



Turizm Akademik Dergisi

Tourism Academic Journal

www.turizmakademik.com



Sürdürülebilir Turizm Açısından Alternatif Turizmin Önemi: Marmaris Örneği*

Mehmet MARANGOZ^a, Levent KARADAĞ^b

^a Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, İİBF, Muğla

^b Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Marmaris Turizm Meslek Yüksekokulu, MUĞLA

Öz

Sürdürülebilir turizm, son yıllarda sıklıkla incelenen önemli bir konudur. Turizm sektöründe, arzı oluşturan unsurlar arasında doğal, kültürel ve ekonomik kaynaklar yer almaktadır. Paket tur kavramı ve her şey dahil sistem ile birlikte yoğunlaşan ve artış gösteren talep, beraberinde birtakım olumsuzluklar getirmektedir. Bu bağlamda doğal, kültürel ve ekonomik kaynakların hızla tüketildiği görülmektedir. Turizm sektöründeki yoğun talep nedeniyle oluşan tüketim biçimi, söz konusu kaynaklar ile üretilen ürünlerin de son bulması anlamına gelecek ve belki de turizm sektörü açısından tehlikeli bir durum oluşacaktır. Kaynakların yok olmasının engellenmesi ve turizmin mümkün olduğunca daha geniş süreçlere yayılması için, turizmin sürdürülebilirliğinin sağlanması gerekmektedir. Bir bölgenin sahip olduğu bütün kaynakların (özellikle deniz, kum ve güneş kaynağı) kıt ve tükenbilir olduğu düşünüldüğünde, turistleri seyahate yönlendiren amaçların veya isteklerin değiştirilmesi suretiyle turistik ürünlerde çeşitlendirmeye gidilmesi bir yönüyle zorunluluk olmaktadır. Turizmin sürdürülebilir olması için, sektörün içinde yer alan bütün paydaşların katılımı sağlanmalıdır. Yöre halkı, turistler ve turizm çalışanları, turizm bölgelerinde sürdürülebilirlikte baş aktör konumundadırlar. Dolayısıyla paydaşların konu ile ilgili düşünceleri, tutumları ve algıları belirleyici durumdadır. Çalışmanın amacı da Marmaris gibi doğal güzelliklerin fazla olduğu turistik bölgede, uygulanması gereken alternatif turizm ürünlerini ortaya koymak, söz konusu alternatif turizm türlerine yönelik, turizm paydaşlarının (turistler, yöre halkı ve sektör çalışanları) düşüncelerini belirleyebilmektir.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilir turizm, turistik ürün çeşitlendirmesi, alternatif turizm, Marmaris.

Abstract

Sustainable tourism is an issue being studied quite often in recent years. In tourism sector; natural, cultural and economic sources exist among the constituents ingendering the supply. The demand increasing and intensifying together with the all inclusive system and the concept of package tour bring some negativism with themselves. In this regard; the natural, cultural and economic sources are seen to be consumed rapidly. The way of consumption because of the intensive demand in tourism sector will also mean the end of the productions generated by the aferomentioned sources and probably form a risky situation in terms of tourism. The prevention of disappearance of the sources and spreading tourism into wider processes require obtaining the sustainability of tourism. Seeing that the sources of a region (particularly the sources such as sea, sand and sun) are scarce and expendable, it has been a must in a way to try diversifying the kinds of touristic product and services by changing the aims and wants which direct tourists to travelling. The contribution of all partners in the sector must for the sustainability of tourism. The local people, tourists and workers in the sector are the leading actors in the sustainability in tourism regions. Therefore, the opinions, attitudes and perceptions of the partners related to the issue are in a determinant position. The aim of the this study is to be able to determine the ideas of tourism partners (tourists, local people and sector workers) towards aforementioned alternative tourism varieties and to reveal the alternative tourism productions that needs to be implemented in the touristic cities such as Marmaris which is full of natural beauties.

Keywords: Sustainable tourism, diversification of touristic product, alternative tourism, Marmaris.

JEL CODE: L83, Z32,Q01

Makalenin Geçmişi:

Gönderim Tarihi : 17.04.2017

Düzeltilme : 09.05.2017

Kabul : 06.06.2017

*Bu makale, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalında kabul edilen "Sürdürülebilir turizm stratejilerinin geliştirilmesinde turistik ürün çeşitlendirmesinin önemi: Muğla İli Örneği" başlıklı Doktora tezinden üretilmiştir.

Marangoz M. & Karadağ L. (2017). Sürdürülebilir Turizm Açısından Alternatif Turizmin Önemi: Marmaris Örneği, Turizm Akademik Dergisi, 4 (2), 29-40.

GİRİŞ

Sürdürülebilirlik, küreselleşen ve nüfusu sürekli artış gösteren dünyamız için oldukça önem arz eden bir kavram olarak ilgiyle incelenmektedir. Konuyla ilgili farklı boyutlarda ulusal ve uluslararası literatürde çeşitli çalışmalara rastlamak mümkündür (Angelkova ve ark, 2012; Cottrell ve ark, 2013; Ghaderi & Anderson, 2012; You & Zhang, 2017). Bununla birlikte farklı sektörlerin sürdürülebilirlikleri üzerine birbirinden önemli çalışmaların ortaya konulduğu görülmektedir.

Sürdürülebilirliğin tartışılmasının, beraberinde birçok konuyu gündeme getirdiği bilinmektedir. Sürdürülebilirlik, başlangıçta sadece kalkınma odaklı incelenirken, araştırmalar artıkça her bir sektörün, kendi içinde sürdürülebilirliklerinin incelendiği görülmektedir. Sürdürülebilir kalkınma (Yalçın, 2016), sürdürülebilir çevre (Novas ve ark, 2017), sürdürülebilir tarım (Caira & Ferranti, 2016), sürdürülebilir turizm (Çeken, ve ark, 2007) aklı gelen ilk konular arasında yer almaktadır.

Son yıllarda sürdürülebilir turizm üzerine yapılan çalışmalarda çevresel bazda karşılık kazanmaya yönelik söylemler ön plana çıkmaktadır. Çevreyi koruyan ve aynı zamanda bireylerin gereksinimlerinin karşılandığı ortak stratejiler üzerinde durulduğu görülmektedir (Stronza & Pégas, 2008).

Doğal, kültürel ve ekonomik kaynakların hızlı tüketilmesi, söz konusu kaynaklar ile üretilen ürünlerin de son bulması anlamına gelecek ve belki de sektör açısından çıkmaz bir durum oluşacaktır. Turistik ürün çeşitlendirmesi, sürdürülebilir turizmin sağlanması

hususunda, karşılıklı kazan stratejilerinin en temel yapıtaşları arasında yer almaktadır. Zira turizm sektörünün, klasik kitle turizminden farklı ve yeni alternatif turizme yönlendirilmesi, sürekli aynı kaynakların tüketilmesi probleminin nispeten giderilmesi anlamına gelmektedir. Türkiye'nin sahip olduğu kaynaklar düşünüldüğünde birbirinden kaliteli ve farklı, çok çeşitli alternatif turizm ürünleri oluşturmanın mümkün olduğu görülecektir.

I. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Türkiye'de ve dünyada gelişme gösteren en büyük hizmet kollarından birisi olarak kabul edilen turizm sektöründe, sürekli artış eğiliminde olan talep, beraberinde arz faaliyetlerinde çeşitliliği getirmeye başlamaktadır. Bir bölgenin sahip olduğu bütün kaynakların (özellikle deniz, kum ve güneş kaynağı) kıt ve tükenbilir olduğu düşünüldüğünde, turistleri seyahate yönlendiren amaçların veya isteklerin değiştirilmesi suretiyle turistik ürünlerde çeşitlendirmeye gidilmesi bir yönüyle zorunluluk olmaktadır.

Hem sürdürülebilirliği sağlama hem de turistik ürün değerliliğini yükseltebilme adına, turizm ile ilgili son yıllarda ortaya önemli fikirler atılmaktadır. Bu fikirlerin başında Türkiye'nin geniş coğrafi yapısı içerisinde yer alan önemli turizm cazibe merkezlerinin, turizmin tüm yıla yayılması ve turizmde ürün çeşitlendirmesini sağlaması amacıyla kullanılması gerekliliğidir (Duman ve ark, 2007).

Tablo 1: Kitle Turizmi ve Alternatif Turizmin Karşılaştırılması

Kitle Turizmi	Alternatif Turizm
Hızlı Gelişim	Yavaş Gelişim
Azami Kullanım	Yeter Düzeyde Kullanım
Çevreye Duyarsız	Çevreye Duyarlı
Kısa Dönemli	Uzun Dönemli
Uzaktan Kontrol	Yerinden Kontrol
İstikrarsız	İstikrarlı
Fiyat Odaklı	Değer Odaklı
Nicel	Nitel
Büyüme	Gelişme
Dönemsel Tatil Sezonları	Yıl Boyuna Yayılmış
Sezonda Yüksek Kapasite Kullanımı	Ortalama Kapasite Kullanımı
Her Yerde Turizm Gelişimi	Uygun Alanlarda Turizm Gelişimi
Büyük Turist Grupları	Küçük gruplar, Tek Seyahat Edenler
Belirli Programlar	Ani Kararlar
Turistler Yönlendirilir	Turistler Karar Verir
Rahat ve Pasif	Talepkar ve Aktif

Kaynak: Gartner, W.C., (1996), *Tourism Development: Principles, Processes, Policies*, New York: Van Nostrand Reinhold, s. 117.

Sürekli artış ve değişiklik gösteren turistik talepler farklı ürün tiplerinin oluşturulması gerekliliğini işaret etmektedir. Tercih edilebilir özellikleri bulunan bölgelerin artırılması ve bu bölgelere yönelik turizm faaliyetlerinin geliştirilmesi gerekmektedir. Dolayısıyla hem artan gereksinimleri karşılamak hem de turizm olayını sürekli kılabilmek adına alternatif turizm ürünleri üretebilmek en gerçekçi çözüm olarak görülmektedir (Özdemir, 2003).

Dünya üzerinde tatile çıkan bireylerin, tatil amaçları, yıllar içinde değişmeye başlamıştır. Klasik turizm anlayışı, yerini yeni turizm türlerine bırakmış durumdadır. Talep kısmında ortaya çıkan bu değişkenlik turizm sektöründe alternatif turizm fikrini güçlendirmiştir. Konuya Türkiye açısından bakıldığında, ülkemiz, hem doğal güzellikleri hem de tarihi yapısı ile alternatif turizmin beşiği olabilecek konumdadır. Başta mevsimsellik probleminin sıklıkla görüldüğü klasik turizm anlayışının, yerini, Türkiye'de de alternatif turizm türlerine bırakması artık kaçınılmaz görülmektedir (Hacıoğlu & Avcıkurt, 2008).

Potansiyel turistlerin, kitlesel turizm faaliyetlerinden artık keyif alamadığı düşünüldüğünde, kitle turizminde alınamayacak olan farklı duygular daha çekici olabilmektedir. Kalabalıkların bir araya geldiği yazlık plajlar, çocuklar ve yaşlılar ile doldurulan oteller insanları, kendileri için alternatif turizm türleri aramasına yöneltmektedir (Acır, 2010).

Bu bağlamda alternatif turizm türlerinin oluşturulmasında turistik ürün çeşitlendirmesi hususu dikkat çekmektedir. Kılıç ve Kurnaz (2010) çalışmalarında, turistik ürün çeşitlendirme kavramını, sürekli tüketilen turizm ürününden (deniz, kum ve güneş) farklı olarak, bir bölge ve bir sistemin sahip olduğu sosyal, kültürel, tarihi ve doğal varlıkların, turistler tarafından daha kolay erişilebilir hale getirilmesi ve bu varlıklar ya da değerlerin çeşitli işletmeler aracılığı ile hizmete açılması olarak ifade etmektedir.

Turistik ürün çeşitlendirmesinde etkili olan faktörler, genellikle seyahate çıkan turistlerin beklenti ve taleplerindeki değişkenlikler, pazarın rekabet içinde olması ve çevresel unsurlardır. Dolayısıyla bu unsurların dikkatlice incelenip, özellikle turistlerin istek ve gereksinimlerinin yönlendirilmek suretiyle, çevresel faktörleri de dikkate alarak, yeni turistik ürünler üretmek gerekmektedir (Yürük, 1999).

II. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Turistik ürün çeşitlendirmesi hususunda, Türkiye'nin Akdeniz çanağında bulunan rakip ülkelere oranla avantajları olduğu ifade edilebilir. Ancak bu avantajlı

duruma sahip turistik alanlar, birtakım ekonomik ve işletmecilik kaynaklı nedenlerle belki de yeterince ilgi görememektedir. Doğal kaynakların giderek tükenmesi ve geleneksel turizm türünün, kitlesel bir baskı unsuru oluşturması nedeniyle özellikle gelişmekte olan ve turizmden belirgin düzeyde gelir elde eden ülkelerde farklı turizm türlerine yönelim kaçınılmaz bir sonuç olacaktır.

Çalışmanın amacı, Marmaris gibi doğal güzelliklerin fazla olduğu turistik bölgemizde, sürdürülebilir turizm için uygulanması gereken alternatif turizm ürünlerini ortaya koymak ve söz konusu alternatif turizm türlerine yönelik, turizm paydaşlarının (turistler, yöre halkı ve sektör çalışanları) düşüncelerini belirleyebilmektir.

Çalışmanın örneklemini Marmaris ilçesi sınırları içindeki turistik bölgelerde yaşayan yerel halk, turizm çalışanları ve bu bölgeyi ziyaret etmiş olan yerli ve yabancı ziyaretçiler oluşturmaktadır. Araştırma kapsamı, Türkiye'deki bütün turistik bölgelerden veri toplamanın zaman ve maliyet açısından uygun olmaması sebebiyle Marmaris ile sınırlandırılmıştır. Marmaris'in seçilme nedeni sahip olduğu yüksek talep gücü, doğal ve kültürel kaynaklarının zenginliği ile bu noktalardan giriş yapan turist sayılarıdır. Turizm bakanlığı verilerine göre 2016 yılı itibarıyla Marmaris ili kara, deniz ve hava sınırlarından giriş yapan ziyaretçi sayısı 1.822.177 olarak belirlenmiştir. Bu misafirlerin 927,794'ü Dalaman havaalanı, 471.3422'si Bodrum havaalanı, kalan misafirleri ise Marmaris, Fethiye ve Datça limanlarından giriş yapmıştır (www.tuik.gov.tr, 2017).

Araştırma için soru formları oluşturulmuş ve bu soru formlarının turistlerin yoğun olduğu zaman dilimi olan yaz aylarında turistlerle, yöre halkıyla ve çalışanlarla, yüz yüze görüşülerek anketlerin doldurulması sağlanmıştır. Haziran - Eylül ayları arasında çalışma tamamlanmıştır. Araştırma için Marmaris'te turizmin yoğun olarak yaşandığı bölgelerde, daha önce ifade edilen paydaş grupları içerisinde yer alan katılımcılardan tesadüfi olarak 578 kişi ile görüşülmüştür. Görüşülen kişilerden 541'i ile soru formu doldurulmuş olup, doğru doldurulan 531 adet ile çalışma tamamlanmıştır.

Soru formunun geliştirilmesinde, Hwan-Suk ve Sırakaya'nın (2005) "Measuring of Resident's Attitude Toward Sustainable Tourism: Development of Sustainable Tourism Attitude Scale" çalışması, Biçici'nin (2013) "Datça Yerel Halkının Sürdürülebilir Turizm Gelişimine ve Turizm İşletmelerine Yönelik Tutumları" ve Özer'in (2012) "Destinasyon Tercihinde Pazarlama Karması Bileşenlerinin Rolü: Dalyan Örneği" araştırmalarından yararlanılmıştır.

III. BULGULAR

Güvenirlilik Analizi

Kullanılan ölçeklerin güvenilirliğini belirlemek amacıyla güvenirliliğin ölçülmesinde en çok kullanılan tekniklerden biri olan Cronbach Alpha analizinden yararlanılmıştır. Ölçekte yer alan her bir maddenin diğer maddelerle olan ilişkisinin bir katsayı ile ortaya konulduğu Cronbach Alpha yönteminde (Balci, 2011), Alpha katsayısı 0 ile 1 arası değerler almakta ve istatistiksel analizlerde alpha katsayısının en az 0,70 olması arzu edilmektedir. Alternatif turizm türlerinin turistik bölgelerde uygulanabilirliği ile ilgili görüşleri belirlemeyi amaçlayan 22 ifadeden oluşan ölçeğin Cronbach Alpha düzeyi 0,853 olarak tespit edilmiştir.

Tablo 2: Turistlere Ait Bilgiler (n: 192)

İfade	Sayı	Yüzde (%)	İfade	Sayı	Yüzde (%)
Medeni Durum	n	%	Cinsiyet	n	%
Evli	108	56,2	Erkek	83	43,2
Bekar	84	43,8	Kadın	109	56,8
Meslek			Yaş	n	%
Memur	14	7,2	18-27	45	23,4
Eğitimci	19	9,8	28-37	76	39,5
Doktor	35	18,2	38-47	55	28,6
Serbest Meslek	37	19,2	48-57	13	6,7
Ev Hanımı	16	8,3	> 51	3	1,5
Öğrenci	25	13,08			
Diğer	46	23,9			
Eğitim Düzeyi	n	%	Gelir Durumu	N	%
İlköğretim	8	4,1	800 TL ve altı	8	4,1
Lise	41	21,3	801-1600 TL	19	9,8
Önlisans	33	17,1	1601-2500 TL	48	25
Lisans	98	51,04	2501-4000 TL	68	35,4
Lisansüstü	12	6,2	4000 TL ve üstü	49	25,5

Katılımcılarla İlgili Bilgiler

Çalışmanın bu aşamasında, katılımcılar, paydaşlar arasında kategorize edilerek veriler tablolar halinde sunulmuştur. Sırasıyla turistlere, yöre halkına ve turizm çalışanlarına yönelik değerlendirmeler yapılmıştır.

a. Turistlerle İlgili Bilgiler

Katılımcılardan cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim durumu, gelir durumu bilgileri ve turizm sektöründe daha önce çalışıp çalışmadıkları ile ilgili genel bilgiler elde edilmiştir. Tablo 2 incelendiğinde, turistlere ait bilgiler görülmektedir. Ulaşılan katılımcı sayısının 192 olduğu görülmektedir. Katılımcılar içinde kadınların daha yoğun olduğu (% 56,8) görülmektedir. Eğitim düzeylerine bakıldığında ise lisans düzeyinde eğitime sahip olan katılımcıların katılımcılar içinde en yüksek orana sahip olduğu görülmektedir (% 51,04).

Katılımcıların yaşlarına baktığımızda 28-37 yaş aralığındaki katılımcıların (% 39,5) sayısal olarak çoğunluğu oluşturduğu görülmektedir. Medeni duruma bakıldığında evli katılımcıların (56,2) yüksek olduğu görülmektedir. Katılımcıların gelir durumlarına bakıldığında 1601-2500 TL arasında gelire sahip olan katılımcıların (27,1) daha fazla olduğu görülmektedir. Katılımcılardan elde edilen bir diğer bilgi mesleki bilgilerdir. Farklı meslek gruplarını içeren diğer seçeneği (% 23,9), en yüksek tercih edilen değişken olarak dikkat çekmektedir.

b. Yöre Halkıyla İlgili Bilgiler

Tablo 3 incelendiğinde, yöre halkına ait bilgiler görülmektedir. Ulaşılan katılımcı sayısının 137

olduğu görülmektedir. Katılımcılar içinde kadınların daha yoğun olduğu (% 62,1) görülmektedir. Eğitim düzeylerine bakıldığında ise lise düzeyinde eğitime sahip olan katılımcıların katılımcılar içinde en yüksek orana sahip olduğu görülmektedir (% 35,7). Katılımcıların yaşlarına baktığımızda 38-47 yaş aralığındaki katılımcıların (% 29,9) sayısal olarak çoğunluğu oluşturduğu görülmektedir. Medeni duruma bakıldığında evli katılımcıların (63,5) yüksek olduğu görülmektedir. Katılımcıların gelir durumlarına bakıldığında 801-1600 TL arasında gelire sahip olan katılımcıların (27) daha fazla olduğu görülmektedir. Katılımcılardan elde edilen bir diğer bilgi mesleki bilgilerdir. Farklı meslek gruplarını içeren diğer seçeneğinin (% 38,6), tercih edilmesi çekmektedir.

Tablo 3: Yöre Halkına Ait Bilgiler (n: 137)

İfade	Sayı	Yüzde (%)	İfade	Sayı	Yüzde (%)
Medeni Durum	n	%	Cinsiyet	n	%
Evli	87	63,5	Erkek	52	37,9
Bekar	50	36,5	Kadın	85	62,1
Meslek			Yaş	n	%
Memur	5	3,6	18-27	21	15,3
Eğitimci	5	3,6	28-37	38	27,7
Doktor	9	6,5	38-47	41	29,9
Serbest Meslek	49	35,7	48-57	13	9,4
Ev Hanımı	10	13,7	> 51	24	17,5
Öğrenci	6	4,3			
Diğer	53	38,6			
Eğitim Düzeyi	n	%	Gelir Durumu	n	%
İlköğretim	6	4,3	800 TL ve altı	18	13,1
Lise	49	35,7	801-1600 TL	37	27
Önlisans	31	22,6	1601-2500 TL	35	25,5
Lisans	43	31,3	2501-4000 TL	29	21,1
Lisansüstü	8	5,8	4000 TL ve üstü	18	13,1

c. Çalışanlarla İlgili Bilgiler

Tablo 4 incelendiğinde, çalışanlara ait bilgiler görülmektedir. Ulaşılan katılımcı sayısının 202 olduğu görülmektedir. Katılımcılar içinde erkeklerin daha yoğun olduğu (% 68,9) görülmektedir. Eğitim düzeylerine bakıldığında ise lise düzeyinde eğitime sahip olan katılımcıların katılımcılar içinde en yüksek orana sahip olduğu görülmektedir (% 43,06). Katılımcıların yaşlarına baktığımızda 28-37 yaş aralığındaki katılımcıların

(% 46,5) sayısal olarak çoğunluğu oluşturduğu görülmektedir. Medeni duruma bakıldığında bekar katılımcıların (62,9) yüksek olduğu görülmektedir. Katılımcıların gelir durumlarına bakıldığında 801-1600 TL arasında gelire sahip olan katılımcıların (40,5) daha fazla olduğu görülmektedir. Katılımcılardan elde edilen bir diğer bilgi mesleki bilgilerdir. Turizm mesleği (% 40,5), en yüksek tercih edilen meslek olarak dikkat çekmektedir.

Tablo 4: Çalışanlara Ait Bilgiler (n: 202)

İfade	Sayı	Yüzde (%)	İfade	Sayı	Yüzde (%)
Medeni Durum	n	%	Cinsiyet	n	%
Evli	75	37,1	Erkek	139	68,9
Bekar	127	62,9	Kadın	63	31,1
Meslek			Yaş	n	%
Memur	4	1,9	18-27	62	30,3
Eğitimci	9	4,4	28-37	94	46,5
Doktor	4	1,9	38-47	28	13,8
Serbest Meslek	38	18,8	48-57	13	6,4
Ev Hanımı	0	0	> 51	5	2,4
Öğrenci	16	7,9	Gelir Durumu	n	%
Turizmci	82	40,5	800 TL ve altı	2	0,009
Diğer	49	24,2	801-1600 TL	82	40,5
Eğitim Düzeyi	n	%	1601-2500 TL	37	18,3
İlköğretim	6	2,9	2501-4000 TL	53	26,2
Lise	87	43,06	4000 TL ve üstü	28	13,8
Önlisans	53	26,2			
Lisans	45	22,2			
Lisansüstü	11	5,4			

Tablo 5: Marmaris'te Alternatif Turizm Türlerinin Uygulanabilirliği

Sıra	İfadeler (n:531)	Ort.	S.s.	Sig.
1	Yat ve kruvaziyer	4,47	0,727	,000
2	Macera turizmi	4,32	0,716	,000
3	Gençlik turizmi	4,24	0,832	,000
4	Üçüncü yaş turizmi	4,11	0,775	,000
5	Kültür turizmi	3,99	0,969	,000
6	Spor turizmi	3,99	0,943	,000
7	Eko turizm	3,98	0,939	,000
8	Kongre turizmi	3,59	0,962	,000
9	Gastronomi turizmi	3,53	1,281	,000
10	Özel ilgi turizmi	3,36	1,231	,000
11	Av turizmi	3,31	1,147	,000
12	Botanik turizm	3,31	1,090	,001
13	Kırsal turizm	3,21	1,238	,000
14	Agro turizm	3,16	1,151	,000
15	Yayla turizmi	3,10	1,210	,000
16	Mağara turizmi	3,01	1,273	,000
17	Engelsiz turizm	2,76	1,180	,000
18	Golf turizmi	2,70	1,247	,000
19	Sağlık turizmi	2,70	1,225	,000
20	İnanç turizmi	2,69	2,297	,001
21	Hüzün turizmi	2,61	1,098	,000
22	Kış turizmi	2,50	1,317	,000

Tablo 6: Yerli Halka Göre Alternatif Turizm Türlerinin Uygulanabilirliği

Sıra	İfadeler	Ortalama	S.s.
1	Yat ve kruvaziyer	4,43	0,739
2	Macera turizmi	4,40	0,769
3	Kültür turizmi	4,25	1,040
4	Gençlik turizmi	4,12	1,000
5	Üçüncü yaş turizmi	4,10	0,946
6	Eko turizm	3,96	0,957
7	Gastronomi turizmi	3,95	1,071
8	Botanik turizm	3,84	1,006
9	Spor turizmi	3,78	1,067
10	Kırsal turizm	3,74	1,204
11	Özel ilgi turizmi	3,70	1,181
12	Av turizmi	3,67	1,127
13	Kongre turizmi	3,62	1,108
14	Mağara turizmi	3,56	1,255
15	Sağlık turizmi	3,52	1,405
16	Agro turizm	3,50	1,099
17	Yayla turizmi	3,36	1,245
18	Engelsiz turizm	3,11	1,237
19	Golf turizmi	3,10	1,146
20	İnanç turizmi	3,00	2,511
21	Hüzün turizmi	2,96	1,249
22	Kış turizmi	2,89	1,441

Tablo 5 incelendiğinde Marmaris ilçesinde ilk sırayı yat ve kruvaziyer turizminin (4,47) aldığı görülmektedir. Macera turizmi (4,32), gençlik turizmi (4,24) yine en fazla uygulanabilir olduğu düşünülen turizm türleri olarak ön plana çıkmıştır. Bununla birlikte birbirini destekler nitelikte üçüncü yaş turizmi (4,11) ile kültür turizmi (3,99) Marmaris'te uygulanabilir olarak ortaya konulan turizm türleri olarak belirlenmiştir.

Kış turizmi (2,50), hüznün turizmi (2,61) ve inanç turizminin (2,69) alt sıralarda kaldığı görülmektedir. Ayrıca sağlık turizmi (2,70), golf turizmi (2,70) ve Engelsiz turizm (2,76) yine paydaşlar tarafından tercih edilmeyen turizm türleri olarak dikkat çekmektedir.

Yine tabloda katılımcıların değerlendirmelerindeki farklılığın alternatif turizm türlerinin uygulanabilirliği ile ilgili görüşlerinde anlamlı bir sonuç yaratıp yaratmadığını ölçen analiz sonuçları sunulmuştur. Sonuçlara göre, paydaşların farklı alternatif turizm türlerinin Marmaris için uygun olduğunu tercihlerinde anlamlı bir farklılık görülmektedir.

Tablo 6'da, Marmaris'te yaşayan yöre halkı, turizmin sürdürülebilirliğinin sağlanması için uygulanması gereken alternatif turizm türlerinden, yat ve kruvaziyer turizmüne (4,43), macera turizmüne (4,40), kültür turizmüne (4,25), gençlik turizmüne (4,12) ve üçüncü yaş turizmüne (4,10) tercih sıralamasında üst sıralarda yer

vermiştir. Bununla birlikte kış turizmi (2,89) ve hüznün turizmi (2,96) ile ilgili ifadelerin ise beklendiği gibi en az oranda tercih edildiği görülmektedir. Burada dikkati çeken bir diğer detay, gençlik, kültür turizmleri ile üçüncü yaş ve macera turizminin ilk sıralarda yer almasıdır. Ayrıca yöre halkının inanç turizmi (3,00), yayla turizmi (3,36), engelsiz turizm (3,11) ve golf turizmi (3,10) türlerinde kararsız oldukları görülmektedir.

Tablo 7'de turistler açısından Marmaris'te uygulanabilecek alternatif turizm türlerinin değerlendirilmesi üzerine tercihler aktarılmaktadır. Marmaris'e tatile gelen turistler ile yöre halkının tercihleri kısmen benzerlikler görülse de, özellikle gastronomi turizmi ve kültür turizmi ile ilgili sonuçlar dikkati çekmektedir. Yöreyle tatile gelen turistler, alternatif turizm türleri arasında ilk tercihini kültürü turizmi (4,50) ile yaparken yine macera turizmini (4,35) ve yat ve kruvaziyer turizmini (4,19) üst sıralarda tercih etmişlerdir. Burada dikkat çeken detay ise daha önce de ifade edildiği gibi, yöresel lezzetlerin ön plana çıkarılabileceği gastronomi turizminin (4,11) beşinci sırada tercih edilmesidir. Turistler tarafından Marmaris ili genelinde uygun görülmeyen alternatif turizm türleri ise kış turizmi (2,57), inanç turizmi (2,63) ve hüznün turizmi (2,83) olarak belirlenmiştir.

Tablo 7: Turistlere Göre Alternatif Turizm Türlerinin Uygulanabilirliği

Sıra	İfadeler	Ortalama	S.s.
1	Kültür turizmi	4,50	0,698
2	Macera turizmi	4,35	0,779
3	Yat ve kruvaziyer	4,19	0,875
4	Üçüncü yaş turizmi	4,16	0,773
5	Gastronomi turizmi	4,11	0,938
6	Eko turizm	3,86	0,901
7	Spor turizmi	3,82	1,034
8	Botanik turizm	3,73	1,066
9	Kırsal turizm	3,71	1,182
10	Av turizmi	3,64	1,097
11	Gençlik turizmi	3,62	1,213
12	Agro turizm	3,48	1,143
13	Özel ilgi turizmi	3,47	1,173
14	Kongre turizmi	3,37	1,029
15	Yayla turizmi	3,34	1,079
16	Sağlık turizmi	3,21	1,381
17	Mağara turizmi	3,15	1,264
18	Golf turizmi	3,08	1,239
19	Engelsiz turizm	2,94	1,153
20	Hüznün turizmi	2,83	1,180
21	İnanç turizmi	2,63	1,050
22	Kış turizmi	2,57	1,371

Tablo 8: Çalışanlara Göre Alternatif Turizm Türlerinin Uygulanabilirliği

Sıra	İfadeler	Ortalama	S.s.
1	Yat ve kruvaziyer	4,40	0,850
2	Macera turizmi	4,27	0,812
3	Kırsal turizm	4,13	0,854
4	Kültür turizmi	4,11	0,891
5	Eko turizm	4,04	1,120
6	Gençlik turizmi	3,89	0,945
7	Gastronomi turizmi	3,88	1,170
8	Spor turizmi	3,75	1,089
9	Av turizmi	3,71	1,096
10	Üçüncü yaş turizmi	3,71	1,138
11	Botanik turizm	3,50	1,058
12	Özel ilgi turizmi	3,47	1,126
13	Kongre turizmi	3,44	1,154
14	Agro turizm	3,36	1,088
15	Mağara turizmi	3,31	1,258
16	Yayla turizmi	3,29	1,147
17	Sağlık turizmi	3,21	1,407
18	Engelsiz turizm	3,00	1,171
19	Golf turizmi	2,99	1,184
20	Hüzün turizmi	2,95	1,117
21	İnanç turizmi	2,78	1,230
22	Kış turizmi	2,72	1,445

Tablo 8'de çalışanlar açısından Marmaris'te uygulanabilecek alternatif turizm türlerinin değerlendirilmesi üzerine genel düşünceler aktarılmaktadır. Turizmin sürdürülebilir olması için gereken alternatif turizm türlerine sektör çalışanları açısından bakıldığında diğer paydaşlarla birlikte birtakım benzerlikler görülse de ilk beş tercihte yer alan turizm türlerinde farklı detaylar bulunmaktadır. Özellikle kırsal turizm (4,13) ile eko turizmin (4,04) hedef olarak gösterilmesi çalışanların sürdürülebilirliğe farklı bir bakış açısıyla yaklaşıklarını ortaya koymaktadır.

Yat ve kruvaziyer turizmi (4,40) ile macera turizminin (4,27) diğer paydaşlarla birlikte benzer olarak üst sıralarda yer alması yine bir diğer dikkat çeken ayrıntı olarak değerlendirilmektedir. Kış turizmi (2,72), inanç turizmi (2,78), hüzün turizmi (2,95) ve golf turizmi (2,99), turizm çalışanları tarafından Marmaris'e uygun görülmeyen turizm türleri arasında yer almaktadır.

IV. SONUÇ

Marmaris'te *yat ve kruvaziyer turizmi*, *macera turizmi*, *gençlik turizmi* ve *üçüncü yaş turizmi*, paydaşlar açısından uygulanması gereken turizm çeşitleri arasında yer almaktadır. Marmaris bölgesi, gençlik yaşantısına yönelik turizm çeşitleri ile bilinen bir yöredir.

Hali hazırda bulunan barlar sokağı, gençlere yönelik su sporları işletmeleri, gençlik turizmini ön plana çıkaran nedenler arasında düşünülebilir. Marmaris, marina çeşitliliği açısından da kayda değer bir yöredir. Bu bağlamda paydaşların yat ve kruvaziyer turizmi tercihleri, anlamlı görülmektedir. Yine ilçenin özellikle İçmeler ve Turunç bölgesi, iklim koşulları itibarıyla üçüncü yaş turizmine elverişli olduğundan söz konusu turizm türünün tercihler arasında olması, beklenen sonuçlar arasında yer almaktadır.

Yerli halk, Marmaris genelinde, *yat ve kruvaziyer turizmi*, *macera turizmi*, *kültür turizmi*, *gençlik turizmi* ve *üçüncü yaş turizmini*, uygulanması gereken turizm çeşitleri arasında tercih etmişlerdir. Yerli halkın alternatif turizm türleri arasında öne çıkan tercihleri, aslında genel olarak ortaya çıkan tercihleri de yansıtmaktadır.

Turistler, Marmaris genelinde, *kültür turizmi*, *macera turizmi*, *yat ve kruvaziyer turizmi*, *üçüncü yaş turizmi* ve *gastronomi turizmini*, uygulanması gereken turizm çeşitleri arasında tercih etmişlerdir. Turistlerin tercihleri arasında dikkat çeken ayrıntı gastronomi turizminin de eklenmesidir. Bu durumu, yöresel zenginliklere turistik faaliyetlerde daha fazla yer verilmesi gerekliliği olarak yorumlamak mümkündür. Ayrıca turistlerin tatillerinde klasik otel yemekleri ve içecek-

lerinin yerine gidilen yöreye ait, o yörenin sembolü niteliğinde olan yiyecek ve içecekleri tüketmeyi talep ettikleri de söylenebilir.

Turizm sektöründe çalışanlar ise Marmaris genelinde, *yat ve kruvaziyer turizmi, macera turizmi, kırsal turizm, kültür turizmi ve eko turizm*, uygulanması gereken turizm çeşitleri arasında yer almaktadır. Turizm sektöründe çalışanların alternatif turizm olayı üzerine tercihleri incelendiğinde, özellikle yörenin kırsal ve tarımsal arazilerinin de turizm faaliyetlerine katılması gerekliliği yönünde katılım gösterdikleri görülmektedir.

Marmaris ilçesi Türkiye'de turizm arzı noktasında, lokomotif şehirlerden birisi olarak dikkat çekmektedir. Ancak sahip olunan yatak kapasitesinin, sadece belirgin zamanlarda verimli kullanıldığı görülmektedir. Turizmin mevsimsellik sorunu, özellikle kıyı yörelerde ciddi problemler çıkarmaktadır. Kapasitenin verimli kullanılmaması, sektörde çalıştırılabilecek kalifiye personelin, on iki ay çalışabilecekleri diğer sektörlere yönelmesi, sadece deniz kum güneş ekseninde stratejiler geliştirilmesi, girişimcilik açısından ciddi sorunlar arasında yer almaktadır.

Her şey dahil sistem, turistleri tatilleri boyunca otellerinde tutmakla birlikte, belirli nitelikte kaynakların sezon boyunca agresif bir şekilde tüketilmesine neden olmaktadır. Söz konusu sistemde turist, yöreyi tanımadan farklı turistik ürünleri göremeden ve hatta ekstra başka hiçbir harcama yapmadan yaşadığı yere geri dönmektedir. Bu noktadan hareketle çalışmamızda yer alan ve paydaşlar tarafından uygulanması gerektiği düşünülen farklı turistik ürünlere, girişimcilerin ivedilikle yönelmesinde fayda görülmektedir.

İşletmelerin stratejik açıdan pazarlama çalışmaları arasında yer alan pazar bölümlendirme ve hedef pazar seçimi gibi nedenlerle, bir işletmede sınırlı sayıda turistik ürün arzı oluşturulduğu bilinmektedir. Ancak yine de turistik işletmelerin, tesis içerisinde sundukları ürünleri, çalışanların belirttikleri tercihleri de dikkate alarak geliştirmeleri fayda sağlayacaktır. Bu sayede farklı ülkelerden, değişik turist tiplerinin de tesise ve bölgeye çekilmesi mümkün olacaktır. Örneğin konaklama işletmeleri, yeni ve farklı konseptler geliştirerek, değişik ürünlere yönelimi artırabilirler. Evlilik konsepti, çocuklu ailelere yönelik uygulamalar, yöresel ürünlerin sergilendiği çalışmalar, deniz kum güneş ekseninin dışında, yörenin sahip olduğu kültürel değerlere geziler gibi yeni girişimler sürdürülebilirlik açısından farklılık yaratacak uygulamalar olabilir.

Turizm aktivitesi eğlenme ve dinlenmenin yanında kuşkusuz farklı kültürleri tanıma amacıyla da gerçekleştirilmektedir. Bu bağlamda, yeni kültürler tanımak amacıyla tatillerini ülkemizde geçiren yabancı misafir-

lere, sahip olduğumuz yöresel gelenek, görenek, kültürel yapımız ve mutfağımız aktarılmalıdır. Özellikle gastronomik seyahatlerin gelişmesiyle ilgi gören yöresel mutfaklar, yeni bir turistik çekicilik olarak kullanılabilir. Kahvesinden, otlarına, et yemeklerinden tatlılarına oldukça zengin olan Türk Mutfağı, gastronomi turizmi açısından oldukça etkili bir unsur olabilir. Dolayısıyla sürdürülebilirlik açısından yöresel mutfaklara dayalı farklı turizm arzı geliştirilerek kullanılmalıdır.

Turizm destinasyonlarında, girişimcilik açısından sürdürülebilirliğin sağlanması için yörede faaliyet göstermek isteyen girişimci adaylara yönelik bir koordinasyon veya danışma merkezi kurulmalıdır. Söz konusu merkezde, taşıma kapasitesinin belirlenmesine yönelik çalışmalar yapılmalıdır. Ekonomik, sosyolojik, ekolojik ve fiziksel taşıma kapasiteleri, konunun uzmanları ile birlikte tespit edilerek girişimcilere konu ile ilgili bilgi aktarımı yapılmalıdır. Yine bu merkez ile birlikte, turistik bir yöreye girişimci olmak isteyenlere, yer tahsisinden, kredi kullanımına, devlet teşviklerinden, turistik işletme belgesinin teminine kadar tüm bürokratik işlemlerde destek verilmelidir.

Çalışma bulgularında görüldüğü gibi, Marmaris genelinde, yat ve kruvaziyer turizmi, kültür turizmi, üçüncü yaş turizmi, gençlik ve macera turizmi paydaşlar tarafından tercih edilmiştir. Dolayısıyla turizm girişimcilerinin, yörede turizmin on iki aya yayılmasını ve kuracakları yatırımların verimli olarak çalışmasını sağlayabilmek için paydaşların tercihlerini dikkate alması gerekmektedir. Devletin, liman ve marina yatırımlarındaki artışı desteklediği düşünüldüğünde ve Marmaris ilinin en uzun kıyı şeridinde sahip olan illerden birisi olduğu dikkate alındığında yat ve kruvaziyer turizmüne yönelik turizm yatırımlarının geliştirilmesi gerekmektedir.

Mevcut bulunan doğal, tarihi ve kültürel değerler, tek başına turizmin sürdürülebilir olmasına yetmeyecektir. Paydaşların bu konuda tam katılımının sağlanması, alternatif turizm türlerinin geliştirilmesine ve bu yönde yeni pazarlar oluşturulmasına katkı sağlayacaktır.

Sayıları 40 milyonu bulan ve her yıl artış göstermesi öngörülen turistlerin beklentilerinde kuşkusuz, farklılıklar görülecektir. Söz konusu farklı turist talepleri de detaylı bir şekilde incelenerek, gereksinim ve istekleri önceden ortaya konulmalıdır. Hatta modern pazarlama gereğince istek ve gereksinimleri doğru kanallara yönlendirilmelidir.

Turizmin sürdürülebilirliği üzerinde etkin rolü olan paydaşlar arasında kuşkusuz turizm çalışanlarının önemli bir yeri vardır. Ancak kitle turizmine yönelik çalışan işletmeler, yılın belirli aylarında personel istihdamı gerçekleştirdiğinden, turizmde nitelikli çalı-

şanın bulunması kronik bir problem olarak karşımıza çıkmaktadır. Nitelikli personelin, yılın on iki ayı istihdam edileceği sektörlere kaçması alışılmış bir sonuçtur. Personel devir hızının bu kadar sık görüldüğü özellikle yazlık yörelerde, turizmin sürdürülebilirliği konusunda da sorunlar çıkacağı aşikârdır. Buradan hareketle farklı turizm türlerine yönelecek ve yılın her ayı çalışabilecek işletmelerin, nitelikli personeli bünyesinde tutabileceği düşünülebilir. Dolayısıyla alternatif turizm ürünlerinin sunulması ile nitelikli personelin çalıştırılabilmesi arasında doğru bir orantı olduğu söylenebilir.

Yine çalışanlar ve girişimciler açısından bir diğer önemli husus, belirli bir turizm eğitimine ve sürdürülebilirlik bilincine sahip olmayan kişilerin sektörde istihdam edilmesidir. Konuyla ilgili olarak ivedilikle çalışanların örgütlenmesi ve bir meslek yasası çıkarılması hususunda gereken dinamikleri çalıştırması gerekmektedir. Bir turizm işletmesinin belirli bir yüzdesi diplomalı ve nitelikli turizm eğitimi almış bireylerden sağlanmalıdır. Turizmin sürdürülebilirliği açısından nitelikli ve bilinçli personelin istihdam edilmesi yadsınamaz bir gerçekliktir.

Yöre halkı, paydaşlar arasında turizmin olumsuz etkilerine en çok maruz kalan gruplar arasında yer almaktadır. Döviz girdisi yüzünden gelişen enflasyonist yapı, mevsimsellik nedeniyle özellikle belirli dönemlerde, tüketim malzemelerinin arzında görülen azalma, kültürel yapının korunamayıp değişmesi ve hatta dönüşmesi gibi nedenlerle yöre halkı dezavantajlı duruma düşmektedir. Bu ve benzeri olumsuz etkilerin minimuma indirilerek yöre halkının turizm aktivitelerine katılımının sağlanması gerekmektedir.

Yörede turizmin sürdürülebilir olabilmesi için tüm paydaşların görevler aldığı turizm konseyleri, kent konseyleri ve benzeri sivil örgütlenmelere gereksinim duyulmaktadır. Marmaris il genelinde ve alt destinasyonlarda, sektörü iyi bilen, tecrübeli ve nitelikli paydaşlardan oluşan bu yapılarda, turizm planlamasına yönelik ve gelecekte uygulanabilecek faaliyetlere yönelik makro ve mikro ölçekte kararlar alınabilir. Yine bu konseyler, işletmelerin, çevresel ve taşıma kapasitesi anlamında olumsuzluk teşkil edebilecek uygulamalarını denetleme noktasında sorumluluklar alabilir.

Turizmden elde edilen ekonomik kazanımlar düşünüldüğünde, sektörden tam olarak faydalanılabilmemesi için devletin kazançlarından yeniden sektöre dönüşümler sağlanmalıdır. Uluslararası pazarlar dikkatle incelenerek, çağın gerisinde kalmayan yeni ve modern eğilimler sektöre kazandırılmalıdır. Devlet, turizm pazarındaki ciddi rakipleri de göz önünde bulundurarak, girişimcileri ayakta tutabilecek atılımlarda bulunmalıdır.

Farklı turizm türlerinin geliştirilmesi, sürdürülebilir turizmin olmazsa olmazlarından. Dolayısıyla turistik ürünün çeşitlendirilmesi adına, geçmiş yıllarda çıkarıldığı gibi yeni birtakım teşvikler ve yasal uygulamaların geliştirilmesi gerekmektedir. Yöresel ürünlerle yapılacak turizm faaliyetlerinde vergi indirimi, kültürel mirasların korunarak turizm tesislerinin kazandırılması hususunda arazi tahsisi gibi alternatif teşvik modelleri üzerinde çalışılmalıdır.

Yeni girişimcilere izin verilirken ve turizm planlamaları yapılırken, yörenin taşıma kapasitesine önem verilmesi gerekmektedir. Söz konusu yatırımlar ve planlamalar yapılırken, yöre halkının yaşayabileceği mağduriyetler düşünülmeli ve uzun vadede çözümleri ile birlikte kararlar verilmelidir. Marmaris yöresinde sıklıkla karşılaşılan sorunlar arasında yöre halkına ait halk plajlarında belirgin bir azalma, yöre insanına yönelik çay bahçesi ve sosyal alanlarda yok olmaya doğru gidilmektedir. Bu sorun yöre halkının turizmin geleceği ile ilgili ciddi şekilde olumsuz düşünmesine yol açacak ve belki de yörede turizmin işlerliği kaybolmaya başlayacaktır.

KAYNAKÇA

Acır, E. (2010). *Türkiye'de Gençlik Turizmi Potansiyelinin Geliştirilmesi ve Çözüm Önerileri*. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Ankara: Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi.

Angelkova, T., Koteski, C., Jakovlev, Z. & Mitrevska, E. (2012). Sustainability and Competitiveness of Tourism, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 44: 221-227.

Balcı, A. (2011). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntem, Teknik ve İlkeler*. Ankara, Pegem Akademi Yayınları.

Biçici, F. (2013). Datça Yerel Halkının Sürdürülebilir Turizm Gelişimine ve Turizm İşletmelerine Yönelik Tutumları. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 19-36.

Caira, S. & Ferranti, P. (2016). Innovation for Sustainable Agriculture and Food Production, *Reference Module in Food Science*, Italy.

Cottrell, S.P., Vaske, J.J. & Roemer, J.M. (2013). Resident Satisfaction with sustainable tourism: The Case of Frankenwald Nature Park, Germany. *Tourism Management Perspectives*, 8: 42-48.

Çeken, H., Karadağ, L. & Dalgın, T. (2007). Kırsal Kalkınmada Yeni Bir Yaklaşım Kırsal Turizm ve Türkiye'ye Yönelik Teorik Bir Çalışma. *Artvin Çoruh Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 8(1): 1-14.

Duman, T., Kozak, M. & Uysal, M. S. (2007). Turizmde Ürün Çeşitliliği Yoluyla Ürün Değeri Oluşturma: Türkiye'deki Arz Kaynakları Üzerine Bir İnceleme. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 18(2): 206-214.

Gartner, W. C. (1996). *Tourism Development: Principles, Processes, Policies*. New York: Van Nostrand Reinhold.

Ghaderi, Z. & Henderson, J.C. (2012). Sustainable Rural Tourism in Iran: A Perspective From Hawraman Village. *Tourism Management Perspectives*, 2-3: 47-54.

Hacıoğlu, N. & Avcıkurt, C. (2008). *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi*. Ankara: Nobel Yayınları.

Hwan-Suk, C. C. & Sırakaya, E. (2005). Measuring Residents' Attitude toward Sustainable Tourism: Development of Sustainable Tourism Attitude Scale. *Journal of Travel Research*, 380-394.

Kılıç, B. & Kurnaz, A. (2010). Alternatif Turizm ve Ürün Çeşitliliği Oluşturmada Ekolojik Çiftlikler: Pastoral Vadi Örneği. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 2(4): 39-56.

Novas, N., Gázquez, J.A., MacLennan, J., García, R.M., Fernández-Ros, M. & Agugliaro, F. M. (2017). A Real-Time Underground Environment Monitoring System for Sustainable Tourism of Caves. *Journal of Cleaner Production*, (142)4: 2707-2721.

Özdemir, D. (2003). Yeniden Canlandırma Projelerinde Kültür, Turizm ve Emlak Piyasaları Üzerine Kurulu Stratejilerin, Başarı(sız)lıkları Koşullarının İncelenmesi. *Kentsel Dönüşüm Sempozyumu, 11-13 Haziran*. İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi.

Özer, Ö. (2012). Destinasyon Tercihinde Pazarlama Karması Bileşenlerinin Rolü: Dalyan Örneği. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 163-182.

Stronza, A. & Pegas, F. (2008). Ecotourism and Conservation: Two Cases from Brazil and Peru, *Human Dimensions of Wildlife*, 13 (4): 263-279.

Yalçın, Z. (2016). Sürdürülebilir Kalkınma İçin Yeşil Ekonomi Düşüncesi ve Mali Politikalar, Çankırı Karatekin Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi, 6(1): 769-775.

You, H. & Zhang, X. (2017). Sustainable Livelihoods And Rural Sustainability In China: Ecologically Secure, Economically Efficient Or Socially Equitable?. *Resources, Conservation and Recycling*, (120): 1-13.

Yürük, E.Ö. (1999). *Türk Turizminin Dünya Turizmine Entegrasyonunda Turistik Ürün Politikaları*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.

www.tuik.gov.tr, Erişim Tarihi: 10.02.2017.

Extensive Summary

THE IMPORTANCE OF ALTERNATIVE TOURISM FOR SUSTAINABLE TOURISM

Mehmet MARANGOZ, Levent KARADAĞ*

Sustainable tourism is an issue being studied quite often in recent years. In tourism sector; natural, cultural and economic sources exist among the constituents ingendering the supply. The demand increasing and intensifying together with the all inclusive system and the concept of package tour bring some negativism with themselves. In this regard; the natural, cultural and economic sources are seen to be consumed rapidly.

The way of consumption because of the intensive demand in tourism sector will also mean the end of the productions generated by the aforementioned sources and probably form a risky situation in terms of tourism. The prevention of disappearance of the sources and spreading tourism into wider processes require obtaining the sustainability of tourism.

Seeing that the sources of a region (particularly the sources such as sea, sand and sun) are scarce and expendable, it has been a must in a way to try diversifying the kinds of touristic product and services by changing the aims and wants which direct tourists to travelling.

The contribution of all partners in the sector must for the sustainability of tourism. The local people, tourists and workers in the sector are the leading actors in the sustainability in tourism regions. Therefore, the opinions, attitudes and perceptions of the partners related to the issue are in a determinant position.

The aim of the study is to analyse alternative tourism, to be able to determine the ideas of tourism partners (tourists, local people and sector workers) towards aforementioned alternative tourism varieties and to reveal the alternative tourism productions that needs to be implemented in the touristic cities such as Muğla which is full of natural beauties.

The sample of the study consists of local people who living in touristic areas within the borders of Marmaris, tourism workers and domestic and foreign visitors who visited this region. The scope of the research is limited to Marmaris because it is not appropriate in terms of time and cost to collect data from all touristic regions in Turkey. The reasons for Marmaris's election are

the power of demand, natural and cultural resources ve potential tourists.

According to the Ministry of Tourism's data, the number of visitors arriving from land, sea and air borders in Marmaris province by 2016 has been determined as 1,822,177. 927,794 of them were Dalaman airport, 471,342 of them were Bodrum airport and the remaining guests were from Marmaris, Fethiye and Datça ports have entered the country (www.tuik.gov.tr, 2017).

Questionnaires have been prepared for the research and These questionnaires were filled in face-to-face interviews with tourists, local people and employees during the summer months when there were many tourists. The research has been completed between June and September. For the research, participants in the stakeholder groups were randomly interviewed with 578 people in regions where Marmaris had been heavily touristized. The questionnaire was completed with 541 of the interviewed persons and the study was completed with 531 correctly filled.

Local people preferred that, *yacht and cruise tourism, adventure tourism, cultural tourism, youth tourism and third-year tourism* as the type of tourism in Marmaris. The preferences of the local people among the alternative tourism types reflect the general preferences.

Tourists preferred that, *cultural tourism, adventure tourism, yacht and cruise tourism, third-year tourism and gastronomic tourism* as the type of tourism in Marmaris. The attention to detail of the preferences of tourists is the addition of gastronomic tourism. It is possible to interpret this as the necessity of giving local riches more space in touristic activities. It can also be said that tourists are demanding to consume food and beverages which are symbolic of the place where the traditional hotel food and beverages are served instead of the hotel.

Employees in the tourism sector preferred that, *yacht and cruise tourism, adventure tourism, rural tourism, cultural tourism and eco tourism* as the type of tourism in Marmaris. When the preferences of the employees in the tourism sector on the alternative tourism event are examined, it is observed that especially rural and agricultural landscapes of the region are also required to participate in tourism activities.

* Corresponding author at: Muğla Sıtkı Koçman University, Marmaris Tourism Vocational School.E-Mail Adress: leventk@mu.edu.tr