

Yeşil alanların kent turizmine katkısının Antalya örneğinde incelenmesi

Contribution of green spaces to urban tourism in the case of Antalya city

Pınar ZEĞEREK, Veli ORTAÇEŞME

Akdeniz Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi, 07070 Antalya

Sorumlu yazar (Corresponding author): P. Zeğerek, e-posta (e-mail): pinarz@akdeniz.edu.tr

MAKALE BİLGİSİ

Alınış tarihi 28 Nisan 2017
Düzeltilme tarihi 28 Nisan 2017
Kabul tarihi 15 Ekim 2017

Anahtar Kelimeler:

Kent turizmi
Kentsel açık ve yeşil alanlar
Parklar
Antalya

ÖZ

Kentsel açık ve yeşil alanlar, kentleri cazip kılan unsurlar arasında yer almaktadır ve deniz-kum-güneş üçlüsüne dayalı kitle turizmine alternatif olarak kent turizminin ortaya çıkmasında da etkilidirler. Bu çalışmada Türk turizminin başkenti olarak nitelenen Antalya'nın sahip olduğu açık ve yeşil alanların kent turizmine katkısı belirlenmeye çalışılmıştır. Bu amaçla, Antalya kenti ile ilgili yazılı ve görsel tanıtım kanalları incelenmiş ve ayrıca kenti ziyaret eden yerli ve yabancı turistlerle anket çalışması yapılarak kentin sahip olduğu yeşil alanların, turistlerin destinasyon tercihini etkileme gücü ölçülmeye çalışılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre ziyaretçilerin % 75.9'u yeşil alanların seyahat kararlarını etkilediğini belirtmiştir. Antalya kentini tercih etmeden önce kentin yeşil alanlarıyla ilgili bilgiye rastlayıp rastlamadıkları sorgulandığında % 41.2'lik bir kesim herhangi bir bilgiye rastlamadığını belirtmiştir. Çalışmadan elde edilen sonuçlar yeşil alanların kent turizminin gelişiminde etkili olduğunu, ancak Antalya kentinin yeşil alanları ile ilgili yeterli tanıtımın yapılmadığını ve yeşil alanların Antalya'nın markalaşma sürecinde etkin kullanılmadığını ortaya koymuştur.

ARTICLE INFO

Received 28 April 2017
Received in revised form 28 April 2017
Accepted 15 October 2017

Keywords:

Urban tourism
Urban open and green spaces
Parks
Antalya

ABSTRACT

In this study, it was tried to determine the contribution of open and green spaces to urban tourism in the City of Antalya, which is considered as the Capital City of Tourism in Turkey. For this purpose, all written and visual promotion channels for the city were examined and a questionnaire survey was conducted with domestic and foreign tourists to find out if and how the city's open and green spaces have influenced their destination preference. According to the results, 75.9% of the respondents stated that the information about urban open and green spaces of cities affect their travel decision. 41.2% of the respondents also stated that they did not find any information about the open and green spaces of Antalya city before their travel. The results from the study showed that the green spaces are effective in the development of urban tourism, but there was not enough publicity about the urban open and green spaces of Antalya and that they were not effectively used in the branding of Antalya city.

1. Giriş

Açık ve yeşil alanlar, insan ile doğa arasında ilişki kurmada ve kentsel yaşam kalitesinin artırılmasında önemli bir yere sahip olmalarının yanı sıra, kentin tanınırlığında da önemli bir görev üstlenmektedirler. Bu alanlar kentin estetik değer ve kimlik kazanmasında ve buna paralel olarak kent turizminin geliştirilmesinde de önemli bir rol oynamaktadır. Bugün kent turizmi ile ön plana çıkan pek çok kent geniş açık ve yeşil alanlara sahiptir ve bu alanlar her yıl milyonlarca turist çekmektedir.

Sosyal, kültürel ve sanatsal amaçlarla kentlere yapılan kısa süreli ziyaretleri içeren kent turizmi de son yıllarda gelişme gösteren turizm tiplerinden birisidir. Kent turizmüne olan ilginin artmasının nedeni, kentleri insanların yemek yediği, alışveriş yaptığı ve vakit geçirdiği kültür ve rahatlatma merkezleri haline getiren davranışsal değişikliklerdir (European Commission

2000). Günümüzde kent turizmi yönünden ön plana çıkan kentler incelendiğinde bazılarının kültürel ve tarihi miras, bazılarının sahip oldukları deniz, orman, dağ gibi doğal kaynaklar, bazılarının ise belirgin insan yapısı çevre nedeniyle tercih edildiği görülmektedir. Örneğin, Paris'in en önemli simgesi olan Eyfel Kulesi, kentin en büyük turizm cazibelerinden biri olup, yılda 6 milyon ziyaretçi çekmektedir.

Yeşil alanlar da kentler için bir diğer çekim kaynağıdır. Turistler destinasyon belirlerken kentin sahip olduğu yeşil alan varlığı ve özelliklerini de göz önünde bulundurmaktadır (Chaudhry ve Tewari 2010; Majumdar ve ark. 2011). Parkların çeşitli işlevlerini iyi değerlendiren bazı yerel yönetimler büyük kent parkları oluşturmuşlardır. ABD'de en çok ziyaret edilen park olan Central Park'ın yıllık ortalama 42 milyon ziyaretçisi olduğu tahmin edilirken, San Fransisco'daki Golden Gate Park

her yıl ortalama 13 milyon turist çekmektedir (Central Park Conservancy 2016, San Francisco Recreation and Parks 2016). Bu nedenle büyük metropollerdeki peyzaj değeri yüksek parklar kendi başlarına önemli turistik cazibe unsuru olabilmektedirler.

Türkiye’de kent turizmi 2007 yılında Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın çalışmaları kapsamına ele alınmıştır. Kentsel ölçekte turizmi geliştirme stratejisinde, “Zengin, kültürel ve doğal değerlere sahip kentlerimizin geliştirilerek turistler için bir çekim noktası haline getirilmesi” vizyon olarak benimsenmiştir (KTB 2007). Bu doğrultuda İstanbul, Ankara, İzmir ve Antalya’da kent turizmini geliştirmeye yönelik plan ve projelerin başlatılması kararlaştırılmıştır.

Antalya tatil turizminin yanı sıra sahip olduğu peyzaj değerleri, doğal yapıları ve kültürel özellikleriyle de ilgi çeken bir kenttir. Antalya kenti ülkemizdeki diğer kentlere oranla yeşil alan varlığı bakımından da zengindir. Kent sınırları içerisinde toplam aktif yeşil alan sayısı 1167; bu yeşil alanların temsil ettiği toplam yüzey 5 717 831 m² ve kentte kişi başına düşen aktif yeşil alan miktarı 4.6 m²’dir (Ortaçeşme 2016). Bu yeşil alanlara ek olarak, Orman ve Su İşleri Bakanlığı tarafından oluşturulan mesire yerleri, tabiat parkları gibi farklı yeşil alan kullanımları da Antalya kent dokusu içerisinde yer almaktadır ve kentin sahip olduğu yeşil alan varlığına katkı sağlamaktadır.

Antalya 2023 vizyonunda kent turizminin geliştirilmesi hedeflenmiş ve bu doğrultuda kentin tarihi çekirdeğini oluşturan Kaleiçi Bölgesi’nin geliştirilmesi, gastronomiye önem verilmesi, eğlencenin çeşitlendirilmesi, temalı parkların (botanik bahçesi, safari parklar, arboretum) açılması, çok kültürlü kent yaşamının geliştirilmesi, otantik öğelerin öne çıkarılması, alışveriş festivalleri düzenlenmesi gibi hedefler belirlenmiştir.

Türkiye’de kent turizmi konusunda yapılan araştırmalar incelendiğinde, genellikle ekonomi ve yönetim konularının ön plana çıktığı, kentsel açık ve yeşil alan sistemlerinin bu kapsamda yeterince ele alınmadığı görülmektedir. Uluslararası düzeyde turist kabul eden ülkeler arasında önemli bir konumda olan Türkiye’de kitle turizminin yakın gelecekte doygunluğa erişebileceği göz önüne alınarak, alternatif çözümlerin, doğru

stratejilerin, yeni ürün ve hizmetlerin geliştirilmesi kaçınılmazdır.

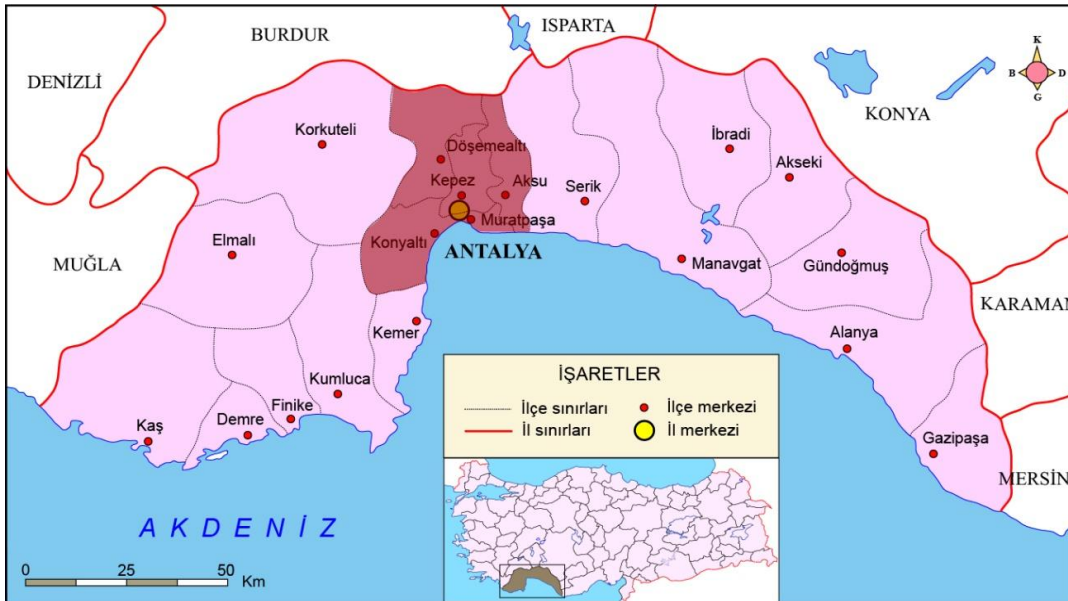
Bu çalışmada, kent turizmi olgusunun irdelenmesi, Türk turizminin başkenti olarak nitelenen Antalya’nın sahip olduğu açık ve yeşil alanların kent turizmine katkısının belirlenmesi ve Antalya’da kent turizminin geliştirilmesi için alınması gereken önlemler konusunda öneriler getirilmesi amaçlanmıştır.

2. Materyal ve Yöntem

Araştırma alanı olarak seçilen Antalya kentinin kentsel alan büyüklüğü 138 000 ha olup, 2015 yılı nüfusu 1 254 004 kişidir. Konyaaltı, Muratpaşa, Kepez, Döşemealtı ve Aksu olmak üzere 5 ilçeyi kapsamaktadır (Şekil 1).

Araştırmanın ana materyalini, Antalya kentini ziyaret eden yerli ve yabancı turistlerle yapılan anketler, ilgili kurum, kuruluş ve paydaşlarla yapılan sözlü görüşmeler, kenti tanıtan yazılı ve görsel materyaller, kurumlardan elde edilen turizm istatistikleri oluşturmaktadır. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) ile Antalya Valiliği’nden elde edilen nüfus ve sosyo-ekonomik veriler, Dünya Turizm Örgütü (UNWTO), Akdeniz Turistik Otelciler Birliği (AKTOB) ve Antalya İl Kültür Turizm Müdürlüğü’nden sağlanan turizm ile ilgili verilerden yararlanılmıştır. Yardımcı materyali ise, kentsel açık ve yeşil alan kavramları, kent turizmi ile ilgili kitap, makale ve bilimsel araştırma sonuçları, yazılı ve sözlü kaynaklar, Antalya kent parkları ile ilgili yapılmış araştırma, makale ve tezler oluşturmaktadır.

Araştırma üç aşamalı olarak yürütülmüştür. Araştırmanın birinci aşaması olan literatür çalışmalarında; konuyla ilgili daha önce yapılmış olan çalışmalarla birlikte, çalışma alanı ve yöntemle ilgili tezler, araştırma projeleri, makaleler ve kitaplar incelenmiştir. Bu aşamada kent turizmi ve yeşil alanlarla ilgili kurum, kuruluş ve paydaşlarla (tur operatörleri, sivil toplum kuruluşları, Turizm ve Kültür Bakanlığı, belediyeler vb.) sözlü görüşmeler yapılmıştır. Ayrıca, kentle ilgili yazılı ve görsel tanıtım kaynakları incelenmiştir.



Şekil 1. Antalya ili konumu ve ilçeleri.

Figure 1. Location of Antalya Province and its districts.

Araştırmanın ikinci aşaması olan arazi çalışmaları kapsamında bir anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Turistlerin görüş ve tercihlerini belirlemek için yapılan bu çalışmada hedef kitle olarak Antalya kentini ziyaret eden ve en az bir gece konaklayan 15 yaş ve üzeri kadın ve erkeklerden oluşan yerli ve yabancı turistler seçilmiştir. Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nün 2014 yılı verilerine göre, Antalya'ya gelen yerli ve yabancı ziyaretçi sayısının toplam 17 milyon civarında olduğu ve bu sayının % 36'sının kent merkezini ziyaret ettiği (ATSO 2012) göz önünde bulundurularak, evren büyüklüğü 5 milyon turist olarak varsayılmıştır. Yapılacak olan anket sayısının saptanmasında ± 0.05 örneklem hatası ile evren büyüklüğü 100 000'in üzerinde nüfus için öngörülen en az 386 katılımcı sayısı temel alınmıştır.

Anketler Mayıs 2016 ve Kasım 2016 tarihleri arasında Antalya kentinin çeşitli parklarında (Karaalioğlu Parkı, Atatürk Parkı, Falez Parkı, Düden Parkı, Atatürk Kültür Parkı, Sarısu Mesire Alanı), cadde ve sokaklarda, alışveriş merkezlerinde ve kentte yer alan otellerde, gönüllülük esas tutularak, rastlantısal olarak yüz yüze görüşme tekniği ile yerli ve yabancı turistlerle gerçekleştirilmiştir.

Araştırmanın üçüncü ve son aşamasında, anketlerden elde edilen veriler SPSS 20 yazılımı ile istatistiksel olarak değerlendirilmiştir. Anketleri değerlendirirken öncelikle demografik verilerin açıklanması için sıklık (*frequency*) analizi, kullanıcı tercihlerinin belirlenmesi için ki-kare (*chi-square*) anlamlılık testleri kullanılmıştır. Ziyaretçilerin yeşil alanlara yönelik kişisel beklentilerini sorgulayan sorularla, ziyaretçilerin yaş, cinsiyet gibi demografik özellikleri ile ilgili sorulara verilen yanıtlar arasında anlamlılık durumu çapraz sorgulamalar ile incelenmiştir. Anket sonuçları, turizm stratejilerinde yer alan kentsel yeşil alanlara ilişkin öngörüler, dünyadaki uygulamalar ve yapılan bilimsel çalışmalar ışığında değerlendirilmiştir. Bu değerlendirmeler sonucunda, Antalya'daki açık ve yeşil alanların kent turizmini geliştirme stratejisinin bir unsuru olup olmadıkları tartışılarak, Antalya'da kent turizminin geliştirilmesi için öneriler sunulmuştur.

3. Bulgular

3.1. Antalya kentini tanıtan kaynaklarda yeşil alanlar

Çalışma kapsamında kent tanıtımında rolü olan Antalya Büyükşehir Belediyesi, Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Antalya Valiliği, Antalya Ticaret ve Sanayi Odası gibi resmi kurumların tanıtım organları ve bazı turizm acenteleri ile özel web siteleri incelenmiştir. Buna göre kurumsal tanıtım kaynaklarında kentten daha çok tarihi ve kültürel özellikleri ile plajlarının ön plana çıkarıldığı, yeşil alanlarla ilgili bilgilerin yalnızca Kurşunlu Şelalesi, Manavgat Şelalesi ve Düden

Şelalesi gibi tabiat parkları ve milli parkları içeren bilgilerle sınırlı kaldığı görülmüştür. Turizm faaliyetlerinde en etkin kurum olan Antalya İl Kültür Turizm Müdürlüğü'nün hazırladığı kent tanıtım broşüründe Kepezaltı ve Kepezüstü, Düzlerçamı ve Karaalioğlu parklarıyla ilgili oldukça kısa bilgiler verilmiştir. Turizm acentelerinin web sitelerinde ise konaklama tesisleri ile ilgili bilgilerin ön planda olduğu görülmektedir. Kentin tanıtıldığı kısa bilgiler içerisinde yalnızca Kurşunlu Şelalesi ve Düden Şelalesi'nin görülmesi gereken noktalar olduğundan bahsedilmektedir (<https://www.coralatil.com/>- <https://www.odeontours.com/>- <https://www.jollytur.com/>). Uluslararası yayın yapan özel web sitelerine bakıldığında ise kentten yeşil alanları hakkında verilen bilgilerin daha çok konum bilgisiyyle sınırlı olduğu görülmektedir. Ancak, bu sitelerde yer alan kullanıcı yorum ve tavsiyeleri ile çekilen fotoğraflar, potansiyel ziyaretçilere kentten yeşil alanları hakkında daha fazla fikir vermektedir. Tripadvisor web sitesinde (<https://www.tripadvisor.com.tr>) gezilecek yerler bağlantısının "doğa ve parklar, hayvanat bahçeleri, su ve eğlence parkları" başlığı altında kentten pek çok yeşil alan ile ilgili kısa bilgiler, konum ve kullanıcı yorumları yer almaktadır. Bu ve benzeri web sitelerinin yanı sıra kentte gerçekleştirilen günlük aktivite turları ile ilgili bilgi veren uluslararası web siteleri de kent varlıkları ile ilgili birtakım bilgiler verebilmektedir. Viator (<https://www.viator.com>) ve Fourseasons travel (<http://antalyafourseasons.com>) gibi günlük turların yer aldığı web sitelerinde "top things to do" bağlantısının altında Falez Park ve Atatürk Parkı hakkında bilgilerin yanında, durak noktası olarak Düden Şelalesi hakkında kısa bilgiler yer almaktadır.

3.2. Turistlerin yeşil alanlar ve turizme yönelik görüş ve beklentileri

Sosyo-demografik özellikler

Çalışma kapsamında yapılan anketler ziyaretçilerin sosyo-ekonomik yapısı (Çizelge 1), Antalya kenti yeşil alanları hakkındaki görüşlerinin saptanması, kentten yeşil alan varlığının ziyaretlerini ne doğrultuda etkilediğinin ölçülmesi, beklenti ve deneyimlerini ölçmek üzere 4 ana konuda yapılandırılmıştır.

Ankete katılan ziyaretçilerin % 69.7'si Türk vatandaşı ve % 30.3'ü diğer ülkelerin vatandaşlarıdır ve % 47.2'si kadınlardan % 52.8'i ise erkeklerden oluşmaktadır. Diğer ülke vatandaşlarının dağılımına bakıldığında % 33'lük oranla Almanya'dan gelen turistler ilk sırada; % 12'lik oranla Hollanda'dan gelen turistler ikinci sırada; % 7'lik oranla Slovenya ve Rusya'dan gelen turistler üçüncü ve dördüncü sırada yer alırken, yerli ziyaretçilerin çoğunluğunun (% 27) Isparta ilinden geldiği görülmektedir. Isparta'yı sırasıyla Ankara, Denizli, Burdur, Afyon ve Konya izlemektedir.

Çizelge 1. Ankete katılanların sosyo-ekonomik durumu.

Table 1. Socio-economic status of visitors.

Yaş grubu	Oran	Eğitim durumu	Oran	Meslek	Oran	Gelir durumu	Oran
15-18 yaş	1.3	Okuryazar	0.8	Memur	32.4	Düşük	29.8
19-30 yaş	45.9	İlköğretim	6	İşçi	10.4	Orta	60.9
31-40 yaş	27.5	Lise	32.1	Öğrenci	22.5	Yüksek	9.1
41-50 yaş	14	Lisans	51.8	Serbest meslek	9.8	Çok yüksek	0.3
51-60 yaş	11.1	Y. lisans	6	Emekli	8.3		
61 yaş üstü	0.3	Doktora	3.4	Özel sektör	9.3		
				İşsiz	7.3		

Yeşil alanlara yönelik görüş ve beklentiler

Ziyaretçilerin dörtte üçü (% 75.9) ziyaret edecekleri kentlerin yeşil alan varlığının destinasyon tercihlerini etkilediğini belirtmiştir. Bu oran yerli ziyaretçilerde % 81.4 iken, yabancı ziyaretçilerde % 63.2 olmuştur. Ziyaretçilerin % 38.6'sının konaklayacağı tesisi seçerken yeşil alanlara yakın olmasına dikkat ettiği, geriye kalan % 61.4'lük kesimin ise uygun fiyat, doluluk, kent merkezine yakınlık veya tur paketlerinin sunduğu olanakları ön planda tuttuğu görülmüştür. Yeşil alanların kentlere ve turizme katkılarını belirlemek için yöneltilen sorularda ziyaretçilerin tamamına yakınının (% 95.6) parklar ve yeşil alanların kentleri güzelleştirdiğini düşündüğü ve % 94'ünün bir çok parkın olduğu bir kentte tatil yapmak istediği sonucu ortaya çıkmıştır.

Seyahat davranışları ve tatil organizasyonu özellikleri

Tatil sırasında yapılan aktiviteler, turistlerin profili ve tatil organizasyonu ile ilgili davranışları hakkında önemli ipuçları verebilmektedir. Bu çerçevede ziyaretçilere bir kente tatile giderken nelere dikkat ettikleri sorulduğunda, ilk sırada konaklama imkanları (% 78.8) yer almaktadır. Bunu % 70.2 ile kentin sahip olduğu doğal alanlar ve % 62.4 ile ulaşım kolaylığı takip etmektedir. Yeşil alanlar açısından bakıldığında ise yerli ziyaretçilerin % 37.5'i kentin yeşil alan varlığına/niteliğine dikkat ettiklerini belirtirken, yabancı ziyaretçilerde bu oran % 13.7'dir. Ancak doğal alan varlığı açısından bakıldığında yabancı ziyaretçilerin (% 88) yerli ziyaretçilere göre (% 62.5) daha yüksek oranlarda bu konuyu göz önünde bulundurduğu görülmektedir.

Antalya kenti yeşil alanlarına ilişkin bilgi ve deneyimler

Çalışma kapsamında turistlerin seyahatlerini planlamadan önce Antalya'nın yeşil alanları ile ilgili bilgi elde edip etmedikleri de sorgulanmıştır. Buna göre Antalya kentini ziyaret eden turistlerin büyük çoğunluğunun (% 82.1) ziyaretleri öncesinde Antalya kenti ile ilgili bilgi edindikleri ve bu bilgileri çoğunlukla web sitelerinden (% 45.9) elde ettikleri görülmüştür. Seyahat öncesi bilgi edindiğini söyleyen ziyaretçilerin % 58.8'i kentin yeşil alanları ile ilgili bilgilere rastladıklarını belirtmiştir. Bu oran yerli ziyaretçilerde % 48.3 iken, yabancı ziyaretçilerde

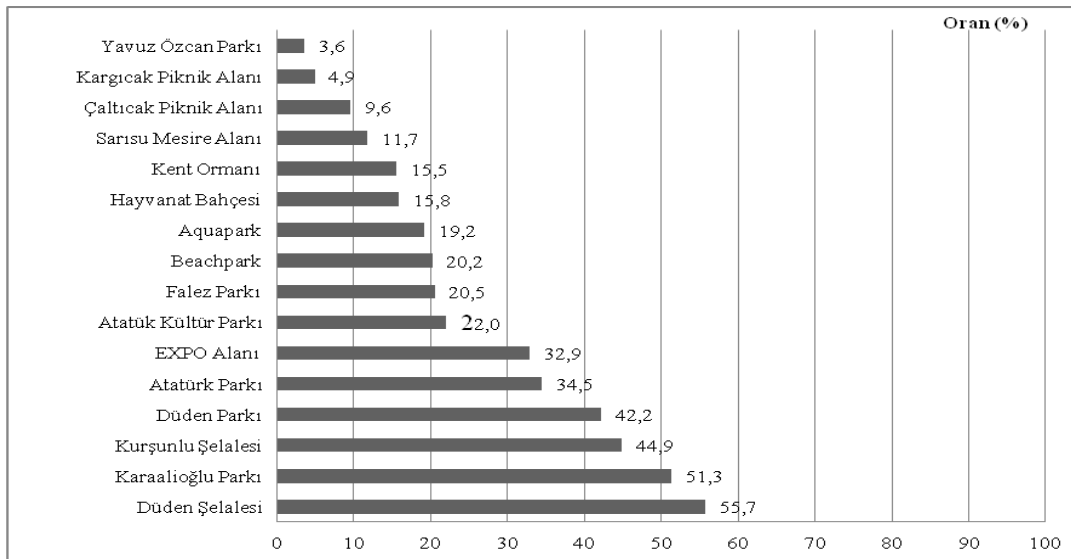
% 82.9'dur. Yeşil alanlarla ilgili bilgilerin % 57.8'inin özel amaçlı parklar (su parkı, hayvanat bahçesi gibi), % 23.8'inin milli parklar ve koruma alanları, % 13.7'sinin kamp ve mesire alanları, % 11.4'ünün ise kent parkları ile ilgili olduklarını belirtmişlerdir. Bu sonuçlara göre en az bilgi sahibi olunan yeşil alan tipleri kent parklarıdır. Kentin açık ve yeşil alanlarıyla ilgili bilgiye rastlayan ziyaretçilerin yarısından fazlası (% 53.7) bu bilginin seyahat kararını etkilediğini belirtmiştir. Bu oran yerli ziyaretçilerde % 66 iken, yabancı ziyaretçilerde % 36'dır.

Ziyaretçilerin kentin sahip olduğu yeşil alanlar hakkındaki bilgilerini sınamayı ve en çok ziyaret ettikleri yeşil alanları öğrenmeyi amaçlayan soruya verilen cevaplara göre, daha çok doğal niteliğiyle ön plana çıkan Kepez Belediyesi sınırları içerisindeki Düden Şelalesi'nin (% 55.7) ve Aksu Belediyesi sınırları içerisindeki Kurşunlu Şelalesi'nin (% 44.9) bilindiği saptanmıştır. Kent parkları bakımından ise, Muratpaşa Belediye sınırları içerisinde yer alan ve Antalya'nın en eski kent parkı olan Karaalioğlu Parkı'nın (% 51.3) en fazla bilinen park olduğu, onu Düden Parkı (% 42.2) ve Atatürk Parkı'nın (% 34.5) izlediği saptanmıştır (Şekil 2).

Demografik özellikler ile yeşil alanlara yönelik kişisel beklentileri arasındaki ilişkiler

Ziyaretçilerin sosyo-ekonomik durumları ile yeşil alanlara yönelik kişisel beklentileri arasındaki ilişkilerin belirlenmesi amacıyla ki-kare (χ^2) anlamlılık testine başvurulmuştur. Cinsiyete bağlı ki-kare analiz sonuçlarına göre; kadın ziyaretçilerin ($p=0.002$) ziyaret edecekleri kentleri seçerken erkeklerle ($p=0.003$) göre yeşil alanlardan daha çok etkilendiği ortaya çıkmıştır. Buna karşın erkek ziyaretçilerin ($p=0.009$) kadın ziyaretçilere ($p=0.016$) kıyasla daha yüksek oranda birçok park ve yeşil alana sahip kentlerde tatil yapmak istediği ve yeşil alanların kent estetiğini olumlu yönde desteklediğini düşündüğü ortaya çıkmıştır (Çizelge 2).

Yaş gruplarına bağlı ki-kare analiz sonuçlarına bakıldığında, ankete katılan 30 yaş ve altı bireyler diğer yaş gruplarındaki bireylere kıyasla, konaklayacakları tesisi seçerken kentsel yeşil alanlara yakın olmasına daha fazla dikkat etmektedir (Çizelge 3).



Şekil 2. Ziyaretçilerin en çok ziyaret ettiği yeşil alanlar.

Figure 2. Most visited green spaces by visitors.

Çizelge 2. Cinsiyete göre ki-kare analiz sonuçları.

Table 2. Chi-square analysis results for gender.

	Cinsiyet			
	Erkek		Kadın	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
Ziyaret edeceğimiz kenti seçerken yeşil alan varlığı tercih sebebinizi etkiler mi?				
Evet	142	69.6	151	75.9
Hayır	62	30.4	31	24.1
Chi-square= 9.386, df= 1, p value= 0.002				
Konakladığımız tesisi seçerken kentsel yeşil alanlara yakın olmasına dikkat ettiniz mi?				
Evet	85	41.7	64	35.2
Hayır	119	58.3	118	64.8
Chi-square= 1.716, df= 1, p value= 0.190				
Konakladığımız tesisin kentsel yeşil alanlara yakın olmasını ister miydiniz?				
Evet	151	74	141	77.5
Hayır	53	26	41	22.5
Chi-square= 0.623, df= 1, p value= 0.430				
Sizce parklar ve diğer yeşil alanlar kenti güzelleştiriyor mu?				
Evet	191	93.6	178	97.8
Hayır	13	6.4	4	2.2
Chi-square= 3.982 df= 1, p value= 0.046				
Birçok yeşil alanın/parkların olduğu bir kentte tatil yapmak ister miydiniz?				
Evet	186	91.2	177	97.3
Hayır	18	8.8	5	2.7
Chi-square= 6.338, df= 1, p value= 0.012				

Çizelge 3. Yaşa göre ki-kare analiz sonuçları.

Table 3. Chi-square analysis results for age.

	Yaş grupları			
	Evet		Hayır	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
Ziyaret edeceğimiz kenti seçerken yeşil alan varlığı tercih sebebinizi etkiler mi?				
15-30 yaş grubu	150	81.5	34	18.5
31-40 yaş grubu	71	68.3	33	31.7
41-50 yaş grubu	41	75.9	13	24.1
51-60+ yaş grubu	31	70.5	13	29.5
Chi-square= 7.204, df= 3, p value= 0.066				
Konakladığımız tesisi seçerken kentsel yeşil alanlara yakın olmasına dikkat ettiniz mi?				
15-30 yaş grubu	85	46.2	99	53.8
31-40 yaş grubu	34	32.7	70	67.3
41-50 yaş grubu	20	37.0	34	63.0
51-60+ yaş grubu	10	22.7	34	77.3
Chi-square= 10.744, df= 3, p value= 0.013				
Konakladığımız tesisin kentsel yeşil alanlara yakın olmasını ister miydiniz?				
15-30 yaş grubu	157	85.3	27	14.7
31-40 yaş grubu	74	71.2	30	28.8
41-50 yaş grubu	38	70.4	16	29.6
51-60+ yaş grubu	23	52.3	21	47.7
Chi-square= 24.363, df= 3, p value= 0.000				
Sizce parklar ve diğer yeşil alanlar kenti güzelleştiriyor mu?				
15-30 yaş grubu	176	95.7	8	4.3
31-40 yaş grubu	98	94.2	6	5.8
41-50 yaş grubu	51	94.4	3	5.6
51-60+ yaş grubu	44	100	0	0
Birçok yeşil alanın/parkların olduğu bir kentte tatil yapmak ister miydiniz?				
19-30 yaş grubu	170	92.4	14	7.6
31-40 yaş grubu	98	94.2	6	5.8
41-50 yaş grubu	53	98.1	1	1.9
51-60+ yaş grubu	42	95.3	2	4.7

Eğitim durumuna bağlı ki-kare analizinde, konaklanan tesisin seçiminde yeşil alanlara yakınlığın göz önüne alınıp alınmadığı konusunda, farklı eğitim düzeyindeki kullanıcıların verdiği yanıtlar arasında ($p=0.004$) istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olduğu görülmektedir. Lisansüstü eğitime sahip ziyaretçiler seçtikleri tesislerin yeşil alanlara yakın olmasına daha fazla dikkat etmişlerdir. Benzer bir sonuç, yeşil alanlara

yakın olmasını isteme konusundaki isteklilikte de göze çarpmaktadır (Çizelge 4).

Milliyete bağlı ki-kare analiz sonuçlarına göre, kentin yeşil alan varlığının tatil tercihlerini etkileme ve konaklama tesislerinin yeşil alanlara yakın olması isteği bakımından yerli ziyaretçilerin yabancı ziyaretçilerden daha fazla ön plana çıktığı görülmüştür (Çizelge 5).

Çizelge 4. Eğitim durumuna göre ki-kare analiz sonuçları.

Table 4. Chi-square analysis results for educational background.

	Eğitim durumu			
	Evet		Hayır	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
Ziyaret edeceğiniz kenti seçerken yeşil alan varlığı tercih sebebinizi etkiler mi?				
İlköğretim	20	76.9	6	23.1
Lise	89	70.6	37	29.4
Lisans	154	77.4	45	22.6
Lisansüstü	30	85.7	5	14.3
Chi-square = 4.009 df= 3, p value= 0.261				
Konakladığınız tesisi seçerken kentsel yeşil alanlara yakın olmasına dikkat ettiniz mi?				
İlköğretim	14	53.8	12	46.2
Lise	44	34.9	82	65.1
Lisans	69	34.7	130	65.3
Lisansüstü	22	62.9	13	37.1
Chi-square = 13.254, df= 3, p value= 0.004				
Konakladığınız tesisin kentsel yeşil alanlara yakın olmasını ister miydiniz?				
İlköğretim	21	80.8	5	19.2
Lise	84	66.7	42	33.3
Lisans	155	77.9	44	22.1
Lisansüstü	32	91.4	3	8.6
Chi-square = 11.161, df= 3, p value= 0.011				
Sizde parklar ve diğer yeşil alanlar kenti güzelleştiriyor mu?				
İlköğretim	26	100	0	0.0
Lise	119	94.4	7	5.6
Lisans	189	95.0	10	5.0
Lisansüstü	35	100	0	0.0
Birçok yeşil alanın/parkların olduğu bir kentte tatil yapmak ister miydiniz?				
İlköğretim	26	100	0	0.0
Lise	119	94.4	7	5.6
Lisans	185	93.0	14	7.0
Lisansüstü	33	94.3	2	5.7

Çizelge 5. Milliyete göre ki-kare analiz sonuçları.

Table 5. Chi-square analysis results for nationality.

	Milliyet			
	Yerli		Yabancı	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
Ziyaret edeceğiniz kenti seçerken yeşil alan varlığı tercih sebebinizi etkiler mi?				
Evet	219	81.4	74	63.2
Hayır	50	18.6	43	36.8
Chi-square= 14.711, df= 1, p value= 0.000				
Konakladığınız tesisi seçerken kentsel yeşil alanlara yakın olmasına dikkat ettiniz mi?				
Evet	137	50.9	12	10.3
Hayır	132	49.1	105	89.7
Chi-square= 56.912, df= 1, p value= 0.000				
Konakladığınız tesisin kentsel yeşil alanlara yakın olmasını ister miydiniz?				
Evet	237	88.1	55	47
Hayır	32	11.9	62	53
Chi-square= 74.749, df= 1, p value= 0.000				
Sizde parklar ve diğer yeşil alanlar kenti güzelleştiriyor mu?				
Evet	253	94.1	116	99.1
Hayır	16	5.9	1	0.9
Chi-square= 5.024 df= 1, p value= 0.025				
Birçok yeşil alanın/parkların olduğu bir kentte tatil yapmak ister miydiniz?				
Evet	250	92.9	113	96.6
Hayır	19	7.1	4	3.4
Chi-square= 1.933, df=1, p value= 0.164				

4. Tartışma ve Sonuç

4.1. Tartışma

Turistlerin bir kenti seçme nedenleri birbirinden farklı olmaktadır. Bazı turistler kentleri sahip oldukları doğal güzellikler ve tarihi yapılar için tercih ederken, diğerleri o kentin sadece insan yapısı eserlerini görmek, festival ve kültürel etkinliklerine katılmak için tercih etmektedirler. Bu nedenle bir kentin yalnızca mimari ve kültürel yapıları değil, onları çevreleyen yeşil alanların ve kent içindeki diğer peyzaj unsurlarının varlığı ve niteliği de kent turizmini destekleyici unsurlar olarak karşımıza çıkmaktadır.

Akdeniz havzasında yer alan Antalya kenti iklim koşullarının elverişliliği nedeniyle turistlere biyoiklimsel konfor sağlamaktadır. Yılın ortalama 300 günü güneşli olan ve 18.7 °C yıllık sıcaklık ortalaması ile 12 ay turizme açık olan Antalya'da en az dokuz ay boyunca denize girilebilmektedir. İklim koşullarının elverişliliği, kentte yaşayanlar ve kenti ziyaret edenlerin açık alanlarda daha fazla zaman geçirmesini mümkün kılmakta, bu da kentsel açık ve yeşil alanların önemini artırmaktadır.

Çoğu zaman ekonomik kaygılarla kent tanıtım ve reklamlarında daha çok kitle turizmine vurgu yapılması ve ülkemizdeki diğer kentlere göre daha fazla yeşil alana sahip olan Antalya'nın kentsel yeşil alanlarına tanıtım kanallarında yeterince yer verilmemesi, Antalya'da kent turizminin yeterince gelişmeme nedenleri arasında yer almaktadır. Buradan hareketle Antalya'nın yeşil alanlarının doğru planlanmış, tasarlanmış ve uygulanmış olmasının yanında, yeterli tanıtımının da yapılması gerekliliği göz ardı edilemez bir gerçektir.

Antalya'da yapılan bir çalışmada kentin ziyaret edilme nedenlerinin başında kıyı turizmine bağlı "tatil ve eğlence" anlayışının geldiği görülmüştür (Ayduz 2014). Belçika'nın başkenti Brüksel ile Antalya'nın karşılaştırıldığı çalışmada, Antalya'yı ziyaret eden turistler tatil turizmini işaret ederken, Brüksel'i ziyaret edenler tarihi ve kültürel miras değerlerinin tercih sebebi olduğunu dile getirmişlerdir. Brüksel kentini tanıtan kaynaklarda tarihi ve kültürel yapılar ve kent simgelerinin yanı sıra kentsel yeşil alanlara da yer verildiği saptanmıştır. Yapılan bu çalışmada Antalya kenti yeşil alanlarının kente ilgili tanıtım kaynaklarında yeterince yer almadığı ortaya çıkmıştır.

Hindistan'ın Chandigarh kentinden yapılan bir diğer çalışmada kentin yeşil alanlarının kullanıcılar üzerindeki etkileri incelenmiştir. Turistlerin büyük çoğunluğu (% 89) turizm açısından yeşil alanların çok önemli olduğunu ve yeşil alanlar bakımından zengin kentlerde tatil yapmak istediklerini belirtmişlerdir (Chaudhry ve Tewari 2010). Yapılan bu çalışmada da ziyaretçilerin % 75'inden fazlası kentsel yeşil alanları destinasyon tercihlerini etkileyen bir unsur olarak değerlendirmiştir.

ABD'nin Georgia Eyaleti Savannah kentinde gerçekleştirdikleri çalışmada Deng ve ark. (2010), turistlerin destinasyon tercihinde eğlence olanakları ve tarihi yerlerin ön plana çıktığını; ancak kent parklarının da turizm deneyimlerine büyük katkıda bulunduğunu ortaya koymuşlardır. Bu çalışmada da ziyaretçilerin Antalya kentini ana tercih nedenleri arasında deniz ve plajlar gibi doğal güzellikler ile tarihi yerler ve tesis olanakları ön plana çıkmış olmakla birlikte, kentin sahip olduğu yeşil alanların da tercihlerinde etken olduğu ve ziyaretçilerin yeşil alanlara da önem verdiği saptanmıştır.

Archer (2014) belli bir destinasyona ziyarette bulunan turistlerin davranışlarını ve beklentilerini belirlemeyi, destinasyon ve turistik hizmetlerle ilgili memnuniyetlerini ölçmeyi amaçladığı araştırmasında, kent parklarının ve açık yeşil alanların kentlerin tanıtımında kullanıldığı sonucuna varmıştır. Yapılan bu çalışmada, çeşitli kamu ve özel web siteleri ve basılı broşürler incelendiğinde kentin öncelikle jeomorfolojik özellikleri (kıyıları vb.) ile tarihi yapılarının ön plana çıkarıldığı, Antalya kenti yeşil alanlarının yeterince tanıtılmadığı saptanmıştır. Nitekim ziyaretçilerin de sadece % 58.8'i tanıtım kaynaklarında yeşil alanlarla ilgili bilgiye rastladıklarını ifade etmişlerdir.

Bu çalışmanın sonuçlarına bakıldığında, yeşil alanların kent turizmini olumlu yönde etkilediği açıkça görülmekte ve gelecekte oluşturulacak stratejiler için fikir vermektedir. Anket verilerinin analizlerinden elde edilen bulgulara göre, kentsel yeşil alanların yalnızca destinasyonu seçmede etkili olmadığı, aynı zamanda konaklama tercihlerini de yönlendirdiği görülmektedir. Dolayısıyla, turistik tesislerin pazarlaması yapılırken kentin yeşil alanlarına yakınlığının vurgulanması ziyaretçi tercihlerini yönlendirmede etkili olacaktır. Nitekim Sherer (2006)'in ABD'de gerçekleştirdiği araştırma sonuçları da bu konuyu destekler niteliktedir. Araştırmada kent parklarının çoğunlukla turistler ve toplantı grupları için cazibe noktası olarak görüldüğü ve bu alanlara yakın tesislerin tercih edildiği saptanmıştır.

Tanıtım ve yayım organları destinasyon pazarlamada kullanılan en etkin araçlardır. Yapılan bu çalışmada, ziyaretçilerin kente ilgili bilgi edinirken en çok başvurduğu kaynakların sırasıyla web siteleri, seyahat acenteleri, akraba/arkadaş tavsiyeleri ve tanıtım broşürleri olduğu görülmüştür. Yerli ve yabancı ziyaretçilerin ortak olarak en çok yararlandığı tanıtım aracının web siteleri olması, kent tanıtımlarında internet kaynaklarının önemli bir yeri olduğunu göstermektedir.

Bu araştırma kapsamında ziyaretçilere Antalya'daki hangi tip yeşil alanla ilgili bilgiye ulaşabildikleri de sorulmuş ve en çok özel amaçlı parklarla ilgili bilgiye ulaştıkları görülmüştür. Buna göre tanıtım kaynaklarında en az kent parkları ile ilgili bilginin yer aldığı anlaşılmaktadır. Ülkemizin diğer kentlerine oranla kent parkı ve açık yeşil alan bakımından zengin olan Antalya kenti için pazarlama çalışmalarında bu konunun eksik bırakılan bir nokta olduğu görülmektedir.

4.2. Sonuç

Turist taleplerindeki değişimler, kıyı turizminin doygunluğa ulaşması, alternatif turizm türlerinin popülaritesinin artması, küresel rekabetin hızlanması gibi gelişmeler Antalya'da turizmin çeşitlendirilmesini zorunlu kılmaktadır. Turizmin tüm yıla yayılması ve alternatif turistik ürün ve hizmetlerin geliştirilmesi bağlamında Antalya'da kent turizminin geliştirilmesine yönelik tanıtım çalışmaları önem taşımaktadır.

Bir kentin pazarlanmasında öne çıkan unsurların başında kentin imajını oluşturan varlıklar ile bu varlıkların uluslararası ve yerel tanıtım organlarında etkin bir şekilde tanıtılması gelmektedir. Bu bağlamda Antalya kentinin sahip olduğu birbirinden farklı kentsel açık ve yeşil alanların hem ulusal hem de uluslararası pazarlarda daha iyi tanıtılmasına ve Antalya'nın turizm imajının deniz-güneş-kum üçlüsünün ötesinde diğer kent varlıkları ile desteklenerek güçlendirilmesine gereksinim bulunmaktadır. Bu süreçte kamu, özel sektör ve destinasyon

pazarlama organizasyonlarının birlikte çalışması, sivil toplum kuruluşları ve yerel halkın sürece katılması önemlidir.

Yapılan bu çalışmada gerek özel ve gerekse kamuya ait tanıtım organlarında Antalya'nın yeşil alan varlığı ile ilgili yeterli bilginin yer almadığı ortaya konulmuştur. Günümüzde özellikle sosyal medya kanallarının ve web sitelerinin iletişimde sahip olduğu önem göz önüne alındığında, bu kanallarda kentin sahip olduğu açık ve yeşil alanlarla ilgili daha fazla bilgilere yer verilmesi sağlanmalıdır.

Kentlerin pazarlanması yurtdışında yapılan başarılı örneklerinde de görüldüğü üzere marka kentler oluşturularak gerçekleştirilmekte ve kent turizminden elde edilen gelirler artırılmaktadır. Kenti markalaştırma ve pazarlama çalışmalarında oluşturulacak logo ve sloganlar oldukça etkili unsurlardır. Başarılı bir slogan ve logoyla kenti farklı kılan özellikler vurgulanarak, tanınırlık artırılabilir. Örneğin; Chicago'nun "Windy City" (rüzgarlı şehir) ve Las Vegas'ın "What happens stay here" (burada yaşanan burada kalır) gibi zihinde yer edinen ve kenti simgeleyen etkin bir slogan Antalya kenti için de oluşturulmalıdır. Tarihi yapıları, kentsel yeşil alanları ve Akdeniz'i öne çıkaracak "Tarihe Uzanan Mavi Yeşil Yolculuk" gibi bir slogan Antalya için de geliştirilebilir.

Marka oluşturma ve kentin pazarlanması sürecinde önemli olan unsurların biri de kentlerde düzenlenen festival ve etkinliklerdir. Kent parklarının çeşitli festival, konser, tiyatro gösterileri gibi birçok etkinliğin gerçekleştirilmesine olanak sağladığı ve kentin cazibesini artırdığı ABD'deki Central Park ve Golden Gate Park örneklerinde görülebilmektedir. Antalya kentindeki parklarda da çeşitli etkinlikler gerçekleştirilmektedir. Antalya'da da Uluslararası Antalya Film Festivali, Uluslararası Jazz Festivali ve Uluslararası Piyano Festivali gibi çeşitli festivaller kentin en büyük yeşil alanlarından Atatürk Kültür Parkı'nda gerçekleştirilmektedir. Bu ve benzeri etkinliklerin kentin diğer önemli yeşil alanlarında da gerçekleştirilmesi sağlanmalıdır.

Antalya kenti farklı statüde birçok yeşil alana sahiptir. Kentin sahip olduğu zengin açık ve yeşil alanların tanıtıldığı kitapçıklar ve turist haritaları hazırlanmalıdır. Kentten sorumlu kurum ve kuruluşların (Valilik, Büyükşehir Belediyesi vb.) web sitelerinde yeşil alanlarla ilgili detaylı bilgilere yer verilmeli ve dikkat çekici görseller eklenmelidir. Örneğin; "mutlaka görülmesi gereken yeşil alanlar listesi" ve "yeşil rota" olarak nitelenen gezi rotaları oluşturulması önemlidir.

Kent merkezlerinde konumlanan yeşil alanlar spor karşılaşmalarına da olanak sağlamaktadır. Örneğin; başlangıç noktası Atatürk Kültür Parkı olan "Runatolia" gibi spor etkinlikleri çoğaltılmalı ve kentsel alanlarda gerçekleştirilmesi teşvik edilmelidir. Lara Düden Parkı'ndan başlayıp Atatürk Kültür Parkı veya Beachpark'ta sonlanan bisiklet yarışları, yürüme yarışları vb. aktiviteler gerçekleştirilebilir.

Ayrıca mevcut kent parklarına ek olarak, daha büyük ve çok işlevli yeni kent parkları oluşturulmalıdır. Çünkü ülkemiz genelinde ve Antalya özelinde oluşturulan kent parklarının yüzey alanları çoğu kez çok işlevli kullanımlar için yeterli değildir. Örneğin Antalya'nın en büyük parkı olan Atatürk Kültür Parkı 80 hektardır. Bir kıyaslama yapılacak olursa New York'taki Central Park 341 ha, San Francisco'daki Golden Gate Park ise 412 ha yüzölçümüne sahiptir.

Sonuç olarak, ülkemizin turizm açısından önde gelen yörelerinden birisi olan Antalya'da kent turizminin gelişimine katkı sağlamak üzere yeni kentsel açık ve yeşil alanların oluşturulması, mevcutların niteliklerinin iyileştirilmesi, yeşil

alanlarda ulusal ve uluslararası nitelikte gerçekleştirilen festival vb. etkinliklerin artırılması, kentin sahip olduğu doğal ve kültürel nitelikteki zengin yeşil alan varlığının tanıtımının yapılması, sürdürülebilirlik açısından özellikle yeşil dokunun etkin bir şekilde korunması gerekmektedir. Bu bağlamda başta Büyükşehir Belediyesi olmak üzere, kenti oluşturan beş alt belediye, Antalya Valiliği, AKTOB gibi turizmle ilgili sivil toplum örgütleri ve üniversitelerin etkin işbirliği yapmaları, Antalya'nın kent turizmi bakımından da ön plana çıkan bir kent olmasını sağlayabilecektir.

Kaynaklar

- Archer D (2014) Research Note. Urban Parks and Tourism. *Annals of Leisure Research*. 9: 277-282.
- ATSO (2012) Antalya Ticaret ve Sanayi Odası. Antalya 2023 Arama Konferansı. <http://www.atso.org.tr/icerik/3/304/antalya-2023-vizyonu-aramakonferansi.html>. Erişim 3 Şubat 2016.
- Aydur M (2014) Peyzajın kentsel turizme etkisi, Antalya ve Brüksel kentlerinin karşılaştırılması. Lisans Bitirme Çalışması, Akdeniz Üniversitesi Peyzaj Mimarlığı Bölümü, Antalya.
- Central Park Conservancy (2016) <http://www.centralparknyc.org/> Erişim 12 Nisan 2016.
- Chaudhry P, Tewari VP (2010) Role of Public Parks/Gardens in attracting Domestic Tourists: An Example from City Beautiful from India. *Tourismos*. An international multidisciplinary journal of tourism 5(1): 101-109.
- Deng J, Arano KG, Pierskalla C, Mcneel J (2010) Linking urban forests and urban tourism: a case of Savannah, Georgia. *Tourism Analysis* 15(2): 167-181.
- European Commission (2000) Towards quality urban tourism, integrated quality management (IQM) of urban tourist destinations. http://ec.europa.eu/growth/tools-databases/newsroom/cf/itemdetail.cfm?item_id=915&lang=en Accessed 14 May 2016.
- KTB (2007) T.C. Kültür Ve Turizm Bakanlığı Türkiye Turizm Stratejisi 2023. <http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/Eklenti/906,tstratejisi2023p df>. Erişim 3 Ocak 2016.
- Ortaçeşme V (2016) Greening Heritage City Antalya. AIPH International Green City Conference, basılmamış bildiri, Antalya.
- Majumdar S, Deng J, Zhang Y, Pierskalla C (2011) Using contingent valuation to estimate the willingness of tourists to pay for urban forests: A study in Savannah, Georgia <http://www.sciencedirect.com>. Accessed 2 March 2016.
- San Francisco Recreation and Park (2016) <http://sfrecpark.org/> Erişim 12 Nisan 2016.
- Sherer PM (2006) The benefits of urban parks: Why America needs more city parks and open space. The Trustfor Public Land, (White Paper) https://eastshorepark.org/benefits_of_parks%20tpl.pdf Accessed 12 November 2016.