon, mekânsal ve zamansal bağlamlarda farklı söylemsel biçimler ve uygulamaları içeren bir yapıdır. Çeşitli aktörler tarafından kültür oluştururken; anlamların üretildiği, sürdürüldüğü, müzakere edildiği ve dönüştürüldüğü çok kültürlü ve küreselleşmiş pazarlardır (Moisander ve Valtonen, 2006).

Söylemsel uygulamaların bir sonucu olarak destinasyonlar, genellikle mekânsal homojenizasyona doğru gelişen dönüşüm sürecinin ürünü olarak görülmektedir. Turizmde bu mekânsal homojenizasyon, destinasyonları benzer fiziksel ve sembolik özelliklere, turistik yerlere ve görüntülere sahip bölgelere dönüştürmektedir. Sosyal bir yapı olarak, bir destinasyonun kimliği, dönüşüm sürecinin ve onu yapılandıran söylemlerin sürekli değişen bir sonucudur ve destinasyonlar diğer turistik yerlere göre hem benzer hem de ayırt edici unsurlara sahip bir turizm alanı olarak tanımlanmaktadır. Dönüşüm süreci, özellikle geleneksel kitle turizmini geliştirme süreci, destinasyonlar arasında farklılıkların yok

olmasına neden olmaktadır. Yaşanan bu değişimlerin, sosyal ve kültürel olgular üzerinde önemli bir etkisi bulunmaktadır. Ancak, destinasyonun sosyal bir yapı olduğu fikri yeni olmamasına rağmen, araştırmacıların sosyo-kültürel açıdan gidilecek yer veya turistik yer/mekân üzerinde yeterince durmadığı görülmektedir. Bu kapsamda destinasyonların, büyük ölçüde pazarlamanın yarattığı bir anlatı olduğunu; süreçler tarafından yapılandırılmış ve sosyal eylemler yoluyla tecrübe edilmiş yerler olduğunu söylemek mümkündür (Framke, 2002).

Destinasyonlar coğrafya, pazarlama, müşteri ve sosyo-kültürel yaklaşımlar açısından değerlendirildiğinde, çok boyutlu karmaşık yapısının ve çeşitli değişkenlerle olan ilişkisinin varlığı tanımlanmasını zorlaştırmaktadır. Turizmin, destinasyonun olası birçok algısından yalnızca biri olarak görülmesi destinasyon kavramının anlaşılmasını daha da kolaylaştıracaktır. Destinasyonlar, geniş bir yelpazede motivasyonlar, tercihler ve kültürel unsurlara sahip olan; ev sahibi toplumla iletişim kuran bireylerin deneyimlerini, birçok ürünün pazarını ve yönetimini bir arada bulunduran bölgelerdir (Edwards vd., 2008). Bununla birlikte, destinasyonun, seyahat güzergâhlarına, kültürel geçmişine, ziyaret amacına, eğitim düzeyine ve geçmiş deneyimlerine bağlı olarak turistler tarafından öznel olarak yorumlanabilen algısal bir kavram olabileceği giderek daha fazla kabul görmektedir (Buhalis, 2000, s. 97).

2.1.1. Destinasyonların Özellikleri

Turizm; kültürler, ekonomiler ve toplulukların sosyal hayatını kapsayan yerler ve mekânlarla ilgilidir. Turizmde üretim, tüketim ve deneyimsel özellikler birbiriyle bağlantılı bir şekildedir. Turizm üretiminin ve tüketiminin karmaşık süreçleri, ilişkiler, topluluk ve çevresi, bölge veya ülke olarak destinasyonlara bağımlı bir şekildedir (Saraniemi ve Kylänen, 2011). Destinasyonlar ise, ürünler, hizmetler ve deneyimlerin birleşiminden oluşmaktadır. Bununla birlikte, destinasyonlar turizmin bölgesel olarak etkilerini değerlendirmeye ve tüm paydaşlar için faydaları en üst düzeye çıkarabilmede talep ve tedarik sistemini yönetmeye olanak sağlamaktadır (Buhalis, 2000, s. 98).

Bir bölgenin turizm destinasyonu olarak nitelendirilebilmesi için bazı temel özelliklere sahip olması gerekmektedir (Bkz. Tablo 2.2). Bütün destinasyonlar belirli ortak özelliklere sahiptir ve bu özelliklerin tanınması, destinasyonların gelişimini ve tasarımını

kolaylaştırmaktadır (Howie, 2003). Turizm sisteminin temel bileşeni olan destinasyon; sosyal/doğal kaynaklar, kültür, ulaşım, tesisler, hizmetler, diğer alt yapılar gibi çok yönlü unsurlar ve cazibe merkezlerinden oluşmaktadır. Destinasyonun bu özellikleri, hem turizm çıkış noktası-varış sisteminde (origin-destination system) hem de turizm fonksiyonel sisteminde (functioning system) önemli bileşenler olarak görülmektedir (Yoon, 2002).

Tablo 2.2. *Destinasyonların özellikleri*

Smith (1995, s.199)	○ Destinasyonlar, bölgesel açıdan kimlik duygusu yaratan kültürel, fiziksel ve sosyal özelliklere sahip olmalıdır. ○ Destinasyonlar, turizm işletmelerini desteklemek ve turist ihtiyacını karşılamak için gerekli kamu hizmetlerini, yolları, iş hizmetlerini ve diğer sosyal hizmetleri içeren yeterli bir turizm altyapısını içermelidir. ○ Destinasyonlar, sadece bir topluluktan veya bir cazibe noktasından daha büyük olmalıdır. ○ Destinasyon, mevcut turistik yerleri içermeli veya turist çekmek için yeterli cazibe merkezlerinin gelişimini destekleme potansiyeline sahip olmalıdır. ○ Destinasyon, gelecekteki gelişimi yönlendirecek ve teşvik edecek bir turizm planlama ajansını ve pazarlama girişimlerini destekleyebilmelidir. ○ Destinasyon geniş bir nüfus tabanına erişebilmelidir. Erişilebilirlik yol, hava yolcu servisi veya yolcu gemileri olabilir.
Mathieson ve Wall (1982'den aktaran Howie, 2003, s.74)	○ Doğal çevresel özellikler ve süreçler ○ Ekonomik yapı ve ekonomik gelişim ○ Sosyal yapı ve kurumlar ○ Politik örgütlenme ve turist gelişiminin düzeyi
Davidson ve Maitland (1997, s.4)	○ Çeşitli kaynaklara, ürünlere, hizmetlere ve sahiplik şekillerine dayanan karmaşık ve çok boyutlu bir turizm ürünü ○ Turizmin çeşitli yönleriyle çelişen veya bunlarla çelişen diğer sosyal ve ekonomik faaliyetler ○ Bir ev sahibi topluluk; Kamu otoriteleri ve / veya planlama ve yönetim sorumluluğu bulunan seçilmiş bir kurul ○ Aktif özel sektör
Morrison (2013, s.4)	○ **Yönetimsel sınır veya sınırlara sahip olan coğrafik bölge:** Dünyanın en büyük ülkesi olan Rusya veya en küçük ülkesi olan Monako ve Vatikan şehrine göre değişim göstermektedir. Eyaletler, iller, bölgeler, ilçeler ve şehirler bireysel olarak ülkeler için destinasyon olabilmektedir. ○ **Gecelemek için turistlerin konakladığı bölge:** Geleneksel olarak bilinen otellerin veya birden farklı konaklama türünün olduğu bölgeler. ○ **Turistler için elverişli olan destinasyon karması**: Turistler için konaklama hizmetleri ve yiyecek içecek olanakları sunan bölgeler. Turistleri bölgeye çekmek için önemli olan çekicilikler ve etkinliklerdir. Ulaşım, altyapı ve misafirperverlik kaynakları turistler destinasyon karmasının diğer unsurlarıdır. ○ **Turizm pazarlama çabalarının varlığı:** Turistlere bölgenin pazarlanması ve tanıtımı için adımların atılması.

Tablo 2.2. *Destinasyonların özellikleri (Devam)*

	○ **Koordine organizasyon yapısının oluşturulması:** Destinasyon yönetim örgütlerinin bölgedeki turizm çabalarını koordine etmesi ve yönetmesi. ○ **Turistlerin aklında bölgenin imajının var olması:** İnsanların bölgenin turizm açısından neler sunduğuyla ilgili algıları bulunmaktadır. İmaj doğru veya yanlış olabilir. ○ **Hükümet yetkililerinin yasa ve düzenlemeler gerçekleştirmesi:** Farklı turizm yaklaşımlarını kontrol etmek için yasalar ve düzenlemelerin yapılması. ○ **Turizm paydaşlarının varlığı:** Özel sektör işletmeleri, devlet kurumları, kâr amacı gütmeyen kuruluşlar, bireyler ve diğer kişilerin turizme ilgisinin olması.

Araştırmacılar tarafından tanımlanmış olan destinasyon özellikleri incelendiğinde (Bkz. Tablo 2.2) bütün destinasyonların temelde ortak özelliklere sahip olduğunu söylemek mümkündür. Buna karşın, iki destinasyonun aynı olduğunu söylemek mümkün değildir. Destinasyonlar birden fazla turizm türünü barındıran bölgelerdir. Dolayısıyla, turistlerin destinasyonları farklı amaçlar doğrultusunda tercih etmesi, çoğu destinasyonun sahip olduğu temel çekicilikler kapsamında, çeşitli kategoriler doğrultusunda sınıflandırılmasına yön vermektedir. Bu kapsamda destinasyon türleri aşağıdaki gibidir (Buhalis, 2000, s. 102; Howie, 2003, s.78):

- Şehirler, tarihi, kültürel ve turist şehirleri (Londra, New York, Barselona, İstanbul vb.)
- Köyler ve küçük kasabalar (Şirince, Bra vb.)
- Sahil destinasyonları ve tatil merkezleri (Florida, California, Karayipler, Goa, Bali, Antalya vb.)
- Korunan alanlar, doğa temelli kırsal bölgeler (Nemrut Dağı, Yedigöller, Yellowstone, Grand Canyon vb.)
- Bölgeler (Kuzey Avrupa, Galler vb.)
- Ülkeler (Asya, Güney Amerika ve Afrika vb.)
- Kış turizmi destinasyonları (Everest, Alpler, Uludağ vb.)
- Benzersiz-Egzotik-Özel Destinasyonlar (Butan, Mauritius ve Seyşel Adaları vb.)

Turistlerin destinasyonları seyahat amaçları doğrultusunda tercih etmesi, destinasyonların çeşitli kategoriler halinde algılanmasına ve bölünmesine yol açabilmektedir. Örneğin, Londra bir Alman turistin iş seyahati için destinasyon olabilirken, Avrupa ülkeleri yalnızca gezmek amacıyla seyahat eden Japon turist için destinasyon olabilir. Bazı gezginler bir yolcu gemisinin destinasyon olduğunu düşünür, bazıları ise aynı yolculuğu, liman boyunca ziyaret edilen limanlar olarak algılayabilir. Genellikle destinasyonlar, turistlerin tercihlerini veya turizm endüstrisi işlevlerini dikkate almayan coğrafi ve politik engeller nedeniyle yapay olarak bölünmektedir. Fransa, Avusturya, İsviçre, İtalya tarafından paylaşılan Alpler, aynı ürünün bir parçası olarak kayakçılar tarafından tek bir destinasyon olarak algılanır ve tüketilir (Buhalis, 2000).

2.1.2. Destinasyon Unsurları

Turizm, çıkış (orijin) ve varış (destinasyon) noktasından oluşan iki temel bileşenden oluşmaktadır. Çıkış noktası turizm talebini (turistleri temsil eden), varış noktası ise doğal kaynaklar, kültürel cazibe merkezleri ve tarihi eserler gibi unsurları içeren turizm arzından oluşmaktadır (Uysal, 1998). Destinasyon arz ve talep unsurları, ulaşım, bilgi, pazarlama bileşenleri, turistin nereye gideceği ne kadar süre kalacağı ve ne yapılacağı ile ilgili kararları alabilmesini sağlayan bağlantılardır. Bu bağlantılar ayrıca, sektörün tanıtım, ürün geliştirme ve fiyatlandırma stratejileri yoluyla, potansiyel müşterilerin kararlarını doğrudan etkilemesine de olanak sağlamaktadır (Fesenmaier ve Uysal, 1990'dan *aktaran* Formica ve Uysal, 2006, s. 418).

Alanyazında, arz ve talep unsurlarının araştırmacılar tarafından farklı biçimlerde ele alındığı ve büyük ölçüde arz unsurları üzerinde durulduğu görülmektedir. Jafari (1982) turizm arzını üç unsura ayırmaktadır: turizm odaklı unsurlar, yerleşim odaklı unsurlar ve arka plan turizm unsurları. *Turizm odaklı unsurlar;* konaklama, yemek servisi, ulaşım, seyahat acenteleri ve tur operatörleri, eğlence ve diğer seyahat hizmetlerini içerir. Turistler varış yerlerinde kalış sürelerini uzadıkça, hastaneler, kitapçılar ve berber dükkânlarını içeren *yerleşim odaklı unsurların* kullanımını arttırabilirler. Turistler, yerel işletmelerden yararlandığı gibi, sıklıkla seyahat etmelerinin temel nedenleri olan, doğal, sosyo-kültürel ve insan yapımı çekicilikleri kapsayan *arka plan turizm unsurlarını* da deneyimlemektedirler.

Şekil 2.1. *Destinasyon unsurları (Jensen-Verbeke, 1986, s. 86)*

Jensen-Verbeke (1986) ise destinasyon unsurlarını arz yönlü ele alarak açıklamıştır (Bkz. Şekil 2.1). Destinasyon unsurlarını birincil, ikincil ve ek unsurlar olarak sınıflandırmıştır. *Birincil unsurlar*, çekicilikler, aktiviteler, faaliyetlerdir. Destinasyonun bu özellikleri turistlerin bir bölgeyi ziyaret etmesini sağlayan temel unsurlardır. Bu unsurlar, kültürel olanaklar, fiziksel karakteristikler, eğlence ve spor olanakları ve sosyo-kültürel özellikleri içermektedir. *İkincil unsurlar*, konaklama için otelleri ve yeme-içmeyi kapsayan unsurlardan oluşmaktadır. *Ek unsurlar*; turistik bölge destek hizmetlerinden, otel, restoran,

havaalanlarına ve turistik faaliyetlere ziyaretçilerin kolay ulaşmasını sağlamaya yönelik bölge yönetiminden oluşmakta ve park imkânları, yönlendirme levha ve rehberleri, haritalar ve turistlere sunulan imkânların erişilebilirliğini kolaylaştıran diğer hizmetleri içermektedir. Günümüzde bu unsurlara ek olarak internet eklenebilir (Jensen-Verbeke,1986, s. 85-87).

Smith (1994), destinasyon unsurlarının seyahat deneyimi yaratmada rolü olduğunu belirtmektedir ve unsurların turistler için deneyimsel bir çıktı üretebileceğini savunmaktadır. Destinasyonlar temelde eş merkezli daire şeklinde beş unsurdan oluşmaktadır. Bu unsurlar, çekirdekten kabuğa doğru olarak; *fiziksel çevre, hizmet, misafirperverlik, seçim özgürlüğü* ve *katılım*dan oluşmaktadır. Her bir unsurun turistlerin ihtiyaçlarını karşılamadaki başarısı, her bir unsurun diğerleriyle tasarlanma ve bütünleştirilme şekliyle belirlenmektedir. Turizm unsurları, beş unsurdan oluşan basit bir kombinasyon değildir ve unsurlar arasındaki etkileşimin sonucu oluşmaktadırlar (Smith,1994, s. 588). Bu unsurlar aşağıdaki gibi açıklanmıştır:

Fiziksel Çevre: Herhangi bir turizm ürününün çekirdeği; doğal kaynak veya şelale, yaban hayatı veya tatil köyü gibi olanakları kapsayan fiziksel çevreden oluşmaktadır. Ayrıca, hava durumu, su kalitesi, kalabalık ve turizm altyapısının durumu gibi unsurlar fiziksel çevrenin koşullarını ifade etmektedir. Arazi, su, binalar, teçhizat ve altyapı, turizmin dayandığı doğal ve kültürel kaynakları sağlamaktadır. Bununla birlikte, fiziksel tasarımların turistlerin deneyimi üzerinde önemli bir etkisi bulunmaktadır. Fiziksel çevrenin kalitesi; kullanıcının deneyimini artırıp artırmadığı, çevrenin korunması, ürünün çeşitli fiziksel yetenekleri veya kısıtlamaları olan turistler için erişilebilir hale getirip getirilmediğiyle değerlendirilebilir.

Hizmet: Fiziksel çevrenin, turistler açısından faydalı olması için hizmetlerin oluşturulması gerekmektedir. Bu bağlamda "hizmet", turistlerin ihtiyaçlarının karşılanmasında ihtiyaç duyulan özel görevlerin yerine getirilmesini ifade etmektedir. Bir otel, otel olarak çalışmak için yönetim, ön büro operasyonu, temizlik, bakım, yiyecek ve içecek bölümlerine ihtiyaç duymaktadır. Dolayısıyla, hizmet kalitesi, bir çalışanın performansı, işini yapmak için sahip olması gereken teknik bilgi türlerini ve seviyesini belirleyen objektif kriterlere göre gözlemlenerek ölçülebilir.

Misafirperverlik: Hizmetin kaliteli olması, turistlerin destinasyonu tercih etmesinde tek başına yeterli değildir. Bu noktada, misafirperverlik turistlerin tercihi üzerinde büyük ölçüde

etkili olmaktadır. Hizmet, bir görevin teknik olarak yetkin performansı iken, misafirperverlik, görevin yerine getirildiği tutum ya da üsluptur. Örneğin, ön büro personelinin hizmeti otel misafirlerinin verimli bir şekilde iletmesi anlamına gelirken, bu hizmet bir gülümseme, gerçek sıcaklık ve yerel restoranlar hakkında bilgi gibi, diğer konukların ihtiyaçları karşılandığında da misafirperverlik ortaya çıkmaktadır.

Seçim özgürlüğü: Deneyimin tatmin edici olması için turistlerin kabul edilebilir bir dizi seçeneğe sahip olması gerekmektedir. Seçim serbestliği derecesi, seyahatin zevk, iş, aile meselelerine bağlı olarak değişim göstermektedir. Ayrıca, seçim özgürlüğü turistlerin bütçesine, önceki deneyimlerine, bilgisine, seyahat acentasına bağlı olarak değişmektedir.

Katılım: Birçok hizmet ürününün ortak özelliği, tüketicilerin bir dereceye kadar hizmet sunumuna katılmalarıdır. Bu durum, turizm ürünleri için de geçerlidir. Tüketicilerin turizm ürünlerini üretim sürecine katılımının temelinde, kabul edilebilir bir fiziksel tesis, iyi hizmet, misafirperverlik ve seçim özgürlüğünün birleşimi yatmaktadır. Bu unsurlar, seyahat hizmetlerine fiziksel, entelektüel ve/veya duygusal katılım için zemin hazırlar. Turizm için katılım, sadece fiziksel katılım değil, zevk ya da iş için faaliyete odaklanma anlayışıdır.

Turizm sistemi kendi içinde, kilit faktörlere, yani turizm ürününü ve turistik imajı şekillendiren temel ve tamamlayıcı turizm ürünü, bölgenin içsel ve dışsal erişilebilirliği gibi sistemlere bölümlendirilmiştir. Turizm çekicilikleri ve turizm ürünleri üzerinde büyük bir etkisi olan özel ve kamu sektörünün etkileri olmadan sistem işe yaramamaktadır. Van Der Berg vd. (199) destinasyonların sahip olması gereken unsurları beşe ayırmaktadır. Bu unsurlar:

Temel turizm ürünü: Turistlerin destinasyonu tercihinde etkili olan, bölgeye ait çekicilikleri içermektedir. Bu ürünler; doğal alanlar (sahiller, göller, dağlar ve nehirler), tarihi alanlar (tarihi semtler), kültürel alanlar (müzeler ve mimari), rekreasyonel çekicilikler (temalı parklar) ve kültürel etkinlikler (festivaller).

Tamamlayıcı turizm ürünü: Destinasyonda kalmak isteyen turistlere ve temel ürünlerin tamamlayıcı ikincil turizm ürünü vasıtasıyla sağlanan olanaklardır. Bunlar; konaklama tesisleri, yeme-içme hizmetleri, alışveriş, serbest zaman ve turist hizmetleri gibi olanakları içermektedir. Tamamlayıcı turizm ürününün olmaması halinde turistlerin destinasyonu

ziyaretleri bir günü aşmayacaktır. Bu unsurlar turizmi deneyimine artı bir değer kazandırmaktadır.

Dışsal erişilebilirlik: Turistlerin ülke dışından destinasyona ulaşabilmeleri için kolay ve ulaşılabilir seçenekler gereklidir. Havaalanları genellikle ulaşımın temelidir. Diğer ulaşım araçları liman, erişilebilir karayolu ve uluslararası tren sistemi ulaşılabilirliği önemli ölçüde geliştirmektedir.

İçsel erişilebilirlik: Destinasyon içinde bir yerden bir yere gitmek ve şehrin etrafında dolaşabilmek için turistlere elverişli koşulların sağlanması gerekmektedir. İyi bir toplu ulaşım, anlaşılır yön işaretleri ve haritalar turistlerin deneyimlerini daha etkili ve zevkli hale getirir.

İmaj: Destinasyon imajı turistlerin tekrar ziyaret etmesinde önemli rol üstlenen en etkili faktörlerden biridir. Bir yeri ziyaret etmekte kararsız kalan insanlar muhtemelen iyi imajı olan turistik bölgeyi tercih edecektir.

Araştırmacılar tarafından destinasyon arz unsurları farklı biçimlerde açıklanarak sınıflandırılmıştır. Ancak, destinasyonlar turistlerin tercihleri kapsamında çeşitlilik gösterse de temelde ortak unsurlara sahiptir. Bu kapsamda, Buhalis (2000, s.98) destinasyonlarda bulunması gereken unsurları altı ana başlık altında ele alarak açıklamıştır. Bu unsurlar:

Çekicilikler; doğal kaynaklar, kültürel zenginlikler, insan eliyle yapılmış kaynaklar, yapay yapılar, özel etkinlikler vb.

Erişilebilirlik; yollar, terminaller, otoparklar ve araçlardan oluşan tüm ulaşım sistemi, internet

İmkânlar; konaklama, yiyecek-içecek, taşıt kiralama ve diğer turist hizmetleri,

Paket ürünler; aracılar tarafından önceden hazırlanmış her türlü paket ürün,

Etkinlikler; müşterilerin tatilleri süresince yararlanabilecekleri her türlü etkinlik,

Diğer destek hizmetler; bankalar, iletişim araçları, hastaneler, postaneler, haber ajansları vb.

Bir sistem olarak turizmin iki temel bileşeninden bir diğeri olan çıkış (orijin) turizm talebine karşılık gelmektedir. Turizm talebi, seyahat eden veya etmek isteyen, turistik olanaklardan yararlanan, yaşadıkları yerden ve iş ortamından uzak yerlere seyahat eden

toplam kişi sayısıdır (Mathieson ve Wall, 1982). Bununla birlikte, turistlerin kendi özel tatil ihtiyaçları ile ilgili olarak tatmin elde etmek için, seyahat öncesinde ve sonrasında, destinasyon hakkında sahip olduğu hisleri, inançları ve düşünceleri yansıtmaktadır (Hu ve Ritchie, 1993).

Turizm talebi, turistleri temsil etmekte; gerçek talep, potansiyel talep ve ertelenmiş talepten oluşmaktadır. *Gerçek talep,* seyahat eden ve turizm hizmetlerinde yararlanan kişilerden oluşmaktadır. *Potansiyel talep,* seyahat etmek isteyen fakat zaman bulamama veya diğer etkenlerden dolayı seyahat edemeyenlerden oluşmaktadır. *Ertelenmiş talep* ise, seyahat etme kapasitesine sahip, ancak çeşitli unsurlar nedeniyle seyahat edemeyenlerden oluşmaktadır (Cooper vd., 1998).

Turizm talebinin ölçülmesinde dört temel kriterden yararlanılmaktadır. Bunlar: (1) turist kriteri: gelen turist sayısı, turist ziyaret sayısı ve ziyaret oranı; (2) maddi ölçüt: turist harcamalarının düzeyi ve harcamaların gelir içindeki payı; (3) zaman harcama kriteri: kalış süresi; (4) mesafe-seyahat kriteri: mil veya kilometre cinsinden mesafe (Song vd., 2010). Talep ölçüm kriterlerinden, genellikle bir destinasyonun diğerinden daha çekici olduğunun belirlenmesinde yararlanılmaktadır. Çünkü, diğer destinasyon daha fazla turist almakta, daha fazla turizm geliri elde etmekte veya turistleri daha uzun süre kalmaya teşvik etmektedir (Oppermann, 1994).

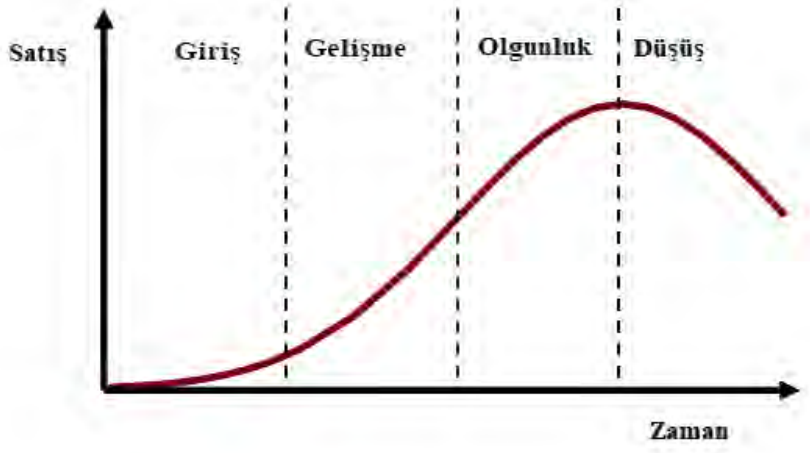
Turistler genel anlamda destinasyonların iten ve çeken özelliklerini göz önüne alarak seyahat etmektedir. Turizm talebini etkileyen unsurlar ise iten faktörlerdir. İten faktörler, turistlerin sosyo-psikolojik yapısı ve serbest zaman aktivitelerine katılımını sağlayan talep üzerinde etkili olan faktörlerdir. Yeni yerler görme, kaçış ve rahatlama gibi unsurlar seyahat tercihi üzerinde etkili olmaktadır. Turistler bir destinasyonun çekiciliğini belirleyen nihai hakimlerdir. Belirli bir destinasyon hakkındaki algıları, bir turizm merkezi olarak başarısını veya başarısızlığını belirlemektedir. Algılar, turistin aklındaki gerçeğe uygun olduğu için, genel çekiciliğinin tanımlandığı belirli bir alanda ne kadar turizm kaynağının mevcut olduğu önemli değildir (Echtner ve Ritchie, 1993'ten *aktaran* Formacia, 2000, s. 3).

Arz ve talep tarafları arasındaki bağlantılar ve etkileşimler turizm sisteminin anlaşılmasında önem arz etmektedir. Reklam, tanıtım kampanyaları, hizmet kalitesi, sunulan hizmet ve olanaklar turizm talebini ve turist akışını etkileyebilmektedir. Seyahat ve boş

zaman deneyiminin gerçekleşmesinde talep ve arz arasındaki etkileşim etkili olmaktadır (Uysal, 1998, s. 83-84). Ayrıca, turistlerin deneyimlerinin kalitesi, arz tarafının sağladığı hizmet ve tesislerin kalitesi doğrudan aradaki ilişkiyi etkilemektedir. Turistlerin destinasyon deneyimlerini ve etkinliklerini esas alarak ifade ettikleri turist memnuniyeti seviyesi, destinasyonun talep pazarlarına, tecrübe ve faaliyet türü sunma yeteneğine bağlıdır (Ryan, 1995).

2.2. Yaşam Döngüsü Kavramı

Yaşam döngüsü kavramı, ekonomi, pazarlama, kentsel çalışmalar ve coğrafya gibi çeşitli araştırma alanlarında gelişim ve değişim sürecinin incelenmesinde yaygın olarak kullanılan bir kavramdır (Oppermann, 1995, s. 536). Başlangıçta, biyolojide bir türün bireylerinin farklı nesiller arasında yenilenme, gebe kalma, doğum, yeniden üretim ve yeniden doğuş aşamalarını içeren dairesel döngüsünü açıklamada kullanılmıştır. Yaşam döngüsü, S-şekillidir ve dört aşamadan oluşmaktadır. İlk aşama, yavaş gelişme, sonra hızlı gelişme, üçüncü aşama ise duraksama ve son aşama olarak düşüş şeklinde özetlenebilir. Benzer bir yaşam döngüsünü, pazar geliştirme aşaması, büyüme aşaması, olgunluk aşaması ve düşüş aşaması olan ürünler de yaşamaktadır. 1960'larda yaşam döngüsü eğrisi, iş dünyası tarafından bir ürünün satış eğrisini zaman içinde modellemek için kullanılmıştır (Levitt, 1965'ten *aktaran* O'Hare ve Barnett, 1997).



Şekil 2.2. *Ürün yaşam döngüsü eğrisi (Kotler, 2003)*

Yaşam döngüsü eğrisi, insanlar gibi ürünlerin de bir yaşam döngüsüne sahip olduğunu ileri sürmektedir. Model, ürünlerin sınırlı bir ömre sahip olduğunu, ürün satışlarının farklı aşamalardan geçtiğini ve ürünlerin yaşam döngüsünün her aşamasında farklı pazarlama stratejileri gerektirdiğini varsaymaktadır (Bkz. Şekil 2.2). Ürün yaşam döngüsü eğrisi, iş stratejisi ve kurumsal performans üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Ürünlerin herhangi bir canlı organizma gibi piyasada (giriş, büyüme, durgunluk ve düşüş) birkaç aşamadan geçtiğini varsayar. Başlangıçta büyüyen satış aşaması genellikle ürünün artan bilgisi ve alıcının yeni ürünlere olan merakıyla belirlenir. Buna karşılık, olgunluk ve durgunluk aşamaları piyasa doygunluk ile ilişkilendirilir (potansiyel pazar zaten ürünü bilir veya denemiştir), sadakat ve tekrarlanan tüketim bağımlılığı artırır. Son olarak, daha iyi veya daha ucuz bir ürün ortaya çıktığında ürünün düşeceği varsayılmaktadır (Casasnovas ve Rosselló, 2010). Benzer bir yaklaşımdan destinasyonların turizm gelişim sürecinin açıklanmasında da yararlanılmaktadır. Bu yaklaşım, destinasyonları turizm ürünü olarak ele almaktadır. Destinasyonlar, işletmeler, topluluklar, insanlar ve yer ile sosyal etkileşim yoluyla sağlanan ürünleri içeren deneyimlerin toplamından oluşmaktadır. Dolayısıyla, destinasyonlar da ürünler gibi büyüme, gelişim ve olgunluk sürecinden itibaren yükselip düşüşe geçmektedir (Ho ve Mckercher, 2016).

2.2.1. Destinasyon Yaşam Döngüsü Modelleri

Destinasyonlarda turizmin gelişim göstermesiyle birlikte coğrafyacılar yaşam döngüsü kavramını destinasyonlara uygulayarak popüler hale getirmiştir. Turist destinasyonlarının da tipik bir S-şekilli büyüme eğrisi veya yaşam döngüsü boyunca ilerlediği kabul edilmiştir. Destinasyonlarda turizm gelişimiyle ilgili çalışmalar öncelikle Gilbert (1939) ve Christaller (1963) tarafından ortaya konulmuştur. Sonrasında, Plog (1974), Doxey (1975) ve Butler (1980) tarafından yaşam döngüsü modelleri oluşturulmuştur. Gilbert (1939) İngiltere'deki destinasyonların gelişimiyle ilgili genel ve teorik bilgileri ilk kez ortaya koymuştur. Beşerî coğrafya alanında uzman olan Gilbert (1939) İngiltere'deki sağlık merkezleri ve adalar için ilk destinasyon yaşam döngüsü kavramını ortaya koymuştur. Christaller (1963) ise destinasyon yaşam döngüsüyle ilgili çalışmasında ressamların boyamak için dokunulmamış ve sıra dışı yerler aradıklarını ve buldukları yerlere bir süre sonra şairler, film dünyasının ünlüleri, gurmeler gibi bir sanatçı kolonisinin geldiğini, artan ilginin ardından otelleşme ve

ticarileşme süreçlerinin başladığını belirtmektedir. Bu aşamadan sonra bölgeye hizmet sunmak üzere işçilerin, ziyaret etmek üzere özgün ziyaretçilerin ve ticari sanatçıların geldiğini, bölgenin popülerleşerek seyahat acentelerinin ilgisini çektiğini ve artık sadece paket turlar düzenlediğini belirtmiştir. Her iki coğrafyacı, biyoloji, fiziki coğrafya yaşam döngüsü ve büyüme eğrisi modelinin birlikte ele alındığı bir bölgedeki keşif, büyüme ve yaşlılık dönemlerini kapsayan üç aşamalı turizm evrimini ortaya koymuştur (Davies, 1899).

Gilbert (1939) ve Christaller (1963) destinasyonun gelişim sürecini fiziki coğrafya, biyoloji ve büyüme eğrisi yaklaşımı bağlamında incelemiştir. Ancak, diğer araştırmacılar farklı alanlardan ve yaklaşımlardan yararlanarak destinasyon gelişim sürecini açıklamıştır. Bu kapsamda, Plog (1974) sosyal psikolojiden yararlanarak destinasyonlardaki turizm gelişim sürecini turistlerin psikografik özellikleri bağlamında açıklamıştır. Doxey (1975) sosyoloji alanından yararlanarak, turizm gelişim sürecini yerel halk ve turistler arasındaki ilişki bağlamında açıklamıştır. Butler (1980) ise pazarlama bakış açısıyla bir ürün olarak ele aldığı destinasyonun gelişimini, Gilbert (1939) ve Christaller (1963), Plog (1974), Doxey (1975) yaşam döngüsü modellerinden yola çıkarak, altı aşamalı turizm bölgesi yaşam döngüsü modeliyle açıklamıştır. Butler, destinasyonların gelişimini gelen turist sayısı ve zaman odaklı olarak açıklamıştır. Plog (1974), Doxey (1975) ve Butler (1980) destinasyon yaşam döngüsü modellerine aşağıda detaylı bir şekilde yer verilmiştir.

2.2.1.1. Plog'un Psikografik Eğrisi

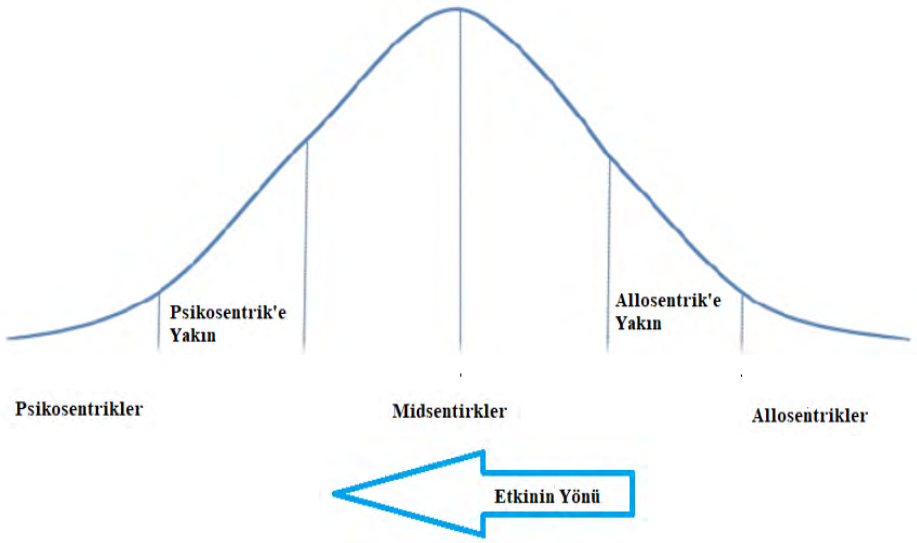
Plog (1974) tatil döngüsünün bir başka görüntüsü olan destinasyonun yükseliş ve düşüşünün ağırlıklı olarak ziyaretçilerin psikolojisine bağlı olduğunu ileri sürmüştür. Temel olarak bu unsurları sosyal psikolojiye dayandırmaktadır. Plog'a göre destinasyonlar, yaşam döngüsü boyunca gelişir ve önce maceracıların ilgisini çeker, ardından aşamalı olarak daha az maceralı turistlerin ilgisini çekmektedir. Modelde Plog (1974) üç ana turist türünü tanımlamaktadır: allosentrik, mid-sentrik ve psikosentrik (Bkz. Şekil 2.3).

Allosentrikler, bir yeri ziyaret eden ya da keşfeden ilk kişilerdir, çünkü bunlar üç türün en maceraperestidir. Keşif ve yeni deneyimlerin tadını çıkarırlar. Yeni ve sıra dışı alanları keşfetmeyi tercih ederler. Yabancı veya farklı kültürlerden insanlarla tanışmaktan zevk alırlar. Zincir oteller yerine daha küçük butik tarzı otellerde konaklarlar. Önceden

hazırlanmış planlar yerine; bir bölgeyi keşfetme, kendi düzenlemelerini yapma, çeşitli etkinlikleri ve turistik yerleri seçme özgürlüğüne sahip olmayı tercih ederler.

Midsentrikler, makul, öngörülebilir, erişilebilir ve konforlu alanlar ararlar. Popüler olmuş ya da olmaya başlamış yerler ilgilerini çeker. Bu turist kategorisi, allosentrik ve psikosentrikler arasında kalanları kapsamaktadır. Bu orta gruptaki turistlerin bazıları daha maceracı, bazıları ise daha ihtiyatlı olmaya eğilimlidir. Bununla birlikte, çoğunlukla, rahatlamak, doğal ve tarihi yerleri görmek, arkadaş ve akrabalarıyla keyifli sosyal etkileşim için seyahate çıkmaktadırlar.

Psikosentrikler, çok az seyahat eden, bölgede daha az vakit geçiren ve çok daha az para harcayan kişilerden oluşur. Bu kategoriye giren turistler genellikle maceraperest değildir. Rahatlayabilecekleri, ne tür yiyecek ve aktiviteler bekleyeceklerini bildikleri tanıdık seyahat noktalarına gitmeyi tercih ederler. Bu tür turistler varış yerlerine gitmeyi, tipik konaklama tesislerinde kalmayı ve aile tipi restoranlarda yemek yemeyi ve daha çok önceden planlanmış tatilleri tercih ederler.

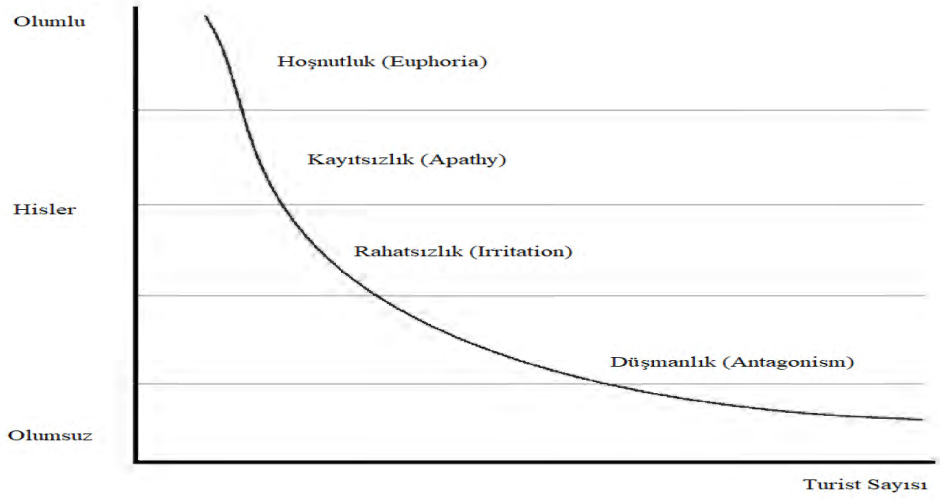


Şekil 2.3. *Plog'un psikograifk eğrisi* ***(****Plog, 2001)*

2.2.1.2. Doxey rahatsızlık indeksi modeli

Doxey (1975) yerel halkın tutumlarına ilişkin olarak "Rahatsızlık İndeksi" modelini ortaya koymuştur. Doxey (1975) modelinde, turizm gelişimiyle ve yerel halkın değişen tutumu arasında ilişki olduğunu belirtmektedir (Bkz. Şekil 2.4). Yerel halkın turizme karşı

tutumları, artan turist sayısı ile ortaya çıkan: hoşnutluk (Euphoria), kayıtsızlık (Apathy), rahatsızlık (Irritation) ve düşmanlık (Antagonism) şeklinde dört aşamadan oluşmaktadır (Mason ve Cheyne, 2000).



Şekil 2.4. *Doxey rahatsızlık indeksi (Doxey, 1975)*

Hoşnutluk (Euphoria): Bu aşamada destinasyona gelen turist sayısı az bir seviyededir. Allosentrikler olarak nitelendirilen turistler yerel halk tarafından misafir olarak görülmektedir. Destinasyon turizm açısından tam olarak gelişim göstermemiştir. Turistlere yönelik mal ve hizmet bulunmamaktadır.

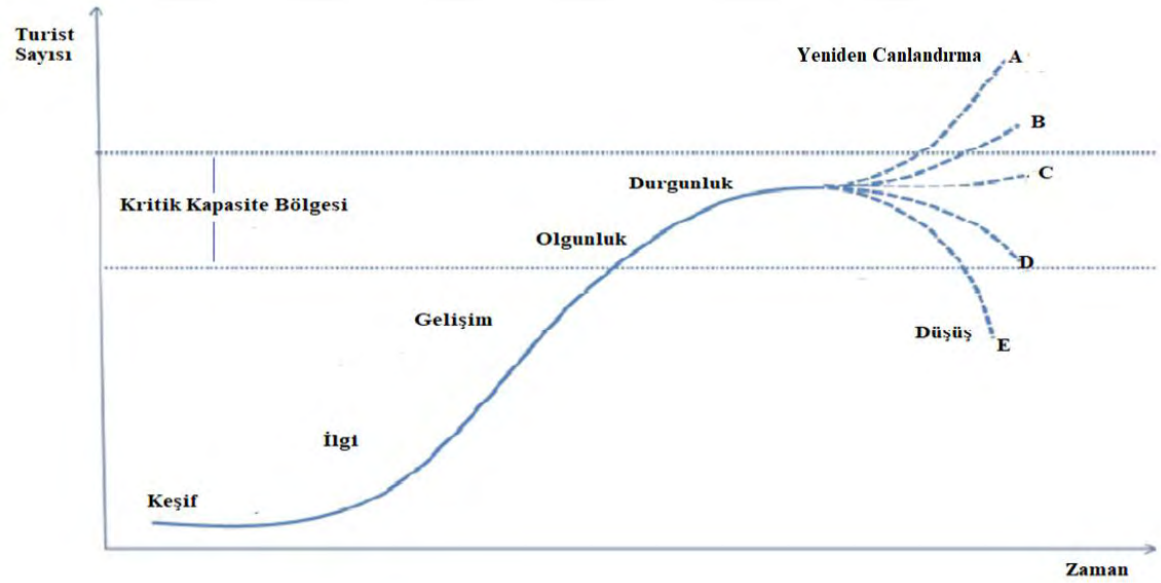
Kayıtsızlık (Apathy): Turist sayısının artış göstermesiyle birlikte turistlere yönelik mal ve hizmetin sunulmaya başlandığı aşamadır. Yerel halk ile turistler arasındaki ilişki ticari düzeydedir. Bölgeyi midsentrik ziyaretçiler tercih etmektedir.

Rahatsızlık (Irritation): Turizmin destinasyonda gelişim göstermesiyle birlikte turist sayısının artması ve bölgenin giderek kitle turizmi destinasyonu haline gelmektedir. Bölgeyi psikosentrikler tercih etmektedir. Bu aşamada yerel halk ve turistler arasındaki ilişki rahatsızlık düzeyindedir.

Düşmanlık (Antagonism): Destinasyonun tamamen bir kitle turizmi destinasyonu haline gelmesi, aşırı kalabalıklaşma, gürültü, taşıma kapasitesinin sosyal, ekonomik ve çevresel açıdan aşılmasıyla birlikte yerel halk tarafından turistlere karşı düşmanlık tutumunun görüldüğü aşamadır. Turistler ve yerel halk arasındaki ilişkinin düzeyi olumsuzdur.

2.2.1.3. Butler (1980) turizm bölgesi yaşam döngüsü modeli

Butler ve Brougham tarafından 1972 yılında TALC modelinin orijinali Ottawa'da bir toplantıda sunulmuştur. Bu sunumda turistik destinasyonların ne kadar geliştikleri ve taşıma kapasiteleri bakımından sınırlarına ulaştığı açıklanmıştır. Turizm destinasyonlarının büyüme ve gelişim süreci daha çok mekânsal özellikler kapsamında değerlendirilmiştir (Butler, 2004). Daha sonra Butler (1980) TALC modelini ürün yaşam döngüsüne benzer bir temel S eğrisini geliştirerek altı aşama (keşif, katılım, gelişme, olgunluk, durgunluk ve durgunluk sonrası dönem (yeniden canlandırma ve düşüş)) şeklinde açıklamıştır (Bkz. Şekil 2.5). Butler (1980), ürün yaşam döngüsü kapsamında yaşam döngüsü hususlarını uygulayarak, bir bölgenin keşfini, gelişimini, doygunluğunu izleyen ve daha sonra düşüş gösteren, altı aşamalı bir evrimsel model oluşturmuştur. Butler (1980) tarafından önerilen "Turistik Bölge Yaşam Döngüsü" modeli (TALC), turistik bölgenin sıfırdan başlamak üzere bir döngü boyunca, büyük gelişme, nihai durgunluğa ve düşüşe kadarki konumunu açıklayan bir modeldir.



Şekil 2.5. *Destinasyon yaşam döngüsü modeli (Butler, 1980, s. 7)*

Modele göre, turistler bir bölgeyi ulaşım sorunları, bölge hakkında yeterli bilgiye sahip olmamaları gibi nedenlerden kaynaklı olarak sınırlı sayıda ziyaret etmektedir. Ancak zamanla, pazarlama, bilginin yayılması, daha çok imkânın sağlanmasıyla birlikte ziyaretçi sayısında artış ve bölgenin popülerliği artmaktadır. Ziyaretçi sayısındaki artış taşıma

kapasitesinin aşılmasına yol açmaktadır. Diğer bölgelere oranla aşırı kullanım, ziyaretçilerin etkileri, destinasyonun çekiciliğinin azalması olağan ziyaretçi sayısının düşmesine yol açmaktadır (Butler, 2006).

Butler'ın varsayımsal evrimsel yaşam döngüsü modeli, her aşamayı ziyaretçi sayısı, turizm endüstrisindeki sayılar, değişimler ve bunun yerel toplumla ilişkisi açısından tanımlamaktadır. *Keşif aşaması*, Plog'un Allosentrik turistiyle birlikte ürün yaşam döngüsünün tanıtım aşamasına eşdeğer gelmektedir. Ulaşım seçeneklerinin azlığı, sınırlı sayıda ziyaretçi sayısına sahip yerel halkın sağladığı sınırlı imkânlarıyla karakterize edilmektedir. *İlgi aşaması*, turist sayısının artışıyla ölçülmektedir. Ürün yaşam döngüsünün büyüme aşamasına eşdeğer olan *gelişme aşaması*, turistik hizmetlerin hızlı bir şekilde genişletilmesi, yerel olmayan şirketlerin konaklama, doğal, kültürel ve insan yapımı cazibe merkezleri ve çok sayıda turist türü için yatırımların arttırılmasıyla karakterize edilmektedir. Bu aşamada bölgeyi tercih edenler Plog'un midsentrik turistidir. Ürün yaşam döngüsünün olgunluk evresine eşdeğer olan *olgunluk aşamasında,* turist sayısının artış hızında yavaşlama başlamaktadır, ancak toplam turist sayısında artış devam etmektedir. Turizm, ulusal veya çok uluslu kuruluşlar tarafından yönetilmektedir. Olgunluk aşamasından sonra, beş seçenek görülebilir. Destinasyonun artık moda ve sürdürülebilir olmaması ürün yaşam döngüsünün düşüş aşamasına eşdeğer olan *durgunluk* ve *düşüş aşamasında* turistlerin türü psikosentrik olarak değişmektedir (Butler, 1980). Durgunluk ve düşüşten kaçınmak adına orijinal ürün yaşam döngüsünün kapsamadığı *yeniden canlandırma* gerçekleştirilebilir. Ziyaretçi sayıları A eğrisi ile gösterildiği gibi tekrar artırılabilir. Turistik yerler, insan yapımı cazibe merkezlerinin eklenmesiyle veya daha önce keşfedilmemiş alanlardan faydalanarak yeni pazarlara hitap etmek amacıyla değiştirilebilir. Küçük değişiklikler ve kapasite seviyelerinde ayarlamalar ve kaynakların sürekli korunması, büyümenin çok daha düşük oranda devam etmesine izin verebilir (B eğrisi). Tüm kapasite seviyelerini karşılayacak yeniden düzenleme, başlangıçtaki yeniden düzenlemenin ardından aşağıya doğru daha istikrarlı ziyaret seviyesinin korunmasını sağlayacaktır (C eğrisi). Kaynakların aşırı kullanımı, eskimiş tesisin değiştirilmemesi ve diğer alanlarla rekabet edebilirliğin azaltılması, belirgin düşüşe neden olacaktır (D eğrisi) (Ho ve Mckercher, 2015). Destinasyonlarda turizmi gelişiminin aşamaları ve özellikleriyle ilgili detaylı bilgilere Tablo 2.3'te yer verilmiştir.

Tablo 2.3. *Destinasyon gelişiminin aşamaları ve özellikleri*

Aşamalar	Özellikleri
Keşif (Exploration)	● Bölgede turizmin yeni başladığı aşamadır. ● Başlangıçta bölgeyi çok az insan ziyaret eder. Maceraperest turistler bölgeyi tercih eder (Alloesentrik turistler). ● Zamanla ağızdan ağıza yapılan tanıtım faaliyetleri sonucunda maceraperest kişilerin keşfi ile alan değerli bir turizm bölgesi olmaya başlar. ● Turistlerin ihtiyaçları yerel halk tarafından karşılanır. ● Turist ve yerli halk arasındaki ilişki iyi düzeydedir. ● Turistik tanıtım ve pazarlama faaliyetleri yoktur.
İlgi (Involvement)	● Ziyaretçi sayısının artmaya başladığı aşamadır. Bu kapsamda ziyaretçilere temel olanaklar sunulmaktadır. ● Turist sayısı artarken, turist ihtiyaçlarının karşılanması için yerel halk tarafından mal ve hizmet üretilmeye başlanır. ● Turist ve yerel halk arasındaki ticari ilişki uyumludur. ● Turist sayısının artmasıyla birlikte, pazarlama faaliyetleri başlatılır. Ziyaretçiler için temel pazar alanı tanımlanabilir.
Gelişim (Development)	● Bölge tanınmaya başlanmıştır. Turist sayısında artış yaşanmaktadır. ● Turist pazar alanının iyi bir şekilde tanımlandığı ve turist dalgasının büyük reklamlarla şekillendiği aşamadır. ● Yerelin katılımı ve gelişimin kontrolü hızlı bir şekilde düşmeye başlamaktadır. ● Doğal ve kültürel çekicilikler geliştirilir ve pazarlanır. Bu doğal çekiciliklere insan tarafından yapılan olanaklar eklenir. ● Doğal çevredeki değişim belirginleşmeye başlar. Bu değişimler yerel halk açısından memnun edici değildir. ● Turist tiplemelerinde değişimler yaşanır. (Midsentrik) ● Yabancı ziyaretçilerin sayısı artmaktadır. ● Yoğun dönemlerdeki turist sayısı, yerel halkın nüfusun büyüklüğünden çok daha fazladır.
Olgunluk (Consolidation)	● Turizm, yerel ekonominin önemli bir parçası haline gelmiştir. ● Turist sayısı artmaya devam etmektedir. Ancak artış hızında azalma vardır. ● Pazarlama ve reklam çalışmaları daha geniş kitlelere ulaşır. ● Zincir işletmeler küçük ve yerel işletmelerin yerini alır.
Durgunluk (Stagnation)	● Bu dönemde büyüme eğrisi en üst noktasına çıkar. Turist sayısı maksimum düzeye ulaşmıştır. ● Artış oranı önemsenmeyecek kadar olur ve yeni bölgeler ile karşılaştırıldığında küçük de olsa bir miktar gerileme olduğu görülür. ● Bölgenin imajı iyi kurulmuştur ancak daha fazla popüler olmayacaktır. ● Yeniden ziyaretlere ihtiyaç artacaktır. Coğrafik çevreden kaynaklı olarak bölge eski olumlu imajını yitirmiştir. ● Doğal çekiciliklerin yerini yapay çekicilikler alır. ● Turist sayısından azalma vardır. Mevcut turistler elde tutulmaya çalışılır. Bölgeye gelen turistler Psikosentriklerdir.
Durgunluk Sonrası Dönem (Düşüş veya Yeniden canlandırma) **(Decline or Rejuvenation)**	**Düşüş:** ● Bu aşamada bölge yeni çekiciliklere başa çıkacak durumda değildir. Ziyaretçi sayısı azalmaya başlar. ● Bölge sayısal ve mekânsal olarak düşüş yaşayan pazar ile yüzleşecektir Bölge çekim gücünü kaybedince günübirlik ziyaretçiler tarafından tercih edilmeye başlanır. Yerel halkın turizme katılımı bu aşamada artacaktır. ● İşletmeler hızla el değiştirir.

Tablo 2.3. *Destinasyon gelişiminin aşamaları ve özellikleri (Devam)*

	Yeniden canlandırma: ● Bölgenin çekim gücü kazanmaya çalışılır. ● El değmemiş bölgeler turizme açılır. ● Turistik ürünün farklılaştırılması ve yeni pazarlara ulaşılmaya çalışılır. ● Yeniden canlandırma aşamasında yerelin ilgisi tekrar artmaktadır. ● Burada özellikle de yerel yöneticiler yeni üretim çeşitleri ve otantikliğe dönüş gibi çabalarla sektöre can vermeye çalışır. Yeniden canlandırma aşamasına çekiciliklerde değişiklik yapılmadan ulaşılamayacaktır. Yeni pazar alanı tüm turistlere hitap etmeyebilir ancak özel ilgisi olan ve aktivite gruplarına hitap edilebilir.

Kaynak: Agarwal, 1997; Butler, 2006.

Turist destinasyonu, turistlerin evden uzakta zaman geçirmeyi planladıkları bir yerdir. Bu coğrafi alan kendi kendine yeten bir merkez kadar küçük olabilir köy veya kasaba gibi ya da bir bölge, ada veya ülke kadar geniş olan destinasyon; ürün sunan tüm kuruluşları, şirketleri, bireyleri ve devlet kurumlarını ve destinasyonu ziyaret eden kişilere, doğal ve yapay kaynaklara ve ilgi çekici yerlere yönelik hizmetleri kapsamaktadır. Butler (1980), turist destinasyonunu tanımlamanın karmaşık olduğunu belirtmektedir. Destinasyonlar ürünlerin satın alınabileceği veya deneyimlenebileceği coğrafi birime karşılık gelmektedir. Butler, turizm bölgesi yaşam döngüsü modelinde destinasyonları bir ürün olarak ele almaktadır ve destinasyon gelişim modellerinin klasik yaşam döngüsü eğrisini yakından yansıttığını belirtmektedir (Choy, 1992). Destinasyonlar da ürünler gibi; büyüme süreci, daha sonra hızlı bir gelişme ve kalkınma sürecinin ardından daha yavaş büyümeye ve nihayetinde düşüşe geçmektedir. Ürün yaşam döngüsü modelinde ürün değişmeden kalır ve her dönem için farklı pazarlama çabaları ve stratejileri uygulanır. Ürün değişirse döngü tekrar başlar. Destinasyonlar ise arz ve talepteki değişimlere bağlı olarak değişimin evrimsel sürecini yaşar. Destinasyonların özellikleri veya arzı değiştiğinde yaşam döngüsü tekrar başlar (Butler, 2009).

2.2.1.3.1. Destinasyon yaşam döngüsü modeline yönelik eleştiriler

Butler'ın modeli günümüzde en çok yararlanılan modellerden biri olmasında rağmen uygulamadaki zorlukları nedeniyle eleştirilmektedir. Agarwal'a (1997) göre model, turizm gelişiminde tahmin edici bir araç olarak kullanışlıdır. Ancak, diğer gelişim aşamalarının açıklanmasında dış faktörlerin belirlenmesine de ihtiyaç duyulmaktadır. Yaşam döngüsü modelinde bütün bölgeler özellikleri itibariyle döngünün aşamalarını aynı şekilde

deneyimleyememektedir. Bunun anlamı, modelin bütün bölgelere aynı şekilde uygulanamayacağıdır. Agarwal (1997) model için öneriler sunmuştur. Yazar, modelin destinasyonun tek bir kaynağı varmış gibi uygulamasına karşı çıkmaktadır. Destinasyonun birden fazla unsuru barındırdığı ve farklı unsurlardan oluştuğunu belirtmektedir ve destinasyonların düşüş aşamasına neden girdiklerini incelemektedir. Bununla birlikte, "gerileme" aşamasından sonra "yeniden alıştırma" aşamasının modelde yer almasını önermektedir. Zimmermann (1997) modeli eleştirerek, farklı özellikleri kapsayan turizm aktivitelerinin ve çeşitli döngülerin incelenmesinde geniş bir ölçüm modelinin kullanılmasını önermektedir. Baum (1998) ise bu modele "yeniden müdahale" veya "çıkış" aşamalarının eklenmesi gerektiğini belirtmektedir.

Cooper (1992), modelin, destinasyonun bir gelişim aşamasından diğerine geçiş sürecinin tahmininde kullanılamayacağını belirtmektedir. Bunun anlamı, destinasyon planlayıcılar, politika belirleyiciler ve yöneticiler için turizmin etkilerini öngörmede ve izlemede pratik olarak yararlı bir model olamayacağı anlamına gelmektedir. Bunun yanında, destinasyonların turizmde düşüşe geçmesinin taşıma kapasitesiyle ilişkilendirilerek açıklanması modelin eleştirilen bir diğer özelliğidir (Martin ve Uysal, 1990). Taşıma kapasitesinin, öznel ve ölçümünün gerçek dünyadaki durum için belirsiz olması nedeniyle eleştirilmektedir. Modeli destinasyonda başarılı bir şekilde uygulamak için destinasyonun uzun bir süre boyunca, tercihen otuz ila kırk yıl boyunca doğru bir şekilde toplanmış doğru verilere sahip olması gerektiği varsayılmıştır (Butler, 2006). Ancak, doğru verileri almak, bu modelin kullanmanın en zor yanıdır, çünkü birçok destinasyonda, özellikle gelişmekte olan ülkelerde bu verilere ulaşmak zor olabilmektedir (Cooper, 1992). Oppermann (1998) ise modelin destinasyonun belirli bir zaman diliminde turist varışlarından ayrı olarak, turist sayıları üzerinde etkili olabilecek siyasi, sosyal ve ekonomik etkiler gibi diğer faktörleri dikkate almadığını belirtmektedir.

TALC modeli "yaşam döngüsü" ile ilgili olarak "turizm alanı" ile "turizm ürünü" arasındaki farkı belirleyememektedir. Modelin orijinali turizm alanlarını ürün olarak kabul eden ürün yaşam döngüsünden (Butler, 2006) hareketle ortaya konulmuştur. Coles (2006), birden fazla unsuru içeren destinasyonun bir ürün olarak ele alınmasının uygunluğu konusunda emin olunamayacağını belirtmektedir. Turizm destinasyonları, yalnızca tek bir

üründen oluşmayıp; konaklama, yiyecek ve içecek işletmeleri, turistik yerler, eğlence mekanları, kültürel mekânlar ve doğal ortamlar dâhil olmak üzere bir dizi hizmeti ve malı içermektedir (Brooker ve Go, 2006). Bu konunun yeterince iyi anlaşılabilmesi için, biyolojide doğal ortamlardaki yeniden oluşum mekanizması tarafından yönlendirilen temsili olgunlaşma ve jenerasyon süreçleri olarak nitelendirilen yaşam döngüsünün orijinal kavramına geri dönmek gerekmektedir (Rand ve Krecker, 1990). Prideaux (2004) destinasyonların tek bir ürün olarak ele alınmasına karşı çıkmaktadır. Yazar destinasyonların, karmaşık yapıya sahip olduğunu ve destinasyonların yalnızca yerel pazara hizmet vermekten öte bölgesel, ulusal ve uluslararası pazarlar gibi daha büyük pazarlara geliştikçe çoğalma döngüsüne sahip olduğunu belirtmektedir.

Yaşam döngüsü kavramı, karmaşık sosyal olguları basitleştirmek veya açıklamak için gelişim ve değişim metaforu olarak kullanıldığında, kullanıma bağlı sorunların ve sınırlamaların oluşması kaçınılmazdır. Yaşam döngüsü sadece biyoloji bilimindeki türlere veya popülasyonlara uygulanır (Rand ve Krecker, 1990). 1980'de Butler tarafından kullanılan terim olan, 'turizm alanı evrim' inin yıllar içerisinde "turizm alanı yaşam döngüsü" olarak değiştiğini belirtmektedir. McKercher (2005), evrimin değişimin normal olayların bir parçası olduğu açık uçlu, devam eden ve sonsuz bir süreç anlamına gelen basitten karmaşık bir forma kadar sürekli bir değişim olarak tanımlanmaktadır. Ancak, yaşam döngüsü kavramı sonu olan bir kavramdır ve doğum, yaşam ve ölümle sınırlı bir açıklığa sahiptir. Ancak, Butler (2006) her destinasyonun, bireysel davranış ve şans gibi unsurların yanı sıra, coğrafyanın, siyasetin, ekonominin ve etnografinin eşsiz bir karışımını temsil ettiğini belirtmektedir. Turizm alanları sadece turizm ürünü olarak değil, metaforik olarak tür grupları olarak kabul edilebilir. Bu nedenle, "turizm alanı" ve "turizm ürünü" belirtilmeden yaşam döngüsünü uygulamak sorun oluşturabilir.

Butler (2000) modelini tekrar ele alarak 1980'den beri devam eden ilişkiyi açıklayan yönlerini vurgulamıştır. Birçok çalışmada detaylara odaklanılarak, modelin önemli yönlerinin ve geçerliliğinin göz ardı edildiğini savunmaktadır. Turizm destinasyonundaki sınırlılıkları, müdahaleyi, değişimi ve gelişimi açıklamak üzere modeli sekiz elemente dayandırmaktadır (*Aktaran* Rodriguez vd., 2008):

- ✓ Dinamizm: Turizm aktivitesinin en karakteristik özelliklerinden biridir.

- ✓ Süreç: Turizm destinasyonlarının değişimi modellenebilen gelişim sürecidir.
- ✓ Kapasite ya da Gelişim Sınırlılıkları: Model, ziyaretçilerin destinasyonun kapasitesini aşması durumunda ziyaretçi kalitesi deneyimlerinin azalacağı fikrine dayandırılmaktadır.
- ✓ Harekete Geçiriciler: Yenilikler gibi destinasyonun değişimine neden olan faktörlerdir.
- ✓ Yönetim: Bütün olarak destinasyonun önemi için yönetim kavramı vurgulanmaktadır. Çünkü birçok destinasyon bireysel kaynaklara ve olanaklara sahip olmasına rağmen yönetilememektedir.
- ✓ Uzun Vadeli Bakış Açısı: Başlangıç aşamasından itibaren geleceği tahmin ederek düşüş aşamasından kaçınılmasında oldukça önemlidir.
- ✓ Mekânsal Unsurlar: Bir destinasyon gelişimi geriledikçe, gelişim adına yeni yerlere mekânsal değişim yapılabilmekte veya yeni bir destinasyon oluşturulabilmektedir.
- ✓ Evrensel Uygulanabilirlik: Model, tüm destinasyonlara uygulanabilir şekilde oluşturulmuştur.

Butler, yapılan eleştirilere karşı kendi modelini savunmuştur. Butler (2006) yaşam döngüsü modelinden yararlanılarak gerçekleştirilen araştırmaların yer aldığı kitabında modelin hala uygulanabilir ve 21. yüzyılda geçerli olduğunu belirtmektedir. Modelin durağan değil, turizmin yönetimi ve planlamasına göre değişim gösterdiğini ve sürdürülebilir turizm gelişimi açısından önem taşıdığını belirtmektedir. Destinasyonlar ürün sınıfı olarak değil, "devasa bir ürün" olarak veya çeşitli ürünlerin birleşiminden oluşan ürün karışımı olarak ele alınmalıdır. Pazarlama terminolojisinde, bir ürün sınıfı, birbirinin yerine geçen ve aynı ihtiyacı karşılayan bir grup veya ürün yelpazesidir. Ürün karışımı genellikle hem ürün serilerinden hem de tek tek ürünlerden oluşan toplam ürün bileşiği olarak tanımlanır. Birlikte pazarlandıklarında, tek tek pazarlandıklarında veya diğer ürünlerden izole edildiklerinde, daha fazla satış geliri sağlayan bir dizi ilişkili üründür (Ho ve Mckerher, 2015).

Turizm bölgelerinin gelişimine ilişkin çeşitli modeller olmasına rağmen, Butler'ın (1980) önerdiği turistik bölge yaşam döngüsü modeli araştırmacılar tarafından daha çok tercih edilen bir modeldir. Model, araştırmacılar tarafından uygulamadaki zorluklar ve eksiklikler bakımından eleştirilmesine rağmen (Choy, 1992; Agarwal, 1997; Zimmermann,

1997; Coles, 2006), model ile ilgili yapılan çalışmaların modelin önerilmesinden sonra önemli ölçüde arttığı görülmektedir (Butler, 1980; Hovinen, 1981; Haywood, 1986; Weaver, 1988, 1990; Cooper, 1990; Martin ve Uysal, 1990; Cooper, 1992; Choy, 1992; O'Hare ve Barrett, 1993; Cooper, 1994; Braunlich, 1996; Meyer, 1996; Agarwal, 1997; Tooman, 1997; Russell ve Faulkner, 1998; Priestley ve Mundet, 1998; Oppermann, 1998; Agarwal, 1998; Baum, 1998; Knowles ve Curtis, 1999; Agarwal, 2002; Hovinen, 2002; Moss vd., 2003; Rodriguez vd., 2008; Brooker ve Burgess, 2008; Zhong vd., 2008; Garay ve Canoves, 2011; Kozak ve Martin, 2011; Baidal vd., 2013; Lee ve Weaver, 2014; Lundberg, 2015).

Yukarıda da belirtildiği gibi turizmin gelişimiyle ilgili çeşitli modeller bulunmaktadır. Ancak, Butler'ın (1980) turizm alanı yaşam döngüsü modeli, destinasyonlarda turizmin keşfinden durgunluk sonrası döneme kadar olan sürecin incelenmesinde birden fazla değişkenden yararlanılmaktadır. Destinasyon yaşam döngüsü modelinin temel değerlerinden biri, turizmin ekonomik ve bölgesel yorumunu bütünleştirmesidir. Model, bölgeyi ziyaret eden turist sayısı (talep), konaklama (arz) ve iletişim (ulaşım) konularındaki alt yapı genişlemesindeki değişikliklerden kaynaklanan turizm alanının gelişim evrelerini analiz etmektedir (Garay ve Canoves, 2011).

2.2.1.3.2. Destinasyon yaşam döngüsü modelinin aşamalarının ölçülmesi

Genel olarak, TALC modelinin örnek çalışmalarında ele alınan konuların, esas olarak aşamalara, aşamaların ölçülmesine ve etkili faktörlere odaklanıldığı görülmektedir. Destinasyon yaşam döngüsü modelinden yararlanılarak gerçekleştirilen çalışmalar incelendiğinde, aşamaları ölçmek ve tanımlamak için farklı parametrelerden yararlanıldığı görülmektedir. Turist varışları, aşamaların belirlenmesinde en çok yararlanılan gösterge olmasına rağmen, hangi göstergelerden yararlanılacağına dair ortak bir görüş bulunmamaktadır. Turist göstergesini geliştirmek için dört değişken önerilmiştir: kalış süresi, turistlerin dağılımı, turistlerin özellikleri ve ziyaretin yapıldığı zaman (Haywood, 1986). Bazı yazarlar da gösterge olarak turist harcamaları ve turist sayısının yer değiştirmesini önermektedir (Moss vd., 2003; Toh vd., 2001). Diğerleri ise işletmelerin sayısı (Kermath ve Thomas, 1992; Pulina vd., 2006), yerleşim düzenlerindeki değişikliklerin (Smith, 1992) kullanılmasını önermektedir. Makro-yapısal faktörlerin, yaşam döngüsündeki aşamaların dönüm noktalarının (Haywood, 1986; Cooper, 1990) analiz edilmesi ve açıklanması da

dikkate alınmalıdır (Johnson, 2006). Modeldeki düşüş aşaması, çeşitli çalışmalarda tartışmalı olan "taşıma kapasitesi" ile ölçülmektedir (Haywood, 1986; Getz, 1992; Lundtorp ve Wanhill, 2001).

2.3. Destinasyonlarda Turizm Gelişimi, Gelişimin Etkileri ve Turizm Gelişimini Etkileyen Unsurlar

Destinasyonlarda turizmin gelişim göstermesiyle birlikte ekonomik, sosyal ve çevresel açıdan değişimler yaşanmaktadır. Destinasyonlarda yaşanan bu değişimler olumlu bir şekilde olduğu gibi olumsuz bir biçimde de sonuçlanabilmektedir. Bir destinasyonun turizm destinasyonu haline gelmesiyle birlikte turizme yönelik oluşan bağlılık, turizmin kırılgan bir yapıya sahip olması ve iç ve dış şoklara açıklığı gibi etkenler destinasyonların ülke içinde veya dışında yaşanan çeşitli unsurlardan etkilenmesine neden olmaktadır. Destinasyonlarda turizm gelişimini etkileyen unsurlar içsel ve dışsal olabilmektedir. Bu kapsamda, çalışmanın bu bölümünde turizm gelişiminin etkileri ve turizm gelişimini etkileyen unsurlara detaylı bir şekilde yer verilmiştir.

2.3.1. Turizm gelişimi

Çeşitli alanlarda yararlanılan gelişim kavramı, genel olarak ekonomik büyümenin göstergesi olarak tanımlanmaktadır (Pearce, 1989'dan *aktaran* Park ve Stokowski, 2009). Turizm açısından değerlendirildiğinde ise gelişim kavramının ekonomi ile ilişkilendirildiği ve kavramın ekonomik büyümeye yol açtığı düşüncesi 1960'lı yıllardan beri yaygın olarak devam etmektedir. Turizm destinasyonlarda ekonomik ve sosyal açıdan önemli ölçüde gelişim göstermekte; bu gelişimle birlikte, sektörün destinasyonlar ve destinasyonlardaki yerel halk üzerindeki etkileri ve gelecek yıllarda insanlar ve destinasyonlar için gelecek beklentileri açısından çeşitli biçimlerde sorunlar ortaya çıkarmaktadır (Theobald, 2012). Turizmin hızlı ve devam eden büyümesi ve buna bağlı potansiyel ekonomik katkısı nedeniyle, uygulamada ve akademik çevrede gelişmeyi başarmanın etkili bir aracı olarak görülmektedir. Diğer bir deyişle, dünyanın hem sanayileşmiş hem de az gelişmiş ülkelerinde, turizm "gelişme stratejilerinin önemli ve ayrılmaz bir unsuru" olarak görülmektedir (Jenkins, 1991, s. 61'den *aktaran* Sharpley, 2015, s. 11).

Çevresel, ekonomik ve sosyal açıdan olumlu ve olumsuz sonuçları içeren turizm, bir sektör olarak topluma çeşitli boyutlarıyla önemli bir gelişim seçeneği sunmakta ve sürekli

olarak gelişim göstermektedir. Dolayısıyla, turizm olgusunun her bir bileşeninin tam olarak anlaşılabilmesi turizmin tam olarak ne olduğunun belirlenmesiyle mümkündür (Johnson ve Thomas, 1990). Alanyazında, çeşitli tanımlamaları bulunan turizm; bireylerin çalışma ve ikamet ettiği bölgelerin dışındaki yerlere seyahat etmesi; bu bölgelerde konakladıkları süre boyunca gerçekleştirdiği faaliyetler süresince ziyaretçilerin ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla oluşturulmuş tesisleri kapsayan bir endüstri olarak tanımlanmaktadır (WTO, 1980). Bu tanımdan anlaşıldığı gibi turizm, bireylerin çeşitli motivasyonlar kapsamında belirli bir yerden bir yere geçici olarak seyahat etmesini içermektedir. Bununla birlikte, bireylerin gittikleri bölgedeki ekonomi, çevre ve yerel toplum ile etkileşimini de içermektedir. Turizmin bir yerden bir yere doğru olan hareket akışı üretim ve tüketimin aynı anda ve yerde gerçekleşmesine yol açmaktadır. Turizmi diğer mal ve hizmet türlerinden ayıran bu özelliği, destinasyon ürünlerinin tüketim noktasından uzakta gerçekleştiği diğer yerlere oranla daha fazla etkilemektedir. Dolayısıyla, turizm gelişiminin bütün toplumların turizme uygun olduğu ve turizmin bütün toplumlara uygun bir gelişim sağladığını söylemek mümkün değildir (Musinguzi, 2012, s. 30).

İnsan aktivitelerinin önemli bir biçimi olan turizm, destinasyonlarda önemli etkilere yol açmaktadır (Butler, 1980). Turizmde "etki" terimi, genel olarak turizmin yokluğunda oluşmayacak olan, turizm gelişiminden kaynaklanan değişiklikleri ifade etmektedir (Kim, 1993). "Turizmin etkisi" terimi üzerinde araştırmacılar tarafından önemle durulmakta ve turizm gelişiminin yalnızca olumlu etkilere sahip olmadığı, aynı zamanda potansiyel olarak yerel düzeyde olumsuz etkiye sahip olduğu belirtilmektedir (Ko ve Stewart, 2002).

Turizm destinasyonlarında arz oluşturmak ve talebi karşılamak amacıyla planlanmamış ve hızlı bir şekilde gelişim yaşanmaktadır (Inskeep, 1991, s.15). Yaşanan bu hızlı değişimler destinasyonun ekonomik, ekolojik ve sosyo-kültürel yapısında değişimlere yol açabilmektedir. Böylelikle, plansız gelişim doğal ve kültürel kaynakların yapısını değiştirmekte, hatta kalıcı olarak yok edebilmekte ve turizm talebinin kaybına yol açabilmektedir. Destinasyonlarda turizm gelişiminin ortaya koyduğu bu sonuçlar taşıma kapasitesiyle de ilişkilidir. Turizm taşıma kapasitesi kavramı, turizmin belirli bir bölgede sürekli olarak yerel sisteme geri dönüşü olmayan zararlar vermeden büyüyemeyeceği algısı ve aradaki dengesinin sağlanmasını içermektedir (Coccossis vd., 2002, s. 38).

Turizmin etkileri üzerine yapılan araştırmalar değerlendirildiğinde, 1960'lı yıllarda önemli ölçüde turizmin etkilerinin olumlu yönleri üzerinde durulduğu gözlemlenmektedir. Bu kapsamda araştırmalar, Gayri Safi Milli Hasıla (GSMH), istihdam oranı ve çarpan etkisi ile ölçülen, ulusal kalkınma biçimi olarak ekonomik büyümeye vurgu yaparak ortaya çıkmıştır. 1970'li yıllardan sonra ise turizmin olumsuz etkileri olumlu etkilerine göre daha çok ağırlık kazanmaya başlamıştır. Böylelikle, 70'li yıllarda, yerel halkın "turizmin etkileri"ne yönelik tutumlarına odaklanan çalışmalar daha fazla dikkat çekmeye başlamıştır. Bu süreçte turizmin çevresel etkileri turizm araştırmacılarının tek kaygısı haline gelmiştir (Butler, 1980; Wall, 1997; Andereck ve Vogt, 2000).

Turizm gelişiminin destinasyonlar üzerindeki çeşitli etkileri, araştırmacıların turizmin etkilerini genellikle olumlu ve olumsuz olarak kategorize etmesine yön vermiştir. Ancak, araştırmacılar tarafından turizmin etkileri sosyo-kültürel, ekonomik ve çevresel açıdan da ele alınmıştır ve bu kapsamda turizmin etkileri açıklanmıştır (Coccossis, 2002). Bununla birlikte, araştırmacılar turizmin etkilerinin ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel etkiler şeklinde olarak kategorize edilmesi üzerinde fikir birliğine varmıştır (Gursoy ve Rutherford, 2004; Andereck vd., 2005). Bu çalışmada da turizmin etkilerini detaylı bir şekilde ortaya koyabilmek amacıyla ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel bağlamda açıklanmıştır.

2.3.1.1. Destinasyonlarda turizm gelişiminin ekonomik etkileri

Turizmin gelişmiş ve az gelişmiş ülkeler ve bölgeler arasındaki boşluğu gidermeye yardım edebileceği, özellikle gelişmekte olan ülkelerde ekonomik ve sosyal olarak istikrarlı bir şekilde gelişimin hızlanmasını sağlayabileceği yaygın olarak kabul edilmektedir (WTO, 1999c). Bu kapsamda, turizm gelişimini teşvik etmek için kullanılan en belirgin faydalar, toplulukların turizm faaliyetlerindeki artıştan elde etmeyi bekledikleri ekonomik faydalardır (Kim, 1993). Dolayısıyla, turizm destinasyonlarda kalkınmayı başarmanın bir aracı olarak kabul edilmektedir. Turizmin bir kalkınma stratejisi olarak görülmesinin nedeni; büyük ölçüde yerel ve ulusal ekonomiye olan ekonomik katkısı ve uluslararası düzeyde ise önemli bir döviz kazancı kaynağı olmasıdır. Ulusal ödemeler dengesine potansiyel katkısı, hükümetlerin turizm gelişimini desteklemesinin temel nedeni olarak görülmektedir. Özellikle, gelişmekte olan birçok ülke için turizm, başlıca döviz kazancı kaynaklarından

biridir. Gelişmiş ülkelerde ise uluslararası turizmden elde edilen kazançlar genel olarak ödemeler dengesine önemli bir katkı sağlamaktadır (Oppermann ve Chon, 1997).

Turizmin ulusal ekonomiler üzerindeki etkisi; istihdam yaratma (Belisle ve Hoy, 1980; Haralambopoulos ve Pizam, 1996; Lindberg ve Johnson, 1997; Andereck ve Nyaupane, 2011; Diedrich ve Garcia, 2009; Sharpley, 2015) döviz akışı sağlamak, iş ağlarını güçlendirmek, yerel halkın yaşam kalitesini arttırmak, tarihi alanları korumak (Lickorish, 1994; Akis vd., 1996; Andereck vd., 2005; Mason, 2003) şeklindedir. Turizm önce dünyayı turist üreten ve alıcı ülkeler, bölgeler ve destinasyonlara bölerek milli gelirin dağıtılmasını sağlamaktadır. Aynı zamanda, sektörler ve şirketler arasındaki ekonomik gelirin yeniden dağılımını da sağlamaktadır (Hunziker ve Krapf, 1942'den *aktaran* Sharpley, 2015, s.90-91).

Genel olarak turizmin ekonomik etkilerine ilişkin tartışmalar, turist harcamalarının destinasyona doğrudan, dolaylı ve uyarılmış "yeni para" enjeksiyonu oluşturduğu iddiasıyla başlamaktadır (Archer vd., 1995). Doğrudan (arz), dolaylı (talep) ve uyarılan harcama (ücretlerin kullanımı) çoğunlukla çarpan etkisi yaratmaktadır. Harcamanın her bir seviyesi daha fazla harcamaya yol açmakta ve turist harcamaları arasında sirkülasyon oluşmaktadır. İlk etki en büyük sıçramayı gerçekleştirmekte, sonuçta ortaya çıkan dalgalanmalar destinasyona yayılmaktadır (Godfrey ve Clarke, 2000, s.19).

Turizm gelişiminin olumlu ekonomik etkilerinin yanında olumsuz ekonomik etkileri de bulunmaktadır. Olumsuz ekonomik etkileri; enflasyon, fırsat maliyeti, turizme aşırı bağımlılık, düşük ücretli geçici ve/veya istikrarsız istihdam yaratma, yaşam maliyetini artırma (Akis vd., 1996; Liu ve Var, 1986; McGehee ve Andereck, 2004; Saveriades, 2000), her zaman yerel işgücünü kullanmama ve yerel ekonomiye karı geri yatırmayan yabancı şirketlerin varlığı olarak ortaya çıkmaktadır (Mason, 1995; Weaver ve Lawton, 2001; Tosun, 2002). Turizmin olumsuz etkilerinden biri olan enflasyon, arazi fiyatı, evler ve yiyecek içecek fiyatlarının artışıyla ilgilidir. Bir bölgede turizm büyümeye devam ettikçe, o bölgenin kıt kaynakları için talep artışı yaşanmaktadır. Böylelikle, turizm için araziye ihtiyaç duyulması ve talebin artmasıyla birlikte arsa ve ev fiyatlarında artış yaşanmaktadır (Madrigal, 1993; Korca, 1996; Aguiló vd., 2005). Bunun sonucunda da fırsat maliyeti ortaya çıkmaktadır. Fırsat maliyeti, başka bir ekonomik faaliyet biçiminden ziyade turizme katılım maliyetine karşılık gelmektedir. Kıyı bölgelerindeki kırsal bölgede ekilebilir arazi, pazar

bahçeciliği veya balıkçılık yerine ağırlıklı olarak turizme yatırım yapılması bu durumun örneğidir. Zamanla turizme yatırım ise aşırı bağlılık durumunu gündeme getirmektedir. Turizme aşırı bağlılık, hükümetler tarafından gelişimde en iyi yöntemin turizm olarak görüldüğü küçük turizm bölgelerinde ortaya çıkabilmektedir. Bu bölgelerde zaman içerisinde bölgesel gelişime katkı sunan, turizm dışında başka yaklaşımların olmadığı düşüncesi ortaya çıkmaktadır. Sonuç olarak, ülke veya bölgelerin turizm gelirlerine bağımlı olması, talepteki herhangi bir değişim, önemli ekonomik sonuçlara yol açabilmektedir (Mason, 2003).

Ekonominin turizme aşırı bağımlılığı, diğer ekonomik sektörlerin ihmal edilmesiyle ilgilidir (Holden, 2007). Turizme aşırı bağımlılık ekonomik taşıma kapasitesinin aşılmasıyla da ilişkilendirilmektedir. Ekonomik taşıma kapasitesi, turizmin olumlu ve olumsuz etkileri arasındaki dengeyi ifade etmektedir. Merkezi ve yerel hükümetler, sorunları tanımlamak ve bunları hafifletmek ve düzeltici önlemler almak için turizmin ekonomik etkilerini düzenli olarak izleyerek kontrolü sağlayarak olumsuz etkilerin önüne geçebilmelidir (Inskeep, 1988). Bununla birlikte, kalkınmanın talebe uyumunu garanti etmek amacıyla olası çıkar çatışmaları azaltılmalıdır. Ayrıca, planlama ve düzenlemelerin etkili bir şekilde uygulanmasıyla, gelecek nesillerin ve bölge sakinlerinin kaynaklardan tam olarak faydalanabilmesi destinasyonun benzersiz özelliklerinin korunmasıyla mümkündür (Archer, vd. 1995, s. 82-83).

Bir destinasyonda turizmin gelişim göstermesi, yukarıda da bahsedildiği gibi, destinasyonlarda ekonomik açıdan çeşitli olumlu, olumsuz etkilere ve çeşitli sorunların yaşanmasına da yol açmaktadır. Araştırmacılar, turizmde yaşanan bu ekonomik sorunların artan "boş zamanın metalaşması ve özelleştirilmesi" yönündeki eğilimlerden kaynaklandığını belirtmektedir (Sinclair ve Stabler, 1997). Turizmin ihracat kazancı yaratma, ekonomik büyümeyi ve çeşitlendirmeyi kolaylaştırma yeteneğine sahip olması; yerel halkın ise bu doğrultuda turistlere ve özel sektöre hizmet etmek için ekonomik, fiziksel ve sosyal açıdan yeniden yapılanmaya girmesine neden olmaktadır. Bu nedenle, turizmden kaynaklanan sorunları ayrı bir biçimde ele almak yerine, sorunların tüm kalkınma sektörleri bağlamında ele alınması önem arz etmektedir. Çünkü, ekonomik açıdan zorlanmaya başlayan destinasyonlarda turizm; çevre, maliye politikası ve düzenlemeyle ilgilidir (Shaw ve Williams, 1994).

Genel olarak değerlendirildiğinde turizm, destinasyonların ekonomik gelişimine katkıda bulunmakta büyük bir potansiyele sahiptir ve turizmin ekonomik faydaları olan gelir ve istihdam yaratma gibi özellikleri yaygın olarak kabul edilmektedir. Turizmin ekonomik faydaları ise alanyazında turizmin çevresel ve sosyo-kültürel sonuçları ile birlikte tartışılmaktadır. Sanayinin azaldığı alanlarda turizmin değişim ve gelişim faaliyeti olarak görülmesinin temel nedeni budur. Buradaki esas nokta, ekonomik, çevresel veya sosyo-kültürel açıdan turizmin geniş çapta fayda ve maliyetlerinin olmasıdır. Bunun yanında, turizmin gelişiminden elde edilen faydalar maliyetler veya olumsuz sonuçlara göre daha ağır basmadıkça, turizm "başarılı" olarak kabul edilmektedir. Ancak, ekonomik bir kalkınma stratejisi olan turizme yerel toplum ve hükümetler tarafından yaygın ve haklı destek verilmesine rağmen, turizm gelişim potansiyeli her zaman tam olarak gerçekleşmeyebilmektedir. Bununla birlikte, uluslararası siyasi müdahalesi olmayan ve küresel siyasi yapılarda köklü bir dönüşüme yol açan turizmin aslında daha adil bir ekonomik dünya düzeni oluşturulmasına yardımcı olup olmadığı da tam olarak bilinememektedir (Sharpley, 2015, s. 17-81).

2.3.1.2. Destinasyonlarda turizm gelişiminin sosyo-kültürel etkileri

Turizmin sosyo-kültürel etkilerinin anlaşılabilmesi *kültür* ve *toplum* kavramlarının tam olarak ne olduğunun bilinmesinden geçmektedir (Mason, 2003, s. 42). *Kültür*, toplumun veya sosyal grubun kendine has manevi, maddi, entelektüel ve duygusal özellikleridir; sanatın yanı sıra, yaşam tarzları, birlikte yaşama şekilleri, değer sistemleri, gelenekleri ve inançları da içine alan bir olgudur (UNESCO, 2002). *Toplum* ise, bir grup ve kültürdeki sosyal ilişkilerin, grubun ortak inanç ve sembolleri olarak düzenlenmesidir. Kültür, insanın toplumun bir üyesi olarak edindiği bilgi, inanç, sanat, ahlaki, gelenek, diğer yetenek ve alışkanlıkları içeren karmaşık bir bütünden oluşmaktadır (Burns ve Hodden 1995'ten *aktaran* Mason, 2003, s. 43).

Sosyal ve kültürel bir fenomen olan turizm, gelişim gösterdiği destinasyonlarda kültür ve toplumun her ikisi üzerinde çeşitli biçimlerde etkili olmaktadır. Bununla birlikte, turizm gelişim sağladığı bölgelerde yarattığı değişimin yanında, var olan sosyal ve kültürel özellikler tarafından da şekillenmektedir. Turizmin yarattığı değişim ve var olan sosyo-kültürel unsurlardan etkileniyor olması, turizm ve toplum arasındaki ilişkiden kaynaklanan

etkilerin ve nedenlerin ayırt edilmesini zorlaştırabilmektedir. Kültürlerin zaman içinde değiştiği tutucu toplumlarda, yerel toplumun kendi özgünlüklerini koruma çabalarına rağmen, aradaki ilişkinin anlaşılabilmesi daha da karmaşık bir hal almaktadır (Hall ve Lew, 2009, s. 141). Dolayısıyla, yerel toplum ve turistler arasındaki etkileşim düzeyi etki türlerinin üzerinde önemli bir rol üstlenmektedir. Bu kapsamda, yerel toplumun kültürü ve ziyaretçilerin kültürü arasında büyük bir farklılık olduğunda ortaya çıkacak etkilerin büyük olması muhtemeldir (Burns ve Holden, 1995'ten *aktaran* Mason, 2003, s. 43).

Turizm endüstrisi, doğrudan ve dolaylı olarak bu sektöre katılan yerel toplulukların bütünsel desteğiyle hızlı bir büyüme yaşamaktadır. Turizm kültürün en önemli özelliklerinden biri olarak kabul edilmekte ve ekonomik açıdan yerel topluma çeşitli olanaklar sunmaktadır. Turizm endüstrisinin büyümesi, ekonomik büyümenin yanı sıra ulaşım, eğlence hizmetleri ve ağırlama gibi ilgili alanlar için de çok önemlidir (Telfer, 2002). Turizmin destinasyonlarda gelişim göstermesiyle birlikte, topluluktaki yerel halk turizm gelişiminden olumlu ve olumsuz bir biçimde etkilenmektedir (Jurowski vd., 1997).

Turizmin yerel halkın refahı üzerindeki etkisi, toplumun turizm gelişim yaşam döngüsündeki gibi (keşif, katılım, gelişim, olgunluk, durgunluk ve durgunluk sonrası dönem (düşüş ve yeniden canlandırma)) doğrudan bir fonksiyonu olarak önemli ölçüde değişmesiyle sonuçlanmaktadır (Butler, 1980). Bu kapsamda değerlendirildiğinde turizmin yerel halkın yaşam kalitesini artırması, istihdam yaratma, az gelişmiş ya da sanayileşmemiş bölgelerin canlandırılması, yerel sanatların, el sanatlarının ve geleneksel kültürel aktivitelerin yeniden doğmasına olanak sunması ve estetik kültür değerine sahip alanları koruma ihtiyacının desteklenmesi (King vd., 1993; Akis vd., 1996; McGehee ve Andereck, 2004; Andereck vd., 2005; Korca, 1996; Yoon vd., 2001; Oviedo vd., 2008) gibi olumlu etkileri bulunmaktadır. Ayrıca, turizm özellikle gelişmiş ülkelerde, geleneksel tarımdan hizmet sektörlerine kadar istihdamdaki değişimler yoluyla sosyal hareketliliği teşvik etmekte, yüksek ücretler ve iyi iş olanaklarıyla da sonuçlanmaktadır (Yoon vd., 2001; Besculides vd., 2002; Mason, 2003).

Turizmin ekonomik açıdan sağladığı olumlu katkılarının yanında destinasyonların yerel sakinlerinin alışkanlıkları, gelenekleri, sosyal yaşamı, inançları ve değerleri gibi sosyo-kültürel özellikleri üzerinde etkisi bulunmaktadır. Sosyo-kültürel düzlemde turizm, yerel halk ile turistler arasında sosyal ve kültürel fırsatlara yol açmakta veya tersine yerel toplum

üzerinde tehlike, baskı, tıkanıklık, kültürel kimlikler ve sosyal gerçeklikler gibi sorunlara yol açmaktadır (Garcia vd., 2015, s. 35). Bu kapsamda, kültürel geleneklerin yok olması, artan arazi maliyetleri, suç oranlarının artması, metalaşma, kalabalıklaşma ve sosyal çatışmalar gibi turizmin olumsuz etkilerine tanık olunmaktadır (Doğan, 1989). Destinasyon sakinlerinin tutumunda esas olan yaygın tema, trafik sıkıntılarına yol açan kalabalık ve tıkanıklıktır. Aşırı kalabalıklaşma yerel halk ve turistlerin her ikisi üzerinde olumsuz etkilere yol açmaktadır (King vd., 1993; Lindberg ve Johnson, 1997; Mason ve Cheyne, 2000; Andereck vd., 2005; Dyer vd., 2007). Aşırı kalabalıklaşma ve sıkışıklıkla yakından ilgili bir kavram alanyazında toleransın aşıldığı düzey olarak tanımlanan sosyal taşıma kapasitesiyle de açıklanmaktadır. Sosyal taşıma kapasitesi, ev sahibi nüfusun tolerans seviyesini ve ziyaretçi deneyimlerinin kalitesini içermektedir (Saveriades, 2000, s. 149).

Destinasyonların taşıma kapasitesi, bölgenin yaşam döngüsünün her aşaması için farklı şekillerde ortaya çıkmaktadır (Martin ve Uysal, 1990). Yerel halkın turistlere karşı tutumunun değişmeye başladığı ve bölgede turistlerin artık istenmediği durumlarda kapasitenin sosyal açıdan aşıldığı belirtilmektedir (Butler, 1980). Destinasyonun yeni keşfedildiği dönemlerde turistler yerel halk tarafından hoşnutluk ile karşılanmaktadır. Bu süreçte turistlere yönelik yeterli hizmet alanı ve tesis bulunmamaktadır. Bu durumda, fiziksel parametreler sınırlayıcı faktör olabilmektedir. Ancak, zamanla turistlere yönelik mal ve hizmetin yerel halk tarafından karşılanmasıyla birlikte ilgisizlik aşaması yaşanmaktadır. Diğer uçta ise destinasyon gelişiminin doruğa ulaştığı ve çok sayıda turistin ağırlanabildiği durgunluk aşamasında yerel halk turistlere karşı düşmanlık göstermektedir. Bu aşama, algılanan ekonomik faydalar nedeniyle genellikle yerel sakinler adına büyük bir coşku ile karşılanan turizmin ilk aşamalarının aksine bir durumdur. Bu algının gerçekleşmesi doğaldır, çünkü fiziksel ortamda ve ilgi çeken turist türünde hoş olmayan değişiklikler meydana gelmektedir. Bu duygu yavaş yavaş giderek daha olumsuz hale gelmekte ve bu süreçte sosyal parametreler sınırlayıcı faktör haline gelmektedir (Doxey, 1975; Kim, 2002).

Turizm yoluyla turizmin gelişim gösterdiği bölgelere serbest zaman göçleri olarak özellikle emekliler ve işgücü kapsamında göçler yaşanmaktadır. İşgücü olarak yaşanan göçler potansiyel olarak destinasyonlarda fuhuşun artması (Sheldon ve Abenoja, 2001), uyuşturucu bağımlılığının artması (King vd., 1993; Haralambopoulos ve Pizam, 1996;

Saveriades, 2000; Diedrich ve García, 2009), alkol tüketiminin artması (Milman ve Pizam; 1988; King vd., 1993) ve cinsel yolla bulaşan hastalıklar (Ross, 1992) gibi olumsuz durumlara yol açmaktadır.

Fuhuş turizmin en önemli ve dikkat çeken olumsuz sosyal etkilerinden biri olarak kabul edilmektedir. Bazı Asya ülkelerinde seks turizmi önemli bir gelir ve döviz kaynağı olması nedeniyle, hükümet yetkilileri tarafından göz ardı edilmektedir (Örneğin, Filipinler ve Tayland vb.). Seks turizmi sonucunda artık göz ardı edilemeyecek olan cinsel yollarla bulaşabilecek AIDS/HIV gibi hastalıklar, önemli bir sorun haline gelse bile, bir iş sahası yaratma olarak görüldüğü için merkezi yönetimler seks turizmi lehine proaktif bir duruş sergilemektedir (Hall, 1996).

Turizm işlerinin çoğu düşük maaşlı işlerdir, işsizlik oranının yüksek olduğu ülkelerde/bölgelerde veya çiftçilerin ve balıkçıların zorlukla hayatta kaldığı bölgelerde, turizm işlerinin çekici olması, birçok insanın turizm bölgelerine göç etmesine neden olmaktadır. Turizmin önemli iş sahası haline gelmesiyle birlikte, geleneksel iş alanları olan çiftçilik gibi aktivitelerde azalmalar yaşanmaktadır. Destinasyonlar bu süreçte turizme bağımlı hale gelmektedir. İşgücü göçü sadece kırsal ve çevre bölgelerdeki işgücünün yerini almanın yanı sıra bir veya iki aile üyesi de turizm alanında iş aramak için memleketini terk ettiği için aile yapılarını da tahrip etmektedir. Nüfusun ani bir şekilde artması, turizm bölgelerine ve çevresine baskı yaparak, istihdam, düşük gelirli konutlar, refah sigortası, gıda yeterliliği, sağlık sorunları gibi diğer sosyal sorunların da artışına yol açmaktadır (Sharpley, 2015). Özellikle, turizmin mevsimsellikten ağır etkilendiği bölgelerde, düşük mevsimlerde işsizlik ciddi bir problem haline gelmektedir. İşgücü göçmenleri ve turist akışı yoluyla nüfustaki bu artışlar ek baskılar yaratmakta ve tartışmalı olarak ev sahibi nüfusun yaşam kalitesini olumsuz yönde etkilemektedir. Yerel halk tatil sezonunda çalışırken, farklı değerlere sahip olan ve eğlence etkinliklerine katılan turistlerle bir arada bulunmayı zor bulabilmektedir. Bu sorun, turizmin mevsimsel bir faaliyet olduğu ve sakinlerin yılın bir bölümü için yaşam tarzlarını değiştirmek zorunda kalmaları durumunda daha da kötüleşmektedir. Güçlü dini kodlara sahip ülkelerde, turist akışının yol açtığı değişmiş sosyal değerler, ulusal olarak istenmeyenler olarak görülebilmektedir (Mason, 2003).

Turizmin küresel ve uluslararası bir yapıya sahip olması ve turizm gelişimiyle, kültürel emperyalizm ve asimilasyonun bir parçası olarak, yerel toplumun ana dilinde de değişiklikler yaşanmaktadır. Çoğu uluslararası turist, ev sahibi toplulukların dilini öğrenemediği veya bilmediği için herkesin ortak olarak bildiği İngilizce, turistler ve yerel toplum arasında ortak dil olarak kullanılmaktadır. Turizm endüstrisinde veya ilgili işletmelerde hizmet veren kişiler de iletişim ve pazarlama faaliyetlerini gerçekleştirmek için İngilizce öğrenmek durumunda kalmaktadır. Buna bağlı olarak gençlerin konuşma dilinde değişimler yaşanmaktadır. Günümüzde İngilizce dünyada kullanılan ortak dillerden biri olması nedeniyle yerel dil ile turistlerle iletişim dilinin kaynaşmasına iyi bir örnektir. Dünyanın diğer bölgelerinde ise kolonileşme mirası olarak, ortak dil Fransızca veya İspanyolca olabilmektedir. Yabancı bir dilin turistlerle iletişim kurma ihtiyacı arttıkça, okul sistemindeki dil müfredatında da değişimler yaşanmaktadır (Sharpley, 2015, s. 221).

Turizmin önemli sosyo-kültürel etkilerinden bir diğeri de turistlerin yerel halk üzerinde yarattığı "gösteri etkisi"dir. Bu durum, turistler ve yerel halk arasındaki farklılıklara bağlı olarak ortaya çıkmaktadır. Gösteri etkisi, turistlerin yalnızca fiziksel varlığı ev sahibi toplumun gözlemledikleri, kendi toplumlarının standartlarıyla uyuşmayan, davranışları taklit etme isteği olarak nitelendirilmektedir (Kim, 1993; Leontidou, 1994). Bu tarz davranışlar özellikle gelişmekte olan ülkelerin çoğunda gözlemlenmektedir. Turizm yerel toplum için mükemmel ortamlar sağlıyor gibi görünse de esasında gösteri etkisi olarak bilinen sosyal bozulmalara yol açmaktadır (Park ve Stokowski, 2009).

Turizm, geleneksel sanatların gelişimine katkıda bulunsa da geleneksel sosyal ve kültür yapılarının ve davranış biçimlerinin bozulmasına yol açtığı için eleştirilmektedir (Kim, 1993). Kültürel alışveriş 20. yy'ın sonlarında önemli bir süreç haline gelmesine rağmen, birçok turistin farklı kültürleri yaşama isteği, turist ziyaretleri için hala önemli bir motivasyondur. Motivasyon ilk elden sanat, müzik, dans ve el sanatları açısından gerçek kültürü ve tezahürü görmek ve deneyimlemektir. Turistlerin bu yöndeki talebi birçok bölgede geleneksel el sanatlarının ve yeni aktivitelerin ortaya çıkmasına olanak sağlamaktadır. Ancak, ziyaretçilerin gerçek kültürü deneyimleme isteği turist deneyiminde otantiklik konusunun tartışılmasına yol açmaktadır. Gelişmekte olan ülkelerde ve yerli kültüre sahip olan ülkelerde eski eserlere ve kültürel performanslara olan talep ziyaretçiler tarafından

rahatça tüketilebilmesi için paket haline getirilmektedir (Weaver ve Lawton, 2001). Kültürün bu şekilde metalaşması turist deneyiminin otantikliğiyle ilgili olarak zorluklar ortaya çıkarabilmektedir. Ayrıca, bazı cazibe operatörleri turistlerin beklentilerine göre yerel standartları değiştirmektedir. Örneğin, otantik Bali dansı turist etkinlikleri için süresi kısaltılmış ve dansçıların kostümleri geleneğin belirttiğinden daha renkli ve çekici hale getirilmiştir. Bu kapsamda değerlendirildiğinde turistler, neyi görmeyi beklediklerini değil, neyi görmeyi umdukları için ödeme yapmaktadır (Kim, 1993).

2.3.1.3. Destinasyonlarda turizm gelişiminin çevresel etkileri

İkinci dünya savaşı sonrasında kitle turizm hareketlerinin yoğunlaşmasıyla birlikte turizm ve çevre arasındaki ilişkinin düzensizleştiği gözle görülür bir şekilde ortaya çıkmıştır. Turizmin giderek artan oranda çevre ile çatışmaya girdiği ve her ikisi arasında bağımlılığın egemen olduğu anlaşılmıştır. Turizm çevreyi koruma ve iyileştirmede bir güç olmanın yanında çevresel bozulmaların temel nedeni haline gelmiştir (Mason, 2003, s. 53).

İnsanlığın sosyal ve çevresel felaketle karşı karşıya olduğu mesajı, 1972'de Stockholm'de düzenlenen Birleşmiş Milletler İnsan Çevre Konferansında (UNCHE) ortaya konulmuştur. 1970'lerin başında, yeşil alanların oranlarının, balık stoklarının, tarım arazisi arzının hızla azalması ve ortak mülk kaynaklarının genel olarak azaltılması gibi pek çok unsur ekolojik açıdan yaşanan sorunların göstergesi olmuştur. 1970'lerde, nükleer testlerden kaynaklanan radyoaktif serpintiler, ulusal sınırları "göz ardı eden" kirletici maddelerden sadece biriyken, göllerin ve ormanların asitleşmesi sürdürülebilir kalkınma ihtiyacını gündeme getirmiştir. Kısacası, "refahın etkisinin" ulusal sınırlara uymadığı, bir ülkenin gerçekleştirdiği faaliyetlerin küresel sonuçlarının olabileceği ve küresel ekolojik "sınırlar" anlayışını benimsemenin gerekliliğini gündeme getirmiştir. Dünyada, çevrecilerin bu dönemde küresel ekolojik dengeye ilişkin kaygılarının artmasına yol açan çeşitli felaketlerin yaşanması hem insan hem de doğal ortamların bu tür ani şoklara karşı ne kadar savunmasız olduğunu ortaya koymuştur (Reid, 2013). Yaşanan bu gelişmelerle birlikte, 1992 yılında Rio de Janeiro'da düzenlenen "Dünya Zirvesi" olarak adlandırılan Birleşmiş Milletler Çevre ve Kalkınma Konferansı (UNCED), dünyanın dikkatini sürdürülebilir kalkınma sorununa çekmiştir. Geniş kapsamlı bir biçimde Gündem 21'de sunulan teklifler hükümetlerin, endüstrilerin ve korumacıların sık sık çelişen çıkarlarını uzlaştırmak, daha özel olarak ise

sürdürülebilir kalkınma hakkındaki entelektüel söylemleri uzlaştırmak için masaya yatırılmıştır. 1960'lı ve 1970'li yıllardaki çevrecilik yaklaşımı, o dönemde turizm gelişiminin çevresel sonuçlarına da yansımıştır (Dowling, 1992).

Sürdürülebilir kalkınma söyleminin gelişimine paralel olarak, turizmin çevresel ve sosyal etkileriyle ilgili endişeler artmıştır. Bu bağlamda, ekolojik sınırlar, sürdürülebilir kaynak kullanımı ve tanımlanmış taşıma kapasiteleri kavramları geniş bir biçimde uygulanabilirlik bulmuştur. Böylelikle, özel adımlar atılmadığı sürece, turizm destinasyonlarının kaynaklarının kaçınılmaz olarak aşırı kullanımı ve çekiciliğini yitirmesi gibi sorunlarla karşı karşıya kalacağı belirtilmiştir. Bu doğrultuda, turizmin sosyal, politik, ekonomik ve çevresel etkileri göz önünde bulundurularak turizm planlamasının ve yönetiminin gerçekleştirilmesi gerekliliği de kabul edilmiştir (Butler, 1991).

Turizm ülkeler, bölgeler ve topluluklar için önemli ekonomik faydalar sağlayan bir sektör olmanın yanında, hızlı bir şekilde gelişimi ise çevresel açıdan olumsuz etkilere neden olmaktadır. Turistlerin ziyaret ettiği destinasyonda göreceli olarak yüksek tüketim düzeylerini korumayı tercih etmesi, özellikle doğal kaynaklarını ve yerel kaynaklarını korumada yeterli veya uygun araçları olmayan gelişmekte olan ülkeler ve bölgeler için ciddi bir sorun olabilmektedir. Kontrolsüz turizm gelişiminin çevresel bozulmaya yol açabileceği; ancak çevresel bozulmanın da turizm faaliyetlerine ciddi bir tehdit oluşturduğu yaygın olarak kabul edilmektedir (Neto, 2003, s. 216). Turizmin tamamen çevreye bağlı olduğu ve en önemli çekiciliklerinden birinin çevre olduğu da kabul edilmektedir. Turizm gelişiminin temel varlıkları çoğunlukla doğal kaynaklar ve çevredir. Turizm ve çevre arasındaki ilişkinin karmaşıklığı, her ikisi arasındaki sembiyotik olarak tanımlanan karşılıklı bağımlılığa yol açmaktadır. Turizm iyi kalitedeki bir çevreden fayda sağlamaktadır ve aynı çevre turist kaynağı olarak değerinin korunmasından ve sürdürülebilirliğinden fayda sağlamaktadır (Williams, 1998'den *aktaran* Mason, 2003). Turizm "bacasız sanayi" olarak nitelendirilse de turizm gelişiminin çevre üzerinde çeşitli açıdan olumsuz etkileri bulunmaktadır. Çevresel etkiler fiziksel olmanın yanında bireyler ve toplumun yaşamında da değişikliklere yol açabilmektedir. Bu değişiklikler çevresel tahribat, çöp, gürültü, kirlilik, mülk imhası, arazi kaybı ve tatil evlerinin ortaya çıkması gibi turizmin gelişimiyle ilişkili olan çevresel etkiler olarak belirtilmektedir (Kim, 1993, s.20).

Turizmin fiziksel çevre ile olan etkileşiminde ekoloji önem taşımaktadır. Ekoloji kavram olarak bitkiler, hayvanlar ve diğer organizmaları da içeren insanları da kapsamaktadır. Turizmin yol açtığı ekolojik etkiler ziyaretçiler tarafından ayak ile çiğnenen bitkiler ve turistlerin kendi doğalarında yer alması sonucu hayvanların davranışlarında yaşanan değişimleri içermektedir (Mason, 2003). Çevresel etkiler ekolojik taşıma kapasitesiyle de ilişkilendirilmektedir. Ekolojik taşıma kapasitesi, turizmin doğa üzerindeki etkisinin kabul edilebilir düzeyde olması için sınırların belirlenmesi ile ilgilidir. Turizm için çevre planlamasının önemli bir unsuru, turizm alanlarının taşıma kapasitelerinin veya doygunluk düzeylerinin belirlenmesidir. Turizmi geliştirme konusundaki sınırlarının belirlenmesi, yeni alanların açılması için bölgesel planlama politikalarının oluşturulmasını gerektirmektedir. Bununla birlikte, turizm geliştirilirken fiyatlandırma politikalarını değiştirmek ve önemli çekim özelliklerinin aşırı kullanımını en aza indirmek gibi konularda da yardımcı olabilecektir (Buckley, 1999, s. 706).

Turizmin çevre üzerindeki etkilerine ilişkin yapılan araştırmalarda, destinasyon çevresi üzerindeki etkilerinin olumlu ya da olumsuz bir biçimde ortaya çıktığı belirlenmiştir. Araştırmalarda turizmin, çevrenin korunmasına ve ev sahibi ülkenin çevre altyapısına yapılan yatırımları arttırılmasında farkındalık yarattığı (Akis vd., 1996; Andereck vd., 2005), destinasyon çevresinin görünümünü iyileştirdiği, turizmin cazibe merkezlerinin kalitesini ve bakımını etkilediği belirtilmektedir (Perdue vd, 1987; Ritchie, 1988; Andereck vd., 2005). Ancak, olumlu etkilerinin yanında çevre kirliliğine (Johnson vd., 1994), doğal kaynakların tahrip olmasına, bitki örtüsünün bozulmasına ve vahşi yaşamın tükenmesine neden olduğu da belirtilmektedir (Pizam, 1978).

Turizm gelişiminden kaynaklanan en önemli çevresel etkiler doğal kaynaklar olan toprak, tatlı su ve deniz kaynakları üzerindeki etkilerdir. Turizmin hızlı gelişimi, arazi kullanım planlamasının olmadığı destinasyonlarda arazi kaynaklarının rekabetini diğer kullanımlar ile yoğunlaştırabilmekte ve artan toprak fiyatlarına ve tarım arazileri üzerinde baskılara yol açabilmektedir. Turizm gelişimi, özellikle orman alanlarının yok olması, sulak alanların azalması ve toprak erozyonu nedeniyle doğayı tehdit edebilmektedir (Andereck, 2005). Bunun yanında, otel, havaalanı ve yol inşaatı da dâhil olmak üzere, madencilik, plaj erozyonu ve diğer türdeki toprak bozulma biçimlerine yol açabileceği için hızla birçok ülkede

ve bölgede en kritik doğal kaynak sorunlarından biri haline gelmektedir. Ayrıca, aşırı su yoğunluğuna sahip olan turizm endüstrisinin hızla genişlemesi, pek çok destinasyondaki az miktardaki su temini üzerinde ciddi bir baskı yaparak bu sorunu daha da kötüleştirmektedir. Tüplü dalış, spor balıkçılığı ve kıyı ve okyanus turizmi gibi faaliyetlerin hızlı bir şekilde artması da denizlerin kirlenmesine ve kaynakların tükenmesine neden olabilmektedir (Brunt ve Courtney, 1999).

Büyük miktarlarda doğal kaynakların tüketilmesinin yanı sıra, turizm sektörü kayda değer atık ve kirlilik üretmektedir. Turizm endüstrisi tarafından üretilen sıvı ve katı atıklar, atık malzemeleri işleme kapasitesini azaltan birçok gelişmekte olan ülke ve bölge için özel bir sorun haline gelmiştir. İşlenmemiş atıklar, tatlı su gibi doğal kaynakların mevcudiyetinin azaltılmasına yol açmaktadır (Yoon vd., 2001). Deniz suları ve kıyı bölgelerinin kirliliği, oteller ve marinalar tarafından oluşturulmuş kirlilikten ve ayrıca seyahat gemileriyle yolculuk sektörünün dünyadaki diğer bölgelerde hızlı büyümesi son yıllarda bu sorunu daha da artırmaktadır. Buna ek olarak, turizm enerji yoğun bir faaliyet olma eğiliminde olduğundan, enerji ile ilgili çevresel etkisi, özellikle yerel düzeyde dikkate değer olabilir (Andereck, 1995). Yerel hava ve gürültü kirliliği, ayrıca yoğun turizm gelişimine bağlı kentsel trafik sıkışıklığı, bazen turistleri destinasyonları ziyaret etmekten bile mahrum bırakabilmektedir (Johnson vd., 1994).

Dağlık bölgelerdeki turistik faaliyetler sonucunda ise yol ve turistik tesislerin inşa edilmesiyle vahşi yaşam göçünün bozulması; kanalizasyon ile nehirlerin kirlenmesi, akarsulardan tedarik merkezlerine kadar aşırı su toplama şeklindeki problemlerle sonuçlanmaktadır (Andereck, 1995; McGehee ve Andereck, 2004). Bunun yanında, son yıllarda vahşi yaşam odaklı turizme talebin artmasıyla birlikte yaban hayatının turizmin etkilerine maruz kalmasına neden olmaktadır. Örneğin, Afrika'nın milli parklarındaki turist araçlarının vahşi kedilere yaklaşması, hayvanların avlanma ve üremekten uzaklaşmasıyla sonuçlanmaktadır (Kim, 2002; Neto, 2003).

Turizm destinasyonlarda otel vb. alanları inşa etmek amacıyla orman alanlarının yok edilmesi; yeşil alanın yok edilmesi turizmin önemli etkilerinden biridir. Yağmur ormanları, sulak alanlar gibi ekolojik olarak kırılgan alanlar, yoğun veya sorumsuz turist aktiviteleriyle tehdit altındadır. Doğa temelli turizm aktivitelerinin yaygınlaşmasıyla birlikte, bu

kapsamdaki faaliyetlerin doğru şekilde yönetilmemesi ve izlenmemesi halinde birçok doğal dünya mirası alan dâhil olmak üzere ekolojik olarak kırılgan alanlara bir tehdit oluşturabileceği kabul edilmektedir (Lankford ve Howard, 1994; Andereck, 1995).

Mason (2003) destinasyonlarda turizm gelişiminin yarattığı çevresel etkilerin büyüklüğünün destinasyonun "nerede" olduğu; turizm aktivitelerinin türü, turistik altyapının doğası, aktivitenin gerçekleştiği mevsim veya dönemsel özelliklere bağlı olarak değişebileceğini belirtmektedir. "Nerede" faktörü şehir alanlarında ve kırsal alanlarda farklılık göstermektedir. Daha çok yapılaşmış olan şehir alanları kırsal alanlara göre daha fazla ziyaret oranına sahiptir. Bunun anlamı, sadece şehirlerin yollara sahip olmasından kaynaklı olmadığı, planlama sürecinde örgütlenmiş altyapının doğasından kaynaklı olmasıdır. Bununla birlikte, turistlerin gerçekleştirdikleri aktivite türleri de çevre üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Bazı aktiviteler kaynakların tüketimine bağımlı olmadığı için çevre üzerinde az etkiye sahipken bazıları daha fazla etkiye yol açabilmektedir. Örneğin, gezi otobüsleri gezilen çevre üzerinde daha az etkiye sahip olabilirken, bir dağda veya kumul çevredeki arazi araçları daha fazla etkiye neden olabilmektedir (Holden ve Sparrowhawk, 2002). Turizm için var olan altyapının doğası da etkilerle ilişkilidir. Bazen kitle turizminden kaynaklanan etkiler yürüyüş yapanlara oranla daha az olabilmektedir. Çünkü, iyi planlanmamış yürüyüş rotalarında gerçekleştirilen aktiviteler, iyi planlanmış kitle turizmine oranla çevre üzerinde daha çok tahribata yol açabilmektedir. Bunun yanında, dünyanın birçok yerinde turizm aktiviteleri sezonluk olarak gerçekleştirilmektedir. Bu koşullar altında, turizm çevreyi yalnızca yılın belli dönemlerinde etkilemektedir. Yılın geri kalanında ise çevre kendini yenilemektedir (Mason, 2003).

Sonuç olarak, iyi planlanmamış turizm gelişimi, doğru ve uzun vadeli faydaları doğru bir şekilde değerlendirilemeyen, destinasyonların yeri doldurulamaz doğal ortamlarını tahrip etmektedir. Bunun yanında, turistler tarafından yapılan çevresel ve ekolojik hasarın kapsamı ve niteliği, gelişimin büyüklüğü ve ziyaretçi hacmi, kullanımın hem mekânsal hem de geçici olarak yoğunlaşması, söz konusu çevrenin niteliği ve planlamanın doğası, gelişimden önce ve sonra kabul edilen yönetim uygulamaları ile ilgilidir (Theobald, 2012).

2.3.2. Destinasyonlarda turizm gelişimini etkileyen unsurlar

Turizm risk, kriz ve felakete karşı kırılgan bir yapıya sahiptir. Nitekim, modern uluslararası turizm tarihi, dünyanın herhangi bir yerindeki turistler ve turistler üzerinde etkili olan çevresel felaketler, ekonomik krizler, siyasi kargaşa, terörist faaliyetleri, savaş ve sağlık korkusu örnekleri ile doludur. Ayrıca, uluslararası turizm kaçınılmaz büyümesini sürdürdüğü; daha az güvenli ve politik olarak daha istikrarsız hale gelen bir dünyaya yayılması bu tür olayların giderek artan sıklıkta meydana gelmesine neden olmaktadır. Bugün destinasyon pazarlamacılarının birçoğu turizmin faaliyet gösterdiği bölgelerde dış çevrenin fonksiyonu olan bir dizi zorlukla karşı karşıya kalabilmektedir. Turizm sektörü; yüksek yakıt fiyatlarından, döviz kurundaki dalgalı döviz kuruna kadar, küresel ısınma, terör tehditleri, pasaport düzenlemelerinin değiştirilmesi, SARS, kasırgalar, tsunamiler, ekonomide yavaşlama gibi değişen çeşitli dış kuvvetlerden etkilenebilmektedir (Haywood, 2007, s. 16'dan *aktaran* Brooker ve Burgess, 2008). Bu baskılara artan rekabet seviyesi, artan ürün paritesi ve ikame edilebilirliği de eklenmektedir (Morgan ve Pritchard, 2002).

Destinasyonların hem iç hem de dış "şoklara" açıklığı, aynı zamanda daha ayrıntılı incelemeyi gerektiren bir alandır. İçsel etkiler çoğu zaman yerelde uygulanan politikaları ve yerelin bakış açılarını yansıtır. Bununla birlikte, dışsal etkiler olan terör, doğal afetler (örneğin; tsunamiler ve depremler), siyasi anlaşmazlıklar ve ekonomik kriz gibi unsurlar daha az araştırılmıştır ve destinasyonlar üzerinde büyük etkiler yaratma potansiyeline sahiptir. Ancak, destinasyonlar kendilerini rakiplerinden ayırmada benzersiz bir kimlik oluştururken; yaşanan çeşitli sorunların üstesinden gelmeye yardımcı olan bir strateji yaratmaları gerekmektedir (Faulkner ve Russell 1997; McKercher, 1999).

2.3.2.1. Turizm ve felaketler

Nüfus artışı, şehirleşme, küreselleşme, iklim değişikliği ve teknolojinin kullanımındaki artış gibi çeşitli etkenler felaketlerin daha sık gerçekleşmesine ve coğrafi olarak farklılaşmasına neden olmaktadır. Bu nedenle, felaketler potansiyel olarak doğal, fiziksel ve çevresel unsurlara (örneğin, depremler, şiddetli patlamalar) ve insanların bir toplumun altyapısına, ekonomisine ve çevresine zarar verme davranışı arasındaki karmaşık bir etkileşimden kaynaklanan yıkıcı bir durum olarak sonuçlanmaktadır (Pelling, 2003). Felaketler; insanlara, mülke ve altyapıya zarar veren ve kuruluşların hayatta kalmasını tehdit

eden beklenmedik doğal veya insan yapımı olaylar olarak tanımlanmaktadır (Pearson ve Clair, 1998).

Felaketler, çeşitli biçimlerde ortaya çıkmakta ve beraberinde çeşitli olumsuzlukları getirmektedir. İnsani bir faaliyet alanı olan turizm felaketlere karşı yeterince dirençli değildir. Küresel turizmin büyümesi ve egzotik (genellikle yüksek riskli) yerlerin çekiciliğiyle, turistler ve turizm destinasyonları daha büyük risk seviyelerine maruz kalmaktadır (Ritchie, 2004). Turizm aktivitelerinin özellikle kıyı bölgelerinde yoğunlaşması ve bu bölgelere yönelik talebin artması ve kıyı bölgelerine yatırımın daha çok yapılması destinasyonların daha çok kırılganlaşmasına neden olmaktadır (Mahon vd., 2013). Kıyı bölgeleri kasırgalara maruz kalması, fırtına dalgalanmaları ve erozyon nedeniyle sele maruz kalma gibi önemli durumlarla karşı karşıya kalabilmektedir. Genel olarak değerlendirildiğinde, dünyanın her yerindeki kıyı turizm destinasyonlarının felaketlerle karşılaşma olasılığı mümkündür (Faulkner, 2001).

Doğal felaketlerin ne zaman gerçekleşeceğinin tam olarak bilinememesi son yıllarda yaşanan önemli doğa olayları ile bir kez daha ortaya çıkmıştır. Örneğin, son yıllarda tsunamilerin etkileri de dâhil olmak üzere bir dizi doğal felaket kıyı turizm merkezlerini ciddi bir şekilde etkilemiştir. Potansiyel olarak tehlikeli kıyı bölgelerinde turizmin önemli bir bölümünün gerçekleştiği göz önüne alındığında, turizmin doğal tehlikelere karşı savunmasızlığını daha iyi anlama ve yönetme ihtiyacı belirginleşmektedir. Ada destinasyonlarının özellikle doğal afetlere daha fazla açık olması bu bölgelerin doğal felaketlerden daha çok etkilenmesine neden olmaktadır. 2004 yılında Hint Okyanusu'nda gerçekleşen deprem ve tsunami 230.000 kişinin hayatını kaybetmesine neden olmuştur. Tsunaminin gerçekleştiği bölgelerde ekonomi olumsuz bir şekilde etkilenmiştir. Maldivler 'de, 2004'te Hint Okyanusu'nda yaşanan tsunaminin sonucu olarak turistlere yapılan doğrudan ve dolaylı maliyetler ve yapılan indirimlerle birlikte o dönemde devlet gelirlerinin kaybı 300 milyon ABD dolarını aştığı tahmin edilmektedir (Becken, 2011). 2004 Hint Okyanusu'nun tsunamisini takiben, Tayland'ın ikinci uluslararası geçidi olan Phuket'e uluslararası giriş sayısında, 2005 yılının ilk yarısında %67,2 oranında düşüş yaşanmıştır ve bu süre zarfında 3000'den fazla çalışanı olan tahmini 500 turizm şirketi iş kaybı yaşamıştır (Henderson, 2007).

Günümüzde üzerinde önemle durulan bir diğer doğal unsur küresel ısınma sonucu ortaya çıkan iklim değişikliğidir. İklim değişikliğinin bazı tehlikeler üzerindeki etkileri belirsiz kalmasına rağmen, destinasyonlardaki mevcut tehlike ortamını kötüleştirmesi ve afet risklerini arttırması muhtemeldir (Lewsey vd., 2004). Hükümetler arası İklim Değişikliği Paneli'ne (IPCC) göre iklim değişikliğinin bölgeler üzerindeki etkilerinin kapsamı zaman içinde ve farklı toplumsal ve çevresel sistemlerin değişme, hafifletme veya uyum sağlama yeteneği ile değişim göstermektedir. IPCC'ye (2018) göre, küresel ortalama yüzey sıcaklığı endüstri öncesi zamanlardan bu yana uzun vadeli ısınma eğilimini yansıtan 2006-2015 yılları arasındaki on yıllık küresel ortalama yüzey sıcaklığının 0,87 ° C ile 1850-1900 döneminden daha yüksektir. Tahmini antropojenik[1] küresel ısınma, gözlemlenen ısınma seviyesini ±20 °C (muhtemel aralık) içinde göstermektedir. Tahmini antropojenik küresel ısınmanın, geçmiş ve devam eden emisyonlar (yüksek güven) nedeniyle son on yılda 0,2 °C (muhtemelen 0,1 ° C ile 0,3 ° C) arasında arttığı gözlemlenmiştir. Gelgit göstergesi verileri, küresel ortalama deniz seviyesinin aynı dönemde 0,1'den 0,2 metreye yükseldiğini göstermektedir. Her ne kadar tahminler değişse de kullanılan prosedürler, iklim değişikliği senaryoları küresel ortalama yüzey sıcaklığının aralarda artacağını göstermektedir. Böylelikle, küresel iklimin bu yüzyıl ve ileriki zamanlarda değişmeye devam edeceği öngörülmektedir. İklim değişikliğinin önümüzdeki birkaç on yılda daha fazla olması küresel olarak yayılan ısı tutucu gazların miktarına ve dünya ikliminin bu emisyonlara karşı ne kadar hassas olduğuna bağlıdır. Kuzey Atlantik kasırgalarının yoğunluğu, sıklığı ve süresi ile en güçlü kasırgaların sıklığı 1980'lerin başından beri artmıştır. İnsan ve doğal sebeplerin bu artışlara göreceli katkısı hala net bir şekilde ortaya konulamamaktadır. Kasırgaya bağlı fırtına yoğunluğu ve yağış oranlarının, iklimin ısınmaya devam etmesiyle artacağı tahmin edilmektedir. Genel olarak, iklim değişikliğine cevaplar uzun vadeden ziyade şimdiki ve yakın geleceğe daha fazla vurgulanarak çerçevelenmektedir (Becken ve Hay, 2012). İklim değişikliğinin, farklı destinasyonların değişen çekiciliğinin bir sonucu olarak veya belirli bir felakete cevaben, turizm talebi gibi "dış" faktörleri etkilemesi beklenmektedir. Tehlikelerin varlığı ve

[1] **Antropojenik:** Doğada insanoğlunun neden olduğu etkiler (www.tdk.gov.tr).

büyüklüğü, destinasyonların konumu, ekosistemleri ve tektonik özellikleri coğrafi faktörlerle şekillenmektedir (Hein vd., 2009).

Doğal felaketlerin yanında salgın hastalıklar, savaş ve terör olayları gibi unsurlar da destinasyonlarda turizm gelişimini önemli ölçüde etkilemektedir. Geçmişte yaşanan çeşitli olaylar nedeniyle küresel turizm sektörü, afet ve krizlerden önemli ölçüde etkilenmiştir. Yaşanan bu afetler sonucunda oluşan güvensizlik durumu turizm talebini de önemli ölçüde etkilemiştir. Bu açıdan değerlendirdiğinde geçmişte yaşanan savaşların ve terör olaylarının etkilerinin sonuçlarını örneklendirmek mümkündür. Örneğin, dünyadaki en yüksek turizm gelirlerine sahip Amerika'nın New York şehrinde 11 Eylül 2001 yılında ikiz kulelere gerçekleştirilen saldırı sonucu Amerika Birleşik Devletleri'ndeki yurt içi seyahat harcamalarında düşüş yaşanmıştır. 11 Eylül terör saldırıları ve ardından gelen şoklar ve ABD'de Mart 2001'de başlayan ekonomik durgunluk, iş seyahati bütçelerinin azalmasına ve özellikle de konvansiyonlar ve diğer toplantılara yapılan seyahatlerde büyük harcamalara neden olan iş seyahatlerini keskin bir şekilde azalmıştır. Amerika Birleşik Devletleri'nde (dünyanın en büyük turizm pazarı) havayolu yolcu yüklerinde %50'den fazla düşüşle sonuçlanmıştır. Bununla birlikte 11 Eylül saldırılarının yaşandığı ilk hafta boyunca tahmini gelirler 2 milyar dolar düşerek otel doluluk oranında da %20-50 arasında düşüş yaşanmıştır (UNWTO, 2005).

Ortadoğu'da yaşanan savaşlar bu bölgede yer alan ülkelerin turizmini olumsuz bir biçimde etkilemiştir. Bölgede savaş, terör saldırıları ve şiddetli çatışmalar yaşanmıştır ve yaşanmaya devam etmektedir (Steiner, 2007). Örneğin, Mısır, Libya ve Tunus'ta Aralık 2010'da Arap Baharı adı altında patlak veren iç savaş bu bölgelerin turizm gelişimini olumsuz şekilde etkilemiştir. Turizm endüstrisinin Arap baharı'nın başlangıcına tepkisi de aynı anda hem acil hem de sert bir şekilde sonuçlanarak; Mısır örneğinde, turist sayısı 2009/2010 mali yılında 13,758 milyon iken oran 2011/12'de 10,953 milyon düşüş yaşanmıştır. Gelişmiş ekonomilerden gelen turist sayısındaki düşüşün ve sanayiyi canlı tutmak için uygulanan genel fiyat indirimlerinin sonucu olarak, toplam turizm gelirlerinde önemli artışlar yaşasa da Mısır turizm endüstrisi Arap Baharı öncesindeki performansı hala gösterememektedir. Tunus'ta ise turizm Arap Baharı öncesinde ağırlıklı olarak Avrupalılar ve Libyalılardan oluşan turistlerinin ulusal kompozisyonuna bağlı bir şekilde gelişim göstermekteyken,

2011'de Tunus turizm gelirlerinde, 2010 yılına kıyasla üçte bir oranında gerileme yaşanmıştır. Ürdün'de Haşimi rejiminin hayatta kalmasına rağmen, Arap Baharı turizm faaliyetlerinde keskin bir düşüşe yol açmıştır. Bunun nedeni, Ürdün turizm endüstrisinin büyük bir bölümünün bölgesel turlardan oluşmasıdır. Ürdün'ün turizm geliri 2011'de 2010 yılına göre %16,3, düşüş yaşamıştır. Suriye örneğinde, 2011 yılının ortalarından bu yana, iç savaşın patlak vermesinden önceki üç yıl içinde göreceli refah kazanan turizm endüstrisinde tamamen çöküş yaşanmıştır. 2012'nin başlarında Suriye iç savaşının Lübnan'ı etkilemesiyle birlikte 2010 yılında 2.168 milyon olan uluslararası turist sayısı 2011'de 1.656 milyona gerileyerek 2012'de 1.366 milyona düşmüştür. Lübnan'da turizmde yaşanan gerilemenin nedeni hem Lübnan'ın hem de komşu ülkesi Suriye'nin siyasi açıdan yaşadığı istikrarsızlıkların etkili olmasıdır (Mansfeld ve Winckler, 2015).

Asya ve Avrupa arasında yer alan Türkiye'de ise 1960'lı yıllarda kalkınma planlarının devreye sokulmasıyla gelişim göstermeye başlayan turizm sektörü ulusal ve uluslararası boyutta yaşanan olaylardan etkilenmeler yaşamıştır. Türkiye'de 1982 yılında Turgut Özal dönemiyle birlikte serbest ekonomiye geçiş uygulamaları turizmin önceki dönemlere göre daha hızlı gelişim yaşamasına yön vermiştir. Ancak, Türkiye turizm talebinde de geçmişten günümüze kadarki süreçte dalgalanmalar yaşanmaktadır. 19 Ağustos 1999 yılında İzmit'te yaşanan deprem, 2003-2011 yılları arasında Kuveyt Savaşı, 2012 başlayan Suriye iç savaşı ve mülteci krizi, 2013 yılında yaşanan Gezi Parkı olayları, 2014 yılından günümüze terör saldırıları, 15 Temmuz 2016 yılındaki darbe girişimi ve sonrasında uygulanan OHAL süreci, Rusya ile yaşanan uçak krizi Türkiye turizm talebinde önemli düşüşe yol açmıştır (Dilek ve Dilek, 2017). Bu süreçte gelen turist sayısı oranında %30 ve turizm gelirlerinde de ise %29 oranında düşüş yaşanmıştır.

Turizm gelişimini etkileyen önemli unsurlardan bir diğeri de salgın hastalıklardır. Küreselleşmeyle birlikte, uluslararası seyahatlerin artması ve bulaşıcı hastalıkların ortaya çıkması kaçınılmazdır (Richter, 2003). Dünya Sağlık Örgütü (WHO) için küresel kaygı uyandıran sayısız salgın ve salgın hastalıklar arasında SARS, kuş gribi, sıtma, kolera, şarbon, tüberküloz, hepatit uluslararası seyahatler yoluyla kolayca yayılabilecek diğer hastalıklar bulunmaktadır. Kişiden kişiye temas yoluyla yayılan SARS, Mart 2003'te patlak vermiştir. 27 ülkeden/bölgeden, çoğunlukla Çin, Hong Kong, Tayvan ve Singapur'da Asya turizmi,

2003'te SARS'ın patlak vermesinden önemli ölçüde etkilenmiştir. Avia Flu salgını sonrasında Asya ve Pasifik ülkelerinde 12 milyonluk bir düşüş yaşanmıştır. Turizm sektöründeki yaklaşık 3 milyon insanın, en ciddi şekilde etkilenen Çin, Hong Kong, Vietnam ve Singapur ülkelerindeki SARS salınımının ardından işlerini kaybederek, GSYİH açısından 20 milyar doların üzerinde bir kayba neden olmuştur (Wilder-Smith, 2006).

Doğal bir felaket turizmin akışını engelleyebilse de terör riski, seyahat akışlarının yeniden düzenlenmesi ve artan terörist faaliyet dönemlerinde tatillerin iptali ile gösterildiği gibi seyahat eden halkı daha ciddi şekilde korkutma eğilimindedir. Gerçek ya da algılanan riskler nedeniyle ziyaretçiler turizmden zevk almayı bıraktığında, riskli durumlardan ya da destinasyonlardan kaçınmak için özgürlük güçlerini kullanırlar. Bu durumlarda turistler daha güvenli yerler seçerler veya tamamen seyahatten kaçınırlar. Ancak, olumsuz olayların yerel turizm endüstrisi ve turizm destinasyonları üzerindeki etkileri derin bir şekilde ortaya çıkabilmektedir (Sönmez vd., 1999).

2.3.2.2. Turizm gelişimini etkileyen ekonomik ve politik unsurlar

Turizm dünyadaki en hızlı büyüyen ekonomik sektörlerden biridir. Bununla birlikte, küresel olarak büyümenin, istihdam yaratmanın ve gelişimin itici gücü olarak tanıtılmaktadır (UNWTO, 2009). Bu büyüme turizmde hareketliliğinin yaşanmasına; bunun yanında talebin artmasına ve turizm çeşitliliğine yansımaktadır. Seyahat ve turizm endüstrisi çok çeşitli iç ve dış kuvvetlere karşı hassastır ve olumsuz turist algılarına neden olan kriz olaylarından ağır bir şekilde etkilenmektedir (Pforr ve Hosie, 2009). Turizm krizinin nedenleri ekonomik, politik, sosyo-kültürel ve çevresel alanlardaki talep ve arzı etkileyen gelişmelere dayanmaktadır. Ekonomik gerileme ve durgunluk, dalgalı kurlar, piyasaya duyulan güven kaybı ve yatırım fonlarının geri çekilmesi turizm krizine neden olmaktadır (Henderson, 2006). Ekonomik krizin turizm sektörüne iç ve dış tehditleri şöyledir:

- Dış tehditler: durgunluk, döviz dalgalanmaları ve vergilendirme.
- İç tehditler: artan maliyetler, düşen gelirler ve kâr marjının düşmesi

Dünyanın küreselleşmesi, önemli ekonomik güç olan ülkelerin ekonomilerinde yaşanan herhangi bir durgunluğun dünyanın diğer ülkelerinde de yaşanmasına yol açmaktadır. Örneğin, ABD'de 2008 sonunda yaşanan mortgage krizi sonrası başlayan ekonomik durgunluk tüm dünyayı etkileyerek turizm varışlarında düşüşe neden olmuştur.

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) verilerine göre, uluslararası turizmde 2008'in ikinci döneminde düşüş yaşanmaya başlanmıştır. Ayrıca, dünyanın dört bir yanındaki finansal kuruluşlar krizin yoğunluğunu çeşitli göstergelerle teyit ederken, uluslararası turist varışlarındaki olumsuz eğilim, 2009'un ilk döneminde hâkim olan finansal duruma paralel olarak yoğunlaşmıştır (Papatheodorou vd., 2010). Bu dönemde dünya ekonomisi, İkinci Dünya Savaşı'ndan beri en kötüsü olan, derin bir durgunlukla karşılaşmıştır. Mal ihracatı ve sanayi üretimindeki keskin düşüş, işsizliğin artması ve çoğu büyük turizm kaynak pazarındaki tüketici güveninin hızla aşınması, turizm endüstrisi üzerinde ciddi olumsuz etki yaratmıştır (Smeral, 2010, s.31).

Ekonomik kriz dönemlerinde döviz kurlarında yaşanan dalgalanmalar gelişmekte olan ülkelerin turizm talebini önemli ölçüde etkilemektedir. Destinasyonlardaki döviz kuru devalüasyonu turist girişlerini çekmekte, ancak başlangıçtaki döviz kurunun artışı turizm çıkışlarını azaltmaktadır. Menşei ülkedeki gelirdeki artış, insanların yurtdışına seyahat etme kabiliyetlerini olumlu yönde etkilemektedir. Destinasyonlar arasındaki göreceli tüketici fiyatları ve bir destinasyondaki yaşama maliyeti, turizm girişleriyle olumsuz yönde ilişkilidir. Gelişmekte olan ülkelerin ekonomilerinin dışa bağımlı hale gelmesiyle birlikte bu süreç daha etkili bir şekilde yaşanmaktadır (Dwyer vd., 2010, s. 63-64). Örneğin, Amerika'nın 2018'den beri uygulamaya başladığı ithal ürünler üzerindeki vergilendirme sistemi tüm dünyayı özellikle gelişmekte olan ülkelerin ekonomisini olumsuz yönde etkilemiştir. Bu vergilendirme sistemi nedeniyle ekonomik açıdan dışa bağımlı ve gelişmekte olan Türkiye'de döviz kurlarında yaşanan %50 oranındaki artış ve Türk lirasının değer kaybetmesi, yurtdışına seyahatlerin azalmasına neden olmaktadır. Bunun yanında, dövizin Türkiye'de değerli olması uluslararası turist varışları üzerinde olumlu etkisi bulunmaktadır. 2018 yılında gelen turist sayısında 2017 yılına göre %21 oranında artış, turizm gelirlerinde de %12,3'lük artış yaşanmıştır.

Ülkeler arasında yaşanan siyasi anlaşmazlıkların turist varış oranları üzerinde önemli etkisi bulunmaktadır. Örneğin, Türkiye'nin sınır ihlali gerekçesiyle 24 Kasım 2015 tarihinde Rusya Federasyonu'na ait savaş uçağını düşürmesinin ardından ülkeler arasında politik gerginlik yaşanmıştır. Rusya'nın tur satışlarını ve charter uçuşlarını yasaklaması ile Türk turizm sektörü zor durumda kalmıştır. Rusya, 4,5 milyon turist ile Türkiye için ikinci büyük

pazar konumunda yer almaktadır ve Türkiye turizm talebinin %12'sini oluşturan bir pazardır. İki ülke arasındaki ilişkiler Rus pazarını derinden etkilemiş, 2016 yılında Rus turist sayısında %76 ile ciddi oranda düşüş yaşanmıştır (Davras ve Aktel, 2018).

Bir destinasyona seyahat etmenin toplam maliyetinin bir parçası olan ulaşım masrafları da turizm akışları ile negatif ilişkilidir. Bir turistin en yaygın kabul gören tanımları seyahat mesafeleri ve evden uzakta geçirilen zaman unsurlarını içerir. Bu şekilde operasyonel hale getirildiğinde, turizm seyahati genellikle belediye, ilçe, il veya uluslararası olmak üzere bazı siyasi sınırların aşılmasını gerektirir. Her ne kadar ulusal sınırlar turist akışını büyük ölçüde etkilemeseler de gezginler genellikle uluslararası bir sınırı geçme zorluğundan rahatsız olurlar. Çoğu zaman sınır formalitelerle ilişkilendirilen olumsuz algılamalar nedeniyle, birçok kişi, başka bir ülkenin sınırları dahilinde oldukları için bazı ilginç ve arzu edilen destinasyonlardan kaçınabilir. Bazı insanlar için gümrükten geçmek, yabancı bir dille uğraşmak ve yabancı para harcamak zorunda olmamak, yakınlardaki sınır dışı cazibe merkezlerine algılanan bir mesafe katabilir. Bu algılanan mesafe, pek çok turistin komşu bir ülkeyi ziyaret etmesini engelleyebilir. Bununla birlikte, diğer turistler, bir gezinin heyecanının sınır kapısı olan kısmını da düşünmektedir (Timothy, 1995).

Yukarıda da belirtildiği turizm gelişimi çeşitli içsel ve dışsal unsurlardan etkilenmektedir. Yaşanan bütün olumsuzluklardan sonra turizmin geri kazanılması konusunda, önceki çalışmalar hem ürün teklifini hem de piyasayı çeşitlendirmenin gerekliliğini vurgulamaktadır (Carlsen ve Hughes, 2008). Bu bağlamda, bir felaketin destinasyonun özelliklerini değiştirebileceği kabul edilmelidir. Doğal bir felaket fiziksel hasara neden olmasının yanı sıra, güvenlik açısından turistlerin ziyaret etmesini engelleyen, olumsuz imaja yol açabilmektedir (Huan vd., 2004). Bununla birlikte, bazı doğal veya kültürel cazibe merkezleri kolayca ortadan kalkarken, daha önce ziyaret edilmemiş diğer yerler bir felaketten sonra turizm tüketiminin önemli yönleri haline getirilebilir (Rittichainuwat, 2008). Bunun yanında, turizm destinasyonlarında ekonomik durgunluğun yaşandığı dönemlerde ise turizm talebini teşvik etmek ve turizm işletmelerini desteklemek için çeşitli önlemler alınmaktadır. Genel olarak, ulusal teşvik paketleri turizmi teşvik etmeye ve pazarlamaya odaklanır, ancak bazı ülkeler mali ve parasal önlemlere de odaklanmaktadır. Bu tür mali ve parasal planlara girişleri, turizm işletmelerinin krediye erişme ve iş yerinde

kalmak ve insanları istihdam etmek için likiditesini arttırma ihtiyacını vurgulamaktadır. Uygulanan diğer önlemler, kamu-özel ortaklığına ve seyahat kolaylığına yöneliktir (örneğin, vize başvuru süreci, vize masraflarının düşürülmesi veya belirli kaynak pazarlar için vize şartlarının kaldırılması) (UNWTO, 2009).

2.4. Turizm Destinasyonlarında Yeniden Canlandırma Stratejileri

Destinasyonlarda turizm gelişimiyle birlikte nihai durgunluk ve düşüş yaşanabilmektedir. Destinasyonlarda durgunluk ve düşüşten kaçınmak adına çeşitli stratejiler uygulanmaktadır. Bu stratejiler alanyazında yeniden canlandırma başlığı altında ele alınmaktadır. Bu bağlamda, çalışmanın bu bölümünde yeniden canlandırma kavramı, yeniden canlandırma aşaması, turizmde yeniden canlandırma stratejileri, destinasyonlarda durgunluk göstergeleri ve destinasyonlarda yeniden canlandırma stratejilerine ilişkin çalışmalara detaylı bir şekilde yer verilmiştir.

2.4.1. Yeniden canlandırma kavramı

Yeniden canlandırma kavramı çeşitli alanlarda uygulama durumuna göre farklı anlamlar taşımaktadır. Türk Dil Kurumu'na (TDK) göre yeniden canlandırma edebiyatta kişileştirme; sinemada tek tek resimleri veya hareketsiz cisimleri gösterim sırasında hareket duygusu verebilecek bir biçimde düzenleme ve filme aktarma işi, animasyon; mimaride ise tarihi, eski ve yok olmaya yüz tutmuş alanların yeniden restore edilerek hayat bulması şeklinde nitelendirilmektedir.

Yeniden canlandırma kavramının tanımı, uygulandığı alana göre değişiklik gösterse de temelde kavramın bir şeyi yeniden hayata döndürme anlamına geldiği görülmektedir. Bu araştırmanın temel konusu olan turizm destinasyonlarında yeniden canlandırma kavramı 1980 yılında Butler'ın yaşam döngüsü modelinde durgunluk aşamasından sonra düşüşe geçmeden veya düşüş aşamasında uygulanan stratejiler olarak belirtilmektedir. 1980'li yılların ortasında ve 1990larda destinasyon sayısında hızlı bir şekilde artış ve çeşitlilik göstermesiyle birlikte sosyal, ekonomik ve politik açıdan değişimin yönetilmesi ihtiyacı ortaya çıkmıştır. Bu noktada araştırmacılar tarafından yararlanılan Destinasyon Yaşam Döngüsü Modeli (TALC) aşamaları doğrultusunda süreç incelenmiştir. Bunun nedeni 1960'ların ve 1970'lerin sonunda çoğu kitlesel turizm destinasyonun ortaya çıkmasıyla birlikte ve 1980'li yıllarda durgunlukla yüzleşmeleriyle yeniden canlandırma için stratejilerin

oluşturulmaya çalışılmasıdır. Yaşam döngüsü modelinin son aşamaları olan düşüş ve durgunluk, hükümetler ve turizm sektörü tarafından pazar talebindeki değişime uyum sağlama çabaları nedeniyle alanyazında dikkat çekmeye başlamıştır (Cooper, 2006).

Bir destinasyonda turizm gelişimiyle birlikte turizm pazarı olgunlaştıkça, çoğu turizm destinasyonu pazar alanında ürünlerini yeniden canlandırmada ve konumlandırmada zorluklar yaşamaktadır. Destinasyonlar; büyüme süreci, daha sonra hızlı bir gelişme ve kalkınma sürecinin ardından daha yavaş büyümeye ve nihayetinde düşüşe geçmektedir. Bununla birlikte, arz ve talepteki değişimlere bağlı olarak değişimin evrimsel sürecini yaşamaktadır. Destinasyonların özellikleri veya arzı değiştiğinde yaşam döngüsü tekrar başlamaktadır (Butler, 2009). Destinasyonlarda yaşam döngüsünün yeniden başlaması uygulanan etkili stratejilerle mümkündür. Yeniden canlandırma stratejileri bir destinasyonun turizmde sürdürülebilir ve planlı bir şekilde gelişiminin sağlanmasında uygulamaların gerçekleştirilmesinde yol haritası görevi üstlenmekte ve erken uyarı sisteminin oluşturulmasına olanak sunmaktadır. Ancak, aynı coğrafi ve kültürel bağlamdaki destinasyonlar temelde birbirine benzer olma ve aynı cazibe merkezlerini sunma eğilimi gösterse de bazı açılardan farklılıkları barındırabilmektedir. Sonuç olarak, yeniden canlandırmanın özel ilgi kapsamında gerçekleştirilmesi önemlidir. Dolayısıyla, tek bir "yeniden canlandırma" yolu yoktur. Ancak, yine de bazı ortak özellikler tanımlanabilir (Schuckert vd., 2007).

Destinasyonun yaşam döngüsü çerçevesi içinde analiz edilebilecek olgunluğa kadar gelişiminde Butler'ın yaşam döngüsü (1980) modeli, geniş bir yelpazedeki destinasyonların evrimini analiz etmek için araştırmacılar tarafından önemli ölçüde kullanılmıştır (Lagiewski, 2006). Ancak modelin belirleyici unsurlarından biri olan turizm destinasyonlarının gelişiminin anlaşılması sürecinde bir çerçeve olarak yararlanılmasında faydalı olmadığı konusunda tartışmalara da yol açmıştır (Ioannides, 1992). Aynı zamanda, model uygulanabilirliği ve geçerliliği ile ilgili problemlere ilişkin olarak birçok eleştirinin odağı olmuştur. Haywood (1986) ve daha sonra Agarwal (1997), modelin analiz birimi olarak geçerliliği, istatistiksel kısıtlamalar, ilgili pazar, modelin tanımlanması ve modelin gelişim aşamaları hakkında şüphe uyandıran temel operasyonel sorunlara işaret etmektedir. Analiz dönemi ve son olarak hem büyüme modelini hem de önerilen aşamaların tanımlanmasını

sağlayabilecek iç ve dış faktörlerin varlığı değişkenlik göstermektedir. Bununla birlikte, uygulamadaki sayısız sorunlara ve aldığı çok sayıda eleştiriye rağmen, model, destinasyonlar arasındaki farkların ve bu karmaşık coğrafi rekabet birimlerindeki değişikliklerin daha iyi anlaşılmasında kavramsal bir çerçeve sunmaktadır (Agarwal, 1997).

Turizm destinasyonunun dinamiklerinin anlaşılabilmesinde gelişim bağlamının ve kurumlar arasındaki bağlantıların, turizm gelişimini şekillendiren işletmelerin ve girişimcilerin özellikleri dikkate alınarak daha bütünleştirici bir sistemin oluşturulması gerekmektedir. Bunun yanında, yaşam döngüsünün aşamalarının belirlenmesinde, dönüm noktalarında, yığılma seviyesinde adaptasyondaki zorlukların işlevselliği açısından yeterli değildir ve döngünün sadece görünüşte gerçekten etkili olduğu gerçeği göz önüne çıkmaktadır (Haywood, 1986). Turizm alanyazınındaki bütün bu anlaşmazlıklara rağmen yaşam döngüsünün ürünün gelişim sürecinin incelenmesinde işletme alanyazınında faydalı olduğu da araştırmacılar tarafından belirtilmektedir (Agarwal, 1998; Oppermann, 1998). Bu bağlamda, bir destinasyonun gelişimindeki her aşamayı açıklayan iç ve dış faktörlerin belirlenmesi ve ardından gelen cevaplar, destinasyonların evriminin anlaşılmasına katkıda bulunabilir. Bununla birlikte, sürecin nasıl olduğunun bilinmesi geleceğe dönük uygulamalarda tek başına yeterli değildir. Her bir destinasyonun, doğrudan dünyanın geri kalanıyla rekabet içinde olduğu ve rekabet etme yeteneği de önemlidir (Schuckert vd., 2007).

Yaşam döngüsü kavramı evrimsel gelişim noktasında yararlı ve açıklayıcı bir çerçeve sunmaktadır. Evrimsel düşünce temel olağan şeylerin anlaşılmasını gerektirmektedir. Yeniden canlandırma, bir destinasyonun yaşam döngüsündeki erken aşamalarını etkileyen aynı güçlere sahip olan pazar, teknolojik ve rekabetçi güçlerden etkilenmektedir (Tellis ve Crawford, 1981'den *aktaran* Cooper, 2006). Evrimsel bakış açısına göre yeniden canlandırma aşamasının yeni bir gelişim gibi ele alınmasından ziyade, evrimsel sürecin bir parçası olarak adaptasyonun devamı olarak görülmesi gerekmektedir (Choy, 1992).

2.4.2. Yeniden canlandırma aşaması

Yaşam döngüsünün sonu, durgunluk özelliklerinin tümünü olmasa da destinasyonun göstereceği durgunluk sonrası birçok aşama ile işaretlenmektedir. Durgunluk sonrası dönem, turizm alanının gelişiminin kritik bir aşamasıdır. Destinasyonlarda turizmin durgunluğa geçmesiyle birlikte kamu sektörü tarafından destinasyonun gelecekteki durumuna karar

vermede planlama sürecinin oluşturulması olağan bir durumdur. Bu tür destinasyon planlama girişimleri, geleneksel yaklaşımların ve kısa vadeli bütçelemenin ve siyasi ajandaların etkili yeniden canlandırma için gerekli olan stratejik görüşü geri aldıkları kamu sektörü alanında olma eğilimindedir (Cooper, 2006; Brooker ve Burgess, 2008). Nitekim, bir başka sorun, özel sektörde ağırlıklı olarak, kısa vadeli, turizm açısından taktiksel bir görüşe sahip olan ve endüstriyi belirli bir noktada bir araya getirmek için oluşturulan girişimleri reddeden ve küçük işletmelerden oluşan destinasyonların varlığıdır. Ancak, destinasyonlarda yeniden canlandırma stratejilerinin başarılı olmasındaki anahtar unsurlardan biri bütüncül yaklaşım ile ele alınmasıdır. Bu problemler, topluluklarda stratejik planlamanın uygulanmasındaki zorluklarla daha da artmaktadır. Destinasyonlardaki paydaşlar arasında yaşanan iş birliği eksikliği bu süreci engelleyebilmektedir. Bununla birlikte, destinasyonlara canlandırıcı stratejik bir planlama yaklaşımının yararları açıktır (Faulkner, 2002; Faulkner ve Tideswell, 2006). Plan hem endüstri hem de kamu sektörü için bir mülkiyet duygusu sağlamaktadır ve bu şekilde de destinasyon seviyesindeki iş birliğine dayalı eylem ve politikalar için bir çerçeve sunmaktadır. Bu yaklaşımın tutarlılığı, destinasyonun yol gösterici hedeflerini keskinleştirmektedir ve sayısız paydaşı rollerini belirlemeye zorlamaktadır. Ek olarak, yaklaşım, sektörün gelecekte değerlendirilebileceği bir dizi temel performans göstergesi sunmaktadır (Cooper, 2006, s. 186).

Destinasyonların yaşam döngüsünde yeniden canlandırma ihtiyacının ortaya çıkması ziyaretçi sayısının azalması, düşük verim, yerel ve tekrar eden ziyaretçi göstergeleriyle belirlenmektedir. Bu göstergeler, destinasyonun kontrolü dışındaki güçlerin etkileşimi ve destinasyonun yapısıyla ilgili çeşitli durumlarda ortaya çıkabilmektedir. Örneğin, talep tarafında, turizm pazarındaki yerin değişen zevkleri ve beklentileri, talebe daha etkin bir şekilde hizmet edebilecek rekabetçi hedeflerin büyümesine yol açmaktadır. Ancak, destinasyonların bu aşamada pazardaki değişime yanıt verebilmesi zor olabilmektedir. Destinasyonlar normal olarak sabit olan sermaye yatırımından, turizm altyapısından ve değiştirilmesi zor olan üst yapıdan oluşmaktadır. Çoğu destinasyonda eşsiz mimari ve peyzaj kaynaklarını içeren çevresel kalite tehlike altındadır (Cooper, 1997).

Destinasyonların durgunluk veya düşüş aşamasına girmesiyle birlikte gelecekte iki temel seçenek uygulanmaktadır. Bunlar; terk etme ve yaşam döngüsünü uzatma şeklindedir.

Turizmde yaşanan başarısızlık sonucunda uygulanan ilk seçenek turizmden çıkıştır. Baum (1998) turizmden çıkışı "terk etme" olarak nitelendirmektedir. Terk etme durumu pansiyonlar ve restoranlar gibi küçük işletmelerin hakimiyetinde olan destinasyonlar için zor bir karardır. Terk etme stratejisi paydaşların destinasyonu turizm işletmeleri, olanakları ve kaynakları açısından yeniden kullanımda görmediği durumlarda talep edilmektedir. Terk etmeye yol açan diğer unsurlar aşağıdakiler olabilir (Weaver, 2000; Cooper, 2006):

- Doğal felaketler (volkanik patlamalar, tsunami, deprem);
- Terör olayları (Mısır, Tunus ve Libya'da yaşanan Arap baharı, Suriye iç savaşı);
- Savaşlar (Türkiye'nin komşusunun işgalini takiben Kuzey Kıbrıs tatil beldelerinin ölümü)

Destinasyonlar tarafından en çok tercih edilen ikinci seçenek ise turizmin yaşam döngüsünü uzatma ve yeniden canlandırmadır (Diamond, 1988; Choy, 1992). Destinasyonlarda yeni bir vizyon veya strateji geliştirmenin temel anahtarı yeniden canlandırmadır. Bunu yapmanın bir yolu da destinasyonları markalara dönüştürmektir. Bir destinasyonun rekabet gücünü korumak için, kaliteli hizmet sağlamak için stratejilere ve yeni süreçlere ihtiyaç vardır. Geleneksel ürünler hala temel bir teklif olabilir, yine de yeni gelişmelerin mümkün olması için çaba sarf edilmelidir. Geleneksel turizm ürünleri ile ürün yaşam döngüsü durgunluğundan kurtulmanın bir başka yolu, mevcut turizm yapılarını stratejik düşüncelere dâhil etmektir (Schuckert vd., 2007).

Turizm alanyazınında stratejik seçenekler kapsamında, girişimler ve turizmin yeniden yapılandırılması üzerinde durulmaktadır. Stratejik seçenekler kamu sektörü girişiminden, daha popüler kamu/özel ortaklığına ve özel girişimlere kadar çeşitlilik göstermektedir. Bütün bu durumlarda, yeniden canlandırma kararı, stratejik ve uzun süreli düşünmede önemli bir değişimi temsil etmektedir. Çevresel iyileştirmeler, yeni cazibe merkezlerinin eklenmesi ve pazarın çeşitlendirilmesi/yeniden konumlandırılması dâhil olmak üzere bir dizi bireysel seçenek varken, destinasyonlar giderek turizmin tüm unsurlarını ve daha geniş bir ekonomiyi kapsayan bütünsel bir cevaba olan gereksinimi kabul etmektedir. Destinasyonlar karmaşık çevresel, ekonomik ve sosyal sistemler aracılığıyla işlev görür ve yeniden canlandırma sürecinde bu sistemleri soyutlamak mümkün değildir. Aynı zamanda, tatil bölgelerine yönelik stratejik tepkiler ürün karışımı, bölgesel ekonomideki yeri ile belirlenen destinasyona

özgüdür (Cooper, 2006, s. 187). Destinasyonlarda stratejik seçeneklerin sınıflandırılmasında, turizme uygulanabilecek iki önemli faktör tarafından belirlenen ve karmaşık olan stratejik seçeneklerin seçiminden yararlanılabilir. Bunlar aşağıdaki gibidir (Jain, 1985'ten *aktaran* Cooper, 2006):

1) Destinasyonun pazardaki rekabetçi konumu

2) Destinasyonun yaşam döngüsü özellikleri

- Talep tarafı değişkenleri
  - Tüketiciler-müşteri ve pazarların değişen doğası
- Arz tarafı değişkenleri
  - Endüstri yapısı
  - Rakipler
  - Tedarikçiler
  - Çevre
  - Organizasyon
  - Gelişim oranı
  - Erişim

2.4.3. Turizmde yeniden canlandırma stratejileri

Turistik alanların dinamik olduğu, zaman içerisinde evrimsel bir süreç içerisinde geliştiği ve değiştiği yadsınamaz bir gerçektir. Bu evrim, ziyaretçilerin tercihlerinde ve ihtiyaçlarında yaşanan değişiklikler, kademeli olarak bozulan bölgenin ilk popülerliğinden sorumlu olan orijinal doğal ve kültürel cazibe merkezleri, fiziki tesis ve tesislerin olası değişimi gibi çeşitli faktörlerle gerçekleşmektedir (Butler, 2008). Butler'a (1980) göre, yeni destinasyonlarla rekabet edememe nedeniyle pazar payında bir düşüş yaşanıyorsa düşüş devam edecektir. Bu durumda, turizmdeki tesislerin turizmle ilgili olmayan yapılar ile yer değiştirmesi nedeniyle mülk devir hızı yüksektir. Genel olarak turizmden uzaklaşan işlevsel bir kayma vardır ve bunun sonucunda bölge bir gecekondu mahallesi olabilir veya turizm işlevini tamamen kaybedebilir. Karşı tedbirlerin alınması halinde, turizm cazibe merkezlerinin yeniden düzenlenmesi, çevresel gelişme veya destinasyonun genel bir pazarda yeniden konumlandırılması yerine geçer.

Destinasyon yaşam döngüsünün sürdürülebilirliğini sağlayan anahtar unsurlardan biri yeniden canlandırmadır. Destinasyonlarda, yeniden canlandırma stratejileri önemli ölçüde ekonomik sürdürülebilirliğin bir aracı olarak görülmektedir. Aynı zamanda, stratejiler destinasyonlar için sağlıklı bir ekonomik ortamı sağlamaya odaklanmaktadır. Stratejiler geçmişten gelen başarılı uygulamalara odaklanan ve çevreye uyum sağlamayan yerleşik yönetim/planlama uygulamalarının ve yapılarının sonucu olarak ele alınmaktadır. Dolayısıyla, bir destinasyondaki aktörlerin kişisel nitelikleri, becerileri, yetenekleri veya belki de kilit aktörlerin özellikleri, destinasyonun canlanmasında ve gelişiminde etkili olan önemli göstergelerdir. Turizm endüstrisinde küreselleşme ve artan rekabetin sonucu olarak, bazı hizmet sektörleri için yeniden yapılandırma teorileri de uygulanmaktadır. Turizm sektöründeki işgücü piyasasına yönelik yeniden canlandırma stratejilerinde, mevsimsel etkilerini en aza indirmek için kabul edilmesi gereken emek esnekliği, taşeronluk ve işlevsel esneklik stratejilerini dâhil etmek önemlidir. Talep artışını yeniden canlandırma yoluyla sağlamak için çeşitlendirme, yeniden konumlandırma ve maksimum hizmet/ürün kalitesi üzerinde durulmaktadır (Agarwal, 2002).

Butler (1980) çalışmasında durgunluk sonrası dönemde yeniden canlandırmanın uygulanabileceğini; ancak, turizmin dayandığı cazibe merkezlerinde tam bir değişiklik olmadan yeniden canlandırma aşamasına ulaşılamayacağını belirtmektedir. Bu hedefe ulaşmak için iki yol bulunmaktadır. Bunlar; destinasyona insan yapım cazibe merkezlerinin eklenmesi ve daha önce kullanılmayan doğal kaynaklardan yararlanmaktır. Bununla birlikte, birçok durumda, hükümet ve özel çabaların birleşimi gerekmektedir. Yeni pazar alanları, nüfusun tahsis edici bölümü olmayabilir ama daha ziyade belirli bir çıkar veya faaliyet grubunu oluşturabilir. Nitekim, gerçekten eşsiz bir alan söz konusu olduğunda, ziyaretin baskılarına dayanabilecek, neredeyse zamansız bir cazibe merkezi beklenebilir.

Yeniden canlandırma stratejilerini uygulayan destinasyon sayısının artmasıyla birlikte ortak unsurları içeren stratejilerin bulunduğu görülmektedir (Cooper, 2006, s. 188). Araştırmacılar tarafından önerilen stratejiler benzerlik gösterse de kendi aralarında farklılıklar barındırmaktadır (Butler, 1980; Diamond, 1988; Russell ve Faulkner, 1998; WTO, 2001; Agarwal, 2002). Yaşam döngüsü modelini ortaya koyan ve modelde yeniden canlandırma stratejilerinin uygulanabileceğini belirten Butler (1980, 2006) tarafından

destinasyonların yeniden canlandırılması sürecinde önerilen stratejiler aşağıdaki gibi gruplandırılabilir:

- Yeni pazar arayışları
- Ürün çeşitlendirme
- Ürünün yeniden konumlandırılması
- Ürün farklılaştırma

Butler (1980) tarafından önerilen stratejiler incelendiğinde, stratejilerin önemli ölçüde yaşam döngüsü modelinin çıkış noktasını oluşturan ürün yaşam döngüsü temelinde önerildiği görülmektedir. Ancak, Butler'ın modelinde durgunluk sonrası dönemin (düşüş ve yeniden canlandırma) yeterince açık bir şekilde ortaya konulmadığı, bu aşamanın belirsiz olduğu ve yeterince açıklanmadığı araştırmacılar tarafından da eleştirilmektedir (Haywood 1986; Strapp, 1988; Cooper ve Jackson, 1989; Agarwal, 1994). Agarwal (1994, s. 204), durgunluk sonrası aşamada genel bir ampirik doğrulama eksikliğinin bulunduğuna işaret etmektedir. Ayrıca, durgunluk aşamasının teorik reform için acil bir ihtiyaç olduğunu ve bunun elde edilebileceği farklı yollara daha fazla teorik kanıt konulması gerektiğini belirtmektedir. Bu noktada alanyazın incelendiğinde araştırmacılar tarafından çeşitli stratejilerin önerildiği görülmektedir. Bu bağlamda Diamond (1988) destinasyonlarda düşüşten kaçınma ve yaşam döngüsünün uzatılmasında dört muhtemel stratejinin uygulanabileceğini belirtmektedir (*aktaran* Cooper, 2006, s. 188). Bunlar:

1) **Toparlanma stratejisi:** Kamu ve özel sektörün düşen turist sayısını tersine döndürmede gelişim ve planlama ve tanıtım çabaları için yatırımların yapılması.
2) **Sürdürülebilir büyüme stratejisi:** Destinasyonlar dış koşullar, belki de erişim açısından elverişsizdir ve strateji, mevcut pazarları korumaya ve sadık bir tekrar müşteri desteği için yeni ziyaretçi alımıyla düşük bir büyüme seviyesi elde etmeye odaklanır.
3) **Çoğalan büyüme stratejisi:** Bu strateji, destinasyon yeni pazarlar ararken, yeni ürün geliştirme sürecinin test pazarlaması ile sınırlı tesis gelişimine aşamalı bir yaklaşım benimsemiştir. Bu strateji Baum'un (1988) yeniden canlandırma aşamasına benzerlik göstermektedir. Turistlerin ilgisini çeken orijinal formülün reddedilmesini ve kademeli olarak bir ürünün "ölmesini" sağlayarak ve var olan ürünlerin yanı sıra

mevcut ürünlerle değiştirerek yeni modeller yaratıldığı süreçtir. Destinasyonun karmasının çeşitli unsurlarında, olgunluk, düşüş veya yeniden canlandırma aşamalarında bulunur.

4) **Seçici turizm stratejisi:** Bu stratejide yalnızca destinasyonun güçlü yönlerinden faydalanarak belirli pazar segmentlerine ulaşmak hedeflenmektedir.

Butler'ın sunduğu modelin uygulanabilirliğini eleştiren ve durgunluk sonrası dönemin yeterince açıklanmadığını belirten Agarwal (2002) ise destinasyonların yeniden yapılandırılması sürecinde iki aşamanın uygulanabileceğini belirtmektedir. Bu bağlamda, yeniden yapılandırma sürecinde ürünün yeniden düzenlenmesi ve ürünün dönüşümü stratejilerinin uygulanabileceğini belirtmektedir. Bu stratejiler ise aşağıda açıklandığı gibi kendi içerisinde kategorilere ayrılmaktadır:

1) ***Ürünün yeniden düzenlenmesi*** aşamasında yatırım ve teknik değişim, merkezileşme ve ürün uzmanlığı gibi çeşitli stratejiler uygulanmaktadır.

   Yatırım ve teknik değişim: Yeni pazar segmentlerini çekmek için yeni tesislerde hedef alan bir tesis örneği. Erken yeniden canlandırma stratejilerinde kabul edilen ikinci bir yaklaşım ise kongre merkezlerinin geliştirilmesi olmuştur. Daha sonra yatırım stratejileri, düşüşe geçmiş tatil bölgelerini güncellemek için yeni cazibe araçlarının tanıtılmasını içerir.

   Merkezileşme: Ekonomik ve turizm politika yapıcıları destinasyonlarda turizmin düşüşe geçtiği kabul edildiğinde ve yeniden canlandırmanın önemi fark edildiğinde, bölgesel, ulusal ve uluslararası girişimciler yatırımı koordine etmek, öğrenen örgütler ve canlandırılmakta olan destinasyonların deneyimini geliştirmek için konsorsiyumlar yaratmaktadır.

   Ürünü özelleştirme: Ürün özelleştirmede niş ürünlerin gelişimi önem taşımaktadır. Turizm için sağlık ve güzellik tesislerinin geliştirilmesini ve etkinliklerin ve festivallerin geliştirilmesini içermektedir. Bu durum, mevcut güneş, deniz ve kum ürünleri ile birlikte etkinliklerin geliştirildiği konferans ve bakım tesislerinin sağlanması, kültürel etkinliklerin ve festivallerin tanıtımının yapılmasıdır.

2) ***Ürünü dönüştürme*** aşamasında hizmet kalitesinin iyileştirilmesi (hizmet sunumunun kalitesinin iyileştirilmesi), çevre kalitesinin iyileştirilmesi (tesisin temel alanlarının

iyileştirilmesi), yeniden konumlandırma, çeşitlendirme, iş birliği ve uyarlama bulunmaktadır.

Hizmet kalitesi: Turizmde, turizm endüstrisine daha koordineli ve profesyonel bir yaklaşımı teşvik etmek için eğitim uygulamaları geliştirilmektedir. Daha yeni girişimlerde geliştirilen en önemli yeniden canlandırma stratejileri alanı, özellikle eğitim araçlarıyla, destinasyonlarda hizmet kalitesinin artırılmasıdır

Çevresel kalite: Neredeyse tüm yeniden canlandırma stratejileri, "destinasyonların yeşillenmesinden", tatil beldesi kasabalarının ve rekreasyonel iş bölgelerinin yeniden geliştirilmesine kadar çeşitli çevresel gelişme unsuru içermektedir. Çevresel kalite olumlu imajın yaratılmasında önemlidir.

Yeniden Konumlandırma: Bütün yeniden canlandırma stratejileri yeniden konumlandırma stratejisini içermektedir. Bir bölgenin bozulan imajının düzeltilebilmesi için bölge imajının yeniden düzenlenmesi ve güçlendirilmesi; düşük harcama yapanlar ve yüksek harcama yapan ziyaretçilere doğru özel ilgi gören uygulamalar gerçekleştirilmektedir.

Çeşitlendirme: İş dünyası, kongre turizmi ve yurt içi kısa molalar gibi yeni pazarları çekmek için daha önce keşfedilmemiş doğal, kültürel ve inşa edilmiş kaynakların iç pazarının büyük bir bölümünü yakalamak için yürüyüş, bisiklet, golf ve yatçılık gibi niş pazarların geliştirilmesi önemlidir.

İş birliği: Turizm işletmeleri ve sanayi grupları arasındaki iş birliği ve stratejik ittifaklar oluşturulması, herhangi bir yeniden canlandırma stratejisinde önemli bir rol oynamaktadır. Etkileşim, geleneksel olmayan ittifaklar arasında yeni bilgiyi yayma fırsatlarından destinasyon markasının gelişiminde çeşitli avantajlar sunar.

Dünya Turizm Örgütü (WTO) destinasyonlarda turizmin canlandırılması sürecinde güçlü bir sürdürülebilir yönetim bağlamında 10 anahtar alana odaklanarak stratejilerin uygulanabileceğini belirtmektedir. 10 anahtar alana aşağıda detaylı bir şekilde yer verilmiştir (WTO, 2001):

- ✓ **Bütünleştirilmiş sürdürülebilir yönetim stratejileri:** Turizm destinasyonlarında sürdürülebilir gelişim stratejilerini uygulama ve yaratma, bütünleşik turizm

planlaması (fiziksel planlama, kaynaklar, ürünler, mevsimsellik, fizibilite vb.), turizmi ekonomiye, kültüre, bölgeye ve araziye entegre etme girişimleri.

- ✓ **Yerel kültür ve doğal mirasın yönetimi:** Destinasyonun turizm amaçlı olarak maddi ve maddi olmayan kültürel mirasın yanı sıra en değerli doğal ve insan koşullarına uyumu sağlanmış alanlarının kullanımı, değerlendirilmesi ve korunması girişimleri.
- ✓ **Kıyı bölgeleri yönetimi:** Plajların, kıyıların ve denizlerin doğal kalitesi, aktivite planlanması (balıkçılık, dalış, yelken gibi sporlar), altyapı planlanması ve her bir sistemin altyapısına göre koruma girişimleri.
- ✓ **Turist hareketlerine erişim ve yönetimi:** Turist akışları ve turizm altyapılarının taşıma kapasitesine adapte edilmiş sürdürülebilir yönetim ve toplu taşımayı bir yerden bir yere gitmenin alternatif yollarını teşvik etme girişimleri.
- ✓ **Turizm merkezlerinin bütünleyici kalitesi:** Çekici kentsel çerçeveler yaratmaya, doğal kaynakların (toprak, su, enerji, malzeme) sürdürülebilir yönetimine sağlıklı ve güvenli bir ortam yaratmanın sağladığı faydalara yönelik önlemler.
- ✓ **Turizm ürünleri ve hizmetlerinin bütünleyici kalitesi:** Kaliteyi ve turizm konaklama ve ticari hizmetlerin (yenileme ve rehabilitasyon dahil) sürdürülebilir yönetimini, kongre merkezlerini, golf sahalarını, marinaları, tema parklarını vb. güvence altına almaya yönelik girişimler.
- ✓ **Bilgi, bilinçlendirme ve sosyal katılım:** Bilginin yayılmasını kolaylaştırmaya, ziyaretçilerin ve yerel nüfusun farkındalığının arttırılmasına ve işletmelerin, girişimciler ve temsilci sosyal organizasyonun destinasyonun sürdürülebilir ve kaliteli turizm yönetimine katılımını arttırmaya yönelik girişimler.
- ✓ **İnsan kaynakları eğitimi ve yerel girişimi arttırma teşvikleri:** Temel mesleki eğitim ve yerel insan kaynakları eğitimi ile ilgili deneyimler, girişimciliği ve yerel turizmi veya çeşitlendirme girişimlerini arttırma önlemleri.
- ✓ **Kaliteyi artırmaya yönelik araçlar:** Yenilik ve sürdürülebilir turizm yönetimi, turizm destinasyonlarında sürdürülebilir yönetim alanında ortaya çıkan sistemlerin kullanımı, yerel istatistikler, bilgi, sertifikasyon sistemleri, ürün ve hizmet kalitesi kulüpleri, finansman ve mali araçlar, turizmi artırmada uzmanlaşmış kurumlar ve işletmeler gelişme, yeni teknolojiler, araçlar ve sosyal iletişim girişimleri.

- ✓ **Turizmin ve yerel kalkınmanın kalitesini ve sürdürülebilirliğini değerlendirmek ve izlemek için araçlar:** Senaryo ve programların değerlendirilmesinde göstergelerin kullanımı, turizm gelişimi ve yerel kalkınmanın kalitesini ve sürdürülebilirliğini izlemek için gözlemlerin oluşturulması.

Butler (2005) yukarıda da bahsedildiği gibi tamamen düşüşe geçmiş bölgelerde yeniden canlandırma için turizmin dayandığı cazibeler üzerinde tam bir değişiklik gerektirdiğini ve bu insan yapımı cazibe merkezlerinin eklenmesi veya kullanılmayan doğal kaynakların kullanılması stratejilerinin başarılı olduğunu belirtmektedir. Ancak, Butler tarafından önerildiği gibi bir destinasyonun tamamen yeniden yapılandırılması, finansal veya politik kısıtlamalar nedeniyle uygun olmayabilir. Agarwal, düşüşün Butler'ın tahmin ettiği gibi dramatik bir şekilde gerçekleşmesinin muhtemel olmadığını, çünkü çoğu bölgede mevcut ekonomik yatırımlar nedeniyle ve mevcut yatırımın büyüklüğü nedeniyle az sayıda ekonomik alternatifin bulunduğunu belirtmektedir. Düşüş başlamadan önce başlatılan yeniden yapılanma çabalarını dikkate almak için Butler'ın modeline durgunluk ve durgunluk evreleri arasına ek bir aşama olan "yeniden oryantasyon" aşamasının eklenmesi gerektiğini önermektedir (Agarwal, 1994, s. 206). Yeniden oryantasyon aşaması, tam olarak durgunluk aşamasının belirlenemediği yerler için ilgi çekici olabilir (Butler, 2006). Yeniden oryantasyon aşamasında kalite iyileştirme, ürün özelliklerinin optimizasyonu ve dış görünümün iyileştirilmesi gibi çeşitli stratejiler uygulanabilmektedir. Destinasyondaki kalite uygulamalarının geliştirilmesiyle, destinasyondaki unsurların dayanıklılığı ve sürdürülebilirliği mümkün olabilecektir. Ziyaretçiler için artan değer, daha olumlu bir imaja ve artan bir turist tabanına yol açmaktadır. Destinasyonlar var olan unsurlarını optimize ederek yeni ürünler ekler ve mevcut ürünler güvenlik ve çok yönlülüklerine göre değiştirilmektedir. Bununla birlikte, bir destinasyonda uzun vadeli rekabet avantajları sağlamak için sürdürülebilir değer yaratma önem taşımaktadır (Flagestad ve Hope, 2001). Buna karşılık, Priestley ve Mundet (1998, s. 106) Agarwal'ın yeniden oryantasyon aşamasının kaçınılmazlığını sorgulamakta ve destinasyon yaşam döngüsü modelinin "aşırı derecede ölümcül, karamsar ve hatta felaket" olduğunu belirtmektedir.

Genel olarak değerlendirildiğinde, bütün destinasyonların kendine özgü çeşitli sorunlarının olduğu bilinen bir gerçektir. Elbette, yeniden canlandırmaya yönelik "tarif"

yaklaşımının, ziyaretçilerin ilgisini çekmeyecek ürünlerin, çevrenin ve manzaranın standartlaştırmasına yol açma tehlikesi vardır. Böylelikle, destinasyonlar için bazı temel unsurlarda standartlaştırma önemli olsa da destinasyonların kendine özgü özellikleri nedeniyle tamamen bir standartlaştırmayı kılmak mümkün değildir (Urry, 1990). Yeniden canlandırmanın kalıcı mı yoksa uzun vadeli kaymaların azalmasından uzak mı olduğu, görüleceği gibi kalır ve neredeyse kesinlikle bulunduğu yere özgüdür. Destinasyonların büyük çoğunluğunda tek bir yaşam döngüsü eğrisinin olmadığı, gelişimin farklı aşamalarında, bazıları başlangıçta, bazıları zirvedeyken ve diğerleri azalırken TALC'ın genel model gelişimini temsil etmektedir. Farklı turizm bölümleri ve pazarları, herhangi bir zamanda farklı aşamalarda olacaktır. Modern dönem olarak nitelendirebileceğimiz dönemlerde, pazarların ve turizmin daha homojen, yani ziyaretçilerin ortak bir anlayış ile seyahat etme eğiliminde olması; bunun yanında birçok ortak ekonomik özelliği paylaşması gibi özellikleri TALC gibi modellerin destinasyonun gelişim sürecinin incelenmesinde daha benzer ve etkili sonuçlar vermekteydi. Günümüzde ise, ekonomik, sosyal ve çevresel açıdan yaşanan değişimlerle birlikte turizmin daha parçalı ve karmaşık hale gelmesi, birçok açıdan çoğu destinasyonun hızlı ve plansız değişime maruz kalmasına yol açabilmektedir. Bu durum turizm gelişim sürecinde destinasyonların aynı evreyi yeniden yaşamasına yol açabilmektedir (Butler, 2004). Dolayısıyla, yeniden canlandırma yalnızca destinasyonun durgunluk sürecinde uygulanan stratejiler dışında, devam eden bir süreç olarak ele alınmalıdır. Bu nedenle, destinasyon ile ilgili bütün planlama ve uygulama unsurlarının içine dâhil edilmesi gerekmektedir. Bir destinasyondaki ekonomik, sosyal ve çevresel unsurların sürdürülebilirliği yeniden canlandırma stratejilerinin etkili bir şekilde uygulanmasıyla mümkündür.

2.4.4. Destinasyonlarda durgunluk (stagnation) göstergeleri

Destinasyonların turizmdeki performansının değerlendirilmesinde değişen pazarlar, gelişmekte olan yeni destinasyonlar, yeni altyapı, iş performansı, sosyal ve çevresel taşıma kapasiteleri ve kurumsal çevre gibi için çeşitli alanlar önerilmektedir. Durgunluk göstergeleri destinasyon yaşam döngüsü içindeki yerelleşmenin başlangıç noktası olarak görülmektedir (Faulkner, 2002; Brooker ve Burgess, 2008). Araştırmacıların çoğu, destinasyonların yaşam döngüsünde, bir miktar durgunluk veya düşüşün ortaya çıkacağı konusunda hemfikirdir.

Bununla birlikte, durgunluğa yol açan göstergeler hakkında henüz geniş bir fikir birliği bulunmamaktadır. Ancak, yeniden canlandırmanın dayandığı turizm cazibesi üzerinde tam bir değişiklik olsa da başarılı olabileceği konusunda genel bir fikir birliği vardır (Cooper, 1992). Bu nedenle, durgunluk işaretlerini tanımlamak ve paydaşları bu durumdan haberdar etmek çok önemlidir (Faulkner, 2002).

Agarwal'a göre (2002) durgunluk ve durgunluk sonrası aşamaları arasında ayrım yapmak zordur, çünkü önerilen aşama kriterlerine göre düşüş ve karşı önlemlerin uygulanması her iki aşamanın da özelliklerini taşımaktadır. Butler'a (1980) göre durgunluk, ekonomik, sosyal ve çevresel problemler, yatak kapasitesinin artması, tekrar ziyarete yoğun bir şekilde bağlılık ve buna benzer bir belirtiler dâhil olmak üzere düşüşe işaret eden birtakım özellikler ile karakterize edilmektedir. Potansiyel düşüşün ortaya çıkması ve buna tepki göstermesi de bu aşamada kilit bir özelliktir ve Butler'ın önerdiği gibi, turist sayısını korumak için çaba sarf edilmektedir. Bu doğrultuda, geceleme oranında daha fazla durgunluk yaşanmaması için destinasyonlar yeni ürün ve tekliflerle çekiciliğini arttırmaya çalışmaktadır. Benzer düşüş göstergeleri ve düşüşe benzer bir cevap da durgunluk sonrası dönemi göstermektedir. Destinasyon yaşam döngüsü, bir aşamadan diğerine yumuşak bir geçiş olduğu varsayımına dayanmaktadır. Bu nedenle, bir destinasyon durgunluktan çıktıktan ve durgunluk sonrası girilen özelliklerin aynısını sergilemektedir. Ek olarak, Butler durgunluk sonrası aşamada, düzeltici önlemlerin, istikrarlı ziyaret seviyelerine yeniden ayarlamanın bir seçenek olduğu çeşitli iyileşme derecelerine yol açabileceğini öne sürmektedir. Bu nedenle, düşüş ve buna verilen tepkiler, tatil bölgelerinde açıkça belirlenirken, durgunluk ve durgunluk sonrası aşamalar arasındaki belirli benzerlikler nedeniyle, tam olarak hangi aşamada olduğunu belirlemek zordur (Priestley ve Mundet, 1998).

Butler (1980) tarafından önerilen modelde destinasyonun performansının en belirgin göstergelerinden biri olarak gelen turist sayısı gösterge olarak ele alınmaktadır. Bu nedenle, ziyaretçi sayısındaki eğilim, zayıflamanın bir kritik aşamada ortaya çıkmasına neden olan bir dizi aşamadan geçmesini yansıtmaktadır. Ziyaretçi sayısındaki eğilimler, bir varış yerinin evriminde ulaşılan sahnenin en yaygın göstergesi iken, yalnızca bu parametreye güvenmenin tam olarak durumu açıklamayacağı savunulmaktadır. Bunun yanında, destinasyonun

durgunluğa maruz kaldığı bir duruma neden olduğu dönüm noktası yönetim ve planlama yaklaşımlarındaki değişimle de mümkündür. Dolayısıyla, daha etkili yöntemler kullanılsaydı, destinasyonun bu kadar güvencesiz bir konumda olmayacağı savunulabileceğinden, daha etkili stratejik analiz yönteminin benimsenmesini içermelidir (Faulkner, 2002). Durgunluğun altında yatan nedenlerden biri, geçmişte başarılı olmuş ancak değişen çevre ile birlikte etkin bir şekilde yerleşik yönetim/planlama uygulamalarının ve yapılardan kaynaklanabilmektedir. Bu durum, endüstrideki mevcut güç ilişkileri ve kilit karar vericilerin zihniyetleri, kişilik özellikleri ile pekiştirilir. Bir destinasyonu yeniden canlandırmak için gereken yeni yönetim ve planlama rejiminin kurulması ve uygulanması sürecinde karşılaşılan ana zorluklardan biri, çekirdek paydaşları destinasyonu durgunluk ihtimaliyle karşı karşıya olduğuna ikna etmektir. Bunun yanında, yalnızca geçmişin yaklaşımlarının gelecekte işe yaramayacağı fark edilirse önlenebileceği vurgulanmalıdır (Schuckert vd., 2007).

Destinasyonların düşüşe geçmesi, hem destinasyonun kontrolü dışındaki bir dizi dış kuvvetin hem de destinasyonun kendisinin oluşturduğu bir dizi sorunun sonucudur. Örneğin, talep tarafında, turizm pazarının zevklerinde ve beklentilerinde yaşanan değişimler, talebe daha etkin bir şekilde hizmet edebilecek rekabetçi destinasyonların büyümesine yol açmaktadır. Bu noktada destinasyonların pazardaki değişikliklere cevap vermesi zorlaşabilmektedir. Destinasyonlar normal olarak turizm altyapısından ve sabit tesis, sermaye yatırımı ve sunulanların değiştirilmesini zorlaştıran üst yapıdan oluşmaktadır. Dolayısıyla destinasyonların durgunluk veya düşüş aşamalarına geçmelerini etkileyen unsurlar çeşitlilik göstermektedir (Cooper, 2006). Destinasyonların turizmde durgunluk aşamasında olduğu değişen sayılar, yeni destinasyonların ortaya çıkması, destinasyonun altyapısında ve iş performansında yaşanan durgunluk göstergeleriyle anlaşılabilmektedir. Bu doğrultuda, araştırmacılar tarafından daha kapsamlı bir durgunluk göstergesi yelpazesi belirlenmiştir (Butler, 1980; Cooper, 1990; Haywood, 1986; Morgan 1991; Faulkner, 2002; Brooker ve Burgess, 2008) (Bkz. Tablo 2.4).

Tablo 2.4. *Destinasyonlarda durgunluk göstergeleri*

Destinasyondaki Sorunlu Alanlar	Göstergeler
Pazar değişimi	○ **Düşük statüde, düşük harcama yapan ziyaretçilerde ve günlük ziyaretçilerde büyüme** ○ **Uzun tatil piyasasına aşırı bağımlılık ve kısa süreli piyasalara girme eksikliği** ○ Yüksek hacimli, düşük verim dâhil tur piyasası ○ **Ziyaretçilerin kalış sürelerindeki düşüş** ○ **Ziyaretçilerin konaklama süresinin azalması** ○ **Yabancı turist sayısındaki azalma** ○ Ziyaretçileri tekrarlamak yerine, ilk kez gelen ziyaretçilerin oranının azalması ○ **Yüksek mevsimsellik**
Yeni destinasyonların gelişim göstermesi	○ **Yeni destinasyonlarla artan rekabet** ○ Destinasyon iyi bilinmekte, ancak modası geçmiştir.
Altyapı	○ Modası geçmiş, kötü bakımlı konaklama ve olanaklar ○ Turizm kurumlarının dışında oluşan yeni kurumlar ○ **Destinasyonun kalabalıklaşması** ○ **Turizm endüstrisinin kapasite sınırlarına ulaşılması** ○ Eski cazibe noktalarının doğal tekliflerini aşan çok sayıda yapay çekim merkezinin ortaya çıkması
Ekonomik konum	○ **Turizm endüstrisinde kar marjının azalması** ○ **Yenilikçi girişimciler ve yetenekli personel eksikliği** ○ **Destinasyona yönelik pazar algılarının ticarileşmesi**
Doğal etkiler	○ **Havanın etkisi** ○ **Ulusal (okul) tatillerinin konumlandırılması**
Sosyal ve ekolojik kapasite sınırları	○ **Ziyaretçi sayıları ile destinasyonun kapasite sınırlarını aşması** ○ **Çevre üzerinde yeni özelliklerin geliştirilmesi** ○ Yerel halkın turizme gittikçe daha çok karşı çıkması

Kaynak: Butler, 1980; Haywood, 1986; Faulkner, 2002; Brooker ve Burgess, 2008'den uyarlanmıştır. (Koyu renk ile işaretlenmiş göstergeler Kaş'ın turizmine ilişkin durgunluk göstergeleridir. Bulgular bölümünde Kaş'ın durgunluk göstergelerine detaylı bir şekilde yer verilmiştir.)

2.4.5. Destinasyonlarda yeniden canlandırma stratejilerine ilişkin çalışmalar

Destinasyon yaşam döngüsünün önemli aşamalarından biri olan yeniden canlandırma sürecine ilişkin çalışmalar incelendiğinde bu aşamanın çeşitli yaklaşımlar bağlamında ele alındığı ve açıklandığı görülmektedir. Ancak yeniden canlandırma sürecine ilişkin ulusal alanyazında herhangi bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Uluslararası alanyazın incelendiğinde ise konu ile ilgili uygulamalı araştırmaların sınırlı sayıda olduğu belirlenmiştir. Yeniden canlandırma stratejisi kavramını ilk kez 1980 yılında ortaya koyan Butler yeniden canlandırmanın gerçekleşebileceğini bu kapsamda yukarıda da bahsedildiği gibi çeşitli stratejilerin uygulanabileceğini belirtmiştir. Ancak, modelin popüler hale gelmesiyle birlikte araştırmacılar modele çeşitli eleştiriler getirerek özellikle durgunluk sonrası dönem ile ilgili

kesin ve açıklayıcı bilginin olmadığını belirterek bu sürecin daha net bir şekilde ortaya konulması ihtiyacının olduğunu öne sürmüşlerdir. Bu kapsamda alanyazın incelendiğinde yeniden canlandırma ile ilgili araştırmacılar tarafından önerilen stratejilerin yer aldığı tespit edilmiştir. Bu bağlamda; planlama (Knowles ve Curtis, 1999), turizm politikaları (Hall, 2003), rekabetçilik (Faulkner ve Tideswell, 2006; Müller vd., 2010), sürdürülebilirlik (Dodds, 2007), tatil tercih seti (Brau vd., 2009) ve kapasite kontrolü (Hernandez-Martin, 2015) kapsamında yeniden canlandırma stratejilerine yönelik araştırmalar gerçekleştirilmiştir.

Knowles ve Curtis'in (1999) çalışmasında kitle turistlerini hedef alan ana dikkatlerin geleneksel olarak güneş ve plaj ile ilgili olduğu Avrupa sahil beldeleri üzerinden yürüttüğü çalışmasında yaşam döngüsünün nispeten incelenmemiş olan durgunluk sonrası aşamasının yeniden keşfedilmesi amaçlanmıştır. Akdeniz'de ve özellikle İspanya'da, 1950'lerde ve 1960'larda ortaya çıkan ikinci nesil kitle turizm merkezlerinde, düşüşün ilk başlangıcının ötesindeki aşamalar incelenmiştir. İlk nesil Avrupa kitle turizm merkezleri, yaşam döngülerinin durgunluk sonrası aşamasında düşüş eğilimine yönelik çeşitli tepkiler göstermiştir. Bazı destinasyonlar yerel ekonomilerini çeşitlendirdiği ve kademeli daralmayı kabul ettiği için kazananlar ve kaybedenler olduğu, ancak niş pazara yönelik ürün yatırımı ve yeni pazarlara yeniden yönlendirme konusunda rekabet avantajını koruduğu tespit edilmiştir. 1960'lı yıllarda Akdeniz'de ortaya çıkan turizm bölgelerinde keşiften durgunluğa kadar geçen sürenin 30 yıl sürdüğü belirlemiştir. Bu bölgelerde stratejik planlama girişimleri gecikmeli olarak uygulandığı için, çoğu durumda bu merkezlerin yapısal zayıflıkları nedeniyle yeniden canlandırmanın kısa süreceği sonucuna ulaşılmıştır.

Hall (2003) çalışmasında Doğu Adriyatik'te yer alan üç (eski) Yugoslav ülkesi olan Slovenya, Hırvatistan ve Karadağ'ın çatışma sonrası turizm politikalarını eleştirel bir şekilde değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Üç ülkenin kıyı turizmine yönelik politikaları incelenmiş ve hem destinasyon hem de ulusal düzeyde yapısal ve mekânsal çeşitlendirme yapma ihtiyacı ışığında değerlendirilmiştir. Araştırma sonucunda, Akdeniz turizminin doğasını ve rolünü; kıyı turizm bölgelerinin canlandırılması ve çeşitlendirilmesi, turizmin yörüngelerde devlet sosyalizminden, çatışma ve etkilerinden uzak rolü; turizm ve doğrudan yabancı yatırım için yeni bağımsız imaj teşviki durumlarındaki zorluklar; AB üyeliğinin gereklilikleri ve

sürdürülebilirlik zorluklarındaki, çatışmalardaki ve gerilimlerindeki benzerlikler ve zıtlıkların neler olduğu belirlenmiştir. Mekânsal, yapısal ve mevsimsel konsantrasyondaki değişikliklerin, politikaların uygulanmasında ve sürdürülebilirlikte yaşanan zorluklarının üstesinden gelinebilecek üçlü bir çeşitlendirme tipolojisi önerilmiştir.

Potter ve Phillips (2004) Barbados üzerinden yürüttükleri çalışmasında destinasyon yaşam döngüsü modeli kapsamında turizm gelişim süreci incelenmiştir. Çalışmada 1990'lı yılların başından bu yana, olgun bir turizm destinasyonu olan Barbados'un yıldan yıla düşen turist sayısına göre turizm ürününü nasıl canlandırdığının belirlenmesi amaçlanmıştır. Barbados'ta yeniden canlandırma süreci üç ana yol ile gerçekleşmiştir. Bunlar: mevcut pazarın özellikle pazarın lüks ucunda mevcut otel tesislerinin kapsamlı bir şekilde geliştirilmesi; genel turizm kapasitesinin arttırılması ve niş pazarların, özellikle golf turizminin geliştirilmesi şeklindedir.

Faulkner ve Tideswell (2005) Gold Coast (Avustralya) üzerinden yürüttüğü çalışmasında yeniden canlandırma stratejilerini rekabetçilik kapsamında incelemiştir. Bu kapsamda Gold Coast'un turizminin geleceği için ortak bir vizyon oluşturmak olan Gold Coast Turizm Vizyonu projesi kapsamında incelemiştir. Gold Coast Turizm Vizyonu projesi temel olarak uzun vadede turizm gelişimi için yön belirleme ile ilgilidir, sürdürülebilir turizm gelişimi ilkeleri ile planlama süreci için temel bir felsefi temel olarak kabul edilmiştir. Bu kapsamda 100 paydaş ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Veri toplama sürecinde paydaş görüşmeleri, yerleşik nüfusu ve turizm sektörü girişimlerini kapsayan anketler, atölyeler ve tüm projeyi yönlendiren bir yönlendirme komitesi şeklinde danışma komiteleri ve bireysel araştırma projeleri için sondaj kurulu sağlayan bir dizi referans grubu ile çalışılmıştır. Araştırma sonucunda stratejik planlamanın ekonominin diğer sektörleriyle turizmin bütünleştirilmesini, sosyo-kültürel ve çevresel boyutlar arasındaki ilişkilerin ve sinerjilerin anlaşılmasını da içeren stratejik odağın geliştirilmesinde gerekli olduğu belirlenmiştir. Bu nedenle, "destinasyon pazarlama" dan "destinasyon yönetimi" yaklaşımına geçiş önerilmektedir. Gold Coast üzerinden yürütülen bu çalışmada destinasyonların canlandırılması sürecinde bireysel işletmelerin ve kuruluşların faaliyet göstermeleri için daha yapılandırılmış, stratejik odaklı ve paylaşılan bir çerçeve oluşturulması ve her seviyedeki karar vericilerin günlük kararlarında uzun vadeli değerlendirmeleri dikkate almaları

önerilmiştir. Planlama yaklaşımı ile yaşanan olumsuz durumlarda beklenmedik durumlara hazırlık yaratılabilir. Uygun planlama bireysel görüşlerden toplu/kurumsal eyleme geçişi kolaylaştırır ve iyi gelişmiş planlama sistemleri kurumsal bir öğrenme ve hafıza sistemi oluşturur. Son olarak geçmiş hatalardan ders alınarak tekrarlama ihtimalini azaltır.

Dodds'un (2007) Malta ve Calvia adaları üzerinden yürüttüğü çalışmasında, canlandırılma konusu sürdürülebilirlik bağlamında incelenmiştir. Araştırmanın amacı, Malta'nın (2002-2004) stratejik planındaki ve Calvia'nın girişimindeki sürdürülebilirlikle ilgili politika uygulamasının başarısını karşılaştırmak ve bu politikanın sürdürülebilir turizm politikası uygulamasının önündeki engelleri belirlemek için iki turizm destinasyonunu karşılaştırmaktır. Araştırmada, sürdürülebilirliğe doğru harekete geçmek için gelecekteki politikanın uygulanması için azaltma stratejileri veya önerileri de incelenmiştir. Bu araştırma tasarımında "belirli politika, planlama veya yönetim durumlarında ortaya çıkan sorunlara çözüm bulmak" için uygulamalı araştırmalar kullanılmıştır. Araştırmada nitel veri toplama tekniklerinden yararlanılmıştır. Bu kapsamda kartopu yaklaşım ile 1995-2003 döneminde Calvia'daki politika sürecine entegre olan 23 katılımcı ve Malta'da 2000-2002 ve 2002'den bu yana politika sürecine katılan 23 katılımcı ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Araştırma elde edilen sonuçlara göre her iki destinasyonda sürdürülebilirlik ve yeniden canlandırma uygulamaları gerçekleştirilme niyetinde olunsa da herhangi bir uygulama gerçekleştirilmediği belirlenmiştir. Bu uygulama eksikliğinin nedenleri üç ana başlıkta özetlenmiştir. Birincisi, politik bir irade eksikliğinin varlığının bulunduğu belirlenmiştir. Bunun nedeni değişikliklerin popüler olmadığı ve oyları olumsuz yönde etkileyebileceği düşünülmektedir. İkincisi, kamu hizmetinin işletimi yetersiz olduğu, etkisiz, verimsiz bir bürokrasiyi yaratan sektörler arasında iletişim ve iş birliği eksikliğinin olduğu tespit edilmiştir. Üçüncüsü, bu destinasyonlar ağırlıklı olarak turizme dayandığından, gerçek anlamda sürdürülebilirliğe ulaşma yolunda ilerlemek yerine, destinasyonu yükseltmek ve pazar payını yeniden kazanmak için sürdürülebilirlik önlemleri uygulanmıştır. Her iki destinasyon farklı hükümet seviyelerine sahip olsa da sürdürülebilir turizm politikasını uygulamada pek çok benzer engellerle karşılaştığı sonucuna ulaşılmıştır.

Brau vd. (2009) Rimini (İtalya) üzerinden yürüttükleri çalışmasında turistlerin tatil tercih özelliklerine bağlı olarak yeniden canlandırma politikaları ve turist memnuniyetinin

incelenmesi amaçlanmıştır. Çalışmada, İtalyan tatil bölgelerinden biri olan Rimini'nin turizm teklifine yönelik olası müdahalelerin çekiciliği bir tercih modelleme analizi ile değerlendirilmiştir. Araştırmada, çeşitli tercih özelliklerine sahip bir bileşik ürün olarak görülen bir turizm ürünü için turist tercihlerini, önceliklerini ve ödeme istekliliğini ortaya koyarak, turizmin ekonomik analizi için ayrık seçim deneyleri belirlenmiştir. Bu doğrultuda 600 kişi ile anket aracılığıyla veriler derlenmiştir. Araştırma sonucunda mevcut sunulan teklifin Rimini'yi ziyaret eden deneyimli turistlerin taleplerini karşılamadığı belirlenmiştir. Mevcut durumdaki önemli değişiklikler, ana deniz kıyısının trafiğe kapalı hale getirilmesi ve plajın gece geç saatlerde açılması en önemli politikalar gibi görünmektedir. Buna karşılık, kültürel tekliflerin arttırılmasının, az sayıdaki yabancı ziyaretçinin haricinde sınırlı bir etkiye sahip olacağı sonucuna ulaşılmıştır.

Müller vd. (2010) Tirol (Avusturya) eyaletinde bulunan altı kış turizm destinasyonu üzerinden yürüttükleri çalışmasında, rekabetçilik göstergeleri üzerinden turistik alan yaşam döngüsünü temel bir çerçeve olarak kullanarak ve turizm destinasyonlarının ürün/hizmet paketlerini yeniden canlandırma girişimlerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu kapsamda destinasyonların yönetim stratejileri incelenmiştir. Böylelikle, Avusturya'nın Tirol eyaletindeki altı bireysel Alpin turizm merkezini karşılaştırmak için görüşmelerden ve ikincil verilerden yararlanılmıştır. Destinasyon yönetim organizasyonlarının CEO'ları Tirol turizm gelişimindeki önemli paydaşlar ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Yapılan görüşmeler ve incelemeler neticesinde Tirol kış turizmi destinasyonlarının yeniden canlandırma stratejileri geliştirdiği belirlenmiştir. Çalışmadaki tüm destinasyonların, ürün yaşam döngüsünün durgunluk aşamasında olduğu ve elde edilen keskin farklılıkların ortaya çıktığını sonucuna ulaşılmıştır. Tirol turizm bölgelerinde, destinasyon yöneticilerinin yeniden canlandırma stratejilerinin farkında olduklarını, ancak bu politikaları reaktif bir perspektiften piyasa değişikliklerine veya artan rekabete kadar kavradıkları tespit edilmiştir. Destinasyonların ağırlıklı olarak kış turizmine odaklandığı ve hiçbir şekilde yaz döneminde turizminden yararlanılmadığı belirlenmiştir.

Bec vd.'nin (2015) çalışmasında turizm esnekliğinin turizm ve diğer sektörlerin yönlendirdiği uzun vadeli yapısal değişime uygulanmasına rehberlik edecek kavramsal bir çerçeve geliştirmek için sistematik olarak gözden geçirmeyi amaçlanmıştır. Çalışmada

turizmin yönlendirdiği uzun vadeli yapısal değişime dirençli bir kavramsal çerçeve geliştirilmesi amacıyla, esneklik literatürüne ilişkin mevcut literatür üzerinde anlatı incelemesi gerçekleştirilmiştir. Uygulanan anlatım incelemesi doğrultusunda, Scopus veri tabanında (http://www.scopus.com/) ve Google Scholar'da (https://scholar.google.com.au/) belirlenmiş olan anahtar kelimeler ile taramalar yapılmıştır. Bu tarama süreci sonucunda yaklaşık 970 akademik dergi makalesine, konferansa bildiriye, rapora ve kitaba ulaşılmıştır. Araştırmanın amacına uygun olan ve konu ile ilişkili olan toplam 273 çalışma analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda birçok çalışmanın kavramsal olduğu belirlenmiştir ve esneklik teorisinin desteklediği ampirik çalışmanın sayısının sınırlı olduğu belirlenmiştir. Araştırmada, gelecekteki toplum dayanıklılığının turizmdeki düşüş ve yeniden canlandırmaya yönelik araştırmasına rehberlik edecek kavramsal bir model sunulmuştur. Bu kapsamda, topluluk esnekliğinin turizmdeki düşüş ve yeniden canlandırmaya ilişkin pratik uygulamalarını genişletmek için, topluluk direncinin temel boyutları belirlenmiştir. Kavramsal model, temel esneklik boyutları ile uzun vadeli yapısal değişime karşı toplum esnekliği oluşturmaya nasıl katkıda bulundukları arasındaki ilişkiyi anlamak için bir çerçeve sunmaktadır. Değişim gücü, uyarlanabilir kapasite, güvenlik açığı, kırılganlık, bireysel faktörler, duygusal istikrar ve topluluk tepkisi kavramsal çerçevenin temel bileşenleri olarak belirlenmiştir.

Hernández-Martín vd. (2015) çalışmasında moratoria'nın[2] olgun turizm destinasyonlarında konaklama geliştirme üzerindeki etkilerinin ve yeniden canlandırma politikası olarak konaklama üzerinde kapasite kontrollerinin incelenmesi amaçlanmıştır. Çalışmada kavramsal bir yaklaşım kapsamında ilgili alanyazın incelenmiştir. Bu kapsamda aşırı kapasite, düşük karlılık, az yenilikçilik, çevresel zarar, stratejik davranış ve sektörel dengesizliklerle karakterize edilen durumlarda moratoria'nın çıkarılmasını haklı çıkaran kapsamlı bir ekonomik temeller kümesi sunulmuştur. Çalışma sonucunda, kapasite kontrolleri turizmin aşırı genişlemesini sınırlayabildiği ve istenmeyen sonuçlarının bir kısmının giderilmesine yardımcı olabileceği, yeniden canlandırma süreci ve ekonominin geri kalanı üzerinde öngörülemeyen çeşitli etkilere yol açabileceği sonucuna ulaşılmıştır.

[2] **Moratoria:** Piyasadaki rekabeti azaltan ve ekonomik fayda yaratmaya çalışan, hükümet önderliğindeki kapasite kontrolleridir.

Çalışmaya göre, olgunluğa neden olan güçlerin ve bu süreçte piyasa ve düzenleyici başarısızlıkların rolünün anlaşılması, başarılı bir yeniden canlandırma planının tasarlanması için bir önkoşul olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

2.5. Turizm Destinasyonlarında Paydaşlar ve Paydaşların Rolleri

Paydaşlar rolleri itibariyle bulundukları bölgenin turizm gelişimi sürecinde önemli etkileri bulunan grup ve bireylerdir. Her bir paydaşın turizmdeki etkileri ve rolleri farklılık göstermektedir. Bununla birlikte, turizm gelişiminin başarılı bir şekilde sağlanabilmesinde önemli rol üstlenmektedirler. Dolayısıyla, bu araştırmanın katılımcılarını oluşturan paydaşların turizmdeki rollerinin daha iyi anlaşılabilmesi için, çalışmanın bu bölümünde turizm paydaşları ve turizm destinasyonlarının gelişimde paydaşların rollerine ilişkin bilgilere yer verilmiştir.

2.5.1. Turizm paydaşları

Değişen pazar koşullarına rağmen, bazı destinasyonlar yıllardır başarılı olmayı sağlayabilmekte ve sürekli olarak ziyaretçi çekmeye devam etmektedir. Bazı destinasyonlar ise varış ve geceleme oranlarında durgunluk ve düşüşle karşı karşıya kalmaktadır. Destinasyonlarda yaşanan bütün bu değişimlerin düzenli bir şekilde yönetimini ve ilerlemesini kontrol eden ya da güçlü bir şekilde etkileyen turizm paydaşları bulunmaktadır (Weiermair vd., 2007). Freeman (1984, s.46) turizm paydaşlarını "destinasyonun gelişimini etkileyebilen ve gelişimden etkilenen grup veya bireyler" olarak nitelendirmektedir. Gray'a (1989, s.5) göre paydaşlar, ortak bir problem veya meseleye ilgi duyan aktörlerdir; tüm bu bireyler ve gruplar başkalarının sorunlarının çözülmesinde gerçekleştirilen eylemlerden doğrudan etkilenen organizasyonları içermektedir (*Aktaran* Aas vd., 2005). Donaldson ve Preston (1995) ise paydaşları, belirli bir destinasyonun başarısını etkileyebilecek veya başarısından etkilenebilen herhangi bir bireysel veya tanımlanabilir grup olarak nitelendirmektedir. Swarbrooke (2001) ise paydaşları beş ana kategoriye ayırmıştır: hükümetler, turistler, ev sahibi topluluk, turizm işletmeleri ve diğer sektörler. Araştırmacıların tanımladığı her bir paydaş grubu, stratejik planlama ve yönetim süreçlerinin etkili olması nedeniyle turizm destinasyonunun kritik bileşenleridir. Ayrıca, farklı yönetim rejimleri ve kişilikleri, paydaşların kimler olduğunu, turizm yönetiminin amaçlarını ve

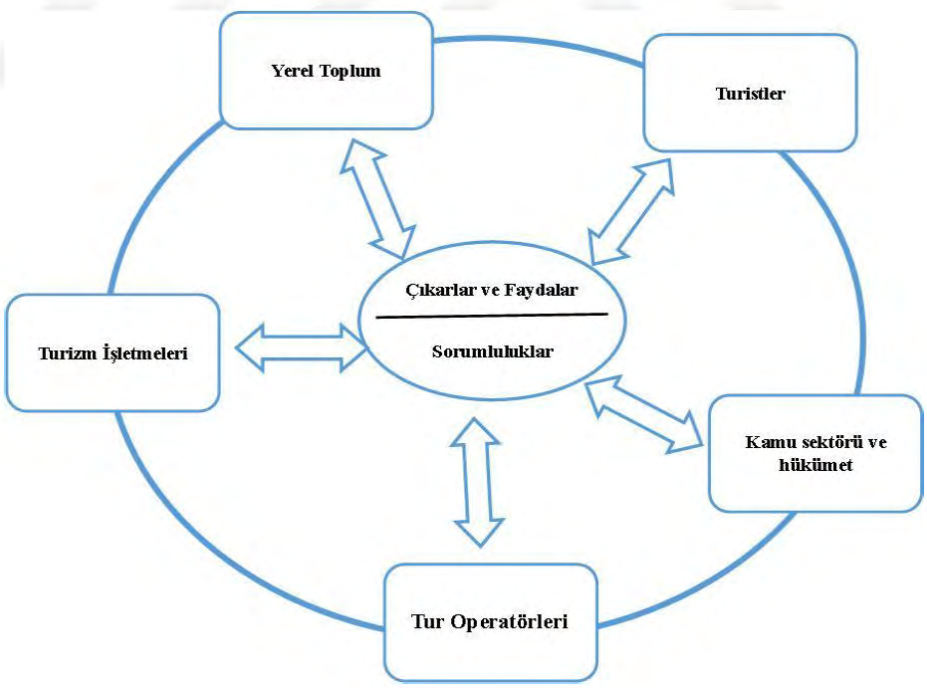
yönlerini etkileyebilecek ihtiyaçlarının nasıl algılandığını belirlemektedir (Paskaleva-Shapira, 2007).

Freeman'ın (1984) öncülüğünü yaptığı paydaş teorisi, bir örgütün, çalışanlar, müşteriler, tedarikçiler, hükümetler ve topluluk üyeleri de dâhil olmak üzere çeşitli gruplarla ve bireylerle karakterize edilmesi şeklindedir. Paydaş teorisi, turizmde paydaşların karşılıklı bağımlılığı ve bunların turizm destinasyonunun gelişim sürecini etkileme kabiliyeti olarak yaygın bir şekilde kullanılmaktadır (Jamal ve Getz, 1995). Paydaşların turizm yönetimi konusundaki bilgi ve deneyimlerinin, turizm planlaması ve gelişim süreçlerine katılımı ve uzun vadeli topluluk katılımı turizm destinasyonunun yönetiminde ve pazarlamasında önem taşımaktadır (Hardy ve Beeton, 2001).

Paydaşların her bir grubu turizmin gelişmesinde önemli bir rol oynarken, bazı paydaşlar faaliyetlerin başarısını belirlemede diğerlerinden daha önemlidir. Turizm olgusunda paydaşlar çeşitlilik gösterdiği için, bu çeşitli gündemler arasında ortak bir zemin bulmak zorlaşabilmektedir. Bu nedenle, birden fazla paydaş kaygısını ele alması gerektiği durumlarda neyin başarılı olduğunu belirlemek göz korkutucu olabilmektedir. Örneğin, hükümetler özellikle ulaşım ve konaklama gibi turizm altyapısı ile ilgili konularla ilgilenmeye devam etmektedir. Alternatif olarak, ev sahibi topluluklar, turizmin topluluklar üzerindeki etkileri, yaşam kalitesi ve sürdürülebilirlik ihtiyacı gibi yerel meselelerle daha fazla ilgilenmektedir. Turizm işletmelerinin kendileri genellikle, turizm ürünü, pazarlama ve turist memnuniyeti veya memnuniyetsizliği gibi işlerini doğrudan etkileyen konularla daha fazla ilgilenirken, turistler ise çoğunlukla destinasyona geldiğinde turizm ürününün kalitesine odaklanmaktadır (Getz ve Timur, 2012). Turizm gelişimi hem kişisel hem de bağlamsal bileşeni içermektedir, yani bir konumdaki sürdürülebilir uygulamalar olarak algılanan şeyler diğerine göre önemli ölçüde farklı olabilmektedir. Dolayısıyla, turizm gelişiminin uygulanması sürecinde kilit paydaşların belirlenmesi ve her paydaş grubunun turizm gelişimindeki çıkarlarını nasıl kullandığını anlaşılması kaçınılmazdır (Hardy ve Beeton, 2001).

Paydaşlar yerel, bölgesel veya ulusal hükümetin bir parçası olma eğilimindedir ve kaynakları rasyonel bir şekilde yönetmek ve tüm paydaşların uzun vadede faydalanabilmesini sağlamak için finansal araçların yanı sıra siyasi ve yasama yetkisine de

sahiptir. Destinasyonlarda stratejik hedeflerin geliştirilmesi ve uygulanması, paydaşlar arasındaki ilişkilere dayanmaktadır (Bkz. Şekil 2.6) Kaçınılmaz olarak, bazı paydaşların çıkarları diğerleriyle çelişebilir. Bu genellikle, bazı paydaşların yararlarını artırmaya çalışmalarının bir sonucudur. Örneğin, bir tur operatörü, kâr marjını artırmak ve pazarda rekabetçi kalmak için yerel tedarikçilere ödenen fiyatları azaltmaya çalışabilir. Bu nedenle, turizm faaliyetlerinin faydalarının tüm paydaşlar arasında adil bir şekilde paylaşılmasını ve turizmin üretimi için kullanılan kaynakların yenilenmesini güvence altına alan sürdürülebilir uygulamanın güvence altına alınmasını sağlamak amacıyla destinasyonların planlanması ve yönetimi sırasında yasama ve yönetim araçları kullanılması önem taşımaktadır. Bir dengenin sağlanamaması ve sürdürülememesi, paydaşlar arasındaki ilişkileri doğrudan tehlikeye düşürür ve stratejik hedeflere ulaşılmasını ve destinasyonların uzun vadeli rekabetçiliğini ve refahını tehdit eder (Buhalis, 2000, s. 99).



Şekil 2.6. *Turizm paydaşlarının dinamik çarkı (Buhalis ve Pletcher'den (1995) aktaran Buhalis, 2000, s. 99).*

Paydaşları turizmi planlama ve yönetimine dâhil etmek için rollerinin anlaşılması önem arz etmektedir. Turizmin gelişimi ve etkileri her bir paydaş tarafından farklı algılanabileceği ve turizmin kaçınılmaz olarak çeşitli çatışmasına neden olabileceği için paydaş algılarının

anlaşılması ihtiyacı doğmaktadır (Gee ve Fayos-Sola, 1997). Bu nedenle, paydaş rollerinin anlaşılması, turizmin bir destinasyondaki gelişim sürecinin anlaşılması ve sürecin bu kapsamda daha iyi yönetilmesi için bir ön koşul olarak görülebilir. Turistlerin deneyim ve memnuniyetinin ve bölgenin genel başarısı diğer turistik yerler de dâhil olmak üzere turist kaynaklarını, aynı zamanda bir turist destinasyonunun etkin ve verimli çalışması için gereken diğer girdi türleriyle ilişkilendirmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Bir turist destinasyonunun performansı, sadece bireysel özelliklerine değil, bu çeşitli bileşen aktörlerin arasındaki bağlantılara da dayanmaktadır (March ve Wilkinson, 2009).

2.5.2. Turizm destinasyonlarının gelişiminde etkili olan paydaşlar

Destinasyonlarda turizmi sürdürülebilir bir şekilde sağlamak, destinasyondaki turizm endüstrisi, topluluk ve kamu sektörü kurumlarından gruplardan oluşan, geniş bir yelpazedeki grupları içeren çok sayıda ve çeşitli tarafın desteğini gerektirmektedir. Bununla birlikte, turizm destinasyonlarındaki ekonomik, sosyal ve çevresel kaynaklarının yönetiminde ve sürdürülebilirliğinde her bir paydaşın farklı amaçları, çıkarları ve sorumlulukları bulunmaktadır. Her paydaş grubunun turizm ile ilgili farklı amaçları ve çıkarları olsa da paylaştığı ortak özellikleri de bulunmaktadır. Destinasyonlarda turizm gelişim sürecinde tüm ilgili paydaşların katılımıyla, paydaşlar arasında ortak anlam ve hedeflerin elde edilmesini gerekliliği önem taşımaktadır. Nitekim, destinasyonların turizmdeki sürdürülebilir gelişiminin sağlanmasında kilit paydaşların turizm planlaması ve gelişimine katılımının sağlanması önemlidir (Long, 1997). Bu kapsamda, araştırmanın katılımcıları olarak belirlenen paydaşların özelliklerine ve turizm gelişimindeki rollerine ilişkin bilgilere aşağıda yer verilmiştir.

2.5.2.1. Merkezi ve yerel yönetimler

Turizme elverişli bir makro ortam sağlamak ve makro hedeflere ulaşmak için merkezi yönetimlerin turizme katılımı önemlidir. Turizmin ekonomik öneminin artmasıyla birlikte merkezi yönetimler de turizm üzerinde önemle durmaktadır ve büyük ölçüde turizm gelişimine katılım sağlamaktadır (Clottey ve Lennon, 2003). Bununla birlikte, merkezi yönetimler ulusal, bölgesel veya yerel düzeyde faaliyet göstermektedir ve bu kapsamda birçok politika alanları bulunmaktadır. Bu kapsamda, merkezi yönetimlerin turizmdeki

çeşitli düzeydeki rolleri, bu rollerin gücün ademi merkeziyetiyle nasıl değişebileceği ve bunların yatırım ve girişimcilik üzerindeki etkileri önem arz etmektedir (Qin vd., 2011).

Yerel yönetimler ise turizm geliştirme politikalarının oluşturulmasında en önemli otorite olarak kabul edilmektedir (Bouquet ve Winter, 1987; Pearce, 1989). Yerel paydaşlarla beraber ortak bir gelecek tasarımı koordine etme ve kolaylaştırma; yerel politikaların turist yöneliminde gerek yerel toplumu gerekse ekonomik varlıkları yönlendirme; turizmin oluşturduğu muhtemel zararlara müdahale edebilmede ilk ve tek yetkili kurum olmak gibi hususlarda söz sahibidirler. Bununla birlikte, destinasyonlarda sürdürülebilir gelişme, yönetim ve turizmde liderlik sağlamada önemli rolleri bulunmaktadır. Gelişimde daha etkili olabilmeleri ise liderlik ve kolaylaştırma arasında doğru dengeyi bulmalarına bağlıdır. Dolayısıyla, sorumlu oldukları eylemleri uygulayarak ve diğer aktörlerin katılımını koordine ve organize ederek, süreçleri tanımlamak ve desteklemek amacıyla bilgi, danışmanlık, eğitim gibi çevresel ve iş destek hizmetlerini sağlamaktadırlar (Local Agenda 21, 2003, s. 17). Bu kapsamda, yerel yönetimlerin turizm gelişimi üzerinde rolleri bulunmaktadır. Bunlar: (1) Turizm gelişimi ve tanıtımı için fon sağlamak, (2) turizm için gerekli altyapıyı oluşturmak ve sürdürmek (örneğin, yollar, havaalanları, demiryolları, güvenli su ve elektrik hizmetleri vb.), (3) destinasyonun temiz ve turistlere çekici görünecek şekilde imar etmek ve bakımını yapmak ve (4) turizm çalışanları, iş adamları ve turizm endüstrisinde çalışan diğer kişiler için mesleki eğitim ve destek sağlamak (Wilson vd., 2001).

Sonuç olarak, merkezi ve yerel hükümetlerin destinasyon gelişim sürecinde, özel sektör, yerel topluluk, turistler ve diğer sektörleri teşvik eden ve bunu mümkün kılan bir ortam sağlama konusunda önemli rolleri bulunmaktadır. Turizm gelişiminin ve yönetiminin başkalarıyla uyum içinde sağlanabilmesi için çeşitli politikalar oluşturulup uygulanarak destinasyonun sürdürülebilir bir şekilde gelişiminde yerel olarak politika ve eylemler gerçekleştirilebilecektir. Dolayısıyla, turizmin başarılı ve sürdürülebilirliğini sağlanması için turizm gelişiminin destekleyici bir ulusal politika çerçevesi içine yerleştirilmesi gerekmektedir (Brokaj, 2014, s. 110; Kubickova, 2016).

2.5.2.2. Yerel halk

Yerel halk, turizm planlaması ve karar alma süreçlerine dâhil olması nedeniyle turizm gelişimi konsepti için önemlidir ve turizm gelişimindeki kilit paydaşlardan biri olarak öne

çıkmaktadır (Jackson ve Morpeth, 2000). Yerel halkın, turizmdeki karar verme süreci önemli olmakla birlikte, tutumlarını tespit etmek ve izlemek, toplumun turizm gelişimi karar verme sürecine katılımının yerine geçmemektedir. Dolayısıyla, yerel halkın turizm gelişimine yönelik destek öncüllerini anlamak, yerel yönetimler, politika yapıcılar ve işletmeler için çok önemlidir. Çünkü herhangi bir gelişimin başarısı ve sürdürülebilirliği, yerel halkın aktif desteğine dayanmaktadır (Gursoy ve Rutherford, 2004; Stylidis vd., 2014, s. 260).

Destinasyonlarda turizmin gelişmesine çeşitli ilgi gruplarından destek sağlamak pek de kolay değildir. DTÖ (WTO) (1993), yerel halkın turizmi planlama, geliştirme ve yönetme konusundaki karar alma sürecine dâhil edilmesinin önemini vurgulamaktadır. Ekonomik olarak yerel toplumu güçlendirmek, işsizlik oranını azaltmak, yerel bütçeyi ve yerel altyapıyı iyileştirmek gibi turizmle bağlantılı birçok potansiyel fayda dışında, bölge sakinleri ayrıca gürültü, çevre kirliliği, şiddet eylemleri, tıkanıklık vb. turizm faaliyetlerinin potansiyel dezavantajlarını da algılarlar. Ev sahibi topluluğun yaşam kalitesi turizm gelişiminden etkilenir. Yerel halk tarafından turizmin algılanmasının etkileri ne kadar olumlu olursa, turizmin gelişmesine olan desteği artacaktır ve ne kadar az olumlu etki olursa, turizm gelişimi için o kadar az destekleyici olacaktır (Stylidis, 2016). Dolayısıyla, yerel halkın turizm gelişim sürecine dâhil olması uygun kararların alınmasında ve yerel halkın sürecin bir parçası olması turizm gelişiminde önemli rol oynamaktadır (Jackson ve Morpeth, 2000).

2.5.2.3. Turizm işletmeleri

Bir destinasyondaki turizm işletmeleri yapısal özelliklerine bağlı olarak küçük ve büyük işletmelerden oluşmaktadır. Turizm işletmelerinin yapısal özellikleri kapsamında turizm gelişimi üzerinde önemli etkileri bulunmaktadır. Turizm işletmeleri, genel anlamda ekonomik aktörler olup ve turizm politikalarındaki boşlukları azaltan ve telafi eden bir şekilde çalışmak konusunda ayrı bir sorumluluğa sahiptir (Cole, 2014). Bu kapsamda işletmelerin; rekabetçiliği artırma, maliyetleri azaltma, çalışanların cirosunu düşürme, konuklara olumlu bir imaj sunma, hizmet kalitesini sağlama ve misafir memnuniyetini artırma gibi rolleri bulunmaktadır (Weaver, 2010). Bununla birlikte, işletmeler, istihdam yaratma, gelir sağlama, sektörel bağlantıları iyileştirme, daha yüksek gelir ve istihdam çarpanları üretmeye yardımcı olmaktadır (Breen ve Carlsen, 2005).

Turizm işletmeleri ve sektördeki diğer grupları arasındaki iş birliği ve stratejik ittifakların oluşturulması, turizm gelişiminde önemli bir rol oynamaktadır. Etkileşim, geleneksel olmayan ittifaklar arasında yeni bilgiyi yayma fırsatlarından destinasyon markasının gelişimine kadar çeşitli avantajlar sunmaktadır. Bununla birlikte, iş birliği ve iş birliği nosyonları ne kadar olumlu olsa da gerçek şu ki birçok destinasyondaki turizm işletmeleri kendi refahları ile daha fazla ilgilenmektedir. Bu durum, başkalarının yaptıklarından endişe duymadan yeterli enerji tüketmektedir. Özellikle, birçok küçük turizm işletmesi stratejik düşünce veya bütünleştirici davranış biçimlerine sahip değildir (Simpson ve Bretherton, 2004). Turizm işletmeleri sağladıkları bütün yararlara rağmen ekonomik durgunluk, toplumsal değişim, pazarlarda ve dağıtım kanallarında gözlenen değişimler, doğa ve insan kaynaklı facialar, bilgi iletişimindeki teknolojik ilerlemeler, büyük şirketlerin faaliyetleri ve politik gelişmeler gibi dış kaynaklı etkenlerden de olumsuz etkilenebilmektedir (Morrison, 2002'den *aktaran* Akbaba, 2012).

2.5.2.4. Sivil toplum kuruluşları

Geleneksel olarak, sivil toplum kuruluşları (STK) çağdaş toplumun sorunlarını, devlet kurumları gibi yapılandırılmış büyük kurumların sorunlarından farklı bir şekilde ele alma fikriyle başlatılan gruplardır. STK'lar öncelikli olarak yoksul gruplar arasında arabulucular ve kolaylaştırıcılar olarak önemli bir rol oynamakta, zorluklarını ve şikayetlerini ifade etmelerine, uygun ve ortak eylemlerde bulunmalarına yardımcı olmaktadır (Liburd, 2004). Turizm destinasyonlarındaki STK'ların en önemli rolü ise eleştirdikleri konularda gücün merkezine müdahale etme yetkilerinin olması ve uygulanan politikalar konusunda farkındalık yaratmaktır. STK'lar politikayı daha adil hale getirmek umuduyla mevcut durumu eleştirmekle ilgilenmektedir. Bununla birlikte, yaptıkları araştırmalarla yerel halkın duygularını analiz etmeye ve ölçmeye dayanan bulgular sonucunda elde ettikleri sonuçlara dayanarak, kalkınmaya alternatif yaklaşımlar önermektedirler. STK'ların bu özellikleri, hükümetlerin politika oluşturma mekanizmasına STK'ları dâhil etmesine yön vermektedir. Dolayısıyla, turizm alanında daha sürdürülebilir uygulamaların oluşturulmasında ve daha az gelişmiş ülkelerde çevresel koruma çabalarının uygulanmasında STK'ların rolü önem taşımaktadır (Horochowski ve Moisey, 1999).

Turizm bölgelerinde bulunan STK'lar, turizmin gelişimi nedeniyle çalıştıkları toplulukları etkileyen faktörleri anlama gereksinimlerine dayanarak çoğunlukla turizm konuları üzerinde çalışmaktadır. Bu meseleler sivil imkânların eksikliği, ortak kaynaklar üzerindeki baskının arttırılması, arazi gerektiren büyük turizm projeleri nedeniyle yerinden olma ve yerel "ev sahibi" topluluğun kültürel alanlarında meydana gelen değişiklikler gibi çeşitlilik gösterebilmektedir. Bu gruplar daha sonra bölgeyi etkileyen değişiklikleri anlama yollarını aramaktadır (Burns, 1999). Genel olarak STK'lar, ilgili haberleri ve vaka çalışmalarını toplayarak veri bankaları oluşturmaktadır. Yaptıkları çalışmalar doğrultusunda araştırma yaptıkları bölgedeki gruplarla ağlar ve bağlantılar kurarak stratejik ittifaklar oluşturmaktadırlar. Bu stratejik ittifaklar aracılığıyla da çevresel, sosyo-politik ve ilgili konularda bilimsel araştırmayı kolaylaştıran belirli durumlar hakkında temel bilgiler üretirler. Bu özellikleri nedeniyle STK'lar, devlet destekli ve kontrollü kalkınma programlarının sınırlamaları belirginleştikçe kalkınmada önemli rol üstlenmektedirler (Horochowski ve Moisey, 1999).

2.5.2.5. Turizm çalışanları

Turizm destinasyonlarının gerçek değeri, maddi varlıkları (binalar, makineler, taşıtlar, mülkler, donanımlar vb.) ve fikri varlıkları (bilgi, müşteri ilişkileri vb.) içermektedir. Günümüzde, öğrenme, değiştirme ve adapte olma yeteneği, en büyük sürdürülebilir rekabet ortamını oluşturmaktadır. Dolayısıyla, bazı destinasyonlar mücadele ederken ya da başarısız olurken, diğerleri artan taleplerle başa çıkabilmektedir. Bu nedenle, insan sermayesinin değeri önem taşımaktadır. Turizm destinasyonlarındaki çalışanlar bu noktada en önemli unsurlardan biridir. Turizm çalışanları büyük ölçüde farklılaşma ve rekabet avantajı kaynağı olarak görülmektedir (Becker ve Gerhart, 1996) ve bir turizm destinasyonundaki çalışanların, hizmet kalitesi, müşteri memnuniyeti ve imaj yaratma gibi önemli rolleri bulunmaktadır (Bitner vd., 1990).

Kaliteli turizm hizmet sunumunun anahtarı, hizmet sunumunun işlevsel yönlerine özellikle önem verilerek, beklenen ve algılanan hizmet arasındaki farkın azalmasıyla mümkündür. Yani, herhangi bir kalite yönetimi girişiminin başarısı, çalışanların hem yöneticilerden hem de müşterilerden gelen gelişmiş hizmet kalitesi taleplerini tanıma ve bunlara yanıt verme yeteneğine ve isteğine bağlıdır (Sharpley ve Forster, 2003; Yeh, 2013).

Bu kapsamda, ziyaretçilere daha iyi hizmet verilmesinde çalışanların sahip olması gereken değerlerin anlaşılması önemlidir. Bununla birlikte, turizm çalışanlarının turistlere karşı olan davranışları ve tutumları turistlerin destinasyon hakkındaki kanaatlerini etkilemektedir. Hizmet sunum sürecinde aktif bir şekilde rol alan çalışanlar daha iyi hizmet vererek müşteri sadakatini artırabilir (Salanova vd., 2005). Böylelikle, misafirperver turizm çalışanları ağızdan ağıza tanıtımda seyahat bilgisi olarak en değerli kaynaklardan da biridir (Wilson vd., 2001).

2.5.2.6. Turistler

Destinasyonların turizmdeki ekonomik, sosyal ve çevresel açıdan mevcut durumunu belirleyen en önemli unsurlardan biri turistlerdir. Turistler destinasyon imajının oluşumunda da lider bir rol üstlenmektedir ve ziyaret ettikleri bölge hakkındaki görüşlerini, deneyimlerini ve duygularını ağızdan ağıza pazarlama yoluyla aktararak imaj oluşturmaktadırlar. Ayrıca, turistler doğrudan turistik bölgede harcama yaparak ev sahibi topluma ekonomik açıdan katkı sunmaktadır (Buhalis, 1996).

Turistlerin destinasyon üzerinde önemli ölçüde domine rolü ve etkisi bulunmaktadır (Morais ve Lin, 2010). Bu kapsamda, turistlerin sosyo-demografik özellikleri, kullandıkları bilgi kaynakları, sahip oldukları imajları ve destinasyonlara yönelik tutumları içeren değişkenlerin tümü, destinasyonun gelişimine yön vermektedir (Um ve Crompton, 1990). Bununla birlikte, turistlerin bölgeye sundukları ekonomik yararlarının yanında yerel halkın alışkanlıkları, gelenekleri, sosyal yaşamı, inançları ve değerleri gibi sosyo-kültürel özellikleri üzerinde olumlu ve olumsuz etkileri bulunmaktadır. Dolayısıyla, turizm gelişim sürecinde önemli rolleri bulunan turistlerin özelliklerinin iyi bir şekilde tanımlanması ve bu yönde stratejilerin geliştirilmesi üzerinde durulması önemlidir (Garcia vd., 2015).

3. YÖNTEM

Bu araştırmanın amacı, destinasyon yaşam döngüsü bağlamında yeniden canlandırma stratejilerini Kaş örneği kapsamında belirlemektir. Çalışmanın bu bölümünde, araştırma sorularını ve amaçlarını cevaplamak için yararlanılan araştırma deseni üzerinde durulmaktadır. Bu kapsamda, araştırma deseni, araştırma alanı, araştırmanın katılımcıları, veri toplama araçları, inandırıcılık, geçerlilik ve güvenilirlik komitesi üyeleri, araştırma etiği ve araştırmacının rolüne ilişkin bilgilere yer verilmiştir.

3.1. Araştırma Deseni

Sosyal olguları bağlı bulundukları çevre içerisinde araştırmayı, anlamayı ve derinlemesine incelemeyi sağlayan bir yaklaşım sunması nedeniyle araştırmada nitel araştırma yöntemi tercih edilmiştir (Yıldırım, 1999). Araştırmada, nitel bir yaklaşım, daha fazla bilgi keşfi, yansıtma, yorumlama ve destinasyonun turizmdeki gelişim sürecinin daha iyi anlaşılabilmesine izin vermesi nedeniyle tercih edilmiştir. Bununla birlikte, nitel araştırmalar araştırmanın amacı, hipotez testi veya sebep-sonuç ilişkilerinden ziyade karmaşık ilişkilerin iç görü, keşif, anlama ve yorumlanmasına dayanmaktadır. Dolayısıyla, bu çalışmada nitel araştırma desenlerinden biri olan durum çalışmasından yararlanılmıştır. Nitel araştırma tasarımı, tüm karmaşıklığıyla bir durumu ortaya koyma amacı olan, benzersiz ve özel bir endişe ile yoğun, yorumlayıcı ve doğalcı bir yaklaşımdır. Genel olarak odaklanılmış olan bir fikrin doğal ortamlarında çalışılması üzerinde durmaktadır (Stake, 1995). Bunun yanında, bireylerin olguya getirdiği anlamlara zamansal, mekânsal, tarihi, politik, ekonomik, kültürel, sosyal ve kişisel bağlamlar da dâhil olmak üzere çok çeşitli bağlamları içermesi nedeniyle önem taşımaktadır. Nitel araştırmalarda, araştırmacı, nitel bir çalışmada veri toplama ve analizinde önemli bir araç teşkil eder, bu nedenle öznellik ve yansızlığın araştırma sürecinde oynadığı temel rolü belirtir (Eisner, 1991). Bu araştırmanın amacı ve araştırma sorularıyla ilgili olan bu standartlar göz önüne alındığında, durum çalışması en uygun çalışma tasarımı olarak belirlenmiştir.

Araştırma deseni olarak yararlanılan durum çalışması belirli bir grubun üyelerinin belirli bir durum ile ilgili algılarının araştırılmasına olanak tanıdığı için araştırma yaklaşımı olarak kullanılmıştır. Creswell (2013), durum çalışmasını, her biri kendi örnekleme, veri toplama ve analiz stratejilerine sahip birden fazla bilgi kaynağını içeren ayrıntılı,

derinlemesine veri toplama yoluyla zaman içinde bir "sınırlı sistemin" veya durumun keşfi olarak tanımlamaktadır. Durum, tanımlanmış sınırları olan bir birim, varlık veya olgudur. Bu kapsamda araştırmacı sınır belirleyebilir ya da "çitin içine girebilir" ve bu nedenle neyin incelenmeyeceğini de belirleyebilir. Durum; bir şey, tek bir varlık, etrafında sınırların olduğu bir birimdir (Merriam, 1998).

Creswell'e (2013) göre, durum çalışmasının türü sınırlı durumun büyüklüğüne veya analizin amacına göre belirlenir. Stake (1995) durum çalışmasını üç ana durum çalışması şeklinde karakterize etmiştir: gerçek, araçsal ve işbirlikli. Eşsiz bir olguyu öğrenmek için tipik olarak *gerçek* bir durum çalışması yapılır. Araştırmacı, olguyu diğerlerinden ayıran benzersizliği tanımlamalıdır. *Araçsal* durum çalışması, bir konuyu veya olguyu daha geniş bir şekilde değerlendirmek için belirli bir durum kullanır. *İşbirlikli* durum çalışması, belirli bir konunun daha geniş bir şekilde değerlendirilmesini sağlamak amacıyla birden fazla durumun aynı anda veya sırayla incelenmesini içerir. Yin (2014) ise durum çalışması yöntemi seçerken dört standart önermiştir: (a) çalışmanın "neden" ve "nasıl" sorgularını yanıtlaması gerekir, (b) çalışmaya katılanların davranışları etkilenemez, (c) bağlamsal şartlar kuşatılmış durumdadır, çünkü bunların incelenmekte olan olgu için önemli olduğuna ve (d) olgunun ve bağlamın belirsiz sınırlamalara sahip olduğuna inanılmaktadır. Yin (2014), durum çalışması araştırmacılarının yararlanabileceği dört tür tasarım önermektedir. Bunlar: Tekli bütünsel tasarım, tekli gömülü tasarım, çoklu bütünsel tasarım ve çoklu gömülü tasarım şeklindedir. Bütünsel tasarımlar bir analiz birimi gerektirirken, gömülü tasarımlar birden fazla analiz birimini gerektirir.

Bu araştırma için kullanılan durum çalışması türü tek desenli bir durum çalışmasıdır (Stake, 1995). Tekli durum tasarımı bir durumun benzersizliğine hitap etmenin en iyi yolu olarak kabul edilmektedir. Bu bağlamda çalışmada yararlanılan durum çalışması Yin (2014) tarafından önerilen içe içe geçmiş tekli durum deseni şeklindedir. Bu durumda araştırma Kaş örneği üzerinden yürütülmüştür. İç içe geçmiş tekli durum deseninde bir durum içinde birden fazla tabaka veya birim olabilir (Yin, 2014). Buradaki ayrım, bir durum çalışmasının ilgili durumu bütüncül ve tek bir ünite olarak ele almasına veya bir durum içinde olabilecek birden fazla alt birime yönelmesine ilişkindir. Dolayısıyla durum çalışması, belirli bir vakadan başka bir şeyin anlaşılmasını sağlamak için yararlanılan bir araçtır (Stake, 1995). Bu

araştırma bağlamında, turizm destinasyonlarında yeniden canlandırma stratejileri konusunun anlaşılabilmesinde durum çalışması tasarımından yararlanılmıştır ve Kaş bölgesi bu özel konuyu derinlemesine ve detaylı bir şekilde incelenmesi için araştırma alanı olarak belirlenmiştir.

3.2. Araştırma Alanı

Kaş coğrafi olarak, Akdeniz Bölgesi'nde, Antalya iline bağlı bir ilçe merkezidir. Doğuda Antalya Körfezi, batıda Fethiye Körfezi arasında, güney yönünde Akdeniz'e doğru uzanmış bulunan ve bugün Teke Yarımadası olarak isimlendirilen bölgede (Antik Dönemde Likya Bölgesi'nde) bulunmaktadır. Kuzeyinde Elmalı, doğusunda Finike, kuzey-batısında Fethiye ilçeleri ve karşısında Yunanistan'a ait olan Meis Adası (Kastellorizo) yer almaktadır. Kaş, orta Likya'nın Antik Antiphellos Kenti kalıntıları üzerine kurulmuştur. Gerek sivil mimarlık örneklerini yansıtan kent dokusu, gerekse arkeolojik kalıntıları ile Antalya'nın eski ile yeninin iç içe yaşatıldığı turistik ilçelerindendir. Kaş'ın bilinen antik dönemdeki adı Habesos'tur. Sonrasında, Likya dilinde ilk çağlardaki adı Antiphellos olarak anılmıştır. Antik kent daha sonra Anadolu Selçuklu topraklarına katılınca Andifli olarak anılmıştır. Anadolu Selçuklu Devleti'nin zayıfladığı dönemlerde Tekeoğulları'nın hakimiyetine geçmiştir. Yıldırım Beyazıt döneminde ise Osmanlı Devleti'nin hakimiyetine geçen Kaş günümüze kadar bu haliyle devam etmiştir. Kaş çevresinin dağlarla çevrili olması ve hemen önünde masmavi Akdeniz'in bulunması ve tam karşısında Meis adasının bulunmasının ayrı bir güzellik vermesi nedeniyle bölgeye Kaş adı verilmiştir (Akman, 2007). Kaş nüfusu 2019 yılına göre 59.716'dır.

Bölgede turizm 1980'li yıllardan itibaren gelişim göstermeye başlamıştır. Bölge, günümüzde sırt çantalılar olarak nitelendirilen grup tarafından keşfedilmiş, zaman içerisinde Avrupalı ve yerli turistlerin gözde tatil merkezlerinden biri haline gelmiştir. Yerel halkın bir kısmı tarım ve hayvancılık ile geçimini sağlasa da Kaş merkezde ekonomi önemli ölçüde turizme bağlıdır. Daha çok özel girişimciler tarafından yatırımların yapıldığı bölgede, turizm yatırımları aynı şekilde devam etmektedir. Bölgedeki işletme yapısı diğer turizm bölgelerine göre küçük işletmeler şeklindedir *(Gözlem 3, 28/08/2019, 55").* Kaş genelinde toplamda 229 otel/pansiyon bulunmaktadır. Bölgede 10 turizm işletme belgeli tesis ve 219 belediye işletme belgeli tesis bulunmaktadır. İşletmeler toplamda 4023 oda ve 8573 yatak kapasitesi ile hizmet

vermektedir. Ayrıca, bölgede 22 adet A grubu seyahat acentası faaliyet göstermektedir (http-1).

Şekil 3.1. *Kaş ilçesinin coğrafi konumu*

Bölgede deniz turizmi, kültür turizmi, yayla turizmi, yamaç paraşütü, deniz ve nehir kanosu, Likya yolu yürüyüşü, köy turları, festivaller, Meis adası turları gibi alternatif turizm çeşitleri sunulmaktadır. Kaş Likya kenti olduğu için kültür turizmi açısından önemli bir bölgedir. Kaş'ta Likya, Yunan ve Roma dönemlerinden günümüze ulaşan kalıntılar İ.Ö. VI. yüzyıla dayanmaktadır. Phellos ve Antiphellos antik kentlerinin kalıntılarını görmek mümkündür. Gotik tarzını andıran Likya yazıtları, kaya mezarları ve mezar taşları ile kentin arkasında yer alan Likya yazıtlı Aslanlı Lahit (Anıt Mezar) yer almaktadır. Ayrıca, antik tiyatronun kuzeydoğusunda ev tipi bir mezar bulunmaktadır. Antik kent Antiphellos'tan günümüze ulaşan açık hava tiyatrosu Helenistik dönemden kalmadır. Antik tiyatrodan festivaller gibi çeşitli etkinlikler kapsamında yararlanılmaktadır (Erkurt ve Paker, 2014).

Kaş önemli tarihi antik kentlerle çevrelenmiş durumdadır. Kaş'a 45 km uzaklıkta yer alan 18 km uzunluğundaki Patara Antik Kenti caretta caretta kaplumbağalarının yumurtlama alanlarından biridir. Bunun yanında, eski çağlarda Likya Uygarlığının başkentliğini yapmış bir sahil kasabalarındandır. Burası Apollon ve Noel Baba'nın doğduğu yer olarak bilinmektedir. Patara Likya, Helenistik ve Roma çağlarını yaşayan bir kent olup, Bizans döneminde Piskoposluk merkezi olarak bilinmektedir. Antik şehir plajı olarak koruma altına

alınan bölgede bulunan tarihi deniz feneri, bilinen en eski deniz feneridir. Ayrıca, Patara'da hamam, parlamento binası, antik tiyatro ve mezar anıtları yer almaktadır. Kaş'a 27 km uzaklıkta bulunan Xantos Antik Kenti ise UNESCO tarafından Dünya Kültür Mirası Listesine dâhil edilmiştir. 45 km uzaklıktaki Myra Antik Kenti Likya Dönemi kaya mezarları, Roma Dönemi tiyatrosu ve Bizans Dönemi Aziz Nikolaos Kilisesi (Noel Baba) ile ün kazanmıştır. Batık şehrin yer aldığı bir diğer önemli tarihi bölgelerden biri olan Kekova'ya ise Kaş'tan deniz yoluyla ulaşılmaktadır. Antik Simena ve Üçağız köyü kıyıdaki yerleşim yerleridir. Batık şehir içinde lahitlere ve kaya mezarlarına rastlamak mümkündür. Bölgede tekne turlarının yanında deniz kanosu aktiviteleri de gerçekleştirilmektedir. Simena'ya (Kaleköy) da ulaşım deniz yoluyla sağlanmaktadır (http-2).

Antalya merkeze yaklaşık 187 km uzaklıkta bulunan Kaş'ta havaalanı bulunmamaktadır. Bölgeye ulaşım önemli ölçüde karayolu ile sağlanmaktadır. En yakın havaalanı 152 km uzaklıkta bulunan Dalaman Havaalanı'dır. Bunun yanında, otobüs, dolmuş veya özel araç transferi ile ulaşım sağlamak mümkündür. Kaş merkeze dönen bir kavşaktan geçiş yapılmaktadır. Merkez turizm faaliyetlerinin yoğun olarak gerçekleştiği bölgedir. Andifli mahallesi olarak bilinen Kaş merkez dağlık bir alana kuruludur. Kaş'ın önü deniz, ortasında Kaş merkez ve arkasında dağ yer almaktadır. Otogarın bulunduğu cadde Atatürk Bulvarı olarak bilinmektedir. Bu caddede daha geleneksel restoranlar ve bankalar bulunmakta ve çoğunlukla yerli halka hitap etmektedir (*Gözlem 1, 26/08/2019, 45"*). Caddeden dümdüz gidildiğinde limana ulaşılmaktadır. Kaş merkezde ve girişte olmak üzere iki tane liman bulunmaktadır. Merkezdeki liman eski liman olarak geçmektedir. Merkezdeki limanda dalış, günübirlik tekne turları ve Meis adası turları için tekneler yer almaktadır. Kaş yeni liman ise Kaş'ın girişinde bulunmaktadır. Bu liman özel yatların yer aldığı bir limandır. Merkezdeki marina yolundan devam edildiğinde Kaş'a 40 dk. uzaklıktaki Yunan adası Meis adasına gidişin olduğu gümrük yer almaktadır. Marinanın bulunduğu bölgede yerli halk ve turistlerin bir arada zaman geçirdiği daha turistik bir yer olan meydan bulunmaktadır. Kaş coğrafik olarak küçük bir yer olduğu için meydan en çok tercih edilen yerlerden biridir ve kafeler, acentalar ve hediyelik eşya satan yerler meydanın etrafında çevrelenmiş durumdadır *(Gözlem Raporu 2, 27/08/2019, 90").*

Kaş meydanın sağında ikinci aradan yukarı doğru çıkıldığında ise hükümet binasının olduğu caddeye çıkılmaktadır. Hükümet konağının hizasında restoranlar ve yolun sonunda taksi durağı; sokağın karşısında ise ev yemekleri yapan restoran, hediyelik eşya satan mağaza ve kafeler sırasıyla yer almaktadır. Caddeden ilerleyince oteller bölgesi olarak bilinen ve çeşitli otellerin yan yana dizildiği Küçük Çakıl'a ulaşılabilmektedir. Küçük Çakıl plajı etrafında bu otellere ait olan plajlar yer almaktadır. Küçük Çakıl yolu üzerinden devam edildiğinde ise yaklaşık 2 km uzaklıktaki Büyük Çakıl plajına ulaşılabilmektedir *(Gözlem Raporu 2, 27/08/2019, 90").*

Meydandan üçüncü sokağa girildiğinde eski Rum evlerinin bulunduğu şimdilerde acenta, takı ve giysi mağazalarının bulunduğu Uzun Çarşı yer almaktadır. Uzun Çarşı Kaş'ın en önemli çekicilik kaynaklarından biridir (*Gözlem Raporu 1, 26/08/2019, 45").* Uzun Çarşı'dan kuzeye gidildiğinde meydanın başında bir kral mezarı yer almaktadır. Uzun Çarşı'dan ara sokaklara girildiğinde çeşitli otel, kafe, bar ve restoranların yer aldığı görülmektedir. Kaş Atatürk Bulvarı'ndan meydana doğru ilerlendiğinde sağ tarafa dönüldüğünde Çukurbağ Yarımadası'na ulaşmak mümkün. Çukurbağ Yarımadası çoğunlukla villa turizminin yapıldığı ve bunun yanında yabancı turistlerin yerleşik olarak yaşadığı bir bölge olarak bilinmektedir *(Gözlem Raporu 2, 27/08/2019, 90").*

Kaş turistlere sunulan destek hizmetler açısından değerlendirildiğinde devlet hastanesi, acil servis, diş hastanesi ve özel muayenehanelerin bulunduğu görülmektedir. Kaş devlet hastanesi 5 km uzaklıkta bulunan Kalkan yolu üzerinde Gökseki mahallesinde yer almaktadır. Acil servis, diş hastanesi ve özel muayenehaneler Kaş merkezde yer almaktadır. Bunun yanında, Kaş Atatürk Bulvarı'nda çeşitli bankalara ulaşmak mümkündür. Ayrıca, telekomünikasyon hizmetleri sunan bütün GSM operatörlerinin şubeleri yer almaktadır (*Gözlem Raporu 5, 24/09/2019, 60").*

Kaş'ta deniz-kum-güneş kapsamında çeşitli plajlar yer almaktadır. Kalkan yolu üzerindeki Mavi Mağara ve Kaputaş plajı bölgenin önemli çekicilik unsurlarındandır *(Gözlem Raporu 6, 25/09/2019,75").* Ayrıca, bölgede Limanağzı plajı, Kadınlar plajı, Belediye halk plajı, İnceboğaz, Büyük Çakıl, Küçük Çakıl, Hidayetin Koyu ve Akçagerme plajları bulunmaktadır. Kaş dünyanın en önemli 50 dalış destinasyonlarından biri olarak öne çıkmaktadır. Dalış turizmi Kaş'ın en önemli çekicilik unsurlarından biridir. Dolayısıyla,

Türkiye'den ve dünyadan çeşitli dalış severler tarafından yaz ve kış aylarında tercih edilmektedir (http-2).

Etkinlik turizmi bağlamında geleneksel olarak her yıl 1-4 Eylül tarihleri arasında Kaş Likya, Kültür ve Sanat Festivali gerçekleştirilmektedir. Bununla birlikte, bölgede çeşitli müzik festivalleri de gerçekleştirilmektedir. Kışın Noel Baba etkinlikleri düzenlenmektedir (*Gözlem 4, 29/08/2019, 95"*). Bunun yanında Kaş kış aylarında ise dalış için üniversitelerden ve yurtdışından gelen dalış severlere ev sahipliği yapmaktadır. Bölgedeki bazı oteller ve restoranlar kış aylarında da hizmet vermektedir. Bölgenin dağlık yapısı ve eşsiz manzarası yamaç paraşütünün gerçekleştirilmesine olanak sunmaktadır. 975 m yükseklikteki bulunan Asaz Dağı yamaç paraşütü için tercih edilmektedir (http-1).

Kaş tarihi Likya Yolu üzerinde yer almaktadır. Bu nedenle uluslararası ve sistematik bir şekilde yürüyüşler gerçekleştirilmektedir. Genellikle, ilkbahar ve sonbahar aylarında doğa yürüyüşleri düzenlenmektedir. Bunun yanında, Kaş'ın coğrafik yapısı nedeniyle önemli kırıklar, derin vadiler ve kanyonlar bulunmaktadır *(Gözlem Raporu 8, 27/09/2019, 75")*. Kaş'a 60 km uzaklıkta bulunan Saklıkent Kanyonu en bilinen ve en fazla ziyaret edilen kanyondur. Kaş'taki Gömbe yaylası ise yaz aylarında turistlerin ilgisini çeken bölgelerden biridir (http-1).

3.3. Araştırmanın Katılımcıları

Nitel araştırmalarda rastgele seçim ve anlamlı kılacak kadar büyük örneklemlerle çalışmak ve genelleme yapma durumu bulunmamaktadır. Yorumlamacı araştırmacılar her bir durumu amaçlı olarak seçmektedir. Amaçlı örneklem derinlikli çalışmalar için zengin durumlar seçilmesini sağlamaktadır (Patton, 2002). Çalışmadaki durumun incelenebilmesi için amaçlı örnekleme türlerinden biri olan "maksimum çeşitlilik örneklemesi"nden yararlanılmıştır. Maksimum çeşitlilik örneklemesinde belirli çeşitlilik yelpazesinden durumlar seçilmektedir. Bu çalışmada, butik turizm özelliği bulunan, çeşitli turizm faaliyetleri sunan, önemli bir dalış turizmi bölgesi olan, son yıllarda yerli turistler tarafından özellikle tercih edilen, turizm arzında ve talebinde değişimler ve aşırı turizm sorunları yaşayan turizm destinasyonu olduğu için Kaş bir durum olarak seçilmiştir. Bu nedenle Kaş örneği "benzeri görülmemiş ve önemli, başka bir deyişle kritik bir teklik" olarak tanımlanabilir. Benzersizlik, durum çalışması için önemli bir unsurdur ve araştırmacının bu

ayırt edici durumun incelenen olguyu anlamaya en iyi şekilde yardımcı olacağına inanmasıdır (Stake, 1995, s.44). Dolayısıyla, Kaş örneğinde gerçekleştirilen bu araştırmada katılımcılar turizm paydaşları olarak belirlenmiştir. Paydaşlar destinasyonun yaşam döngüsünün her bir aşamasındaki durumları etkileyen ve durumlardan etkilenen grup veya bireylerden oluşmaktadır. Paydaşların her birinin farklı özellikler taşıması ve turizm gelişiminin her aşamasında rol almaları nedeniyle araştırma katılımcıları olarak tercih edilmiştir.

Katılımcıların seçiminde zamandan, paradan ve emekten tasarruf etmek amacıyla, erişilebilir olan paydaşlar ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda, çalışmanın kalite güvencesi için değerli bir strateji olarak kabul edilen kriterler temelinde katılımcılar seçilmiştir (Miles ve Huberman, 2014). Bu kriterler, turizmin Kaş bölgesinde keşfinden itibaren bölgede bulunan, Kaş turizminin gelişiminde, yönetiminde, tanıtımında rol oynamış ve şu anda rol oynayanlar temelinde belirlenmiştir. Bununla birlikte, paydaşlar merkezi/yerel yönetimler, yerel halk, işletme sahipleri/yöneticileri, STK'lar, turizm çalışanları ve turistler olarak belirlenmiştir. Ayrıca, nitel araştırmalarda katılımcı sayısına ilişkin genel bir oran bulunmamaktadır (Glesne, 2012). Dolayısıyla, belirlenmiş olan bu paydaşlardan erişilebilir olan ve 43 paydaş ile yüz yüze görüşmeler yapılmıştır (Bkz. Tablo 3.1).

Tablo 3.1. *Katılımcılara ilişkin bilgiler*

Katılımcılar	Yaş	Eğitim	Cinsiyet	Mevcut Konum	Görüşme Süresi
İS1	53	Lisans	Kadın	İşletme Sahibi/Seyahat Acentası	43:51
İS2	43	Yüksek lisans	Erkek	İşletme Sahibi/Restoran	33:45
İS3	44	Lise	Erkek	İşletme Sahibi/ Seyahat Acentası	52:23
İY4	46	Lisans	Erkek	İşletme Yöneticisi/Kamping Alanı	34:31
İS5	46	Lisans	Kadın	İşletme Sahibi/Otel	24:18
TÇ6	35	Lise	Kadın	Turizm Çalışanı/Seramik Atölyesi	1:07:18
YH7	54	Lise	Erkek	Yerel Halk/Market	1:02:12
İS8	63	İlkokul	Kadın	İşletme Sahibi/Restoran	32:38
İS9	44	Lisans	Kadın	İşletme Sahibi/Giysi Mağazası	35:49
İS10	58	Lisans	Erkek	İşletme Sahibi/Seyahat Acentası	1:17:10
İS11	62	Lisans	Erkek	İşletme Sahibi/Butik	2:06:17
TÇ12	28	Ön lisans	Kadın	Turizm Çalışanı/Seyahat Acentası	19:50
TÇ13	35	Lise	Erkek	Turizm Çalışanı/Bar	29:01
YH14	53	Lise	Erkek	Yerel Halk	47:17
İS15	31	Lisans	Erkek	İşletme Sahibi/Seyahat Acentası	28:25

(İS: İşletme Sahibi;İY: İşletme Yöneticisi; TÇ: Turizm Çalışanı; YH: Yerel Halk'a karşılık gelmektedir.)

Tablo 3.1. *Katılımcılara ilişkin bilgiler (Devam)*

TÇ16	22	Lise	Erkek	Turizm Çalışanı/Bar	23:36
YH17	53	Lise	Erkek	Yerel Halk/Plaj İşletmesi	2:06:14
YH18	48	Lise	Erkek	Yerel Halk/Restoran	23:43
YH19	45	İlkokul	Erkek	Yerel Halk/Muhtar	17:53
İS20	54	Lisans	Erkek	İşletme Sahibi/Otel	34:59
İS21	38	Lisans	Erkek	İşletme Sahibi/Bar	26:45
İY22	47	Lise	Erkek	İşletme Yöneticisi/Otel	1:27:46
STK23	31	Lisans	Erkek	STK Başkanı	46:47
İS24	40	Lise	Erkek	İşletme Sahibi/Hediyelik Eşya Mağazası	56:12
İS25	52	Lisans	Erkek	İşletme Sahibi/ Hediyelik Eşya Mağazası	1:12:33
STK26	45	Lisans	Kadın	STK Başkanı	47:46
STK27	53	Lisans	Erkek	STK Başkanı	1:16:23
TÇ28	31	Lise	Erkek	Turizm Çalışanı/Bar	15:47
T29	32	Lisans	Kadın	Turist	26:39
YH30	52	Ön lisans	Erkek	Yerel Halk/Seyahat Acentası	1:09:16
STK31	54	Lisans	Erkek	STK Başkanı	57:08
TÇ32	28	Lisans	Erkek	Turizm Çalışanı/Otel	1:12:47
YY33	42	Lisans	Erkek	Yerel Yönetimler	29:57
YH34	46	Lisans	Erkek	Yerel Halk/Kamping Alanı	1:16:25
T35	21	Lise	Erkek	Turist	15:35
YH36	21	Lise	Erkek	Yerel Halk	24:24
İS37	52	Yüksek lisans	Erkek	İşletme Sahibi/Dalış Okulu	1:28:51
İS38	56	Lisans	Erkek	İşletme Sahibi/Dalış Okulu	1:38:47
İS39	60	Lise	Erkek	İşletme Sahibi/Elektrikçi	1:12:56
YH40	25	Lisans	Erkek	Yerel Halk	42:04
İS41	60	Lisans	Erkek	İşletme Sahibi/İnşaat Firması	47:57
T42	36	Lisans	Erkek	Turist	45:12
YY43	59	Lisans	Erkek	Yerel Yönetimler	45:03
Toplam					**1980 dakika**

(İS: İşletme Sahibi; İY: İşletme Yöneticisi; TÇ: Turizm Çalışanı; YH: Yerel Halk; STK: Sivil Toplum Kuruluşları; T: Turist; YY: Yerel Yönetimler'e karşılık gelmektedir.)

3.4. Veri Toplama Araçları

Durum çalışması araştırmasının temel özelliklerinden ve güçlü yanlarından biri, bu tür araştırmalarda incelenen olgunun derinlemesine anlaşılmasını sağlamak için gerekli olan çoklu veri toplama yöntemlerinin kullanılmasıdır (Stake, 1995). Bu nedenle çalışmada çeşitli veri toplama yöntemlerinden yararlanılmıştır. Bu kapsamda; görüşmeler, dokümanlar (yazılı ve görsel) ve gözlemler aracılığıyla veriler derlenmiştir.

3.4.1. Yarı Yapılandırılmış Görüşmeler

Bu çalışmada, araştırmacı veri toplamanın birincil aracı olarak yarı yapılandırılmış görüşme sorularıyla görüşmeler yapmayı seçmiştir. Çalışmada görüşmeler, veri toplamanın ana kaynağı olarak tercih edilmiştir. Miles ve Huberman (2014) nitel araştırmacıların, kapsamlı ve bağlamsal olarak incelenen küçük örneklem ile çalışma eğiliminde olduklarını belirtmektedir. Dolayısıyla, araştırmacı Kaş bölgesinin turizminin gelişiminde, yönetiminde, pazarlamasında ve yeniden canlandırılması sürecinde önemli rol üstlenen paydaş grubundan 43 kişiyle derinlemesine, yüz yüze görüşmeler gerçekleştirmiştir.

Araştırmacı, destinasyonun gelişim süreci ve yeniden canlandırma stratejileri üzerine algı ve görüşlere izin vermek için görüşme protokolü olarak hizmet eden orijinal soruların bir listesini oluşturmuştur. Bu görüşme protokolünün geliştirilmesi ise çeşitli aşamaları içermektedir. Öncelikle araştırmacı destinasyon kavramı, yönetimi, pazarlaması, gelişim süreci, turizm gelişim sürecini etkileyen unsurlar ve turizm gelişiminin etkileri, yeniden canlandırma sürecinde uygulanan stratejiler ve paydaşların rolleri ve ana bağlama ilişkin kavramları anlamak için araştırmanın konusuna benzer olarak geçmişte yapılan çalışmaları incelemiştir. Bu durum, araştırmacının görüşmeler için bir ön soru taslağı oluşturmasına yön vermiştir. Görüşme soruları, belirlenmiş ana konu üzerinden oluşturulan araştırma soruları temelinde hazırlanmıştır. Daha sonra, araştırmacı tarafından, 30 sorudan oluşan ön soru taslağını revize etmek amacıyla destinasyon konusunda uzmanlaşmış altı akademisyenden uzman görüşü alınmıştır. Uzmanlardan alınan görüşler neticesinde görüşme soruları, katılımcılardan bilgi alabilecek kadar açık ve net olacak bir şekilde düzeltilerek son hali verilmiştir. Bununla birlikte, görüşme soruları paydaşların özelliklerine bağlı olarak hazırlanmıştır. Görüşme sorularına son hali verildikten sonra Kaş bölgesine gidilerek görüşme sorularının dil ve ifade açısından anlaşıla bilirliği, konu ile ilişkisi ve araştırmanın amacına uygunluğunu belirlemek amacıyla 22-25 Nisan 2019'da pilot çalışma gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda altı kişi ile yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Yapılan görüşmeler ortalama 60 dakika sürmüştür. Pilot çalışma sonrasında görüşmeler deşifre edilerek sorulara son hali verilmiştir. Bu kapsamda, görüşme formunda yer alan "Kaş'ın turizminin sürdürülebilir gelişimine yönelik düşünceleriniz nedir?" sorusunun katılımcılarca anlaşılmadığı tespit edilmiştir. Katılımcıların "sürdürülebilirlik" kavramını net bir şekilde

anlamadığı ve kavramın anlaşılabilmesi için araştırmacı tarafından açıklanması durumu nedeniyle bu soruda değişikliğe gidilmiştir ve soru yeniden düzenlenmiştir. Bu kapsamda bir sonraki sırada yer alan "Kaş'ın kaynaklarının geleceğe taşınması için neler yapılıyor?" sorusu ile birleştirilerek son hali verilmiştir (Bkz. EK-1). Bununla birlikte, pilot çalışmada altı katılımcı ile yapılan görüşmelerin sonucunda elde dilen bilgilerin araştırma için önemli olması nedeniyle durum tez komitesi üyeleri ile görüşülerek ve onayları alındıktan sonra bu görüşmelerin de araştırma verilerine dahil edilmesine karar verilmiştir.

Kaş'ta turizm sezonun yüksek ve düşük olduğu dönemlerde kapasite kullanımı, alt yapı ve üst yapı özellikleri, gelen turist profilinde yaşanan değişimlerin incelenmesi amacıyla Ağustos ve Eylül 2019'da Kaş bölgesine asıl araştırma için gidilmiştir. Bu kapsamda iki tur halinde görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmelerin farklı dönemlerde gerçekleştirilmesinin ana nedeni turizmin yüksek ve düşük olduğu dönemler arasında yaşanan değişimleri de incelemektir. Görüşmelere başlamadan önce araştırmacı resmi olarak kendini tanıtmıştır. Sonrasında ise çalışmanın amacı, katılımcının hak ve sorumlulukları hatırlatılmıştır. Katılımcıya, katılımın tamamen gönüllüğe dayalı olduğu ve gönüllü katılım formu sunularak görüşme sırasında ya da sonrasında herhangi bir noktada ve tezin yazımından önce çalışmadan ayrılabileceği bilgisi verilmiştir. Bununla birlikte, katılımcıya, transkripsiyonu kolaylaştırmak için görüşmenin ses kaydı şeklinde yapılacağını ve ortalama 40 dakika sürebileceği belirtilmiştir.

Alan araştırması ilk tur görüşmeleri turizm sezonunun yüksek olduğu dönem olan 26-30 Ağustos 2019'da gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda, Kaş bölgesi paydaşlarından oluşan 23 kişi ile yüz yüze yarı-yapılandırılmış sorular aracılığıyla görüşmeler gerçekleştirilmiştir ve görüşmeler ortalama 40 dakika sürmüştür. Sonrasında turizm sezonunun daha düşük ve önceki görüşmeler esnasında katılımcılar tarafından turist profilinin değiştiğinin belirtildiği Eylül ayında ikinci tur alan araştırması için Kaş'a gidilmiştir. İkinci tur görüşmeler 23-30 Eylül 2019'da gerçekleştirilmiştir. Bu süreçte 14 kişi ile yüz yüze görüşmeler yapılmıştır ve görüşmeler ortalama 50 dakika sürmüştür. Eylül ayında yapılan görüşmeler esnasında verilerin kendini tekrar etmesi ve teorik doyum noktasına ulaşıldığı anlaşıldığında görüşmeler sonlandırılmıştır.

Asıl alan araştırması sırasında araştırmacı, pilot çalışma sonucunda son hali verilen soruları yöneltmiştir. Ancak, görüşme soruları yarı yapılandırılmış olduğundan, katılımcıların çalışma ile ilgili olduğuna inanmaları halinde görüş ve deneyimlerini cevaplamaları ve paylaşmaları için yeterli zaman tanınmıştır. Görüşmelerin yürütülmesi aynı zamanda katılımcılar ile bir ilişki kurmayı, görüşmeleri sesli olarak kaydetmeyi, gözlemlemeyi, katılımcıların yanıtlarını not etmeyi ve tüm görüşmelerin eksiksiz ve doğru transkriptlerini gerçekleştirmeyi de içermektedir. Her görüşmenin sonunda, araştırmacı katılımcıya görüşmenin bir transkriptinin daha sonra sunulacağını ve katılımcının gerekli gördüğü sırada transkriptteki cevaplarını değiştirmesine veya revize etmesine izin verildiğini bildirmiştir. Katılımcılara, isterlerse görüşme oturumlarında verilen bilgilerin sonuçlarını değerlendirme seçeneği de sunulmuştur.

3.4.2. Dokümanlar

Nitel araştırmalarda gözlem ve görüşmenin yanında araştırmanın geçerliliğini artırmak amacıyla incelenen araştırma problemleriyle ilişkili yazılı ve görsel materyal ve malzemeler de araştırmaya dâhil edilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2016). Dokümanlar, durum çalışmasının belirli unsurlarına doğrudan araştırmacı tarafından tanık olunamadığında kullanılabilecek başka bir veri toplama şeklidir, çünkü bu tür bilgileri kaydeden ve içeren belgeler araştırmacı tarafından aranabilir (Stake, 1995). Veri kaynağı olarak kullanılan dokümanlar üç ana başlık altında ele alınmaktadır. Bunlar: kişisel, resmi ve popüler kültür şeklindedir (Bogdan ve Biklen, 2007). Araştırma sürecinde hangi dokümanların önemli olduğu ve veri kaynağı olarak yararlanılabileceği araştırmada incelenen problem ile ilişkilidir. Dolayısıyla bu çalışmada araştırmanın problemi ve amacı bağlamında resmi ve popüler kültür ile ilgili dokümanlar incelenmiştir.

Araştırma sürecinde veri toplama sürecinde yararlanılan dokümanlar: turizm istatistikleri, turizm planları, stratejiler, raporlar, kitaplar, bilimsel çalışmalar, sosyal medya turizm rehberleri ve haritaları ve Kaş ile ilgili web siteleri şeklindedir (Bkz. Tablo 3.2). Bu dokümanlar çeşitli yollarla elde edilmiştir. Birincisi, turizm istatistikleri Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan talep edilmiştir. Bu kapsamda, Kaş'a gelen turist sayısı ve geceleme oranlarına ilişkin istatistikler Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan elde edilmiştir. Turizm rehberleri ve haritaları, sektörde uzman olan ve daha sonra katılımcılardan elde edilen,

araştırmacı tarafından Kaş'taki işletme ve kuruluşlardaki broşür raflarından belirlenmiştir. Turizm planları, raporları, çalışmaları ve Kaş'taki kuruluşların ve hükümetlerin web sitelerini ziyaret ettikten sonra araştırmacı tarafından tanımlanmıştır (Bkz. Tablo 3.3). Bu kapsamda Kaş turizmine ilişkin rapor, strateji, bildiri, makale, kitaplara ait bilgilerin bulunduğu web sayfaları 09.10.2018 – 25.12.2019 tarihleri arasında taranmıştır. Araştırmada yararlanılan dokümanların seçiminde ise Kaş ve turizmine yönelik olan yazılı ve görsel medyada yer alan, Türkçe ve İngilizce dilinde olma kriteri uygulanmıştır. Belgeler çalışma, rapor, makale, kitap ve gazetelerden oluşmaktadır. Bu, söz konusu belgelerdeki ilgi çekici unsurların, görüşmeler sırasında bilgili kişiler tarafından tanımlandığı veya anahtar belgeler referans alınarak, çalışmaya yeni ve ek bilgi açısından zengin kaynaklara veya kaynak yönlendirmelere yol açtığı anlamına gelir (Miles ve Huberman, 2014). Bu yaklaşım kullanılarak belirlenen belgelerin bir bölümü görüşmeler sırasında katılımcılar tarafından sağlanmıştır. Diğerleri ise çevrimiçi ortamlarda araştırmacı tarafından temin edilmiştir.

Tablo 3.2. *Doküman taraması sonucu ulaşılan basılı materyallerin listesi*

Türü	Adı	Yazarı
Kitap	Doğası Tarihi Kültürü ve Turizmiyle Kaş Andifli Antiphellos	İsmail Gökçe-2019
	The Diving Guide Kaş	Murat Draman-2018
Makale	Su Altı Dalış Turizminin Mevcut Durumu, Sorunları ve Geliştirilmesine Yönelik Öneriler: Kaş Örneği	Nihan Yarmacı, Melike Ç. Keleş ve Bilge Ergil-2017
Tez	Destinasyon yaşam seyri ve yerel halkın turizm gelişimine ilişkin tutumlarının incelenmesi	Remziye Ekici-2013
Basılı Tanıtım Materyalleri	Kaş Tanıtım Kitapçığı	Kaş Belediyesi
	Kaş Şehir Haritası	Kaş Belediyesi

Doküman incelemesi sonucunda Kaş ve turizmine ilişkin ulaşılan bilgilere Tablo 3.3'te yer verilmiştir. Web sayfalarının incelenmesi sonucunda resmi kurum ve kuruluşlar, STK'lar, seyahat blogları ve gazete haberlerine ilişkin bilgilere ulaşılmıştır.

Tablo 3.3. *Doküman taraması sonucu ulaşılan web sayfalarına ilişkin materyallerin listesi*

Kurum adı	Materyalin Konusu	Web Sitesi	Erişim Tarihi
Kültür ve Turizm Bakanlığı	Kaş gelen turist sayısı ve geceleme oranları	https://yigm.ktb.gov.tr/TR-9851/turizm-istatistikleri.html	09 Kasım 2018-25 Aralık 2019
Çevre ve Şehircilik Bakanlığı	Sürdürülebilir turizm projesi	https://tvk.csb.gov.tr/kas-kekova-ozel-cevre-koruma-bolgesi-surdurulebilir-turizm-projesi-devam-ediyor-haber-21256	09 Kasım 2018
Kültür ve Turizm Bakanlığı	Kaş turizm istatistikleri	https://antalya.ktb.gov.tr/TR-68032/kas.html	20 Aralık 2018
Kaş Kaymakamlığı	Kaş turizmi	http://www.kas.gov.tr/ilcemiz	24 Aralık 2018
Kaş Belediyesi	Kaş turizmi	https://www.kas.bel.tr	25 Aralık 2018
		https://www.kas.bel.tr/kas39ta-turizm-sektor-toplantisi-yapildi.html	25 Aralık 2018
Çekül Vakfı	Kaş turizmi	https://www.cekulvakfi.org.tr/haber/kas-12-ay-turizm-hedefliyor	16 Şubat 2019
Dünya Doğa Koruma Vakfı	Kaş-Kekova'da sürdürülebilir turizm	http://www.wwf.org.tr/?4680	26 Şubat 2019
Diğer Web Sayfaları	Kaş turizmi ve özellikleri	https://www.kasgezirehberi.com/ilk-bakis/	15 Aralık 2019
		http://kasportal.com/content.php?sid=4&catid=81&cid=428	15 Aralık 2019
		https://www.yenialanya.com/antalya/kas-ta-kis-turizmi-surprizi-h350190.html	15 Aralık 2019
		https://www.sozcu.com.tr/2019/ekonomi/turizm-merkezi-kasin-nufusu-bayramda-ikiye-katlandi-5280513/	20 Eylül 2019
		https://www.haberler.com/turizm-merkezi-kas-in-nufusu-bayramda-ikiye-12327891-haberi/	20 Eylül 2019
		https://www.sabah.com.tr/galeri/turizm/kasta-12-ay-alternatif-turizm-yapmak-mumkun	15 Aralık 2019
		https://www.tourmag.com.tr/turizm-cesitliligiyle-turistlerin-gozdesi-kas/	15 Aralık 2019
		http://www.hurriyet.com.tr/kasta-turizm-haftasi-hazirliklari-40796407	10 Nisan 2019
		https://www.cnnturk.com/yerel-haberler/antalya/kas/kas-londra-turizm-fuarinda-1075204	20 Kasım 2019
		http://www.milliyet.com.tr/yerel-haberler/antalya/kas/kas-londra-turizm-fuarinda-6072438	20 Kasım 2019

Tablo 3.3. *Doküman taraması sonucu ulaşılan web sayfalarına ilişkin materyallerin listesi (Devam)*

	https://www.ntv.com.tr/galeri/seyahat/akdenizin-sakin-guzeli-kas-kas-gezilecek-yerler,bhT5DuLIt0C_pt9crHyrGA	10 Temmuz 2019
	https://onedio.com/haber/kas-ask-diye-bosuna-dememisler-harika-bir-tatili-garantilemek-isteyenler-icin-kas-ta-yapilacak-bir-dolu-guzel-sey-883165	20 Mayıs 2019
Kaş'ta dalış turizmi	https://www.haberturk.com/antalya-haberleri/71071258-dalis-turizminin-kalbi-kasta-atiyorantalyanin-kas-ilcesi-dalis-turizminin-gozde	16 Aralık 2019
	https://turizmdays.com/tr/news/kas-dunyanin-50-onemli-dalis-noktasi-arasinda-5245.html	16 Aralık 2019
	https://www.haberturk.com/antalya-haberleri/72415546-yilda-80-bin-dalis-ile-dunyanin-50-onemli-dalis-noktasi-arasindakasta-12-ay-dalis-keyfi	14 Aralık 2019
	https://www.yeniakit.com.tr/haber/dalis-turizminin-kalbi-kasta-atiyor-883060.html	13 Aralık 2019
Kaş ile ilgili seyahat blogları	https://www.bizevdeyokuz.com/kas/	10 Mart 2019
	https://yoldaolmak.com/kas-gorulecek-yerler.html	15 Mart 2019
	https://gezimanya.com/kas	15 Mart 2019
	https://www.tripadvisor.com/Tourism-g297965-Kas_Turkish_Mediterranean_Coast-Vacations.html	17 Mart 2019
	https://oitheblog.com/2018/04/08/kas-gezisi-notlari/	10 Nisan 2019
	https://www.ayagimintozuyla.net/kas-gezi-notlari.html	10 Mart 2019

3.4.3. Gözlemler

Gözlem, araştırmacı ekonomik, politik, tarihi, kültürel, estetik ve fiziksel bağlamlar da dâhil olmak üzere incelenmekte olan durumun bağlamlarını tanımlamayı amaçladığında önemlidir (Stake, 1995). Gözlemlerin odak noktası yapılan araştırmanın türüne göre değişiklik göstermektedir (Glesne, 2012). Bu çalışmada, gözlem katılımcı olunmayan gözlem şeklinde uygulanmıştır.

Gözlem verilerinin seçiminde erişilebilirlik ve uygunluk kriteri uygulanmıştır. Öncelikle, karmaşık bir yapıya ve sınırları tam olarak bilinmeyen destinasyonun sınırları fiziki bir alan ve bir kavram olarak belirlenmiştir. Bu doğrultuda, araştırmanın amacı bağlamında destinasyon arz unsurları gözlemlenecek unsurlar olarak belirlenmiştir. Destinasyon arz unsurları, Buhalis (2000) tarafından önerilen unsurlar kapsamında belirlenmiştir. Bu bağlamda destinasyonda incelenen gözlem alanları; çekicilikler, erişilebilirlik, imkanlar, etkinlikler ve diğer destek hizmetler şeklindedir. Araştırmacı

tarafından bilgiyi tanımlayıcı ve yansıtıcı notlar biçiminde kaydetmek için gözlem protokolünden yararlanılmıştır (Bkz. EK-2).

Belirlenmiş olan destinasyon arz unsurları bağlamında ve gözlem protokolü aracılığıyla alan araştırması esnasında katılımcı olunmayan bir biçimde gözlemler gerçekleştirilmiştir. Gözlemler gerek görüşmeler yapılırken gerekse görüşmeler sonrasında Kaş bölgesinde turizm faaliyetlerinin yoğun olduğu, turizm yönetiminin, pazarlama ve planlama faaliyetlerinin gerçekleştirildiği bölgelerde yapılmıştır. Gözlem sürecinde ilgili notlar alınarak her bir unsur bağlamında raporlar oluşturulmuştur. Alan araştırması esnasındaki gözlemin gerçekleştiği tarihe ve gözlem sürelerine ilişkin bilgilere Tablo 3.4'te yer verilmiştir.

Tablo 3.4. *Gözlem verilerine ilişkin bilgiler*

Gözlem No	Gözlem Tarihi	Gözlem Süresi
Gözlem Raporu 1	26/08/2019	45 dakika
Gözlem Raporu 2	27/08/2019	90 dakika
Gözlem Raporu 3	28/08/2019	55 dakika
Gözlem Raporu 4	29/08/2019	95 dakika
Gözlem Raporu 5	24/09/2019	60 dakika
Gözlem Raporu 6	25/09/2019	75 dakika
Gözlem Raporu 7	26/09/2019	35 dakika
Gözlem Raporu 8	27/09/2019	45 dakika
Gözlem Raporu 9	28/09/2019	50 dakika
Toplam		**550 dakika**

3.4.4. Araştırmacı günlüğü

Araştırma günlükleri nitel araştırma süresince araştırmacının gözlemlediği veya duyduğu şeyler hakkındaki düşüncelerine ilişkin notlardır. Araştırmacının, araştırma süresince kendi davranışlarını ve hislerinin kaydedildiği bir yerdir. Araştırma günlüğü araştırmanın, araştırmacı ve katılımcılar ile birlikte ne şekilde oluşturulduğu, eylem ve etkileşimlerin sürecin devamını nasıl biçimlendirdiği ve güç dinamiklerinin nerede yattığı hakkında düşünmenin aracıdır. Araştırma günlüğü araştırma boyunca yaşanan zorluklar, endişeler, hayal kırıklıkları, yeni soruların oluşturulduğu ve yeni stratejilerin geliştirildiği bir yerdir (Glesne, 2012). Günlükler, araştırmacının süreç içerisinde araştırmada bulunduğu konumuna ilişkin düşüncelerinin yazıldığı ve araştırmadaki rolünün içerden biri ve dışardan biri olarak ne gibi avantaj ve dezavantaj sağladığı dikkate alınabilir (Dun ve Hay, 2005). Bu

araştırmada araştırmacı araştırma probleminin belirlenmesinden itibaren yaşanan bütün önemli gelişmelerde araştırmacı günlüğü tutmuştur. Günlükler bilgisayarda oluşturulmuştur ve toplamda 50 sayfa sürmüştür. Araştırma günlüklerinden veri toplama aracı olarak yararlanılmıştır (Bkz. EK-3).

3.4.5. Geçerlilik ve güvenilirlik komitesi toplantı tutanakları

Nitel araştırmalarda verilerin, toplanması, kontrol ve durum çalışması sürecinin planlanması ve uygulanması sürecinde inandırıcılığı sağlamak amacıyla uzman kişilerin görüşlerine başvurulmaktadır. Böylelikle, araştırmacı ile geçerlik ve güvenirlik komitesinin bir araya gelmeleri, verilere ilişkin anlayış ve yorumları derinleştirerek araştırmacının vizyonunu genişletebilmekte ve toplantıya katılan diğer insanlar deneyimlerini ve algılarını tartışmalar yoluyla araştırmacıya aktarabilmektedir. Bu toplantılar ayrıca araştırmacılar için olgunlaşmamış düşünce ve yorumlarını test edebilecekleri bir platform olarak işlev göstermektedir. Diğer insanların eleştirilerini dinlemek araştırmacının önyargılı ve imtiyazlı davrandığı hususları fark etmesine olanak sağlamaktadır (Leininger, 1994; Creswell, 1998; Lam ve Hung, 2013). Bu doğrultuda araştırma süresince gerçekleştirilen bütün toplantılar ses kayıt cihazıyla kayıt altına alınmıştır. Sonrasında toplantıda görüşülenler tutanaklar haline getirilip komitenin onayına sunulmuştur (Bkz. EK-4).

3.5. İnandırıcılık (Trustworthiness)

Nitel araştırmalarda tartışılan en önemli hususlardan biri geçerliliktir. Araştırmacılar, sosyal olarak yapılandırılan olguların kesin veya doğru olduğundan emin olmak için bir ölçüt oluşturulmayacağını belirtmektedir. Bazı araştırmacılar ise "inandırıcılık" kavramını kullanarak araştırmacıların çalışmalarının olası ve aktarılabilir olduğunu açıklayan bazı yollar belirlemişlerdir (Glesne, 2012). Bu çalışmada, güvenilirliği sağlamak ve bulguların doğruluğu, üçgenleme ve araştırmacının önyargılarının tanımlanmasına katkıda bulunmak için birçok stratejiden yararlanılmıştır.

İlk olarak, araştırmacının önyargılarının tanımlanması ile ilgili olarak, araştırmacılar için araştırmanın başlangıcında kişisel varsayımlarını, dünya görüşlerini ve teorik yönelimlerini açıklamanın önemi belirtilmektedir. Bu çalışma için, önyargı tanımlama konusu, araştırmacının çalışmadaki konumunu ve yeterli mesafeyi elde etme çabalarının özetlendiği bu bölümde, araştırmacının rolü ve araştırmacı olarak önyargıları ve değerleri

hakkında farkındalık kazanmak amacıyla açıklamanın dâhil edilmesi ile ele alınmıştır (Stake, 1995; Creswell, 1998; Yıldırım ve Şimşek, 2016).

Üçgenleme, bir olgunun incelenmesinde farklı veri toplama yöntemlerinin uygulanmasını içeren stratejidir (Stake, 1995; Creswell, 1998). Bu duruma uygun olarak çalışmada görüşme, gözlem ve doküman olmak üzere çoklu veri toplama yöntemleri kullanılmıştır. Verilerin çeşitlendirilmesi çalışmanın güvenilirliğine ve özellikle de bulgu ve yorumlarına katkıda bulunmayı sağlamaktadır. Bunun yanında, farklı veri toplamak bazı durumlarda verilerin yanlış yorumlanma olasılığını azaltmayı sağlar ve incelenen olgunun unsurlarını derinlemesine ve daha iyi anlamamıza yön verir (Yin, 2014).

Alanda uzun süreli gözlem ve etkileşim verilen inandırıcılığının sağlanmasında öne çıkan bir diğer unsurdur. Bu kapsamda, araştırmada Kaş bölgesinde görüşmeler süresince bölgede konaklama yapılarak gözlem gerçekleştirilmiştir. Bunun yanında gözlem süreci turizm sezonunun yoğun ve düşük olduğu dönemlerde gerçekleştirilerek, dönemler arasındaki benzer ve farklı yönler ortaya konulmuştur (Yıldırım ve Şimşek, 2016).

Araştırma konusunun belirlenmesiyle birlikte belirlenmiş olan sorular temelinde oluşturulan görüşme soruları için uzman görüşleri ve meslektaş değerlendirilmesine başvurulmuştur. Bu doğrultuda, alan uzmanları ve alan dışından olan kişilerin görüşlerine başvurulmuştur. Araştırma konusu belirlendikten ve problem tanımlandıktan sonra var olan varsayımı geliştirmek için karşıt durumların ve varsayımımızı desteklemeyen kanıtlar aranarak karşıt durum analizi gerçekleştirilmiştir. Bunun için destinasyon yaşam döngüsü, turizm gelişimi, canlandırma ve Kaş ile ilgili araştırmalar yapılarak varsayımımızın uygunluğu sınanmıştır (Creswell, 1998).

Araştırmanın yazımında zengin ve ayrıntılı betimleme yaklaşımı benimsenmiştir. Bununla birlikte, araştırmanın gerçekleştirilmesi sürecinde alan notları, araştırmacı günlüğü ve kod şeması dışarıdan bir denetimle araştırma süreci desteklenmiştir. Bu kapsamda, tez komitesi tarafından düzenli bir şekilde araştırmanın her aşaması denetlenmiştir. Resmi ve gayri resmi bütün toplantılarda alınan önemli kararlar için toplantı tutanağı oluşturulmuştur (Decrop, 2004).

Araştırmada katılımcıların ve olguların doğru temsil edildiğinden emin olmak için görüşme dökümlerinin ve araştırmanın taslak raporunun katılımcılarla paylaşılabileceği

görüşmeler süresince belirtilmiştir. Katılımcılardan altı kişi araştırma taslak raporunu inceleyebileceklerini belirtmiştir ve rapor onlarla paylaşılarak onayları alınmıştır (Creswell, 1998; Merriam, 2002).

Güvenilirlik söz konusu olduğunda, genelleme, nitel durum çalışması araştırmasının temel bir bileşeni değildir. Durum çalışmaları, birçok durumun genel unsurlarından ziyade tek bir olgunun belirli unsurlarını anlamaya odaklanmaktadır. Durum çalışmaları, bağlamdaki belirli bir durumun benzersizliğine odaklanmaktadır ve durum çalışması araştırmasında esas nokta, durumun kendisini anlamaktır. Dolayısıyla, durum çalışmalarında genellenebilirlik yerine nitel araştırmanın odak noktası olan bulgularının *transfer edilebilirliği* üzerinde durulmaktadır (Curtin ve Fossey, 2007). *Transfer edilebilirlik* çeşitli bağlamlar arasındaki benzerlik veya uyumluluk derecesi olarak nitelendirilmektedir. Böylece, bireyler bulgularını başka bir duruma aktararak ve sonra uygun çıkarımlar yaparak tek bir durum çalışmasından öğrenebilirler (Stake, 1995). Bu çalışmada incelenen durum olan Kaş bölgesi özelinde elde edilen sonuçlar, benzer özelliklere sahip olan destinasyonlarda da uygulanabilecektir. Böylelikle, transfer edilebilirlik ile durumlar arasında benzerliklerin bulunması mümkün olabilecektir.

3.6. Geçerlilik ve Güvenilirlik Komitesi Üyeleri

Yorumlamacı bir geleneğe sahip olan ve öznelliğin etkin olduğu nitel araştırmada geçerlilik ve güvenilirliğin sağlanabilmesinde çeşitli stratejilerden yararlanılmaktadır. Nitel araştırmalarda inandırıcılığı sağlamanın yollarından biri de uzman kontrolüdür (Creswell, 1998). Bu bağlamda, çalışmada araştırmacı araştırma sürecinin her aşamasında geçerlik ve güvenirlik komitesi üyeleri ile iş birliği içinde hareket etmiştir. Bu kapsamda, tez izleme komitesi üyeleri olan Doç. Dr. Emre Ozan Aksöz, Prof. Dr. Işıl Kabakçı Yurdakul ve Doç. Dr. Çağıl Hale Özel aynı zamanda geçerlilik ve güvenilirlik komitesi üyeleridir. Doktora tezinin danışmanı olan Doç. Dr. Emre Ozan Aksöz Anadolu Üniversitesi Turizm Fakültesi Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalında 19 yıldır görev yapmaktadır ve destinasyon alanında yürüttüğü dersleri ve çalışmaları bulunmaktadır. Geçerlilik ve güvenilirlik komitesinin bir diğer üyesi olan Prof. Dr. Işıl Kabakçı Yurdakul Anadolu Üniversitesi Eğitim Fakültesi Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Programı'nda öğretim üyesi olarak görev yapmaktadır. Prof. Dr. Işıl Kabakçı Yurdakul Anadolu Üniversitesi'nde uzun yıllardır nitel

araştırma yöntemleri ve nitel veri analizi derslerini vermektedir. Bu bağlamda, nitel araştırma konusunda uzman bir öğretim üyesi olarak araştırma konusunun belirlenmesiyle birlikte sürecin planlanması, yürütülmesi ve raporlaştırılması sürecinde araştırmaya destek sağlamıştır. Geçerlilik ve güvenilirlik komitesi üyelerinden Doç. Dr. Çağıl Hale Özel Anadolu Üniversitesi Turizm Fakültesi Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı'nda yaklaşık 20 yıldır görev yapmaktadır. Doç. Dr. Çağıl Hale Özel'in turizm, pazarlama, rekreasyon ve destinasyon alanında çeşitli çalışmaları bulunmaktadır.

Birgül Aydın, nitel araştırma sürecinin planlanması, veri toplama, verilerin analizi ve raporlaştırılması bağlamında bilgi elde etmek için doktora eğitimi esnasında ARY614 Nitel Araştırma Yöntemleri dersini almıştır. Ayrıca, ARY619 Nitel Veri Analizi dersinde misafir öğrenci olarak aktif bir şekilde derse devam etmiştir. Bu bağlamda, araştırmacı nitel bir araştırma öncesinde ve sonrasında sürecin yürütülmesinde bilgisini artırmak için çalışmalarına devam etmektedir.

Geçerlilik ve güvenilirlik komitesi üyeleriyle araştırma probleminin belirlenmesi, problemin tanımlanması, verilerin toplanması, durum çalışmasının uygulanması, bulguların değerlendirilmesi ve raporlaştırılması sürecinde fikir alışverişi yapmak için ve sürecin kontrolü açısından belirli aralıklarla toplantılar gerçekleştirilmiştir. Bu toplantılar doktora tezi hazırlama sürecinde altı ayda bir yapılmasını şart koştuğu Tez İzleme Komitesi toplantıları olarak da gerçekleştirilmiştir. Toplantılara ilişkin bilgilere Tablo 3.5'te yer verilmiştir.

Tablo 3.5. *Geçerlik ve güvenirlik komitesi ile gerçekleştirilen toplantılara ilişkin bilgiler*

Toplantı No	Tarih	Yer	Saat	Toplantı Gündemi
1	13/11/2018	Turizm Fakültesi/ Toplantı Odası	14:00-16:00	o Çalışmanın odak alanının ve problem durumunun değerlendirilmesi o Toplantı aralıklarının belirlenmesi o Durum çalışması aşamalarının planlanması
2	18/02/2019	Turizm Fakültesi/Toplantı Odası	15:30-16:30	o Tez ve proje için gerekli sözlü ve yazılı izinlerinin çerçevesinin belirlenerek yetkili kişilerden bu izinlerin alınmasının görüşülmesi

Tablo 3.5. *Geçerlik ve güvenirlik komitesi ile gerçekleştirilen toplantılara ilişkin bilgiler (Devam)*

				o Yapılan ve yapılacak olan toplantıların tutanaklarının görüşülmesi. o Görüşme sorularının içeriğinin belirlenmesi o Pilot çalışma için atılacak adımların belirlenmesi
3	18/06/2019	Turizm Fakültesi/ Toplantı Odası	14:00-15:30	o Tez'in pilot çalışmasına ilişkin olarak elde edilen sonuçların görüşülmesi. o Asıl alan araştırması için adımların belirlenmesi
4	15/01/2020	Turizm Fakültesi/ Seminer Odası	10:00-11:45	o Tezin yöntem bölümüne ilişkin yazılanların görüşülmesi o Tezin alan araştırması sonucunda elde edilen bilgilerin görüşülmesi o Verilerin analizi sürecinde atılacak adımların belirlenmesi
5	29/05/2020	Zoom Üzerinden Online Görüşme	11:30-13:00	o Araştırma verilerinin analizine ilişkin yazılanların görüşülmesi o Bulguların birinci bölümüne ilişkin yazılanların görüşülmesi o Analiz sonucunda elde edilen temaların görüşülmesi o Sonuç bölümüne ilişkin atılacak adımların belirlenmesi

3.7. Araştırma Etiği

Bu nitel durum çalışması araştırmasında etik hususlara önem verilmiştir. Araştırmada görüşme ve gözlem gibi üçüncü kişilerin etkilenebileceği durumlardan dolayı etik kurulu onayına başvurulmuştur. Bu kapsamda, öncelikle Kasım 2018'de Anadolu Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'na etik kurulu raporu için başvuru gerçekleştirilmiştir. Aralık 2018'de ise etik kurulu tarafından nihai onay verilmiştir (Bkz. EK-5). Araştırmada yararlanılan veri toplama araçları olan görüşme, gözlem ve dokümanlar herkese açık ve hiçbir engel olmadan elde edilmiştir. Dolayısıyla, veri toplama araçları derlenirken etik kaygı duyulmadan veriler derlenmiştir. Gözlemler, gizlilik durumunun yaşanmadığı ve gizliliğin olmadığı alanlarda gerçekleştirilmiştir. Veri toplama süreci araştırmacının müdahil olmadığı bir şekilde gerçekleştirilmiştir ve araştırma katılımcılarının kişisel bilgilerine yönelik özel bilgilere yer verilmemiştir. Görüşmeler, tamamen gönüllülük esasına dayalı olarak gerçekleştirilmiştir. Bunun için katılımcılara araştırmanın amacını, katılımlarının ayrıntılarının açıklandığı ve onlara herhangi bir durumda olumsuz sonuçlara

yol açmadan çalışmadan ayrılma özgürlüğü veren gönüllü katılım formu hazırlanmıştır (Bkz. EK- 6). Görüşme öncesinde bu form okutularak ve katılımcıların onayı alınarak görüşmeler kaydedilmiştir. Bunun yanında, katılımcılara bilgilerin doğruluğu için görüşme not dökümlerini inceleme ve araştırma bulgularını inceleme seçeneği sunulmuştur. Bununla birlikte, araştırma boyunca gizlilik büyük önem taşımaktaydı ve çalışma boyunca katılımcıların paylaştığı bilgilerin gizliliğinin sağlanmasına özen gösterilmiştir.

3.8. Araştırmacının Rolü

Nitel araştırmanın ve özellikle durum çalışması araştırmasının kilit bileşeni, araştırmacının çalışmadaki önemli rolüdür (Stake, 1995). Araştırmacı, veri toplamak ve analiz etmek için birincil araç olarak görev üstlenmektedir. Nitel araştırmanın en belirgin temel özelliği yorumlamaya dayanmasıdır. Dolayısıyla, araştırmacı sürece aktif bir şekilde dâhil olarak çalışmada yorumlayıcı bir rol oynamaktadır. Nitel araştırmacı, araştırma sürecinin doğal bir parçası haline gelmektedir ve genellikle veri toplama aracı işlevi görmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2016).

Araştırmacının, kendi kişisel görüşleri, önyargıları, değerleri ve geçmişi bağlamında çalışma konusunu, araştırma sorularını, verilerin toplanmasını, verilerin analizini ve çalışmanın yazımını etkilemektedir. Nitel araştırmanın bu yönü yanlı olduğu kaygısını gündeme getirmektedir. Ancak, hiçbir araştırmada nesnelliği tamamen yakalamak mümkün değildir (Patton, 1990). Dolayısıyla, nitel araştırmalardaki öznellik durumunun olumsuz olmadığı ve araştırmacının rolünün sorumluluğu kabul edilerek, veri toplamanın ve bulguları açık bir şekilde ortaya koymanın önemli ve gerekli olduğu savunulmaktadır. Nitel bir araştırma tasarımının kullanılması, zorunlu olarak araştırmacının, araştırmadaki rolünün kamuoyuna kabulünü içermektedir (Stake, 1995; Glesne, 2012; Yıldırım ve Şimşek, 2016).

Bu çalışmada araştırmacının konumu "dışardan" (outsider) olarak belirlenmiştir. Araştırmacı, Kaş bölgesinin bir sakini değildir ve bölgede turizminin ortaya çıkışı, gelişimi, yönetimi, canlandırılması veya tanıtımına ilişkin yaşanan bütün gelişmelere herhangi bir katılım göstermemiştir. Yine de araştırma alanı ve incelenen durum hakkında yaptığı okumalar ve incelemeler neticesinde bölge ile ilgili genel bir bilgisi bulunmaktadır. Araştırmacı, Kaş bölgesinin turizmini incelemek için araştırmaya başlamadan önce Kaş bölgesini ziyaret ederek bir ön çalışma gerçekleştirmiştir. Bu kapsamda, ön araştırma çalışma

konusunun seçimi, araştırma yönteminin araştırmanın amacına uygunluğu, özellikle mevcut konulardaki kişisel ilgisi, bilgisi ve istekli olup olmadığı temelinde yapılmıştır. Sonuç olarak, Kaş'ta ziyaretçi olarak yaşadığı deneyiminin yanı sıra turizmine ilişkin genel bir bilgiye ulaşmıştır.

Araştırmada *dışardan* olmanın bazı avantajları bulunmaktadır. Dışardan olmanın avantajları, içeriden konulara derinlemesine araştırma yapmak için sorular sorarak, dışarıdan bakış açısı nedeniyle değerli bilgiler elde ederek ve içeriden gelebilecek verilerin özelliklerini fark ederek, içerden araştırmacıların yapamayacağı gözlemler yapabilir ve sonuçlar çıkarabilir (Hellawell, 2006; Tang, 2007). Araştırmada dışardan olmanın avantajlarının yanında dezavantajları da bulunmaktadır. Dışardan araştırmacılar, genellikle araştırma alanlarıyla daha az yakından ilgilenirler (Dickson ve Green, 2001; Bridges, 2001). Dışardan araştırmacılar içerden araştırmacılar gibi incelediği grubun kültürünün; grup ve üyeleri ile doğal bir şekilde etkileşim kurma yeteneğine sahip olmadığı için önceden kurulmuş grupla ilişkisel yakınlık kuramazlar (Bonner ve Tolhurst, 2002).

Araştırmacı konudan ve verilerden yeterli mesafeyi elde etmek ve araştırmacı olarak önyargıları ve değerleri hakkında farkındalık kazanmak için çaba sarf etmiştir. Bunun yanında, araştırmanın kendisi ve yöntemleri hakkında çeşitli bilgileri kaydederek araştırmaya yansımasına yardımcı olmak için, gözlemsel, eleştirel, yansıtmalı, metodolojik ve teorik bağlamda araştırma günlükleri ve alan notları (Bkz. EK-7) tutulmuştur. Bununla birlikte, araştırmacı, durum çalışması süreci boyunca, duyarlılık göstererek algılananların temel niteliklerini aşılamaya çalışmıştır. Ayrıca, araştırmanın ortamına ve bağlamlarına, katılımcılara ve toplanan bilgilere duyarlı bir şekilde araştırma süreci boyunca meraklı, dinleyerek, gözlemleyerek ve katılımcılarla empati kurarak araştırmayı gerçekleştirmiştir.

3.9. Verilerin Analizi

Veri analizi, araştırmacının veriyi anlamlandırmak için üzerinde durduğu süreç olarak tanımlanmaktadır. Nitel bir durum çalışması tasarımında veri analizi, belirli bir başlangıç veya bitiş olmaksızın, araştırma başlangıcından itibaren devam eden bir süreç olarak kabul edilmektedir. Ek olarak, bir durum çalışmasında analiz edilebilecek verilerden her zaman daha fazla veri toplanmaktadır (Stake, 1995). Stake'in (1995) belirttiği gibi, "Tam kapsamı sağlama ve tüm verilere eşit düzeyde dikkat etmek mümkün değildir. Durum ve kilit konulara

odaklanması gerekmektedir". Bu nedenle araştırmacı, çalışma bağlamında en iyi ve en alakalı verileri tanımlama ve gerisini bir kenara koyma görevine sahiptir.

Bu araştırmada, verilerin analizi tümevarımsal analiz yaklaşımı ile gerçekleştirilmiştir (Creswell, 2014). Tümevarımsal analiz, veri türündeki örüntüler, temalar ve kategoriler ortaya çıkarılarak gerçekleştirilmektedir. Bu çalışmada, gözlem, görüşme, alan notları, araştırmacı günlüğü, dokümanlar gibi çoklu veri toplama tekniklerinden yararlanılarak bir çerçeveye ulaşılması amaçlandığı için tümevarımsal yaklaşım tercih edilmiştir. Bu kapsamda, verilerin analizi araştırmanın amacına bağlı olarak iki aşamada gerçekleştirilmiştir. Öncelikle, Kaş'ın turizm gelişim süreci, turizmin mevcut durumu ve paydaşların rollerini ortaya koymak amacıyla; turizm gelişimini etkileyen içsel ve dışsal unsurların etkisi, katılımcıların ifadelerinden alıntılar yapılarak durum tespiti yapılmıştır. Sonrasında ise yeniden canlandırma stratejilerinin belirlenmesi amacıyla Nvivo 12 nitel veri analizi programı üzerinden analizler gerçekleştirilmiştir.

Verilerin analizi öncesinde katılımcılar ile gerçekleştirilen görüşmelerin kayıtları araştırmacı tarafından yazıya aktarılmıştır. Görüşme kayıtlarının yazıya aktarımı 17 Ocak-29 Şubat 2020 döneminde tamamlanmıştır. Daha sonrasında görüşme ve gözlem verilerinin dökümlerinin doğruluğunu sağlamak amacıyla uzman görüşüne başvurulmuştur. Araştırmacı tarafından iki doktora öğrencisinden destek istenmiştir. Bu kapsamda, 43 görüşmeden rastgele seçilmiş üç tanesi bir kişiye ve Kaş'a ilişkin değerlendirmelerin yer aldığı gözlem notları ve dokuz gözlemden Gözlem 3 ve Gözlem 9 verileri diğer kişiye verilmiştir. Bu kişilerden ses kayıtları ve araştırmacı tarafından yazıya aktarılan dökümler karşılaştırılarak yazıya aktarılan verilerde eksiklik veya yanlışlık yapılıp yapılmadığını kontrol etmeleri istenmiştir. Uzmanlar bu süreci ortalama iki haftada tamamlamıştır. Uzmanlar tarafından yapılan değerlendirme sonucunda verilerin araştırmacı tarafından birebir ve eksiksiz aktardığı belirlenmiştir. Veriler doğrulandıktan sonra görüşmeler, gözlem raporları, alan notları ve araştırmacı günlükleri Nvivo 12 nitel veri analizi programına aktarılmıştır.

Verilerin analize hazır hale getirilmesiyle birlikte baştan tekrarlı okumalar gerçekleştirilmiştir. Durum çalışmasının temel özelliklerine ve güçlü yönlerine sadık kalan bu araştırmada veri analizi sürecinin bir parçası olarak görüşmeler, gözlem, dokümanlar, alan notları ve araştırmacı günlüğünden oluşan birden fazla veri kaynağından yararlanılmıştır

(Stake, 1995). Yapılan okumalarla birlikte olası kodlamalar için notlar alınmıştır. Bu süreçte, araştırma problemini oluşturan sorular bağlamında genel anlamlar çıkarılmıştır. Sonrasında ise araştırma soruları bağlamında gruplandırılmalar gerçekleştirilmiştir. Sonraki süreçte veriler yeniden incelenerek kodlamalar yapılmıştır. Kodlama işlemi tamamlandığında benzer kodlar bir araya getirilerek ilişkili olmayan kodlar çıkartılmıştır. Bağlantılı olmayan kodlar çıkartılınca elde edilen kodlar örüntüyü temsil eden temalar altında birleştirilmiştir. Temalar arasındaki ilişkiler incelenerek ana temalara ulaşılmıştır. Ulaşılan kod ve temalar öncelikle tez danışmanı ile incelenmiştir. Sonraki süreçte geçerlilik ve güvenilirlik komitesi tarafından da incelemeler yapılmıştır. Analiz süreci araştırmanın raporlaştırılması sürecine kadar devam etmiştir. Bu kapsamda temaların isimlerinde, sayısında ve içeriklerinde çeşitli değişiklikler yapılmıştır (Bkz. EK-8).

Araştırma bulgularının raporlaştırılması süreci iki aşamada tamamlanmıştır. Öncelikle, araştırmanın problemini oluşturan ilk beş araştırma sorusuna ilişkin bulgulara yer verilmiştir. Bulguların açıklanmasında tarihsel bağlamda belirli periyodik dönemler doğrultusunda Kaş'ın turizm gelişim sürecine içsel ve dışsal unsurların etkileri bağlamında yer verilmiştir. Bu bağlamda, anlatılan durumu destekleyen katılımcı ifadelerinden alıntılar yapılmıştır. Bunun yanında, alan notları, gözlem raporları, araştırmacı günlüğünden yararlanılarak parantez içinde adı, tarih ve süresine ilişkin bilgilere yer verilmiştir.

Sonraki süreçte ise araştırmanın son sorusu olan yeniden canlandırma stratejilerine ilişkin bulgularda aynı işlem uygulanmıştır. Bu kapsamda, katılımcı ifadelerinden alıntıların yanında alan notları, gözlem raporları, araştırmacı günlüğünden yararlanılarak parantez içinde adı, tarih ve süresine ilişkin bilgilere yer verilmiştir. Katılımcı ifadeleri, noktalama ve imla hatalarını düzeltme dışında herhangi bir değişiklik yapılmadan verilmiştir. Ancak, katılımcı ifadelerinde yapılan yorumların bulguyla birebir ilişkisi olmayan bölümleri çıkarılarak gereksiz uzunluktan kaçınılmıştır. İfadelerden çıkarılan bölümlerin yerine parantez içinde üç nokta kullanılmıştır.

4. BULGULAR

Araştırmanın bu bölümünde verilerin analizi sonucunda elde edilen bulgulara yer verilmiştir. Bulgular, araştırmanın problemi doğrultusunda belirlenmiş olan sorular bağlamında açıklanmıştır. Bu kapsamda, Kaş'ın turizm gelişim süreci, turizm gelişimini etkileyen içsel ve dışsal unsurların etkileri, turizmin gelişiminde uygulanan stratejiler, paydaşların turizm gelişimi ve yeniden canlandırma sürecindeki rolleri ve turizmin yeniden canlandırılmasında uygulanan stratejilere ilişkin bulgulara yer verilmiştir. Bu doğrultuda bulguların ilk bölümünde aşağıdaki dört temel araştırma sorusuna yanıt aranmıştır:

- Bölgede turizmin keşfinden itibaren gelişim süreci ne şekilde gerçekleşmiştir?
- Bölgede turizm gelişimini etkileyen içsel unsurların (taşıma kapasitesinin aşılması, erişilebilirlik, imaj, planlama eksikliği, yerel yönetimler, güvenlik ve doğal afetler) etkileri nelerdir?
- Bölgede turizm gelişimini etkileyen dışsal unsurların (salgın hastalıklar, siyasi anlaşmazlıklar, küresel ekonomik krizler, döviz kurlarındaki artış, doğal felaketler) etkileri nelerdir?
- Bölge turizminin gelişiminde uygulanan stratejiler nelerdir?

Yukarıdaki araştırma sorularına Kaş'ın turizm gelişim süreci bağlamında yanıt aranmıştır. Araştırma bulgularının ikinci ve üçüncü bölümünde ise aşağıdaki araştırma sorularına ilişkin bulgulara yer verilmiştir:

- Bölge turizminin gelişiminde ve yeniden canlandırma sürecinde paydaşların rolleri nelerdir?
- Bölge turizminin yeniden canlandırılmasında uygulanan stratejiler nelerdir?

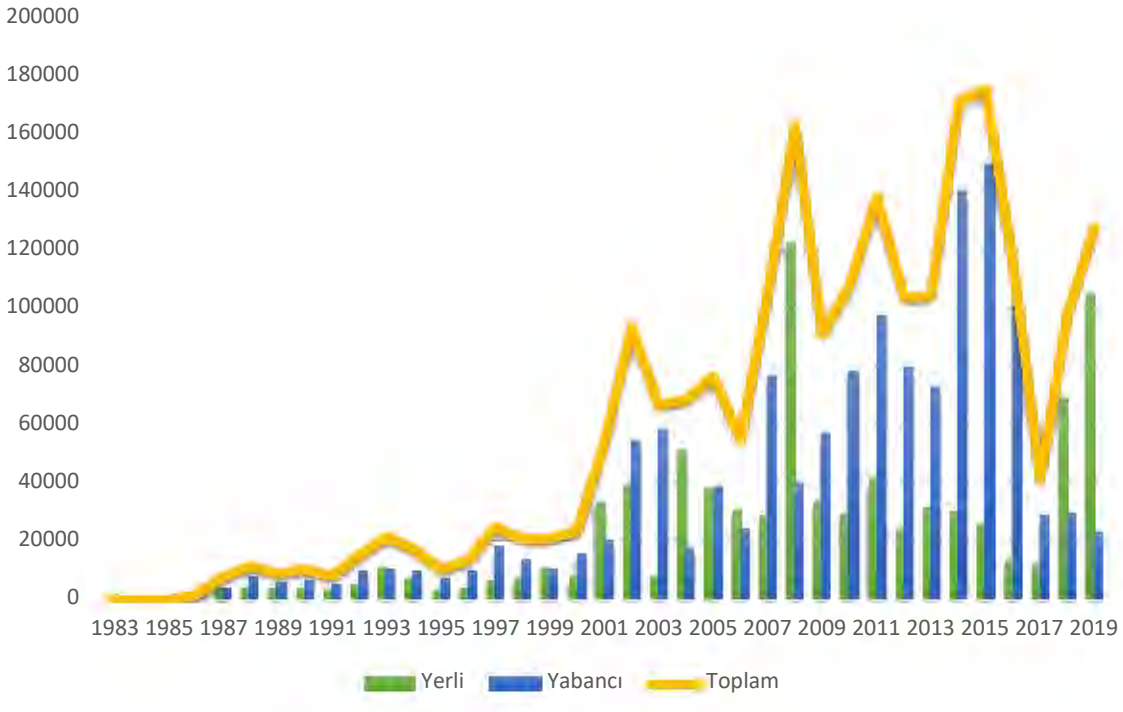
4.1. Kaş'ta Turizmin Keşfinden İtibaren Gelişim Sürecine İlişkin Bulgular

Turizm gelişimi, turizm gelişiminde etkili olan ekonomik döngüler, sosyo-politik bağlamlar ve yerel tepkileri oluşturan kamu ve özel faaliyetler gibi küresel turizm ortamıyla ilgili faktörlerin analizi, Kaş bölgesindeki gelen turist sayısı ve geceleme oranlarında yaşanan değişimler gelişimin üç aşamasını tanımlamaktadır (Bkz. Şekil 4.1 ve 4.2). Bu kapsamda, Kaş'ın turizm gelişimini açıklayan aşamalar Türkiye'de ve dünyada yaşanan gelişmeler

doğrultusunda belirlenmiştir ve turizm gelişim süreci üç aşama kapsamında açıklanmıştır. Bu aşamalar aşağıdaki gibidir:

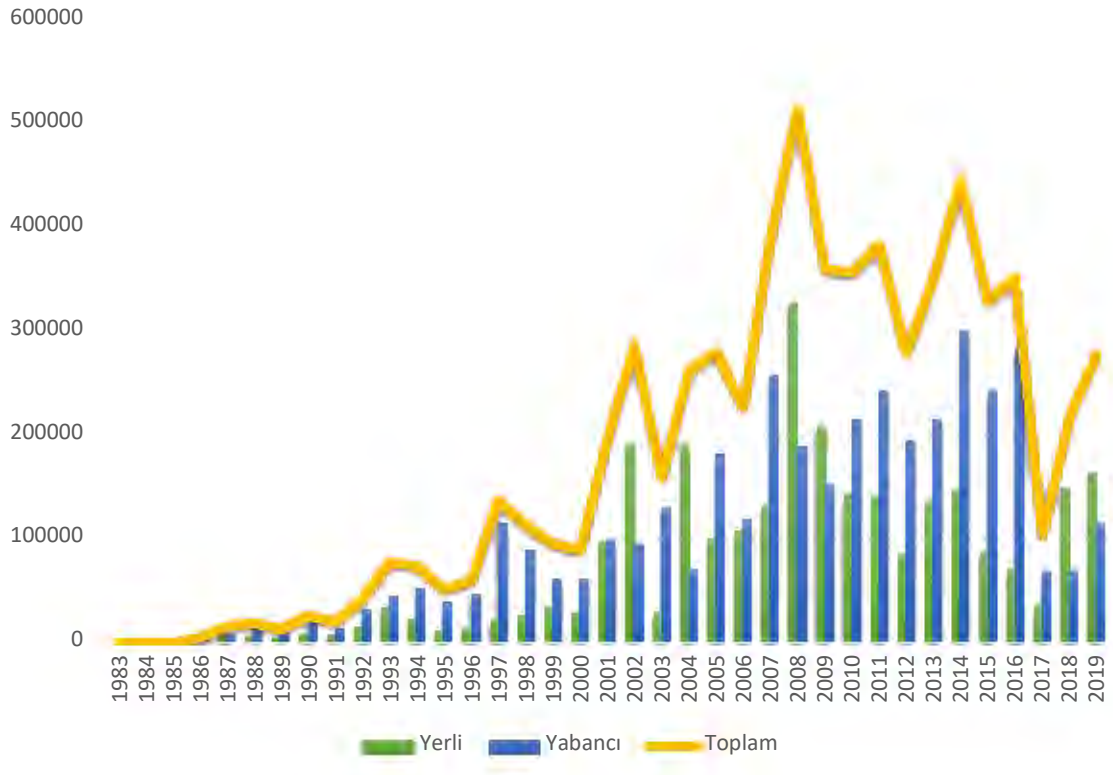
- Turizmin bölgede keşfi (1983-1995)
- Kaş'ta turizmin gelişimi (1996-2008)
- Kaş turizminde yaşanan değişimler ve dönüşümler (2009-2019)

Kaş, Antalya'da her şey dahil sistemin sunulmadığı, butik turizm özelliklerine sahip olan ve oda- kahvaltı şeklinde hizmet veren küçük işletmelerin yer aldığı bir turizm destinasyonudur. Kaş'a ilişkin turizm istatistikleri (gelen turist sayısı ve geceleme oranları) değerlendirildiğinde turizmin yıllar içinde gelişim gösterdiği ve turist varışlarında artışın yaşandığı görülmektedir. Bununla birlikte, turizmde belirli dönemlerde dalgalanmalar yaşandığı ve turist profilinde değişimlerin yaşandığı gözlemlenmektedir. Şekil 4.1 ve 4.2 'de Kaş'ın gelişim sürecine ilişkin gelen turist sayısı ve geceleme oranları yer almaktadır. Bu bağlamda, turizmin bölgede başlangıcından itibaren yerli turist, yabancı turist ve genel toplam bağlamında istatistiki bilgilere yer verilmiştir. Böylelikle, turizm gelişimi üzerinde rolü bulunan gelişmelerin etkilerinin açıklanması amaçlanmaktadır.



Şekil 4.1. *Kaş'a gelen turist sayısı ve yıllar içindeki değişimi (https://yigm.ktb.gov.tr/TR-9851/turizm-istatistikleri.html)*

Kaş'a gelen turist sayısına ilişkin olarak Şekil 4.1 incelendiğinde turistlerin 1983 yılından itibaren Kaş'ı tercih ettiği görülmektedir. 1983-1990 arası dönemde turist sayısındaki artış hızı yavaş bir şekildedir. Ancak, gelen turist sayısı oranları değerlendirildiğinde 1990'lı yıllardan itibaren turist sayısında artışın yaşandığı gözlemlenmektedir. Bölgede turizmin başlangıcından itibaren yabancı turist oranının yerli turiste göre daha yüksek olduğu görülmektedir. 2001, 2004, 2008 ve 2019 yıllarında yerli turist oranı yabancı turiste göre daha yüksektir. Belirli dönemlerde yerli ve yabancı turist oranında dalgalanmalar olduğu görülse de 2008 yılında kadar yabancı turist sayısı daha yüksek bir şekildedir. 2008 yılında yerli turist sayısı yabancı turist sayısından yüksektir. 2008-2016 yılları arasında yabancı turist sayısı önemli ölçüde arttığı ve yerli turist sayısının ise düşüşte olduğu görülmektedir. Kaş'a gelen toplam turist sayısının en yüksek olduğu yıllar ise 2008, 2014 ve 2016 yıllarıdır. 2017 yılında yabancı turist sayısında önemli oranda düşüş olduğu; 2017'den 2019 yılına kadar ise yerli turist sayısında önemli artışın yaşandığı görülmektedir.



Şekil 4.2. *Kaş'a gelen turistlerin geceleme oranları ve yıllar içindeki değişimi (https://yigm.ktb.gov.tr/TR-9851/turizm-istatistikleri.html)*

Şekil 4.2 incelendiğinde 1983-1991 yılları arasındaki dönemde geceleme oranı artış hızının düşük olduğu görülmektedir. 1992 yılından itibaren ise geceleme oranında artışın yaşandığı görülmektedir. Yerli ve yabancı turist açısından değerlendirildiğinde 2000 yılına kadar yabancı turistlerin geceleme oranları daha yüksektir. 2000-2003 yılları arasında ise yerli turistlerin geceleme oranları daha yüksektir. 2003-2004 arası yabancı turistlerin geceleme oranlarında artış yaşansa da 2004-2005 yıllarında yerli turistlerin geceleme oranlarında artış; 2005-2007 yılları arasında yerli turistlerin geceleme oranlarında düşüş bulunmaktadır. 2006-2007 arası dönemde ise yabancı turistlerin geceleme oranlarında artışın olduğu görülmektedir. 2007-2009 yıllarında yerli turistlerin geceleme oranında artış; yabancı turistlerin geceleme oranlarında ise düşüş bulunmaktadır. Geceleme oranının en yüksek olduğu yılın ise 2008 olduğu görülmektedir. 2009-2017 yılları arasında yabancı turistlerin geceleme oranlarında önemli artışın yaşandığı; yerli turistlerde ise düşüş bulunmaktadır. 2017-2019 arasında ise yabancı turistlerin geceleme oranlarında önemli bir düşüş; yerli turistlerin geceleme oranlarında artış bulunmaktadır.

Genel olarak değerlendirildiğinde, turizmde yaşanan dalgalanmalarda çeşitli içsel ve dışsal unsurlar rol oynamaktadır. Dolayısıyla, dünyada ve Türkiye'de yaşanan ekonomik, politik, sosyal ve çevresel gelişmeler Kaş'a gelen turist sayısında ve geceleme oranlarında değişimlere yol açmıştır. Bu bağlamda, bölgede turizmin keşfedilmesiyle birlikte yaşanan gelişmelere, içsel ve dışsal unsurların etkilerine periyodik dönemler kapsamında aşağıda detaylı bir şekilde yer verilmiştir.

Turizmin bölgede keşfi (1983-1995): Türkiye'de turizmin gelişimi incelendiğinde; Türkiye Cumhuriyeti'nin 1923 yılından kurulmasından itibaren turizm ayrı bir bakanlık haline gelmeden önce devlet kurumlarına dâhil edilmiştir. Bu dönemde turizmle ilgili uygulamalar sınırlı bir şekildedir. 1929 yılında dünyada yaşanan ekonomik buhran ve 1939 yılında başlayıp altı yıl süren İkinci Dünya Savaşı genel anlamda turizm faaliyetlerini olumsuz biçimde etkilemiştir. Türkiye'de ise 1934 yılında Ekonomi Bakanlığı'nın bir parçası olarak turizm ofisi kurulmuştur. 1950'li yıllardan itibaren imar faaliyetleri, altyapı ve üstyapı yatırımlarının artmasıyla birlikte turizm sektöründe gelişmeler yaşanmıştır. Türkiye turizminde esas gelişim planlı dönemde gerçekleşmiştir. 1960'lı yıllardan itibaren turizm kalkınma planlarına dâhil edilerek 1963 yılında Turizm Bakanlığı kurulmuştur. Turizmin

kalkınma planlarına dâhil edilme çabalarıyla beraber beş yıllık kalkınma planları uygulanmaya başlanmıştır ve ülkede turizm faaliyetleri yoğunluk kazanmıştır (Duman ve Kozak, 2010; Dinçer ve Çetin, 2015). 1963 yılında Türkiye'de Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1963-1967) devreye girmiştir. Bunun yanında, 1968 yılında Çekoslovakya'nın işgali sonucunda komünizm hareketinin sona ermesiyle birlikte serbest ekonomiye geçiş dönemi başlamıştır. Böylelikle, dünya genelinde turizm hareketleri yoğunluk kazanmaya başlamıştır. Bu dönemde, Türkiye'de turizmde ikinci kalkınma planı oluşturulmuştur (1968-1972). Ancak, 1968 yılında yaşanan ABD 6. Filo gösterileri ve akabinde yaşanan siyasi gelişmeler, 12 Mart 1971'de yaşanan Askeri Darbe ve Kızıldere olayı ekonomik ve sosyal yaşam üzerinde etkiler yaratmıştır. Yaşanan siyasi ve yönetimsel krizler istikrarsızlığa yol açarak turizm yatırımlarını olumsuz bir biçimde etkilemiştir. 1972 yılında Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği'nin (TURSAB) kurulmasıyla birlikte seyahat acentacılığı anlamında profesyonel anlamda ilk girişim gerçekleştirilmiştir. Üçüncü Beş Yıllık Plan (1973-1977) bu dönemde yürürlüğe girmiştir. 1973 yılında Arap-İsrail savaşında yaşanan petrol krizi ekonominin olumsuz etkilenmesine yol açmıştır. 1974 yılında Kıbrıs Barış Harekâtı ve ekonomik krizin ortaya çıkması nedeniyle turizm talebinde düşüş yaşanmıştır. 1977 yılındaki 1 Mayıs, siyasi olaylar ve ekonomik krizin devam etmesi nedeniyle 1979 yılına kadar turizm talebinde daralma devam etmiştir. 1960'lar ve 1970'ler siyasi açıdan dünyada ve Türkiye'de karışıklık dönemleri olduğu için bu dönemlerde planlama faaliyetleri üzerinde durulmuştur. Bu dönemde dördüncü Beş Yıllık Plan (1979-1983) devreye girmiştir. Genel olarak değerlendirildiğinde 1970'li yıllarda Türkiye'de ekonomik ve sosyal açıdan yaşanan olaylar nedeniyle turizmde büyük bir gelişim yaşanmamıştır ve turizm daha çok planlama aşamasında kalmıştır (Duman ve Tosun, 2010, s. 5).

Kaş ile ilgili turizm istatistikleri incelendiğinde turizmin resmi olarak 1983 yılından itibaren başladığı görülmektedir (Bkz. Şekil 4.1 ve 4.2). Ancak, katılımcılar ile yapılan görüşmelerde 1970'li yıllar ve öncesinde turizm faaliyetlerinin var olduğu ve gelen turistlerin Fransızlar ve İtalyanlar olduğu belirtilmektedir. Katılımcılardan YH7 turizmin bölgede başlangıcına ilişkin görüşünü: *"Benim çocukluğumda buraya Fransızlar ve İtalyanlar gelirdi 70'li yıllarda. 70'li yıllardan sonra 80li yıllarda hatta 81-82'de bir yerli turizm başladı."* şeklinde ifade etmektedir. YH15 ise turizmin keşfi, konaklama olanakları ve o dönemdeki

turist profiline ilişkin görüşleri şöyledir: *"Valla şöyle söyleyeyim size. Eskiden daha biz yokken bile eskiden burada turizm varmış. Herkes kendi evinde konaklatıyormuş. Dayım eski rehberdir şu anda İngiltere'de kendisi. 1959 doğumlu. Öyle düşün yani 1965lerde turizm varmış. Genelde İngilizler varmış o zamanlar."*

Turizmde yaşanan bütün gelişmeleri Kaş özeline indirgediğimizde ise 1970'li yıllarda da turizm faaliyetlerinin var olması Türkiye genelinde turizme ilişkin yaşanan gelişmelerin etkili olduğunun göstergesidir. Kaş'ta bu dönemlerde turistlerin bölgeyi keşfetmesiyle birlikte talebi karşılayan bir altyapı olmadığı için yerel halk kendi evlerini turistlere açarak ev pansiyonculuğu şeklinde hizmet vermiştir. Ev pansiyonculuğunun başlamasıyla birlikte dönemin getirdiği gereksinimler nedeniyle bölgeye özgü yapıların mimarisinde de değişimler yaşanmıştır. Bununla birlikte, ev pansiyonculuğunun başlamasıyla öncesinde ekonomisi tarıma dayalı olan yerel halkın turizme dâhil olma süreci de bu dönemde başlamıştır. Bu kapsamda, yerel yönetimlerin desteğiyle halka yabancı dil eğitimi verilmesi için kurslar açılmıştır. Katılımcılardan YH7 ev pansiyonculuğunun başlamasına yönelik düşüncelerini: *"O zamanda dün akşam da bahsettiğim gibi azıcık konaklama yatak sayısı çok azdı. Ondan sonra ev pansiyonculuğu başladı. Ev pansiyonculuğu üç yıl dört yıl sürdü. Biz dâhil yaptık. Maliye kayıtlarında hepsi."* şeklinde ifade etmektedir. İS22'nin konaklamada yaşanan gelişmelere ilişkin düşünceleri şöyledir: *"Eskiden biraz ev pansiyonculuğu çok fazla otel ve konaklama yok ilk başlangıcında. Çocukluğumda hatırlıyorum kiracı olduğumuz evde çatıya çıkar yatardık evin damında. Bir iki odayı kiraya verirdik. Otel yoktu. Belediye anons yapardı misafirleri evinize alın diye."* YH34'ün ise gelen turist profili, ev pansiyonculuğunun başlaması, turizme ilişkin iş birliği düzeyi ve turizmde yaşanan değişimlere ilişkin görüşleri şöyledir: *"(...)1985'ti tam o yaz bir anda çok fazla o zamana kadar da vardı. Nedense o yaz sırt çantalı turistler belirdi meydanda. (...) 85'te bir anda belediyeden anonslar başladı. Dediler ki çok fazla konuğumuz var yabancı. Onların yatacağı yer yok. Evinize alın misafir edin diye. Kaş küçük bir yerdi o zamanlar. (...) O gün böyle bir milattır. Herkes iyi kötü birilerini evlerine aldı. Ondan sonra o dediğim gibi milat oldu turizm. Çok güzel bir devlet politikası geliştirdi o zamanların sosyal devleti hem kaymakamlık hem belediye. Bir seferberlik oldu Kaş'ta. Halk eğitim hemen dil kurslarına başladı. Ev pansiyonculuğu başladı. Herkes irili ufaklı evlerini çevirdi."*

12 Eylül 1980 yılında yaşanan askeri darbe ile birlikte Türkiye'de ekonomik ve sosyal açıdan yaşanan gelişmeler turizm talebinde daralmanın devam etmesine neden olmuştur (Dilek ve Dilek, 2017). 1982 yılında çıkarılan Turizm Teşvik Yasası, yatırımcıları büyük ölçekli turizm kuruluşları inşa etmeye teşvik etmiştir. Bütün bu oluşumların doğrudan veya dolaylı bir şekilde Kaş'ta turizm gelişimini etkilediğini söylemek mümkündür. Kaş'ın turizmine ilişkin istatistikler incelendiğinde 1983 yılı sonrasında resmi kayıtlı istatistiklerin varlığı turizme yönelik yatırımların hızlandığının göstergesidir. Bununla birlikte, 1980 yılında yaşanan askeri darbe sonrasında Kaş'a göçler ve bu dönemde turizm açısından gelişimler yaşanmıştır. Katılımcılardan İS10 dönemin koşullarını ve turizm yapısında yaşanan değişimleri şöyle ifade etmektedir: *"Elektrik 1980'de geldi. Ondan önce yoktu burada. Ama öteki insanlar klimasız, elektrik kesiliyordu burada. Biz oteli açtığımızda kasabanın elektriği kesiliyordu. Yüksek gerilim yeterli değildi. Burada bir pastane vardı. Müşteriler üzeri artık çatlamış supangüleleri yemek zorunda kalırlardı. Ama nostaljik daha egzotik bir şey yaşadık diyen insanların geldiği bir yerdi. Bu hızlı bir şekilde değişti."* YH34 ise yaşanan göçlerin etkisine ilişkin düşüncelerini şöyle açıklamaktadır: *"İstanbul'dan bir göçler alındı ama iyi bir göçtü. Ben çocuk olsam da 80'lerde darbe döneminde bir tık insanlar gelip yerleştiler. İyi insanlardı. Kaş'ın yerli halkıyla hemen uyum sağladılar. İyi anlaştılar. Burada güzel karşılıklı bilgi alışverişi oldu. Entegre oldu bu insanlar."*

Turizmin gelişim göstermesiyle birlikte bölgede talebi karşılamak amacıyla yapılan yatırımlar büyük ölçüde özel girişimciler ve yerel halk tarafından yapılmıştır. Yapılan yatırımlarla birlikte bölgenin yapısında değişimler yaşanmıştır. 1982 yılında çıkan Turizm Teşvik Kanunu ve Özal dönemi ile birlikte serbest piyasa ekonomisine geçişle birlikte turizmde yaşanan gelişmeler Kaş'ta da yatırımların artmasını sağlamıştır. 1983 yılında iktidarı devraldıktan sonra Turizmi Teşvik Kanunu ile Yabancı Yatırım Kanunu'nu yürürlüğe koyan Turgut Özal liderliğindeki Türkiye'nin sivil hükümeti, teşvikler sağlayarak sektöre yabancı yatırımları teşvik etmiştir. Böylelikle, turizm sektörüne daha fazla katılım teşvik edilmiştir (Duman ve Kozak, 2010). Katılımcılardan İS10 Türkiye'de turizme yönelik teşviklerin Kaş üzerindeki etkilerini şöyle açıklamaktadır: *''İki tane pansiyon vardı burada. Yapılacak çok bir şey yoktu. İşte asıl turizmin gelişmesi 80 döneminden sonra. Özal döneminde tatil köylerinin açılması, tünellerin açılması, Dalaman havaalanının açılması,*

charter uçuşların başlaması. (...) Özel girişimlerle başladı.'' STK31'in ise Kaş'ta turizmin başlangıcı ve buna bağlı olarak konaklama seçeneklerinin artırılmasına yönelik girişimlere ilişkin düşünceleri şöyledir: *"1983 yılında turizm o zaman başladı. Özal zamanı. Kaş o zaman 2000 nüfuslu bir yerdi. Turizm yeni yeni başlamıştı. Yeteri kadar otel ve restoran yoktu. Öyle olunca herkes evinin bir iki odasını pansiyona çevirdi. Sonra halk bu işte iyi para var. Bacasız sanayi diyoruz ya ve güzel bir şey hem Kaş'ın tanıtımı için. Yavaş yavaş insanlar yani birinci kat vardı ikinci katlı üç katlı evleri yaptılar. Sonra tamamen pansiyona dönüştürdüler. Yavaş yavaş beş altı küçük otel varken beşe ona katladı."*

Kaş'ta turizme ilişkin yapılan yatırımlar turizmin başlangıcından itibaren büyük ölçüde özel girişimciler tarafından gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda, katılımcılardan İS2 yatırımların özel girişimciler tarafından yapıldığına ilişkin düşünceleri şöyledir: *"Daha çok özel girişimcilerin yatırımlarından bahsedebiliriz. Devlet fonlarıyla yapılan şeylerin olduğunu düşünmüyorum. Daha bireysel özel kişiler yatırım yapıyor. Burası hiçbir zaman 5 yıldızlı turizm noktasına gitmedi. Kitlesel turizm değil. Kaş'ta çok farklı bir durum var. Kaş daha çok lokal turizm alanı. (...) Dolayısıyla sadece oda kahvaltı satılıyor."* İS11 ise turizmin gelişim göstermeye başladığı dönemde sunulan hizmet yapısı, turizm sezonun yoğun olduğu dönem ve yaşam koşullarına ilişkin düşüncelerini şöyle ifade etmektedir: *"O zamanlar yatma kalkma yerleri çok şeydi hepsi dâhildi. Pansiyon, otel yok denecek kadar azdı. Bir iki otel ya var ya yoktu. Bazı günler belediye anons ederdi konukları evlerinde misafir etmeleri için. Buranın sezonu her zaman temmuz, ağustos, eylül oldu. Temmuz ve ağustos aylarında imaj şimdiki gibi değildi. Kurumsal bir durum vardı. Dolaşan turistlerin çoğu plajda yatarlardı falan. O zamanlar öğlene kadar ekmek aldın aldın kasap yoktu. (...) Bir stok yapma ihtiyacı vardı. Stok maliyetini düşünmek durumun vardı falan."* YH7 ise konaklama yapısında yaşanan gelişmeleri şöyle açıklamaktadır: *"(...) Bu konaklamaya olan ihtiyaç burada özellikle Küçük Çakıl bölgesini gidip gördüysen yatak sayısı ordadır. 87 ve 88'den sonra yarımada tarafında villalar yapıldı. İlk oteller yapıldı. Oteller de villaya çevrildi."* YH36 turizm yatırımlarında yaşanan değişimlere ilişkin görüşlerini: *"80'li-90'lı yılların fotoğraflarına baktığın zaman limanda birkaç tekne, kaymakamlık, bir jandarma, birkaç tane restoran, birkaç tane balıkçı gibi oluşumlar vardı. 90'lı yıllarla beraber turizm akımıyla beraber işte büyük restoranlar, oteller kendini göstermeye başladı. Çukurbağ*

Yarımadası mesela önce sit alanıydı imara açık değildi. 90'lı yıllardan sonra imara açılmasıyla beraber şu anki durumunu almaya başladı." şeklinde ifade etmektedir.

Kaş'a ilişkin turizm istatistikleri incelendiğinde 1984-1985'te turizme ilişkin herhangi bir verinin olmadığı görülmektedir. Bu durumun nedeni, 1984 yılında Ukrayna'da meydana gelen Çernobil felaketinin etkisi olarak açıklanabilir. Bu dönemde, Türkiye turizm talebinde genel bir daralma yaşanmıştır. Ancak, katılımcılar bu dönemde de Kaş'ta turizm faaliyetlerinin olduğunu ve konaklama ihtiyacının karşılanması için yatırımların yapıldığını belirtmektedir. Katılımcılardan YH18 Kaş'ın mevcut yapısına ve turizmin 1985li yıllarda başladığına yönelik görüşlerini şöyle açıklamaktadır: *"Turizm 1985'lerde başladı. Mesela, ondan öncesinde burada balıkçılık, zeytinyağı, yani kırsal tarım işleriyle geçinen bir yerdi. 85'ten sonra turizme açıtılar. O günden bugüne devam ediyor."*

1991'de İran-Irak Körfez Savaşı ve Sovyetler Birliği'nin dağılması Türkiye turizm talebinde düşüşe neden olmuştur. 1992'de Makedonya, Bosna-Hersek, Slovenya gibi ülkelerin bağımsızlığını kazanmasıyla oluşan devalüasyon nedeniyle turist varışlarında artış yaşanmıştır (Steiner, 2007). Ancak, bu süreçte Türkiye'de tatil bölgelerinde yaşanan bombalı saldırılar ve ekonomik kriz Kaş'ta 1993-1995 yılları arasında turizm talebinde düşüşe yol açmıştır. Katılımcılardan İS11 savaşlar ve ekonomik krizler döneminde yaşanan gelişmeleri şöyle aktarmaktadır: *"İlk değişiklik Yugoslavya savaşında oldu. Buraya çok karavan gelirdi. O karavanla dolaşanların konakladığı yerlerden bir tanesiydi. O savaştan sonra o kanal kesildi bir darbe yedi. Esas kompozisyondaki değişikliği şöyle ifade edeyim. Ekonomik krizleri biz sadece kendi ülkemizde oluyor sanıyoruz. (...) Bunun bütün Avrupa'da olduğunu ihmal etmemek lazım. Alman turistteki değişiklik Almanya'nın birleşmesinden sonra yaşanan ciddi bir şekilde oldu. (...) Dünyada yaşanan her kriz turizmi de etkiledi. Sirta körfezinde Amerika ile Libya bir tarihte iki tane şey yapınca buraya turist gelmedi. İşte terörün Marmaris'te minibüs bombaladığı zamanlarda iniş çıkış oldu."*

Kaş'a gelen turist profili incelendiğinde (Bkz. Şekil 4.1 ve 4.2) turizmin bölgede hâkimiyet kazanmasıyla birlikte yabancı turist oranının daha yüksek düzeyde olduğu görülmektedir. Katılımcılardan İS10 kapasite düzeyi ve gelen turistlerin beklenti düzeyine ilişkin düşüncelerini şöyle açıklamaktadır: *"Bir kere yatak kapasitesi çok düşüktü şimdiyle kıyaslayınca. Ben terasta turist yatırdığımı biliyorum. Yer bulduğunda insanlar çok*

mutluydu. Arkamızdaki komşunun da bahçesinde yatırırdık insanları. Çünkü, orada şöyle bir fark vardı şimdikine göre. (...) Biraz daha misafir olarak görürdü insanlar. (...) Kaş iç piyasada hep çok az bilinen sadece eksantrik insanların ulaşabildiği yerdi. Ama çok mutlu olduğu bir yerdi. (...) Benim açtığım otel 22 odaya sahipti. Ama Kaş'ın üçüncü büyük oteliydi. Kapasite buydu. Klima yoktu. Ama insanlar bunlardan şikâyet etmiyordu." Bir aktivite merkezi olan Kaş'ta gelen turistlerin talebine bağlı olarak sunulan turizm türlerinde yaşanan gelişmeleri YH34 şöyle açıklamaktadır: *"Kaş hep bir yabancı turizm yeri oldu. Önce backpacker. (...)Kaş tam anlamıyla seyyah yeriydi. Konfor anlamında temel şeyleri verdiğiniz zaman her şey bitiyordu. Geriye istediği temizlik ve kültürdü. Gençler olduğu için birçoğu outdoor spor meraklısı oluyor. Buradaki her şey bunları cezbetti. Zaten o şekilde başladı işler. Scuba dalış. Hiking yolları başka bir kanaldan açılsa ki oradan geçiyor. Buna fazla ilgi gösterdiler. Sea kayaking olsun öyle geldi. Birçok outdoor spor bu şekilde geldi."* İS39'un Kaş'taki turist profilinin yapısı ve sunulan hizmet yapısına ilişkin görüşleri şöyledir: *"Daha kültürlü, daha zengin, daha bilinçli insanlar gelirdi. Buraya ulaşım zor olduğu için imkanları olanlar geliyordu o dönemlerde. Bir gün sürüyordu otobüsle buraya gelmek. Kaş'ta küçüktü. Bütün doğal güzelliğini koruyordu. Hizmet standartları bakımından çok gerideydi. Su ve elektrik sorundu. Her şey sorundu. Ona rağmen geliyorlardı. Bir de tabi nüfus oranına göre daha çok turist geldiğinden turizmin etkisi çok olumluydu."*

Türkiye'de 1990'lı yıllar üstyapı ve pazarlama faaliyetlerinin inşa edildiği yıllardır. 1990 yılında Altıncı Beş Yıllık Planı (1990- 1994) ve her şey dahil sisteminin Türkiye'de uygulanmasıyla beraber turizm talebinde artış yaşanmıştır (Dilek ve Dilek, 2017). Bununla birlikte, hükümet ve sektör artan arzın taleple eşleşmesi için yoğun bir şekilde turizmi teşvik etmeye başlamıştır. Dolayısıyla, Türkiye turizminde yaşanan gelişmeler Kaş'ın turizm talebi üzerinde önemli etki yaratmıştır. Bu dönemde turizmin gelişim göstermesiyle birlikte Kaş'ın tanıtımı ve daha çok turist çekmek için yerel halk tarafından Kaş Turizm ve Tanıtma Derneği kurularak Kaş'ın tanıtımına ilişkin faaliyetler başlamıştır. Katılımcılardan YH14 1990'lı yıllarda turizmde yaşanan gelişmelerin Kaş üzerindeki etkilerini: *"90'dan önce hiçbir şey yapılmadı. 90'dan sonra acenteler başladı. Turizm derneği kuruldu. İşte yavaş yavaş turizm için bir şey yapılmaya başladı.''* şeklinde aktarmaktadır. YH34 ise Kaş'ta turizm faaliyetlerinin yoğunlaşmasıyla birlikte daha çok turist çekmek ve Kaş'ı tanıtmak için

uygulanan stratejileri şöyle açıklamaktadır: *"Halk kendi inisiyatifinde bir sivil toplum örgütü kurdu. Kaş Turizm Tanıtma Derneği. Ne yaparız, Kaş'ı nasıl tanıtırız diye. Geliyor turist. Ama daha iyi bir tık üstü neden olmasın. Çünkü her gelen niye kendinizi tanıtmıyorsunuz şu bu diye.''*

1990'lı yıllarda Türkiye genelinde pazarlama ve tanıtım faaliyetlerinin artması Kaş'ta turizmin olumlu bir biçimde gelişimine yön vermiştir. Kaş'ta turizmin ekonomik, sosyal ve çevresel açıdan en güçlü olduğu dönemin 1990'lı yıllar olduğu katılımcılar tarafından belirtilmektedir. Katılımcılardan İS1 turizmin en güçlü olduğu dönemi şöyle ifade etmektedir: *"1990'lı yıllardı. O zaman buraya çok kaliteli turist gelirdi. Tekneciler gelirdi yatlarıyla. İtalyanlar, Fransızlar gelirdi."* YH14 ise arz ve talep dengesine bağlı olarak turizm en güçlü olduğu dönemin 1990'lı yıllar olduğunu belirttiği görüşlerini: *"Başka biri diyecek ki matematik hesabında şu dönemler daha yüksekti. Fakat bu şöyle gerçeği yansıtmaz. Yatak sayısı çok azdı, işletme sayısı çok azdı. Şu an kümülatif olarak belki üç katı gelir. Ama bunu esnafa paylaştırdığınız zaman ortada bir şey kalmaz. Devamlılık vardı. Böyle yığılmalar yoktu şimdiki gibi iki bayram arası. Herkesin zamanı belliydi. Haziran'da Almanya'nın şu eyaletinde tatil olur şurası Almanya. Temmuz-ağustos zaten İtalyanlar gelirdi. Sezon başı Fransızlar bisiklet ile gelenler vardı. Bizim ekim dönemleri İskandinav ülkeleri gelir ve bitmezdi sezon. Kocaman bir sezonumuz vardı. O yüzden 90'lardı."* şeklinde ifade etmektedir.

Turizmin Türkiye'de gelişimine paralel olarak Kaş'ın turizminde de gelişmeler yaşanmıştır. Bu açıdan değerlendirildiğinde 1983-1995 arasındaki dönemde talebin karşılanmasına ve tanıtımına yönelik uygulamaların gerçekleştirildiği görülmektedir. Bu dönemde, Kaş'ta konaklama ihtiyacını giderme ve turistlerin temel ihtiyaçlarını giderme üzerinde durulmuştur. Böylelikle, konaklama ihtiyacının giderilmesinde yerel halk tarafından ev pansiyonculuğu hizmetinin sunulması destinasyon yaşam döngüsü modelinin keşif aşamasına karşılık gelmektedir. Sonrasında, Kaş'ın daha çok tanıtılması için Turizm ve Tanıtma Derneği'nin kurulması, seyahat acentelerinin kurulması, yerel halka yabancı dil eğitimi verilmesi ve konaklama seçeneklerinin artması destinasyon yaşam döngüsü modelinin katılım ve gelişim aşamalarına karşılık gelmektedir. Tüm bu veriler ışığında 1983-

1995 arasındaki dönem Kaş'ta turizm gelişiminin gerçekleştiği ve devam ettiği dönem olarak adlandırılabilir.

Kaş'ta turizmin gelişimi (1996-2008): 1996-2008 döneminde, turizmde internet üzerinden online rezervasyonun başlaması ödeme aracılarının ortadan kalkmasına ve maliyetlerin düşmesine yol açmıştır. Ayrıca, Türkiye'de yatak kapasitesini artırma girişimleriyle oluşturulan Yedinci Beş Yıllık Plan Dönemi (1996-2000) gelen turist sayısında artışın sağlanmasına olanak sunmuştur. Kaş'a ilişkin turizm istatistikleri değerlendirildiğinde (Bkz. Şekil 4.1 ve 4.2) 1997 yılı itibariyle turizmin Kaş'ta baskın olmaya başladığı gözlemlenmektedir. Ancak, 1998 yılında Rusya pazarının daralması, iç ekonomik kriz, Sultanahmet'teki bombalı saldırı, İzmit'te (1999) meydana gelen deprem ve Türk lirasının değer kaybetmesi nedeniyle turist talebinde düşüşler yaşanmıştır. Türkiye'de 2000 yılında yaşanan ekonomik kriz yabancı turizmi canlandırmıştır (Dilek ve Dilek, 2017). 2001 yılında Sekizinci Beş Yıllık Plan Dönemi (2001-2005) devreye girmiştir. 2001 yılında ABD'nin New York kentinde ikiz kulelere yapılan saldırı dünya genelinde müslüman nüfusun yaşadığı bölgelerde turist varışlarında düşüşlere yol açmıştır (Al-Hamarneh ve Steiner, 2004). Türkiye'de ekonomik krizin devam etmesiyle birlikte iç turizm canlılığını yitirse de yabancı turist sayısında artış yaşanmıştır. Kaş özelinde değerlendirildiğinde 2001 yılında artış gösteren turist sayısı, 2002 yılında da devam etmiştir. 2002 yılında İstanbul'un en işlek meydanında bulunan The Marmara oteline düzenlenen terör saldırısı Türkiye'nin imajını zedelemiştir. 2003 yılında ABD'nin Irak'a savaş düzenlemesiyle birlikte Ortadoğu'da bulunan ülkeler savaştan önemli ölçüde etkilenmiştir. Bunun yanında, Çin'den bütün ülkelere sıçrayan SARS salgını dünyada can kaybına yol açmış ve seyahatleri sınırlandırarak turizm talebinde daralmaya yol açmıştır (Wilder-Smith, 2006). Türkiye'de ise İstanbul'da bir sinagoga yapılan bombalı saldırı nedeniyle can kaybı yaşanmıştır. Bu durum Türkiye'nin imajını zedeleyerek turizmini de etkilemiştir (Serin, 2008).

Kaş açısından değerlendirildiğinde turizmde 2001-2005 yılları arasında duraklamanın yaşandığı görülmektedir. Bu dönemde, yerel halk tarafından pansiyona dönüştürülen evlerin eski haline çevrilmesine yönelik yaşanan gelişmeleri katılımcılardan İS5 şöyle ifade etmektedir: *"Mesele ben 99'da ilk geldiğim zamanlar çok yoğun bir turist yabancı turist olayı vardı. Bütün evler değiştirilip pansiyona çevrilmişti. Daha sonra duraklama oldu*

mesela. O dönemde bu sefer o pansiyonları bozup eve çevirdiler. Tam tarihi şimdi bilemeyeceğim. Nasıl diyeyim. 2001-2005 arası gibi. Şimdi mesela çoğu eve gittiğinizde her odada bir banyo tuvalet var. Eski pansiyondan çevrildiği için o şekilde oldu." İS20 ise 1994 yılından itibaren turizm talebinde yaşanan değişimi ve sonrasında yaşanan gelişmeleri: *"94'te bir kriz ile düşüş başladı. 2004-2005 yılında otellerini eve çevirdi. Gelir azalınca, konaklama gelirleri azalınca normal otellerini, pansiyonlarını eve çevirdi. Müşteri bulamadığı için."* şeklinde ifade etmektedir.

2006 yılında Danimarka'da karikatür krizi, dünya genelinde ise kuş gribi salgını yaşanmıştır. Türkiye'de ise Antalya ve Marmaris'te bombalı saldırılar yaşanmıştır. Bu süreçte, Türkiye'de yaşanan ekonomik kriz ve bombalı saldırılar nedeniyle yabancı turist oranında düşüş yaşanmıştır. Kaş'ta da bir önceki dönemlere göre turist varışlarında ve geceleme oranlarında düşüşler yaşanmıştır. 2007 yılında Dokuzuncu Beş Yıllık Plan (2007-2013) yürürlülüğe girmiştir. Bunun yanında, erken rezervasyon sisteminin oluşturulmasıyla birlikte iç turizm pazarında hareketlenmeler yaşanmıştır. 2008 yılında küresel anlamda yaşanan ekonomik kriz dünya genelinde ve Türkiye'de turizm talebinde daralmaya yol açmıştır (Dilek ve Dilek, 2017; Papatheodorou vd., 2010). Ancak, Kaş özelinde değerlendirildiğinde 2007 ve 2008 yıllarında gelen turist sayısında ve geceleme oranlarında artış yaşanmıştır. Bu durumun nedeni Kaş'ın sunmuş olduğu butik turizm yapısı ve erken rezervasyon sisteminin etkileri olarak gösterilebilir. Bununla birlikte, katılımcılar turizmin güçlü olduğu dönemlerin 2010'lu yıllardan önceki dönemler olduğunu belirtmektedir. 2010'lu yıllardan önce turizmin yapısı ve yaşam maliyetine ilişkin görüşlerini katılımcılardan İS21'in görüşleri şöyledir: *"En güçlü olduğu yıllar bence her anlamıyla 2010'dan öncesi. Kültürel anlamda daha bence şeydi yani gelen insan profili olsun yapılan buradaki festivaller olsun, insanların buradaki davranışları olsun, yaşam standartları olsun, her anlamda ekonomik, sosyal ve kültürel anlamda daha iyiydi. (..) Çünkü bu keşmekeşlik yokken biz daha çok para kazanıyorduk. 2004'te 2003'te bu kadar insan yokken, plajlarda rahatken, gürültü kirliliği yokken ve bu kadar restoran yokken bütün restoranlar para kazanıyordu. Herkes memnundu."*

Kaş'ın turizmi gelişimi açısından değerlendirildiğinde 1996-2008 arasındaki dönemde dünyada ve Türkiye'de yaşanan gelişmeler olumlu ve olumsuz bir biçimde turizm sektörünü

etkilemiştir. Ancak, 1996-2008 arasındaki dönemde turizm istatistikleri incelendiğinde bir önceki döneme göre Kaş'ın turist varışlarında artışların olduğu görülmektedir. Örneğin; Kaş'a 1983-1995 arası dönemde toplam gelen turist sayısı 103.963 tür. 1996-2008 arasındaki dönemde toplam gelen turist sayısı ise 787.774'tür. 1996-2008 döneminde gelen turist sayısı bir önceki dönem olan 1983-1995 yılına göre yaklaşık yedi kat oranında artmıştır. Sayısal açıdan değerlendirildiğinde 1996-2008 arasında belirli dönemlerde düşüşler yaşansa da genel anlamda bir gelişimden bahsetmek mümkündür. Dolayısıyla, 1996-2008 arası dönem gelişimin yaşandığı ve devam ettiği bir süreç olduğu için destinasyon yaşam döngüsünün gelişim aşamasına karşılık gelmektedir.

Kaş turizminde yaşanan değişimler ve dönüşümler (2009-2019): 2008 yılında dünya genelinde yaşanan küresel ekonomik krizin etkilerinin devam etmesi nedeniyle genel anlamda turist varışlarında düşüş yaşanmıştır. Bunun yanında, domuz gribi salgını ve Davos'ta yaşanan siyasi kriz turist varışlarını olumsuz etkilemiştir. Kaş'ın 2009 yılındaki turizm istatistikleri incelendiğinde bir önceki yıla göre düşüşün olduğu gözlemlenmektedir. 2010 yılında Arap Baharı olarak nitelendirilen iç savaş nedeniyle bu bölgelerde bulunan Mısır, Libya, Tunus ve Fas gibi ülkelerin turizm varışlarında önemli ölçüde düşüşler yaşanmıştır. Bu ülkelerde yaşanan savaşın etkileri nedeniyle bu ülkeleri tercih eden turistler daha güvenli olan ülkelere seyahatlerini gerçekleştirmiştir (Mansfeld ve Winckler, 2015). Bu dönemde Kaş'a gelen turist sayısında da artış yaşanmıştır. Genel anlamda Kaş'a gelen turist sayısı oranında 2010'lu yıllardan itibaren önemli ölçüde artışın yaşandığı görülmektedir (Bkz. Şekil 4.1). Bu kapsamda, turizm talebinde yaşanan artış ve online dağıtım kanallarının kullanımının artmasıyla birlikte Kaş turizminde yaşanan gelişmeleri STK27 şöyle ifade etmektedir: *"(...) Turizmin Kaş'ta özellikle son yıllarda gelişmesinin ana sebebi 2010'dan sonra gelişti. Booking.com biraz daha yaygınlaştı. Booking.com'un sektöre getirdiği en önemli özellik biliyorsunuz yorumu getirdi. Ondan önce yorumlar yoktu. Onların girmesiyle birlikte burada yatak ve konaklama standartları yükselmeye başladı. Pazarlama geniş alana yayılmaya başladı*." İS37 ise turizm talebine ilişkin görüşlerini şöyle açıklamaktadır: *"Benim gördüğüm ilk zamanlar 2011-2012-2013. Sonra yukarıdan aşağıya inmeye başladı. O zamanlar kalite vardı."*

2012 yılında Suriye'de yaşanan iç savaşın olumsuz etkileri Türkiye turizminde daralmaya yol açmıştır. Bu dönemde Kaş'a gelen turist sayısında da düşüşler yaşanmıştır. 2013 yılında Suriye iç savaşı nedeniyle yaşanan mülteci krizinin devam etmesi ve Gezi Parkı olaylarının Türkiye'nin bütün şehirlerine yayılması turizm sektörünü olumsuz etkilemiştir. Bu süreçte Kaş bir önceki yıl ile benzer oranda turist ağırlamıştır (Bkz. Şekil 4.1). Suriye'de yaşanan savaş, ülke içinde yaşanan gelişmelerin Kaş turizmi üzerindeki etkilerini katılımcılardan İS20 şöyle açıklamaktadır: *"Son yıllarda Suriye savaşından dolayı büyük kayıplarımız oldu. O yüzden bir yabancı turist duraksadı. Tabi ülkeler arası diplomatik problemler nedeniyle Almanlar bayağı bir ayağını çekti. Almanlar çok ağırlıkta geliyordu. Fransızlar ve İtalyanlar Suriye krizinden sonra bayağı bir çekildiler. Yeni yeni geliyorlar."* STK23 yaşanan olumsuzluklar nedeniyle yabancı turist sayısında yaşanan değişimi ve dalış turizminde talebin farklı destinasyonlara yönelmesiyle Kaş turizminde yaşanan gelişmeleri: *"Özellikle Suriye krizinden sonra biz yabancı turist ağırlayamamaya başladık. Onların seyahat güvenlik uyarılarıyla oldukça çok oldu. Onun dışında yurt dışında Asya dalış turizminde daha çok rol almaya başladı. İnsanlar oraya kaydı. Onun dışında Mısır gibi ülkelerin avantajlı durumları çoğaldı. Biz de yavaş yavaş Avrupalı turistimizi kaybettik. Çok seçenek artmadı."* şeklinde özetlemektedir. YH36'nın ise yaşanan olumsuzlukların Kaş üzerindeki etkilerine yönelik görüşleri şöyledir: *"Ekonomi daha iyiydi. Hatırlarsanız yabancılarla daha polemiğe girmemiştik. İşte zaman içinde bazı yabancı devletlerde tartışmalar oldukça Türkiye terör ülkesi olarak anılmaya başlandı. 2012'den sonra Suriye olaylarından sonra biliyorsun İstanbul'dadır, Bodrum'dadır orada burada patlamayla birlikte turizm kötüleşti. Kötü bir imaj."*

2014 yılında Suriye iç savaşının hala devam ediyor olması ve terör saldırılarının artmasıyla birlikte Türkiye'nin imajı zedelenmiştir ve güvenlik sorunu ortaya çıkmıştır. Bu dönemde Onuncu Beş Yıllık Plan (2014-2018) yürürlülüğe girmiştir. 2015 yılında Fransa'da Charlie Hebdo dergisine ve Tunus'ta Bardo müzesine yönelik gerçekleştirilen terör saldırıları güvenlik unsurunu yeniden gündeme getirmiştir. Ayrıca, Türkiye tarafından Rusya uçağının düşürülmesiyle birlikte iki ülke arasında yaşanan siyasi gerginlik o dönemde turizmi önemli ölçüde etkilemiştir. Rus turistlerin özellikle tercih ettiği Antalya bölgesi bu durumdan olumsuz bir biçimde etkilenmiştir. Bunun yanında, Suruç'ta (Şanlıurfa) ve Ankara tren

garında gerçekleştirilen terör saldırısı ile birlikte oluşan güvenlik sorunu Türkiye'nin imajının zedelenmesine neden olmuştur (Dilek ve Dilek, 2017). Kaş'a 2014 ve 2015 yılında turist sayısına ilişkin istatistikler değerlendirildiğinde bu süreçten fazla etkilenmediği ve turist sayısında artışın yaşandığı görülmektedir. Bu durum Kaş'ın turizm yapısı ile ilişkilendirilebilir. Daha öncede değinildiği gibi Kaş butik turizm özelliklerine sahip olan ve oda- kahvaltı hizmet şeklinde hizmet veren küçük işletmelerin yer aldığı bir turizm destinasyonudur. Bununla birlikte, Kaş ile ilgili reklam ve tanıtım faaliyetlerindeki artış, Kaş'ın yerli turistler tarafından keşfedilmesi ve bölgenin popülerliğinin zamanla artmasıyla da ilişkilendirilebilir.

2016 yılına gelindiğinde ise ABD genel seçimlerinde Donald Trump'ın başkan seçilmesiyle yeni hükümet tarafından bazı Müslüman ülkelere vize sınırlaması getirilmiştir. Bu dönemde Avrupa'nın çeşitli bölgelerinde terör saldırıları gerçekleştirilmiştir. Türkiye'de 2016 yılında Gaziantep ve İstanbul Sultanahmet ve Atatürk Havalimanı'nda bombalı terör saldırıları; Ankara Kızılay, Bursa Ulu Camii ve İstanbul Beşiktaş ve Vezneciler'de terör saldırıları gerçekleşmiştir. Bunun yanında, 15 Temmuz'da yaşanan darbe girişimiyle Türkiye'de OHAL sürecinin başlamasıyla yaşanan bütün bu olaylar Türkiye turizmini önemli ölçüde etkilemiştir (Deniz ve Karadağ, 2018). Bununla birlikte, Rusya-Türkiye arasında yaşanan uçak krizi çözülerek Rus turistin Türkiye'ye yeniden gelmesi sağlanmıştır. Bu süreçte, Kaş'a gelen turist sayısı incelendiğinde bir önceki yıla göre düşüş yaşandığı görülmektedir (Bkz. Şekil 4.1). Sonrasında, 2017 yılında Almanya ile yaşanan siyasi anlaşmazlık, booking.com ve TURSAB arasında yaşanan anlaşmazlık sonucunda booking.com aracılığıyla yapılan rezervasyonların durdurulması küçük ve orta büyüklükteki konaklama işletmelerine zarar vererek ekonomik açıdan zorluk yaşamalarına neden olmuştur (Dilek ve Dilek, 2017). 2016'da Kaş'a gelen turist sayısı incelendiğinde oran 116.063 iken 2017 yılında ortalama %50 düşerek 41.645 olmuştur. Yaşanan bütün bu olumsuz durumlar nedeniyle Kaş'a gelen yabancı turist sayısındaki düşüşler 2016 ve 2018 yılları arasında devam etmiştir. Katılımcılardan İS3'ün Türkiye'de yaşanan terör saldırılarını, darbe olayı, ülkeler arasında yaşanan siyasi krizlerin turizm talebi üzerindeki etkilerini: *"Buranın yabancı potansiyelini birden bitirdi. Mesela buradan dört beş sene önce ya da üç sene Atatürk patlamasından önce 50-50'iydi. %50 Türk %50 yabancı geliyordu. Yabancı turizmin*

%20'lere falan düştü. Bu da yani çok etkilemedi şey olarak. Belki etraftaki böyle ekstrem olaylar bizimi feribot tekne onları etkiledi. Ama konaklamayı etkilemedi çok. Her halükârda yoğun. Türkler bu sefer çoğaldı. Konaklamayı etkilemedi. Belki kafeleri ve restoranları etkilemedi ama bizi etkiledi." şeklinde özetlemektedir. İS10 ise ülkeler arasında yaşanan siyasi anlaşmazlıklar ve savaşların turist profili üzerindeki etkilerini şöyle açıklamaktadır: *"(…) Yerliye dönüşüm çok yeni bir şey. Bu böyle mutlu bir dönem aşağı yukarı 2012'ye kadar devam etti. Ondan sonra ülkemizin konuşmaları, Suriye savaşı, bilmem Almanlara söylenecek son laf falan Nazi lafını söylediler. Biz Almanlarla çalışmayı bıraktık. Oteli bırakmak zorunda kaldık. Müşteri göndermemeye başladılar. Sonra Suriye savaşı, Ankara patlaması derken bu işler. Bu bahsettiğim süreç 2012 yılına kadar bu yabancı süreci iyiydi. Ondan sonra düşüş başladı. 2016'dan itibaren yabancı turist tamamen bitti."* YH36'nın ise yaşanan olumsuz durumlarda Kaş'ta ekonomik anlamda yaşanan gelişmelere ilişkin görüşleri şöyledir: *"2016 yılında darbe girişimi oldu. O gece Kaş tamamen boşaldı yani. Herkes battı neredeyse. Toparlamaya çalışanlar bir buçuk iki yıl kendi döneminde yaptıkları borcu toparlamaya çalıştı."*

Suriye savaşının etkilerinin devam etmesi nedeniyle Türkiye tarafından Suriye'ye operasyonlar gerçekleştirilmiştir. Bununla birlikte, 24 Haziran 2018'de gerçekleştirilen seçimle birlikte Türkiye parlamenter sisteminde değişim yaşanmıştır ve Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi uygulanmaya başlanmıştır. Bu dönemde daha önce Hollanda ile yaşanan olumsuzluklar giderilmiştir. Bununla birlikte, 2016 yılından beri OHAL döneminde olan Türkiye'de OHAL kaldırılmıştır. Dünyada ise Amerika'nın 2018'den beri uygulamaya başladığı ithal ürünler üzerindeki vergilendirme sistemi tüm dünyayı özellikle gelişmekte olan ülkelerin ekonomisini olumsuz yönde etkilemiştir. Oluşturulan bu vergilendirme sistemi nedeniyle ekonomik açıdan dışa bağımlı ve gelişmekte olan Türkiye'de döviz kurlarında yaşanan %50 oranındaki artış ve Türk lirasının değer kaybetmesi, yurtdışına seyahatlerin azalmasına yol açmıştır (Davras ve Aktel, 2018). Bunun yanında, dövizin Türkiye'de değerli olması uluslararası turist varışları üzerinde olumlu etki yaratmıştır. 2018 yılında Türkiye'ye gelen turist sayısında 2017 yılına göre %21 oranında artış, turizm gelirlerinde de %12,3'lük artış yaşanmıştır. Döviz kurlarının yükselmesiyle birlikte 2018 yılında ise Kaş'a gelen turist sayısında %50 artış yaşanmıştır. 2019 yılında Suriye'deki savaşın etkileri devam etmiştir. Bu

süreçte, Türkiye Suriye'ye operasyon başlatmıştır. Döviz kurlarında yaşanan artışın etkileri 2019 yılında da devam etmiştir. Enflasyon oranının giderek yükselmesi halkın alım gücünde düşüşe yol açmıştır. Bu dönemde, Kaş'a 2019 yılında gelen turist sayısı ve geceleme oranlarında bir önceki yıla göre artışın yaşandığı görülmektedir (Bkz. Şekil 4.1 ve 4.2). Ancak, yerli turist oranında artış yabancı turist sayısında düşüş yaşanmıştır. Döviz kurlarında yaşanan artışlar nedeniyle Kaş'ta işletmeciler ekonomik açıdan zorluklar yaşamıştır. Katılımcılardan TÇ6 döviz kurlarında yaşanan artışların maliyetler üzerindeki etkisini şöyle ifade etmektedir: *"Yabancı açısından Türkiye'de tatil yapmak çok ucuz hale geldi. Paraları daha değerli. Ama biz turizmcileri çok daha zorladı. Döviz kuruna bağlı olarak maliyetlerimiz arttı. Elektrikten tutunda kira artışlarına kadar bütün her şeyin kalemini oynattı. Fiyatlar yükseldi. Kâr marjımız düştü. İşletme sahipleri bunu hemen yansıtamadı. Biraz daha beklemede kaldı. Bir kriz dönemi var."* YH14 ise döviz kurlarındaki artış nedeniyle kar-zarar dengesinde yaşanan değişimi şöyle açıklamaktadır: *"Şu anda turizm iyi değil. İnsanlar neye bakıyor? Cebine giren paraya bakıyor. Geçen sene düşüktü. Fiyatlar düşüktü. Enflasyon oranı düşüktü. Bu sene döviz yükseldi. Enflasyon yükseldi. Ben elimde ürünüm varsa geçen sene ya da önceki senelerde aldığım ürünü 15'e satıyorum. Ama 15'e yenisini alamıyorum. Cebime para giriyor. Ama satış düştü. Ciro yükseldi ama satış düştü. Ama ciro yükselmiyor. Ama ürün bittiği zaman yeni ürün almaya gittiğimde cebimdeki paranın hepsi boşalıyor."*

2009-2019 yılları arasındaki dönemde Kaş'ta turizmin yükselişe geçtiği ve turist sayısında yükselişin yanında belirli dönemlerde düşüşlerin yaşandığı görülmektedir. Yaşanan bu yükseliş ve düşüşlerde son yıllarda Türkiye'de ve dünyada yaşanan ekonomik, sosyal ve çevresel açıdan yaşanan gelişmeler önemli ölçüde etkili olmuştur. Belirli dönemlerde savaşlar, siyasi ve ekonomik krizler turist sayısı oranlarını etkilemiştir. Yaşanan bütün bu olumsuzluklar bir araya getirildiğinde ve turizm yapısı ele alındığında Kaş'ın turizm gelişimi açısından durgunluk döneminde olduğunu söylemek mümkündür. İstatistikler incelendiğinde turist sayısında belirli dönemlerde yaşanan düşüşler dışında yükseliş bulunsa da katılımcılar ile yapılan görüşmeler, gözlemler ve incelemeler neticesinde Kaş'ın bir turizm destinasyonu olarak ekonomik, sosyal ve çevresel açıdan zorlu bir süreç içerisinde ve durgunluk aşamasında olduğunu göstermektedir. Turizmde yaşanan sorunların ve zorlukların

daha iyi anlaşılabilmesi için Kaş'ın mevcut turizm yapısında yaşanan değişimlere ve gelişmelere ilişkin bulgulara bir sonraki bölümde yer verilmiştir.

4.1.1. Kaş'ın mevcut turizm durumuna ilişkin bulgular

Ekonomisi tamamen turizme bağımlı olan Kaş, ülkede ve dünyada yaşanan sosyal ve ekonomik unsurlara bağlı olarak gelişimin çeşitli aşamalarını yaşamıştır. Kitle turizm destinasyonları ile karşılaştırıldığında küçük turizm destinasyonu olan Kaş kimi zaman yaşanan olumsuzluklardan daha az etkilense de kimi zaman olumsuzlukları derinlemesine yaşamıştır. Kaş ulaşımın kolay olmadığı coğrafik yapısı ve giderek artan popülaritesi nedeniyle mevcut durumda çeşitli zorluklarla karşılaşabilmektedir. Öncelikle, Türkiye'nin ülke olarak yaşadığı sosyal ve ekonomik sorunlar Kaş'ta turizm talebinin değişimine yön vermiştir. Önceki yıllarda yabancı turistin ağırlıklı olduğu bölgede talebin yönü yerli turiste yönelmiş bir durumdadır (*Alan Notları 3, 27/08/2019*). Talebin değişimi nedeniyle altı aylık turizm sezonu döneminde belirli aralıklarda turist sayısı kapasitenin üzerine çıktığında altyapı ve üstyapı yetersiz kalmaktadır *(Alan Notları 1, 25/08/2019)*. Ayrıca, bölgenin Türkiye'de giderek popülerleşen bir destinasyon haline gelmesi ve talebin yapısının değişmesine bağlı olarak sunulan hizmetin yapısında da değişimler yaşanmıştır. Dünyanın önemli dalış noktalarından biri olan Kaş aktivite merkezi olarak öne çıkan destinasyonlardan biridir. Ancak, talebin yapısının değişmesiyle tekne turlarına yönelimde artış, otellerin ve restoranların yapısında değişimler yaşanmıştır *(Alan Notları 4, 28*/08*/2019).* Bir aktivite merkezi olan Kaş'ta işletmelerin sunduğu hizmet yapısında yaşanan değişimleri İS1 şöyle ifade etmektedir: *"(...) Aktivite yapan müşteri yok. Sadece otelci para kazanırsa olmaz ki. Sadece restoran. Bunun teknecisi var. Dalışçısı var. Yamaç paraşütçüsü var. Profil değişince para kazanan kesimin şeyi değişir. Otelci para kazanır. Meyhane para kazanır. Kaş'ta bir meyhane şeyi var. Popülasyonu var. Her taraf meyhane. Herkes kendini meyhaneye çeviriyor. Yani kötüye değişti. O da kötüye değişti. Yani daha çok yabancı gelirken artık yabancılar gelmiyor. Daha ağırlıklı yerli turist geliyor. Ama Kaş bir outdoor sporlar merkezi. (...) Kaş ondan çıkıyor artık. Başka bir konsepte büründü. (..) Kaş bir aktivite merkezi merkezi olarak gitmeliydi. Ama öyle gitmiyor gidişat."* İS10 ise önemli bir dalış destinasyonu olan Kaş'a gelen turist profiline ilişkin düşüncelerini: *"%90 yerli geliyor. Yani yerli insanlar da tatil yapsın. Yeter ki buranın profilini sarsmasın. Yani, ondan önce de*

yerli geliyordu. Ama dalış yapmaya gelen, yürüyüş yapmaya gelen insanlar. Son bir iki senedir aa Kaş'ta da dalış yapılıyormuş sorusu başladı. Biz bundan önce böyle bir şey duymamıştık daha önce." şeklinde aktarmaktadır. YH34 Kaş turizminde yaşanan değişimi ve değişimin etkilerine yönelik düşüncelerini şöyle açıklamaktadır*: "Çok pahalı bir yer oldu Kaş. Kesinlikle geçiş bir milat. Buna mutasyon deriz. Genetikteki çok hızlı değişimler. Bu çok kısa sürede olduğu için mutasyon. Fakat daha olmadı. Bundan sonraki iki yıl çok önemli. Dükkanların çoğu vazgeçti. Bazı arkadaşlarımız çok direndi. Onlar da bu yeni formata göre kendini değiştirirse o zaman başka şey. Şu anda geçiş evresi yaşıyor. Profil değişti. Müşteri de değişti. Esnaf değişti."* Katılımcılardan İS38 ise turizmi etkileyen unsurların Kaş üzerindeki etkilerini ve talep değişimini: *"Şimdi turizm her şey gibi kabuk değiştiriyor. Buraya ilk geldiğim yıllarda ilk senelerde bizim müşterilerimizin %80'i yabancıydı. Şimdi o tersine döndü. Yani bu sene üç yabancı grup getirebildik. Birçok insan öyle bir şey yapamadı. Ama bu tam tersiydi. Bu da ülkenin algılanış şekli ve politik durumuyla alakalı. Eğer iyi görünürseniz geliyorlar insanlar. İş böyle olunca yerli turizme dönünce biraz çizgi bozuldu diye düşünüyorum."* şeklinde ifade etmektedir.

Turist akışı açısından değerlendirildiğinde Kaş ulaşımı zor bir destinasyon olması nedeniyle bir dönem kendini muhafaza etmiştir ve belirli oranlarda turist ağırlamıştır. Ulaşımın zorluğu Kaş'ta büyük değişimlerin oluşmasını engellemiştir. Ancak, zamanla popülerlik nedeniyle çeşitli değişimler yaşanmıştır (*Alan Notları 2, 26/08/2019*). Bu kapsamda, katılımcılardan İS2 geçmişi ve günümüzü karşılaştırdığında Kaş'ta yaşanan değişimi şöyle açıklamaktadır: *"Yani şöyle ki on yıl öncesinden beri bahsedebilirim. İlk yıllarında Kaş'ın belli bir müdavim kitlesi vardı. Yani Kaş'a gelen Kaş'a gelir gibi bir gelenek vardır. Kaş'ı seven Kaş'a gelir gibi. Bu yıllardır aynı şekilde sürüyor. Ama son üç dört yılda buna artı olarak Kaş'a gelen yine Kaş'a geliyor. Ama Kaş'ı duyduğu için gelen bir kitle de doğdu. (...) Bodrum, Çeşme kitlesi dediğimiz bir kitle var artık hayatımızda."* İS15 ulaşımı zor bir coğrafyada bulunan Kaş'ta turizmin yapısını ve buna bağlı olarak gelen turist profilinde yaşanan değişime ilişkin görüşlerini şöyle açıklamaktadır: *"Profil çok iyiydi önceden. Kalite çok iyiydi. Çok güzel insanlar gelirdi önceden. Buraya ulaşım çok zor. Antalya'dan dört saat otobüsle Fethiye'den iki buçuk saat. Uzak olduğu için sadece bilenler geliyordu buraya. Çok bilinen bir yer değildi. Çok popüler oldu. Her yerde reklam. Burada*

filmler falan çekilince burası bozuldu. Nasıl Bodrum, Marmaris bozulduysa burası da bozuldu." İS21'in turist profilinde yaşanan değişimin turizm üzerinde olumsuz etki yarattığına ilişkin görüşleri şöyledir: *"Yabancı turist azaldı. Daha çok yerli turist çoğaldı. Çoğalmakla beraber kültürel yapı yıprandı bozuldu. Bozulmakla birlikte nerede eski Kaş. Bir tüketim toplumuyuz Kaş'ı da tükettik. Yabancı turistler, o sakinliği, trafiksiz zamanları, İstanbul'da bir kent gibi yani. Böyle bir trafik yoktu. İnsan kalabalığı yoktu. Burası slow city diye geçiyordu. Yavaş yaşandığı bir şehirdi. Yıprattık yani."*

Kaş'ta turizm gelişiminin planlı veya plansız gelişimine yönelik olarak katılımcılar ile yapılan görüşmelerde turizmin plansız bir şekilde gelişim gösterildiği belirlenmiştir. Plansız gelişim nedeniyle ekonomik, sosyal ve çevresel açıdan bölgede değişimler ve zorluklar yaşanmaktadır. Turizmde kontrolün olmaması ve plansızlık nedeniyle işletme sayısının artması ve kayıt dışı apart oluşumuna yönelik İS15'in görüşleri şöyledir: *"Plansız bir şekilde gelişim gösteriyor. Kontrol yok. Hiç kontrol yok. Değişik ya. Plajlar açılıyor bir yandan ruhsatsız. Herkes bir plaj açıyor. Herkes otel açıyor. Herkes apart yaptı buraya. Zaten şu anda apart 1000 tane apart yapıldı. Herkes evini çevirdi apart şeklini aldı. Ekonomik sıkıntı ülkenin hali belli. Sıkıntılarımız var hepimizin."* TÇ16 benzer şekilde planlama uygulamalarının eksikliği nedeniyle ekonomik anlamda yaşanan gelişmeleri: *"Plansız bayağı. İnsanlar kafalarına göre bar açıyor veya dalış şeyi açıyor. Pek plan yok bu durumda açıkçası. Son beş senede bir sürü bar ve dalış okulu açıyor. Baktılar ki bu işte para var hepsi açtı. Ama çoğu bir iki sene sonra batacak haberleri yok."* şeklinde açıklamaktadır.

Kaş'ta plansız gelişim nedeniyle bölgenin imar yapısında değişimler yaşanmaktadır. Bu değişimler alt yapı ve üst yapı açısından sorunlara yol açmaktadır. İY22 plansız gelişim nedeniyle oluşan imar sorunlarına yönelik görüşlerini şöyle ifade etmektedir: *"Plansız bir şekilde gelişiyor. Hükümetlerin yapması gereken imar planı falan diyorlar ya Kaş'ta doğru düzgün yok. Yıllardır imar planı çalışması yapılıyor diyorlar. Ama ona yönelik herhangi bir şey yok. İki kat üç kat diyorsun. O yoldan bir kot alıyor bu yoldan bir kot alıyor bakıyorsun olmuş altı kat. Herkes bir şekilde kılıfına uyduruyor. Her konuda böyle bir sıkıntı var. Ama kimse çözelim de demiyor."* Benzer şeklide STK31 ise plansız gelişimin olumsuz etkilerini şöyle açıklamaktadır: *"Şöyle biz imarda geç kaldık. Karşıda Çerçiler Mahallesi var. Kaş doldu. Yapacak yer kalmadı. İnsanlar iş buluyor ama konaklayacak ev bulamıyor. Çarpık*

yapılar yapılıyor. Keşke Çerçilerde altyapı ve üstyapı olsaydı. Burada açıkça kentsel dönüşüm gerekiyor. Bir şeyler yapılıyor ama yama şeklinde. Geç kaldık."

Turizm gelişimini etkileyen içsel ve dışsal unsurlar, turizm talebinin esnekliği ve değişken yapısı turist varışlarını olumlu ve olumsuz bir biçimde etkilemektedir *(Alan Notları 6, 24/09/2019)*. Buna bağlı olarak belirli dönemlerde turist sayılarında dalgalanmalar yaşanmaktadır. Bu bağlamda, Kaş'ta turizmin plansız gelişimi nedeniyle turist varışlarında yaşanan dalgalanmalara ilişkin olarak YH18 görüşlerini: *"Ben tamamen plansız görüyorum. Bir sene bakıyorsun turist kaynıyor. Bir sene bakıyorsun hiç yabancı turist yok. İşin içinden çıkamıyorsun."* şeklinde ifade etmektedir. Plansız gelişim nedeniyle yaşanan değişimler turizm faaliyetlerinde standartlaştırma sorununu ortaya çıkarmaktadır. TÇ32'nin bu duruma yönelik görüşleri şöyledir: *"Ya şöyle genelde plansız. İnsanların ne zaman nerde ne yapacağını bilmiyorsun. Bir anda bakıyorsun bir anda doluyor bir anda boşalıyor. Bir bakıyorsun bir hafta iyi bir hafta kötü. Ne olacağını kestiremiyorsun. Standardı yok."*

Kaş'ta turizmin plansız gelişiminde etkili olan unsurlardan biri diğeri ise kapasite kontrol uygulamalarının yetersiz olmasıdır *(Alan Notları 6, 24/09/2019*). Katılımcılar ile yapılan görüşmelerde turizmin kontrolsüz bir şekilde geliştiği ve açılan-kapanan işletme sayısının her yıl arttığı ve işletmelerin sürekli olarak el değiştirdiği belirtilmiştir. Katılımcılardan İS38'in plansız gelişim ve kapasite kontrol uygulamalarına yönelik görüşleri şöyledir: *"Kesinlikle plansız. Bak mesele şöyle söyleyebilirim Avrupa'da falan dalışla ilgili söyleyebilirim. Kapasite ve kullanım diye bir şey var. (...) Şimdi su altı belli burada, demir attığınız yerler belli. Ne kadar yük yüklediğiniz belli. Bunun hesap kitap işi. Bunu yapmadığınız sürece bir sürü dalış merkezi açılır siz korumak istediğiniz şeylerin büyük bir çoğunluğunu koruyamazsınız."* İS1 ise yaşam koşulları ve ekonomik unsurların etkisiyle işletmelerin sürekli el değiştirmesi ve sürdürülebilir olmadığına ilişkin düşüncelerini*: "(...) İşletmeler her sene yeni işletme açılıyor. Bir sene dayanabiliyor. Sonra kaçıp gidiyorlar. Çünkü çokta uzaktan göründüğü gibi böyle havanın altı ay çok güzel olması altı ay turizmden para kazandığınız anlamına gelmiyor. Kiralar çok yüksek hayat şartları her geçen gün daha ağırlaşıyor. Yani küçük bir sahil kasabasında emekli maaşıyla yaşayayım hayali için Kaş uygun bir yer değil."* şeklinde aktarmaktadır.

Kaş'ın yerli turistler arasında popülerleşmesiyle birlikte bölgede ekonomik anlamda enflasyon, fırsat maliyeti, turizme aşırı bağımlılık, düşük ücretli geçici ve/veya istikrarsız istihdam yaratma ve yaşam maliyetinin artması sorunları ortaya çıkmıştır. Dolayısıyla, turizme bağlı olarak oluşan enflasyon nedeniyle mülk kiraları önemli ölçüde artmıştır. Bununla birlikte, talebin artmasıyla beraber coğrafik olarak dar bir alana sahip olan Kaş'ta planlama eksikliği nedeniyle belirli dönemlerde aşırı turizm, konut yetersizliği, işletmelerin sürekli el değiştirmesi, kayıt dışı apart sistemi sorunları ortaya çıkmıştır *(Alan Notları 10, 28/09/2019)*. Kaş'a yoğun talebin etkisiyle yiyecek-içecek, konaklama fiyatlarındaki artış nedeniyle yaşanan gelişmeleri katılımcılardan İS10: *"Fiyatlarda ciddi bir artış olmaya başladı. Alkollü içecekler, konaklama ve restoranlar özellikle çok yükselmeye başladı. Çünkü talep artmaya başladı. (...) Şimdi talep arttıkça popüler olmaya başladıkça yaşamın her kesiminden insanlar gelmeye başladı. Konaklama çok kısıtlı olduğu için, burada en çok ihtiyaç olduğu için herkes ona yönelmeye başladı. Herkes yasasız yolsuz ben de şunu kiraya vereyim ondan kazanç sağlayayım. Böyle bir oluşumlar başladı. Şu an Kaş'ta yaşayanlar, çalışanlar kalacak yer bulmakta çok zorluk çekiyor."* şeklinde ifade etmektedir. Talep artışı nedeniyle çalışanlara sunulan olanakların azalması kalifiye çalışan ve çalışanlar açısından konaklama sorununu gündeme getirmektedir. Bu kapsamda İS10'a benzer şekilde katılımcılardan TÇ12 görüşlerini şöyle ifade etmektedir: *"Hayat çok pahalı. Ev kiraları çok uçuk. İki artı bir evler çok pahalı. 70 metrekare evlere 2500 lira kira istiyorlar. Geçinmek çok zor burada. Gereksiz pahalı. Geçen Kurban Bayramı çok aşırı yoğundu. Çok kalabalıktı ve kimse boş oda bulamadı. Bu yıl herkes ev sahipleri bütün kiracılarını çıkardı ve apart yaptı."* YH14 ise planlama ve kapasite kontrolünün olmaması nedeniyle oluşan kalifiye eleman sorununu şöyle açıklamaktadır: *"Şimdi belli dönemlerde fiyatlar yüksek. Yüksek sezonda fiyatlar yüksek. Ama çokta yüksek değil. Başka yerlerle kıyaslarsanız çokta yüksek değil. Hizmet var mı maalesef o da çok fazla yok. Dedim ya her şey planlamadan yapıldığı için. Adam Kaş'ta ne biliyim şu anda restoran kapasitesi turist kapasitesi 1000 ise restoranların kapasitesi 1500-2000. 1000 gelen Kaş'a 1500-2000'lik kapasiteli ruhsatı niye veriyorsun. Adam para kazanamayınca kalifiye eleman getiremiyor. Kalifiye eleman getiremeyince kaliteli hizmet veremiyor."*

Kaş aşırı talebin olumsuz etkilerinden biri olan kayıt dışı apart sorunu ile yüzleşmektedir. İY22 kayıt dışı apart sistemi ile ilgili düşüncelerini: *"Apart olayında da bizim en büyük sıkıntımız konaklamacıları etkileyen kaçak apart çok fazla var. Yani senin bir tane daha evin var. El altından bana söylüyorsun öbürüne söylüyorsun. Müşteri olursa ben veriyorum eşyalı evim var. Kaydın küreğin yok. Böyle şeyler bu sene acayip fazla şekilde patlama var. Bu da bizleri çok fazla etkiliyor."* şeklinde ifade etmektedir.

Kaş'ta belirli dönemlerde aşırı turizme bağlı olarak ve coğrafik yapısı nedeniyle bölgenin altyapısı ve üstyapısı aşırı talebi karşılamakta yetersiz kalmaktadır *(Gözlem Raporu 1, 26/08/2019, 45").* Katılımcılardan İS1 sezonun yoğun olduğu dönemlerde altyapı ve üst yapının yetersiz kaldığına işaret ederek düşüncelerini şöyle aktarmaktadır: *"(...) Daha çok turistin gelmesi iyi bir şey mi? Yani bir sürü turisti iki ayda buraya cümbür cemaat getirmek mi? 12 ay boyunca onu yayıp getirmek mi? Çünkü Kaş zaten gerçekten çok küçük bir yer. Bayramlarda adım atacak yer olmuyor. Elektrikler kesiliyor. Sular kesiliyor. Bayramlar burada rezalet geçiyor. Otoparklarda yer kalmıyor. Geçen bayram dört gün boyunca su gelmedi. Bütün işletmeler mahvoldu. Senin altyapın yok ki böyle bir turist getirmeye. Bir boru patlıyor bir hafta su gelmiyor yaz ortasında. Düşünebiliyor musunuz?"* YH18'in sezonun yoğun olduğu dönemlerin insan ilişkileri üzerindeki etkilerine yönelik düşünceleri şöyledir: *"Çok berbat. Çok sıkışık oluyor. İnsanlar yani birbirine girme noktasına geliyor. Havanın sıcak olması. Yani ne yapacaksın. Buralar acayip berbat oluyor. Trafik kitleniyor. En büyük sorun otopark sorunu var."* YH40 aşırı turizm nedeniyle ekonomik anlamda zararların oluşabildiğine ilişkin görüşlerini şöyle ifade etmektedir: "*Altyapısı yetersiz Kaş'ın. Kapasitesi 5000 kapasiteli. 5000 kapasiteli yere 50.000 kişi gelirse ne elektrik ne de su dayanır. Kaş'ta iki gün su kesildi. Sezonda öyle. Kışın öyle bir sorun yaşanmıyor. Altyapı yok. Altyapı olmayınca tamamlamadan üstüne sürekli bir şey yapılıyor. Öyle olunca da her şey sorun oluyor. Burada üç kere elektrik kesilmesi demek 150 bin liralık arıza benim için."*

Kaş'ta turizmin gelişimiyle birlikte çevresel açıdan değişimler yaşanmıştır. Bu kapsamda doğal çevrede bozulma, tarihi yapılarda değişimler ve yapılaşma sorunları ortaya çıkmıştır *(Gözlem Raporu 2, 27/08/2019, 90")*. İS1 turizmin gelişim göstermesiyle birlikte Kaş'ın doğal ve özgün yapısını kaybettiğini belirterek düşüncelerini şöyle aktarmaktadır: *"Dokusu kalmadı, doğası kalmadı, her yer inşaat. Bir çıkın bakın beachler yaptılar. Bütün*

doğal çevreyi yok ettiler. Katlettiler. Bu daha çok başlangıç. Ben size 5 sene sonrasını söyleyeyim. Beş sene sonra gelin Kaş'a bakın şimdiki halinden çok farklı olacak. Çok hızlı bir şekilde kötüye gidiyor." İS3 yapılaşma nedeniyle doğal kaynakların yok edilmesiyle yaşanan değişimi: "*Çevresel açıdan bakarsak çok yapılaşma oldu. İmara açılmayacak yerler ranta imara açıldı. Yeşil alan kalmadı. Şu anda oturduğumuz yerde terliyoruz. Kaş'ın yamaçlarında sütleğen otu var. Sütleğen otu nemi çeker. Ne zaman çevre yolu açıldı, binalar yapıldı çok nem oldu."* şeklinde ifade etmektedir. YH7 ise turizme yönelik gerçekleştirilen uygulamaların doğal çevre ve kaynaklar üzerinde etkili olduğunu belirterek görüşlerini şöyle açıklamaktadır: "*Çevre ve biraz doğa kirleniyor. Deniz kirleniyor. Burada en büyük problem arıtmayı yanlış noktaya koydular. Ben öyle düşünüyorum. O arıtma denizi kirletiyor. Tam dikkat edilmiyor. En büyük sorun o. Çevre talan oldu. Daha çok kirletiyoruz."*

İS39'un turizmin olumlu etkilerinin yanında olumsuz etkilerine ilişkin görüşleri şöyledir: "*Bir yandan gelir standartlarını yükseltti turizm. Bozucu etkisi oluyor oradaki çevreye doğaya. Çünkü kolay para olduğu için zeytinlik ve tarla gibi yerler hızla binaya dönüşüyor. Arazi fiyatları yükseliyor, tarım terk ediliyor. Hızla yükseliyor. İmar yasası bir şey olmadığından bütün her şeyi bozuyor. Baktığında genel olarak olumsuz etkisi var turizmin bu zihniyetle yapıldığında."*

Turizmin Kaş üzerindeki olumsuz etkilerinin yanında olumlu etkileri de bulunmaktadır. Ekonomik açıdan değerlendirildiğinde Kaş'ta ekonomi önemli oranda turizme bağlı bir şekilde ilerlemektedir. Kaş merkez dağlık bir coğrafyada konumlandığı için tarım faaliyetlerine uygun değildir. Dolayısıyla, turizm faaliyetlerinin yoğun olduğu Kaş merkezde ekonomi tamamen turizme dayalı bir şekildedir *(Araştırma Günlüğü 23, 26/11/2019)*. Turizm bu anlamda Kaş'a gelir sağlama, istihdam sağlama, iş ağlarını güçlendirme, yerel halkın yaşam kalitesini arttırma ve tarihi alanları korunması gibi olumlu etkileri bulunmaktadır. Bu kapsamda, turizme bağlı bir şekilde varlığını sürdüren bir destinasyon olan Kaş'ın turizmine ilişkin katılımcılardan İS2'nin düşünceleri şöyledir: *"Turizmin Kaş'a etkisini soruyorsanız eğer, Kaş'ın ekonomisinin %80'i turizm. Turizm olmasa Kaş'ta hiçbir şey olmaz. Ekonomi asla dönmez. Dolayısıyla Kaş'ın yaşayabilmesi için turizmin sürüyor olması lazım. Kaş'ta herkes turizm sezonunda çalışır. Kışın da yatar. Kışın Kaş'ta market dışında tüpçü dışında bir ekonomi dönmez. Onlarda zorunlu*

ekonomilerdir zaten. Kaş demek turizm demek. Başka bir şeyi yok. Tarım marım falan dümen yani."

Turizmin gelişimi Kaş'ın peyzajında iyileşmeler ve kaynaklara ulaşım açısından olumlu gelişmelere yön vermiştir. Bu kapsamda, katılımcılardan İS12'nin görüşleri şöyledir: *"Bu resmi görüyor musun? 80'den önce 78-79. Bu sokağın resmi bak bu sokak. Faydası var mı yok mu işte burada. Bu 100 sene öncenin fotoğrafı değil. 40 sene öncenin fotoğrafı. Bu bina olduğu gibiydi. Bu evlerin yarısı böyleydi. Kaş eskiden beri sadece memur olanın yaşayabildiği yer. Başka bir şey yok ziraat yapılacak yer yok. (...) Bak Kaş'a yol yok. Zaten Kaputaş yolu 70'li yıllarda yapıldı. Ondan önce Antalya'ya gitmen imkânsız. Gemi gelirse çay ve şeker alabiliyorsun. Ondan sonra memurlar için sürgün yeri. Yani öyle bir terk edilmiş bir yer burası. Buranın bugün buraya geldiği noktaya neyle gelmiş turizmle gelmiş."* STK23 ise turizme bağımlı bir şekilde ilerleme gösteren Kaş'ın coğrafik yapısı nedeniyle turizm dışında başka bir seçeneğinin olmadığını şöyle ifade etmektedir: *"Kaş merkezde hem coğrafi yapısından hem de altyapı kaynaklarından turizm dışında başka bir seçeneği yok. Tamamen bağımlı. Çünkü tarım yapamazsınız kayalık bir alan. Aynı zamanda suyunuz yok. Aynı zamanda çok güneş alan rüzgârlı bir alan olduğu için verimsiz bir toprak. (...) Kaş'ta turizm yapmazsanız başka hiçbir şey yok. Turist gelmezse işletme olmaz. İşletme olmazsa çalışan olmaz. Çalışan olmazsa kasap, market ve otel olmaz."*

Turizmin Kaş'a olumlu etkilerinden bir diğeri ise sosyo-kültürel açıdan sunduğu katkılarıdır. Sosyo-kültürel açıdan yeni insanlarla tanışma, kültürel alışveriş ve vizyonun gelişmesi gibi olumlu katkıları bulunmaktadır. Bu kapsamda, İS3 yabancı turistlerin bölgedeki yaşam biçimi üzerindeki etkilerini şöyle ifade etmektedir: *"Kültürel açıdan artık hani yabancı müşteri ile çalışmak bile Türk bile olsa başka insanlara hizmet etmek kültürü geliştiriyor. Saygı olarak olsun. Bilgi olarak olsun. Tamam önce insanlar burada tatile gitmiyordu. (...) İnsanlarda pasaport bile yoktu. Biz burada sadece yabancılara çalışıyorduk. Ben 2000'lerden beri tekneciyim. 2000'lerden beri ben Türk müşteriyi götürmediğimi hatırlıyorum. 2010'larda 2008'lerde 8-10 senedir hepsi artık bir pasaport alayım vize alayım. Her sene bir yere gidiyor. Artık tatil kültürü oluştu. (..) Olumlu yönlerden arttı. Kültürel öyle bir artısı var her zaman."* Farklı kültürleri ve insanları tanımanın dünya genelinde yaşayan halkların yaşam biçimine ilişkin bilgilerin öğrenilmesine katkıda

bulunduğunu belirten İS25 görüşlerini şöyle açıklamaktadır: *"İster istemez bir etkileşim içine giriyorsun. Onlar gezip kültürünü tanırken sen de onlardan birkaç şey öğreniyorsun. Alışveriş yaparken sohbet ediyorsun. Sana kendi kültürü, yemek, giyim ve kıyafet gibi bir şeylerden bahsediyor. Aaa diyorsun Arjantinli şöyle. Amerikalı, İngiliz aynı şekilde. Bunları topladığında dünya insanları hakkında birçok şey öğreniyorsun."* STK26'nın yabancı turistler ile gerçekleşen kültürel alışveriş neticesinde oluşan dostluklara ilişkin görüşleri şöyledir: *"Olumlu açıdan şöyle sürdürülebilir turizm yaptığınız zaman yabancı ve yerliler arasında kültür iletişimi oluyor. Çok değişik arkadaşlarınız oluyor. Dünyayı gezmeden başka ülkelerin başka insanların kültürünü tanımış oluyorsunuz. Güzel dostluklar oluyor."*

Turizmin sosyo-kültürel açıdan olumlu etkilerinin yanında bölgeye özgü ürünlerin yok olması, kültürel açıdan dejenerasyon gibi olumsuz etkilerinin bulunduğu katılımcılar tarafından belirtilmektedir. Kaş'a özgü Barak kilimi kültürünün ve el yapımı ürünlerin zaman içerisinde yok olduğunu belirten YH14 düşüncelerini: *"Kaş'a özgü bir şeyde yok. Barak kilimi var o da bitti. Eskiden çoktu. Kuyumcu derici, kilimci, halıcı çoktu. Ama işte yaptıkları yanlışlar yüzünden kalmadılar. O zamanlar 1000 lira etmeyecek halıyı 1000 dolara sattılar. 1000 lira etmeyecek altını 1000 dolara sattılar. Eskiden antik ürünler, tamamıyla el ürünü sayılacak şeyler satılıyordu. Şimdi fabrikasyon ürünü satılıyor."* olarak ifade etmektedir. Turizmin ekonomik getirisinin kültürel dejenerasyona yol açtığını belirten İS25'in görüşleri şöyledir: *"Olumsuz etkileri şu kültürel yobazlaşma başladı. Eskiden yardımlaşma diyalog koptu. Para araya girince soğukluk oluştu. Herkes paraya göre konuşur oldu. Yardımlaşma eskiden daha fazlaydı. Şimdi nezaketen geliyorlar. Bu iyi bir şey değil. Herkes para kazanma ve bir şeye odaklanma derdinde. Kaş'ı kaybediyoruz. Çok para kazanmak için bir sürü şey yapıyorlar. Para kazanıyoruz ama değerlerimizi kaybediyoruz."* Turizm gelişiminin Kaş üzerindeki etkilerinden bir diğeri de tarihi yapılarda yaşanan değişimlerdir. Bu kapsamda YH34 turizmin bölgede başladığı süreçte olanaksızlıklar nedeniyle tarihi Rum evlerinde yaşanan değişimi şöyle açıklamaktadır: *"(...) Güzelim Rum evlerinde gelişmeler başladı. Ev pansiyonculuğunda bir tık artış oldu. O evler pansiyona döndü. Bu kötü bir gelişmeydi. Çünkü evlerin içi inşası bozuldu. O zamanlar Kaş'ta çok yokluk var. (..) Öyle ha deyince seramik inşaat malzemesi bulamıyorsun. Antalya 8-9 saat. Elindeki imkanlarla kötü malzemelerle işler yapıldı. Güzelim yerler değişikliğe uğradı."* İS38 ise tarihi kaynakların

korunmadığına ilişkin düşüncelerini şöyle aktarmaktadır: *"Hiçbir şey yapılmıyor. Bu şeyde, bu ortamda, bu koşullarda hiçbir şey yapılmıyor. Bu kaynak demektir akıl demektir, bakış açısı demektir. Bu bir vizyon perspektif. Yok ki. Şu küçük ilçenin zeminine bakın, kral mezarlarına bakın. Pazar yerinde bir tane şey vardır. Mezar vardır. Kamyonet gelmiş vurmuş mezarın köşesi kırılmış. (...) Bizim ülkemizde kamyon gelir vurur kimse bir şey yapmaz. Çünkü o bir taş. Altındaki anlama kimse bakmıyor."*

Kaş'ta turizmin genel yapısı değerlendirildiğinde turizm faaliyetleri altı ay olarak devam etmektedir. Ancak, belirli dönemlerde doluluk sağlanmaktadır. Turizm faaliyetleri mevsimsel değişimlerden bu anlamda önemli ölçüde etkilenmektedir *(Araştırma Günlüğü 23, 26/11/2019)*. Mevsimsellik sorununun var olduğu Kaş'ın kaynaklarının doğru bir şekilde değerlendirilmediğini belirten İS38 düşüncelerini şöyle açıklamaktadır: *''Burada 10 ay turizm olabilir. Mesela mart, nisan, mayıs, haziranın 15ine kadar trekking, sağlık turları, Likya yolu var. (...) 3000 yıllık ticaret yolu. Ondan sonra haziran, temmuz, ağustos, eylül bu işler olur. Ekim, kasım, aralık burada ocak ayında deniz suyu sıcaklığı 20 derece. Burada bir sürü antik kent var. (...) Dört mevsim Kaş projesi vardı. Bizim de desteklediğimiz, dalgıçların desteklediği bir projeydi. Adam Ekim olunca dükkanını kapatıyor. Otelini kapatıyor. Öyle olunca kışın burada turizm olmuyor. Bir şekilde zorunlu bırakmaya çalıştılar ama tutmadı."* İS41'in turizm sezonunun kısa sürmesi ve yapılabileceklere ilişkin düşünceleri şöyledir: *''Turizm burada 100 gün. 101. gün burada hiçbir şey bulamazsın. Kışın gelen adamlar denizle ilgisi olamayan adamlar. Dağlarda yaşarlar çevre köylerde otururlar. Bir Hijazz açık olur. Oraya giderler müzik dinlerler. Onun dışında hiçbir şey yok. 12 aya yayılabilir mi? Tabi ki yayılabilir. Onun için otellerin açık olmasıyla ilgili devlet desteği olması lazım."*

Kaş'ta tanıtım faaliyetleri kapsamında STK'lar ve yerel yönetimlerin desteğiyle çeşitli çalışmalar gerçekleştirilmektedir. Bu kapsamda yurt içinde ve yurt dışında fuarlara katılım sağlanmaktadır. Bunun yanında sosyal medya, bölgede çekilen film ve diziler Kaş'ın tanıtımı üzerinde etkili olmaktadır. Katılımcılar, tanıtım faaliyetlerinin yeterliliği ve etkili oluşu konusunda farklı görüşlere sahiptir. Katılımcılardan bazları tanıtım faaliyetlerini yeterli buluyorken bazıları yetersiz bulmaktadır. Bu kapsamda, tanıtım için fuarlara gidildiğini ve ağızdan ağıza bir şekilde tanıtım faaliyetlerinin gerçekleştiğini belirten İS10 görüşlerini:

"Emitt fuarına gidiyoruz. Yetersiz ama yapılabilecek münferit birtakım çalışmalar var. Valla insanlar pekte uğraşmıyor. Emitt'e ben bu yaşımda gidiyorum gönüllü olarak. Orada üç dört gün vakit geçiriyorum. Ben gitmesem bunları anlatacak insan yok. Stantta duracak adam yok. Herkes parasını kazanmış ne de olsa. Doğru müşteriyi almak lazım. Yoksa tanıtım zaten kartopu gibi gidiyor. Sürekli insanlar begonvil fotoğrafı paylaşıyor. Onlar 10 tane arkadaşını daha getiriyordur." şeklinde ifade etmektedir. Bireysel anlamda tanıtım faaliyetlerinin daha yoğun olması ve tanıtım nedeniyle belirli dönemlerde aşırı turizm sorunu yaşandığına ilişkin YH14'ün görüşleri şöyledir: *"Kaş'ın tanıtımı da acenteler bireysel tanıtım yaparlarsa yapıyorlar. Onun dışında yine yok. Çok fazla tanıtılmasını istiyor muyuz? Çok fazla tanıtılmasını da istemiyoruz. İki sene önce burada film çekildi. Filmden sonra bir patlama oldu. İki sene patlama var. Bu patlamalar iyi patlamalar değil. Kaş'a zarar veren patlamalar. Bayramlarda yatacak kalkacak yer yok."* Kaş'ın tanıtımının doğru bir şekilde gerçekleştirilmediğini belirten İS24 görüşlerini şöyle ifade etmektedir: *"Bence Kaş'ın tam anlamda tanıtımının yapıldığını düşünmüyorum. Yeterli bulmuyorum. Ama aslında doğru argümanlarla yapılmıyor. Doğru malzemelerle yapılmıyor. Doğru malzemelerle yapılmış olsa daha iyi olacağını düşünüyorum. Çok dediğim gibi doğru nokta atışı dediğimiz şekilde çok yani bilirkişilerden yardım alındığını düşünmüyorum."* YH40 ise yeni sosyal medyanın Kaş turizminin tanıtımı üzerindeki etkilerini şöyle açıklamaktadır: *"Tanıtım iyi. Yeni sosyal medya Youtube, Instagram etkili oluyor. Aa o gitmişse bende giderim mantığı olduğu için. Youtuberlar falan video çekiyor. Onu gören de gelmeye çalışıyor. O gitmiş biz niye gitmeyelim."*

Kaş'ta turistlere sunulan hizmet/ürün çeşitliliğine ilişkin olarak katılımcıların görüşleri değerlendirildiğinde konaklama, yiyecek-içecek ve aktivitelerinin yeterli olduğu belirtilmektedir *(Gözlem Raporu 2, 27/08/2019, 90")*. Katılımcılardan İS3 aktivite çeşitliliğine ilişkin düşüncelerini şöyle açıklamaktadır: *"Kaş yetiyor bence. Her şey var az çok. Dalış zaten, paraşüt, dağ yürüyüşü, bisiklet, kanyon. Öyle aktiviteler müşterilere çok uzak değil. Kanyon manyon, kanodur birçok yerde yok. Ama burada yapabiliyorsunuz. (...) Onun dışında köyler falan çok gelişti. Köylerde sanat kampları var. Yoga yapılan yerler var."* Konaklama seçeneklerinin herkese hitap ettiğini ve çeşitlilik gösterdiğini belirten İS22'nin görüşleri şöyledir: *"Bence bu anlamda iyi. Konaklama herkese hitap eden şekilde.*

Gelir seviyesine uygun şekilde. Gidip kampingde kalabiliyorsunuz. Otelde, bungalovda ve pansiyonda da kalabiliyorsunuz. Gelen turistin kendi ihtiyacı doğrultusunda nerde nasıl kalmak istediğine bağlı. Burada tabi seçenekler sunuluyor. Turiste seçim şansı sunuluyor." Yiyecek ve içecek çeşitliğine ilişkin olarak T29'un görüşleri şöyledir: *"Yiyecek içecek uluslararası değil. Ama biz seviyoruz. Seyahat ettiğinde bir ülkeye yiyecek için de gidiliyor. İyi yemek önemli bir unsur. Ama genel olarak iyi. Bazı turistler uluslararası seviyordur. Ama biz seviyoruz yerel yemekleri yemeyi."*

Kaş'ta sezonun yüksek olduğu dönemlerde aşırı turizm nedeniyle konaklama seçeneklerinin yetersiz kaldığı katılımcılar tarafından belirtilmektedir. İS1 konaklamanın yetersiz olduğu döneme ilişkin düşüncelerini şöyle açıklamaktadır: *"Bakın şimdi neyle kıyasladığınıza bağlı. Konaklama yeterli. Ama bayramda yetmiyor. Çok turist geldiğinde yetmiyor. Her şey var yiyecek içecek açısından. Esnaf lokantasından tut balık restoranlarına kadar her şey var. Aktiviteden bol bir şey yok zaten. Ama aktivite yapan turist yok. Çoluk çocuk dondurma kuyruğunda bekleyen turist geliyor. Turist profili değişti dediğim gibi. Dalış yapıp sadece dalış yaptığının fotoğrafını Instagrama koymak için dalan insanlar geliyorlar."* İS9 hizmet/ürün çeşitliliğinin olmadığını belirttiği düşüncelerini şöyle ifade etmektedir: *"Biraz bilmediklerinden kolay olanı yapıyorlar. Yani meyhane açayım herkes meyhaneye geliyor onu vereyim. Aktivite açısından çok şey yapılabilir. Deniz var. Deniz sporu da yapılabilir ama. Yiyecekler de öyle çeşitli bulmuyorum."* İS24'ün ise hizmet/ürün çeşitliliğine yönelik görüşleri şöyledir: *"Son yıllarda konaklama arz ve talebe göre değişiyor. Temmuz Ağustos'ta yeterli olmayabiliyor ama yani. Yeterli sayıda değil. Ya bir kere konaklama anlamında yetmiyor. Kaş küçük bir yer. Kaş kişi sığdırabiliriz. Dolayısıyla bu yetmiyor. Yemek çeşitliliği açısından evet bir şeyler var. Herkesin tercih edeceği anlamına gelmiyor. Evet et var, balık var, o var bu var. Ama belki farklı şeyler isteyen insanlar vardır diye düşünüyorum. Ben burada hala şey olarak eksik birçok şey var mesela. Burada birçok şey eksik diyebilirim."*

Kaş'ta düzenlenen etkinlikler değerlendirildiğinde her yıl düzenli olarak çeşitli aktiviteler gerçekleştirilmektedir. Bu kapsamda, Likya Kültür ve Sanat Festivali, Kaş-Meis arası yüzme yarışı, dünya serbest su altı dalış şampiyonası, turizm haftası etkinlikleri ve 29 Ekim Cumhuriyet Bayramı etkinliği düzenlenmektedir *(Araştırma Günlüğü 23, 26/11/2019)*.

Ancak, katılımcılar etkinliklerin yetersiz olduğunu ve Kaş'ın kültürünü tam olarak yansıtmadığını belirtmektedir. Bu kapsamda İS2'nin Kaş'a özgü etkinliklere ilişkin düşünceleri şöyledir: *"Çokta bir şey yok aslında. Bir Likya festivalimiz vardı bizim haziran ayında düzenlenen. O da yerel yönetimlerin iyi yönetilememesinden ilgi uluslararası Likya festivalinden bence ulusal gömbe festivaline dönmüş durumda. Yani böyle zamanında MFÖ'lerin geldiği tiyatroların, dans gösterilerinin gösterildiği bir yerken şimdi Aleyna Tilki'nin geldiği enteresan bir yere gitti. Onun dışında aslında Kaş'ta organize bir hareket yok. Daha bireysel festivaller ya da organizasyonlar."* YH14 ise Kaş'a özgü gerçekleştirilen festivalin zamanla değişimine yönelik olarak düşüncelerini şöyle açıklamaktadır: *"Festival yapıldı. Adı Likya festivali. Ama amacından saptı. Kültür ve sanat festivali diye başlandı. O dönemde ilk iki senesinde bazı organizatörlerin iyiliğindendi. Biraz daha aklı başında hareket edilmesindendi. Kültürle ilgili sanat ile ilgili festival yapılıyor yurt dışından falan şeyde doğu blok ülkelerinden de olsa birileri geliyordu. Dans folklor ekipleri geliyordu. Değişti. Amacından saptı. O festival amacından saptı."*

Kaş'ın turizm yapısı ve sunulan olanaklar açısında değerlendirildiğinde pek çok ayırt edici ve kendine özgü özellikleri bulunmaktadır. Bu anlamda katılımcılar Kaş'ı neden tercih ettikleri veya turistler tarafından neden tercih edildiğine ilişkin olarak çeşitli yaklaşımlarda bulunmuşlardır. Kaş'ı büyük şehirlerin yoğunluğundan kaçıp bir kaçış yeri olarak seçen, tesadüfen gelip yerleşen ve turist olarak gelip sonrasında yerleşen önemli bir kitle bulunmaktadır *(Alan Notları 9, 25/08/2019)*. Kaş'ı tercih etmesinde öne çıkan unsurların başında büyükşehrin karmaşasından kaçışın etkili olduğu belirten İS2'nin düşünceleri şöyledir: *"Ben daha önce buraya yıllar boyunca tatilci olarak gelip gittim. 1999'da ilk geldiğimde buraya yerleşmek istediğimi hissetmiştim. (...) Yıllar içerisinde geliş periyodum arttı. Yıllar içerisinde İstanbul'dan da çok sıkılmaya ve yorulmaya başladım. Bir nevi kaçış olarak Kaş'a geldim."* Kaş'ı tercih etmesinde samimiyetin etkili olduğunu belirten İS8'in ise görüşleri şöyledir: *"Tesadüfen Kaş'a gelmiştim. Bir düğüne gelmiştim. Kaldım tatil yaptım. Çok hoşuma gitti. Özellikle sanayi olmaması, bozulmamış olmaması, insanlarının çok yardımsever ve sıcak olması beni cezbetti açıkçası. Bu yaştan sonra da hayatımda bir değişiklik yapmak istedim. Buraya geldim ve çalışmak istedim. Böyle ufak bir yer açıyım derken burası kısmetmiş."* Öncelikle turist olarak öncesinde geldiğini ve kendine özgü yapısı

nedeniyle tercih ettiğini belirten İS9 düşüncelerini şöyle ifade etmektedir: *"Daha önce gelip sevdiğim bir yerdi. Kendi otantik bir dokusu vardı. Hala var. Gerçi biraz değişmeye başladı. O yüzden tercih ettim."*

Kaş, son yıllarda gözde tatil destinasyonlarından biri olarak öne çıkmaktadır *(Araştırma Günlüğü 3, 30/05/2018)*. Katılımcılar ile yapılan görüşmelerde Kaş'ın tercih edilmesinde öne çıkan unsurların; doğal güzellikleri, güvenli bir bölge olması, samimiyetin var olması, tarihi bölgelere yakın olması ve ev sahipliği yapmasının etkili olduğu belirtilmektedir. Butik turizm faaliyetlerinin sunulması nedeniyle tercih edildiğini belirten İS2 düşüncelerini: *"O tür turizmi tercih edenlerin tercih ettiği yer. Bence Türkiye'nin en güzel doğası diyeyim yani. Hakikaten inanılmaz bir doğa. İstediğin gibi sessizlik ama istediğin kadar eğlencenin de olduğu. Ama işte yarım saat sonra bir Yunan adasına gidebildiğin acayip birtakım şeylerin yan yana geldiği yer burası. Çokta rahat ve özgürlükçü bir kasaba olduğu için."* olarak ifade etmektedir. İS24 ise Kaş'a ulaşımın zorluğunun doğal yapısını korunması üzerinde etkili olduğunu şöyle açıklamaktadır: *"(...) Bir kere birçok yere uzak olduğu için, aslında herkesin ulaşamadığı bir yer. O anlamda biraz daha sakin. Orayla karşılaştığımızda burası şey gizli bir cennet burası. Çünkü sakin. Bir kere sakinliğini tercih ediyor, hala doğallığını, hala bozulmamış direnen bir dokusu var. Hatta direniyor bir şekilde."* STK31'in Kaş'ın öne çıkmasında doğal ve tarihi güzelliklerinin etkili olduğuna yönelik görüşleri şöyledir: *"Bir kere şu var havası, suyu tertemiz. Bir de güzel bir görünüşü var. Tarihi zenginliği ve özelliği var. Çok eskiden Likya'dan başlıyoruz Romalılar, Bizanslılar, Osmanlı ve Türkler var. Zengin ve kültürel miraslar var. Deniz olayı var. Kafa dinlemek için ideal bir yer. Bir de alternatif çok burada."*

Aktivite çeşitliliği ve dalış turizminde öne çıkan destinasyonlardan biri olan Kaş'ın *(Araştırma Günlüğü 19, 23/10/2019)* tercih edilmesine yönelik olarak katılımcılardan İS9 görüşlerini şöyle açıklamaktadır: *"Birçoğu dalış için, Likya yolu bu da önemli bir faktör. Yabancı turistten bahsediyorsan onlar bu aktiviteler çok önem veriyor sezon başı ve sonunda. Likya yolu önemli bir faktör. Medeniyetlere ev sahipliği yapan Patara, Demre var. Bu büyük bir etki olarak düşünüyorum. Başka, işte yine kendine özel bir aurası olması o da etkenlerden biri zannedersem. Meis var. O da bir etken."* İS11'in turistlerin tercihinde samimiyetin etkili olduğunu belirttiği görüşleri şöyledir: *"Mükerrer gelişlerinin temelinde de burada*

oluşturdukları ahbaplık yatıyor. Birincisi samimiyet, ikincisi yani demek ki burada rahat ettiren bir şey var. Burada da insan faktörünün ön planda olduğunu düşünüyorum. Sadece deniz olsa her yerde deniz var. Dalış başka yere de gider dalarsın. Paraşüt Babadağ'da da yaparsın. Bence insanları Kaş'a getiren birebir kurdukları ilişki. Gerçekten samimi bir ilişki sunabildiğin için buraya gelen yabancıları gelmelerinin devamlılığında çok önemli bir husus olduğunun altını çizmek istiyorum." Turistlerin özgür bir şekilde tatil yapma fırsatına sahip olması, yerel toplum ve turist arasındaki ilişki düzeyinin iyi olmasının Kaş'ın tercih edilmesinde etkili olduğunu belirten İS382'in düşünceleri şöyledir: *"Buradaki davranış biçimleri. Birisi sizi kolunuzdan çekmiyorsa siz iyi hissediyorsunuz kendinizi. Size bir şey satmak peşinde koşmuyorlar. Bu çok önemli bir şey. Niye Kaş. Bir sürü ülke var. Burada bir sıcaklık var. Eskiden daha derindi iyiydi. Çok daha kapsamlı. Bu alanlar bitmedi hala sürüyor. Bu farklılık oluşturuyor hala."*

Kitle turizm faaliyetlerinin yoğun olarak gerçekleştiği Antalya bölgesinde Kaş sunduğu butik turizm yapısı nedeniyle farklılık taşımaktadır *(Gözlem Raporu 3, 28/08/2019, 55")*. Bu bağlamda değerlendirildiğinde Kaş Antalya ilinin bir ilçesi olarak ayırt edici özellikleri nedeniyle öne çıkan destinasyonlardan biridir. Turizm faaliyetlerinin çeşitliğinin Kaş'ı turizmde öne çıkaran özelliği olduğunu belirten İS10'un düşünceleri şöyledir: *"Çok önemli bir destinasyon. Yani bizim bahsettiğimiz Turizm Bakanlığı'nın turist olarak gördüğü insanlar için çok önemli bir yer değil. Önemli olan kaç tane yatak var, kaç kişi yatıyor, kaç kişi kalkıyor. Bu insanlara ne harcadık cebindeki paraları ne şekilde alabildik gibi bir sorun yok. Bunlar turizm değil bizim yaptığımız işler. (...) Devede kulak bir yer onlar için. Bizim için önemli. Benim için Likya bölgesi dünya çapında bir yer. Bu kadar pazarlara yakın, bu kadar el değmemiş bölgenin olduğu, bu kadar potansiyelin olduğu bir yer yok. Çünkü deniz var, dalış var. Bir kademe çıkıyorsunuz kanyonlar var. Oradan bir kademe çıkıyorsunuz lokal hayatı görüyorsunuz çobanlar. Bir kademe çıkıyorsunuz yeşil doğa, dağlar."*

Türkiye'de önemli koruma alanlarına sahip olan Kaş'ın öne çıkan bir destinasyon olduğunu belirten STK23 görüşlerini şöyle aktarmaktadır: *"Şöyle bakmak lazım Antalya için önemi ne. Aslında Akdeniz için özel bir alan. Burası özel çevre koruma alanı statüsünden daha sonra koruma bölgesi olarak ilan edilmiş bir bölge. Kaş'tan Kekova'ya kadar büyük bir alan koruma altında. (...) Bazı alanlar balıkçılığa yasak bazı alanlar ise tamamen girişe*

yasak. (...) O yüzden hala Antalya ve Türkiye için önemli olan daha yerleşilmemiş koruma altında oldukça çok kıyısı var. Türkiye'de yerleşime açılmamış kıyı Kaş Kekova arasında. Bu çok önemli bir potansiyel."

Kaş'taki turizm yapısının çarpan etkisinin olduğunu belirten YY33 görüşlerini şöyle açıklamaktadır: *"Kaş bir lokomotif. Baktığımız zaman Antalya'da diğer Belek Kemer oralarda insanlar otele geliyor, bütün ihtiyaçlarını oradan görüyor ve bu ülkeden çekip gidiyor. Kaş'ta öyle değil. Kaş'a gelen insanlar her yere gidiyor. Komşu ilçelerimize de gidiyor. Bütün mahallelerimizi dolaşıyor. Toplumla da iç içe oluyor. Kaş bu yönüyle özel. Bu açıdan Kaş'ın turizmini çok önemsiyoruz. Doğrudan girdilerin yanında dolaylı girdilerimiz var. Sadece Kaş olarak değil civar ilçelere de Antalya'ya da bizim Kaş olarak gerçekten ciddi katma değer yarattığını düşünüyoruz."*

Önemli tarihi bölgelere yakın bir konumda bulunan Kaş çeşitli medeniyetlere ev sahipliği de yapmıştır. Bu açıdan değerlendirildiğinde kültür turizminde önemli potansiyeli olan Kaş'ın bu özelliği nedeniyle öne çıktığını belirten İS38'in görüşleri şöyledir: *"Ben bu bölgeyi şey olarak görüyorum çok önemsiyorum. Gelme nedenlerimden biri de dünyanın ilk parlamentosu şurada Patara. Bugünkü demokrasi denilen ilk kurulduğu yer. İlk parlamento var. Bu bilinen en eskilerden. Burası bir ticaret yolu. Uygarlıklar, Likyalılar varmış. Ondan sonra şeyler ezip geçmiş. Büyük İskender, Selçuklular, Bizanslılar, Romalılar, Osmanlı ve Cumhuriyet. Şu şehrin bir altını kazırsanız bir sürü medeniyet çıkar."*

Kaş'ta turizm faaliyetlerinin yoğunluk kazanması ve ulaşımı zor bir coğrafya da yer alması nedeniyle ulaşım seçeneklerinin arttırılmasına yönelik çeşitli girişimler bulunmaktadır. Bunlar: Batı Antalya Havaalanı ve otoban projesi şeklindedir *(Araştırma Günlüğü 25, 30/11/2019).* Ancak, katılımcılar ile yapılan görüşmelerde bu projelerin ekonomik, sosyal ve çevresel anlamda Kaş üzerinde önemli değişikliklere yol açacağı belirtilmektedir. Ulaşımın zor olmasının Kaş'ı koruduğunu belirten TÇ6'nın görüşleri şöyledir*: "Kaş bölgesinde bence son dönemde yaşadığımız şey havaalanı projesi. Havaalanı projesi gündemde, otoban projesi gündemde. Kaputaş plajının halka açık hale getirilmesi, işletme haline getirilmesi. Trafikte bir yoğunluk bence bunlar yanlış uygulamalardı. Çünkü, eğer gerçekten ulaşım kolaylaşırsa Kaş daha çabuk bozulur."* Havaalanı projesinin mevcut turizm yapısını değiştirebileceğini belirten STK23'ün görüşleri şöyledir*: "Hükümet yeni bir*

vizyonla buraya bir havaalanı yapmak istiyor. Yaklaşık 15 km yukarıda. Yine plansız trafiği, ara yolları, ilçedeki turist sayısı hesaplanmadan bir yatırım yapılacak. Bunu yaptıklarında ilçeye büyük zarar gelecek. Çünkü yoğun bir inşaat dönemi geçirecek. Bu da ilçenin odaklandığı turizm yönünden uzaklaşmasını sağlayacak. (…) Ondan sonra siz alanlarınızı otel yapmak için açarsınız sonra yolları genişletmeye başlarsınız, sonra petrol istasyonları kurmaya başlarsınız. Odaklandığınız şey gider" Havaalanı projesinin gerçekleştirilmesi butik turizm faaliyetleri sunulan Kaş'ta turizmin kitleselleşmeye doğru bir yön verebileceğini belirten STK26 düşüncelerini: *"(…) Bir havaalanı gelirse yollar her şey birbirini izleyecek. Alan daha kitleselleşme büyümeyle kitle turizminin baskısı altında kalacak. O zaman Kaş'ı kaybedeceğiz tabi ki. Yeni imar planı yapıldı. Yeni gelen imar planı maalesef köylülerin atalarından kalma evleri barkları çoğu gidiyor. Köylü için yapılmamış bir imar planı. Bu da Kaş turizmine pozitif bir şey getirmez. (…) Ama buranın doğallığıyla sürdürülebilir bir şekilde turizme götürmek yerine daha işleri karıştıracak kitle turizmine götürecek şekilde yapılıyor her şey."* şeklinde ifade etmektedir.

Kaş'a ilişkin turizm istatistikleri incelendiğinde (Bkz. Şekil 4.1 ve 4.2) yabancı turist sayısında düşüşün yaşandığı ve yerli turist sayısında artışın olduğu görülmektedir. Turizm istatistiklerinde yükseliş yaşansa da katılımcılar Kaş'ın destinasyon yaşam döngüsünde bulunduğu aşamaya ilişkin çeşitli yaklaşımlarda bulunmuşlardır. Katılımcılardan bazıları Kaş'ın turizm gelişimi sürecinde gerileme ve düşüş aşamasında olduğunu belirtmektedir. Kaş'ın turizmde gerileme döneminde olduğunu belirten TÇ6 görüşlerini: *"Bence gerileme döneminde. Şöyle bir gerileme var beş senedir kötüye gidiş var. Ama şey olarak duraksama da potansiyel olarak. Çok insanın gelmiş olması, geliyor olması bunun iyi olduğu anlamına gelmiyor yani. Potansiyel profil çok kötü bir kere. (…) Beş sene önce böyle başladı kötüye gideceği. Kötüye bir gidiş var."* olarak ifade etmektedir. İS9 turizmde düşüşünde çeşitli unsurların etkili olduğunu belirttiği görüşlerini şöyle aktarmaktadır: *"Bazı pazarlarda yükselişte, iç pazarda. Ama Türkiye dışı pazarda düşüşte olduğu için Kaş direk etkileniyor. Dediğim gibi kaymak bir tabakanın eski Kaş müşterisi olanlar özellikle politik nedenlerden dolayı gelmemesinden dolayı o açıdan düşüşte."*

Turist profiline bağlı olarak düşüşlerin yaşandığı ve işletmeler bazında düşüşlerin yaşandığını belirten İS10'un görüşlerini şöyle açıklamaktadır: *"Çok düştü. Çok fazla yerli*

geldiği için benim gözümde. Herkese göre değişir. Otellere göre yükseliştedir. Otellerin hepsi dolmak zorunda. İnsanlar önce uyumak zorunda ve yemek yemek zorunda. Restoranlar ve oteller özellikle yükselişte. Ama diğer ufak kafeteryalar, kafeler olsun işte butikler olsun özellikle bunlarda düşüş var. Ekonomi de sıkıntı var. Fiyatlar yüksek. Mecbur yüksek olmak zorunda çünkü bizim giderlerimiz yüksek." İS11 Kaş'ın turizminde düşüşte olduğuna yönelik görüşlerini şöyle açıklamaktadır: *"Kaş düşüşte ama şöyle bir balonun içerisinde yükseliyor. O balon boş. Kiralar 2000 lira. 2000 liralık ne var Kaş'ta. 2000 liralık katma değeri nedir Kaş'ın. Tiyatron mu var? Sineman mı var? Yok. Ama 2000 lira. 240.000 lira kira. Ne olacak bu işin sonu. Bunu nasıl ödeyeceksin? Nasıl karşılayacaksın? Adam diyor ki kirayı çıkarttım. Geçen seneninkini çıkardın. Bu seneyi ne yapacaksın. Gireni çıkaracaksın."* İS15 turizmde değişimlerin yaşandığı Kaş'a yönelik düşüncelerini şöyle aktarmaktadır: *"Bence Kaş düşüşte. (...) Böyle giderse daha da düşüşe girecek. Bu ortamın turiste pozitif bir etki bıraktığını söyleyemem. Kaş'a gittik, tatil yaptık, yüzdük. Deniz çok güzel. Ama çokta önereceklerini düşünmüyorum. Kaş'a gidin şöyle özellikleri var. Buraya niye gelsin. Kaş'ın bir özelliği vardır. Buraya gelince ya seversin ya hiç sevmezsin. Arada bir durum yok. Eskiden gelenler çok severdi. (...) O zaman dalış dışında başka paylaşımlar oluyordu. Başka muhabbetlere geliyordu. Şimdi dalıyor ve gidiyor insanlar."* Kaş'ın turizmde gerileme sürecinde olduğunu belirten İS37'in düşünceleri şöyledir: *"Bence aslında gerileme dönemindeyiz. Gelen çok insan var ama bakınca kalite anlamında düştük. Çünkü en basiti şey görüyorum. Sadece sosyal medyada burayı duymuş. Ben Kaş'tayım demek için gelen insanlar gördüm. Bunu gördüm ben. Turizm bu değil. İnsanlar sürekli eline telefon alıp sağı solu çekip. Turizm bu değil."*

Kaş'ın turizmde yaşanan değişimlerin etkilerini STK23 şöyle özetlemektedir: *"Değişim yaşıyor. Şimdi Türk misafirlerle çalıştığınız çalışma süreniz kısalıyor. Dışarıdan bir etken olmazsa 15 haziran dan eylül başına kadar çalışıyorsunuz. Maksimum 100 gün çalışabilirsiniz. (...) Bu 100 günde neye sebep verir. İşletmeler el değiştirir, yeni işletmeler açılır. Kaş turizmi için şu anda ayakta kalabilme, hayatta kalabilme zamanı. Bir değişim var. Ama şu anda kendini hayatta tutabilecek kadar bir gelişim var. (...) Şu anda ilçeyi ziyaret eden misafirler popüler olduğu için gelip görmek istiyorlar."*

Katılımcılardan bazıları ise Kaş'ın destinasyon yaşam döngüsünde yükselişte olduğunu belirtmektedir. Yabancı turist açısından düşüşün olduğu kabul edilse de yerli turistin tercih ettiği bir destinasyon olması nedeniyle turizmde yükselişte olduğu belirtilmektedir. İS2'nin gelişime yönelik düşünceleri şöyledir: *"Bence stratejik en hassas noktalarından birinde. Şöyle ki fark edildi, büyümeye başladı. Umut ediyorum o büyüme sağlıksız bir ivmeyle gidip turistin buraya ne oldu ya deyip terk edeceği bir yer halini almaz. Bu fark edilmişliği doğru değerlendirip belli bir yerde tutarsa Kaş'ta Toscana olur. Ama öbür türlü Yunanistan'ın bir adası olur. Ama öbür türlü de Türkiye'nin Kuşadası olursa Kaş için çok kötü olur."* T29 turizmin yükselişte olduğuna yönelik görüşlerini: *"Yerlide yok ama turistte düşüş var. En iyi dönemini yaşıyor Kaş. İşte dedim ya seçimleri doğru noktada yerliye yaptığı için. Yerliye kolay arabaya atlayıp gelebiliyor. Yabancı için zor. Onun için havaalanlarından transfer yapmak zorundasın."* şeklinde açıklamaktadır. STK27 ise Kaş'ın turizmdeki konumunu*: "Şu anda Kaş 2016 krizinden sonraki düşüşten bir çıkış trendinde. Şu anda 2014 rakamlarını yakalama çabası içindeyiz. Bizim en çok ciro yaptığımız seneler 2014-2015'ti. Onları 2019'da hala yakalayamadık. Hani biz bir çıkıştayız."* olarak ifade etmektedir.

Kaş'ta turizm gelişimi genel olarak değerlendirildiğinde turizm gelişiminin olumlu etkilerinin yanında olumsuz etkilerinin bulunduğu görülmektedir. Günümüzde popüler bir destinasyon olan Kaş popülerlik nedeniyle mevcut turizm yapısını kaybederek değişimi yaşamak durumunda kalmaktadır. Katılımcılar ile yapılan görüşmeler, gözlemler ve alan incelemeleri sonucunda Kaş'ta turizm gelişimi sürecinde yaşanan sorunlar ve zorluklar; aşırı turizm, planlama eksikliği, alt yapı ve üst yapı yetersizliği, turizm bilincinin oluşturulmaması, tanıtımın etkili olmayışı, ekonomik, sosyal ve çevresel değişimler, kapasite kontrolünün olmaması, ayırt edici özelliklerinin korunmaması ve öne çıkarılmaması olarak belirlenmiştir *(Alan Notları 4, 28/08/2019)*. Bunun yanında, turizmde yaşanan bütün bu gelişmelerde paydaşların üstlendiği rol önem arz etmektedir. Dolayısıyla, Kaş'ta turizm paydaşlarının turizm gelişiminde ve yeniden canlandırma sürecindeki rollerine ilişkin bulgulara bir sonraki bölümde yer verilmiştir.

4.2. Turizm Gelişimi ve Yeniden Canlandırma Sürecinde Paydaşların Rollerine İlişkin Bulgular

Turizm paydaşları bir destinasyondaki turizm gelişimi sürecinde aktif bir şekilde rol üstlenmektedir. Böylelikle, turizm gelişimini etkilemekte ve turizm gelişiminden etkilenmektedirler. Paydaşların her biri kaynakların kullanımı, yönetimi, pazarlanması, planlaması, örgütlenmesi, koordinasyonu ve kontrolü sürecinde farklı rollere sahiptir (Buhalis, 2001, s. 99). Paydaşların bazıları turizm gelişiminde önemli rol üstlenirken bazılarının bu durumda daha önemli rolleri bulunabilmektedir (Getz ve Timur, 2005). Bu çalışmada Kaş'taki turizm paydaşları araştırmanın katılımcılarını oluşturmaktadır. Paydaşlar merkezi ve yerel yönetimler, STK'lar, yerel halk, işletme yöneticileri/sahipleri, turizm çalışanları ve turistler olarak belirlenmiştir ve yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Katılımcılar ile yapılan görüşmelerde paydaşların turizm gelişimindeki rollerine ilişkin sorular yöneltilmiştir. Katılımcılar turizm gelişimine en çok destek veren paydaşların yerel yönetimler ve STK'lar olduğunu belirtmektedir.

İS5'in turizm gelişimine en çok destek veren paydaşların STK'lar ve yerel yönetimler olduğuna yönelik görüşleri şöyledir*: "Turizm tanıtma derneği. Ondan sonra su altı dalış derneği. Başka da belediye de sürekli destekliyor."* Benzer şekilde en çok destek veren paydaşların STK'lar olduğunu belirten TÇ6 görüşlerini şöyle açıklamaktadır*: "Turizm derneği ve STK'lar bu anlamda daha aktif. Yerel yönetim daha siyasi alanda kaldığı için tam aktif olamıyor.* STK31'in yerel yönetimler ve STK'ların turizm gelişimine destek verdiğine ilişkin görüşü şöyledir: *"Koordine çok önemli. Bunu belediye sağlıyor. Burada bir de otelciler ve restorancılar birliği var. Bunlar her zaman toplantıları finanse ediyorlar. Burada turizmden ekmek yiyenler. Tanıtımı finans ediyorlar. Geçen yıl ne yapılmış ne eksik ne yapabiliriz. Belediye başkanı veya ilgili birileri yapıyorlar. Onların yapması gerekiyor. O yapmazsa turizm olmaz."*

Yukarıda değinildiği gibi turizme destek veren paydaşların sınırlı olması ve buna bağlı olarak paydaşların turizme desteğinin yeterli olmadığı katılımcılarca belirtilmektedir. Bu bağlamda, bireysel bir şekilde turizme ilişkin faaliyetlerin yürütüldüğü belirlenmiştir. Bu kapsamda katılımcılardan İS2'nin görüşleri şöyledir: *"Öyle olmuyor işte. Bu hep şeye dayanıyor bizim açımızdan. Burada kitlesel turizmi isteyenler ve istemeyenler olarak. Bu işin*

böyle sürdürenler otobanlar, havaalanları yapılsın. Buralara beş yıldızlı oteller yapılsın. İşte bizim çocuklarımızda beş yıldızlı otellerde çalışsın isteyenler de var. Hayır burası böyle kalsın, lokal haliyle çok daha güzel diyenler var. Böyle bir ayrım var açıkçası. Onlar kendi aralarında paydaşlar. Biz de kendi aramızda paydaşlarız." YH14 turizm faaliyetlerinin bireysel yürütüldüğüne ilişkin görüşlerini şöyle aktarmaktadır: *"Şu anda işletmeciler kendi çabalarıyla yapıyorlar bir şeyler. En iyi kendi bireysel çabalarıyla iyi bir hizmet verebiliyorlarsa bu Kaş için artı oluyor. Veremiyorlarsa da bir başkasının gelipte Kaş'ın turizmi şöyle yaparsak daha iyi olur diyen birileri yok. Ya da denilse bile dinleyen birileri yok."* Turizme desteğin yeterli düzeyde olmadığını belirten YH18 düşüncelerini şöyle aktarmaktadır: *"Genelde yabancı turistler destek veriyor. Burada yaşayan yerleşmiş. O insanlar destek veriyor. Kaş'ın üç beş insanı destek veriyor. Kaş bozulmasın diye. Fazla da destek çıkan yok. Herkes kendini kurtarma derdinde. Günübirlik yaşanıyor."* STK27 ise turizm gelişiminde yerel halkın desteğinin önemini vurgulayarak düşüncelerini şöyle açıklamaktadır: *"Turizmin korunması için halkın desteği şart. Halk yoksa bir şey olmuyor. Burada yerel yönetimin turizme bir desteği bence asla yok. Çünkü ne yapacaklarını bilmiyorlar. Bir planları yok ellerinde. Yerel yönetimi boş verin Türkiye'nin bir turizm master planı yok. Nereye gittiğini bilen yok. Planlayan yok. Bu tren gidiyor. Gittiği yere kadar."*

Paydaşlar arasındaki iş birliğinin düzeyi turizm gelişiminde etkili olan önemli unsurlardan biridir. Turizm destinasyonlarında birden fazla paydaşın varlığı iş birliğinin sağlanması sürecinde zorlukların yaşanmasına yol açabilmektedir. Paydaşlar arasındaki iş birliğinin düzeyine ilişkin olarak Kaş'ta kolektif bir iş birliğinden ziyade bireysel anlamda iş birliğinin olduğu belirtilmektedir *(Araştırma Günlüğü 16, 1/08/2019)*. Bu kapsamda iş birliğinin düzeyine yönelik İS11 görüşlerini: *"Sürecin tamamına yön verebilecek bir ölçüdeki iş birliğinden söz edemeyiz. Ama anlık sıkıntıları giderebilmek anlamındaki son derece insani destek iş birliğinden söz edebiliriz. Ama bu iş birliği sürecin tamamını etkileyebilecek, yenileyebilecek, onu sürdürebilecek bir manada değil."* şeklinde ifade etmektedir. TÇ32 iş birliğinin genele yayılamadığına yönelik olarak görüşlerini şöyle açıklamaktadır: *"Kısmen var. Çoğu birbirine düşman. O benden daha çok iş yapıyor. Şikâyet edeyim de işleri azalsın. Çekememezlik çok fazla var. Bir de fiyat dengesi yok burada. Aynı*

şeyi satıyor bir yer 20 liraya bir yer 70 liraya satıyor. Konaklamada olsa anlarım. Binan yenidir. Pansiyon bölgesinde kişi başı 400 lira. Yarımada da günlük 7000 lira veren var." İS38'in iş birliğinin bireysel anlamda olduğunu belirttiği görüşleri şöyledir: *"Turizm derneği var. Onlar çalışıyor. Sualtı ile ilgili bizim derneğimiz çok ciddi şey yapıyor. Herkes kendi bulunduğu alanı kendince korumaya çalışıyor. Yine geldik işin bireysel kısmına. Böyle olunca da iletişim eksik oluyor. (...) Mesela biz batık indiriyoruz. Gelen turist onun otelinde kalacak. Biz o gemiyi getirip batırdık. (...) Ama bu benim tek başıma sağladığım bir yarar değil ki. Senin otelimde kalacak senin restoranında yiyecek. İş birliği yok. Öyle gözüken alanlar var. Ama planlanmış hesaplanmış bir iş birliği değil. Mevcut olaya göre anlık gelişen şeyler."*

Katılımcılardan bazıları ise Kaş'ta turizm gelişimi sürecinde iş birliğinin sağlandığını belirtmiştir. İşbirliğinin sağlandığına dair İS5'in düşünceleri şöyledir: *"İş birliği var. Biz dolduk diyelim. Hemen arkadaşları arıyoruz. Boş yer var mı diye. Ya da işte bir kişi açıkta kaldı diyelim hemen onu bir şekilde yerleştiriyoruz. O konuda Kaş'ta bir sorun yok. İş birliği var. Yemek yerlerini de yönlendiriyoruz. Burada şudur şurada şudur diye. O anlamda iş birliği çok fazla."* İşbirliğinin turizmin gelişimi ve devamlılığı açısından önemli olduğunu vurgulayan STK31 düşüncelerini: *"İş birliği var. O olmadan olmaz. Turizmden ekmek yiyen bakkal, berber, tekneci, paraşütçü, otelci toplanıyor. Toplantılar katılıyor. Onların hepsi bir şekilde maddi manevi bir şekilde ortaya şeyini koyuyor. Turizmin devam etmesi için iş birliği olmak zorunda."* şeklinde ifade etmektedir. İş birliğinin genel anlamda sağlandığını belirten YY33 ise görüşlerini şöyle ifade etmektedir*: "Şimdi herkes kendi gücü oranında sorumluluğu ve verebileceği destek oranında turizme yönelik şeyler yapmaya çalışıyor. Burada kurumlar genelde iş birliği içerisinde. Belediye olarak herkese kapımız açık. O yüzden belediye herkese buyurun diyor. O yüzden kesinlikle iletişimde, diyalogda, iş birliğinde hiçbir sıkıntımız yok."*

Kaş'ta iş birliğinin düzeyine yönelik katılımcılar ile yapılan görüşmelerde iş birliğinin sağlanamadığı belirtilmiştir. İşbirliğinin sağlanamamasının nedeni olarak bireysel çıkarların öne çıkmasının üzerinde durulmaktadır. Bu kapsamda, turizmde yaşanan değişimlerin etkilerine yönelik olarak fikirsel anlamda iş birliğinin olmadığını vurgulayan İS2'nin görüşleri şöyledir: *"Yok. O raddede uzlaşılmış durumda değil yani. Taksici diyor ki tabi ki*

beş bin kişilik otelle ben beş bin kişinin taksiciliğini yapayım. Sen de diyorsun ki beş bin kişilik otel farkında mısın? Bir şey olmaz bir şey olmaz diyor. Öyle bir şey var. İsteyenler ve istemeyenler." YH40'ın iş birliğinin sağlanamama nedenlerinin başında kişisel çıkarların ön plana çıkarılarak hareket edildiğini belirttiği görüşlerini şöyle açıklamaktadır: *"İş birliği yok. Genelde herkes burada birbirini şikâyet ediyor. Neresi iş yapmaya başlarsa hemen şikâyeti basarlar. Kaş'ın öyle bir gıcık durumu var. Çekememezlik var."* Planlama eksikliği nedeniyle paydaşlar arasında iş birliğinin sağlanamadığını belirten STK27'nin görüşleri şöyledir: *"Bir plan proje olmayınca neyin iş birliği yapılsın ki. Yani yok öyle bir şey."*

Kaş'ta turizm paydaşlarının rollerine ilişkin bulgular değerlendirildiğinde turizm gelişiminde önemli rol üstlenen paydaşların STK'lar ve yerel yönetimler olduğu belirlenmiştir. Bununla birlikte, Kaş'ta kolektif bir iş birliğinden ziyade bireysel anlamda çalışmaların gerçekleştirildiği görülmektedir. Paydaşların turizm gelişimi üzerinde önemli rolü bulunmaktadır. Ancak, elde edilen bu bulgular Kaş'ta iş birliği eksikliğinin olduğunu ve turizme desteğin yeterli düzeyde olmadığını göstermektedir. Dolayısıyla yapılan görüşmeler, gözlemler ve incelemeler kapsamında turizmin gelişiminde öne çıkan sorunlar bir araya getirildiğinde, Kaş'ta turizmin yeniden canlandırılması ihtiyacı ortaya çıkmaktadır *(Araştırma Günlüğü 19, 23/10/2019).*

Çalışmanın ana amacını oluşturan yeniden canlandırma stratejilerinin; Kaş'ın turizm gelişimi süreci, gelişimi etkileyen içsel ve dışsal unsurlar, turizmin mevcut durumu ve son olarak paydaşların rolleri neticesinde elde edilen bulgular bir araya getirilerek belirlenmesi amaçlanmaktadır. Bu bağlamda bir sonraki bölümde yeniden canlandırma stratejilerine ilişkin bulgulara yer verilmiştir.

4.3. Yeniden Canlandırma Stratejilerine İlişkin Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde, yeniden canlandırma stratejilerine yönelik gerçekleştirilen tümevarımsal analiz sonucunda oluşan temalara ilişkin bilgilere yer verilmiştir. Bir önceki bölümde yer alan turizmin gelişimi, mevcut durumu ve paydaş rollerine ilişkin elde edilen bulgular neticesinde yeniden canlandırma ihtiyacının olduğu belirlenmiştir. Bu bağlamda, gerçekleştirilen analiz sonucunda dokuz ana tema ortaya çıkmıştır. Belirlenmiş olan temalar katılımcı yorumlarına dayandırılarak tartışılmıştır. Bu

kapsamda, oluşan dokuz ana temaya ve alt temalara (Bkz. Şekil 4.7) detaylı bir şekilde yer verilmiştir.

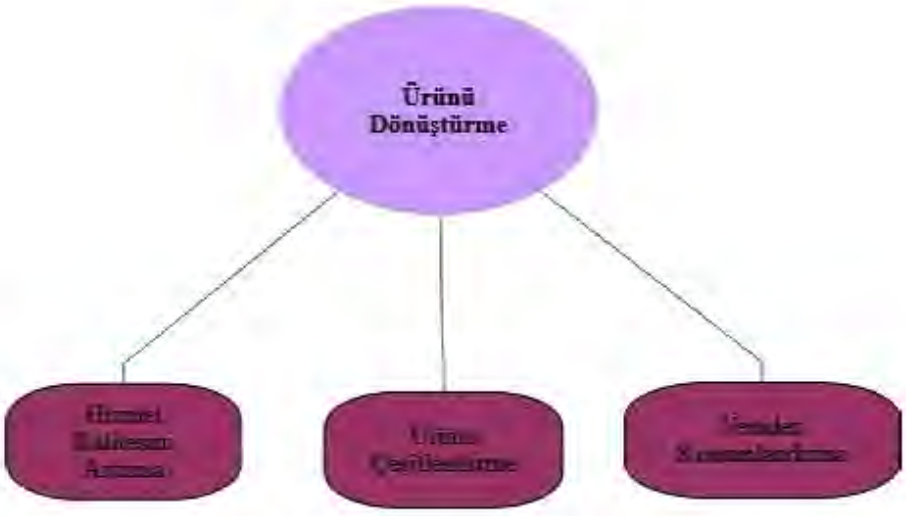
4.3.1. Ürünü dönüştürme

Ürünü dönüştürme teması (Bkz. Şekil 4.3), yeniden canlandırma sürecinde uygulanan temel stratejilerden biridir. Ürünü dönüştürme sürecinde, destinasyon arz unsurları talep yapısına bağlı olarak dönüşüm yaşanmaktadır (Butler, 1984; Agarwal, 2002). Kaş açısından değerlendirildiğinde son yıllarda talep yapısında değişiminin yaşandığı turizm istatistikleri ve katılımcı ifadelerine bağlı olarak ortaya konulmuştur. Böylelikle, talep değişimine bağlı olarak sunulan ürün/hizmet yapısında değişimler yaşanmaktadır *(Araştırma Günlüğü 21, 9/11/2019)*. Talep değişimiyle birlikte, işletmelerin ekonomik açıdan sürdürülebilirliğini sağlayabilmek amacıyla sunmuş olduğu hizmet yapısında yaşanan değişimi İS9 şöyle ifade etmektedir: *"(...) Daha otantik restoranlar varken birçok restoran meyhanaye dönüştü. Meyhaneler açılmaya başladı. Meyhane kültürü olmaya başladı. Arz talep olunca ona göre dönüşüm başladı. Herkes kaliteden ziyade şeye bakmaya başladı. İşverenler mekân sahipleri paraya önem vermeye başladı. Para para, daha çok daha çok."* Alternatif turizm faaliyetleri sunulan ve dalış turizmi açısından Türkiye'de öne çıkan bir bölge olan Kaş'ta, turizm talebinin değişimi dalış turizmi yerine tekne turu seçiminin artması ve aktivitelere katılımda düşüşlerin yaşanmasına yol açmıştır. STK23 talep değişimine bağlı olarak ürün/hizmet yapısında yaşanan değişimleri şöyle açıklamaktadır*: "(...) Alternatif turizm yapan acentalar yavaş yavaş işlerini değiştirmeye başladılar. Daha çok tekne turu, safari satışına yöneldi. Önceden burası alternatif spor yapan bir ilçeydi. Bisiklet, sea kayak, kanyon çok avantajlı bir bölge ama. Türk turist bunlara karşılık verebilecek sosyal yapıda değil."*

YH34 sunulan ürün/hizmet yapısında yaşanan dönüşümlerin Kaş'ın sahip olduğu imajın zedelenmesine yol açtığını ve mevcut durumda sunulan turizm yapısında sürdürülebilirliğin mümkün olmadığını şu sözleriyle açıklamaktadır: *"Şimdi gelmiş birinden duymuş ailesini getirmiş. Halbuki burası çocuklu aileye uygun değil. Öyle bir plaj alanı yok. Çok az. Bir Akçagerme birde belediyenin İnceboğaz plajı var. Çocuklu ailelere çok fazla bir sunum da yok. Akşam ne yapacaklar falan. Herkes gelmeye başladı. Çadır şeyi başladı. (...) Şimdi geldiler ortalık bir karıştı. Hala dört senedir ortalık karışık. Tam şimdi Kaş'ın önlem alması lazım. Çok sınırda bir yerde. Bir dönemece geldi. Şöyle bir tehlike geldi. Kaş'ın 30*

yıllık bir imajı var, kültür turizmi ve sürdürülebilir turizm üzerinde. Bir ismimiz iyi kötü varken şimdi müşteriye göre dükkân açanlar dükkânı çevirenlere döndü en tehlikeli olay. Gelmiş beach club istiyor. Buyurun saçma sapan müzik, buyurun en salak pahalı restoranları. Bu geçici şeyler bölgenin sonunu getirir."

Butik turizm özelliğine sahip olan Kaş'ta talep değişimi sunulan hizmetin yapısını değiştirmektedir. Bu bağlamda, kitlesel turizmin etkilerini ve Kaş özelinde turist profilinde yaşanan değişimlerin sunulan turizm ürünü üzerindeki etkilerini STK23 şöyle aktarmaktadır: *"(...) Türkiye'de turizme kitlesel turizm olarak bakıldığı için böyle bireysel turizm yapan şeylerin şansı biraz zor. (...) Antalya'ya 17 milyon turistten bahsedilir. Bunların 16 milyonu otele girer sonra geri gider. Bunların, Türkiye ekonomisine ve ilçeye çok katkısı yoktur. Butik turizmde bizim Türk halkı çok butik turizme alışmadığı için bu konuda yönelimler bunlara yöneltiyor. Örneğin, sorunuzun cevabı 2010'larda burada daha çok alternatif müzik dinlenirken şimdi popüler müziğe doğru gidiyor. Çünkü müşteri bunu istiyor. Tüketim kültürü işte müşteri de biraz belirliyor. Siz ne kadar direnseniz de ilçe ve müşteri olarak. Sosyal medyada Kaş'ın çokça paylaşılması, burada filmler çekilmesi burayı cazibe alanı haline getiriyor. Gelen müşteri aradığını bulamadığı için yönlendirme yapıyor. Tabiki müzik onlara göre değişiyor, dondurma tezgâhları oluyor her yer."*



Şekil 4.3. *Ürünü dönüştürme teması*

Agarwal (2002) destinasyonların yeniden canlandırılması sürecinde ürünü dönüştürme aşamasında hizmet kalitesinin iyileştirilmesi, yeniden konumlandırma ve ürünü çeşitlendirme stratejilerinin uygulanabileceğini belirtmektedir. Kaş özelinde

değerlendirildiğinde, talep değişiminin etkisiyle yaşanan değişimlerin ve dönüşümlerin mevcut yapının bozulmasına yol açtığı görülmektedir. Katılımcı yorumları genel anlamda değerlendirildiğinde Kaş'ta hali hazırda bir ürün/hizmet dönüşümünün yaşandığı gözlemlenmektedir. Ancak, uzun yıllar yabancı turist hakimiyetinde olan Kaş'ta sunulan turizm faaliyetleri alternatif turizm şeklinde sunulmuştur. Bu açıdan bakıldığında katılımcıların yaşanan değişime olan yaklaşımları olumsuz bir yapıdadır ve mevcut durumda çeşitli zorluklarla karşılaşılmaktadır. Dolayısıyla, ürün/hizmet dönüşümünün Kaş'ın turizm yapısına uygun bir şekilde geliştirilmesi gerekliliği ihtiyacı öne çıkmaktadır. Bu kapsamda, destinasyonun yeniden canlandırılması sürecinde ürünü dönüştürme teması kapsamında ***hizmet kalitesini artırma***, ***yeniden konumlandırma*** ve **ürünü *çeşitlendirme*** alt temaları oluşmuştur (Bkz. Şekil 4.3).

4.3.1.1. Hizmet kalitesini artırma

Hizmet kalitesini artırma teması, turizm destinasyonlarında sürdürülebilirlik sunulan hizmetin kalite düzeyi ile bağlantılıdır. Koordinasyon ve profesyonel bir biçimde hizmet sunumunun gerçekleştirilmesi gelen ziyaretçilerin memnuniyet düzeyini ve yeniden gelme niyetini etkileyebilmektedir. Yeniden canlandırma stratejileri kapsamında değerlendirildiğinde ürün dönüşümü sürecinde hizmet kalitesinin artırılması önemlidir. Kaş özelinde değerlendirildiğinde, popülerliğin sunulan hizmetin yapısını etkilediği belirlenmiştir. Turizmin eşittir hizmet olduğunu ve sunulan kaliteli hizmet ile iyi sonuçların elde edilebileceğini belirten İS11'in görüşleri şöyledir: *"Bu faaliyeti yürüttüğün süre içerisinde hem destek hem köstek oluyorsun. Turizm bir kere başından sonuna kadar hizmet. Yani hizmet. Hizmet etmesini bilmiyorsan bu işi yapamıyorsun kardeşim. (...) Çünkü insan, çünkü hizmet. Gelen adama düzgün hizmet ettiğin vakit turizm var. Etmediğin vakit turizm yok. Turizm başka bir şey değil. Turizm üzerinde çok konuşacak bir şey değil turizmin tanımı belli. Kim hizmet ederse arsayı topluyor."*

Hizmet kalitesinin artırılmasında hizmeti sunan işletmelerin ve yönetimlerin rolünün önemini ve bunun yanında standartlaştırma ile bazı sorunların önüne geçilerek turizmin devamlılığının sağlanabileceğini belirten İY22'nin düşünceleri şöyledir: *"(...) Kaliteli bir turizm beldesi istiyorsan işletmelere de yönetimlere de iş düşüyor. Dediğim gibi herkes kalitesini artıracak. İyi bir kaliteli hizmet verecek. Kaliteli hizmetin maliyeti var. O maliyeti*

de fiyatlarına abartmadan yansıtacaksın. O zaman şey olur. Kaliteli turist ile eski haline kavuşur. Ben 380 derken yan taraftaki 250'ye oda verdiği zaman bunu engelleme gibi bir şansın yok." Benzer şekilde YY33 hizmet standartlarının yükseltilmesiyle turizmin devamlılığının sağlanabileceğine ilişkin düşüncelerini şöyle aktarmaktadır: *"Ama yani biz buradaki standardımızı iyileştirdikçe, düzelttikçe hem kalitemiz yükselecek hem de Kaş'ımıza ilgi alaka ve talep artacak. Bunun bilincindeyiz. Biz sadece kendi standardımızı yükselterek, şehir estetiğini daha iyi bir noktaya taşıyıp burada sürdürülebilir turizmi yapmaya çalışıyoruz."*

İS38 ise kaliteli hizmet sunmanın temel koşullarından birinin doğru ekibe sahip olmak ve standartlaştırmanın önemine değindiği görüşlerini şöyle açıklamaktadır*: "İşletme olarak kaliteli bir hizmet veriyorsanız, düzgün bir ekibiniz varsa tecrübeli ona göre davranıyoruz. Her sene bize 100 tane mail geliyor. İşte ben çalışmak istiyorum diye. İşletme için bu çok düşük bir maliyet demektir. Ama olayın kendisine baktığınız da yaptığımız işe göre doğru olduğunu düşünüyorum. Eğer kaliteli bir hizmet sunacaksan ona göre bir kadro bulundurmamız lazım. (...)"*

Genel anlamda,yaşanan talep değişimi ve buna bağlı olarak oluşan ürün dönüşümü hizmet kalitesini de etkilemektedir. Kaş'ta yüksek mülk kiraları, konaklama sorunları ve buna ilişkin olarak çalışanlara sunulan olanakların yetersizliği kalifiye eleman sorununu gündeme getirmektedir. Bu durum ise Kaş'ta sunulan hizmetin kalitesini etkilemektedir. Dolayısıyla, Kaş turizminin yeniden canlandırılmasında hizmet kalitesini artırma ihityacı ortaya çıkmaktadır.

4.3.1.2. Yeniden konumlandırma

Yeniden konumlandırma teması, bölge imajının yeniden düzenlenmesi ve güçlendirilmesi; düşük harcama yapanlar ve yüksek harcama yapan ziyaretçilere doğru özel ilgiyi sağlayan uygulamaların gerçekleştirilmesini ifade etmektedir (Agarwal, 2002). Kaş'ta yabancı turist profilinin yerli turiste dönüşmesi çeşitli sorunlara yol açmaktadır. Turist profilinin değişimi, popülerlik ve son yıllarda dünyada ve Türkiye'de yaşanan olumsuzluklar nedeniyle mevcut ürünün pazarlanmasında zorluklar yaşanmaktadır. Katılımcı yorumları bir araya getirildiğinde genel anlamda değişimlerin Kaş'ın mevcut durumu üzerinde sorunlara yol açması yeniden konumlandırma ihtiyacını doğurmaktadır.

Yeniden konumlandırma aşamasında rakip destinasyonlar belirlenerek bu yönde stratejilerin uygulanması önemlidir. Kaş açısından değerlendirildiğinde yaşanan gelişmelere bağlı olarak YH30 turist talebinin değişimini ve rakip destinasyonlara yönelimi şöyle açıklamaktadır: *"Türkler daha çok yoğunluğa geçti Avrupa'dan. Avrupa'da gelişen pozisyonlara göre Avrupa'daki turistin yönü değişiyor. Avrupa'daki turisti yönlendiren ordaki tur operatörleri. Türkiye'de bomba patladı gitmeyelim Karayiplere götürüyor. Ya da ne bileyim Maldivlere götürüyor. Ya da başka ülkelere götürüyor. Mesela Öger öyle yapıyor. Onlar istediği yere götürüyorlar. Türkiye'ye beş sene getirdiler. Fiyatlar 10 dolar ise 20 dolar olunca başka otel arıyorlardı. Otel, oda fiyatı yükselince daha ucuz otelleri olan ülkelere gidiyorlar. Ya da bölgelere gidiyorlar(...)."*

Turist talebinde yaşanan değişiminin Kaş'ın yapısına uygunluğu konusunda zorlukların yaşandığı belirlenmiştir. Turizmi etkileyen içsel ve dışsal unsurlar nedeniyle yabancı turist oranında yaşanan düşüşler mevcut yapıda zorluklara neden olmaktadır. Bu bağlamda değerlendirildiğinde, Kaş'ın turizmde durgunluk veya gerilemede olduğu katılımcılar tarafından üzerinde durulmaktadır. Turist profilinin değişimi, gelir dağılımının eşit bir şekilde dağıtılamamasına neden olmaktadır. Belirli ekonomilerin geliri elde etmesi pek çok işletmenin ekonomik açıdan sürdürülebilirliğini tehlikeye sokmaktadır. Kaş'ın turizmde çıkış noktasının alternatif turizm olduğunu ve turizmin çarpan etkisinin önemini vurgulayan STK23 düşüncelerini şöyle aktarmaktadır:*"Kaş'ın çıkış noktası alternatif turizmle yabancı odaklı spor seven, spor yapan ve alternatif olarak tatil yapabilecek kişilerin ve gelebileceklerin tekrar döndürülmesi gerekir. Eskiden 4-5 tane olan alternatif spor acentaları şu anda ikiye düşmüş durumda. Onlar da şu an zannetmiyorum ki bisiklet, kanyon turları yapsınlar. Daha çok tekne turu, deneme dalışı gibi etkiler yaratır. Türk turist dalışı merak ediyor yapıyor. Ama sadece bir kere yapıyorlar. Bizim hedeflediğimiz bu değil. Biz eğitim vermeliyiz. Dalış yapmalı ve sonra gelip ekipman satın almalılar. Daha sonra gidip seyahat etmeliler. Dalıştan örnek verebilirim. Dalışa tatile çıkan turist parasının sadece %15ini dalışa bırakır. Geri kalanını konaklama, satın alma ve yeme içmeye bırakır. Ama siz müşteriye iyi bir kurs vermezseniz bu domino etkisiyle her şey yıkılacaktır."*

Kaş'ta turist profilinin değişimi daha öncede değinildiği gibi bölgedeki paydaşlar tarafından olumsuz bir şekilde karşılanmaktadır. Yalnızca, belirli paydaşların gelirden pay

alması sürdürülebilirlik sorununu gündeme getirmektedir. Turist profilinin kalitesiz olduğunu belirten İS37 turist profilinin değişimi ve kalitesizlik kavramına bakış açısını şöyle açıklamaktadır: *"Kaş'a gelen insanlar şöyleydi. Sakin insanlardı. Kaş'ta çok eller havada bulamazsınız. Turgutreis ve Bodrum'da hangi beachteyiz selfi çektiren gibi şeyler yoktu. Çünkü Kaş'ta plaj yoktu. Yürüyerek denize girebileceğiniz yerler yoktu Kaş'ta. Ama bir müddet böyle oldu. İki sezon böyle bir furya geçti üstümüzden. Çok kalitesizler. Kalitesizlik ney. Sakinlik yerine o dümtek cıstak hiçbir şey ifade etmeyen müzik dinleyen, Ankara'nın bağları ile halay çeken."* İS41 ise turist profilinde yaşanan değişimi şöyle açıklamaktadır: *"(...) Turist profili de düşüyor. Eskiden daha zengin insanlar gelirken yerli ve yabancı, Şimdi kalite tamamen düştü. Hem Türk hem yerli hem yabancı olarak.*

4.3.1.3.Ürünü çeşitlendirme

Ürünü çeşitlendirme teması, yeni pazarları çekmek için daha önce keşfedilmemiş doğal, kültürel ve inşa edilmiş kaynakların iç pazarının büyük bir bölümünü yakalamak için yürüyüş, bisiklet gibi niş pazarların geliştirilmesini ifade etmektedir (Agarwal, 2002). Kaş özelinde değerlendirildiğinde, alternatif bir turizm destinasyonu olan bölgede talep değişimine bağlı olarak sunulan hizmette tektipleşme sorunu yaşanmaktadır *(Gözlem Raporu 3, 28/08/2019, 55").* Bununla birlikte, ürünü çeşitlendirme stratejisi turizm sezonunun uzatılabilmesi ve var olan kaynakların doğru bir şekilde kullanımına katkı sunması açısından önemlidir. Bu bağlamda, niş pazarlara yönelimin sağlanması Kaş'ın özgün bir destinasyon olarak öne çıkmasına katkıda bulunabilecektir.

Ürünü çeşitlendirme kapsamında aktivite çeşitliğinin önemini vurgulayan YH7'nin görüşleri şöyledir: *"Yeni aktiviteler yapılabilir. Buraya gelenlerin çoğu ben geleyim otelimde kalayım, sabah plajıma gideyim, tura gideyim, barlara gideyim ,eğleneyim. Sabah uyanayım. Bakış açısı bu. Öbür türlü daha neler yapılabilir onu düşünmem lazım. Valla buraya paraşütçü gidiyor. Dalış okulları olmasa kışın burda hiçbir şey yok."* Benzer şekilde aktive türlerinin çeşitliendirilmesi gerekliliğini belirten İS10'un görüşleri şöyledir: *Aktivitelerin çeşitlendirilerek (...) burada yapılabilecekler arasında spor turizmi yapılabilir. Kürek kampları yapılabilir. Spor turizmine ilişkin şeyler yapılabilir.(...) Bütün kayaların tırmanışa açılması. Tırmanış kışın yapılan bir aktivite. Tekneleri limana değil ya da paraglidingcilere bir pist açılması gerekiyor. Bizim de var paragliding. İniş alanının değişmesi ya da bölgenin*

yurt dışından gelen kişilere açılması lazım. Kanarya'da insanlar kış antrenmanlarını yapıyor sıcak diye."

İS37'nin benzer işlerin yapılmasından kaynaklı ürün çeşitlendirmenin mümkün olmadığına ilişkin görüşleri şöyledir: *" (...) Burada şöyledir. Bu ne açmış. Hemen yanına aynısından bir tane açarlar. Yenisini yap, başka bir şey yap. Bu ekmek kaç lira 100 lira. Bunun en az 50 lirasını ben yerim diyip aynısından bir tane daha açıyor. Kimse bişey geliştirmek çaba sarfetmiyor. Gördüğünü kopyalıyor."*

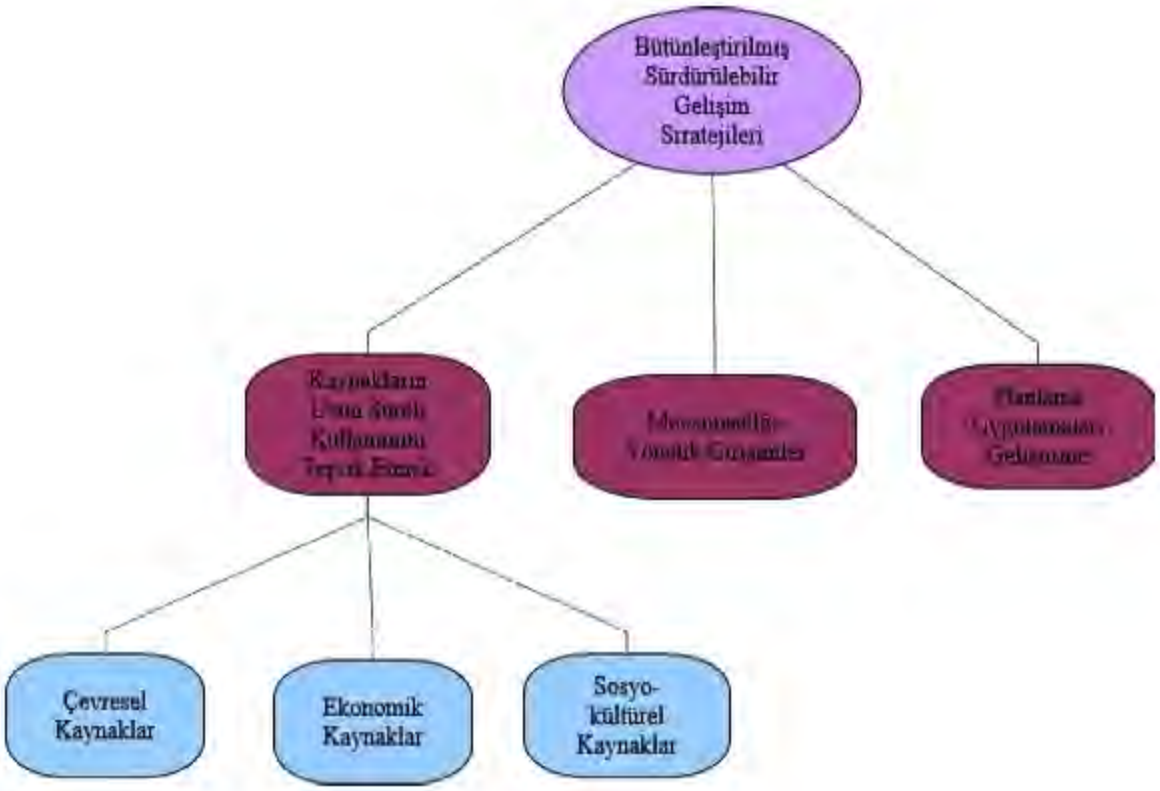
Kaş'ta sunulan konaklama seçeneklerinin çeşitliliği ve talebe bağlı olarak konaklama hizmeti sunan işletmelerin yapısında yaşanan değişimi STK23 şöyle ifade etmektedir: *"Kaş merkezinde oda kahvaltı olarak hizmet veren oteller var. Bu tarafta pansiyonlar aynı şekilde. Küçükçakıl bölgesindeki otellerde her sene yenileme yaparak Türk turistin konfor anlayışına uygun odalar tasarladılar. Onun için fiyatlar arttı. Sanırım burayı tercih eden turistin Çeşme, Alaçatı ve Bozburun gibi yerden gelince buradaki fiyatlar onlara çok cazip geldi. Otomatikmen kendi isteklerine doğru yönelttiler. Kaş'tan beklentileri onları karşılayacak durumda değil. Burada denize kolay ulaşım yok, onun dışında konforlu oteller yok. O yüzden işletmeciler de ona göre kendilerini geliştirerek onlara hizmet vermeye çabalıyor."*

Yiyecek-içecek hizmetleri kapsamında sunulan seçenekler değerlendirildiğinde bu bağlamda seçneklerin sınırlı olduğunu belirten TÇ32'nin görüşleri şöyledir: *"Yiyecek-içecek olarak kısıtlı. (...) Ana yemek olarak çok kısıtlı. Çok pahalı. Meyhane dolu her yer. Bir hafta yere aynı yere git üçüncü başa dönersin. İnsanlar farklı yemekler isterler. (...)"*

Kaş'ta turizmin yeniden canlandırılabilmesinde turizme yönelik faaliyetlerin çeşitlendirilerek öne çıkarılması gerektiğini vurgulayan STK31'in görüşleri şöyledir: *"Kaş'ta en iyisi yapılabilir. Turizm denilince sadece deniz, kum, güneş olmamalı. Bizim yayla turizmini, köy turizmini artırmamız lazım. Yavaş yavaş oluyor. Sea kayaking yapılıyor. Yukarıda yayla turizmi çok önemli. Hala dağda kar var. Sağlık turizmi çok önemli. Burada eski bir hastanemiz var. Sağlıkla ilgili bir şeyler yapılabilir. İnsanlar yaşlanıyor emekli oluyor. Ama şu var. Bir yerden sonra tıkanıyor. Biz her zaman Kaş'ta küçük aile tipi pansiyonlar butik oteller olsun. Bir yerden sonra herşey dahilden gına geliyor. Turizm değil başka bişey oluyor. Turizmin amacı ne dinlenmek. 11 ay çalışıyor insanlar kafa dinlemek istiyor."*

4.3.2. Bütünleştirilmiş sürdürülebilir gelişim stratejileri

Bütünleştirilmiş sürdürülebilir gelişim stratejileri teması *(*Bkz. Şekil 4.4), ekonomik, sosyal ve çevresel anlamda turizmin bölgeye entegre edilerek stratejilerin uygulanmasını ifade etmektedir (WTO, 2001). Kaş özelinde değerlendirildiğinde ekonomik, sosyal ve çevresel kaynakların sürdürülebilirliği, turizmin mevsimselliğine yönelik girişimler ve planlamaya yönelik uygulamaların geliştirilmesi ihtiyacını öne çıkarmaktadır. Turizmde mevsimsellik Kaş'ın sahip olduğu kaynakların sürdürülebilirliğini ve kullanımını sınırlamaktadır. Mevsimsellik beraberinde fırsat maliyeti, enflasyon yatararak mülk kiralarında artışa, yaşam maliyetinin artmasına ve işletmelerin sürekli el değiştirmesine yol açmaktadır *(Araştırma Günlüğü 23, 26/11/2019)*. Turizmin sezonunun kısa olması ve ekonomik yapı ile ilgili görüşünü YH7 şöyle ifade etmektedir: *" Şimdi Kaş'ta mayısla başlar ekimin kasımın ortasına kadar para var. Aralık ayı gelince herkeste para biter. Böyle bir durumla devam ediyoruz. Ama ne olur, ne yapılır, nasıl yapılır irdelemek lazım. Buraya nasıl bir müşteri profili getirmek lazım. Kışın buraya genç profil gelmez. Artı okul açılıyor, yabancıların okulu açılıyor, üniversiteler başlıyor (...)."*



Şekil 4.4. *Bütünleştirilmiş sürdürülebilir gelişim stratejileri teması*

Turizmin sürdürülebilir bir şekilde gelişiminde turistlerle kurulan samimi ilişkilerin yeniden gelme niyetini etkileyebileceğini belirten YH7'nin görüşü şöyledir: *"(...)İşletmeciler ellerinden geleni yapıyorlar. Ben ister miyim sürekli akan bir musluğun kesilmesini ister miyim? Musluk sürekli aksın isterim. Onun için devamlılığını isterim. Devamlılığını sağlamak için de elimden geleni yaparım. İnsanlara dostça davranırım. İnsanları kırmamaya çalışırım. Dostluk kurmaya çalışırım yine gelsinler diye. Ama sadece benim çabam beni kurtarabilir. "*

Sürdürülebilirlik için korumanın önemini belirten YH14'ün görüşleri şöyledir: *"Dediğim gibi sürdürülebilir olması için bir kere buraya sahip çıkmak lazım. Yeteri kadar bozuldu daha fazla bozulmaması için sahip çıkmak lazım. Biz burada sürdürülebilir turizmi yakalayabiliriz (...)."* STK27 ise sürdürülebilir gelişimin sağlanabilmesinde yapılan bilimsel araştırmaların değerlendirilememesi ve bu anlamda sürdürülebilir turizm uygulamalarına yönelik girişimlerin önemini vurgulayarak düşüncelerini şöyle açıklamaktadır: *"Sizin yaptığınızı 40 kişi yaptı. Yabancılar yaptı. Bize rapor yaptılar sunum yaptılar. Belediye'de kaymakamlıkta olması lazım. Turizm gelişmesi için burda ne yapılması gerektiğini bilimsel olarak önümüze koydular. Bi yaptılar gittiler iki sene sonra bi daha yaptılar. (...) Bu raporları sümen altı, sokak çöpü yaptılar. Hiçbirini kullanmadılar. (...) Eğer bir yerde sürdürülebilir turizm hareketi yoksa bilinki bu bir ögede numaralı riskler vardır. Öne çıkmamıştır. Belli bir tarihi yapı vardır, ama tamamı değildir. O yüzden sürdürülebilir özelliği ortadan kalkmıştır. Kaş'ta sadece güneş ve deniz olduğu dönemlerde turizmin olmasının bir numaralı sebebi budur. Şehrin daha önce kurulan tarihi yapısı yavaş yavaş değişiyor. Daha modern yapılar, daha yeni binalar, özensiz mimariler yapılıyor. Böyle olduğı sürece burası ilerlemez."*

Genel anlamda, katılımcı yorumları bir araya getirildiğinde bütünleştirilmiş sürdürülebilir gelişim stratejileri ana teması altında oluşan alt temalar ***kaynakların uzun süreli kullanımını teşvik etmek, mevsimselliğe yönelik girişimler*** ve ***planlama uygulamalarının geliştirilmesi*** şeklindedir. Oluşan bu temaların açıklamalarına aşağıda detaylı bir şekilde yer verilmiştir.

4.3.2.1. Kaynakların uzun süreli kullanımını teşvik etmek

Kaynakların uzun süreli kullanımını teşvik etmek teması, ekonomik, sosyal ve çevresel kaynakların sürdürülebilir kullanımını içermektedir. Turizm ekonomik, sosyal ve çevresel kaynakların varlığı ile hayat bulmaktadır. Dünyada ve Türkiye'de yaşanan ekonomik ve sosyal anlamdaki değişimlerin turizm talebinde değişimlere yol açması, Kaş'ın ekonomik, sosyal ve çevresel kaynaklarının sürdürülebilir kullanımını etkilemektedir *(Alan Notları 3, 27/08/2019).* Kaş, son yıllarda talep değişimi ve popülarite nedeniyle çeşitli zorluklarla yüzleşmektedir. Yaşanan bütün zorluklar kaynakların kullanımını sınırlandırmaktadır. Bu bağlamda oluşan alt temalar ***ekonomik, sosyal*** ve ***çevresel kaynaklar*** şeklindedir.

4.3.2.1.1. Ekonomik kaynaklar

Ekonomik kaynaklar teması, Kaş'ta turistlere sunulan hizmetin ekonomik yönünü ifade etmektedir. Kaş'taki işletme yapısı incelendiğinde küçük turizm işletmelerinin yer aldığı ve butik turizm faaliyetlerinin sunulduğu bir destinasyon olarak öne çıkmaktadır. Ancak, turizm sezonunun kısa olması ve popülarite nedeniyle oluşan fırsat maliyeti, enflasyona bağlı olarak yaşam maliyetinin artması, mülk ve kira giderlerinin yüksek olması var olan kaynakların sürdürülebilirliğini olumsuz bir biçimde etkilemektedir (*Gözlem Raporu 3, 28/08/2019, 55").*

Popülizm nedeniyle Kaş'ta turist talebine bağlı olarak yaşanan gelişmeler kaynakların sürdürülebilir bir şekilde varlığını devam ettirmesini zorlaştırmaktadır *(Alan Notları 3, 27/08/2019).* Bu bağlamda İS25 popülarite sonucu yaşanan göçleri ve göçlerin ekonomik anlamda Kaş üzerindeki olumsuz etkilerini şöyle açıklamaktadır: *"Popülaritesi Kaş'ın arttığı için büyükşehirlerden gelen çok fazla insan var. Bu insanlar bir şekilde Kaş'a yatırım yapıp temel atmak istiyorlar. Bu yüzden işletme açıyorlar. Yer satın alıyorlar. Ama şunu bilmiyorlar. Kaş'ın geçmişini bilmiyorlar. Turizmin nasıl işlediğini bilmiyorlar. Bir seneye kalmadan batıyorlar. Bu kısır döngü sürekli tekrar ediyor. Kaş'ı bence bitirecek olan şey bu. Yerel turistin gelip böyle orayı işgal etme isteği. Bunu her yerde gördük. Çeşme'de gördük. Oralar zaten bitik durumda."*

Turizm sezonunun belirli dönemlerinde yaşanan yoğunluk sebebiyle ekonomik getirinin yalnızca belirli bir dönemde gerçekleşmesi işletmelerin el değiştirmesi ve fırsat maliyetini gündeme getirmektedir. İS24 ise işletmelerin el değiştirmesi ve büyükşehirlerden Kaş'a yaşanan göçlerin ekonomik kaynakların üzerinde yarattığı balansın olumsuz yönlerine ilişkin görüşlerini şöyle ifade etmektedir: *"İşletmeler sürekli değişiyor. Bir kere dengesiz bir artış oluyor bazen. O da dışarıdan gelen deneyimsiz insanların yüzünden olduğunu düşünüyorum. Kaş'a bir kere gelip orada şu işi yapalım diyenler, durumlardan kaynaklanan inanılmaz bir dalgalanma oldu. Fiyat dalgalanması yaşanıyor. Kazandığınız para ile ödediğiniz para arasındaki denge olmayınca nasıl olacak. Ödediğiniz para artıyor kazandığınız azalıyor. Çok büyük para kazanmayı bekleyemeyiz. Balans yok arada."*

Turizm sezonunun kısa süreli olması nedeniyle yalnızca yaz aylarında işletmelerin faaliyet göstermesine ve ekonomik krizlerin etkilerine bağlı olarak kaynak kullanımının sınırlı olmasına yönelik İS8 düşüncelerini şöyle aktarmaktadır: *"Gelişim şöyle bilemiyorum Ekonomik krizden dolayı bu sene çok pahalı her şey Kaş'ta. Fiyatlar çok yüksek. Küçük bir yer olduğu için nüfus yazın iki katına çıkıyor. (...) Bizim isteğimiz kışın da bir şeylerin olması. Kışın bir hareketlenme yedi ay açık olan yer yok. Bazı yerler kışın da açık. Ama çoğu kapanıyor. Onun için o beş ay kapatanlar yazı beklemek zorunda. Onun için kışın da bir şeyler yapılsa. Yurtdışından bağlantı kurulsa. Burada dalış var, yamaç paraşütü var yüzme var deniz var her şey var."* Fiyatlarda yaşanan artış ve buna yönelik yapılabileceklere ilişkin olarak TÇ12 görüşlerini şöyle açıklamaktadır*: "Otel fiyatları düşürülebilir birazcık. En iyi bu yapılabilir bence. Ama bir de şöyle bir şey insanlar geliyor diye kiralar da çok yüksek. En azından oteller kendileri işletiyor ona uygun bir şey yapılabilir. İnsanlar daha çok talep eder herkes kazanır."*

4.3.2.1.2. Çevresel kaynaklar

Çevresel kaynaklar teması, destinasyonun çekicilik unsurlarını oluşturan insan eli ile yapılmamış doğal kaynakları ifade etmektedir. Kaş, Türkiye'de doğal güzellikleri ile öne çıkan destinasyonlardan biridir. Türkiye'deki en büyük koruma alanı olan Kaş-Kekova Koruma alanına sahiptir. Bunun yanında, önemli bir dalış destinasyonu olarak öne çıkmasında Kaş'ın coğrafik ve doğal yapısının önemli bir rolü bulunmaktadır. Ancak, turizm destinasyonlarında yaşanan temel sorunlar Kaş'ın da çevresel açıdan zorluklarla

yüzleşmesine yol açmaktadır. İmar planları, popülarite ve serbest ticaret yasası Kaş'ta yapılaşma sorununu gündeme getirmektedir. Coğrafik olarak dağlık bir bölgede olması nedeniyle koruma alanlarının imara açılmasına neden olmaktadır. Yaşanan bütün bu olumsuzluklar Kaş'ta çevresel kaynakların bozulmadan ve yok edilmeden kullanımına yönelik uygulamaların geliştirilmesi ihtiyacını ortaya çıkarmaktadır. Turizmin sürdürülebilirliğinde çevrenin korunmasının önemini vurgulayan İS39 görüşlerini şöyle aktarmaktadır: *"Turizmi sürdürebilmek için doğanı koruman lazım. Denizini koruman lazım. Yoğun olduğu zamanda arıtma sorun. Yapılaşmanın durumu ortada. Yer kalmadı Kaş'ın içerisinde. Engelleyeceksin. Bütün şeyler kıyılar gasp edilmiş durumda. Deniz burada en önemli yer. Yamaç komple yapılaşmış durumda. Kötü hakikaten kötü."* Benzer biçimde doğal yapının bozulmaya başladığını belirten TÇ16'nın düşünceleri şöyledir: *"Eskiden olsa çok güzel doğal yerleri vardı. Çok güzel koyları vardı. Şimdi her yere işletme açtılar. Her yer kirlendi. Sular kirlendi. Şu an yine güzel başka yerlere göre ama. Çok kötü. Doğal yeri talan ediyorlar. Bodrum'a döndürüyorlar. Bodrum'da bitti. Bir 10 sene sonra Kaş bitmiş olur. "*

Kaş'ın popülaritesinin artmasının sonucu olarak yaşanan talep yoğunluğunun çevre üzerinde olumsuz etkiler yaratmaktadır. İY22 çevresel açıdan yaşanan gelişmeleri şöyle açıklamaktadır*: "Doğası bozuluyor. Yapılaşma. Kirlilik artmaya başladı. Özellikle bu çadır meselesi. Bayramda anfi tiyatro orası yasak. Komple yarımada tarafına çadır kurmak yasak. Hatta tabelalar koymuş belediye. Anfi tiyatronun orası iki yıl üst üste yandı çadırcılar yüzünden. Ama hala o yasak yazısı olmasına rağmen insanlar gidip çadır kuruyor. Etrafı kirletiyorlar. Çöpleri orda kalıyor (...)."*

Popülaritenin yanında Kaş'a yönelik gerçekleştirilen plan ve proje uygulamalarının çevre üzerindeki etkilerinin kalıcı bir hasara yol açacağı belirtilmektedir. Kaş'a ulaşımın kolaylaştırılması amacıyla gerçekleştirilmesi planlanan imar planı, havaalanı ve otoban projesinin çevre üzerindeki etkilerini STK26 şöyle özetlemektedir. *"(...)İmar planı geliyor burayı yok edecek plan. Otoyol projesi köy bırakmıyor. Köylerin ortasından gidiyor duble yol. (...) Batı Antalya'nın bakir kalması yollarının kötü olması öyle korundu. Otoyollar şeyler otomatikmen hakikaten Kaş'ın kimliğini, dokusunu bozmadan imarlaşma. İmara karşı değiliz ama tamamen ranta açıcı betonlaşmaya yönelik planları kabul etmiyoruz. Arka arkaya 7 yıldır gelen iyi 1/25 lik imar planından tutun, otoyol projesi, havaalanı projesi, imar affı biz*

dayanabileceğimiz kadar dayanacağız, direneceğiz. Kaş'ı korumaya yönelik çalışmalara devam edeceğiz. Ama devletin doğanın yanında olması lazım. Devletin böyle özel alanların yanında olması lazım yetkililerin. Çok büyük tehditler var hakikaten (...)"

TÇ6 çevresel düzenlemenin önemini vurgulayarak yapılabileceklere ilişkin görüşlerini şöyle ifade etmektedir: *"Kültürel ve çevresel olarak düzenlemeler yapılabilir. Kültürel ve çevresel alanların daha korunup geliştirilmesi, mimari yapılardan ayrılması. Mimari yapının daha uygun hale getirilmesi. Sokak çevre düzenlemelerinin biraz daha işletmelerin daha fazla önem vermesi ve yerel yönetimler tarafından yaptırımların uygulanması ve sınırlandırmaların getirilmesi gerekiyor. Herkes herşeyi kolay yapmamalı. Bence görüntü kirliliği çok büyük bir şekilde Kaş'ta. Her yerden bişey patlıyor. İnsanlar neyi görmek istiyor. Havaya bakmak daha çok tercih ediliyor artık. Her şey birbiriyle bağlantılı."*

4.3.2.1.3. Sosyo-kültürel kaynaklar

Sosyo-kültürel kaynaklar teması, turizm destinasyonlarındaki yerel halkın yaşam biçimi, tarihi kaynaklar, gelenekler, görenekler ve dil gibi unsurları ifade etmektedir. Turizmin destinasyonlarda gelişiminin kaynakların üzerinde bozucu etkisinin olduğu bilinen bir gerçektir. Seyahat kavramının küreselleşmesi ve kapitalist düzenin getirileriyle birlikte destinasyonlar birbirine benzeşmekte ve çeşitli açıdan değişime maruz kalmaktadır. Turizm destinasyonun keşfedilmesiyle birlikte değişim kaçınılmaz bir hal almaktadır. Buna bağlı olarak destinasyonun sosyo-kültürel yapısında değişimler yaşanmaktadır *(Alan Notları 2, 26/08/2019).* Yaşanan bu değişim ve dönüşümler kimi zaman olumlu iken kimi zaman olumsuz bir şekilde ortaya çıkabilmektedir. Bu bağlamda ele alındığında, Kaş'ın bir turizm destinasyonu olarak Likya Uygarlığının bulunduğu bölgede konumlanması kültürel anlamda önemini ortaya koymaktadır. Kaş özelinde değerlendirildiğinde turizm gelişimiyle birlikte yaşanan değişim ve dönüşümler mevcut yapının değişmesine neden olmaktadır *(Araştırma Günlüğü 21, 9/11/2019).* Turist profilinin değişimine bağlı olarak kültürel yapıda değişimin yaşandığını belirten İS21 görüşlerini şöyle aktarmaktadır: *"Yabancı turist azaldı. Daha çok yerli turist çoğaldı. Çoğalmakla beraber kültürel yapı yıprandı ve bozuldu. Bozulmakla birlikte nerede eski Kaş bunlar doğrudur. Bir tüketim toplumuyuz Kaş'ı da tükettik. Yabancı turistler, o sakinliği, trafiksiz zamanları. İstanbul'da bir kent gibi yani. Böyle bir trafik yoktu.*

İnsan kalabalığı yoktu. Burası slow city diye geçiyordu. Yavaş yaşandığı bir şehirdi. Yıprattık yani."

Kaş merkezde konaklama sorununun yaşanması ve mülk kiralarının artışı ilçe merkezinden köylere doğru göçlerin yaşanması köyde yaşayan yerel halkın yaşam biçimi üzerinde olumsuz etkiler yarattığını belirten İY22'nin düşünceleri şöyledir: *"Yavaş yavaş köylere doğru villa turizmi arttı son yıllarda. Köylerde merkezde. (...) Ne oldu köylerin yapısı da bozulmaya başladı. Köy dediğin köy hayatı vardır. Ama şu anda köy hayatı diye bişey kalmadı. (...) Hükümet gelince özellikle yabancıların belediye dışında köylerde mülk edinmelerine izin verdi. Köyde ne var inek, keçi var, horoz ve tavuk var. Köy hayatı böyle. Adamlar yerleşmeye başladıktan sonra yabancılar vay senin ineğin pisliyor. Yok köpeğin havlıyor. Yok horozun ötüyor. Köylüleri bezdirmeye başladılar. Şehirdeki insanlar der ki aman burda duramazsam çeker giderim köyüme. Ama köye gitme olayı da kalmadı. Çünkü her yere yerleştiler. Bana göre hepsi yanlış."*

Kaş'ın popülerlerleşmesiyle beraber özgün yapısında yaşanan değişimin ve dönüşümün olumsuz yönlerinin giderilmesinde kültürel yapının korunarak gerçekleştirilebileceğini vurgulayan İS25'in düşünceleri şöyledir: *"Bir yerin kendine özgü havası gittiği zaman, dediğim gibi her şehirde bir mcdonalds havasına dönüştüğü zaman buradan daha birşey çıkmaz. Turizm dediğin olgu zaten şey değil midir? Yani değişik kültürleri tanımak ve görmek çabası ortaya çıkması gereken bir şey değil midir? Ama dönüşüyor. Dönüşmek durumunda kalıyor. Popülist yaklaşımlar buranın şeyini bitiriyor. Özünü yapısını sen buranın yapısını değiştiriyorsun. Yine kapitalist ol yine paranı kazan. Ama kendi dokunu ve kültürünü koruyarak yap."* YY33 ise turizmin toplumsal yapı üzerinde yarattığı değişime ilişkin etkilerini: *"Turizm sosyolojik bir etki yaratıyor. İnsanların yaşam biçimi, örf, adet, gelenek, görenek mutlaka bunlar diğer milletlerin örf ve adetiyle kaynaşıyor. Farklı bir sosyal yaşam oluşmuş oluyor. Yoksa iç taraflarda gündelik yaşam, insanların beklentileri, talepleri farklılaşabiliyor. O açıdan bir değişim söz konusu."* şeklinde ifade etmektedir.

4.3.2.2. Mevsimselliğe yönelik girişimler

Mevsimselliğe yönelik girişimler teması, destinasyonlarda turizm faaliyetlerinin yalnızca yılın belirli dönemlerde gerçekleştirilmesine karşılık sezonun uzatılmasına yönelik

uygulamaları ifade etmektedir. Mevsimsellik, kıyı bölgelerinde yer alan destinasyonların yaşadığı ortak sorunlardan biridir. Turizm sezonunun yalnızca altı aylık bir dönemde varlığını sürdürmesi mevcut durumda zorlukların yaşanmasına neden olmaktadır. Turizmin mevsimselliği ve yaşamın büyük ölçüde finansal kaynakların varlığına bağlı olması, turizm sektöründe hizmet veren işletmeleri ve turizm çalışanlarını olumsuz etkilemektedir. Bununla birlikte, turizm sektörünün altı aylık bir dönemde faaliyet göstermesi 12 aylık maddi kazancın yalnızca bu altı aylık sürede elde edilmesine neden olmaktadır. Bu durum, turizm destinasyonlarında fırsat maliyetine ve enflasyona yol açmaktadır *(Araştırma Günlüğü 23, 26/11/2019)***.** Daha öncede değinildiği gibi yeniden canlandırma kapsamında değerlendirildiğinde Kaş mevsimsellik sorunu derinlemesine yaşamaktadır. Yaşanan bütün bu olumsuzlukların önüne geçebilmek için turizm sezonun uzatılması ve bu bağlamda mevsimselliğe yönelik girişimlerin gerçekleştirilmesi ihtiyacı ortaya çıkmaktadır.

Kaş'ta turizmin 12 aya yayılması amacıyla bir dönem Dört Mevsim Kaş projesinin gerçekleştirildiği ancak başarıya ulaşılamadığı belirtilmektedir. Bu bağlamda İY22'nin düşünceleri şöyledir: *"Bundan önceki kaymakam birkaç tanesi 12 ay turizm Dört Mevsim Kaş projesi yapıldı. Hatta bundan önceki kaymakam toplantı falan yaptı. Katılanlara herkes kapısına dört mevsim panosu konulacaktı. Katılmayanlar cezalandırılacaktı. Ben de girdim ne oradan belge geldi ne de ordan dönüş oldu. Hiç bir şeyini görmeden şu anda var mı bilmiyorum. Bir şifre vereceklerdi. Hiç bir bilgim yok. (...)"*

Kaş'ın kaynaklarının kışın turizm yapılmasına uygun olduğunu belirten İS24 kaynakların kullanımına ilişkin görüşleri şöyledir: *"Yeterli tanıtım olmadığı için çok bişey yapılmıyor. Kaş'ın kaderi daha farklı değişebilir. Çünkü kışın ayrı bir durum var. Yazın ayrı bir durum var. Yazın millet denize girmek için, tatil yapmak, dolaşmak ve kafa dinlemek için geliyor. Ama işte kışın burda bir sürü aktivite yapılabilir. Yani ne bileyim yani. Bir kere su sporları yapılabilir. Likya yolları var burda. Bir sürü patika yollar var gezilmesi gereken. İnsanlar buna teşvik edilebilir. Tarihi anlatılabilir. Bir sürü kendine has yemeği var, şuyu var, buyu var. Burada hangi köye gitseniz o köye özel yapılan bir şey bulursunuz. (...) Zeytinyağı var buranın. Mükemmel bir zeytin yağı var. Onun dışında var bir sürü şeyi. Tabiki bunlarla ilgili bir çalışma yapılsa kış turizmine de açılsa kesinlikle olur."*

Kaş'ın ulaşımı zor bir bölgede yer almasının turizmde gelişimini engellediği katılımcılarca ifade edilmektedir. Katılımcıların bir bölümü ulaşımın bir engel olmadığını Kaş'a gelmek isteyenlerin Kaş'ı tercih ettiğini belirtmektedir. Bu kapsamda ulaşımın kolaylaştırılmasının turizm sezonunu uzatabileceğini ve bu kapsamda havayolu ve karayoluna yönelik girişimlerin bulunduğunu belirten YY33 görüşlerini şöyle aktarmaktadır: *"Tabi haftasonları yakın ilçelerimizden illerden buraya gelenler oluyor. Burada en önemli öğe insanlarımızın iş yerlerini kışın da açık tutması. O anlamda önümüzdeki süreçte daha çok esnafımızın açık tutmasını sağlayacağız. Zaten hizmet veren işletmelerimiz oluyor kış döneminde de. Tabi bu zaman içerisinde en büyük etkenin ulaşım olduğunu düşünüyorum. Ulaşım seçeneklerinizi iyileştiği zaman burada yaz- kış turizmde sıkıntı yaşamayacağımızı düşümüyorum. O nedenle hem havaalanı hem de karayolu ulaşımını sağlıklı hale getirmemiz gerektiğini düşünüyorum. Buradaki turizmin daha uzun zamana yayılabilmesi için. Çünkü iç turizm kuvvetli Kaş'ta."*

Turizmin 12 aya yayılması konusunda politika oluşturulamadığını ve bu durumun Kaş'ın kaynaklarının doğru bir şekilde değerlendirilmesinin önüne geçtiğini belirten İS38 görüşlerini şöyle aktarmaktadır: *"İşte politikası yok derken bunu kast ediyorum. Mesela o konuda devlet politikası yok. Burada 10 ay turizm olabilir. Mesela mart, nisan, mayıs, haziranın 15'ine kadar trekking, sağlık turları, likya yolu var. Çok iyi tanıtılabilir. Binlerce insan gelebilir. 3000 yıllık ticaret yolu. Ondan sonra haziran, temmuz, ağustos, eylül bu işler olur. Ekim, kasım, aralık burda ocak ayında deniz suyu sıcaklığı 20 derece. Burada bir sürü antik kent var. Yani bir insan gelse buraya gerçekten bir hafta gezse civardaki antik şehirleri gezemez. Hazine var elimizde. (...) Teşvik etmen lazım. (...) Bizim Kasım ayında hafta sonları genellikle yerli kulüpler geliyor büyükşehirlerden. Halbuki bence bir Ocak Şubat bir buçuk aylık bir dönem hariç, ki biz de çalışıyoruz. Su sıcak. Gündüzleri sıcak. 365 günün 330 günü burda güneş oluyor. (...) Koşullar böyleyken kimse bir şeye dokunmuyor. Bu yönde kimse proje oluşturmuyor. (...)"*

Turizm sezonunun uzatılması ve değişen turist profiline bağlı olarak planlar ve programlar oluşturularak eski ziyaretçilere yeniden ulaşılmasının önemini vurgulayarak turizm canlandırılabileceğini Y34'ün görüşleri şöyledir: *"Kesinlikle şey lazım eski müşteri yabancıya ulaşmak Türk'e değil. Sezonu uzatmak lazım. Zaten belli ki iki bayram arası yerli*

turist çekiliyor. İşte hadi bayramlar kışa kayınca yazın diyelimki Ağustos okulların açılmasının haftasına bile değil. İki eylül dedin mi yerli turist yok. Ondan sonrası için ciddi bir çalışma yapmak lazım. Eylül, ekim, kasım, aralık. Belki de bizim burda Demre'de noel baba var düne kadar Kaş'a bağlıydı. Belki orada milat olarak Kaş'ta son 29 Ekim olarak görülmesin, 31 Aralık görülsün. 31 Aralık Christmas insanlar şey olsun yeni yıla bağlansın. Yeni yıl partisiyle tatile çıksın. Esnaftan bahsediyorum. Burada o düşük sezonlarda yeni kitlelere ulaşmamız gerekiyor. Bu şekilde canlandırılır. Bu da insanı daha çok var olana değil. Gel bize otel var dersen Antalya'da feriştahı var. Olmayana bak kardeşim. Bu deniz 24 derece. Kafiyelerimiz var bizim. Dalış sonrası gün batırıp polarları giyip çay, kahve içmek var. Bunları tanıt. "

Mevsimsellik sorunsalı nedeniyle ekonomik girdinin yalnızca altı aylık bir dönemde elde edilmeye çalışılması fırsat maliyetine ve enflasyona yol açmaktadır. Bu durum ise yaşam maliyetinin artması, mülk kiralarında artışa ve işletmelerin el değiştirmesine neden olmaktadır. Bu kapsamda sezonun yüksek olduğu 100 günlük süreçte kar edilmeye çalışılmasının turizme yansımalarını İS37 şöyle aktarmaktadır: *" (...) Kiralar çok yüksek. Şimdi sezon 100 gün burada. 120 gün olsun hadi. 240 bin lira kira. Şöyle hesap yapalım. 240 bin lira kira veriyor. Yanında 10 kişi çalıştırıyor. 3000 lira maaş. 1050 lira SGK etti 4000. Dört ya da beş ay çalıştırmak zorunda. 10 kişinin adam başı 4000 lira minimum masrafı var. Aylık 40.000 lira gider. 6 ayda 240 bin lira yapar. 480 etti. Elektriğini, suyunu, stopajınız, verginiz, muhasabeciniz 480 oldu size 520 bin. 520 bin lirayı koydunuz. Siz şimdi burda ev tutacaksınız. 2000 lira ev kiraları. 12 aylığına ev tutmak zorundasınız bir kere. 12 ay ev oldu 24 bin. 560 bin. Bu daha hiçbir şey satmadık. Yani sen 560 bin senin giderin var ve 100 günün var bunu çıkartmak için ne yapacaksın. Geceliğine 250 lira verilmeye başladı."*

Turizmde mevsimselliğe ilişkin faaliyetler kapsamında fuarlara katılımın sağlandığını; ancak sezonun uzatılmasında planlama eksikliği nedeniyle gerçekleştirilen tanıtımın etkili olamadığını belirten STK23 düşüncelerini şöyle aktarmaktadır*:"En büyük sorun da buradaki turizmin 12 aya çıkarılma çalışmaları yapılması lazım. Bunun için İstanbul'daki fuara gidiyorlar. Biliyorsunuz oradaki fuarda amaç yerel ürün tanıtma. Onun yerine daha uluslararası fuarlara katılabilir. Ama işte bizim yapımızda Türklük ile 15 önceden hazırlanıp 5 gün önceden gidince bir plan olmuyor. Bir planımız yok 12 ay devam edebilmek için. Aynı*

coğrafyaya sahip olan örneğin İtalya Portofino'da ve Fransa Nice'te olaylar başka şekilde ilerliyor. Bir marka değeri oluşturmamız lazım Kaş için."

4.3.2.3. Planlama uygulamaları geliştirme

Planlama uygulamaları geliştirme teması, turizmin sürdürülebilir gelişimi kapsamında ekonomik, sosyal ve çevresel kaynakların önceden planlnlı bir şekilde yönetimini ve pazarlamasını ifade etmektedir. Sürdürülebilirlik tartışmasının odak noktası turizmin doğal ve kültürel kaynakları kapsayacak şekilde planlanması ve yönetilmesidir (Timothy, 1998, s. 53). Kaş'ta planlama uygulamalarının doğru bir şekilde uygulanmaması ve planlama eksikliği nedeniyle çeşitli zorluklar yaşanmaktadır. Planlama eksikliği ekonomik, sosyal ve çevresel kaynakların sürdürülebilirliğini olumsuz bir biçimde etkilemektedir *(Alan Notları 3, 27/08/2019)*.

Planlama eksikliğinin çevresel düzenlemeler üzerindeki olumsuz etkilerini İS1 şöyle aktarmaktadır: *"(...)Yani şurdan meydana gidin bi yukarılara bakın. Çerçiler diye bir ucube yerleşim yeri oluştu. Yani yakışıyor mu? Korkunç bir yer. Ta Kaş'a geliyorsunuz bir devlet hastanemiz vardı. Dağı oydular gittiler devlet hastanesi yaptılar. Yani orda öyle sap gibi sevimsiz bir bina. Ne gerek var. Bişey yaparken plan proje düşünmüyorlar. Bu görselliği bozar mı? Bunun yanında getirdiği olumlu şeyler nedir? Olumsuzluklar nedir? Otobüs garı yaptılar. Alel acele seçimden önce açtılar. Kullanamıyorlar. Çünkü problem var. Kavşak yapılması gerekiyor. Uygun değil otobüsler için. Ne gerek var. Ana caddenin ortasında eskiden iki ayrı bölüm vardı. Bölünmüş yoldu orası. Çiçeklerin ağaçların falan olduğu bir caddeydi orası. Artık ortadaki reflüjları kaldırıp tek yön gidiş dönüş yaptılar. Olmayan trafik yarattılar orada. Orada trafik yoktu. Yani düzgün giden birşeyi bozdular.(...) Arkadaşım bir şeyi yapıyorsun bir bak danış dimi. (...)"*

Turizm gelişiminin planlı bir şekilde yürütülemediğini ve Kaş'ın sahip olduğu ekonomik, sosyal ve çevresel kaynakları sayesinde doğal yoldan gelişim gösterdiğini belirten İS10'un görüşleri şöyledir: *"Son üç dört senede bir gelişim değil bir kaostan bahsedebiliriz herhalde. Türkiye'de ne yazık ki planlama yok. Yani turizm planlaması. Şurası şöyle olsun, şurası böyle olsun diye bir planlama olmadığı için bir otorite yok. Otoriteyi karar verici insanların bilgileri yok. Hele outdoor konusunda dünyadan haberleri yok. Dolayısıyla bir planlama sonucu gelişmiş bir yer değil. Hasbelkader güzel bir kasaba güzel bir nokta. Biz*

başladığımızda ikinci mi üçüncü dalış okuluyduk sadece. Şu anda herhalde 25 tane dalış okulu var."

Planlama uygulamaları ulusal, yerel ve bölgesel düzeyde gerçekleştirilmektedir. Makro ölçekli planlama uygulamalarının mikro ölçekli planlama uygulamaları üzerinde etkili olduğunu belirten İS11 görüşlerini: *"Fark yaratmak çok basit. Mikro olarak yapabileceğin o kadar çok şey var ki. Ama sen bunun çok önemsiz olduğunu bütün planlamaların bütün gayretlerin makro ölçekte olduğunu düşünürsen olmuyor. Hiçbir şey olmuyor. Dışişleri makro düzeyde planlanır. Savunma sanayi makro düzeyde planlanır. Turizm bir yere havaalanı yapıyorsan makro düzeyde bir plan olur. Bu saatten sonra ulaşımı, turizmi, havaalanı şuyu buyu hiçbir yerin makro planı olmaz. Bütün artı mikro ölçekte. Ama bunlar bir araya geldiği vakit o işte paydaş dediğin bunların illa toplanarak bir araya gelmesine de gerek yok. Birbirinden bağımsız habersiz eylemler bir araya geldiği vakit zaten olur. Bu yönlendirme olabilir. Bu yönlendirme yaptığın şeyin taklit edilmesiyle de olabilir. Demin taklidi şikayet ettim ama iyi bir şey taklit ediliyorsa karşı çıkmazsın niye beni takip ediyor demezsin. "* şeklinde ifade etmektedir.

Kaş, butik turizm faaliyetleri sunulan ve küçük turizm işletmelerinin hizmet verdiği bir destinasyon olarak, kitle turizm destinasyonu olan Antalya'dan bu yönüyle farklılaşan küçük turizm destinasyonudur. Türkiye genelinde ele aldığımızda ise kitlesel turizm faaliyetlerinin hakim olduğu bir turizm sistemi ile faaliyetler yürütülmektedir. Kaş'ın butik turizm yapısının önemini vurgulayan ve bu kapsamda bir planlama ihtiyacı olduğunu belirten STK23'ün görüşleri şöyledir: *"Türkiye olarak hedeflediğimiz yer kitlesel turizm şu anda. Kaş'ın Antalya için önemi kitlesel turizmin hala girmemiş olması büyük avantajı. Bir master planı gerekiyor. Bir planımız yok masterı geçin. Bir plan yapılması, STK'ların dinlenmesi ve çalışma grubuyla bunun yapılabilmesi gerekiyor. Bunlar da zor şeyler değil. Ama sadece iletişim gerekiyor. Uzun vadeli planlar. Yani Mayıs'ta konuşup Haziran'da başlayacak sektör için bir çözüm getiremez. Başta plan yapmamız ne tarafa yönelmek istediğimizi bulmamız lazım. Eco olarak mı bir turizm yapacağız? Yoksa kitlesel bir turizm mi yapacağız? Uzun vadede mi para kazanacağız? Kısa vadede mi para kazanacağız? Şu anda bir plan eksikliğimiz var. İletişimsizliğimiz var. "*

4.3.3. Tanıtımın doğru kanallarla yapılması

Tanıtımın doğru kanallara yapılması teması, tanıtımın farklı kanallar aracılığıyla ve bölgenin turizm yapısı göz önünde bulundurularak doğru hedef kitleye ve iletişim kanallarından yararlanılarak gerçekleştirilmesini ifade etmektedir. Kaş, son yıllarda popüler bir destinasyon olarak öne çıkmaktadır. Popülerliğinin artmasında tanıtımın yeterince yapıldığı ve bölgede çekilen filmler, diziler ve sosyal medyanın rolünün etkili olduğu belirtilmektedir *(Araştırma Günlüğü 22, 5/10/2019).*Ancak, mevcut durumda yaşanan zorluklar bu tanıtım faaliyetlerinin turizmde olumlu bir şekilde etkili olamadığı belirtilmektedir. Tanıtımın çeşitli mecralarda gerçekleşmesi ve bu bağlamda talep yapısında yaşanan değişimler ve gelişmeler tanıtımın doğru kanallar yapılması ihityacını ortaya koymaktadır.

Günümüzde teknolojinin gelişmesi ve buna bağlı olarak iletişim kanallarının online platformalarda gerçekleştirilmeye başlanması tüketici davranışını etkilemektedir. Günümüzde tatil amaçlı destinasyon tercihinde online platformlarda yapılan yorumlar referans alınmaktadır. Online platformların gücünün Kaş'ın popülerleşmesi üzerinde önemli etkisi bulunmaktadır. Kaş'ın yerli turistler arasında popülerleşmesinde sosyal medya, diziler ve filmlerin rolü önem taşımaktadır. Bu kapsamda tanıtımın yön değiştirmesinin destinasyonu tercihini etkilediğine ve tanıtımı etkileyen en önemli unsurun sunulan hizmetin yapısı olduğunu belirten İS11'in görüşleri şöyledir: *"Bugün geldiğimiz noktada tanıtım kontrolden çıkmış. Tripadvisor'a girdiğinde Kaş'ı zaten tanıyorsun. Kaş'ın tanıtımında söz ediyorsan fuardır bilmem nedir onlar yapılıyor. Ne yapabilirsin? Sosyal medya kullanarak tanıtım yapabilirsin. Ama işini düzgün yaparsan tanıtımını kendin yapmış olursun. Böylece Kaş'ı tanıtmış oluyorum. Falanca otel, restoran kendi işini düzgün yaparsa Kaş'ın tanıtımını yapmış oluyor. Buradaki tanıtım için ne kaymakamlığın ne de belediyenin sorumluluğu var. Belediye'nin buradaki sorumluluğu nedir? Sen sokakları temiz tutarsan zaten tanıtımı yapmış olursun. Onun dışında fuarlara katılmak da afiş bastırmakla tanıtım yapamazsın. Burayı temiz tutabildiğin sürece gelen insanları memnun ettiğin sürece, buradaki işletmelerin suyunu akıttığın sürece tanıtımını yapıyorsun."*

Kaş'a ilişkin tanıtım faaliyetlerini yetersiz bulduğunu belirten STK23 paydaşlar arasında işbirliği çerçevesinde projelerin üretilip uygulanmasının gerekliliğini vurguladığı

görüşlerini: *"Tanıtım faaliyetlerimiz zayıf. Bunda STK'lar suçlu. Hem yerel yönetimler hem de ticaret odası. Ticaret odası, STK'lar ve yerel yönetimler bir araya gelip gerekiyorsa bir ajansla anlaşıp hibeler alıp bunu Avrupa'da, Asya'da veya Doğu'da ne tarafa yönelmek istiyorsanız. Hangi pazara açılmak istiyorsak. Çok zengin Kuzey Afrika mı yani Araplara mı yönelmek istiyoruz, varlıklı Ruslara mı yönelmek istiyoruz, Avrupa'nın trekkecisine yönelmek istiyoruz. Bir plan yapmak lazım işin profesyonelleriyle çalışıp bunun tanıtım faaliyetini yapmak lazım. "* şeklinde ifade etmektedir.

Tanıtımın etkili olabilmesinde planlama ve Kaş'ın turizme yönelik özelliklerine bağlı olarak uygulamaların gerçekeleştirilmesi gerektiğini belirten İS24 düşüncelerini şöyle aktarmaktadır: *"Bence Kaş'ın tam anlamda tanıtımının yapıldığını düşünmüyorum. Yeterli bulmuyorum. Ama aslında doğru argümanlarla yapılmıyor. Doğru malzemelerle yapılmıyor. Doğru malzemelerle yapılmış olsa daha iyi olacağını düşünüyorum. Bir şeyler yapılıyor. Çok dediğim gibi doğru nokta atışı dediğimiz şekilde çok yani bilirkişilerden yardım alındığını düşünmüyorum. Ama birileri bize şey söylüyor. Ama onların bu konuda çok bilgi sahibi olduğunu düşünmüyorum. Gidin belediye başkanına sorun Likya tarihiyle burada kimler yaşamış ne yaşamış, hangi şeyleri kullanmışlar? Onu bile bildiğini zannetmiyorum."*

Tanıtımın etkili olmasında sunulacak hizmetin yapısı ve hangi hedef kitleye ulaşılacağı belirlenerek ve bu yönde uygulamaların geliştirilmesinin önemini vurgulayan YH34'ün görüşleri şöyledir: *"Tanıtım meselesi şu lazım. İnsanlar burada sezondan çok yorgun çıkıyor. Bir atımlık barut var. Bunu doğru yere yapılması lazım. Masa başı çalışmaların çok iyi yapılması lazım. Önce biz ne istiyoruz? Hedefimiz ne? Bize küsmüş yerler var arkasını çevirmiş. Ya onlara ulaşırsın ya yeni yerler bulacaksın. Ondan da şöyle çıkarımlar yapacaksın. Ya denizi mi sunacaksın? Dalışı mı sunacaksın? Oteli mi sunacaksın.? Sürdürülebilir turizmde bizim gördüğümüz seminerler diyor ki bir yeri dalış cenneti yapmak için etkenler var. Birden ona kadar. Var ya su altındaki çeşitlilik, balık, çanak, çömlek ancak yedinci ve sekizinci sırada geliyor. Çünkü bu insanlar tatil için çıktığı için daha önemli şeyler var. Birincisi diyor ki her konfora cevap veren konaklama şeklin var mı? İnsanlar tatile çıkmış akşam ne yapacak? Birçok alternatif eğlencen var mı? Otelin ile liman arası mesafe. Dalışa çıktın dalış ile olan mesafe. Bunların hepsini birleştirdiğin zaman Kaş Türkiye'nin değil dünyanın en önemli merkezlerinden birine aday olmalı. Kimse bilmiyor. Türkiye'de Kaş*

dalışta bir numara. (...)"

4.3.4. İşbirliği

İş birliği teması (Bkz. Şekil 4.5), turizm destinasyonlarında işbirliğinin sağlanabilmesi ve stratejik ittifakların oluşturulmasını ifade etmektedir (Agarwal, 2002; Brooker ve Burgess, 2008). Paydaşların turizm gelişimi ve yeniden canlandırma sürecinde işbirliği ve düzeyi önemlidir. Turizmin sürdürülebilir gelişimi, yönetimi, tanıtımı ve pazarlaması turizm aktörleri tarafından yanstılan ortak bakış açısıyla mümkündür. Her bir paydaşın turizm gelişim sürecine çeşitli katkıları bulunmaktadır. Kaş açısından değerlendirildiğinde işbirliğinin düzeyine ve paydaşların turizm gelişimi ve yeniden canlandırma sürecinde rollerine ilişkin farklı yaklaşımlar bulunmaktadır. Bu kapsamda Kaş'ın mevcut turizm durumu değerlendirildiğinde işbirliği eksikliği ve turizme destek veren paydaşların sınırlı sayıda olduğu belirlenmiştir.

Turizm gelişiminin ve yeniden canlandırma sürecinin başarısı iş birliğinin sağlanabilmesiyle mümkündür. Paydaşların turizmin gelişimi, tanıtımı, yönetimi, pazarlaması ve sürdürülebilir gelişimi sürecinde aktif rolleri bulunmaktadır. Kaş özelinde ele alındığında iş birliğinin anlık oluşan sorunların çözümünde ve devamlılığı olmayan bir şekilde gerçekleştiği belirtilmektedir. Bu kapsamda İS11 düşüncelerini: *"Sürecin tamamına yön verebilecek bir ölçüdeki işbirliğinden söz edemeyiz. Ama anlık sıkıntıları giderebilmek anlamındaki son derece insani destek işbirliğinden söz edebiliriz. Ama bu işbirliği sürecin tamamını etkileyebilecek, yenileyebilecek, onu sürdürebilecek bir manada değil. "*şeklinde ifade etmektedir.

Şekil 4.5. *İşbirliği teması*

İşbirliğinin kolektif bakış açısıyla yürütülmesinin önemini vurgulayan belirten İS25 düşüncelerini şöyle aktarmaktadır: *"Bir kere ben şöyle görüyorum sadece Kaş'a özgü bir düşünce değil. Belediye, STK'lar ve orada yaşayan halk bir bütündür. Bir o kurumlarda çalışmayan halk var. Bunlar üç ayak birlikte işbirliği yapmalılar. Bir kere birbirinden haberdar olmalılar. Belediye halkın sorunlarından haberdar mı? STKlar belediye gidince karşılık bulabiliyor mu? Birbirleriyle haberdar olmalı. Hepsi birlikte çözmeli. Yani tek başına halkın bişeyler istemesi yetmez. Halk ister, ama belediye denen kurum içinde profesyonel kadrosuyla bu istekleri değerlendirip gerçekleştirecek olandır. Şehir planlayıcısı vardır. Ne bileyim arkeologu vardır. Osu vardır busu vardır. İnceler şu şöyledir böyledir diye. Uzmanlarına sorar. Bir iki tane alternatif önerir halka da sorar. Stkla hep bir arada barış içinde çalışırsa herşey çiçek olur.(...) "*

Paydaşların turizme desteğinin yeterli olmadığını ve konumu itibariyle de turizme destek sağlayamadığını belirten İS37'nin görüşleri şöyledir: *"Yok destek. Herkes elinden geleni yapıyor. Fakat asgari müşterekte birleşilemiyor. Asgari müşterek gelip ekonomiye dayanıyor. Kaymakamın elinde para yokki itham verilsin. Öyle bir mülki amirlik oldu ki kaymakamın elinde beş kuruş para yok. Kaymakam belediyeye söylüyor. Belediye başkanına diyorki başkanım bunu yapalım.(...)"*

Turizmin yeniden canlandırılması sürecinde paydaşların işbirliği içerisinde ortak akıl çerçevesinde uygulamalar gerçekleştirmesi gerektiğini belirten YH36'nın görüşleri şöyledir*: "Tanıtım yapılacak. Paydaşlar ortak karar verecek. Herkes birlikte hareket edecek. Herkes kendini düşünmek yerine toplu bir düşünce Kaş'ı geliştirme düşüncesi yer aldığı zaman göre Kaş daha çok gelişecektir. Biraz da devletin desteklemesi lazım. İzinleri daha genişletmesi. Alkol satışına saat 10'da en azından Kaş gibi yerlerdeki yasaklanmaması. Ben neden geldim buraya sabahlara kadar içmeye, eğlenmeye kısıtlanıyor. Git gide kısıtlıyorlar."*

Genel olarak değerlendirildiğinde paydaşların turizmin yeniden canlandırılmasında aktif rol üstlenmesinin önemli olduğu tespit edilmiştir. Ancak, merkezileşme, sosyal ve ekonomik yapılar nedeniyle paydaşların rollerinin etkin olmadığı ve sınırlı sayıda paydaşın turizm sürecinde yer alması ***paydaş rollerini etkinleştirme*** alt temasının oluşmasına yön vermiştir.

4.3.4.1. Paydaş rollerini etkinleştirme

Paydaş rollerini etkinleştirme alt teması, paydaşların turizm gelişimi ve yeniden canlandırılması sürecinde rollerinin etkinleştirilmesini ifade etmektedir. Turizm destinasyonlarında yer alan paydaş sayısı çeşitlilik göstermektedir. Her paydaşın özelliklerine ve yapısına bağlı olarak çıkarları da farklılaşamaktadır. Bununla birlikte, her paydaşın farklı özelliğe sahip olması turizm gelişimi sürecindeki etkilerinin boyutunu da etkilemektedir. Kaş özelinde değerlendirildiğinde daha önceden değinildiği gibi iş birliği eksikliğinin varlığı paydaşların sürece yön vermesinin önüne geçebilmektedir *(Araştırma Günlüğü 25, 30/11/2019).* Bu araştırmanın katılımcılarını oluşturan turizm paydaşlar merkezi/yerel yönetimler, yerel halk, STK'lar, turizm işletmeleri, turizm çalışanları ve turistler şeklindedir. Çeşitlilik gösteren her bir paydaşın özelliklerine bağlı olarak rollerinin etkinleştirilmesi turizmin devamlılığı açısından önem taşımaktadır.

Destinasyonların turizmdeki gelişimini ve sürdürülebilirliğini etkileyen en önemli paydaşlardan biri turistlerdir. Turistler ekonomik, sosyal ve çevresel kaynakların yönünü önemli ölçüde etkilemektedir. Dolayısıyla, turizm gelişimi ve yeniden canlandırma sürecinde istek ve taleplerinin dikkate alınması da önem arz etmektedir. Kaş açısından değerlendirildiğinde bireysel anlamda işletmelerin turist görüşlerini kimi zaman dikkate aldıkları kimi zaman ise dikkate almadıkları görülmektedir. Gelen turistin sunulan her türlü hizmeti kabul edebileceği algısının var olduğunu belirten İS9 görüşlerini: *"Turistlerin istekleri dikkate alınmıyor. Ben bir otelde çalıştım. Yer sahibinin ne bir işletme eğitimi var ne otelcilik eğitimi var. Hasbelkader parayı bulmuş açmış. Baktığınız zaman tek amacı para kazanmak. Müşterinin isteği ve şikayetiyle ilgilenmiyor. Çöp doluyor. Ben söylüyorum sonra bana ne diyor. Kokuyor diyorum şikâyet geliyor. Adam hiç şey yapmıyor. Parasına bakıyor yani. Dikkate alan işletmeler var ama genele bakılınca alınmıyor. Bu işine gelirse mantığı var."* olarak ifade etmektedir.

Paydaşlar tarafından turizme desteğin bireysel anlamda olduğunu belirten YH17'nin görüşleri şöyledir: *"(…) Bireysel gidiyor çalışmalar. Bazı bireysel işletmelerin ön plana çıkması. Mesela, Kaş'a geliyorum demiyor Derya'ya geliyorum diyor. Bu ne oluyor demek ki sizin kurduğunuz bir sistem var, sevgi bağı var. Bu sevgi bağı da sizi buralara getiriyor. Bundan kim sebepleniyor. Transferini yapan otobüsünden, taksisinden, akşam kaldığı*

otelden, gittiği meyhaneden, barına hepsi sebepleniyor. Belli dönemlerde STK'ların desteği var. Ama her zaman değil."

Kaş'ın turizminde yaşanan zorluklar, sorunlar ve bu anlamda yapılabileceklere ilişkin olarak belirli dönemlerde paydaşların yer aldığı toplantılar gerçekleştirilse de uzun vadede bir katkısının olmadığı katılımcılarca belirtilmektedir. YH14 bu süreci şöyle özetlemektedir: *"Belli dönemlerde işte halka açık toplantılar yapılıyor. Ama halkın istekleri yerine getiriliyor mu bu tartışılır. Çokta fazla dinlenmiyor. Şu anda işletmeciler kendi çabalarıyla yapıyorlar bir şeyler. En iyi kendi bireysel çabalarıyla iyi bir hizmet verebiliyorlarsa bu Kaş için artı oluyor. Veremiyorlarsa da bir başkasının gelipte Kaş'ın turizmini şöyle yaparsak daha iyi olur diyen birileri yok. Ya da denilse bile dinleyen birileri yok."*

Destinasyonlarda turizmin başarısı sunulan hizmetin kaliteli olmasına ve hizmet sağlayıcıların özelliklerine bağlıdır. Turistler ile birebir iletişimi kuran ve yeniden gelme niyetini etkileyenler arasında turizm çalışanları da bulunmaktadır. Turizm çalışanlarının turistler ile kurduğu birebir ilişkinin turizmin gelişimi ve yeniden canlandırılması sürecinde rolünün anlaşılması ve etkinleştirilmesi önem taşımaktadır. Kaş özelinde değerlendirildiğinde, turistler ile kurulan samimi ilişkilerin Kaş'ı bu yönüyle diğer bölgelerden farklılaştırdığı belirtilmektedir. Kaş'ta küçük turizm işletmelerinin yer aldığı butik turizm yapısı ile hizmet sunulmaktadır. Bu özelliği nedeniyle gelen turistler ile turizm çalışanlarının birebir iletişim kurması kaçınılmazdır. Bu nedenle, çalışanlara sunulan koşulların, turizm gelişimi ve yeniden canlandırma sürecinde rollerinin anlaşılarak geliştirilmesi önem arz etmektedir. Kaş'ın son zamanlarda popüler bir destinasyon haline gelmesi, aşırı turizm sorunu, imar yasası, turist talebinde yaşanan gelişmeler, fiyatlama sorunu ve turizm sezonunun kısa olması gibi çeşitli etkenler Kaş'ta turizm çalışanlarının çeşitli zorluklarla ve sorunlarla yüzleşmesine neden olmaktadır. Turizm çalışanlarının yaşadığı sorunların başında düşük ücretli maaş ve kalacak yer sorunu olduğunu belirten TÇ16 görüşlerini şöyle ifade etmektedir: *"Çalışanlar açısından pek iyi görmüyorum açıkçası. (...) Buraya gelip çalışmak isteyen çok olduğu için hani arz talep ilişkisi var ya maaşlar da bir yandan düşüyor. Kalacak yer de sıkıntı. Sürekli dışarıdan geliyorlar. Kalacak yer sıkıntılı. Bazı personel evleri 8-9 kişi falan. Ortalama asgari ücret veriyorlar genelde. Ama işte mesleğine göre değişiyor. Onun dışında ev bulamıyor insanlar. Herkes aparta döndürdü*

evlerini." İS1 ise turizm çalışanlarının koşullarını şöyle açıklamaktadır: *"Ekonomik açıdan kötüye gidiyor. Şimdi şöyle bir şey var. Bir sürü işletme çalışan adam bulamıyor. Gidin ilanlara bakın. Nasıl yaşayacak adam burada. İki ay iş yapıyor. Altı ay yaşıyor burada. Altı ay parasız. Ev kiraları almış başını gitmiş. Çalışacak garson bulamıyorlar. Yok personel yok."*

Merkezi ve yerel yönetimler turizm gelişiminin baş aktörleridir. Sunulacak olan hizmetin altyapısı ve üstyapısı merkezi ve yerel yönetimlerin uyguladığı politikalar ile doğru orantılı bir şekildedir. Kaş özelinde değerlendirildiğinde merkezi ve yerel yönetimlerin turizm gelişimine desteğinin olmadığını vurgulayan İY22 görüşlerini şöyle açıklamaktadır: *"Ben bir şey görmüyorum. Gelişmesini boş ver daha kötüye gitmesi için uğraşılıyor. Yerel yönetimlerden tutta mülki amirlerine kadar hepsi. Oraya koltuğuna oturup beş yıl kalır giderim diyor. Kaymakam geliyor iki üç yıl kalırım, çeker giderim. Ne hali varsa görsün düşünüyorlar. Ben buraya gelen mülki amirlerin hiçbirinin Kaş için hiçbir şey yaptığını görmedim. Beş altı ay oluyor seçim. Daha ben sokağa çıkıp ta belediye başkanının bir şey yaptığını görmedim. Seçimden önce geziyorsunuz ya kapı kapı sezonda bir gez bakalım bu esnafın sıkıntısı var mı yok mu? Çok kalabalık Kaş memnun musunuz? Ya da bir şikâyetiniz oluyor mu. Bir sor. Hiç kimsenin arayıp sorduğu yok. (...)"*

Turizmin geliştirilmesinde ve bu yönde uygulamaların geliştirilmesinde yerel yönetimlerin rolünün önemi vurgulayan YH14 düşüncelerini şöyle aktarmaktadır: *"Genel olarak yerel yönetimin oturup turizmcileri karşılarına alıp, turizmcilerin içerisinden bu işi ciddi düşünen insanlardan bir ekip oluşturup, o ekiple beraber çalışma yapıp, nelerin yapılması gerektiğini tespit edip ona göre ona göre bazı kararlar alması lazım. Bu bireysel bir şey yapamayız. Kimsenin yapma şansı yok. Dernek te yapamaz. Dernek yapmaya kalktığı zaman belediyenin üstüne yürüyor. Belediye bir şey yaptığı zaman dernek karşı çıkıyor. Bunların birlikte bir ortak nokta bulması lazım. Yani sonuçta her şey belediyede bitiyor. Ben özellikle belediyenin üzerinde duruyorum. Üstüne basa basa belediye gerçekten insanları karşılarına alıp bu işi ciddi ciddi konuşup tartışması lazım. Konuşmadan kafalarına göre yapıp deneme yanılma yöntemi hiçbir zaman için doğru olmuyor. Olsa bile iş işten geçmiş oluyor."*

İS24 ise yerel yönetimlerin sadece belirli dönemlerde yerel halk ile iç içe olmasını: *"Biz seçimlerle olduğunda belediye başkanını oy isterken görüyoruz. Bir daha da görmüyoruz. Kimseyi görmüyoruz. Bırakın belediye başkanını. Zabıtaların gelip millete olan zırvalıklarının dinliyoruz. Burada belediye başkanı gelecekte nedir durumunuz yaşıyor musunuz? Ya da bir hayatta mısınız? Görüyorum ki durumunuz ne yapalım oturalım toplantı yapalım. Ama yok. 20 küsur senedir Kaş'ta yaşıyorum. Hiçbir şey görmedim şimdiye kadar. Doğru zamanda doğru planlama olmadığı için dolayısıyla gelişmesini bekleyemeyiz."* şeklinde ifade etmektedir.

Yerel halk turizm destinasyonlarının yapı taşlarındandır. Yerel halkın turizm gelişimi ve yeniden canlandırma sürecinde aktif bir biçimde rol alamadığını belirten İS24 durumu şöyle açıklamaktadır: *"Yerli halkın çok aslında sonradan dâhil olduğunu düşünüyorum. Yabancıların bir şey yaptıklarını gördükten sonra dâhil olmaya çalıştılar. Fikir olarak onlar çok var. Sayı olarak size söyleyebilirim. Ama fikir olarak çok şey beyan ettiklerini düşünmüyorum."* İS25 ise yerel halkın turizmdeki etkinliğine ve iş birliğinin önemine ilişkin düşüncelerini şöyle ifade etmektedir: *"Onlar kirasını almaya bakıyor. Onlardan cefakâr olarak çalışan da var. Yani rantı olup çalışan bir kesim var. Bir de hiçbir şeyi olmayıp çalışan kesim var. Yerel halkta bizimle aynı şeyi söyleyecektir. Şu zaman diliminde bu coğrafyayı ortak paylaşıyoruz. Dolayısıyla, sorunlarımız da ortak. O yüzden bir an önce ne kadar aklımızı başımıza toplayıp; birbirimize evet senin söylediğin de doğru dediğimizde işin içinden çıkarız."*

Yerel yönetimlerin desteği işletmelerin sürdürülebilirliğini önemli ölçüde etkilemektedir. Yamaç paraşütü hizmeti sunan işletmeler Kaş'ın aşırı turizm sorunu ve coğrafik yapısı nedeniyle faaliyetleri yerine getirmekte zorluklarla yüzleşmektedir. Katılımcılardan İS1 yaşanan zorlukları şöyle aktarmaktadır: *"Bizim yaptığımız biraz spesifik bir iş. (...) Maalesef ki artık çok mücadele edemiyoruz. Tıkanma noktasına geldik. Hiç destek görmüyoruz. Yerel yönetimler sıfır destek. Kalkış yolumuz yok. İniş yerimiz yok. İnsan kendi yolunu kendi yolunu kendi yapar mı? Kendimiz yolumuzu yaptık. Nereye kadar dayanırız bilmiyorum. (...)"* YH7 ise benzer şekilde yamaç paraşütü hizmeti sunan işletmelerinin yaşadığı zorlukları: *"(...) İşte şimdi bu yıl yamaç paraşütünde sıkıntı var hepsi arkadaşlarım. İniş noktalarında sıkıntı var. Bu sene kapatıyorlar."* şeklinde aktarmaktadır.

Merkez yönetimlerin turizme bakış açısının kitlesel turizm ve standart bir yapıda olması nedeniyle alternatif turizm türü sunan işletmelerinin ve önemli bir dalış merkezi olan Kaş'ta yaşanan zorlukları İS38 şöyle ifade etmektedir: *"Devlet turizme oteller olarak bakıyor. Halbuki şöyle düşünebiliriz. Burada 18 tane dalış merkezi var. İstihdam açısından bakarsanız üç kişi çalışsa 40-50 kişi çalışıyor. Bir iş üretir. Buraya gelmeyecek insanları buraya getirir. (...) Devlet sadece büyük işletmeleri koruma peşinde. Bir takım turizm teşvik kanunu falan filan. (...) O yüzden de hem devlet politikasını yanlış buluyorum turizmde. Devletin teşvik etmesi lazım. Gerçek işletmeleri ayırıp sen bu işi nasıl yaparsın kaç paraya yaparsın bana ne kadar zamanda ödersin demesi lazım. (...) Sen şunu yap ben sana destek vereyim. Sen bana şu kadar sene öde. Yoksa bireysel çabalarla bu sektör büyümez."*

YH34 ise turizmin gelişimi ve yeniden canlandırılması sürecinde STK'ların rolünün önemli olduğunu vurguladığı düşüncelerini: *"Gözle görülmesi o denizde neler olup bitiyor kimsenin haberi yok. Burada turizm derneğinin başında olan insanlar bu işi çözecek tek kurum sivil örgütler. Çünkü kaymakam nereden bilecek. Buraya genelde doğudan gelir. Devlet memuru mülki amirdir. Fakat buranın kendi parametreleri ve dinamikleri o kadar farklıdır ki. Kaş dağlarla çevrili. Türkiye'de her bölgenin nabzı farklı atar. Adam bölgeyi öğrenene kadar şey yapana kadar, alışana kadar, içselleştirene kadar hop tayini çıkıyor gidiyor. Dolayısıyla mülki amirden bunu beklemiyoruz. Devletten bir kampanya falan asla beklemiyoruz. Çünkü hep Ankara'ya göre kampanya yapılıyor yani. Belediyeler de öyle. Yeni belediyeler yasasına göre onların da bu bölgeyi tanıdığı söylenemez. Büyük hata o bölgeleri birleştirdiler ya Kaş, Kalkan, Yeşilköy, Gömbe, Kınık ve Sütleğen'in hepsine Kaş demek büyük zarar getirir bize."* şeklinde aktarmaktadır. Bununla birlikte, YH34 merkezi ve yerel yönetimlerin rollerinin etkinleştirilememe nedenlerini şöyle aktarmaktadır: *"Devlet bir görevini yapmadı. Kaş tarihi boyunca böyle bir off shore olmadı. Devlet yok. Ne kaymakamlık. Belediye diyor ki. Belediye de haklı. Belediyenin denetlemesi için oranın ruhsatlı olması lazım. Adamın zaten hiç ruhsatı olmayınca. Bugün maliye ile yazı okudum. Yine turizmcilere yeni vergi çıkarmışlar. Mali kaydın olmasın. Kümesteki tavuk. Sürekli sana yükleniyor. Bu kümesin dışında ol istediğin atı oynat. İster bar kur ister pavyon kur. Sıra ona da gelir. Bu işin sınırı yok. Bizim ödediğimiz vergiler var daha bugün maliyedeydik inanamazsın yani. En büyük sorun kayıt dışı turizm ve devletin denetlememesi. Bu devletin*

görevi. Devlet diyecek orda yasa dışı iş var. Belediye de gidecen senin faaliyet kolun ne. (...)"

4.3.5. İstikrarlı turizm politikası

İstikrarlı turizm politikası teması, dünyada ve Türkiye'de yaşanan ekonomik ve sosyal gelişmelerin turizm gelişimi üzerindeki etkilerinin en aza indirgenmesini ifade etmektedir. Son yıllarda savaşlar, ekonomik krizler, salgın hastalıklar, politik anlaşmazlıklar, bütün bunlara bağlı olarak imajın zedelenmesi ve döviz kurlarında yaşanan gelişmeler Kaş'ın turizm talebinde değişimlere yol açmıştır. Turizmin sürdürülebilirliğinin sağlanması ve yaşanan bütün olumsuz durumlardan etkilenmemesi için bu yönde turizm politikalarının oluşturulması önemlidir *(Araştırma Günlüğü 20, 1/11/2019)*. Dolayısıyla, yeniden canlandırma stratejileri bağlamında istikrarlı turizm politikası yürütme teması ortaya çıkmıştır.

Turizm talebinin değişiminde etkili olan sosyal ve çevresel unsurların yanında politik anlaşmazlıklar, siyasi sorunlar ve savaş gibi unsurlar turizm gelişim sürecini olumsuz etkilemektedir. Türkiye'de, özellikle son yıllarda yaşanan gelişmeler turizmi önemli ölçüde etkilemiştir *(Alan Notları 4, 28/08/2019*). Turizmin bütün bu olumsuzluklardan arındırılması ve bu kapsamda politikaların oluşturulması önem taşımaktadır. İS2 Türkiye'de karmaşanın olduğu dönemlerin Kaş üzerindeki etkilerini şöyle açıklamaktadır: *"Bu Kaş için bir şey yapmaktan öte ülke politikalarıyla ilgili bir şey. O düştüğünü gördüğünüz istatistikler, iki üç yıl evet düştü. Ondan önceki iki üç yıl son iki yılı katmıyorum. 2017 ve 2018 tamam 2014, 2015 ve 2016 kötüydü. Bu ülkenin her yerinde bomba patlıyorsa, ekonomik kriz varsa, bu ülkede seçimler sayılamıyorsa, bu ülkede işte insanlar öldürülüyorsa, gazeteciler içerdeyse, insanlar nasıl tatile çıkacaklar. Ülke genelindeki sorun. Yabancı niye gelsin. Terörden senede 300 kişinin öldüğü bir ülkeye kim niye gelmek istesin. Bizle ilgili bir şey değil. Adam haklı yani. İç savaş var. Güneydoğuda insanlar ölüyor. Böyle bir adama gel sen Türkiye'de tatil mi yap dersin. Yunanistan'da yap dersin. Bunlarla ilgili."*

Turizmin yeniden canlandırılması sürecinde siyasi anlaşmazlıklardan kaçınılmasının önemini belirten İS10'un düşünceleri: *"Bizim yapabileceğimiz çok fazla bir şey yok. (...) Ülkenin normalleşmesi dolayısıyla etrafındakilerin normalleşmesi gerekiyor. Belki şu açıdan iyiye şu açıdan gidiyoruz uzun zamandır buraya gelmiş olan bir batılı turist var. Bu iyi bir referans. Onlar biz Türkiye'ye gittik orda bir şey yok. Seneye için Turizm Bakanlığı'nın*

yapacağından çok daha fazlası. Garip bir terör imajı var Türkiye'de. Bunun böyle bir şey olmadığını söyleyecek turist daha çok işimize yarayacaktır." şeklindedir.

Türkiye'den son yıllarda genel ve yerel seçim sürecinden geçilmesi ve günlük yaşamda seçim gündeminin hakim olması da turizmi önemli ölçüde etkilemektedir. Sürekli yaşanan değişimler düzenin oluşmasını ve bunun yanında paydaşlar arasında iletişimin kurulmasını zorlaştırabilmektedir. Bu bağlamda STK23'ün görüşleri: *"Türkiye'de seçim gündeminden dolayı STK'lar ve belediyeler, kamu birlikte iyi çalışamadı son dört senedir. Çünkü sürekli bir değişim var. Hem çok seçim hem de seçim gündeminden kaynaklı. Aşılması gereken şey seçim gündemiydi."* şeklindedir.

Türkiye'de gündemin sürekli değişmesi ve dışsal etkenlerden kolaylıkla etkilenmesi sonucunda talep değişimi yaşanmıştır. Bu durum Kaş'ın turizmini de etkilemektedir. STK26'nın yaşananlara ilişkin deneyimleri şöyledir: *"Birkaç yıldır kötüydü. Türkiye'deki turizmin yaşadığı problemleri biz de yaşadık yabancı turist açısından. (...) Ama maalesef istikrarlı bir coğrafyada değiliz. Bir de diplomasi açısından yetkililerin çok dikkatli olması lazım. Konuşurken bir eylem gerçekleştirirken. Çünkü turizm çok zarar görüyor. Turizm Türkiye açısından önemli bir ekonomik girdi. O yüzden hassas bir kırılma noktası var turizmde. Hakikaten atılacak her adım çok önemli. Eğer politik ve siyasi açıdan Türkiye çok büyük birşey yaşamazsa ve gizli kapılar arasında sessizce problemler çözülürse birçok şey yansımamış olur turizme ve ülke ekonomisi de zarar görmez. O yüzden yetkililere de görev düşüyor. Maalesef coğrafyamız kolay bir coğrafya değil. Her zaman etrafımızda savaşlar var. Atılacak adımlar çok önemli. Barışın yanında olmamız lazım. Türkiye olarak savaşın içinde değiliz ama dışında da kalmıyoruz."*

Türkiye açısından önemli bir sektör olan turizmin öneminin anlaşılabilmesi ve bu kapsamda uygulamaların geliştirilmesi gerektiğini belirten STK27'nin düşünceleri şöyledir: *"Türkiye'nin turizmini canlandırmak için bireysel çabalar değil öncelikle farkındalığına getirmek. Almanya'yla Hollanda'yla kavga ettiler. Turizmin kıymetini şimdi anladılar. Turizm en büyük temiz geliri. Türkiyenin en büyük ihracatı. Nakit paranın girdiği mükemmel bir sektör. Ne zamanki siyasiler turizmi ve politikaları turizm üzerine kurarlar, bu iş o zaman rayına girmeye başlar. "*

STK31 ise turizmin sürdürülebilir olmasında güvenlik ve huzurun gerekliliğini şöyle aktarmaktadır: *"Zaman zaman olumsuz durumlar yaşandı. Bir kere ülkenin ekonomik sıkıntısı. Kaş'ta konaklama sıkıntısı yaşanabilir. Bunların hepsini birleştirirsek olur. Bir de gelen insanların profilini de bağlı. İklim durumu olur, terör olayları yaşanır. Bazen bombalama oluyor, yangın çıkıyor hemen anında başlıyor. Her türlü şey etkiler. Oldukça ülkemizi, güvenli, sakin tercih edilebilir hale getirilebilirsek ve ne kadar rahatlarsa o kadar turist gelir".* Benzer şekilde turizmde devamlılığın sağlanmasında istkiraın ve barışın önemini vurgulayan İS41'in görüşleri şöyledir*:"Ama eğer istikrarlı dış politikan yoksa, yurtta sulh cihanda sulh politikasını uygulayamıyorsan sen gidip Suriyelilere getirirsen ne olsun. Çalışanların yarısından çoğu Suriyeli. Türkçe bilmiyorlar. Ben Türkçe bilmeyen, İngilizce bilmeyen adama turizmi emanet etmişim."*

Aynı zamanda STK31 Kaş'ta bir dönem uygulanan yanlış uygulamalar nedeniyle turistlerin bakış açısında yaşanan değişime ilişkin görüşlerini şöyle aktarmaktadır: *"(...) Turizm şöyle bişey. Yanlış yaparsanız kaçar gider. Sonra İspanya'ya döner. Beton yığınına dönüşür. Kaş bir ara bunu yaşadı. 2009-2010'lu yıllarda buradaki bazı esnaflar 25 tllik balığı 100 liraya yedirmeye kalkışınca o kişi öyle bir reklam yaptı ki. No going Kaş diye. O bayağı bir olumsuz etki yaratı. İki üç yıl bunun acısını yaşadık. O bizim aklımızı başımıza getirdi. (...)"*

4.3.6. Seçici turizm stratejisi

Seçici turizm stratejisi, yalnızca destinasyonun güçlü yönlerinden faydalanarak belirli pazar segmentlerine ulaşılmasını ifade etmektedir (Diamond, 1988'den *aktaran* Cooper, 2006, s.188). Kaş bir turizm destinasyonu olarak; butik turizm faaliyetleri sunulan, çeşitli turizm türlerini barındıran, doğal güzellikleri, güvenli yapısı, tarihi ve kültürel zenginliği açısından güçlü yönlere sahiptir. Kaş'ın sahip olduğu ayırt edici özelliklerinin öne çıkarılarak bu yönde stratejinin geliştirilmesi turizmin devamlılığının sağlanabilmesini mümkün *kılacaktır (Araştırma Günlüğü 19, 23/10/2019)*. Kaş'a ilişkin istatistikler ve katılımcıların ifadeleri değerlendirildiğinde yaşanan değişimlerin ve dönüşümlerin Kaş'ın turizm yapısında bozulmalara yol açtığını ortaya koymaktadır. Önceleri alternatif bir turizm destinasyonu iken günümüzde bu özelliklerini yitiriyor olması Kaş'ın yönünün farklı segmentlere yönelmesine neden olmaktadır.

Kaş'ın ayırt edici güçlü yönlerinden biri doğal yapısını korumayı başaran bölgelerden olmasıdır. Kaş'ta bulunan Kaş-Kekova koruma alanı Türkiye'deki önemli koruma alanlarından biridir. Bu anlamda öne çıkan bölgelerden biri olan Kaş'ın doğal yapısının ve buna bağlı olarak sunulan turizm türlerini İS9 şöyle ifade etmektedir: *"Antalya'nın tamamına baktığınızda burası doğal yapısı, faunası, deniziyle gerçekten diğer bölgelerden çok farklı. Ben Antalya'nın bütün bölgelerinde bulundum. Buranın ayrı bir özelliği var. Dalış açısından Türkiye'nin belirli yerlerinden biri. O çok önemli. Öyle özelliği var. Paragliding yapan arkadaşlarımız var. O da ilgi çekici oluyor. Sanırım daha öyle tatlı ara sokaklarını yitirmemiş, eski evler. Burası başka bir yer. Yukarıdan aşağıya inerken o görüntü çok özel. Bir de şey özel yaşayanlar anlamında da. Dünyanın her yerinden insanı bulabiliyorsunuz burada. Çok karakterli kozmopolit bir yer. "*

Seçici turizm startejisi kitle turizminin olumsuz etkilerinin giderilmesine karşılık olarak uygulanmaktadır. Kaş turizm yapısı ile Antalya'da farklılaşan destinasyonlardan biridir. Bölgede zincir işletmeler bulunmamakta ve büyük ölçüde küçük işletmeler faaliyet göstermektedir *(Gözlem Raporu 2, 27/08/2019, 90")*. Dolayısıyla, Kaş'ın sahip olduğu bu özelliklerinin ele alınarak stratejilerin geliştirilmesi turizmin sürdürülebilirliğine ve sezunun uzatılmasına katkı sunabilecektir. Bu kapsamda, STK26'nın düşünceleri şöyledir: *"Türkiye'nin geneline bakarak Kaş'ta biz kitlesel turizm istemiyoruz (...). Çünkü kitlesel turizm dünyada kimseye fayda getirmedi. Türkiye'ye de fayda getirmedi. Antalya'nın doğusunu kaybettik. Kuşadası, Marmaris gibi alanlar maalesef paraya işte turizm adına betonarmeye yeşil alanlar doğal alanlar terk edildi. O yüzden Antalya'nın batısı özellikle Kaş burada liderlik yapıyor. Kaş'ta dışarıdan gelenler ve burada yaşayanlar küçük bir kasaba olduğu için genelde aile işletmesi. McDonald, Burger King göremezsiniz. Tekneciler öyle. Yerli aileler. Balıkçılar öyle. Genelde yerli işletmeler var. Burada yaşayanların kurduğu işletmeler var. O yüzden burada sürdürülebilir turizm diyoruz. Buranın doğasıyla, doğa sporlarıyla, kültürüyle ve devam eden köyleriyle. Burada turizm bir bütün sadece merkez de kalmıyor. Gidiyorsunuz Saklıkent'i geziyorsunuz. Gömbe'nin yaylalarını geziyorsunuz. Orada köfte yiyorsunuz. Karlı pekmezi var onu içiyorsunuz. Patara'ya gidiyorsunuz. Bezirgan'a gezmeye gidiyorsunuz. Yayla köylerini ziyaret ediyorsunuz. Likya yürüyüşlerine devam ediyorsunuz yaz kış. Yani köylerle iç içe gidiyor. Yaylalar öyle. Yani*

komple kullanıyoruz alanı. Sadece merkez de değil." STK27 ise Kaş'ın butik turizm özelliğinin önemini şöyle açıklamaktadır: *"Valla bence Antalya'nın Kaş bir vitrini. Vitrin süsü. Antalya'ya Kaş'ın farklı bir destinasyonu olarak bakmak lazım. Antalya mass turizm yapılıyor biz mass turizm yapmıyoruz. Antalya'da mass turizm yapmayan bir destinasyon olarak görülebilir. Dedim ya başta size Akdeniz ve Ege arasındaki bir köprü Kaş. Yani Antalya için. (...)"*

Seçici turizm stratejisi turist ürününün şekillendirilmesinde turistlere odaklanılmasını gerektirmektedir. Bu süreçte turist arzının dağıtılması ve çeşitlendirilmesi yoluyla bölgesel kalkınma kavramlarını teşvik eden daha küçük turist gruplarına turist ürünü adapte edilir. Kaş'ın çeşitli turizm türlerini bünyesinde barındırması ve bu yapının değişim göstermesi nedeniyle ayırt edici ve güçlü yönlerine odaklanarak bu yönde stratejilerin geliştirilmesi önemlidir. Kaş'ta turizmin sürdürülebilirliğinin alternatif turizm ile mümkün olduğunu belirten STK23 görüşlerini şöyle aktarmaktadır: *"Kaş turizminin gelecekte tek çıkışı alternatif turizm. Eğer alternatif turizmden uzaklaşırsa hızla Marmaris ve Kemer gibi olabilir. Öyle olmaması için yani bir örnek belirleyip, nereye gitmek istediğini karar verip, öyle hareket etmesi lazım. İtalya'nın Portofino'su mu ya da Cinque Terre'si mi olmak istiyoruz? Yoksa Malta'mı olmak istiyoruz? Ya da İbiza gibi parti yeri mi olmak istiyoruz? Buna karar vermek lazım. Bu da içinde yerel yönetimlerin, STK ve mülki amirin bir plan yaratmasıyla olacaktır. Siz bir vizyon belirtirseniz yatırımlar da ona göre gelir. Odaya Jakuzi koymazsınız işte yürüyüşçüler için dinlenme alanları yapılır. Veyahut şampiyonalar artırılır. Biz burada dünya denemeleri yapıyoruz serbest dalış. Bu dünyada tanıtım için oldukça önemli. Ama bir kararın olması lazım."*

Turistlerin tercihlerinde yaşanan değişimlere bağlı olarak Kaş'ta yaşanan gelişmelere yönelik STK26'nın düşünceleri şöyledir: *"Artık insanlar böyle değişik yerlere gitmek istiyor. Değişik doğa alanları görmek istiyor. Farklı kültürler görmek istiyor. İnsanlar büyükşehirlerde nerede olursanız olun aynı tip şeyler oluşmaya başladı. Dünya birbirine benzemeye başladı. Doğal kültürel alanlar maalesef çok azaldı. Artık insanları o tür alanları tercih ediyor turizmde. Artık insanlar o tür yerleri tercih ediyor. O yüzden bizim özetle Turizm Bakanlığının bu konuda çalışmalar yapması lazım. Bunu uygulamaya sunması lazım. Konuşuluyor her yerde ama hızlı bir şekilde uygulamaya sokulamamıyor. Ama pratik*

çözümler uygulamaya yönelik çözümlerimiz gecikiyor. Zaman kaybediyoruz. Çünkü birçok doğal alanı kaybettik. Kendi kültürümüzü de kaybediyoruz. Kültürümüzü korumamız önemli."

Seçici turizm stratejisi, sürdürülebilir kalkınmanın önemi üzerinde durmaktadır (Law vd., 2016). Kaş'ın bu anlamda bölgede örnek bir destinasyon olduğunu belirten STK26 görüşlerini şöyle aktarmaktadır: *"Batı Antalya'nın korunmasında turizmde bu hataları yapmamak için Kaş liderlik görevi üstleniyor. Kendi kendine devlet katkısı olmadan ya da bu eko turizm sürdürülebilir turizm çıkmadan Kaş kendi kendine başardı. O yüzden Batı Antalya'nın tek alabileceği örnek Kaş."*

YH17 ise Kaş'ın bir turizm destinasyonu olarak öne çıkan özelliklerini: *"Kaş Antalya için önemli, Türkiye için önemli, Dünya için önemli. Çünkü Kaş karşıda Meis var. Avrupa ile içe içesin. Dünyanın en iyi dalış noktalarından bir tanesi. Yamaç paraşütü yapabileceğin en güzel yer. Dünya da serbest dalışın yapıldığı tek yer. Kaş'ın bir sürü avantajı var. Ama o avantajları nasıl daha iyi bir avantaja çevirirız ona bakmak lazım bence."* şeklinde ifade etmektedir. Benzer şekilde YH36 Kaş'ta sunulan turizm türleri ve dalış turizminin önemini şöyle aktarmaktadır: *"Alanya'nın turizminden Antalya'nın turizminden Kemer'in turizminden çok farklı bir turizm türü var. Yabancı turistlere Kaş daha çok hitap ediyor. Ancak şu anda Kaş daha çok yerli turistlere hitap ediyor. (...) Hem tarihi hem kültür bakımından çok farklı noktalarda. Kaş asla bırakmak istemiyor. (...) Kaş Akdeniz coğrafyasının da gözdesi, Antalya'nın da gözdesi diyebilirim. Çünkü, hem tarihi güzellik var koylar bakımından ve dünya çapında da gözde. Çünkü, 28 farklı yerde dalış noktası var."*

4.3.7. Turizm bilinci

Turizm bilinci teması, turizme yönelik geliştirilen uygulamaların belirli bir standart ve bakış açısı çerçevesinde gerçekleştirilmesini ifade etmektedir. Kaş'ın, turizmde öne çıkan bir destinasyon haline gelmesiyle birlikte bölgede konaklama, yiyecek, içecek ve aktivite açısından çeşitli girişimler bulunmaktadır. Bunun yanında, serbest ticaret yasasının getirdiği uygulamalar nedeniyle bölgede yapılan bu girişimler turizmin yapısını değiştirmekte ve sunulan hizmetin yapısını etkilemektedir. Kaş'a özgü ürünün/hizmetin olmaması ve benzer hizmet yapısının oluşması turizmde bilincin olmaması ile ilişkilendirilmektedir *(Alan Notları*

2, 26/08/2019). Turizm gelişiminin sürdürülebilir bir şekilde olabilmesi ve yeniden canlandırma doğrultusunda turizm bilincinin oluşturulması önem taşımaktadır.

Bilinçlendirmenin oluşturulabilmesinde eğitimin ve bu bağlamda vizyon oluşturmanın önemini konusunda katılımcılar hemfikirdir. Bu bağlamda bilinçlendirmenin eğitim ile mümkün olduğunu belirten İS9 düşüncelerini: *"Bilinçlendirme, eğitim. Türkiye'deki insanların bilinçlenmesi gerekiyor. O da eğitimle oluyor. Eğitim şart. Ama öyle bir eğitim değil. Bilinç anlamında eğitim lazım. Çağ atlaması lazım yani. Benim tek üzüldüğüm konu bu coğrafyaya büyük bir laf olacak ama bu turistler gitmiyor. Bu çöpünü bırakan, işte yarımada da kampçı bile değil ama çadır kuran, arıtmadan gelen geri dönüşüm suyu ile dişlerini fırçalayan bu insanlar bu kasabayı yoruyorlar. (...)"* şeklinde ifade etmektedir. Toplumsal anlamda yaşama bakış açısının değiştirilerek bu yönde vizyonun geliştirilebileceğini belirten İS21'in ise düşünceleri şöyledir: *"Bakış açısının değişmesi lazım. Hayata, doğaya, insana, yaşadığımız topluma, her şeye bakış açısının değişmesi lazım. Yoksa buraya yol yap park yeri yap değişmez. Kafayı değiştirmedikten sonra nasıl Kaş'ta turizm yapılmasını bilmiyorsan hiçbir şey değişmez."*

Katılımcılar turist profilinin değişiminin kalite düşüklüğüne ve vizyon değişimine yol açtığını belirtmektedir. Bu bağlamda İS25 turist profiline bağlı olarak yaşanan değişimi şöyle açıklamaktadır: *"O zaman buraya gelenlerin tatil imajında Kalamar yemek vardı. Kalamar hiç yememiş insanlar vardı. Yaz tatiline çıkınca onu yemek isterdi. Onu söylerdi. Parasını biriktirir gelirdi. Şimdi o kalmamış. Şimdi geliyor sana şeyi soruyor hamburgerci nerede. Popüler kültür demek ki böyle şeyleri ortadan kaldırıyor. Yakında bilgisayar nerede diye soracak. Adam sana bunu soruyor. Farklı bir yemek kültürü başlıyor. Yeme içme kültürü de değişiyor her şey de olduğu gibi."*

Kaş daha önece değinildiği gibi son zamanlarda popülerleşen ve buna bağlı olarak yatırımların artmaya başladığı bir turizm destinasyonudur. Bu durumun Kaş'a yansımaları benzer işlerin ortaya çıkması ve özgünlüğün yok olması şeklinde ortaya çıkmaktadır. Herşeyin ekonomiye dayandığı günümüzde kâr elde etme olgusunun varlığı, talep gören hizmetin benzerinin yapılması kimi zaman işletmecileri zor durumda bırakabilmektedir. İY22 bu anlamda Kaş'ta yaşanan gelişmeleri şöyle akarmaktadır: *"Daha fazla insanın gelmesi demek işletmelerin çoğalması demek. Kalitenin düşmesi demek. İpini koparan*

gelecek. Bir mekân bulan tutacak açacak. İşten anlasın anlamasın. Şu anda bile başladı bu sıkıntı. Mesela biri bir şey açıyor. Bakıyorsun başkası aynısından yapıyor mantar gibi her yerde aynı şey. Sen farklı bir şey yap. Neden aynı şeyi yapıyorsun. Farklı bir şeyler yaratmaya çalış, yok. Birisi bir şey açsın oo çok iyi para kalıyor. Sen mekân açıyorsun iyi iş yapıyor mal sahibi diyor ki dükkânı boşalt ben yapacam. Sonra bir tane usta buluyor birkaç tane örneği var. Burada çıkardığı adam karşısında yer açtı. Adam iş yapıyor diğeri yatıyor. Vizyon sıkıntısı var insanlarda. Birisi para kazanıyorsa diğeri de onu yapmaya çalışıyor."

Turizmin sürdürülebilirliği paydaşların eşit oranda ekonomik, sosyal ve çevresel kaynaklardan faydalanması ile mümkündür. Kaş açısından değerlendirildiğinde yaşanan değişimlerin zararlarını en aza indirgemek adına planlamanın ve vizyonun geliştirilmesini vurgulayan STK23 görüşlerini şöyle aktarmaktadır: *"Bizim bir vizyon geliştirmemiz lazım. Bir plan. Plansız bırakırsanız bir gün Alaçatı olmanız da bir engel olmaz. Ne olur bu sefer dengesiz dağılımından dolayı çok maddi alımı yüksek turistle çalışırsınız. Kısıtlı bir kişi bundan pay alabilir. Şu anda ilçede 100 paydaş varsa o zaman paydaşlar düşer. Yatırımcı tekeline geçirir hizmetleri. Bir süre sonra bu aile işletmelerini de kaybederiz."*

Turizmi etkileyen en önemli unsurlardan biri turizme ilişkin algının ne şekilde olduğudur. Türkiye'de siyasi algının her alan üzerinde etkileri bulunmaktadır. Siyasi algının yanında bölgenin kendisinden kaynaklı yaşanan gelişmelerin de turizm üzerinde etkileri bulunmaktadır. STK31 bu bağlamda Kaş özelinde yaşanan gelişmeleri şöyle ifade etmektedir: *"Turizm bir kere algıda çok önemli. Burada ne kadar eğitimli kültürlü ve farkındaysa turizm o kadar ilerler. Bizler bir şeyler yapıyoruz ama hepsi tavsiye kararlar. Belediye başkanı turizmden gelme. Esnaf bu işin farkında. Şimdi alan kısıtlı. Bir de iktidarla alakalı. Bilmem ne partisinden birleri olursa güzel hizmetler yapılabilir. Seçim döneminde vaatlerin hepsi turizmle ilgili. Niye vaatler çok yüksek. Bunun maddiyat olması lazım. (...) Buraya nitelikli uzman personel alınmıyor. Bence Kaş'a mutlaka peyzaj mimarının olmasını isterdim. Buna benzer turizmle ilgili iktisat ilgili uzmanların olması lazım."*

Turizmin yeniden canlandırılmasında ahlak ve etik kavramı üzerinde duran İS37'nin görüşleri şöyledir: *"Ahlak. Etik. Benim bir işletmem var 50 kişilik 51. adamı almak için bir sandalye daha koyuyorum. Diyebilmeliyim ki benim yerim doldu lütfen yandaki işletmeye gidin. Orası da kazansın. Bu kadar".* İS41 ise turizmde yer alan paydaşların ekonomik

çıkarlar kapsamında hizmet verdiğini ve buna bağlı olarak yaşanan olumsuzlukların giderilmesinin eğitim ve bilinçlendirme yoluyla gerçekleştirebileceğine yönelik düşüncelerini şöyle aktarmaktadır: *"Bilinç. Turizm bilinci yok. İşletme sahiplerinde yok. Elemanlarda hiç yok. Günlük 50 liraya eleman çalıştırıyor. Hiçbir şey yapılmıyor. Kâr marjına bakıyor adam. Bunun için kriter oluşturulması lazım. Buradaki yerel yönetimlerin ve kaymakamların. (...) Bu pastayı kim yapıyor nasıl yapıyor düşünen yok. Herkes bir pay alma derdinde. Sonuçta hep aynı yere geliyoruz. Eğitim yok. Bilinç yok. Bilinç. Turizm bilinci oluşturulamamış. Adamın bir arsası varmış, evi varmış, turizmci olmuş. Adam ben turizmciyim diyor. Sıfır eğitimli. Yabancı dili yok. (...) Biraz turizm bilinci oluşturulması zorunda. Adam turizm okumamış turizm ne bilmiyor. (...)"*

4.3.8. Turist hareketlerine erişim ve yönetim

Turist hareketlerine erişim ve yönetim teması, turist akışı ve turizm altyapısının taşıma kapasitesine adapte edilmiş sürdürülebilir yönetim ile ulaşımda alternatif yolların teşvik edilmesini ifade etmektedir (WTO, 2001). Destinasyonlara destek veren ulaşım yöntemlerinin, yollarının ve terminallerinin işletilmesi ve bunlar arasındaki etkileşim ve destinasyon içinde ulaşım hizmetlerinin sağlanması önemlidir (Prideaux, 2000). İyi ve çekici bir ulaşım sistemi büyük ölçüde kalite ve kullanılabilirliğe dayanmaktadır. Kaş bir turizm destinasyonu olarak coğrafik açıdan ulaşımı zor bir konumda yer almaktadır. Kaş'ın coğrafik yapısı ve belirli merkezlere olan fiziksel uzaklığı erişilebilirlik anlamında zorlukların yaşanmasına yol açmaktadır. Kaş'ın fiziksel yapısı nedeniyle de belirli dönemlerde aşırı turizm nedeniyle taşıma kapasitesi aşılmaktadır. Bu süreçte destinasyon; aşırı kalabalık, alt yapı ve üst yapı yetersizliği sorunları ile karşılaşmaktadır. Bu kapsamda, yeniden canlandırma sürecinde aşırı turizmin etkilerinin ve ulaşılabilirlik sorunlarının en aza indirgenmesi ihtiyacı doğmaktadır. Kaş'ın ulaşılabilirlik sorunları ile yüzleşmesi bölgede yaşayan toplumu ve turistlerin zorluklarla yaşamasına neden olmaktadır *(Gözlem Raporu 1, 26/08/2019, 45").* Sezonun yüksek olduğu dönemlerde otopark ve trafik sorunu oluştuğunu belirten İY22'nin görüşleri şöyledir: *"Şu anda Kaş'ın en büyük sıkıntısı otopark. (...) Hiçbir şekilde araba hareket edemiyor. Motorla Kaş'ın her yerine üç beş dakikada gideceğin yeri 10 dakikada gidemiyorsun. Aradan geçme şansın yok. O haliyle kitleniyor. Belediyenin en öncelikli planı trafik sorununu çözmesi lazım otoparkla."*

Hava taşımacılığı ve havalimanı, kara ulaşım sistemleri ve güzergahları ile su taşıma altyapılarını kapsayan ulaşım altyapısının aktarım sistemi, turizm destinasyonları dışındaki ve içindeki cazibe, otel ve alışveriş arasındaki ulaşımını sağlamaktan sorumludur. Özellikle karayolu taşımacılığında gelişmiş ulaşım altyapısı, daha düşük ulaşım maliyetine yol açmaktadır (Khadaroo ve Seetanah, 2008). Kaş özelinde değerlendirildiğinde dışarıdan ulaşım ağı bağlantılarının yeterli olduğunu ancak ilçe içinde sorunların baş gösterdiği katılımcılarca belirtilmektedir. Bu bağlamda, İS24 görüşlerini şöyle aktarmaktadır: *"Sezonun en yüksek olduğu dönemlerde Temmuz ve Ağustos burada trafik felç. Çünkü hiçbir şekilde otoparkı yok zaten. Trafik düzeni çok kötü. Her an her yerde araba size çarpabilir. Motor size çarpabilir. Birisi önünüze çıkabilir. Ki dışarıdan gelen insanların da elbirliğiyle trafiği felç ediyorlar. Yetersiz. Yol düzeni de yetersiz. Ulaşım ağı yeterli bence. Gelmek isteyen için bu yolda yeterli. Şimdilik yeterli. Belki dediğim gibi temmuz ve ağustosta yeterli gelmeyebilir. Ama dediğim gibi onun için de ekstra seferler yapıyorlardır."*

Genel anlamda ilçenin doğal yapısı nedeniyle ulaşım sorunu olduğunu belirten STK23 merkezi ve yerel yönetimlerin çözümler üretmesi gerektiğini belirterek görüşlerini şöyle aktarmaktadır: *"Büyük bir otopark sorunu var. Yüksek düşük sezon park edecek yer yok. Bölgenin coğrafik özelliklerinden dolayı, kayalık, düz alanlar yok. Her yer sit alanı o yüzden otopark yapamıyorsunuz. Onun içinde bazı çözümler getirilebilir. İlçenin girişinden trafiğe, yaya trafiğine açarak, araçları pazar yerine ve çevreye yönelterek çözülebilir. Bunları sosyal bir çözüm gerekiyor. Elektrikli araçlarla ulaşım engelliler için yaşlılar içi böyle şeyler getirmek gerekiyor. Bu küçük ilçelerde Seferihisar, Datça gibi yerlerde kişilerin yaya olarak yürümeye teşvik edilmesi gerekiyor. İnsanların yürüyebilmesini sağladığınızda daha çok turist çekiyorsunuz. Ulaşım açısından konuşursak ilçenin ulaşım sorunu yok. İki havaalanına 180 km uzaklıkta. Esas problem o havaalanlarından toplu ulaşım olmaması. Kişilerin bireysel olarak çözmeleri gerekiyor. Eğer Antalya belediye ortak bir ulaşım ya da Muğla belediyesi ile ortak bir ulaşım bir toplu ulaşım yaparsanız ilçenin ulaşım sorunu kalmaz. Şu anda böyle bir şey yok."*

Yol kapasitesi iyileştirmeleri (daha fazla şerit, daha fazla güvenilirlik, daha yüksek yol yüzeyi, daha fazla ve daha geniş çapta daha fazla güvenlik ve geliştirilmiş tabelalar gibi) yakıt tüketimini, aşınma ve yıpranmayı ve trafik geçiş süresini azaltır. Bu tür aktarım

altyapısı yatırımları, turizm deneyiminin kalitesini etkilemektedir (Khadaroo ve Seetanah, 2008). Konaklama fiyatlarının yüksek olması, bunun yanında aşırı talep sonucu mevcut altyapının gelen talebi karşılayamaması nedeniyle altyapısal ve üstyapısal sorunlar yaşanmaktadır. STK26 yaşanan gelişmeleri şöyle aktarmaktadır: *"Bir de işte en büyük iki bayramda çadır turizmi yeni türedi. Bunu hakikaten Kaş'ın çözmesi lazım. Sonuçta burası bir kasaba merkezi. Bir Akdeniz kasabası. Bayramda çünkü curcuna oluyor. Biz hep sakin şehir, sakin kasaba, huzur bulmak için insanları davet diyoruz. Artık bayramlar işkenceye döndü. Trafik sorunundan konaklama sorununa kadar, yeme içme, deniz, plaj atıklar. Sonuçta bir kasabanın merkezi. Talep o kadar fazla ki artık karşılayamıyoruz. Bu da ilçeyi sıkıntıya sokuyor. Yaşayanlar dâhil gelenleri sıkıntıya sokuyor. Tabi ki bu Kaş için önemli bir sorun."*

Kaş'a ulaşımın vakit almasının Kaş'ın yapısını koruyabildiğini belirten ve ulaşımın zor olmasının destinasyon tercihini etkilemediğini belirten STK27 düşüncelerini: *"Ulaşım sorunu yok. Herkes var der ben yok diyorum. Bugün siz buradan İstanbul'a gitmeye kalkarsanız 12 saat arabayla sürüyor. Biz de ulaşım eğer otobanla sağlanıyorsa ulaşım sorunu yok. Eğer otobanla sağlanmıyorsa ulaşım sorunu var. Ama ben siz şunu söyleyeyim bugün meşhur olan Amalfi sahillerinde yol altı metre. Bugün dünyanın en güzel kayak merkezlerinden Saint Morritz. Saint Morritz'e giden yollar da altı metre. Kışın şu kadarcık yollarda gidiyorsun. Havalimanı yok. Bizdeki gibi otobüs seferleri yok. Tren yok. Ama insanlar bir şekilde gidiyor. O yollardan geçiyor. Kullanmasını biliyor. Biz de ulaşımı sorun olarak görürsen, bunu hep sorun olarak büyütürsen ve bunu çözümüne ilişkin sadece dedikodu yaparsan o haliyle kalır. Ama Kaş'ın bir ulaşım sorunu yok. Şöyle yok. Bütün güzellikleri, değerleri İstanbul'un etrafına toparlayamayız. Kaş uzak olduğu için bu kadar korunaklı kaldı. Bu da ulaşımın bir sorun olmadığını gösteriyor."* şeklinde ifade etmektedir. Benzer şekilde Kaş'a gelmek isteyenlerin Kaş'ı tercih etmesinde ve aşırı turizm sorunları ile yüzleşilmesinde ulaşılabilirliğin büyük bir sorun olmadığını belirten İS2'nin düşünceleri şöyledir*: "Özellikle bayram dönemlerinde bir şekilde ulaşılıyor. Sancılı bir süreç. Ya Antalya'ya ineceksiniz ya Dalaman'a. İndiğinizde oradan 2 saat 3 saat yol gelmek zorundasınız. Otobüsle 15 saat. Uçakla 7-8 saatlik bir serüven. Araba ile gelsen 10 saatlik serüvenle geliniyor. Ama bir şekilde seven Kaş'a geliyor. Kaş'ı nitelikli turizmde kalmasının*

sebebi bu. Bunları göğüs gerip gelenleri adamı karşılayan bir yer. Hop hafta sonu atlıyım kaçayım gideyim yeri değil Kaş. Çünkü hafta sonu 2 gün tatilin bir buçuk günü yolda geçirdiğiniz bir serüven bu. Ama ona rağmen bayram gibi uzun resmî tatiller döneminde bir yığılma oluyor."

İlçe içindeki ulaşılabilirlik sorunlarının turizmin sürdürülebilirliğini etkileyebileceğini vurgulayan İS11'in görüşleri şöyledir: *"Son zamanlarda artan bir biçimde önümüzdeki sene ne olacağını soru işareti olarak önümüzde duracak. Ciddi bir trafik park sorunu var alan çok dar çok kısıtlı. Bu sorunu önümüzdeki yıllarda buraya geliş gidişte bir biçimde etkileyen hususlardan biri olduğunu söyleyebilirim. Yani bir yere gidiyorsun günün yarısını arabanın nereye koyacağını aramakla geçiriyorsa bir sıkıntı."*

Kaş'ın tarihi bir alan üzerinde konumlandırılmış olması ve coğrafik yapısından kaynaklı dar bir alana sahip olması altyapısal açıdan erişilebilirliğin sağlanması konusunda zorluklara neden olmaktadır. Bu doğrultuda, YH40'ın görüşleri şöyledir: *"Altyapısı yetersiz Kaş'ın. Kapasitesi 5000 kapasiteli. 5000 kapasiteli yere 50.000 kişi gelirse ne elektrik ne de su dayanır. Kaş'ta iki gün su kesildi. Sezonda öyle. Kışın öyle bir sorun yaşanmıyor. Altyapı yok. Altyapı olmayınca tamamlamadan üstüne sürekli bir şey yapılıyor. Öyle olunca da her şey sorun oluyor. Burada üç kere elektrik kesilmesi demek 150.0000 liralık arıza benim için. Bir şeyler yapmaya çalışıyorlar. Ama eski bir yerleşim yeri olduğu için nereyi kazısalar altından bir şey çıkıyor. O yüzden bir şey yapılamıyor. O yüzden ara yollardan alttan üstten bir şeyler yapmaya çalışıyorlar. O dediğim gibi belli bir yere kadar."*

Kaş'ın coğrafik yapısının zorlu olması her kesimden turistin bölgede turizm faaliyetlerine katılmasını zorlaştırmaktadır. Bu kapsamda bölgede yönlendirme levhalarının yetersiz ve anlaşılabilirliği açısından da sorunlar yaşanmaktadır. Bu bağlamda STK23 görüşlerini şöyle aktarmaktadır: *"Özellikle çocuklu aileler için çok uygun bir altyapı yok. Denize girişlerinde, konaklamalarında. Özellikle engelliler için altyapımız yok. Her yer merdiven kayalık. Otellerin asansörü yok."* İY4 ise yönlendirme levhalarının eksikliği konusundaki düşüncelerini: *"Kaynak var. Şimdi şöyle. İşte yani yok yok. Onlara bir bakım yok. Onları böyle bir dizayn edeyim. Onlara ne bir ne bileyim. Sit alanı diyor. Bu sit alanı buraya girilmez kapatmış. Ama yani bir bakım bir dizayn bir şey yok. Herhangi bir şey yok. Bir levha yok. Adama göstereceksin burası sit alanıdır. Bu tarafa gidebilirsin. Şey var. Orayı*

yaptılar geçen yıl. O da kaç yıl sonra. Antik tiyatro var gitmişsindir oraya. Orda bir dizayn yaptılar. Altına tahta yaptılar. O da geçen yıl yaptılar. Böyle bir bakım dekorasyon yok. Durum böyle" şeklinde ifade etmektedir.

Mevcut durumda altyapısal ve üstyapısal açıdan yaşanan gelişmeler alternatif turizm hizmeti veren işletmelerin faaliyetlerini yürütmesini zorlaştırmaktadır. YH36: *"Çevresel açıdan baktığımızda limanın halini görmüşsünüzdür. Kaç senedir bu halde. Herhangi bir altyapı yok. Sezon başı başlandığında limanda bir tane yarık açtılar. İşte bir şey diyorlar boru değiştiriyorlar. Kışın neredeydi aklınız diye sorulmaz mı sezon başladı. Özellikle paraşütün ineceği bir alan yapılamıyor. Neden yapılmadı diye sorunca yer yok diyorlar. Liman var. Limanı otopark olarak kullanıyorlar. Geminin bağlama noktası olarak kullanılıyor. Paraşütünden ineceğine yakın araba çıkıyor işte önüne. Nereye inecek. En azından paraşüt alanı yapılabilir şu alanlarda boş bırakılıp alan yapılabilir. Geminin çekildiği yerler bakın zamanda da sıkıntılı bu gibi sorunlar var. Altyapı yok. İdare biraz yetersiz diyebiliriz."* Benzer olarak İS38 yamaç paraşütü işletmecilerinin altyapısal sorunlara bağlı olarak yaşadığı sorunları şöyle ifade etmektedir: *"Şurası araba parkı. Ama aynı zamanda paraşütçülerin tek iniş yeri. Sizin altyapınız yoksa nasıl olacak. Adam arabasın koyacak yeri yok. Otopark yok. Her taraf dolu. Bazı alanların trafiğe kapatılması lazım. Zemin taşlarına bakın limanın zeminine bakın. Kötü yani. Diyoruz arkadaş buraya düzgün beton dökün şık olsun güzel olsun. Şurada duvar yazılarını biz teşvik ediyoruz, yapın diyoruz. Yakın tarihe kadar müsaade etmiyorlardı. Hadi bunlar bir sanat eseri kimse para istemiyor."*

4.3.9. Turizmin kalitesini ve sürdürülebilirliğini izlemek için araçlar

Turizmin kalitesini ve sürdürülebilirliğini izlemek için araçlar teması (Bkz. Şekil 4.6), senaryo ve programların değerlendirilmesinde göstergelerin kullanımı, turizm gelişimi ve yerel kalkınmanın kalitesini ve sürdürülebilirliğini izlemek için gözlemlerin oluşturulmasını ifade etmektedir (WTO, 2001). Kaş'ın turizm destinasyonu olarak öne çıkması bölgenin ekonomik, sosyal ve çevresel kaynaklarının yapısında değişimlere yol açmaktadır. Bölgenin turizme bağımlı bir hale gelmesi kaynakların yapısında hızlı değişimlere neden olmaktadır. Buna bağlı olarak bölgede çeşitli zorluklar yaşanmaktadır. Kayıt dışı ekonomi, doğal kaynakların tahribatı, aşırı yapılaşma, işletmelerde yapısal sorunlar yaşanmaktadır. Yaşanan bütün bu olumsuzlukların giderilmesinde ve sürecin

gözlemlenebilmesinde belirli yönergelerin oluşturması ihtiyacı bulunmaktadır. YH34 turizmde sürdürülebilirlik, Kaş'ta ekonomik, sosyal ve çevresel anlamda yaşanan gelişmeleri ve kontrolün önemini şöyle ifade etmektedir: *"Turizm sürdürülebilirlik gerektirir. Turist nedir memleketimiz eğlenmek dinlenmek için gelmiş geri gitmiş adam. Parasını veriyor hizmetini alıyor geri gidiyor. Ama adam burada kalırsa bu rant oluyor. Kalırsa niye kalacak yer alacak. Fakat ben adama oda satıyordum. Şimdi o ev alırsa ne olacak. Emlakçı kazandı, müteahhit kazandı. Adamın evi var. Evinde mutfak var. Restorancı da kazanmadı. Ben de kazanmadım. Balkonda mis gibi manzara da içer içkisini. Barcı da kazanmadı. Üç tane sektör gitti. Rantın daha fazla binalaşmanın önüne geçilmeli. Ondan sonra bir kere en büyük sermayen deniz. Bunu koru. Ne olur devlet kurallarını çalıştır. Hiçbir şey istemiyoruz. Zabıta kendi görevini bile bilmiyor. Görevi ne ile sınırlı ya da nereye kadar açık bunu bilmiyor. Açacak ruhsatları kontrol edecek. Ruhsatları şöyle kontrol ediyorlar. Geliyorlar duvarda ruhsat var mı ha tamam diyorlar. O ruhsatın bir faaliyet konusu olur. O faaliyet konusu da büyük defterlerde zabıta odasında her şey devletimizce çok güzel yazılmış çizilmiş. Bir restoransan senin açılış saatin belli. Kapanış saatin 12. Neden? Müşteri oradan kalkacak bara gidecek. Fakat sen her şey benim olsun istiyorsun. Adam çay bahçesini sabah sekizden gece üçe kadar açık tutuyor. İçinde yemek memek her şey var. Bu bile şey. Plaj ruhsatı diye bir şey yok Kaş'ta. Hepsi işgalli. İşgal edilmiş yere devlet ruhsat vermez. (...) Hadi diyelim müşteriye hizmet verecek bir şey satıyor bari kontrol et. (...)"*

İS24 ekonomik, sosyal ve çevresel kaynakların sürdürülebilirliğinin sistematik bir şekilde yürütülmesi gerekliliğini şöyle ifade etmektedir*: "Bu işin bir sistem içerisinde yapılması gerektiğini düşünüyorum. Yani, şöyle ki siz bir bina yaptığınızda ilk önce temelini yaparsınız. Ondan sonra kolonlarını atarsınız. Ondan sonra duvarlarını koyarsınız. Ondan sonra çatısını koyarsınız. Ondan sonra içini döşersiniz. Turizm dediğimiz de aynı şey. İlk önce bence Kaş'ın hem çevresel hem tarihi alanlarının tamamının ıslah edilmesi gerekiyor. Temmuz, Ağustos'ta trafiği felç oluyor. Bu şeyin derhal çözüm bulunması lazım. Otopark yapıyorsunuz yapın. Gidin yetkili yerlere başvurun onu sağlayın. Yok işte şurası sit alanı yok şu. Başka işe geldiği zaman burası sit alanı değil. Başka işler yapıldığında el atından burası sit alanı olmuyor."*

Şekil 4.6. *Turizmin kalitesini ve sürdürülebilirliğini izlemek için araçlar teması*

Devlet mekanizmalarının kontrolü sağlamada yetersiz olduğunu belirten İS37'nin görüşleri şöyledir: *"Hiçbir şeyin kontrolü yok Türkiye'de. Gel burada otur akşam burada nefes alamazsın baca dumanından. Çevre bakanlığı niye kontrol etmiyor. Gece göz gücü görmüyor. Oradan çıkıyor buradan çıkıyor. Oturamıyorsun her şey simsiyah. Bu hiçbir şey. Kardeşim bunun böyle kokmamasını sağlayacak olan sistem var mı var. Kim kontrol ediyor. Zabıtaya söylüyorsun yok. Sonra sen de böyle gevşiyorsun. O kadar her şey birbirine bağlı ve çözümsüz ki."* İS37'ye benzer biçimde kontrol eksikliğinin varlığını İS39 şöyle aktarmaktadır: *"İki tane bar var burada. Bar ruhsatı mı olur banyo kadar hepsi. Çorbacı var burada sabaha kadar açık. Gecenin beşinde bir grup geldi gürültü patırtı. Yerleşim yeri burası görüyorsun. Bunlara bar ruhsatı veremiyor içkili kafe ruhsatı veriyor. O da saat birde kapatıyor. Ama kontrol etmiyor ki. Söylüyorsun ki insanlar da tuhaf. Napayım benim ruhsatım var. Ruhsatın var ama gürültü yapamazsın bunu için ruhsat verilmiyor ki."*

Kaş'ın bir turizm destinasyonu olarak popülerleşmesi, talep yoğunluğu yaşanması ve sezonun kısa olması mülk ve kira fiyatlarında yükselmelere yol açmıştır. Otel fiyatlarının yüksek ve talebin yoğun olması nedeniyle kayıt dışı apartçılık sistemi ortaya çıkmıştır. Kayıt dışı apart sistemi altyapıda ve üstyapıda değişimlere neden olmaktadır. Altyapı ve üstyapı da yaşanan gelişimler ve değişimler turizmin kalitesinin ve sürdürülebilirliğinin belirli araçlarla izlenmesini gerektirmektedir. Bu açıdan değerlendirildiğinde fiyatlandırma ve kapasitenin kontrolüne ilişkin stratejilerin geliştirilmesi ve takibinin gerçekleştirilmesi ihtiyacı ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda gerçekleştirilen analizler sonucunda oluşan turizmin kalitesini ve

sürdürülebilirliğini izlemek için araçlar teması altında oluşan alt temalar ***fiyatlandırma politikası*** ve ***kapasite kontrolü*** şeklindedir.

4.3.9.1. Fiyatlandırma politikası

Fiyatlandırma politikası teması, turizm destinasyonlarında sunulan hizmetin niteliklerine bağlı olarak belirli standartlar dâhilinde fiyatlandırmayı ifade etmektedir. Fiyatlandırma politikasının oluşturulabilmesi için belirli standartlar kapsamında yönergelerin oluşturulması oluşabilecek sorunların önüne geçilmesinde önem arz etmektedir. Kaş özelinde değerlendirildiğinde fiyatlandırma konusunda çeşitli sorunların var olduğu belirlenmiştir. İşletmelerin sunduğu hizmet yapısının çeşitlilik göstermesi ve talebe bağlı olarak hizmet sunumunda yaşanan farklılıklar fiyatlandırma sorununu gündeme getirmektedir. Mülk kiraları ve konaklama ücretlerinde yaşanan farklılıklar ve ücretlerin yüksek olması Kaş'ta yaşanan mevcut sorunlardan biridir *(Gözlem Raporu 3, 28/08/2019, 55").*

Kaş'ın popülaritesi ve fiyatlandırma politikasının olmaması beraberinde pek çok sektörü etkilemektedir. Talep yoğunluğu nedeniyle konaklama seçeneklerinin yetersiz kalması ve toplumun bu ihtiyacın farkına varması sonucu apart sistemi bölgede ağırlık kazanmaya başlamıştır. Ancak, apart sisteminin kayıt dışı bir şekilde gerçekleştirilmesi mevcut durumda sorunlara neden olmaktadır. Fiyatlandırma sorunları ve talep nedeniyle konut yetersizliği yaşanması ve buna bağlı olarak turist profilinde değişimlerin ilçe içinde göçe yol açtığını vurgulayan İS1'in görüşleri şöyledir: *"(...) İnanılmaz derecede ev kirası yükseldi. Paranız olsa da ev bulamıyorsunuz. Bütün evleri aparta çevirdiler insanları evlerinden çıkartıp. Apart iyi para getiriyor. Kaş küçük bir yer. Bir bayramda bayramcıların kaldıramayacağı küçük yer. O kadar otel yok, plaj yok, çadır, kamp yok. Yok yani Kaş'ta. O şeyi kaldırmayacak vaziyette. O nedenle mülk sahipleri için güzel para tabii. Çıkarıyorlar kiracıları evinden kiracısına diyor çık. Ben burayı apart yapıcam. Dediğim gibi kiralık eviniz varsa sıkı sıkıya tutunup oradan çıkmamanız lazım. Yavaş yavaş Kaş'ta yaşayan insanlar Kaş'tan Kaş'ın köylerine gitmeye başladılar. Ekonomik olarak burada yaşamak zorlaşmaya başladı. Dükkan kiraları devir paraları almış başını gidiyor. Kaş için pahalı. Kaş'a öğrenci gelir, kampingci gelir, dağcı gelir. Adam buraya gelip dünya kadar otel ve dalış parası vereceğine, burası görsel olarak Mısır, Tayland gibi muazzam bir yer değil. Bu paraya gelip burada bir hafta tatil yapacağına gidersin Mısır'da tatil yaparsın, bir ay dalarsın. Yavaş*

yavaş onlar ayaklarını kesmeye başladı.(...) Ama o yoğun sezonda eski Kaş müşterisi artık gelmiyor. Başka bir profile dönüştü artık."

Talep yoğunluğuna bağlı olarak oluşan fiyatlama sorunları ve konut yetersizliği turizm çalışanlarının yaşamsal faaliyetlerini idame ettirmelerini de zorlaşmaktadır. Bu bağlamda İS9 turizm çalışanlarının gelişmeler neticesinde yaşadığı zorlukları şöyle ifade etmektedir: *"Şimdi bu potansiyeli görünce burada yaşayan köylüler dahi buranın yerlileri de olsa esnaf olarak gelmişse, ev sahibi olan herkes geri geldiğinde evlerini apart olarak kiraya vermeye başladı. Konaklama çok kısıtlı olduğu için burada, en çok ihtiyaç olduğu için herkes ona yönelmeye başladı. Herkes yasasız yolsuz ben de şunu kiraya vereyim ondan kazanç sağlayayım. Böyle bir oluşumlar başladı. Şu an Kaş'ta yaşayanlar, çalışanlar kalacak yer bulmakta çok zorluk çekiyor. Zaten yazın burada para kazanıp kışın burada yaşamasına yetmiyor."* Popülaritenin etkisiyle konaklama ücretlerinin artmasının geceleme oranları üzerinde etkili olduğunu belirten STK23'ün düşünceleri şöyledir: *"Çokça popüler oldu. Konaklama fiyatları arttığı için kişilerin konakladığı gün sayısı azaldı. Önceden bir haftalık, on günlük belki iki haftalık turistler ağırlanıyordu. Şimdi daha hızlı girdi çıktı olan durumlar var. O da konaklama ücretleri arttığı için. O da arz talep dengesi. Çünkü rekabet kanununa göre siz bir alt limit üst limit koyamazsın. Serbest ticaret kanunu herkes istediği fiyatı verebiliyor.* Benzer şekilde fiyatlama konusunda belirli bir standardın olmadığını belirten TÇ32 görüşlerini: *"Bir de fiyat dengesi yok burda. Aynı şeyi satuyor bir yer 20 liraya bir yer 70 liraya satıyor. Konaklamada olsa anlarım. Binan yenidir. Pansiyon bölgesinde kişi başı 400 lira. Yarımada da günlük 7000 lira veren var."* olarak ifade etmektedir. Sunulan aktivitelerin fiyatlandırılmasında da bir standardın olmadığını belirten İS41'in görüşleri şöyledir: *"Dalış yapılıyor ama kontrolü yok. Ben size 100,150 ve 80 liraya dalış ayarlayabilirim. Standart bir hizmet yok. Dernek var. Ama dernek kim. Dört tane tekne sahibinin oluşturduğu bir şey. Fransa'da yapılışını gördüm. Şu tekneler dalış değil seyir tekneler. Bu tekneler no name çalışıyor. Adı madı yok. Adam yanaşıyor koltuk sayısı 110 yolcu alıyor gidiyor. Gece bütün müşterileri rahatsız ediyorlar. Yok şu fiyata bu fiyata diye. Bu adamlar vergi ödemiyor ki. Kayıtlı değiller. Adam benim sırtımda benim her şeyimi inceliyor ceza yazıyor. Oradaki adamlara hiçbir şey yapılmıyor. Bu işin standartlarının*

olması lazım. Dalışın teknenin standartlarını birisi denetler. Tekne iskeleye çeker 20 kişimi alıyor alır gider gezdirir.(...)"

Fiyatlandırmaya bağlı olarak oluşan sorunların giderilmesi ve yeniden canlandırma kapsamında stratejinin oluşturulmasında katılımcıların çeşitli görüşleri bulunmaktadır. İS15 bu bağlamda merkezi ve yerel yönetimler tarafından belirli standartların oluşturularak hizmet sunan işletmelerin yapılarına uygun olarak yapılabilecekleri şöyle ifade etmektedir: *"Öncelikle ekonominin düzelmesi lazım. Pansiyonların otellerin yani buranın yöneticileri belediye ve kaymakamlık ortak karar verip herkese belli bir fiyat vermeli. Pansiyonların fiyatı şu olmak zorunda, tekne turlarının fiyatı şu olmak zorunda, dalışın fiyatı şu olmak zorunda. Restoranların balığın ya da rakının bedelleri ortak konuşulup bir noktaya varılmak zorunda. Ondan sonra her şey düzelir. Şimdi herkes kafasına göre bir fiyat biçiyor. Bir tanesi 100 liraya veriyor aynı turu başkası 50 liraya veriyor öbürü 250 liraya veriyor. Oteller bir tanesi 1000 liraya veriyor öbürü 250 liraya veriyor. Yani çok değişik bir durum var."*

Ekonomik sürdürülebilirliğin fiyatlama politikası ile mümkün olduğunu belirten YH8'in görüşü şöyledir: *"En başta fiyat politikalarını belirlemeleri lazım. Bir mekânda oturuyorsunuz aynı yemeğin başka yerde fiyat farkı çok arada. Balığı biz tanesini 30'a veriyoruz başka yer 70'e veriyor. Düşünebiliyor musunuz? Böyle tutarlı olsa geleceği iyi olur. Buraya geliyorsunuz farklı fiyata yiyorsunuz yan tarafa gidiyorsunuz farklı."*

İS38 yükselen fiyatların sürdürülebilirlik konusunda sorunlar oluşturduğunu ve arazi fiyatlarında yaşanan artışlarının olumsuz etkileri olabileceğine ilişkin olarak görüşlerini: *"Fiyatları yükseldi bu sefer çok parası olan insanlar yerlilerden 100 liralık şeyi 200 liraya alıyorlar. Saçma sapan bir gelişme oldu. Ama bunun çok sürdürülebilir olduğunu düşünmüyorum. Bir bakıyorsunuz bir dönüm yer 250 bin lira üzerinde bina yok bir şey yok. Dünyanın her yerinde 250 bin euro ya istediğiniz her şeyi alabilirsiniz. Git Miami'de ev al. Çok suni olarak geliştirildi. Genel gidişat açısından hiç iyi değil. Her şey dahil otellerde en ufak rüzgâr nasıl yerle bir ediyor burada da olur. Thomas Cook battı mesela. Kaç tane otel mahvoldu acaba. Bir milyon daha turist gönderecekmiş sadece havaalanlarında kalan 40000. Bu bir de Türkiye."* şeklinde ifade etmektedir. YH40 yüksek fiyatların alım gücünü düşürdüğünü ve nakit akışını engellediğini belirterek, kontrolün sağlanması ile fiyatlandırma politikasının oluşturulabileceğine ilişkin düşünceleri şöyledir*: "İlk önce herşeyin kontrol*

edilmesi lazım. Fiyatlar, kiralar. İlk önce buradaki halkı rahata ettireceksin ki ondan sonra turistler gelsin. Sen burdaki altyapıyı fahiş fiyatlar uygularsan gelmezki. Adam bir haftalığına 3000 lira verirse otele ne yiyecek. Tabiki su ve dondurmayla gezecek. Para yok. Ben hiç bu kadar kredi kartı kullananı görmedim. Kimse de nakit para yok. Sürekli herşeye kart kart. Adam suya kart veriyor. Ben almıyorum. Öyle yapmak zorundasın. Çok kötü yani."

Konaklama hizmeti sunan işletmelerin yapısına bağlı olarak sınıflandırılabileceği ve bu kapsamda fiyatlandırmanın oluşturabileceğini İY22 şöyle aktarmaktadır: *"Çok eski benim başladığım yıllarda sınıflandırma vardı. 1., 2., 3. sınıf pansiyon diye. 1. sınıf 100 lira, 2. sınıf 80 lira, 3. sınıf 60 lira. bu standart kalktı. Şimdi ne denetim var. Esnaf odası bize fiyatları veriyordu. Esnaf odası da karışmıyor. Niye karışmıyor. (...) Şimdi verdiğim kaliteyi vermiyor diğerleri. İyi bir çalışma ile yapabilirsin. Ya herkese diyeceksin aynı standartta hizmet vereceksin, ya da diyeceksin bu kadar hizmet vermek istemiyorum o zaman dediğim gibi 2. sınıf olacaksın, senin fiyatın bu olacak. Ama bu fiyata razı değilim iyi fiyat istiyorum. O zaman iyi fiyata göre hizmet vereceksin."*

4.3.9.2. Kapasite kontrolü

Kapasite kontrolü teması Kaş'ta oluşan ekonomik, sosyal ve çevresel kaynakların bölgeye uygunluğunun ve oransal yapısının kontrolünün sağlanmasını ifade etmektedir. Kaş'ın coğrafik yapısı, popülerleşmesi ve talep değişimi yaşaması çeşitli alanlarda kontrolün sağlanması ihtiyacını doğurmaktadır. Kaş önemli sit alanları ve koruma bölgesine sahiptir. Ancak popülerleşme ve talep yoğunluğu nedeniyle imar konusunda çeşitli zorluklarla yüzleşmektedir. Kaş'ta aşırı talebin getirdiği yapılaşma nedeniyle ilçe peyzajında değişimler yaşanmaktadır. STK23 planlama ve vizyon eksikliği nedeniyle kapasite kontrolü konusunda yaşanan gelişmeleri şöyle açıklamaktadır: *"Sit alanı ama işte devletin koruma ve kullanma dengesi dediği bir durum var. Türkiye'nin nüfusu çok yüksek ve yükselmeye de devam ediyor. Bunlara sosyal alanlar yaratmak kamunun görevi. Ama işte bu koruma ve kullanma dengesi nerede tutulur nerede tutulmaz bunlar diyalogla ve meclislerle, iletişimle olacak bişey. İlçenin bu konudaki bir vizyon olmadığı için anlık yatırımcı çözümleriyle bunlar oluyor. Bu da ilçenin kısa vadede değişimi uzun vadede de kötü değişimine neden oluyor. Az önce eleştirdiğimiz imar planı bir çözüm olabilir eğer doğru yaparsınız. En kötü plan plansızlıktan iyi. Eğere planınız olmazsa her yerde mantar gibi bozuk evler olur. Bu da sizin ilçenizin*

yüzünü kötüye götürür. Bodrum'u ne kadar eleştirirsek büyüklüğü kocamanlığını ama bir imar planı olduğu için evlerin hepsi birbirine benzer ve size hoş gözükür. Bizim böyle de bir sorunumuz var. İmar planımızın olmaması hem yerel halk için kötü. Çünkü imar planımız olmazsa ev yapamazsanız. Ev yapamazsanız burda çalışacak insanları konaklatamasınız. İmar planınız olmazsa seçim dönemlerinde ki imar affı ile çok kötü evler yaparsınız. Böyle bir karışıklık olur."

Kaş'ın popülerleşmesi kayıt dışı ekonominin oluşmasına yol açmaktadır. Kayıt dışı ekonomi diğer işletmelerin sürdürülebilirliğini olumsuz bir biçimde etkilemektedir. Kayıt dışı ekonomi konusunda kontrol eksikliği olduğunu belirten İS15'in görüşleri şöyledir*: "(...) Kontrol yok. Hiç kontrol yok. Değişik ya. Plajlar açılıyor bir yandan ruhsatsız. Herkes bir plaj açıyor. Herkesi otel açıyor herkes apart yaptı buraya. Zaten şu anda apart 1000 tane apart yapıldı. Herkes evini çevirdi apart şeklimi aldı. Ekonomik sıkıntı ülkenin hali belli. Sıkıntılarımız var hepimizin."*

Turizmin ekonomik getirisinin yüksek olması nedeniyle popüler destinasyonlarda yatırım faaliyetlerinin yoğunlaşması ekonomik sürdürülebilirlik konusunda sorunlara neden olabilmektedir. Sezonun kısa olması ve yüksek mülk kiraları mevcut yapıda işletmelerin devamlılığını zorlaştırabilmektedir. Kaş'taki işletmelerin durumuna ilişkin olarak TÇ6 görüşlerini şöyle aktarmaktadır: *"Kaş altı ay boyunca gerçekten turizmde hareketlilik yaşıyor ama sezon üç ay. İnsanlar şey diye görüyor buraya geliyorlar Kaş'ta gerçekten turizm var para kazanılıyor. Ama hiçbir şey göründüğü gibi değil. Çok fazla işletme olması çok fazla para kazanıldığı anlamına gelmiyor. İnsanlar büyük hayallerle buraya geliyor. Hem bireysel anlamda hem işletme anlamında. Burada bir işletmenin en az üç yıl geçirmesi gerekiyor. Gerçekten bir şeylerin tam olarak oturması anlamında."*

Kaş'ın tanınmasıyla beraber yatak sayısı oranında artış yaşandığı ve farklı turizm türlerinin oluştuğunu belirten STK27'nin görüşleri şöyledir:*"Son dediğim popülarite 2013'ten bugüne. Öncesinde Kaş vardı. Ama yatak kapasitesi bugünkü kadar değildi. Bugünkü benim tahminin son bir senede Kaş'ta merkez sadece merkez dediğim Kaş, Çukurbağ, Gökseki, Küçükçakıl, Çerçiler bu çemberde 1000 yatak arttı Kaş. 10 senede 1000 yatak artan yerde bir senede 1000 yatak arttı. Merdiven altı, sahte çakma ruhsatsız tesisler*

arttı. Mesela son iki üç senedir çadır turizmi başladı. Üç sene önce başladı iki senedir yoğun. Üç sene önce beş tane vardı. İki senedir geçen sene 500 tane vardı."

İşletmelerin hizmet niteliği ve yapısında belirli standartların olmaması işletmelerin kontrolünü gündeme getirmektedir. Bu kapsamda İS21 görüşlerini: *"Adam sabahtan sekizden akşam yediye kadar plaj ondan sonra meyhane oluyor. İşletmelerin kimliklerinin ne olduğu belli değil. Çay bahçesine gidiyorsun kuzu şiş var. Plaja gidiyorsun. Plaj mı, bar mı, restoran mı? Buradaki plajlar sabaha kadar açık. Ama barlar üçte kapatmak zorunda. Kontrol eden yok. Doğru bişey yok anladın mı? Adam sabah açıyor sabah kahvaltıcı öğleden sonra sen geliyorsun mekana pizzacı oluyorsun. Sonra öbür arkadaşın geliyor çorbacı oluyorsun. Var bunlar Kaş'ın içinde. Çay bahçesinde kuzu şiş var. Sokakta her yerde dondurma. Ben de burda Kekova turu satayım yani. Benim de onu satmam lazım yani. Herkes kendi işini yapmalı."* şeklinde ifade etmektedir. Bunun yanında Kaş'ta turizm sezonunun kısa olması, popülarite ve mülk kiralarının yüksekliği işletmelerin devamlılığını etkilemektedir. Bu doğrultuda İY22'nin görüşleri şöyledir: *"İşletmelerin isimleri sürekli değişiyor. Biri bana şu restoran nerede diye sorunca cevap veremiyorum nerede diye. Popülaritesi olduğu için sürekli bir devir daim var. Bir sene sonra başkası geliyor. Sürekli değişim içerisinde."*

Serbest ticaret yasası ve rekabet kanunu nedeniyle işletme açmanın kolaylaşmasının Kaş gibi kapasitesi sınırlı olan küçük turizm destinasyonlarında ekonomik anlamda zorlukların yaşanmasına neden olmaktadır. Bu anlamda kapasite kontrolü eksikliği olduğunu ve uygulanan politikaların yetersiz olduğunu belirten YH14 görüşlerini şöyle aktarmaktadır: *"Çok fazla bir şey yapılmıyor. Devletin turizm politikası yanlış. Acenta açılıyor acentaya ruhsat veriliyor. Acentaya diyor ki yıllık 50.000 dolar hesabına giriş çıkış olacak. Adam 50.000 doları Hasan'dan alıyor banka hesabına giriş çıkış yapıyor ve acenta açma hakkını kazandı. Bu iş böyle olmamalı. Eğer bir acenta açma izni verilecekse devlet politikası bu olmaması lazım. Açma belgesi verilecekse adamın kaç para bırakacağı önemli değil. Adam belki bin lira bırakır bir milyon bırakır. Yurtdışından 1000 turist getirirsen devlet diyecek ki Kaş'a demeyelim Türkiye genelinde de yapılabilir. Türkiye'ye 1000 turist getirirsen ben sana acente açma hakkı veririm. Yani bunun yapılması lazım. Acenta izni verilen yurtdışından turist getirmeleri yaptırımlarının olması lazım. Bu olması lazım. Acentalara bu ruhsatlar izinler verilecekse yurtdışından 1000 turist ya da 10.000 turist getireceksin demeleri lazım."*

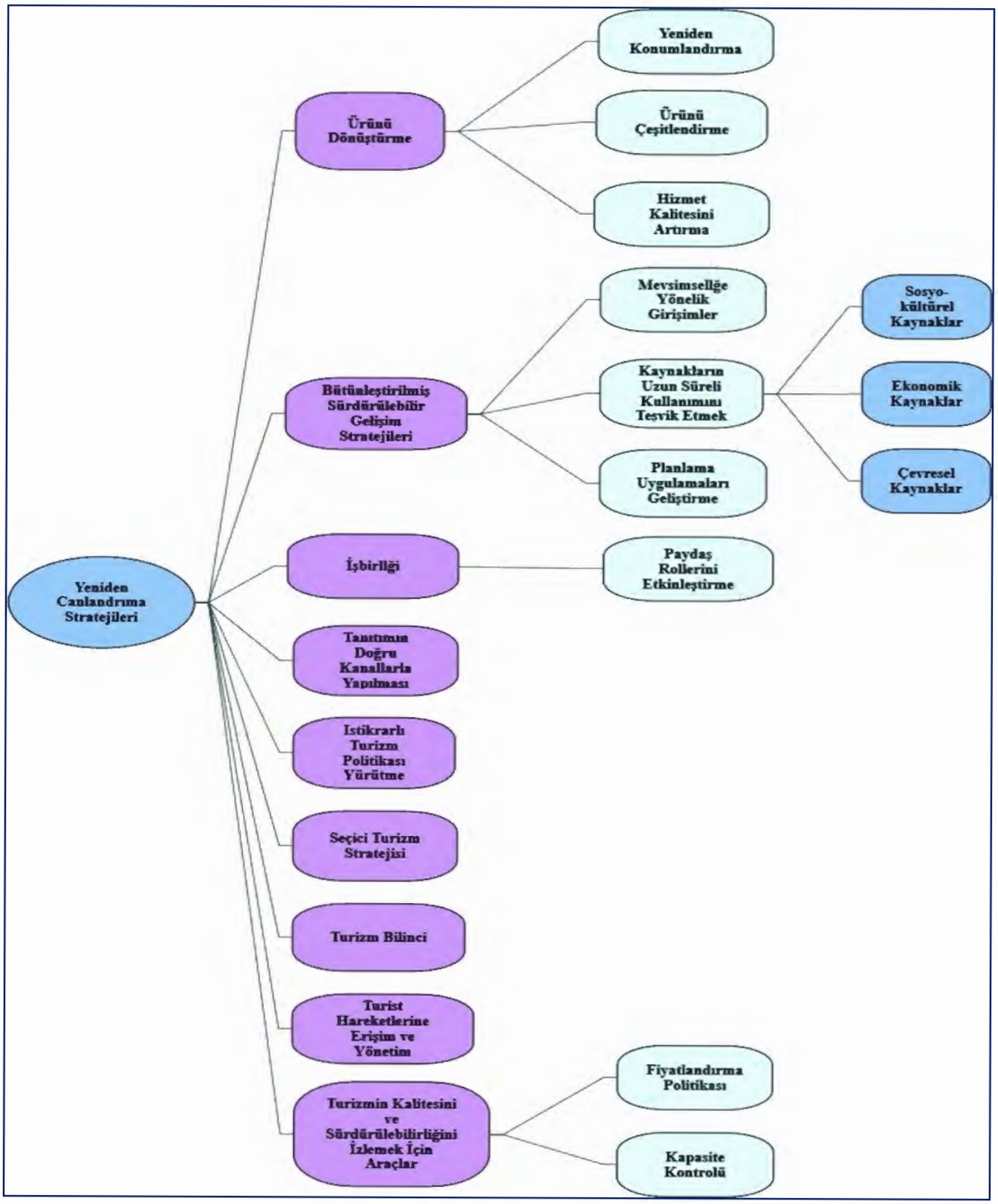
TÇ6 turizmde planlı gelişim ve kapasite kontrolü konusunda yapılabilecekleri şöyle aktarmaktadır: *"Bence planlı gelişim nasıl olur. Bence hiçbir şey için geç değil. En önemlisi yapı olayının biraz daha aza indirgenmesi gerekiyor. Mimari açıdan daha buranın mimarisine uygun yapılar yapılabilir. (...) Tabii bunun yanında, bizler de bu anlamda sokaklarımızı mimariye uygun dizayn edersek neden olmasın. Bu şekilde de aşılabilir. Tabi bir sınırlandırma da getirilebilir. Tabi bir sınırlama olmalı. Bu kadar işletme olmamalı. Bunlarda da düzenlemeler gidilebilir. Herkesin bi mülkiyeti var. Kiraya veriyor. Yeni işletmeler oluyor ama. Şeyi de görüyoruz ama çok sıradanlaşıyor. Gelen işletmelerin de daha özgün işletmeler yapması gerekiyor. Balık restoranıysa balıklarının gerçekten çok iyi, mezelerinin çok iyi olması gerekiyor. Sunum çok etkiliyor. Kalite etkiliyor. Hepsi birbiriyle bağlantılı. Biz de var olan bişey var. Gerçekten cazibe merkezi. Kalite konusuna gelince bi aşağıya doğru düşme var. Bu da etkiliyor."*

Aşırı turizm sorunu ekonomik, sosyal ve çevresel kaynakların değişimi ve kullanımı konusunda zorluklara neden olmaktadır. Bununla birlikte, aşırı kalabalık tolerans düzeyinin aşılmasına da neden olmaktadır. Bu durumda yerel halkın ve turistlerin tolerans düzeyinin aşıldığını İS39 şu şekilde açıklamaktadır: *"Çok kalabalık oldu. Turizm de dönüştü. Konaklama hariç harcama şeyi düşük ama geliyorlar. Yaratılan insan kirliliği çok. Deniz gidiyorsun öyle, Restorana gidiyorsun öyle. Araban ile gelsen öyle. Çocukla gelsen daha kötü."* İS20'nin ise yerel halkın kalabalıklaşmaya yönelik olarak bulunduğu yeri değiştirdiğini ifade ettiği görüşleri şöyledir*: "Yerli halkta çok fazla yoğunluktan Kaş'ın temmuz ağustos yoğunluğu kapasitesinin üzerine çıkıyor. Son iki üç yıldır bu şekilde. Kapasite trafik yoğunluğu var. Çay bahçesine inemiyor yoğunluktan. O yoğunluğa pek yerel halk biraz alışmadığı için yaylasına başka yere gidiyor. Yoğun kalabalıktan biraz işletmeler memnun ama. Turizm işletme sahibi olmayanlar kalabalığı sevmiyor."*

Kapasite kontrolü konusunda oluşan sorunların önüne geçilmesine yönelik uygulamalara ilişkin olarak TÇ6'nın düşünceleri şöyledir*: "Kültürel ve çevresel olarak düzenlemeler yapılabilir. Kültürel ve çevresel alanların daha korunup geliştirilmesi, mimari yapılardan ayrılması, mimari yapının daha uygun hale getirilmesi, sokak çevre düzenlemelerinin biraz daha işletmelerin daha fazla önem vermesi, yerel yönetimler tarafından yaptırımların uygulanması ve sınırlandırmaların getirilmesi gerekiyor. Herkes*

her şeyi kolay yapmamalı. Bence görüntü kirliliği çok büyük bir şekilde Kaş'ta. Her yerden bir şey patlıyor. İnsanlar neyi görmek istiyor. Havaya bakmak daha çok tercih ediliyor artık. Her şey birbiriyle bağlantılı. Benzer şekilde çevre düzenlemesinin üzerinde duran YH18'in görüşleri şöyledir: *(...) Mesela çevre düzenlemesi, bina boyaları da dâhil. İmarı olan buna bir set getirmek lazım. Şimdi diyor ki iki buçuk katlı yapacam. İmar barışı çıktı iki kat daha ekledin. Bunlar sonradan yıkılabilecek şeyler de değil. Bodruma bir bakın üst üste yığılmış. Olağanüstü güzel bir yerdi. Şimdi bir şehir. Antalya gibi bir yer."*

Turizmde markalaşmanın önemini ve bu kapsamda kapasite kullanımı konusunda uygulamaların geliştirilmesinin önemli olduğunu belirten STK23'ün görüşleri şöyledir: *"Yani eco friendly turizm yapmak markalaşmaktan geçiyor. Şu anda öyle bir planımız yok. Turizmin odağının değişmesi gerekiyor. Seçim yatırımlarındaki söylemler tabiki yüksek olmalı ama biraz da elle tutulur olmalı. İlçenin en büyük problemlerinden biri su ve elektrik altyapısı. Çünkü bu kadar yüksek konaklama için tasarlanmamış. İlçenin en büyük sorunu bu. Planlama ona göre değil. Aynı şekilde trafik otopark o plana göre değil. Şimdi az önce bahsettiğimiz imar planında buranın nüfusunu 70000 yapmak istiyorsanız başta altapıyı düzeltmeleri gerekiyor. O yüzden o işler zor."*



Şekil 4.7. *Kaş turizmine ilişkin yeniden canlandırma stratejileri*

5. SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Bu araştırmanın temel amacı, Kaş bölgesinin turizm gelişim sürecini destinasyon yaşam döngüsü modeli kapsamında ortaya koymak ve bu bağlamda yeniden canlandırma stratejilerini belirlemektir. Bu kapsamda, Kaş'ın araştırma alanı olarak belirlenmesiyle birlikte turizm gelişim süreci turizm istatistikleri aracılığıyla incelenmiştir. Sonrasında ise turizm yapısı ve mevcut durum ortaya konularak yeniden canlandırma ihtiyacına ilişkin göstergeler belirlenmiştir. Bu doğrultuda, yeniden canlandırma stratejileri ortaya konulmuştur. Araştırmanın bu bölümünde Kaş'ın turizm gelişimi etkileyen içsel ve dışsal unsurlar, paydaşların turizm gelişimi ve yeniden canlandırılması sürecindeki rolleri ve yeniden canlandırma stratejilerine ilişkin elde edilen sonuçlara, tartışmalara ve önerilere yer verilmiştir.

5.1. Kaş'ın Turizm Gelişim Sürecine ve Turizmin Mevcut Durumuna İlişkin Sonuçlar

Kaş, turizm açısından önemli bir potansiyele sahip olup, önemli tarihi noktaların merkezinde yer almaktadır. Bunun yanında, doğal kaynaklar açısından önemli bir zenginliğe sahip bölgede yer almaktadır. Kitlesel turizm faaliyetlerinin yoğun olarak gerçekleştiği Antalya bölgesinde sunmuş olduğu turizm yapısı ile Kaş, butik turizm yapısına sahip küçük işletmelerin yer aldığı bir destinasyon olması açısından farklılık göstermektedir. Sunulan turizm türlerinin çeşitlilik göstermesi açısından da önemli bir konumda yer almaktadır. Öncelikle, Kaş Türkiye'de dalış turizmi açısından öne çıkan destinasyonlardan biridir. Bölgede dalış turizminin yanında, deniz-kum-güneş, kültür turizmi, deniz kanosu, nehir kanosu, yayla turizmi, etkinlik turizmi, açık hava sporları, Likya yolu yürüyüş turları, yamaç paraşütü ve safari turları gibi faaliyetler sunulmaktadır. Bölgenin turizm faaliyetleri açısından sunduğu zenginlik ve hizmet yapısı Kaş'ın bir turizm destinasyonu olarak önemini ortaya koymaktadır. Ancak, son yıllarda yaşanan ekonomik, sosyal ve politik unsurların etkisiyle yerli turistler tarafından talebin yoğun yaşandığı destinasyonlardan biri olarak öne çıkmaktadır. Son zamanlarda bölgede talep yapısının yön değiştirmesi beraberinde çeşitli değişimleri ve sorunları gündeme getirmektedir.

Kaş'ın turizm gelişim süreci incelendiğinde, 1970'li yıllardan itibaren bölgede turizmin var olduğu belirtilmektedir. Turizmin, Türkiye'de 1960'lı yıllardan itibaren kalkınma planlarına dâhil edilmesi turizme yönelik gelişmelerin yaşanmasına yön vermiştir.

Ancak, turizmin dış şoklara açık bir sektör olması ülkede yaşanan olumsuz durumlardan etkilenmesine neden olmuştur. 1970'li yıllarda Türkiye'nin sosyal ve siyasal alanda yaşadığı karmaşıklık turizmin sadece planlama aşamasında kalmasına yol açmıştır (Duman ve Tosun, 2010, s. 5). Yaşanan bu gelişmeler bir anlamda turizmde planlanan uygulamaların gerçekleştirilmesinin önüne geçmiştir. Ancak, 1982 yılında çıkarılan Turizm Teşvik Yasası ile birlikte turizme yönelik yatırımlar hızlanmıştır. Kaş'ta ise 1983 yılından itibaren kayıtlı olarak turizm faaliyetlerinin gerçekleştirilmeye başlanmıştır. Bu dönemde, Kaş merkezin nüfus oranı oldukça düşüktür. Ancak, teşvik ve yatırımlarla birlikte bu süreçten itibaren Kaş'ta turizm faaliyetleri yoğunluk kazanmaya başlamıştır. Zamanla artan talebe karşılık bir arz yapısının henüz var olmaması nedeniyle yerel halk tarafından seçenekler sunulmaya başlanmıştır. Yaşanan bütün bu gelişmeler küçük bir sahil kasabası olan Kaş'ta turizmin ekonomik girdisinin öneminin anlaşıldığının göstergesidir. Ayrıca, evlerin pansiyona dönüştürülmesi, Küçük Çakıl bölgesinde otellerin ve Çukurbağ Yarımadası'nda villaların inşa edilmesi turizmin dominant bir sektör haline gelmeye başladığının göstergesidir. Bununla birlikte, talep artışına bağlı olarak hizmetin geliştirilmesi ve sunulmaya başlanması ürün veya hizmet dönüştürmenin bir örneği olarak gösterilebilir.

Kaş'a yönelik talebin artışı ile birlikte sunulan turizm türlerinde de gelişmeler yaşanmıştır. Bu kapsamda, turizm faaliyetleri çeşitlendirilerek Kaş'ın alternatif bir turizm destinasyonu olmasının temelleri atılmıştır. Turizmin bölgede keşfedilmesiyle birlikte Kaş'a gelen turistlerin profili değerlendirildiğinde önceleri sırt çantalı turistlerin bölgeyi tercih ettiği katılımcılarca üzerinde durulmaktadır. Bölgede sunulan turizm türlerinin alternatif turizm türü yapısında olması o dönemde gelen turistlerin talebi doğrultusunda şekillenmiştir. Bu durum, arz ve talep arasındaki etkileşimin boyutunu ve önemini ortaya koymaktadır.

Kaş merkez, tarım faaliyetlerinin gerçekleştirilemediği dağlık ve kayalık bir alandan oluşmaktadır. Kaş civarında tarım faaliyetleri yürütülse de merkezi için aynı şey mümkün değildir. Bu açıdan değerlendirildiğinde, turizm gibi sıcak para girişi sağlayan sektöre yönelik girişimlerin gerçekleştirilmesi kaçınılmazdır. Kaş'a ilişkin turizm istatistikleri incelendiğinde 1983-1995 yılları arasındaki dönemde gelişimin yavaş bir şekilde gerçekleştiği görülmektedir. Genel anlamda turizmin bölgede keşfedildiği bu dönemde turistlerin temel ihtiyaçlarının karşılanması üzerinde durulmuştur. Butler (1980) bu süreci

bölgenin yeni keşfedildiği ve turistlerin misafir olarak görüldüğü bir dönem olarak açıklamaktadır. Kaş açısından değerlendirildiğinde, 1983-1995 arasındaki dönem destinasyon yaşam döngüsünün keşif ve katılım aşamalarına denk gelmektedir. Bu dönemde gelen turistlerin profili incelendiğinde ise yabancı turist oranı yerli turist oranından daha yüksektir. Katılımcılar ile yapılan görüşmelerde ise turizmin Kaş'ta en güçlü olduğu dönemin 1990'lı yıllar olduğu belirtilmektedir. Bu durumun nedeni olarak ise dalış turizminde öne çıktığı bir dönem olduğu; bunun yanında arz ve talep dengesinin iyi düzeyde olduğu ve gelen turistlerin kalite düzeylerinin daha yüksek olduğu belirtilmektedir. Bunun yanında, Kaş'ın ulaşımı zor bir coğrafyada yer alması da gelişim sürecinin yavaş bir şekilde gerçekleşmesine yön vermiştir. Bu dönemlerde, Kaş'ı bilenlerin Kaş'ı ziyaretçi olarak tercih ettiği algısı bulunmaktadır. 1990'lı yıllar aynı zamanda Türkiye'de altyapı ve üstyapı açısından gelişmelerin yaşandığı bir dönemdir. Genel anlamda, bu dönemin Kaş turizmi üzerindeki etkilerinin olumlu olduğu sonucuna ulaşılabilir.

1996-2008 yılları arasındaki dönemde gelen turist sayısı ve geceleme oranlarında bir önceki döneme göre önemli bir artış bulunmaktadır. Yaşanan bu artışta Türkiye'deki altyapı ve üstyapı gelişmelerinin ve bir turizm destinasyonu olarak Kaş'a yönelik artan tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin etkili olduğunun göstergesidir. Zaman içerisinde talepte yaşanan artış ile birlikte yerel halk inisiyatifinde Turizm ve Tanıtma Derneği kurularak Kaş'ın daha geniş kitlelere tanıtımının gerçekleştirilmesi hedeflenmiştir. Bununla birlikte, yerel yönetimler tarafından halkın turizmde farkındalığının artırılması amacıyla yabancı dil eğitimi almaları için kurslar açılmıştır. Bu dönemde, seyahat acentalarının kurulmaya başlanmasıyla birlikte turizm faaliyetleri yoğunluk kazanmaya başlamıştır. Yaşanan bu gelişmeler Kaş'ın turizme bağlı bir destinasyon haline geldiğinin göstergesidir.

Genel anlamda, dünyada ve Türkiye'de yaşanan olumsuz durumların Kaş turizmi üzerinde de etkileri bulunmaktadır. Savaşlar, siyasi anlaşmazlıklar, ekonomik krizler, doğal afetler ve bölgenin kendisinden kaynaklı sorunlar nedeniyle turizm sektöründe dalgalanmalar yaşanmıştır. Kaş'ta bir dönem talebin yoğunlaşması nedeniyle 2001-2005 yılları arasında fırsat maliyeti durumunun ortaya çıkması ve işletmecilerin istediği gibi fiyatlama politikası uygulaması turist varışlarında düşüşlere yol açmıştır. Bu süreçte, bölge imajında zedelenmeler yaşanmıştır. Bölgeden kaynaklı unsurların dışında terör saldırıları, siyasi

anlaşmazlıklar ve ekonomik krizler Kaş turizm talebini etkilemiştir. Yaşanan olayların turizm sektörünü etkilemesi turizmin kırılganlık yapısını gündeme getirmektedir. Turizmin dış şoklara açık olması ekonomisi tamamen turizme bağlı olan destinasyonları olumsuz etkilemektedir. Ancak, 1996-2008 arasındaki dönemde Kaş turizminde gelişimin yaşandığı söylenebilir. Butler (1980) destinasyon yaşam döngüsü modelinde gelişim aşamasını bölgenin tanınmaya başlaması, yerelin katılımının düşmeye başlaması, doğal çevrede yaşanan değişimler, işletme sayısının ve yatırımların artması, tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin yoğunlaşması olarak ifade etmektedir. Kaş açısından değerlendirildiğinde bölgeye yatırımların yoğunlaşması, Turizm ve Tanıtma Derneği'nin kurulması, seyahat acentalarının kurulması gibi etkenler bölgenin gelişim aşamasında olduğunun göstergesidir.

Kaş'a ilişkin turizm istatistikleri incelendiğinde, 2008 yılında yerli turist sayısının yabancı turist sayısına göre yüksek olduğu bir dönem iken 2009 yılında yerli turist oranında düşüş yaşanmıştır. Bu dönemde, yaşanan küresel ekonomik krizin Türkiye turizmi üzerinde etkili olduğunu göstermektedir. 2009 yılından itibaren Kaş turizmi yabancı turistin hakimiyetine geçmiştir. İstatistikler incelendiğinde turist sayısının ve geceleme oranlarının en yüksek olduğu dönemin 2009 ve sonrası olduğu gözlemlenmektedir. Bununla birlikte, 2014-2015-2016 yıllarında Kaş turizminin zirve dönemini yaşadığı görülmektedir. Bu dönemde, talep artışını etkileyen unsurların başında bilgi teknolojilerinde yaşanan gelişmeler gelmektedir. Instagram, Facebook ve online dağıtım kanalları üzerinden tatil deneyimine ilişkin yorum yapma seçeneklerinin sunulması gibi pek çok etken bölgenin daha çok tanınmasına yol açmıştır. Bunun yanında, bölgede çekilen sinema ve diziler Kaş'ın yerli turistler tarafından tanınmasına olanak sunmuştur. 2009 ve sonrasındaki süreçte ise belirli dönemlerde dünyada ve Türkiye'de yaşanan olumsuz olayların etkilerini Kaş turizmi üzerinde görmek mümkündür. 2012 yılında başlayan ve etkileri devam eden Suriye iç savaşı, 2015 yılında Rus uçağının düşürülmesi, 2016 yılında İstanbul, Ankara ve Bursa'da yaşanan bombalı saldırılar ve özellikle Atatürk havalimanında yaşanan bombalı saldırı turist varışlarını olumsuz etkilemiştir. 2016 yılında ise yaşanan darbe olayı sonucunda olağanüstü hâl ilan edilmesiyle birlikte 2017 yılında yabancı turist sayısı önemli bir oranda düşmüştür. 2017 yılından itibaren yabancı turist sayısının düşmesiyle birlikte yerli turist açısından popüler bir destinasyon haline gelen Kaş'ta talep dönüşümü yaşanmıştır. 2018 yılında ise

döviz kurlarında yaşanan artış nedeniyle Türk lirasının değer kaybetmesi alternatif turizm faaliyetleri sunan işletmecileri olumsuz etkilemiştir. Birçok ürünün hammaddesinin yurtdışı menşeili olması ve döviz kuru farkına bağlı olarak yaşanan fiyat artışları, ekonomik anlamda işletmeleri olumsuz etkilemiştir ve etkilemeye devam etmektedir. Bir dönem yabancı turist hakimiyetinde olan, bu bağlamda alternatif turizm faaliyetleri sunulan Kaş'ta yaşanan bu değişim beraberinde bölgenin ekonomik, sosyal ve çevresel anlamda zorluklarla ve sorunlarla yüzleşmesine neden olmaktadır. Alternatif bir turizm bölgesi olan Kaş'ta dalış turizminin eski popülerliğini yitirmesi, bunun yanında aktivite katılımına olan ilginin azalması turizm yapısında değişimlere yol açmaktadır. Bu kapsamda, tekne turlarına katılımda artışın yaşanması ve yiyecek içecek hizmeti sunan işletmelerin farklı konseptleri tercih etmesi var olan yapının değişmekte olduğunun göstergesidir.

Küçük bir turizm destinasyonu olan Kaş'ta yerli turistin belirli dönemlerde bölgeyi tercih etmesi ve bu dönemde aşırı yoğunluğun yaşanması beraberinde altyapısal ve üstyapısal sorunları gündeme getirmektedir. Talep artışı nedeniyle oluşan fırsat maliyeti, enflasyon ve turizm sezonun kısa olması mülk kiralarında artışın yaşanmasına neden olmaktadır. Bu durum, beraberinde birçok soruyu ve sorunu ortaya koymaktadır. Öncelikle, Kaş'ta yaşayan yerel halk ve sonradan Kaş'a yerleşenlerin yaşamsal faaliyetlerini sürdürmesinin önüne ket vurulmaktadır. Fiyatlarda yaşanan artış bütün ekonomileri olumsuz etkilemektedir. Yaşanan bu artışın talep oranı üzerinde de olumsuz etkileri bulunmaktadır. Ayrıca, aktivite merkezi olan Kaş'ta gelen turistin yalnızca konaklama ve yiyecek-içecek hizmetine bütçe ayırması diğer işletmelerin sürdürülebilirliğinin sağlanmasının önüne geçmektedir. Bununla birlikte, turizmin en önemli ekonomik katkılarından biri olan çarpan etkisi özelliğinin tam olarak aktif hale getirilemediği sonucuna ulaşılmaktadır.

Aşırı talep ve buna bağlı olarak oluşan konaklama ihtiyacı kayıt dışı ekonominin oluşmasına neden olmaktadır. Bu kapsamda, evlerin aparta dönüştürülmesi ve işletmelerde belirli bir hizmet standardının olmaması kaliteli hizmet sunumunun önüne geçmekte ve işletmecilerin faaliyetlerini devam ettirmesi konusunda zorluklara neden olmaktadır. Konaklama sorunu ve yüksek kiralar turizm çalışanlarının bölgede hizmet sunmasını giderek zorlaştırması kalifiye eleman sorununu da gündeme getirmektedir. Konaklama ve yaşamı

idame ettirme sorunlarının olduğu Kaş'ta turizm çalışanlarının sorunlarının çözülemediği araştırmada elde edilen sonuçlardandır.

Serbest ticaret yasası ve rekabet kanununun etkisiyle Türkiye'de turizm faaliyetleri destinasyonlara direk empoze edildiği için yukarıda sıralanan sorunların Kaş'ta yaşanması kaçınılmazdır. Bu durum, Türkiye'de 1982 yılından itibaren turizmin yoğunluk kazanmasıyla birlikte başlayan bir süreç olup halen devam etmektedir. Turizmde çalışmak için eğitim almanın önemsizleşmesi ve uygulamaya dönük bir sektör olması, geçmişteki sorunların günümüzde halen devam etmesine neden olmaktadır. Yaşanan bütün bu sorunlar turizme yönelik algı ile ilişkilidir. Serbest ticaret yasasının varlığı ve kontrolün olmaması işletme sayısının artmasına neden olmaktadır. Katılımcılar her yıl işletmelerin açıldığını ve bir müddet sonra yüksek kiralar nedeniyle devam edemedikleri için el değiştirdiğini veya kapatıldığını ifade etmektedir. Bu durum bölgede ekonomik anlamda sürdürülebilirliğin olmadığının bir göstergesidir.

Kaş'ta belirli dönemlerde aşırı turizme bağlı olarak oluşan kalabalıklaşma ve buna bağlı olarak tolerans düzeyinin aşılması sosyal taşıma kapasitesinin aşıldığının göstergesidir. Sezonun yoğun olduğu dönemlerde kapasitenin üstünde turistin bölgeyi tercih etmesi nedeniyle altyapı yetersiz kalmaktadır. Park edecek yer bulunamaması, küçük bir bölge olan Kaş'ta tolerans düzeyinin aşılmasına; bıkkınlık ve yorgunluk gibi olaylara neden olabilmektedir. Bununla birlikte, aşırı talep bölgenin doğal kaynaklarının tahribatına yol açmaktadır. Bu kapsamda, çarpık ve kaçak yapılaşma tarihi ve doğal kaynakların bozulmasına neden olmaktadır. Bu durum, çevresel anlamda taşıma kapasitesinin aşılmasına yol açmaktadır. Kaş, dar bir alana konumlanmış dağlık bir bölgede yer almaktadır. Dolayısıyla, talebe bağlı olarak oluşan yapılaşma çevresel kaynakların sürdürülebilirliğini etkilemektedir. Bölgede kapasite kontrolünün olmaması turizmde sürdürülebilirlik sorununun olduğunun göstermektedir. Kaş, birçok yönüyle Antalya'da farklılık gösteren bir turizm destinasyondur. Ancak, yaşanan bu değişimler ve sorunlar Kaş'ın sahip olduğu ayırt edici özelliklerinin öne çıkarılamadığının ve doğru bir şekilde değerlendirilemediğinin göstergesidir.

Genel olarak Kaş'ın turizm gelişim süreci, turizmdeki mevcut durumu ve katılımcıların görüşleri bir araya getirildiğinde turizm gelişimi açısından ve destinasyon yaşam döngüsünde

durgunluk döneminde olduğunu söylemek mümkündür. Bir destinasyonun durgunluk aşamasında olduğunu gösteren çeşitli göstergeler bulunmaktadır. Bunlar; düşük statüde düşük harcama yapan ziyaretçilerde ve günlük ziyaretçilerde büyüme, ziyaretçilerin konaklama süresinin azalması, yabancı turist sayısındaki azalma, yüksek mevsimsellik, yeni destinasyonlarla artan rekabet, destinasyonun kalabalıklaşması, turizm endüstrisinin kapasite sınırlarına ulaşılması, ziyaretçi sayıları ile destinasyonun kapasite sınırlarını aşması ve çevre üzerinde yeni özelliklerin geliştirilmesi (Butler, 1980; Haywood, 1986; Faulkner, 2002; Brooker ve Burgess, 2008) şeklindedir. Bütün bu göstergeler bir araya getirildiğinde; Kaş'ta talep değişimi sonucunda gelen turistlerin harcamalarında yaşanan düşüşler ve konaklama süresinin azalması, altyapı ve üstyapı yetersizliği, kapasite kontrolünün olmaması ve bölgenin giderek yapılaşması sonucu çevre üzerinde yaşanan değişimler, fiyatlama ve enflasyon sorunları, ekonomik sürdürülebilirliğin olmaması, hizmet standardının olmaması ve kalifiye eleman sorunu Kaş'ın turizmde durgunluk aşamasında olduğunun göstergesidir. Katılımcılardan bazıları kimi sektörlerde düşüşün olduğunu kiminde ise yükselişin olduğunu belirtmektedir. Kaş'ta alternatif turizm faaliyetleri açısından bir düşüş olduğunu söylemek mümkündür. Dolayısıyla, mevcut yapının korunamaması ve bu yönde stratejilerin geliştirilememesi nedeniyle Kaş'ta sürdürülebilir gelişimin sağlanamadığı ve turizmin yeniden canlandırılması ihtiyacının bulunduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

5.2. Turizmin Gelişimi ve Yeniden Canlandırılması Sürecinde Paydaşların Rollerine İlişkin Sonuçlar

Paydaşların destinasyonlarda turizm gelişimi ve yeniden canlandırılması sürecinde önemli rolleri bulunmaktadır. Her bir paydaşın özelliklerine bağlı olarak turizm gelişimindeki rolleri farklılık gösterebilmektedir. Dolayısıyla, turizmdeki her aşamada etkileri bulunan ve yaşanan bütün gelişmelerden etkilenen paydaşların rollerinin belirlenmesi önemlidir. Bu çalışmanın temel amacı olan yeniden canlandırma stratejileri ve turizm gelişimi sürecindeki rollerinin ve algılarının anlaşılması açısından araştırma katılımcıları turizm paydaşlarından oluşmaktadır. Bu bağlamda, merkezi ve yerel yönetimler, yerel halk, STK'lar, işletme yöneticileri/sahipleri, turizm çalışanları ve turistler ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

Turizm paydaşlarının bulunduğu konum itibariyle çıkarları ve özellikleri farklılık göstermektedir. Kaş açısından ele alındığında turizm gelişimine en çok destek veren paydaşların yerel yönetimler ve STK'lar olduğu araştırmada elde edilen sonuçlardandır. Elde edilen bu sonuç paydaşların özel konumu itibariyle destek sağladığını ortaya koymaktadır. Yerel yönetimler turizm geliştirme politikalarının oluşturulmasında en önemli otorite olarak kabul edilmektedir (Bouquet ve Winter, 1987; Pearce, 1989; Clottey ve Lennon, 2003). Kaş açısından değerlendirildiğinde yerel yönetimlerin sürecin yönetilmesindeki rolünün önemi bir kez daha ortaya çıkmıştır. STK'ların turizm gelişiminde koruma, izleme, tanıtım ve eşitsizliği azaltma üzerindeki rolleri (Horochowski ve Moisey, 1999) Kaş gibi özel bir destinasyonda net bir biçimde ortaya çıkmaktadır. Kaş'ta turizm gelişiminin sağlanması ve tanıtımının gerçekleştirilmesi amacıyla kurulan Turizm ve Tanıtma Derneği ve Kaş Sualtı Derneği'nin tüm süreçte aktif bir şekilde rol almaları bu durumun göstergelerindedir. Ellis ve Sheridan'ın (2014) araştırmasında belirlendiği gibi bu araştırmada da yerel yönetimler ve STK'ların turizmde aktif rol üstlenmesi; paydaşların turizm gelişim sürecinde farklı hedeflerinin ve rollerinin bulunduğunu; paydaşların bazılarının diğerlerine göre turizm gelişimi sürecinde daha baskın bir rol üstlendiğinin göstergesidir. Bununla birlikte, yalnızca sınırlı sayıda paydaşın turizm gelişimi ve yeniden canlandırılması sürecinde aktif rol üstlenmesi durumu ise paydaşların tümünün aktif bir şekilde rol alamadığının da göstergesidir.

Turizmde kilit paydaşlar arasındaki iş birliği sürdürülebilir gelişimin temel unsurlarından biridir. Kaş'taki paydaşlar arasında iş birliği olmadığı araştırmada elde edilen sonuçlarından bir diğeridir. Ancak, bazı paydaşlar arasında iş birliğinin olduğu belirtilse de iş birliğinin anlık oluşan sorunların çözümünde ve bireysel anlamda bir iş birliği politikasının var olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Turizm destinasyonlarında stratejik hedeflerin geliştirilmesi ve uygulanması, paydaşlar arasındaki ilişkilere dayanmaktadır. Bazı paydaşların çıkarlarının diğerleriyle çelişmesi kaçınılmazdır. Bu durum genellikle, paydaşların kendilerine yönelik yararlarını artırmaya çalışmalarının bir sonucudur. Bu kapsamda, dengenin sağlanamaması ve sürdürülememesi, paydaşlar arasındaki ilişkileri doğrudan tehlikeye düşürmektedir. Böylelikle, yaşanan bu olumsuzluklar stratejik hedeflere ulaşılmasını ve destinasyonların uzun vadeli rekabetçiliğini ve refahını tehdit etmektedir

(Buhalis, 2001, s. 99). Dolayısıyla, destinasyonlarda paydaşlar arasındaki iş birliği düzeyinin önemi Cheng vd.'nin (2012) araştırmasında olduğu gibi olduğu gibi Kaş örneğinde de yeniden ortaya çıkmaktadır.

5.3. Yeniden Canlandırma Stratejilerine İlişkin Sonuçlar

Bu araştırmanın temel amacı, destinasyon yaşam döngüsü modeli kapsamında yeniden canlandırma stratejilerini belirlemektir. Kaş örneği üzerinden yürütülen bu çalışmada; turizm gelişim süreci, turizm gelişimini etkileyen unsurlar ve paydaşların rolleri bağlamında yeniden canlandırma stratejileri ortaya konulmuştur. Arz ve talep dengesi bağlamında destinasyonun yaşam döngüsü sürecinde etkili olan unsurlar belirlenerek gelişimin ne şekilde gerçekleştirildiği ve bu süreçte uygulanan stratejilerin neler olduğu belirlenmiştir. Gelişim sürecini etkileyen içsel ve dışsal unsurlar bağlamında Kaş'ın geçirdiği değişimlerin etkileri ortaya konulmuştur. Bununla birlikte, Kaş'ın turizminde yeniden canlandırmaya olan ihtiyacın belirlenmesinde durgunluğa yönelik göstergeler ortaya konulmuştur. Böylelikle, yeniden canlandırma stratejilerine yönelik stratejiler belirlenmiştir.

Durum çalışmasının esas noktalarından biri incelenen durumun eşsiz olması gerekliliğidir (Stake,1995). Kaş örneğinde gerçekleştirilen bu araştırmada araştırma alanının Kaş olmasını belirleyen temel etmenler bulunmaktadır. Öncelikle Kaş, dünyada ve Türkiye'de bilinen önemli bir dalış destinasyonudur. Bunun yanında, butik turizm yapısı ve sunulan turizm türlerindeki çeşitlilik Kaş'ın benzersiz bir destinasyon olduğunun göstergelerindendir. Kaş'ı diğer destinasyonlardan ayıran bu özellikleri bir durum araştırması olarak incelenmesini mümkün kılmaktadır. Kaş'ın turizm gelişim süreci ve mevcut durumu bir araya getirildiğinde gelişimin ilk dönemler yavaş bir şekilde gerçekleştiği görülmektedir. Ancak, zamanla ulaşım seçeneklerinin artması, bölgenin dalış turizminde popülerleşmesi, Likya yolu üzerinde konumlanması ve birçok önemli antik kentin merkezinde yer alması Kaş'ın bir turizm destinasyonu olarak popülaritesini artırmıştır. Ancak, dış şoklara açık ve kırılgan bir yapıya sahip olan turizm sektöründe dönemsel dalgalanmaların yaşanması kaçınılmazdır. Kaş özelinde değerlendirildiğinde yavaş gelişimin belirli bir dönem yaşandığı 1983-1995 arası dönemden sonra 1996-2008 arasında yükselişin yaşandığı ve 2008 ve sonrasında bu durumun devam ettiği görülmektedir. 2010'lu yıllardan sonra talebin bölgede yoğunlaşmasıyla birlikte turist sayısı zirve dönemlerini yaşamıştır. Ancak, öncesinde de

değinildiği gibi talebin esnek yapısı, turizmin bir sektör olarak dış şoklara açıklığı ve kırılgan yapısı dayanıklılık seviyesini etkilemektedir. Kaş, son yıllarda yerli turistler açısından popülerleşmesine rağmen yabancı turisti yeterince çekememesi arz unsurlarında değişime yol açmıştır. Buna bağlı olarak, sunulan hizmet yapısında yaşanan değişimler, belirli dönemlerde aşırı turizm sorunu yaşaması, kayıt dışı ekonomi, enflasyon ve fırsat maliyeti nedeniyle ekonomik anlamda yaşanan zorluklar, mülk kiralarının yüksek olması, işletmelerin sürekli el değiştirmesi, altyapı ve üstyapıda yaşanan zorluklar, turizm çalışanlarının ve yerel halkın yaşamsal faaliyetlerini yürütmede yaşadığı zorluklar, siyasi anlaşmazlıklar, sıcak bir bölgede konumlanmış olan Türkiye ve dışında yaşanan savaşların etkisi ve bir aktivite merkezi olan Kaş'ın bu yapısını giderek kaybediyor olması yeniden canlandırmaya ihtiyacın bulunduğunun göstergesidir.

Kaş'a ilişkin turizm istatistikleri incelendiğinde 2017 yılından itibaren yaşanan düşüşlerle birlikte yabancı turist sayısının azalması ve Kaş'ın şu anda yerli turistler arasında popüler olması bölgenin zirve dönemlerinin yaşattığı imajını vermektedir. Ancak gerek turizm istatistikleri incelendiğinde gerek katılımcılar yapılan görüşmeler ve gözlemler Kaş'ın durgunluk aşamasında olduğunu göstermektedir.

Post-modern olarak adlandırılan dönem içerisinde yaşadığımız bu süreçte tüketim alışkanlıkları da o yönde gelişim göstermektedir. Bu bağlamda, artan kitle iletişim araçları ve medyanın yoğun etkisine paralel gösterge, sembol ve imgelerin tüketiminin ön plana çıkması nesnelerin, içerdikleri kullanım değerinden ziyade gösterge değeriyle dikkate alınmalarına neden olmaktadır (Özcan, 2015). Kaş açısından değerlendirildiğinde Kaş'ın yerli turistler arasında popülerleşmesini etkileyen etmenlerin başında bölgede çekilen diziler ve filmler gelmektedir. Bunun yanında, sosyal medyanın doğal sansasyonelliği ve çarpma etkisi ile güçlendirilen kitle iletişim araçları devreye girmektedir. Turizmin hedonik doğası ve uzun süreli resmî tatil dönemleri de bu durumun tetikleyicilerindendir. Yaşanan bütün bu gelişmeler bir araya getirildiğinde Kaş'ın şu anda popüler olması bölgenin turizmde iyi bir düzeyde olduğunu göstermemektedir. Aksine, bölgenin popülizm nedeniyle turist çekiyor olması mevcut yapısını kaybetmekle karşı karşıya olduğunun ve kitleselleşmeye başladığının göstergesidir. Dolayısıyla, bütün bu gelişmeler ışığında Kaş'ın turizminin yeniden canlandırılmasında dokuz temel strateji belirlenmiştir. Bu stratejiler sırasıyla; *ürünü*

dönüştürme, bütünleştirilmiş sürdürülebilir gelişim stratejileri, iş birliği, tanıtımın doğru kanallarla yapılması, istikrarlı turizm politikası yürütme, seçici turizm stratejisi, turizm bilinci, turist hareketlerine erişim ve yönetim, turizmin kalitesini ve sürdürülebilirliğini izlemek için araçlar şeklindedir.

Araştırmada belirlenmiş olan yeniden canlandırma stratejileri küçük turizm destinasyonlarının da yeniden canlandırma ihtiyacının olduğunu ortaya koymaktadır. Bununla birlikte, alanyazında kitle turizm destinasyonlarına yönelik olarak yer alan stratejilerin küçük turizm destinasyonlarında uygulanabilirliği ortaya konulmuştur. Bu bağlamda, nitel bir durum çalışması olarak Kaş örneğinde gerçekleştirilen bu araştırmada, oluşan yeniden canlandırma stratejilerinde alanyazına benzer ve bunun yanında alanyazından farklı sonuçlar elde edilmiştir. Bu stratejilerden biri olan *ürünü dönüştürme* stratejisi Butler (1980) ve Agarwal'ın (1997) çalışmasında belirttiği gibi her destinasyonun yeniden canlandırılması sürecinde uygulanan stratejilerdendir. Ürünü dönüştürme teması altında *hizmet kalitesini artırma, yeniden konumlandırma* ve *ürünü çeşitlendirme* alt temaları Agarwal (1997) çalışmasına benzer şekilde belirlenmiştir. Kaş'ta ürünü dönüştürme talep değişimi sonrasında ekonomik anlamda sürdürülebilirliğin sağlanması açısından uygulanan stratejilerden biridir. Bu kapsamda, talep değişimine bağlı olarak sunulan hizmetin yapısında değişimler yaşanmaktadır. Yerli turistlerin ağırlıklı olarak bölgeyi tercih etmesi sunulan hizmetin yapısının o yöne evrilmesine yol açmaktadır. Bu araştırmada da ulaşılan ürünü dönüştürme stratejisi turizmin yeniden canlandırılmasındaki önemini ortaya koymaktadır.

Kaş özelinde değerlendirildiğinde ürün dönüştürme kapsamında yaşanan gelişmeler Kaş'a özgü ürün/hizmet sunulması sorununu gündeme getirmektedir. Kapitalist ekonominin baskın olduğu günümüzde benzer ve tek tipleştirmiş hizmet sunumu kaçınılmazdır. Ancak, Kaş gibi küçük turizm işletmelerinin faaliyet gösterildiği destinasyonlarda benzer ve tek tipleştirilmiş yapıdaki hizmetin varlığı ürün dönüşümünün Kaş'ın sürdürülebilir gelişiminde sorunlara yol açmaktadır. Buradaki esas nokta, Kaş'ta hizmet kalitesi artırılarak, ürünün yeniden konumlandırılması ve bu yönde bir çeşitlilik sağlanmasıyla ilgilidir. Böylelikle, durgunluk emareleri gösteren Kaş'ın bir alternatif turizm destinasyonu olarak ele alınıp bu yönde ürün dönüşümünün gerçekleştirilmesi ve hedef kitleye ulaşılması gerekliliği öne çıkmaktadır.

DTÖ'nün (WTO) (2001) destinasyonların canlandırılmasında uygulanması gereken stratejilerden biri olarak belirttiği *bütünleştirilmiş sürdürülebilir gelişim stratejileri* bu çalışmada da benzer şekilde ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda, oluşan *kaynakların uzun süreli kullanımını teşvik etmek, mevsimselliğe yönelik girişimler* ve *planlama uygulamalarının geliştirilmesi* alt temaları bütüncül bakış açısıyla stratejilerinin oluşturulmasını açıklamaktadır. Kaş'ın bir turizm destinasyonu olarak varlığını devam ettirebilmesi ekonomik, sosyal ve çevresel kaynaklarının sürdürülebilir gelişimine bağlıdır. Ekonomik kaynaklar açısından değerlendirildiğinde, turizmin ekonomik olumsuz etkilerinden biri olan enflasyon etkisi ve fırsat maliyeti Kaş'ta etkilerini ciddi bir şekilde göstermektedir. Mülk ve işyeri kiralarındaki artışa bağlı olarak işletmelerin sürekli el değiştirmesi, kalifiye eleman sorunu ve buna bağlı olarak bölgeden yaşayan toplumun yaşamsal faaliyetlerini devam ettirmekte zorlanması Kaş'ın şu andaki önemli sorunlarından biri olarak öne çıkmaktadır. Bölgede yaşanan aşırı turizm sorunu ise çevresel kaynaklar üzerinde tahribata ve sosyal yaşam üzerinde olumsuz etkilere yol açmaktadır. Bütün bu sorunlar bir araya getirildiğinde, Kaş'ın turizminin temelini oluşturan ekonomik, sosyal ve çevresel kaynakların uzun süreli kullanımının teşvik edilmesine yönelik uygulamaların geliştirilmesinin önemli olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

Mevsimselliğe yönelik girişimler stratejisi araştırmada elde edilen bir diğer sonuçtur. Turizmde genel anlamda yaşanan mevsimsellik sorunu Kaş'ta da yaşanan sorunların arasında kendini göstermektedir. Talep değişimine bağlı olarak altı aylık sezonun yalnızca 100 gününde ekonomik girdinin oluşması Kaş'taki kaynakların doğru bir şekilde değerlendirilemediğinin göstergesidir. Likya yolu üzerinde yer alan Kaş önemli kültürel ve tarihi merkezlere yakın konumda yer almaktadır. Deniz-kum-güneş üçlüsünün yanında dalış turizmi, yamaç paraşütü, deniz sporları seçeneklerinin sunulduğu bölgede turizmde mevsimselliğin önüne geçilmesinde yararlanılabilecek çeşitli kaynaklar bulunmaktadır. Kaş'ın kaynaklarının özellikleri ve yapıları belirlenerek bu yönde uygulamaların geliştirilmesi mevsimsellik sorununu giderebilecektir. Turizmde önemli bir sorun olan mevsimselliğe yönelik girişimlerin oluşturulmasının önemi Kaş örneğinde de ortaya çıkmaktadır. Bu araştırmada da mevsimsellik sorununun ortaya çıkması merkezi ve yerel yönetimler tarafından yeterince üzerinde durulmadığının bir göstergesidir. Genel anlamda,

turizm sezonunun 12 aya yayılması kalkınma planlarına dâhil edilse de uygulamaya dönük stratejilerin oluşturulamadığı sonucuna ulaşılabilir.

Planlama uygulamalarının geliştirilmesi stratejisi araştırmada ulaşılan bir diğer sonuçtur. Kaş, bir turizm destinasyonu olarak plansız gelişim uygulamaları nedeniyle çeşitli zorluklarla yüzleşmektedir. Kaş'ın popülerleşmesinin beraberinde getirdiği çarpık yapılaşma, fırsat maliyeti, enflasyon ve sosyal yaşam üzerinde olumsuz etkiler planlama eksikliğinin olduğunun göstergesidir. Kaş turizminin sürdürülebilirliğinde esas olan destinasyonu oluşturan ekonomik, sosyal ve çevresel unsurların dâhil edilerek planlama uygulamalarının gerçekleştirilmesi şeklindedir. Turizm gibi çeşitli unsurlara ve değişkenlere sahip olan bir sektörde planlamanın önemi bu araştırmayla birlikte bir kez daha ortaya çıkmaktadır. Bununla birlikte, destinasyon yaşam döngüsünün her aşamasında farklı kapasite eşiklerinin ortaya çıkması, farklı planlama politikalarının uygulanmasını gerekmektedir. Kaş'ta planlama eksikliği nedeniyle karşılaşılan sorunların önüne geçilmesinde, destinasyon yaşam döngüsü modeline bağlı olarak oluşturulan planlama uygulamaları bir yol haritası görevi üstlenebilir.

Araştırmada elde edilen bir diğer sonuç *iş birliği* stratejisidir. Agarwal'ın (2002) çalışmasında belirttiği gibi iş birliği turizm destinasyonlarında stratejik ittifakların oluşturulmasında önemlidir. Bununla birlikte, paydaşlar bir bütün olarak turizmin sürdürülebilir gelişiminde ve yeniden canlandırılmasında önemli rol üstlenmektedir. Ancak, Kaş'ta turizm paydaşları arasında iş birliği eksikliğinin olması, pek çok alanda uygulamaların doğru ve etkili bir şekilde geliştirilmesinin önüne geçmektedir. Kaş turizminin gelişiminde yalnızca yerel yönetimlerin ve STK'ların turizmde rol üstlenmesi her iki paydaşın rolleri itibariyle etkinliğini göstermektedir. Ancak, bu durum turizm gelişimi açısından önemli sorunlardan biridir. Turizm arz ve talep dengesi kapsamında varlığını sürdüren bir sektördür. Bu açıdan ele alındığında, turizme yönelik stratejilerin geliştirilmesi bütüncül bir yaklaşımı gerektirmektedir. Turizme yönelik kararların alınması ve kolektif bir bakış açısıyla uygulanması turizm gelişiminde daha faydalı sonuçlar alınmasına katkı sunmaktadır. Böylelikle, birden fazla bakış açısının bir araya getirilerek uygulamaların gerçekleştirilmesi, destinasyonların turizmde gelişiminin sürdürülebilir ve planlı bir şekilde gerçekleştirilmesini

mümkün kılmaktadır. Bu bağlamda, her bir paydaş grubunun turizm gelişim sürecine dâhil edilmesinin gerekliliği bu araştırmada elde edilen sonuç ile bir kez daha desteklenmiştir.

Tanıtımın doğru kanallarla yapılması stratejisi araştırmada ulaşılan bir diğer sonuçtur. Kaş turizmine yönelik tanıtım faaliyetlerinin doğru bir şekilde gerçekleştirilemediği ve bu yönde eksikliklerin var olduğu belirlenmiştir. Kaş'ın günümüzdeki popülerliği; kitle iletişim araçlarının haberleşme aracı olarak kullanılması ve buna bağlı olarak özellikle Instagram ve Facebook gibi seçenekler ile daha fazla kişiye ulaşılmasını sağlamaktadır. Daha öncede değinildiği gibi, günümüzde tüketici davranışında yaşanan gelişmeler ve değişimler anlamdan ziyade imgeye önem verilmesini gündeme getirmektedir. Bu kapsamdaki hızlı değişimler beraberinde yanlış uygulamalarının geliştirilmesine yol açmaktadır. Kaş açısından ele aldığımızda tanıtım büyük ölçüde sosyal medya ve fuarlara katılım ile gerçekleştirilmektedir. Ancak, talep değişimine bağlı olarak gelen turist profilinin bölgeyi yansıtmadığı belirtilen Kaş'ta, tanıtımın asıl hedef kitleye yönelik olmadığını göstermektedir. Bununla birlikte, güncel tanıtım mecralarından doğru bir şekilde yararlanılmaması bu durumun nedenlerindendir. Alternatif bir turizm destinasyonu olan Kaş'ta tanıtımın doğru kanallarla gerçekleştirilmesi ve amaçlanan hedef kitleye yönelik çalışmaların gerçekleştirilmesinin önemli olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

Araştırmada elde edilen bir diğer sonuç *istikrarlı turizm politikası yürütme* stratejisidir. Turizmin kırılgan yapısı ve dış şoklara açıklığı nedeniyle çeşitli gelişmeler yaşanmaktadır. Salgın hastalıklar, savaşlar, ekonomik krizler, siyasi anlaşmazlıklar, döviz kurlarında yaşanan dalgalanmalar ve destinasyonun kendisinden kaynaklı sorunlar turizm gelişimini etkileyebilmektedir. Özellikle, küreselleşmeyle birlikte dünyada yaşanan gelişmeler turist varışları üzerinde oldukça etkilidir. Kaş özelinde değerlendirildiğinde yaşanan olumsuzlukların etkileri kimi zaman derinlemesine kimi zaman ise yüzeysel bir şekilde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Son yıllarda, dünyada ve Türkiye'de yaşanan gelişmelerin turizmi önemli ölçüde etkilemesi turizme yönelik istikrarın olmadığının göstergesidir. Turizmin yaşanan tüm gelişmelerden arındırılarak politikanın oluşturulması ve bu yönde uygulamaların geliştirilmesi sürdürülebilir gelişimi mümkün kılacaktır. Özellikle, sıcak bir bölgede yer alan Türkiye'de istikrarlı turizm politikasının oluşturulması, yaşanan gelişmelerin olumsuz etkilerini en aza indirgenmesi açısından önemlidir.

Diamond'un (1988) çalışmasına benzer şekilde bu çalışmada da *seçici turizm stratejisi* yeniden canlandırma sürecinde uygulanması gereken stratejilerden biri olarak belirlenmiştir. Kaş'ın bir turizm destinasyonu olarak öne çıkmasında ayırt edici ve farklılık gösteren özelliklerinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Kitle turizminin dominant olduğu Antalya'da; butik turizm yapısı, küçük turizm işletmelerinin faaliyet göstermesi, dalış turizminde öne çıkması, Likya gibi dünyanın en önemli yürüyüş rotası üzerinde yer alması, kültür turizmi, yayla turizmi, trekking turları, safari, yamaç paraşütü, nehir ve deniz kanosu ve deniz-kum-güneş gibi çeşitli turizm faaliyetlerini sunuyor olması Kaş'ın pek çok ayırt edici özelliğinin olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla, turizmin yeniden canlandırılmasında Kaş'ın güçlü yönlerinden yararlanılarak seçici turizm stratejisinin oluşturulmasının önemli olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

Araştırmada elde edilen sonuçlardan bir diğeri ise *turizm bilinci* stratejisidir. DTÖ (2001) turizm bilincini; turizme yönelik bilginin yayılmasını, gelen turistler ve yerel halkın turizme yönelik farkındalık oluşturmasına ve bölgedeki diğer işletmelerin ve girişimcilerin destinasyonun sürdürülebilir ve kaliteli turizm hizmeti sunulmasına yönelik girişimlere olan ihtiyacını temsil etme şeklinde ifade etmektedir. Destinasyonlarda turizmin gelişimi; destinasyonun keşfinden sonra tanıtım, pazarlama ve ulaşım seçeneklerinin artmasıyla gerçekleşmektedir. Genel anlamda, turizmden bihaber olan yerel halk tarafından öncelikle turizme yönelik hizmetin sunulmaya başlanması ve sonrasında talebe bağlı olarak dışarıdan gelenlerin turizmde yer almasıyla turizm faaliyetleri yürütülmektedir. Günümüzde serbest ticaret yasası ve rekabet kanunu gereği bir sınırlamama olmaması nedeniyle, turizmde yatırım yapabilenlerin hizmet vermeye başladığı bir döngüye girilmektedir. Özellikle, Kaş gibi öncesinde küçük bir sahil kasabası iken ve ekonominin tarıma dayalı olduğu bölgelerde bilinçsizce turizm faaliyetlerinin yürütülmesi olağandır. Maddi değeri düşük olan arazinin turizmle büyük değer kazanması ve günümüz kapitalist ekonomisinin getirileri nedeniyle eğitim, vizyon ve bilinç olmadan da bu faaliyetlerin yürütülebilmesi mümkündür. Ancak, bilinç, vizyon ve eğitim eksikliği sunulan hizmetin kalitesini ve turizmin sürdürülebilirliğini etkilemektedir. Turizmde bilincinin oluşturulması için eğitim ve vizyon önemliyken günümüz koşullarından bunun nasıl sağlanabileceğine yönelik herhangi bir uygulama bulunmamaktadır. Kaş açısından değerlendirildiğinde bilinçsiz bir şekilde oluşan hızlı

gelişim bölgenin hizmet kalitesini, ekonomik, sosyal ve çevresel kaynaklarının sürdürülebilir gelişimini olumsuz etkilemektedir. Bu açıdan değerlendirildiğinde, Kaş turizminin yeniden canlandırılmasında turizm bilinci oluşturulmasının önemli olduğu sonucuna varılmaktadır.

Araştırma sonuçlarından biri ve DTÖ'nün (2001) sunmuş olduğu canlandırma stratejilerinden biri olan *turist hareketlerine erişim ve yönetim* stratejisine bu araştırma da ulaşılmıştır. Kaş ulaşımı zor bir coğrafyada yer almaktadır. Aşırı talebin olduğu dönemlerde altyapısal ve üstyapısal anlamda yaşanan zorluklar bu yönde strateji geliştirilmesi gerekliliğini öne çıkarmaktadır. Belirli bir kapasiteye sahip olan Kaş'ta park sorunu, engellilere yönelik ve ailelere uygun bir altyapının olmaması zorlukların yaşanmasına neden olmaktadır. Ayrıca, sosyal ve çevresel kapasitenin aşılması kaynakların sürdürülebilir gelişimine de zarar vermektedir. Bu bağlamda, turist hareketlerine erişim ve yönetim stratejisiyle altyapı ve üstyapının taşıma kapasitesine adapte edilmesi ve sürdürülebilir bir şekilde akışın sağlanmasının önemi bu araştırmada da desteklenmektedir.

Turizmin kalitesini ve sürdürülebilirliğini izlemek için araçlar stratejisi araştırmada elde edilen bir diğer sonuçtur. Bu strateji DTÖ'ye (2001) göre destinasyonların yeniden canlandırılmasında senaryo ve programların değerlendirilmesinde göstergelerin kullanımı, turizm gelişimi ve yerel kalkınmanın kalitesini ve sürdürülebilirliğini izlemek için gözlemlerin oluşturulmasına yöneliktir. Kaş'ta turizmin olumsuz ekonomik etkilerinden biri olan fiyatlama ve enflasyon sorunu her alanda kendini göstermektedir. Mülk ve işyeri kiralarının yüksek olması ve buna bağlı olarak turizmde kalifiye eleman yetersizliği yaşanan önemli sorunlardan biridir. Fiyatlama politikasının olmaması diğer sektörleri de etkilemektedir. Dolayısıyla, konaklama, yiyecek içecek ve aktivite hizmeti sunan işletmelerde standart bir fiyatlamanın olmayışı hizmet kalitesini etkilemektedir. Bunun yanında, kapasite kontrolü kapsamında ekonomik, sosyal ve çevresel kaynakların korunması ihtiyacı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Kaş'ın popülaritesi sonucunda imar konusunda yaşanan sorunlar, apart sistemi ile kayıt dışı ekonominin oluşması, işletme sayısının her yıl artması ve bununla birlikte işletmelerin el değiştirmesi ve işletmelerde hizmet standardının olmayışı kontrol eksikliğinin olduğunun göstergesidir. Yaşanan bu sorunlar merkezi ve yerel yönetimler tarafından gerçekleştirilen uygulamaların yetersiz olduğunun göstergesidir.

Yaşanan bu sorunların önüne geçilmesinde göstergeler geliştirilerek kontrolün sağlanmasının önemi bu araştırmada da desteklenmiştir.

5.4. Alanyazına Yönelik Öneriler

Bir durum çalışması olarak gerçekleştirilen bu araştırmada elde edilen sonuçlar destinasyon yaşam döngüsü modelinin doğasına bağlı olarak Kaş açısından geçerlidir. Ancak, nitel araştırmaların transfer edilebilir özelliği bu araştırmada elde edilen sonuçların Kaş'a benzer biçimde turizm faaliyetleri sunan küçük turizm destinasyonlarında uygulanabilirliğini sağlayabilecektir. Bunun yanında, araştırma sonucunda belirlenmiş olan yeniden canlandırma stratejileri, Kaş gibi küçük turizm destinasyonunun kapsamında ortaya konulması ve benzer destinasyonlarda uygulanması açısından önemlidir. İlerideki araştırmalarda ise farklı araştırma yöntemlerinden yararlanılarak benzer yapıdaki destinasyonlar üzerinde çalışmalar gerçekleştirilebilir.

Durum deseni kapsamında gerçekleştirilen bu araştırmada, Kaş'ın destinasyon yaşam döngüsünde durgunluk aşamasında olduğu sonucuna ulaşılmıştır. İlerideki araştırmalarda Kaş turizminin durgunluk sürecinde olmasına bağlı olarak yaşanan gelişmelerin etkilerinin incelenmesi amacıyla etnografik yaklaşım ile araştırmalar gerçekleştirilebilir. Bu bağlamda, turist profilinde yaşanan değişimler ve Kaş'ın turizminde yaşanan değişimlerin etkilerinin belirlenebilmesi için Doxey'in (1975) Rahatsızlık İndeksi kapsamında çalışmalar gerçekleştirilebilir. Böylelikle, Kaş turizminin gelişim sürecinde yaşanan değişimin etkilerinin detaylı bir şekilde ortaya konulması mümkün olabilecektir. Bununla birlikte, Kaş'ı tercih eden turistlerin tipolojisinde değişimlerin yaşandığı elde edilen sonuçlardandır. Bu bağlamda, destinasyon yaşam döngüsü modeli kapsamında Kaş'ın turist tipolojisi Plog'un (2001) Psikografik Eğrisi kapsamında incelenebilir.

Bu araştırmada durum deseni yaklaşımı kapsamında Kaş'ın turizm gelişim süreci, turizm gelişimini etkileyen içsel-dışsal unsurların etkileri ve yeniden canlandırma stratejileri belirlenmiştir. Bu bağlamda, bireylerin çok boyutlu bir yapıya sahip olan turizm gelişim süreciyle ilişkili olgulara olan yaklaşımları fenomenolojik yaklaşım kapsamında incelenebilir. Böylelikle, Kaş turizminin gelişim sürecine yönelik kişisel (öznel) tecrübeler, algılar ve yaşanan gelişmelere yüklenen anlamların incelemesi mümkün olabilecektir.

Araştırmada görüşmeler, turizm paydaşlarından oluşan merkezi/yerel yönetimler, yerel halk, STK'lar, işletme sahipleri/yöneticileri, turistler ve turizm çalışanları ile gerçekleştirilmiştir. İlerideki araştırmalarda destinasyonun aktörlerinden oluşan paydaşların her birine yönelik çalışmalar gerçekleştirilebilir. Böylelikle, her paydaşın turizmdeki rolü detaylı bir şekilde ortaya konulabilecektir.

5.5. Uygulamaya Yönelik Öneriler

Bu araştırmanın amacı, yeniden canlandırma stratejilerini belirlemek şeklindedir. Bu bağlamda, destinasyon yaşam döngüsü modeli kapsamında turizm gelişim süreci incelenerek ve paydaş rolleri belirlenerek yeniden canlandırma stratejileri belirlenmiştir. Kaş'ın turizm gelişim sürecinin incelenmesinde bölgede turizmin başlangıcından itibaren uygulanan stratejiler ve turizm gelişimini etkileyen unsurlar bağlamında açıklanması dünyada ve Türkiye'de yaşanan gelişmelerin etkilerinin boyutunu ortaya koymaktadır. Bu kapsamda Türkiye turizminin mevcut durumu ve yaşanan gelişmelerin etkilerinin Kaş turizmi üzerinden açıklanması, sürecin anlaşılması açısından önemlidir. Turizmin kırılgan yapısının bir kez daha bu çalışmada ortaya konulması bu yönde stratejilerin geliştirilmesini gerektirmektedir. Turizmin sürdürülebilirliği kırılganlık özelliğine yönelik girişimler ile mümkündür. Bu kapsamda, merkezi ve yerel yönetimler tarafından stratejiler oluşturulmasının önemi ortaya çıkmaktadır.

Kaş'ın turizmde yükselişte olduğunu belirten katılımcıların yanında gerilemede olduğunu belirten katılımcılar bulunmaktadır. Ancak, katılımcı ifadeleri ve istatistikler incelendiğinde Kaş'ın turizmde durgunluk aşamasında olduğunu söylemek mümkündür. Bu bağlamda değerlendirildiğinde aktivite merkezi olan Kaş'ta talep değişiminin etkileri maksimum düzeydedir. Düşük gelirli turistlerin bölgeyi tercih etmesi ve tercih edilen aktivite türünün yalnızca deniz-kum-güneş ve tekne turu şeklinde olması Kaş'ın sahip olduğu ayırt edici özelliklerinin yok olmasına neden olmaktadır. Dolayısıyla, Kaş'ın kitleselleşmeye başladığının emarelerinin olması, var olan yapının korunarak geleceğe taşınması ihtiyacını doğurmaktadır. Bu bağlamda, merkezi ve yerel yönetimler tarafından kaynakların korunması ve bu kapsamda hedef kitleye yönelik tanıtım faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi ve hizmet sunulması önemlidir. Ayrıca, Kaş'ın bir marka değeri olarak öne çıkarılmasına yönelik

pazarlama ve yönetim uygulamalarının gerçekleştirilmesi sürdürülebilirliğinin sağlanmasına katkı sunacaktır.

Kaş turizminde yaşanan değişimlerin temelinde sunulan hizmetin yapısındaki değişimler yer almaktadır. Turist profilinin yerliye dönüşmesi nedeniyle hizmet yapısında değişimler yaşanmaktadır. Yaşanan bu değişimler benzer yapıdaki işlerin ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Kaş, pek çok ayırt edici özelliğe sahip iken bu şekilde benzer yapıların oluşması özgünlüğünü tehlikeye sokmaktadır. Talep değişiminde etkili olan politikaların gözden geçirilmesi ve yapılan yanlış uygulamaların neler olduğunun tespit edilmesi önem taşımaktadır. Turizmin bir sektör olarak, dış unsurlardan etkilenmesinin önüne geçilmesi yeniden canlandırmanın sağlanabilmesi açısından önem arz eden bir durumdur. Kitlesel turizmin dominant olduğu ülkemizde küçük turizm destinasyonlarının sürdürülebilirliği daha da zordur. Bu nedenle, özgün yapının korunması ve Kaş'ta sunulan hizmetin yapısında standartlaştırmanın sağlanması gerekmektedir.

Kaş turizminde aktif olan paydaşların yalnızca yerel yönetimler ve STK'lar olması, turizm gelişiminde bütüncül bakış açısının yansıtılmasının önüne geçmektedir. Bütüncül bakış açısının sağlanabilmesi her anlamda turizmin bölgeye entegre edilmesine imkân sunacaktır. Her bir paydaşın özelliklerinin ve çıkarlarının farklılık göstermesi nedeniyle, paydaşların turizm gelişimi sürecinde iş birliği çerçevesinde rol almasının önüne geçebilmektedir. Bu kapsamda, merkezi ve yerel yönetimlerin domine edici yönü öne çıkarılarak diğer paydaşların da sürece dâhil edilmesi ve rollerinin etkinleştirilmesinin önemi ortaya çıkmaktadır. Böylelikle, iş birliği içerisinde uygulamaların gerçekleştirilmesi turizmin gelişimine olumlu katkı sunabilecektir.

Kaş turizminin önemli sorunlarından biri planlama eksikliğinin var olmasıdır. Planlama olmadığı sürece turizmin sürdürebilir gelişiminin sağlanması zorlaşmaktadır. Arz ve talep arasındaki dengenin sağlanması ve turizmin geleceği planlama ile ilişkilidir. Bu kapsamda, turizme yönelik sürdürülebilirlik göstergeleri geliştirilerek turizmin kontrolü sağlanabilir. Planlama ile birlikte neyin, nasıl sunulacağı ve hangi hedef kitleye ulaşılacağı mümkün olabilecektir. Bu anlamda, Kaş'taki bütün paydaşların aktif bir şekilde yer aldığı yazılı turizm planının oluşturulması önemlidir.

Kaş'ta turizm sezonun kısa olması ve altı aylık turizm sezonunda yalnızca 100 günlük bir süreçte yoğunluk yaşanması ekonomik, sosyal ve çevresel anlamda zorlukların yaşanmasına yol açmaktadır. Mevsimsellik sorunu, Kaş'ın kaynaklarının doğru kullanımının önüne geçmektedir. Bu durum, enflasyon ve fırsat maliyeti gibi olumsuz durumlara neden olmaktadır. Yaşanan bütün sorunların önüne geçilmesi turizm sezonunun uzatılması ile mümkün olabilecektir. Kaş'ta sunulan turizm türleri çeşitlilik göstermektedir. Bu bağlamda, bütün paydaşların yer aldığı bir planlama uygulaması ile Kaş'ın sahip olduğu özellikleri bir araya getirilerek sezonun ne şekilde uzatılabileceğine yönelik stratejilerin oluşturulması gerekmektedir. Çeşitli turizm türlerine sahip olan Kaş'ta sezonun düşük olduğu dönemlerde alternatif turizm türleri çeşitlendirilerek dalış, tırmanış, yürüyüş turları ve etkinlikler gerçekleştirilebilir.

Kayıt dışı ekonomi Kaş'taki mevcut önemli sorunların başında gelmektedir. Talep yoğunluğu ve buna bağlı olarak bölgede konaklama seçeneklerinin sınırlı olması ve turizmin ekonomik getirisinin yüksek olması apart sisteminin oluşmasına yön vermektedir. Ancak, apartların mülk sahipleri tarafından günlük kiraya verilmesi ve bu durumun herhangi bir şekilde denetlenememesi otel, pansiyon, kamp ve yiyecek içecek hizmeti veren işletmelerin ekonomik sürdürülebilirliklerini olumsuz etkilemektedir. Ayrıca, kayıt dışı ekonominin genel anlamda ülke ekonomisine katkısının olmaması her açıdan olumsuzluk yaratan bir durumdur. Bu kapsamda, merkezi ve yerel yönetimler tarafından bu konu üzerinde durulması, denetleme ve kontrollerin gerçekleştirmesi önemlidir.

Kaş'ın turizmde öne çıkmasını sağlayan unsurlar ekonomik, sosyal ve çevresel kaynaklarının varlığıdır. Dolayısıyla, kaynakların korunması ve sürdürülebilirliğinin sağlanması önem arz etmektedir. Bu kapsamda, merkezi ve yerel yönetimlerin kaynaklar açısından zengin bir bölge olan Kaş'ın korunmasına yönelik stratejiler oluşturması gerekmektedir. Bununla birlikte, Kaş'ta ulaşımın zorluğu sorun olarak görülmesi nedeniyle, gerçekleştirilmesi planlanan otoban ve havaalanı projesinin kitleselleşmeye yol açma ihtimali ekonomik, sosyal ve çevresel kaynakların tahribatına yol açabilecektir. Dolayısıyla, gerçekleştirilmesi planlanan bu projelerin turizm paydaşları ile tartışılarak Kaş'ta turizmin sürdürülebilir gelişimine yönelik stratejiler oluşturulması önemi ortaya çıkmaktadır. Yapılaşmaya gidilmesi yerine ulaşım zorluğu bir pazarlama aracı olarak görülerek bu yönde

stratejiler oluşturulabilir. Bununla birlikte, kapasite kontrolü sağlanarak ve bu kapsamda aşırı turizm sorunlarının önüne geçilerek Kaş'ın çekiciliği sağlanabilir. Böylelikle, Kaş'a gelen turist profilinde değişimler ve bu değişimlerin ekonomik, çevresel ve sosyal katkısı daha olumlu ve etkili olacaktır.

Bölgedeki tanıtım faaliyetlerinin yetersiz olduğu, katılımcılarca belirtilmektedir. Günümüzde tanıtım farklı bir boyuta geçerken, yetersiz olduğu yaklaşımı tartışılması gereken konulardan biridir. Kaş, günümüzde en popüler destinasyonlardan biriyken tanıtımın yetersiz bulunması doğru bir şekilde gerçekleştirilemediğinin sonucu olarak görülmektedir. Alternatif bir turizm destinasyonu iken talep yapısındaki değişimlere bağlı olarak yaşanan gelişmeler mevcut yapının sürdürülebilirliğini tehdit etmektedir. Kaş'ın turizmde kötüye gittiği yaklaşımının önüne geçilmesinde tanıtımın doğru kanallarla yapılması ile mümkündür. Bu kapsamda, merkezi/yerel yönetimler ve STK'lar gibi paydaşların bu yönde ve güncel gelişmeleri takip ederek doğru hedef kitleye ulaşması önem taşımaktadır.

Turizmin sürdürülebilir gelişiminde bilinç ve vizyon önemli unsurlar olarak öne çıkmaktadır. Kaş özelinde değerlendirildiğinde, bilinç ve vizyon eksikliğinin olduğu katılımcılarca belirtilmiştir. Kaliteli hizmetin sunulmasında turizm çalışanları, hizmetin sunulduğu ortam, davranış şekilleri verilen hizmetin türü ve nasıl sunulduğu vizyon ve bilinç ile ortaya çıkmaktadır. Turizmin bir destinasyonda başlaması ilk aşamada tesadüfi iken sonraki süreçte arz ve talep arasındaki etkileşimin düzeyi ile birlikte şekillenmektedir. Bu kapsamda, turizmde stratejilerin geliştirilmesi sürecinde, turizme yönelik farkındalığın artırılmasına ve bilinçlendirmeye yönelik uygulamaların dâhil edilmesi önemlidir.

Genel olarak değerlendirildiğinde, Kaş turizminde rol üstlenen paydaşların; turizmin gelişimi ve yeniden canlandırılmasında, sektörün sorunlarını ortaya koyacak ürün, pazar ve turizmi etkileyen unsurlara yönelik göstergeleri izlemesi ve öngörülmesi ile daha fazla ilgilenmesi önem arz etmektedir. Bu kapsamda: ziyaretçi sayıları ve büyüme/düşüş oranları; ilk kez gelen ziyaretçilerin oranı; pazar yapısında yaşanan değişimler; turistlerin kalış süresi ve harcama oranı; aktivite türleri; sektörlere göre arz, fiyat ve talebin esnekliği; tanıtımın etkisi; ulaşılabilirlik; ziyaretçi beklentileri ve memnuniyet düzeyleri; iş karları ve göreceli rekabet gücü; işletmelerin yeniden yatırım yapabilmesi ve iyileştirilmesi; çevresel ve sosyal sorunlar; ziyaretçi ve yerel halka bağlı oluşan faktörler ile ilgilenmeleri önemlidir.

Böylelikle, Kaş'ta turizmin yeniden canlandırılması ve sürdürülebilir gelişimi mümkün olacaktır.

KAYNAKÇA

Aas, C., Ladkin, A. ve Fletcher, J. (2005). Stakeholder collaboration and heritage management. *Annals of Tourism Research*, 32(1), 28-48.

Agarwal, S. (1994), The resort cycle revisited implications for resorts, *Progress in Tourism, Recreation and Hospitality Management*, 5, 194-207.

Agarwal, S. (1997). The resort cycle and seaside tourism: an assessment of its applicability and validity. *Tourism Management*, 18(2), 65–73.

Agarwal, S. (1998). What is new with the resort cycle?. *Tourism Management*, *19*(2), 181-183.

Agarwal, S. (2002). Restructuring seaside tourism: the resort life cyle. *Annals of tourism research*, 29(1), 25-55.

Aguiló, E., Alegre, J. ve Sard, M. (2005). The persistence of the sun and sand tourism model. *Tourism Management*, *26*(2), 219-231.

Akis, S., Peristianis, N. ve Warner, J. (1996). Residents' attitudes to tourism development: the case of Cyprus. *Tourism Management*, 17(7), 481-494.

Akman, A. D. (2007). *Turizm gelişmesinin yarattığı doğal ve kültürel değişimler: Kaş örneği.* Yayınlanmamış Yükseklisans Tezi. Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Al-Hamarneh, A. ve Steiner, C. (2004). Islamic tourism: Rethinking the strategies of tourism development in the Arab World after September 11, 2001. *Comparative Studies of South Asia, Africa and the Middle East*, 24(1), 173-182.

Andereck, K. L. (1995). Environmental consequences of tourism: a review of recent research. *Linking Tourism, the Environment and Sustainability, edited by Stephen F. McCool and Alan E. Watson*, 77-81.

Andereck, K.L. ve Vogt, C.A. (2000). The relationship between residents' attitudes toward tourism and tourism development options. *Journal of Travel Research*, 39 (1), 27–36.

Andereck, K. L., Valentine, K. M., Knopf, R. C., ve Vogt, C. A. (2005). Residents' perceptions of community tourism impacts. *Annals of Tourism Research, 32*(4), 1056-1076.

Andereck, K. L., ve Nyaupane, G. P. (2011). Exploring the nature of tourism and quality of life perceptions among residents. *Journal of Travel Research,* 50(3), 248-260.

Archer, B., Cooper, C. ve Ruhanen, L. (1995). The positive and negative impacts of tourism in W. Theobald. *Global Tourism: The Next Decade*.

Baidal, J. A. I., Sánchez, I. R. ve Rebollo, J.F.V. (2013). The evolution of mass tourism destinations: New approaches beyond deterministic models in Benidorm (Spain*). Tourism Management*, 34, 184-195.

Barnes, S. J., Mattsson, J. ve Sørensen, F. (2014). Destination brand experience and visitor behavior: Testing a scale in the tourism context. *Annals of Tourism Research, 48*, 121-139.

Baum, T.G. (1998). Taking The exit route: Extending the tourism area life cycle mode, *Current Issues in Tourism*, 1(2), 167-175.

Bec, A., McLennan, C. L., ve Moyle, B. D. (2016). Community resilience to long-term tourism decline and rejuvenation: A literature review and conceptual model. *Current Issues in Tourism*, *19*(5), 431-457.

Becken, S. ve Hay, J. (2012). *Climate change and tourism: from policy to practice*. Routledge.

Becken, S. (2011). Oil, the global economy and tourism. *Tourism Review*, *66*(3), 65-72.

Becker, B., ve Gerhart, B. (1996). The impact of human resource management on organizational performance: Progress and prospects. *Academy of Management Journal*, *39*(4), 779-801.

Belisle, F.J., Ve Hoy, D.R. (1980). The perceived ımpact of tourism by residents: A case study of Santa Marta, Columbia. *Annals of Tourism Research*, 7(1), 83–101.

Besculides, A., Lee, M.E., ve Mccormick, P.J. (2002). R perceptions of the cultural benefits of tourism. *Annals of Tourism Research*, 29(2), 303–319.

Bitner, M. J. (1990). Evaluating service encounters: the effects of physical surroundings and employee responses. *Journal of Marketing*, *54*(2), 69-82.

Bogdan, R. ve Biklen, S. K. (2007). *Qualitative research for education: An introduction to theories and methods*. Pearson.

Bonner, A., & Tolhurst, G. (2002). Insider-outsider perspectives of participant observation. *Nurse Researcher*, 9(4), 7–19.

Bouquet, M., ve Winter, M. (1987). Introduction: Tourism politics and practice. *Who from their labours rest: Conflict and practice in rural tourism*,1-8.

Brau, R., Scorcu, A. E. ve Vici, L. (2009). Assessing visitor satisfaction with tourism rejuvenation policies: the case of Rimini, Italy. *Journal of Environmental Planning and Management*, *52*(1), 25-42.

Breen, J., Bergin-Seers, S., Jago, L. ve Carlsen, J. (2005). Small and medium tourism enterprises.

Bridges, D. (2001). The ethics of outsider research. *Journal of Philosophy of Education*, *35*(3), 371-386.

Brokaj, R. (2014). Local Governments role in the sustainable tourism development of a destination. *European scientific journal*, *10*(31).

Brooker, E. ve Burgess, J. (2008). Marketing destination Niagara effectively through the tourism life cycle. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, *20*(3), 278-292.

Brooker, E. ve Burgess, J. (2008). Marketing destination niagara effectively through the tourism life cycle. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 20(3), 278-292.

Brooker, E. ve Go, F. (2006). The relationship between branding and innovation: The SMTE perspective. *Marketing Efficiency in Tourism, Erich Schmidt Verlag, Berlin*, 53-63.

Brunt, P. ve Courtney, P. (1999). Host perceptions of sociocultural impacts. *Annals of Tourism Research*, *26*(3), 493-515.

Buckley, R. (1999). An ecological perspective on carrying capacity. *Annals of Tourism Research*, 26(3), 705-708.

Buhalis, D. (1996). Enhancing the competitiveness of small and medium sized tourism enterprises. *Electronic Markets*, 6 (1), 1-6.

Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, *21*(1), 97-116.

Buhalis, D. ve Fletcher, J. (1995). Environmental impacts on tourist destinations: an economic analysis. *Sustainable Tourism Development*, 3-24.

Burns, P. (1999). Tourism NGOs.

Burns, P. M. ve Holden, A. (1995). *Tourism: A new perspective*. FT Prenticehall. *Aktaran* Mason, P. (2003). *Tourism Impacts, Planning and Management*. Amsterdam: Butterworth Heinemann.

Butler, R. (2004). The tourism area life cycle in the twenty-first century. *A companion to tourism*, 159-169.

Butler, R. (2008). The Relevance of the Tourism Area Life Cycle (TALC) to Sustainable Destinations. In *II Congresso Internacional de Turismo de Leiria e Oeste* (pp. 26-27).

Butler, R. (2009). Tourism in the future: Cycles, waves or wheels?. *Futures*, *41*(6), 346-352.

Butler, R. W. (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources. *The Canadian Geographer/Le Géographecanadien*, 24(1), 5-12.

Butler, R. W. (Ed.). (2006). *The tourism area life cycle, Vol. 1: Applications and modifications*. Aspects of Tourism. Channel View Publications.

Butler, R. W., Ve Russell, R. (Eds.). (2010). *Giants Of Tourism*. CABI.

Butler, R.W. (1991) Tourism, Environment and Sustainable Development. *Environmental Conservation*.18 (3), 201–9.

Carlsen, J. C. ve Hughes, M. (2008). Tourism market recovery in the Maldives after the 2004 Indian ocean tsunami. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 23(2-4), 139-149.

Casasnovas, A. A. ve Rosselló, A. S. (2010). The tourist area lifecycle and the unit roots test. A new economic perspective for a classic paradigm in tourism.

Choy, D. J. (1992). Life cycle models for Pacific island destinations. *Journal of Travel Research*, 30(3), 26-31.

Christaller, W. (1964). Some considerations of tourism location in Europe. *Papers of the Regional Science Association*, 12(1), 95-105.

Clottey, B., ve Lennon, R. (2003). Transitional economy tourism: German travel consumers' perceptions of Lithuania. *International Journal of Tourism Research*, 5(4), 295-303.

Coccossis, H. (2002). Island Tourism Development and Carrying Capacity. *Island Tourism and Sustainable Development*, 131-143.

Coccossis, H., Mexa, A. ve Collovini, A. (2002). Defining, measuring and evaluating carrying capacity in european tourism destinations, final report B4–3040/2000/ 294577/MAR/D2. Athens (Greece): European Union.

Cole, S. (2014). Tourism and water: From stakeholders to rights holders, and what tourism businesses need to do. *Journal of Sustainable Tourism*, 22(1), 89-106.

Coles, T. (2006). *Enigmavariations? The TALC, marketing models and the descendants of the product life cycle*. In R. Butler (Ed.), The tourism life cycle: Conceptual and theoretical issues (ss. 49-66). Clevedon: Channel View Publications.

Cooper, C. (1990). Resorts in decline-The management response. *Tourism Management*, 11(1), 63-67.

Cooper, C. (1992). The life cycle concept and tourism. *The life cycle concept and tourism.*, 145-160.

Cooper, C. (1994). The destination life cycle: An update. *Tourism: The state of the art*, 340-346.

Cooper, C. (1997). The contribution of life cycle analysis and strategic planning to sustainable tourism. *Tourism, development and growth: The challenge of sustainability*, 78-94.

Cooper, C. (2006). The anatomy of the rejuvenation stage of the TALC. *The tourism area life cycle: Conceptual and theoretical issues. Channel View Publications, Clevedon*, 183-200.

Cooper, C. ve Jackson, S. (1989). Destination life cycle: The Isle of Man case study. *Annals of Tourism Research*, *16*(3), 377-398.

Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D., Shepherd, R. ve Wanhill, S. (1998). *Tourism: Principles and practices*, (2nd ed.). England: Addison-Wesley, Longman.

Creswell, J.W. (1998). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five traditions.* Thousand Oaks, CA: Sage.

Creswell, W. (2013). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. Los Angeles, CA: Sage.

Curtin, M. ve Fossey, E. (2007). Appraising the trustworthiness of qualitative studies: Guidelines for occupational therapists. *Australian Occupational Therapy Journal*, *54*(2), 88-94.

Davidson, R. ve Maitland, R. (1997). *Tourism destinations*. London: Hodder ve Stoughton.

Davies, W.M. (1899) The geographical cycle. *Geographical Journal*, 14, 481-504.

Davras, G. M., Ve Aktel, M. (2018). 2015-2016 krizinin Türkiye turizmine yansımaları. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, *9*(21), 27-38.

Decrop, A. (2004). Trustworthiness in qualitative tourism research. *Qualitative research in tourism: Ontologies, Epistemologies and Methodologies*, 156: 169.

Deniz, T. ve Karadağ, D. (2018). Politik çatışmaların ve terörizmin turizm sektörüne etkileri: 2010-2017 Türkiye örneği. *Eastern Geographical Review*, *23*(40).

Diamond, N. P. (1988). A strategy for cold water resorts into the year 2000. *Unpublished MSc Thesis, University of Surrey, UK*'den *Aktaran* Cooper, C. (2006). The anatomy of the rejuvenation stage of the TALC. The tourism area life cycle: conceptual and theoretical issues. Channel View Publications, Clevedon, 183-200.

Dickson, G. ve Green, K. L. (2001). The external researcher in participatory action research. *Educational Action Research,* 9(2), 243-260.

Diedrich, A., Ve García, E. (2009). Local perceptions of tourism as indicators of destination decline. *Tourism Management,* 30, 512–52.

Dilek, S. E. ve Dilek, N. K. (2017). Dünyada ve Türkiye'de yaşanan olayların turizme yansımaları: 1960'tan günümüze tarihsel bir değerlendirme. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 10*(2), 1083-1108.

Dinçer, M. Z. ve Çetin, G. (2015). Kalkınma planlarında turizm. *Değişik perspektifleriyle turizm politikası ve planlaması. Ankara: Detay Yayıncılık*.

Dodds, R. (2007). Sustainable tourism policy—rejuvenation or a critical strategic initiative. *Anatolia*, *18*(2), 277-298.

Doğan, H. Z. (1989). Forms of adjustment: Sociocultural impacts of tourism. *Annals of Tourism Research*, 16(2), 216-236.

Donaldson, T. ve Preston, L. E. (1995). The stakeholder theory of the corporation: Concepts, evidence, and implications. *Academy of Management Review*, *20*(1), 65-91.

Dowling, R. K. (1992). Tourism and environmental integration: The journey from idealism to realism. *Tourism and Environmental İntegration: The Journey From Idealism to Realism.*, 33-46.

Doxey, G. V. (1975). A causation theory of visitor-resident irritants: Methodology and research inferences. In: *Travel and tourism research associations sixth annual conference proceedings* September (pp. 195-98).

Duman, T. ve Kozak, M. (2010). The Turkish tourism product: differentiation and competitiveness. *Anatolia,* 21(1), 89-106.

Duman, T. ve Tosun, C. (2010). Current developments in Turkish tourism. *Anatolia,* 21(1), 5-168.

Dunn, K. ve Hay, I. (2005). *Qualitative research methods in human geography*. Oxford: Oxford University Press.

Dwyer, L., Forsyth, P. ve Dwyer, W. (2010). Tourism economics and policy. *Channel View Publications, 3.*

Dyer, P., Gursoy, D., Sharma, B. ve Carter, J. (2007). Structural modeling of resident perceptions of tourism and associated development on the Sunshine Coast, Australia. *Tourism Management*, 28(2), 409-422.

Echtner, C. M. ve Ritchie, J. B. (1993). The measurement of destination image: an empirical assessment. *Journal of travel research*, *31*(4), 3-13. *Aktaran* Formica, S. (2004). *Destination attractiveness as a function of supply and demand interaction* (Doctoral dissertation, Virginia Tech).

Edwards, D., Griffin, T. ve Hayllar, B. (2008). Urban tourism research: developing an agenda. *Annals of Tourism Research*, 35(4), 1032-1052.

Eisner, E. W. (1991). *The enlightened eye: Qualitative inquiry and the enhancement of educational practice*. New York: Macmillan.

Erkurt, O. ve Paker, S. (2014). Sualtı arkeoparkları ve deniz turizmi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi Dergisi*, *6*(2).

Faulkner, B. (2001). Towards a framework for tourism disaster management. *Tourism management*, *22*(2), 135-147.

Faulkner, B. (2002). Rejuvenating a maturing tourist destination: The case of the Gold Coast. *Current Issues in Tourism*, *5*(6), 472-520.

Faulkner, B. ve Russell, R. (1997). Chaos and complexity in tourism: in search of a new perspective. *Pacific Tourism Review*, *1*(2), 93-102.

Faulkner, B. ve Tideswell, C. (2006). *Rejuvenating a maturing destination: The case of the Gold Coast, Australia: The tourism area life cycle*, 1, Applications and modifications.

Faulkner, B., ve Tideswell, C. (2005). Rejuvenating a maturing tourist destination: The case of the Gold Coast: Australia. *The tourism area life cycle*, *1*, 306-337.

Fesenmaier, D. ve M. Uysal (1990). The tourism system: levels of economic and human behavior." In *Tourism and Leisure: Dynamics and Diversity*, edt. by J.B. Zeiger and L.M. Caneday. Alexandria, VA: National Recreation and Park Association, 27-35'ten *Aktaran* Formica, S. ve

Uysal, M. (2006). Destination attractiveness based on supply and demand evaluations: An analytical framework. *Journal of Travel Research, 44*(4), 418-430.

Flagestad, A. ve Hope, C. A. (2001). Strategic success in winter sports destinations: A sustainable value creation perspective. *Tourism Management, 22*(5), 445-461.

Formica, S. (2004). *Destination attractiveness as a function of supply and demand interaction* (Doctoral dissertation, Virginia Tech).

Framke, W. (2002). The destination as a concept: A discussion of the business-related perspective versus the socio-cultural approach in tourism theory. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism, 2*(2), 92-108.

Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: a stakeholder approach*. Boston: Pitman Publishing Inc.

Frisk, L. (1999). *Social and cultural conditions for tourism destination development: Through the eyes of "The cultural diamond"*. ETOUR.

Garay, L. ve Cánoves, G. (2011). Life cycles, stages and tourism history: The Catalonia (Spain) experience. *Annals of Tourism Research*, 38(2), 651-671.

García, F. A., Vázquez, A. B. ve Macías, R. C. (2015). Resident's attitudes towards the impacts of tourism. *Tourism Management Perspectives*, *13*, 33-40.

Gee, C.Y. ve Fayos-Sola, E. (1997) *International tourism: A global perspective*. Madrid: World Tourism Organisation.

Getz, D. (1992). Tourism planning and destination life cycle. *Annals of Tourism Research*, 19(4), 752–770.

Getz, D. ve Timur, S. (2012). Stakeholder involvement in sustainable tourism: Balancing the voices. *Global Tourism*, 230.

Gilbert, E.W. (1939). The growth of island and seaside health resorts in England, *Scottish Geographical Magazine*, 55(1), 16-35.

Glesne, C. (2012). *Nitel Araştırmaya Giriş*. (A. Ersoy & P. Yalçınoğlu, Çev. Ed.). Ankara: Anı.

Godfrey, K. ve Clarke, J. (2000). *The tourism development handbook: A Practical Approach to Planning and Marketing.* Burns and Oates.

Gray, B. (1989). Collaborating: Finding common ground for multiparty problems.

Gunn, C. A. (1988). Tourism planning (2nd edn.). New York: Taylor and Francis.

Gunn, C. A. (1994*). Tourism planning. Basics, concepts*. Washington DC: Taylor and Francis.

Gursoy, D. ve Rutherford, D.G. (2004). Host attitudes toward tourism: An improved structural model. *Annals of Tourism Research*, 31, 495–516.

Haldrup, M. (2001). Tourists in time and space–mobility tactics and the making of tourist spaces. *Draft. Denmark: Roskilde University*.

Hall, C. M. (1996). Gender and economic interests in tourism prostitution. *The Sociology of Tourism; Routledge, London, UK*, 265-280.

Hall, C. M. ve Lew, A. A. (2009). *Understanding and managing tourism impacts: An integrated approach*. Routledge.

Hall, C.M. (2005). *Tourism: Rethinking the social science of mobility*. Harlow: Prentice-Hall.

Hall, D. (2003). Rejuvenation, diversification and imagery: Sustainability conflicts for tourism policy in the eastern Adriatic. *Journal of sustainable tourism*, *11*(2-3), 280-294.

Haralambopoulos, N. ve Pizam, A. (1996). Perceived impacts of tourism: The case of Samos. *Annals of Tourism Research*, 23, 503–526.

Hardy, A., ve Beeton, R. (2001). Stakeholder perceptions of sustainable tourism: Lessons learnt from a study in the Daintree region of Far North Queensland, Australia. In *CAUTHE 2001: Capitalising on Research; Proceedings of the 11th Australian Tourism and Hospitality Research Conference* (p. 132). University of Canberra Press.

Haywood, K. M. (1986). Can the tourist area life cycle be made operational?, *Tourism Management*, 7(3):154-167.

Haywood, M. (2007). Lead: performing to potential. *Hotelier, September*, 29. *Aktaran* Brooker, E. ve Burgess, J. (2008). Marketing destination Niagara effectively through the tourism life cycle. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 20(3), 278-292.

Hein, L., Metzger, M. J. ve Moreno, A. (2009). Potential ımpacts of climate change on tourism; a case study for Spain. *Current Opinion in Environmental Sustainability*, *1*(2), 170-178.

Hellawell, D. (2006). Inside-out: analysis of the insider-outsider concept as a heuristic device to develop reflexiity in students doing qualitative research. *Teaching in Higher Education,* 11, 483–94.

Henderson, J. C. (2006). Tourism in Dubai: Overcoming barriers to destination development. *International Journal of Tourism Research*, *8*(2), 87-99.

Henderson, J. C. (2007). Corporate social responsibility and tourism: Hotel companies in Phuket, Thailand, after the Indian ocean tsunami. *International Journal of Hospitality Management*, *26*(1), 228-239.

Hernández-Martín, R., Álvarez-Albelo, C. D. ve Padrón-Fumero, N. (2015). The economics and implications of moratoria on tourism accommodation development as a rejuvenation tool in mature tourism destinations. *Journal of Sustainable Tourism*, *23*(6), 881-899.

Ho, K.S.G. ve Mckercher, B. (2015). *A review of life cycle models by Plog ve Butler from a marketing perspective*, *In* Kozak, M., ve Kozak, N. (Eds.). (2015). Destination Marketing: An International Perspective. Routledge.

Holden, A. (2007). *Environment and tourism*. Routledge.

Holden, A. ve Sparrowhawk, J. (2002). Understanding the motivations of ecotourists: The case of trekkers in Annapurna, Nepal. *International Journal of Tourism Research*, 4(6), 435-446.

Horochowski, K. ve Moisey, R. N. (1999). The role of environmental NGOs in sustainable tourism development: A case study in northern Honduras. *Tourism Recreation Research*, *24*(2), 19-30.

Hovinen, G. R. (1981). A tourist cycle in lancaster county. Pennsylvania, *Canadian Geographer*, 15(3), 283-286.

Hovinen, G. R. (2002). Revisiting the destination life cycle model. *Annals of tourism research*, 29(1), 209-230.

Howie, F. (2003). *Managing the tourist destination*. Cengage learning EMEA.

Hu, Y. ve Ritchie, J. R. B. (1993). Measuring destination attractiveness: a contextual approach. *Journal of Travel Research,* 32(2), 25-34.

Huan, T. C., Beaman, J. ve Shelby, L. (2004). No-Escape natural disaster: Mitigating impacts on tourism. *Annals of Tourism Research*, *31*(2), 255-273.

Hunziker, W. ve Krapf, C. (1942). *Grundriss der allgemeinen fremdenverkehrslehre:* umschlag: allgemeine fremdenverkehrslehre*. Polygraph. Verlag.

Inskeep, E. (1988). Tourism planning: An emerging specialization, *Journal of the American Planning Association*, 54(3), 360-372.

Inskeep, E. (1991). *Tourism planning. An integrated and sustainable development approach*, New York: Van Nostr And Reinhold.

Ioannides, D. (1992). Tourism development agents: The Cypriot resort cycle. *Annals of tourism research,* 19(4), 711-731.

Jackson, G. ve Morpeth, N. (2002). *Local Agenda 21: Reclaiming community ownership in tourism or stalled process?*. In: Tourism and Sustainable Community Development (ss. 137-152). Routledge.

Jafari, J. (1982). The tourism market basket of goods and services: the components and nature of tourism. *The tourism market basket of goods and services: the components and nature of tourism* (ss. 1-12). New Delhi: Metropolitan Book.

Jain, S. C. (2000). Market planning and strategy. *Cincinnati, Ohio: South-Western College Publishing, a division of Thomson Learning*'den *aktaran* Cooper, C. (2006). The anatomy of the rejuvenation stage of the TALC. *The tourism area life cycle: conceptual and theoretical issues. Channel View Publications, Clevedon*, 183-200.

Jamal, T. B. ve Getz, D. (1995). Collaboration theory and community tourism planning. *Annals of Tourism Research*, *22*(1), 186-204.

Jenkins, C.L. (1991). *Development strategies*. In L.J. Lickorish, A. Jefferson, J. Bodlender and C.L. Jenkins (Edt.) *Developing Tourism Destinations* (ss. 59–118). London: Longman.

Jensen-Verbeke, M. (1986). Inner-city tourism: resources, tourists and promoters. *Annals of Tourism Research,* 13(1), 79-100.

Johnson, J. D., Snepenger, D.J. ve Akis, S. (1994). Residents' perceptions of tourism development. *Annals of Tourism Research*, 21(3), 629–642.

Jurowski, C., Uysal, M. ve Williams, D. R. (1997). A theoretical analysis of host community resident reactions to tourism. *Journal of Travel Research*, *36*(2), 3-11.

Kermath, B. M. ve Thomas, R. N. (1992). Spatial dynamics of resorts: Sosua, Dominican Republic. *Annals of Tourism Research,* 19(2), 172–190.

Khadaroo, J. ve Seetanah, B. (2008). The role of transport infrastructure in international tourism development: a gravity model approach. *Tourism Management*, 29(5), 831-840.

Kim, K. (2002). The effects of tourism impacts upon quality of life of residents in the community (Doctoral Dissertation, Virginia Tech).

Kim, Y. K. (1993). Tourism impact assessment: A Test of a vested interests model. Dissertation Abstracts International. *Humanities and Social Sciences*, 53(8).

King, B., Pizam, A. ve Milman, A. (1993). Social impacts of tourism: Host perceptions. *Annals of Tourism Research*, 20(4), 650–665.

Knowles, T. ve Curtis, S. (1999). The market viability of European mass tourist destinations. A post-stagnation life-cycle analysis. *The International Journal of Tourism Research, 1*(2), 87.

Ko, D.W. ve Stewart, W.P. (2002). A structural equation model of residents' attitudes for tourism development. *Tourism Management*, 23, 521–530.

Korca, P. (1996). Resident attitudes toward tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 23(3), 695–726.

Kotler, P. (2003). *Marketing management,* Prentice Hall.

Kozak, M. ve Martin, D. (2012). Tourism life cycle and sustainability analysis: Profit-focused strategies for mature destinations. *Tourism Management*, *33*(1), 188-194.

Kubickova, M. (2016). The role of government in tourism: Linking competitiveness, freedom, and developing economies. *Czech Journal of Tourism*, *5*(2), 73-92.

Lagiewski, R. M. (2006). The application of the TALC model: A literature survey. *The Tourism Area Life Cycle*, 1, 27-50.

Lam, K. K. ve Hung, S. Y. M. (2013). Perceptions of emergency nurses during the human swine influenza outbreak: A qualitative study. *International Emergency Nursing*, 21(4), 240- 246.

Lankford, S.V. ve Howard, D.R. (1994). Developing a tourism ımpact attitude scale. *Annals of Tourism Research*, 21(1), 121–139.

Lee, Y. ve Weaver, D. (2014). The tourism area life cycle in Kim Yujeong Literary Village, Korea, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 19(2), 181-198.

Leininger, M. (1994). *Criteria and critique*. İçinde Critical Issues in Qualitative Research Methods, SAGE Publications.

Leiper, N. (1995). *Tourism management*. Melbourne, Australia: RMIT Press.

Leontidou, L. (1994). Gender dimensions of tourism in Greece: Employment, sub-cultures and restructuring. *Tourism: A Gender Analysis.*, 74-105.

Levitt, T. (1965). Exploit the product life cycle. *Harvard Business Review*, 43(6), 81-94.

Lewsey, C., Cid, G. ve Kruse, E. (2004). Assessing climate change impacts on coastal infrastructure in the Eastern Caribbean. *Marine Policy*, *28*(5), 393-409.

Liburd, J. J. (2004). NGOs in tourism and preservation democratic accountability and sustainability in question. *Tourism Recreation Research*, *29*(2), 105-109.

Lickorish, L. J., Jefferson, A., Bodlender, J. ve Jenkins, C. L. (1991*). Developing tourism destinations: Policies and perspectives. developing tourism destinations: policies and perspectives.* London: Longman Group.

Lindberg, K. ve Johnson, R. L. (1997). The economic values of tourism's social impacts. *Annals of Tourism Tesearch*, *24*(1), 90-116.

Liu, J. C. ve Var, T. (1986). Resident attitudes toward tourism impacts in Hawaii. *Annals of Tourism Research, 13*(2), 193-214.

Local Agenda 21 (2003). http://www.unep.fr/shared/publications/pdf/3207-TourismAgenda.pdf. (Erişim Tarihi: 16.03.2015)

Long, P. (1997). Researching tourism partnership organizations: from practice to theory to methodology. *Quality Management in Urban Tourism*, 235-252.

Lundberg, E. (2015). The level of tourism development and resident attitudes: A comparative case study of coastal destinations. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 15(3), 266-294.

Lundtorp, S. ve Wanhill, S. (2001). The resort life cycle theory: Generating processes and estimation. *Annals of Tourism Research, 28*(4), 947-964.

Madrigal, R. (1993). A tale of tourism in two cities. *Annals of Tourism Research*. *20*(2), 336-353.

Mahon, R., Becken, S. ve Rennie, H. (2013). *Evaluating the business case for investment in the resilience of the tourism sector of small island developing states*. Lincoln University.

Mansfeld, Y. ve Winckler, O. (2015). Can this be spring? Assessing the impact of the "arab spring" on the arab tourism industry. *Turizam: Međunarodni Znanstveno-Stručni Časopis*, *63*(2), 205-223.

March, R. ve Wilkinson, I. (2009). Conceptual tools for evaluating tourism partnerships. *Tourism Management*, 30(3), 455-462.

Martin, B. S. ve Uysal, M. (1990). An examination of the relationship between carrying capacity and the tourism life cycle: Management and policy implications. *Journal of Environmental Management*, 31, 327–333.

Mason, P. ve Cheyne, J. (2000). Residents' attitudes to proposed tourism development. *Annals of Tourism Research*, 27(2): 391-411.

Mason, P. (2003). *Tourism Impacts, Planning and Management*. Amsterdam: Butterworth Heinemann.

Mathieson, A., ve G. Wall (1982). *Tourism: Economic, physical and social impacts*. Harlow: Longman.

Mcgehee, N. G. ve Andereck, K. L. (2004). Factors predicting rural residents' support of tourism. *Journal of Travel Research*, 43(2), 131-140.

Mckercher, B. (1999). A chaos approach to tourism. *Tourism Management, 20*(4), 425-434.

McKercher, B. (2005). Destinations as products? A reflection on Butler's life cycle. *Tourism Recreation Research*, 30(3), 97-102.

Merriam, S. B. (1998). *Qualitative research and case study applications in education. Revised and expanded from. Case Study Research in Education*. Jossey-Bass Publishers: San Francisco.

Merriam, S. B. (2002). Introduction to qualitative research. *Qualitative research in practice: Examples for discussion and analysis*, *1*(1), 1-17.

Meyer, R. A. (1996). Waikiki faces major problems: does new master plan hold solutions?. *Hospitality Review*, *14*(1), 2.

Middleton, V. T. C. ve J. R., Clarke (2001). *Marketing in travel and tourism*. Oxford: Butterworth-Heinemann.

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). Qualitative data analysis: a methods sourcebook. *Thousand Oaks, CA: Sage*.

Milman, A. ve Pizam, A. (1988). Social impacts of tourism on central florida. *Annals of Tourism Research,* 15(2), 191–204.

Moisander, J. ve A. Valtonen (2006). *Qualitative marketing research: A cultural approach*. London: Sage.

Morais, D. B., ve Lin, C. H. (2010). Why do first-time and repeat visitors patronize a destination?. *Journal of Travel ve Tourism Marketing*, *27*(2), 193-210.

Morgan, N. ve Pritchard, A. (2002). Contextualizing destination branding. *Destination Branding: Creating the Unique Destination Proposition*, 11-41.

Morrison, A. (2002). *Marketing the small tourism business*. In A. V. Seaton ve M. Bennett (Editörler), *Marketing tourism products: concepts, ıssues, cases* (400), London:

International Thomson Publishing'den *aktaran* Akbaba, A. (2012). Destinasyon geliştirme ve küçük ölçekli turizm işletmeleri: Akçakoca üzerine bir inceleme. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*.

Morrison, A. M. (2013). *Marketing and managing tourism destinations*. Routledge.

Moss, S. E., Ryan, C. ve Wagoner, C. B. (2003). An empirical test of Butler's resort product life cycle: Forecasting casino winnings. *Journal of Travel Research,* 41(4), 393–399.

Murphy, P., Pritchard, M. P. ve Smith, B. (2000). The destination product and its impact on traveller perceptions. *Tourism Management, 21*(1), 43-52.

Musinguzi, D. (2012). *The impacts of tourism on local communities: Developing and operationalising. A comprehensive monitoring framework* (Doctoral Dissertation, The Hong Kong Polytechnic University).

Müller, S., Peters, M. ve Blanco, E. (2010). Rejuvenation strategies: a comparison of winter sport destinations in Alpine regions. *Turizam: Međunarodni Znanstveno-Stručni Časopis*, *58*(1), 19-36.

Neto, F. (2003). A new approach to sustainable tourism development: moving beyond environmental protection. In: *Natural Resources Forum*, 27(3), 212-222). Oxford, UK: Blackwell Publishing Ltd.

O'Hare, G. ve Barrett, H. (1997). The destination life cycle: International tourism in Peru, *Scottish Geographical Magazine*, 113(2), 66-73.

Oppermann, M. (1994). Regional aspects of tourism in New Zealand, *Regional Studies*, 28(2), 155-168.

Oppermann, M. (1995). Travel life cycle. *Annals of tourism research, 22*(3), 535-552.

Oppermann, M. ve Chon, K. S. (1997). Convention participation decision-making process. *Annals of Tourism Research, 24*(1), 178-191.

Oppermann, M. (1998). Destination threshold potential and the law of repeat visitation. *Journal of Travel Research, 37*(2), 131-137.

Özcan, B. (2015). Hedonizm ve kimlik temeline dayalı postmodern tüketim yaklaşımı. *Sosyoloji Konferansları*, 35, 119-130.

Papatheodorou, A., Rosselló, J. ve Xiao, H. (2010). Global economic crisis and tourism: consequences and perspectives. *Journal of Travel Research*, *49*(1), 39-45.

Park, M. ve Stokowski, P. A. (2009). Social disruption theory and crime in rural communities: comparisons across three levels of tourism growth. *Tourism Management*, 30(6), 905-915.

Paskaleva-Shapira, K. A. (2007). New paradigms in city tourism management: redefining destination promotion. *Journal of Travel Research*, *46*(1), 108-114.

Patton, M. Q. (1990). *Qualitative evaluation and research methods*. SAGE Publications, inc.

Patton, M. Q. (2002). Two decades of developments in qualitative inquiry: A personal, experiential perspective. *Qualitative social work*, *1*(3), 261-283.

Pearce, R. D. (1989). *Internationalization of research and development by multinational enterprises*. Springer.

Pearson, C. M. ve Clair, J. A. (1998). Reframing crisis management. *Academy of Management Review*, *23*(1), 59-76.

Pelling, M. (2003). *Natural disaster and development in a globalizing world*. Routledge.

Perdue, R.R., Long, T.P. ve Allen, L. (1987). Rural resident tourism perceptions and attitudes. *Annals of Tourism Research*, 17(4), 586–599.

Pforr, C. ve Hosie, P. (2009). Crisis management in the tourism industry. *Farnham: Ashgate*.

Pike, S. (2007). *Destination marketing organisations*. Routledge.

Pizam, A. (1978). Tourism impacts: The social costs to the destination community as perceived by its residents. *Journal of Travel Research*, 16(4), 8–12.

Plog, S. C. (2001). Why destination areas rise and fall in popularity: An update of a Cornell Quarterly classic. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, *42*(3), 13-24.

Plog, S.C. (1974). Why destinations areas rise and fall in popularity?. *Cornell Hotel and Restaurant Association Quarterly*, 15, 13-16.

Potter, R. B., ve Phillips, J. (2004). The rejuvenation of tourism in Barbados 1993-2003: Reflections on the Butler model. *Geography*, 240-247.

Prideaux, B. (2000). The role of the transport system in destination development. *Tourism management*, 21(1), 53-63.

Prideaux, B. (2004). The resort development spectrum: The case of the Gold Coast, Australia. *Tourism Geographies*, *6*(1), 26-58.

Priestley, G. ve Mundet, L. (1998). The post-stagnation phase of the resort cycle. *Annals of Tourism Research, 25*(1), 85-111.

Pritchard, A. ve Morgan, N. (2001). Culture, identity and tourism representation: Marketing cymru or wales?. *Tourism Management*, 22 (2), 167-79.

Pulina, M., Dettorib, D. G. ve Pabac, A. (2006). Life cycle of agrotouristic firms in Sardinia. *Tourism Management*, 27(5), 1006–1016.

Qin, Q., Wall, G., ve Liu, X. (2011). Government roles in stimulating tourism development: A case from Guangxi, China. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, *16*(5), 471-487.

Rand, A. M. ve Krecker, M. L. (1990). Concepts of the life cycle: Their history, meanings, and uses in the social sciences. *Annual Review of Sociology*, 16(1), 241–262.

Reid, D. (2013). *Sustainable development: An introductory guide*. Routledge.

Richter, L. K. (2003). International tourism and its global public health consequences. *Journal of Travel Research*, *41*(4), 340-347.

Ritchie, B. W. (2004). Chaos, crises and disasters: A strategic approach to crisis management in the tourism industry. *Tourism Management*, *25*(6), 669-683.

Ritchie, J.R.B. (1988). Consensus policy formulation in tourism: Measuring resident views via survey research. *Tourism Management*, 9(3), 199–212.

Rittichainuwat, N. (2008). Responding to disaster: Thai and Scandinavian Tourists' motivation to visit Phuket, Thailand. *Journal of Travel Research*, *46*(4), 422-432.

Rodríguez, J. R. O., Parra-López, E. ve Yanes-Estévez, V. (2008). The sustainability of island destinations: tourism area life cycle and teleological perspectives. The case of Tenerife. *Tourism Management*, 29(1), 53-65.

Ross, G. F. (1992). Resident perceptions of the impact of tourism on an Australian City. *Journal of Travel Research*, 30(3), 13-17.

Russell, R. ve Faulkner, B. (1998). *Reliving the destination life cycle in Coolangatta: an historical perspective on the rise, decline and rejuvenation of an Australian seaside resort*, in Laws, E., Faulkner, B. and Moscardo, G. (Eds), Embracing and Managing Change in Tourism: International Case Studies, Routledge, London, ss. 95-115.

Ryan, C. (1995). Learning about tourists from conversations: the over-55s in Majorca. *Tourism Management*, *16*(3), 207-215.

Saarinen, J. (2001). The transformation of a tourist destination-theory and case Studies on the production of local geographies in tourism in Finnish Lapland, *Nordia Geographical Publications*, 30 (1): 105.

Saarinen, J. (2004). Destinations in change. The transformation process of tourist, *Tourist Studies*, 4 (2): 161-79**.**

Salanova, M., Agut, S. ve Peiró, J. M. (2005). Linking organizational resources and work engagement to employee performance and customer loyalty: The mediation of service climate. *Journal of applied Psychology*, *90*(6), 1217.

Saraniemi, S. ve Kylänen, M. (2011). Problematizing the concept of tourism destination: An analysis of different theoretical approaches. *Journal of Travel Research*, 50(2), 133-143.

Saveriades, A. (2000). Establishing the social tourism carrying capacity for the tourist resorts of the east coast of the Republic of Cyprus. *Tourism Management*, *21*(2), 147-156.

Schuckert, M., Möller, C., ve Weiermair, K. (2007). Alpine destination life cycles: Challenges and implications. In *Trends and issues in global tourism 2007* (pp. 121-136). Springer, Berlin, Heidelberg.

Serin, M. (2008). Turizm sektöründe kriz yönetimi açısından terörizmin turizme etkisinin analizi. *Yayınlanmamış uzmanlık tezi. Ankara: TC Kültür ve Turizm Bakanlığı*.

Sharpley, R. (2015). Tourism: A vehicle for development? (Edt. Sharpley, R. ve Telfer, D.J.) İçinde *Tourism and Development in the Developing World* (S. 11). Routledge.

Sharpley, R., ve Forster, G. (2003). The implications of hotel employee attitudes for the development of quality tourism: the case of Cyprus. *Tourism management*, *24*(6), 687-697.

Shaw, G. ve Williams, A. M. (1994). *Critical issues in tourism: A geographical perspective*. Blackwell Publishers.

Sheldon, P.J. ve Abenoja, T. (2001). Resident attitudes in a mature destination: The case of waikiki. *Tourism Management*, 22, 435–443.

Simpson, K. (2001). Strategic planning and community involvement as contributors to sustainable tourism development. *Current issues in Tourism*, *4*(1), 3-41.

Simpson, K. ve Bretherton, P. (2004). Co-operative business practices in the competitive leisure destination: lessons from the wine tourism industry in New Zealand. *Managing Leisure*. *9*(2), 111-123.

Sinclair, M. T. ve Stabler, M. J. (1997). Tourism economics. *London: Routledee*.

Smeral, E. (2010). Impacts of the world recession and economic crisis on tourism: Forecasts and potential risks. *Journal of Travel Research*, *49*(1), 31-38.

Smith, R. A. (1992). Beach resort evolution: implications for planning. *Annals of Tourism Research*, 19(2): 304–322.

Smith, S. L. (1994). The tourism product. *Annals of Tourism Research*, *21*(3), 582-595.

Smith, S. L. J., (1995). *Tourism analysis: A handbook*. Longman, Harlow.

Snepenger, D., L. Murphy, M. Snepenger ve W. Anderson (2004). Normative meanings of experiences for a spectrum of tourism places. *Journal of Travel Research*, 43 (2): 108-17.

Snepenger, D., M. Snepenger, M. Dalbey, ve A. Wessol (2007). Meanings and consumption characteristics or places at a tourism destination. *Journal of Travel Research*, 45 (3): 310-321.

Song, H., Li, G., Witt, S. F. ve Fei, B. (2010). Tourism demand modelling and forecasting: how should demand be measured? Tourism Economics, 16(1), 63-81.

Sönmez, S. F., Apostolopoulos, Y. ve Tarlow, P. (1999). Tourism in crisis: Managing the effects of terrorism. *Journal of Travel Research*, *38*(1), 13-18.

Stake, R. E. (1995). *The art of case study research*. Sage.

Steiner, C. (2007). Political instability, transnational tourist companies and destination recovery in the Middle East after 9/11. *Tourism and Hospitality Planning and Development*, *4*(3), 169-190.

Strapp, J. D. (1988). The resort cycle and second homes. *Annals of tourism research*, *15*(4), 504-516.

Stylidis, D. (2016). The role of place image dimensions in residents' support for tourism development. *International Journal of Tourism Research*, *18*(2), 129-139.

Stylidis, D., Biran, A., Sit, J., ve Szivas, E. M. (2014). Residents' support for tourism development: The role of residents' place image and perceived tourism impacts. *Tourism Management*, *45*, 260-274.

Swarbrooke, J. (1995). *Development and management of visitor attractions*. Butterworth–Heinemann, Oxford.

Swarbrooke, J. (2001). *Sustainable tourism management* (2rd ed.). London: CAB International.

Tang, D. T. S. (2007). The research pendulum: Multiple roles and responsibilities as a researcher. *Journal of Lesbian Studies*, *10*(3-4), 11-27.

Telfer, D. J. (2002). The evolution of tourism and development theory. *Tourism and development: Concepts and issues*, 35-80.

Tellis, G. J., & Crawford, C. M. (1981). An evolutionary approach to product growth theory. *Journal of marketing*, *45*(4), 125-132. *Aktaran* Cooper, C. (2006). The anatomy of the rejuvenation stage of the TALC. *The tourism area life cycle: conceptual and theoretical issues. Channel View Publications, Clevedon*, 183-200.

Theobald, W. F. (Ed.). (2012). *Global Tourism*. Routledge.

Timothy, D. J. (1995). Political Boundaries and tourism: Borders as tourist attractions. *Tourism Management*, *16*(7), 525-532.

Timothy, D. J. (1998). Cooperative tourism planning in a developing destination. *Journal of Sustainable Tourism*, 6(1), 52-68.

Timur, S. ve Getz, D. (2008). A network perspective on managing stakeholders for sustainable urban tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*.

Tinsley, R. ve Lynch, P. (2001). Small tourism business networks and destination development. International Journal of Hospitality Management, 20(4), 367-378.

Toh, R. S., Khan, H. ve Koh, A. (2001). A travel balance approach for examining tourism area life cycles: The case of Singapore. *Journal of Travel Research*, 39(4): 426–432.

Tooman, L. A. (1997). Applications of the life-cycle model in tourism. Annals of tourism research, 24(1): 214-234.

Tosun, C. (2002). Host perceptions of impacts: A comparative tourism study. *Annals of Tourism Research,* 29 (1), 231-253.

Um, S. ve Crompton, J. L. (1990). Attitude determinants in tourism destination choice. *Annals of tourism research*, *17*(3), 432-448.

Um, S. ve Crompton, J. L. (1992). The roles of perceived inhibitors and facilitators in pleasure travel destination decisions, Journal of Travel Research, 30(3), 8–25.

UNESCO. (2002). Forum on the impact of open courseware for higher education in developing countries: Final Report. 06.03.2019 tarihinde Www.Wcet.İnfo/Resources/Publications/Unescofinalreport.Pdf adresinden alınmıştır.

United Nations World Tourism Organisation (UNWTO) (2009). World Tourism Barometer, 7 (1).

UNWTO. (2005). *UNWTO World Tourism Barometer*. UNWTO.

Urry, J. (1990). The consumption' of tourism. *Sociology*, *24*(1), 23-35.

Uysal, M. (1998). The determinants of tourism demand: A theoretical perspective. İçinde Ioannides, D., ve Debbage, K. G. (Eds.). (1998). The economic geography of the tourist industry: A supply-side analysis (ss. 79-98). London: Routledge. Um.

Van der Borg, J., Costa, P. ve Gotti, G. (1996). Tourism in European heritage cities. *Annals of tourism research*, *23*(2), 306-321.

Vargo, S. L. ve R. F. Lusch (2008). Service-dominant logic: Continuing the evolution. Journal of the Academy of Marketing Science, 36 (1), 1-10.

Wall, G. (1997). Is ecotourism sustainable?. *Environmental management*, *21*(4), 483-491.

Weaver, D. (2010). Indigenous tourism stages and their implications for sustainability. *Journal of Sustainable Tourism*, *18*(1), 43-60.

Weaver, D. B. (1988). The evolution of a ‘’plantation’’ tourism landscape on the Caribbean island of Antigua. *Tijdschrift voor economische en sociale geografie*, *79*(5), 319-331.

Weaver, D. B. (1990). Grand Cayman Island and the resort cycle concept. *Journal of Travel Research*, *29*(2), 9-15.

Weaver, D. B. (2000). The exploratory war-distorted destination life cycle. *International Journal of Tourism Research*, *2*(3), 151-161.

Weaver, D. ve Lawton, L. (2001). Resident Perceptions in the Urban-Rural Fringe. *Annals of Tourism Research*, 28 (2), 349-458.

Weiermair, K., Peters, M. ve Schuckert, M. (2007). Destination development and the tourist life-cycle: implications for entrepreneurship in Alpine tourism. *Tourism Recreation Research*, *32*(1), 83-93.

Weiermair, K., Schuckert, M. ve Möller, C. (2007). *Extending the destination life cycles of Alpine destinations: Chances and challenges*. Chancen und herausforderungen für die verlängerung des destinationslebenszyklus im österreichischen alpinen tourismus.

Wilder-Smith, A. (2006). Tourism and SARS. In *Tourism in Turbulent Times* (Pp. 77-86). Routledge.

Williams, S. (1998). *Tourism Geography*. London, Routledge.

Williams, S. ve Lew, A. A. (2014). *Tourism geography: Critical understandings of place, space and experience*. Routledge.

Wilson, S., Fesenmaier, D. R., Fesenmaier, J. ve Van Es, J. C. (2001). Factors for success in rural tourism development. *Journal of Travel research*, *40*(2), 132-138.

World Tourism Organization (1980). *Manila declaration on world tourism*. Madrid: WTO.

World Tourism Organization (1999c). *Tourism satellite accounts (TSA): The conceptual framework*. Madrid: WTO.

World Tourism Organization (2001). International cooperation network for the sustainable management of mass tourism coastal destinations. Madrid: WTO.

World Tourism Organization (2002). Think tank enthusiastically reaches consensus on frameworks for tourism destination success. Madrid: WTO.

Yeh, C. M. (2013). Tourism involvement, work engagement and job satisfaction among frontline hotel employees. *Annals of Tourism Research*, *42*, 214-239.

Yıldırım, A. (1999). Nitel araştırma yöntemlerinin temel özellikleri ve eğitim araştırmalarındaki yeri ve önemi. *Eğitim ve Bilim*, *23*(112).

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2016). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*, Seçkin yayıncılık: Ankara.

Yin, R. K. (2014). *Case Study Research Design and Methods* (5th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.

Yoon, Y. (2002). *Development of a structural model for tourism destination competitiveness from stakeholders' perspectives*. Virginia, Virginia Polytechnic Institute State University. Yayınlanmamış Doktora Tezi.

Yoon, Y., Gursoy, D. ve Chen, J.S. (2001). Validating a tourism development theory with structural equation modeling. *Tourism Management*, 22, 363–372.

Zhong, L., Deng, J. ve Xiang, B. (2008). Tourism development and the tourism area life-cycle model: A case study of Zhangjiajie National Forest Park, China. *Tourism Management*, *29*(5), 841-856.

Zimmermann, F. M. (1997). Future perspectives of tourism-traditional versus new destinations. *Future perspectives of tourism-traditional versus new destinations.*, 231-239.

İnternet Kaynakçası

http-1: https://www.kas.bel.tr (Erişim tarihi: 15.11.2019).

http-2: https://antalya.ktb.gov.tr/TR-68032/kas.html (Erişim tarihi: 15.11.2019).

EKLER

EK- 1. Görüşme Formu

Giriş

Merhaba, adım Birgül Aydın. Anadolu Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı'nda doktora öğrencisiyim. Kaş bölgesinin turizm gelişimini destinasyon yaşam döngüsü kapsamında ortaya koymak ve bu doğrultuda destinasyonlarda uygulanan yeniden canlandırma stratejilerinin belirlenmesi konusunda bir araştırma yapmaktayım. Özellikle, destinasyon yaşam döngüsü kapsamında yeniden canlandırma stratejilerinin belirlenmesinde sizin görüşlerinizin önemli olduğunu düşünüyorum. Bu kapsamda, turizm paydaşlarından oluşan merkezi yönetimler, yerel yönetimler, STK'lar, işletme sahipleri/yöneticileri, yerel halk, turizm çalışanları, turistler ile görüşmeler gerçekleştirmekteyim.

Görüşmemize geçmeden önce, yaptığım bütün görüşmelerin tamamen gizli tutulacağını ve elde edilen bilgilerin sadece bu araştırmada kullanılacağını bir kez daha belirtmek isterim. Araştırma raporunda isimleriniz kesinlikle yer almayacaktır.

Görüşmemizin ortalama 40-45 dakika süreceğini tahmin ediyorum. Sizin için bir sakıncası yoksa izin verirseniz görüşmeyi kaydetmek istiyorum.

Araştırmaya katılmayı kabul ettiğiniz için şimdiden çok teşekkür ederim. Görüşmemize başlamadan önce sormak istediğiniz soru ya da belirtmek istediğiniz herhangi bir düşünceniz var mı?

Demografik Sorular

Öncelikle kendinizi biraz tanıtabilir misiniz?

Yaş :…….

Eğitim Durumu :…….

Meslek :……..

1)Ne kadar süredir Kaş'ta yaşıyorsunuz?

2)Neden Kaş'ı tercih ettiniz?

3)Turizme dâhil olmadan önce hangi işle meşguldünüz?

4)Turizm sektöründe kaç yıldır çalışıyorsunuz?

5)Ne kadar süredir Kaş'ta çalışıyorsunuz?

6) Kaş'tan önce nerede çalıştınız?

7) Kaş'ı ne kadar sıklıkla ziyaret ediyorsunuz?

8) Kaş'a geldiğinizde ne kadar süre konaklarsınız?

Görüşme Soruları

1) Kaş bölgesinde turizm başlangıcından itibaren nasıl gelişim gösterdi? (Konaklama, yiyecek-içecek ve aktivite olanakları açısından)

Sonda -Turizm ne zaman başladı?

-Turizm belediyenin girişimlerinden mi veya özel girişimcilerden mi başladı?

- Bölgeye gelen ilk turistler kimlerdi?

- Turist akışı nasıldı?

-Daha çok turist çekmek için neler yapıldı?

-Turist profili yıllar içinde nasıl değişti?

-Bölgedeki mülkiyet yapısı nasıl değişti? (İşletme ve konut açısından)

2) Kaş'ta turizm yatırımları daha çok kimler tarafından yapıldı?

Sonda-Özel şirketler, girişimciler ve devlet fonları

3) Kaş'ta turizmin gelişmesinde en etkili özel sektör yatırımcıları kimlerdi? Neler yapıldı?

4) Kaş'ta turizm gelişim sürecinde aşılması gereken zorluklar nelerdi?

Sonda-Bu zorluklarla nasıl başa çıkıldı?

5) Sizce Kaş'ta turizmin en güçlü olduğu yıllar hangileridir? Neden?

6) Kaş'ı hangi turistler ziyaret ediyor?

Sonda -Günübirlik ziyaretçiler -Uzun süreli ziyaretçiler

- Yerli ziyaretçiler -Yabancı ziyaretçiler -İkinci ev sahipleri

7) Kaş'ın bir turizm bölgesi olarak Antalya bölgesindeki önemi nedir?

Sonda-İstihdam sağlama, gelir sağlama ve turist çekme açısından

8) Kaş bölgesinde turizmi geliştirmek için neler yapılıyor?

9) Kaş'ta hangi turizm türleri bulunuyor?

10) Turistler sizce neden Kaş'ı tercih ediyor?

11) Bir turist destinasyonu olarak Kaş'ı nasıl değerlendirirsiniz?

Sonda -Çekicilikler

-Sunulan olanaklar açısından

12) Bir turizm çalışanı olarak Kaş'ı nasıl değerlendirirsiniz?

Sonda- Çalışanlara sunulan olanaklar açısından

13) Turistlerin Kaş'ı tercih etmesinde etkili olan en önemli çekicilikler sizce neler?

14) Kaş bölgesine özgü ne tür etkinlikler düzenleniyor?

15) Kaş'ta bölge içinde ve dışına ulaşım nasıl sağlanıyor?

Sonda -Sezonun yüksek olduğu dönemler açısından

-Ulaşım ağı bağlantıları açısından

16) Kaş turizminin geliştirilmesinin önündeki kısıtlamalar neler?

17) Kaş'ta mevsimsel değişimler turizmi nasıl etkiliyor? (Sezonun en yüksek ve düşük olduğu dönemler)

Sonda- Turizmi 12 aya yaymak için neler yapılıyor?

18) Kaş'ta turizm nasıl gelişim göstermekte?

Sonda- Planlı veya plansız gelişimi açısından

-Yazılı turizm planının varlığı açısından

-Sürdürülebilir gelişimi açısından

19) Kaş'ın kaynaklarının geleceğe taşınması için neler yapılıyor?

Sonda -Ekonomik (yerel halkın işgücü içindeki oranı, çalışma şartları, işletme yapısı)

- Sosyo-kültürel (dil, toplum yapısı, kültürel ve tarihi unsurlar)

- Çevresel (çevrenin korunması ve ekolojik dengenin sağlanması)

20) Kaş bölgesinde turizmin olumlu etkileri ne şekilde ortaya çıkıyor?

21) Kaş'ta turizmin bölge üzerinde olumsuz etkileri ne şekilde ortaya çıkıyor?

Sonda- Turizmin olumsuz etkilerine yönelik neler yapılıyor?

22) Kaş bölgesinde turizm tanıtımına ilişkin neler yapılıyor?

Sonda-Tanıtım faaliyetlerinin yeterliliği açısından

23) Kaş bölgesinde sunulan hizmet/ürün çeşitliliğine ilişkin neler söyleyebilirsiniz?

Sonda -Konaklama seçeneklerinin çeşitliliği açısından

-Yiyecek içecek olanaklarının çeşitliliği açısından

-Aktivitelerin çeşitliliği açısından

24) Kaş bölgesinde turistlerin turizme yönelik istek ve talepleri nasıl dikkate alınıyor?

Sonda -Turistlerin görüşleri doğrultusunda hizmetlerin/ürünlerin geliştirilmesi açısından

25) Kaş'ta turizm gelişiminde yerel halkın görüşleri ne şekilde değerlendiriliyor?

26) Kaş'ta turizm gelişiminde turizm çalışanlarının görüşleri ne şekilde değerlendiriliyor?

27) Kaş bölgesindeki paydaşlar turizm gelişimine nasıl destek sağlıyor?

Sonda -Turizm gelişimine en çok destek veren paydaşlar hangileridir?

28) Kaş bölgesindeki paydaşlar arasındaki iş birliği nasıl sağlanıyor?

29) Kaş bölgesinin turizm gelişimini gelecekte nasıl görüyorsunuz? Bu anlamda neler yapılabilir?

Sonda-Turistler Kaş'ı artık tercih etmese sizce neler yaşanır?

30) Kaş, son yıllarda özellikle yerli ziyaretçiler açısından popüler bir destinasyon oldu. Seyahat programlarında en çok önerilen bölgeler arasında yer alıyor. Ancak, istatistikler Kaş'ta ziyaretçi sayısının azaldığını gösteriyor. Sizce Kaş, turizm gelişimi açısından sizce şu anda hangi aşamada?

Sonda- Turizmin yeniden canlandırılması için neler yapılabilir?

Zaman ayırdığınız için çok teşekkür ederim. Benim soracaklarım bu kadar. Konu ile ilgili benim sormadığım fakat sizin ilave etmek istediğiniz başka bir konu var mı?

İleriki süreçte bu konuda eklemek istediğiniz herhangi bir görüş ve öneriniz olursa, lütfen beni 0537 684 0608 no'lu telefondan arayınız. İyi günler dilerim.

EK-2. Gözlem Protokolü

Tarih:

Zaman ve Uzunluk: **Yer:**

Destinasyonda Gözlemlenecek Unsurlar

Çekicilikler

- Doğal güzellikler
- Tarihi mekânlar
- Yapay yapılar
- Basılı tanıtım materyalleri
- Gece yaşamı olanakları
- Turistlere sunulan aktiviteler
- Çevre korumaya yönelik girişimler

Erişilebilirlik

- Coğrafik olarak elverişli konumu
- Ulaşım ağı bağlantıları
- Ulaşım araçlarının sıklığı
- Yürüyüş ve bisiklet yolları
- Yönlendirme ve işaret levhaları
- Trafik
- Harita ve görsel hizmetler

İmkânlar

- Konaklama seçenekleri
- Bölgenin kültürünü yansıtan konaklama seçenekleri
- Her bütçeye uygun konaklama alternatifleri
- Bölgede yiyecek ve içecek hizmetleri çeşitliliği
- Her kesime hitap eden yiyecek içecek hizmetleri
- Bölgeye özgü sunulan yiyecek içecekler
- Bölgeye özgü ürünler

Etkinlikler

- Ulusal düzeyde etkinlikler ve festivaller
- Uluslararası etkinlikler ve festivaller
- Olası etkinlikler için yeterli kapasiteye sahip mekânlar

Diğer destek hizmetler

- Yerli ve yabancı ziyaretçilere yönelik banka alternatifleri
- Turistlerin kolaylıkla iletişim sağlaması amacıyla telekomünikasyon hizmetleri
- Tam teşekküllü sağlık hizmeti sunun hastaneler

Destinasyonda Yansıtılacak Unsurlar

- Kaş'ın bir turizm merkezi olarak imajının oluşturulmasında sunulan olanaklar
- Turizm tanıtımında ve gelişiminde yerel paydaşların rolü

EK-2. Gözlem Protokolü Devamı

<table>
<tr><td colspan="2">

Kaş bölgesinin bir turizm merkezi olarak kimliğinin ve özelliklerinin tanımlanması ve bunların açıklanması
Yerel halk ve turistler arasındaki etkileşimin tasvir edilmesi
Turistlerin birbirleriyle olan etkileşimi
Kaş bölgesindeki turistik faaliyetlere katılan ziyaretçilerin deneyimi

Kaş bölgesinde göze çarpan, ilginç, aydınlatıcı veya önemli olan diğer unsurlar
</td></tr>
<tr><td>Tanımlayıcı Notlar
Fiziksel unsurların tanımlanması
Aktivitelerin tanımlanması</td><td>Yansıtıcı Notlar
Deneyimler
Önseziler
Tepkiler
Keşifler
Genel yorumlar ve sonuçlar</td></tr>
</table>

EK-3. Araştırmacı Günlüğünden Bir Örnek

Tarih: 1/08/2019

Saat: 15:30

Yer: Eskişehir Çalışma Odası

Kaş için görevlendirme dilekçem onaylanmış. Enstitüden aradılar belgeniz geldi diye. Bir yandan da okumalara devam ediyorum. Canlandırma deyince sadece pazarlama geliyor insanların aklına. Ama, yapılan araştırmalara bakınca öyle olmadığını görüyorum. Bir bütün aslında, tek düze bakış açısıyla açıklanacak bir durum değil. Destinasyonun canlandırma sürecini sadece pazarlama ile açıklamak yeterli mi? Pazarlama yaşamımızın her alanında. Bilinçli ve bilinçsiz olarak sürecin içindeyiz. Markete gidip günlük alışveriş yaparken bile öyle. Geçen gün arkadaşımla konuşuyorduk. Markete gittim ama çikolata almadım kendimi tuttum diye. O da onları alalım diye gözümüze sokuyorlar demişti. Ürünleri marketin en görünür yerine koyduklarını belirtmişti. Her şey pazarlama. Günlük yaşamda da öyle. Bunları yazarken pazarlamanın hayatımızın her tarafına yayıldığını daha net görebiliyorum.

Destinasyonların bir ürün veya meta olarak ele alınamayacağı bunlardan biriydi. Yıllar sonra, modeli ortaya koyan Butlar ise destinasyonlar yaşayan mikroorganizmalar demişti ve bu eleştirilere kendince açıklık getirmişti. Turizmde düşüşe geçip yeniden yükselişe geçebileceğini belirtmişti. Ben de bu araştırmayı yaparken sadece pazarlama ile ele almanın çalışmayı dar bir bakış açısına sürükleyeceğini düşünüyorum. Çünkü, pilot çalışmada katılımcılar ile yaptığım görüşmelerde yönetimsel sorunların olduğunu, iş birliği eksikliğinin olduğunu ve sürdürülebilirlik kavramının tam olarak anlaşılamadığını, turist profilinin ciddi oranda değiştiğini, enflasyonun ortaya çıktığını, korunan alanların imara açılmak istendiğini, çalışanların konaklama sorunu yaşadıklarını ve yerel halkın çalışanları evlerinden atıp evleri abarta çevirdiklerini belirtmişlerdi. Bütün bu süreçleri pazarlama ile açıklamak ne kadar doğru bilmiyorum. Destinasyon kavramını gerçek anlamda açıklamak için bütün bu süreçleri ortaya koyup, canlandırma nedir ve stratejiler neler olabilir şeklinde açıklamam daha yerinde olacak gibi.

EK-4. Geçerlilik ve Güvenilirlik Komitesi Toplantı Tutanağı

BİRGÜL AYDIN'IN DOKTORA TEZİ ve ARAŞTIRMA PROJESİ TOPLANTI TUTANAĞIDIR.

TOPLANTI NO : 2
TOPLANTI TARİHİ : 18/06/2019
TOPLANTI YERİ : Turizm Fakültesi
TOPLANTI SAATİ : 14:00
TOPLANTIYA KATILANLAR : Emre Ozan Aksöz
Işıl Kabakçı Yurdakul
Çağıl Hale Özel

GÜNDEM:

1. Tez in pilot çalışmasına ilişkin olarak elde edilen sonuçların görüşülmesi
2. Yapılan ve yapılacak olan toplantıların tutanaklarının görüşülmesi
3. Toplantı aralıklarının belirlenmesi

GÜNDEM MADDELERİNİN GÖRÜŞÜLMESİ

1. 18 Şubat 2019 tarihinde yapılan ara izleme sonrasında nisan ayında gerçekleştirilen tezin pilot çalışmasına ilişkin olarak yapılan alan araştırmasına ilişkin bilgiler tez komitesine iletildi
2. Işıl Kabakçı Yurdakul, yapılan her toplantının tutanağının tutulması gerektiğini hatırlattı. Bu toplantının, önceki toplantının ve ilerde yapılacak olan toplantıların tutanaklarının düzenli olarak tutulmasına karar verildi
3. Birgül Aydın ın pilot çalışma sonrası görüşme sorularını, toplantıdaki öneriler doğrultusunda düzenleyerek, son halini vermesine karar verildi
4. Pilot çalışma sonucunda elde edilen bilgiler doğrultusunda Kuş bolgesinde asıl araştırmanın sezonu yüksek ve düşük olduğu dönemlerde gerçekleştirilmesine karar verildi
5. Işıl Kabakçı Yurdakul tarafından bütün toplantıların ses kaydının alınması gerektiği belirtildi. Bu kapsamda ilerde yapılacak olan toplantıların ses kaydının alınmasına karar verildi

Doç. Dr. Işıl Kabakçı Yurdakul
Jüri Üyesi

Doç. Dr. Çağıl Hale Özel
Jüri Üyesi

Doç. Dr. Emre Ozan Aksöz
Tez Danışmanı

Birgül AYDIN
Doktora Tez Öğrencisi

EK- 5. Etik Kurulu Onay Belgesi

Evrak Kayıt Tarihi: 30.11.2018 Protokol No: 110858 Tarih: 29.12.2018

KARAR BELGESİ

ÇALIŞMANIN TÜRÜ:	BAP Projesi–Doktora Tez Çalışması
KONU:	Sosyal Bilimler
BAŞLIK:	Destinasyon Yaşam Döngüsü Modeli Kapsamında Turizm Destinasyonlarında Canlandırma Stratejilerinin Belirlenmesi: Kaş Örneği
PROJE/TEZ YÜRÜTÜCÜSÜ:	Doç. Dr. Emre Ozan AKSOZ
TEZ YAZARI:	Bergül AYDIN
ALT KOMİSYON GÖRÜŞÜ:	-
KARAR:	Olumlu

Prof.Dr. Coşkun BAYRAK (Başkan / Eğitim Fak.)	
Prof.Dr. Y. Volkan YÜZER (Başkan Yardımcısı-Ağız,Diş ve Çene Cer. Fak.)	**Prof.Dr. Esra CEYHAN** (Eğitim Fak.)
Prof.Dr. Münevver ÇAKI (Güzel Sanatlar Fak.)	**Prof.Dr. M. Erkan DEMİRMEZ** (İlköğretim Bölümü Fak.)
Prof.Dr. Handan DEVECİ (Eğitim Fak.)	**Prof.Dr. Ensel ŞIKLAR** (İlköğretim Bölümü Fak.)

EK-6. Araştırma Gönüllü Katılım Formu

Bu çalışma, ***Destinasyon Yaşam Döngüsü Modeli Kapsamında Turizm Destinasyonlarında Canlandırma Stratejilerinin Belirlenmesi: Kaş Örneği*** başlıklı bir doktora tezi çalışması olup Kaş bölgesinin turizm gelişim sürecinin incelenmesi ve bu kapsamda yeniden canlandırma stratejilerinin belirlenmesi amacını taşımaktadır. Çalışma, Birgül AYDIN tarafından yürütülmekte ve sonuçları ile Kaş bölgesinin turizm gelişim süreci ve yeniden canlandırma stratejileri ortaya konulacaktır.

- Bu çalışmaya katılımınız gönüllülük esasına dayanmaktadır.
- Çalışmanın amacı doğrultusunda, ses kaydınız alınarak, sizinle görüşmeler yapılacak ve veriler toplanacaktır.
- İsminizi yazmak ya da kimliğinizi açığa çıkaracak bir bilgi vermek zorunda değilsiniz/araştırmada katılımcıların isimleri gizli tutulacaktır.
- Araştırma kapsamında ses kaydınız alınarak toplanan veriler, sadece bilimsel amaçlar doğrultusunda kullanılacak, araştırmanın amacı dışında ya da bir başka araştırmada kullanılmayacak ve gerekmesi halinde, sizin (yazılı) izniniz olmadan başkalarıyla paylaşılmayacaktır.
- İstemeniz halinde sizden toplanan verileri inceleme hakkınız bulunmaktadır.
- Sizden toplanan veriler dosyalama yöntemi ile korunacak ve araştırma bitiminde arşivlenecek ve beş yıl sonra imha edilecektir.
- Veri toplama sürecinde/süreçlerinde size rahatsızlık verebilecek herhangi bir soru/talep olmayacaktır. Yine de katılımınız sırasında herhangi bir sebepten rahatsızlık hissederseniz çalışmadan istediğiniz zamanda ayrılabileceksiniz. Çalışmadan ayrılmanız durumunda sizden toplanan veriler çalışmadan çıkarılacak ve imha edilecektir.

Gönüllü katılım formunu okumak ve değerlendirmek üzere ayırdığınız zaman için teşekkür ederim. Çalışma hakkındaki sorularınızı Birgül Aydın'a yöneltebilirsiniz.

EK-6. Araştırma Gönüllü Katılım Formu Devamı

Araştırmacı Adı: Birgül AYDIN
Adres : Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Doktora Programı, Eskişehir
Tel: 0537 684 0608

Bu çalışmaya tamamen kendi rızamla, istediğim takdirde çalışmadan ayrılabileceğimi bilerek verdiğim bilgilerin bilimsel amaçlarla kullanılmasını kabul ediyorum ve ses kaydımı alınmasını onaylıyorum.

Araştırmacı Onayı	**Katılımcı Onayı**
Tarih/ İmza	Tarih/İmza

EK-7. Alan Notlarından Bir Örnek

Tarih: 27/08/2019

Yer: Kaş/Uğur Butik Otel **Saat:** 23.00

Otelden dışarı çıktığımda saat 11 gibiydi. Hava her zamanki gibi sıcak ve nemliydi. Kaş'ın en eski kafelerinden biri var demişlerdi meydanda. Meydan neredeyse boş gibiydi. Ben de oraya gittim. Noel Baba kafenin adı. Yaz kış açık olan bir mekân. Kaş ile ilgili bir araştırma yaptığımı belirttim. Görüşme talebimi kabul edince hemen görüşmeye başladık. Kısa bir şekilde araştırmanın amacını anlattıktan sonra ve ses kaydı için iznini aldıktan sonra görüşme başladı. Katılımcı doğma büyüme Kaşlı. Kaş'ı eskiden bilenler geliyor demişti. Şimdi ise popüler diye gelenlerin daha yoğunlukta olduğunu belirtti. Büyük şehirlerden gelenlerin burada şehir hayatını istediğini de belirtmişti. Şehirden kaçıp tatil kasabasına yerleşip yine şehir hayatını istemeleri ironik bir durum diye düşünmeden edemedim. Kaş'ta havaalanı yok, ulaşım kolaylaşsın hadi havaalanı yapalım demeleri de bu durumun bir göstergesi aslında. Katılımcı ile görüşmem bittikten sonra Tourist Information olan yere gittim. Oranın yetkilisiyle önceki gidişimde görüşememiştim. Artık yerel halk, işletmeciler, çalışanlar ve turistler dışında STK'lar ve yerel ve merkezi yönetimden birileriyle görüşmem gerekiyordu. Gittiğimde yetkilinin olmadığını belirttiler. Öğleden sonra iki gibi gelebilir dediler. Oradan ayrıldıktan sonra Kaş Kültür Evi'ne gittim. Müze gibi bir yerdi. Antik tiyatro ve Çukurbağ yarımadasına giden yolun üzerindeydi. Eski Rum evini müze haline getirmişlerdi. Oraya gittiğimde içeride biri beni karşıladı. Geniş bir holü olan üç odalı bir yerdi. Beni müdürün odasına aldı. Müdürün olmadığını Patara'ya gittiğini belirtti. Ben de doktora öğrencisi olduğumu ve Kaş ile ilgili bir araştırma yaptığımı söyledim. İsterse kendisiyle de görüşebileceğimi. Ancak, müdürün haberi olmadan görüşmeyi yapamayacağını söyledi. Ben de kendisine etik kurulu belgesini ve gönüllü katılım formunu gösterdim. Ancak, yine de istemeyince ben de zorlamadım. Oradan ayrıldıktan sonra neredekal.com'da Kaş'ın en çok tercih edilen ve puanı neredeyse 10 üzerinden 10 olan bir pansiyonun yolun karşısında olduğunu gördüm. Pansiyondan içeri girdiğimde kimse yoktu. Bir zil vardı ona bastım ben de. Sonra yukarıdan 40lı yaşlarda orta boylu bir adam indi aşağıya. Ona da durumumu anlattıktan sonra görüşmek istediğimi söyledim. Oda mümkünse akşamüstü 6'dan sonra gelmemi istedi. Ben de tamam dedim ve ayrıldım oradan.

EK-7. Alan Notlarından Bir Örnek Devamı

Önceki gün bir kişi daha bugün öğleden sonrası için uygun olduğunu söylemişti. Onun yanına gitmeye karar verdim. Uzun Çarşı'ya yakın bir yerdeydi işyeri. Oraya gidip görüşmeye başladık. Doğma büyüme Kaşlıydı. Turizmin başlaması ve gelişimine yönelik önemli bilgiler aldım bu katılımcıdan. Turizm ve Tanıtma Derneği'nin yönetiminde de görev almıştı. Turizmin ilk başladığı dönemlerde yeterli oranda konaklama tesisi olmadığı için, yerli halk evinde misafir ediyormuş turistleri. Belediye anons yapıp yerel halkın, turistleri evlerine almalarını istiyormuş. Yaşam döngüsü modelinin keşif aşamasını açıklayan olaylar diye düşündüm katılımcı ile konuşurken. Turizm ve Tanıtma Derneği'nin kurulması daha çok turist çekmek için yapılan şeylerden biri. Katılımcı ile görüşmem bittikten sonra ayrıldım oradan. Görüşme sona erince çarşıda dolanmaya devam ettim. Sonra instagramda takip ettiğim mağazanın da orda olduğunu gördüm. İçeride beyaz saçlı, mavi gözlü biri oturuyordu. Kendimi tanıttıktan sonra görüşmeyi kabul etti. Sorulara başladıktan sonra kendisinin bir dönem Turizm ve Tanıtma Derneği başkanlığı yaptığını öğrendim. 1980li yıllardan sonra oraya yerleşmişti. Orada turizmle ilgili çeşitli işler yapmış. Yaklaşık iki saat sürdü görüşme. Katılımcı bana imar yasalarına yönelik çeşitli bilgiler de verdi. Yasaları iyi biliyordu. İnşaat işi de yapmış öncesinde.

Kaş'ın sürgün yeri olduğunu söylemişlerdi. Uzak bir yer olduğu için sürgünler oraya gönderiliyormuş. Kuş uçmaz kervan geçmez bir yerdi burası demişlerdi. Bir zamanların sürgün yeri şimdi güzide bir tatil beldesi. Görüşme soruları arasında Kaş'ın coğrafik konumunun turizmi nasıl etkilediğine ilişkin sorularım da var. Bunları katılımcılardan duyduğum da zaman kavramının nasıl evrilip dönüştüğünü daha net görebiliyorum. Turizmin bir bölgeyi nasıl değiştirdiğini de daha net görebiliyorum bu hikayeleri duyduğumda.

Görüşme sona erdikten sonra oradan ayrıldım ve meydandaki turizm danışma ofisine gittim. Yetkili oradaydı. Görüşmeyi kabul etti. Ancak kamuda görev aldığı için ses kaydı vermek istemedi. Durum böyle olunca not almak için izin istedim. Not almamda sakınca olmadığını söyleyince görüşmeye başladık. Görüşmeyi yaparken içeriye yabancı turistler geldi. Kalacak yer arıyorlardı. Bunun için nereyi önerirsiniz dediler.

EK-7. Alan Notlarından Bir Örnek Devamı

Sonra yetkili kişi bir oteli arayıp onlara fiyat bilgisi verdi. Kaş'ta yabancı turist sayısı çok azdı. Birkaç gündür buradayım ama etrafta hep yerli turistler var. Eylül'den itibaren Kaş müdavimlerinin geldiğini söylemişlerdi. Yüksek sezonda yabancı turistin gelmediğini sezon düşüşe geçince geldiklerini belirtmişlerdi. Kaş'ın turizm istatistikleri de bunu doğruluyordu. Yabancı turist sayısında azalma vardı. Önemli bir sorun. Ekonomik açıdan özellikle. Buradaki görüşme de sona erince meydana gittim … Biraz dinlendikten sonra 6 gibi gel diyen otelin sahibiyle görüşmeye gittim. Onunla da görüşmem yaklaşık iki saat sürdü. Kaş'ın turizmde çok ciddi bir planlama eksikliği var. Bütün anlattıkları oraya çıkıyordu. Bu şekilde giderse daha kötüye de gidebilir. Turist profilinin değişiminden memnun değiller. Popüler olduğu için tercih edilmesinden rahatsızlar. Nereye gider Kaş çok merak ediyorum açıkçası. Hala doğal bakir halini koruyan bir bölge. Denizi tertemiz. Kaş'ı tüketirlerse yazık olur

EK-8. İlk ve Son Analizlere İlişkin NVivo Çıktıları

İlk Analiz Çıktıları			
Hierarchical Name	**Nickname**	**Aggregate**	**User Assigned Color**
Nodes\\Ayırt edici özellikleri		No	None
Nodes\\Ayırt edici özellikleri\Doğal Güzellikleri		No	None
Nodes\\Ayırt edici özellikleri\Güvenli olması		No	None
Nodes\\Ayırt edici özellikleri\Sunulan Olanaklar		No	None
Nodes\\Ayırt edici özellikleri\Tarihi ve Kültürel Yapısı		No	None
Nodes\\Ayırt edici özellikleri\Turizm Yapısı		No	None
Nodes\\Bölgedeki önemi		No	None
Nodes\\Çalışanlara sunulan olanaklar		No	None
Nodes\\Canlandirma stratejiler'		No	None
Nodes\\Canlandirma stratejiler'\İşbirliği		No	None
Nodes\\Canlandirma stratejiler'\İstikrarlı Turizm Politikası		No	None
Nodes\\Canlandirma stratejiler'\Kaliteyi arttırmak		No	None
Nodes\\Canlandirma stratejiler'\Kontrol		No	None
Nodes\\Canlandirma stratejiler'\Kontrol\Fiyatlandırma		No	None
Nodes\\Canlandirma stratejiler'\Kontrol\Kapasite Kontrolü		No	None
Nodes\\Canlandirma stratejiler'\Marka Değeri Yaratmak		No	None
Nodes\\Canlandirma stratejiler'\Planlama		No	None
Nodes\\Canlandirma stratejiler'\Sürdürülebilirlik		No	None
Nodes\\Canlandirma stratejiler'\Tanıtım		No	None
Nodes\\Canlandirma stratejiler'\Turistlere yönelik hizmet		No	None
Nodes\\Canlandirma stratejiler'\Turistlerin görüşlerini		No	None
Nodes\\Canlandirma stratejiler'\Turizm bilinci		No	None
Nodes\\Canlandirma stratejiler'\Ürün çeşitlendirme		No	None
Nodes\\Canlandirma stratejiler'\Ürün farklılaştırma		No	None
Nodes\\Canlandirma stratejiler'\Var olan çekicliklerin		No	None
Nodes\\Canlandirma stratejiler'\Vizyon		No	None
Nodes\\Canlandirma stratejiler'\Yeni pazar alanları		No	None
Nodes\\Hizmet ürün çeşitliliği		No	None
Nodes\\Kaş turizmin mevcut durumu		No	None
Nodes\\Kaş'a özgü etkinlikler		No	None
Nodes\\Paydaş Rolleri		No	None
Nodes\\Paydaş Rolleri\Yerel Yönetimler		No	None

EK-8: İlk ve Son Analizlere Ait NVivo Çıktılarının Devamı

İlk Analiz Çıktıları			
Hierarchical Name	**Nickname**	**Aggregate**	**User Assigned Color**
Nodes\\Turist Profili		No	None
Nodes\\Turizm gelişimi		No	None
Nodes\\Turizm gelişimi\Çevresel değişimler		No	None
Nodes\\Turizm gelişimi\Ekonomik unsurlar		No	None
Nodes\\Turizm gelişimi\Enflasyon Etkisi		No	None
Nodes\\Turizm gelişimi\Fırsat Maliyeti		No	None
Nodes\\Turizm gelişimi\İmar Affı		No	None
Nodes\\Turizm gelişimi\Mevsimsel değişimler		No	None
Nodes\\Turizm gelişimi\Sosyal değişimler		No	None
Nodes\\Turizm gelişimi\Turizm yatırımları		No	None
Nodes\\Turizm gelişimini etkileyen unsurlar		No	None
Nodes\\Turizm gelişimini etkileyen unsurlar\Altyapı sorunları		No	None
Nodes\\Turizm gelişimini etkileyen unsurlar\Doğal Afetler		No	None
Nodes\\Turizm gelişimini etkileyen unsurlar\Fayda değer ilişkisi		No	None
Nodes\\Turizm gelişimini etkileyen unsurlar\Savaşlar		No	None
Nodes\\Turizm gelişimini etkileyen unsurlar\Siyasi olaylar		No	None
Nodes\\Turizm gelişimini etkileyen unsurlar\Üstyapı sorunları		No	None
Nodes\\Turizm gelişiminin önündeki kısıtlamalar		No	None
Nodes\\Turizm gelişiminin önündeki kısıtlamalar\Coğrafik yapı		No	None
Nodes\\Turizm gelişiminin önündeki kısıtlamalar\Eğitimli		No	None
Nodes\\Turizm gelişiminin önündeki kısıtlamalar\Göçlerin Etkisi		No	None
Nodes\\Turizm gelişiminin önündeki kısıtlamalar\İşbriliği		No	None
Nodes\\Turizm gelişiminin önündeki kısıtlamalar\Planlama		No	None
Nodes\\Turizm gelişiminin önündeki kısıtlamalar\Politik Unsurlar		No	None
Nodes\\Turizm gelişiminin önündeki kısıtlamalar\Tanıtım		No	None
Nodes\\Turizme yönelik uygulamalar		No	None
Nodes\\Turizmin en güçlü olduğu yıllar		No	None
Nodes\\Turizmin geleceği		No	None
Nodes\\Turizmin olumlu etkileri		No	None
Nodes\\Turizmin olumlu etkileri\Ekonomik		No	None
Nodes\\Turizmin olumlu etkileri\Sosyo-kültürel		No	None
Nodes\\Turizmin olumsuz etkileri		No	None
Nodes\\Turizmin olumsuz etkileri\Çevresel		No	None

İlk ve Son Analizlere Ait NVivo Çıktılarının Devamı

Nodes\\Turizmin olumsuz etkileri\Ekonomik		No	None
Nodes\\Turizmin olumsuz etkileri\Mevsimsellik		No	None
Nodes\\Turizmin olumsuz etkileri\Over turizm		No	None
Nodes\\Turizmin olumsuz etkileri\Sosyo-kültürel		No	None
Nodes\\Turizmin olumsuz etkileri\Turizme bağımlılık		No	None
Nodes\\Ulaşılabilirlik		No	None
Son Analiz Çıktıları			
Hierarchical Name	**Nickname**	**Aggregate**	**User Assigned Color**
Nodes\\Canlandirma Stratejileri		No	Blue
Nodes\\Canlandirma Stratejileri\Bütünleştirilmiş Sürdürülebilir Gelişim Stratejileri		No	Purple
Nodes\\Canlandirma Stratejileri\Bütünleştirilmiş Sürdürülebilir Gelişim Stratejileri\Kaynakların Uzun Süreli Kullanımını Teşvik Etme		No	None
Nodes\\Canlandirma Stratejileri\Bütünleştirilmiş Sürdürülebilir Gelişim Stratejileri\Kaynakların Uzun Süreli Kullanımını Teşvik Etme\Çevresel Kaynaklar		No	None
Nodes\\Canlandirma Stratejileri\Bütünleştirilmiş Sürdürülebilir Gelişim Stratejileri\Kaynakların Uzun Süreli Kullanımını Teşvik Etme\Ekonomik Kaynaklar		No	None
Nodes\\Canlandirma Stratejileri\Bütünleştirilmiş Sürdürülebilir Gelişim Stratejileri\Kaynakların Uzun Süreli Kullanımını Teşvik Etme\Sosyo-kültürel Kaynaklar		No	None
Nodes\\Canlandirma Stratejileri\Bütünleştirilmiş Sürdürülebilir Gelişim Stratejileri\Mevsimselliğe Yönelik Girişimler		No	None
Nodes\\Canlandirma Stratejileri\Bütünleştirilmiş Sürdürülebilir Gelişim Stratejileri\Planlama Uygulamaları Geliştirme		No	Purple
Nodes\\Canlandirma Stratejileri\İşbirliği		No	Purple
Nodes\\Canlandirma Stratejileri\İşbirliği\Paydaş Rollerini Etkinleştirme		No	None
Nodes\\Canlandirma Stratejileri\İstikrarlı Turizm Politikası		No	Purple
Nodes\\Canlandirma Stratejileri\Seçicici Turizm Stratejisi		No	Purple
Nodes\\Canlandirma Stratejileri\Tanıtımın Doğru Kanallarla Yapılması		No	Purple
Nodes\\Canlandirma Stratejileri\Turist Hareketlerine Erişim ve Yönetim		No	Purple
Nodes\\Canlandirma Stratejileri\Turizm Bilinci		No	Purple
Nodes\\Canlandirma Stratejileri\Turizmin Kalitesini ve Sürdürülebilirliğini Değerlendirmek ve İzlemek İçin Araçlar		No	Purple
Nodes\\Canlandirma Stratejileri\Turizmin Kalitesini ve Sürdürülebilirliğini Değerlendirmek ve İzlemek İçin Araçlar\Fiyatlandırma Politikası		No	None

EK 8. Son Analizlere İlişkin NVivo Çıktılarının Devamı

Nodes\\Canlandirma Stratejileri\Turizmin Kalitesini ve Sürdürülebilirliğini Değerlendirmek ve İzlemek İçin Araçlar\Kapasite Kontrolü		No	None
Nodes\\Canlandirma Stratejileri\Ürünü Dönüştürme		No	Purple
Nodes\\Canlandirma Stratejileri\Ürünü Dönüştürme\Hizmet Kalitesini Arttırma		No	None
Nodes\\Canlandirma Stratejileri\Ürünü Dönüştürme\Ürünü Çeşitlendirme		No	None
Nodes\\Canlandirma Stratejileri\Ürünü Dönüştürme\Yeniden Konumlandırma		No	None