



Turizm Akademik Dergisi

Tourism Academic Journal

www.turizmakademik.com



Urla'da (İzmir) İkinci Konutların Değerlendirilmesine Yönelik Nitel Bir Araştırma*

Volkan ZOĞAL**^a, Gözde EMEKLİ^a

^a Ege Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, İZMİR

Öz

İkinci konutların mekânsal dağılımları, uluslararası boyutu, etkileri ve turizmde değerlendirilmesi farklı bilim dallarının araştırma konusu olmuştur. Coğrafyacıların da son dönemlerde konuyla ilgili çalışmaları mevcuttur. Bu çalışmada, Urla'da ikinci konutların gelişimi ve coğrafi dağılışı, ikinci konut alanı olarak Urla'nın tercih edilmesinin nedenleri, ikinci konutların ekonomik, sosyal ve çevresel etkileri, kullanım durumları ve turizmde değerlendirilmesinde konut sahiplerinin görüşlerine odaklanılmıştır. Bu amaçla yapılandırılmış görüşme formu hazırlanarak 15 konut sahibiyle görüşme yapılmış ve elde edilen verilere betimsel analiz uygulanmıştır. Katılımcıların Urla'yı tercih etmelerindeki en önemli 3 etken, "doğal güzellik", satın alınan konutun "ekonomik olması" ve Urla'nın "İzmir'e olan yakınlığı" dır. Çoğunlukla yaz ve bahar aylarında 3-6 ay süreyle kullanılan ikinci konutların olumlu etkileri konusunda "ekonomik canlılık" yaratması vurgulanırken, "kalabalıklaşma" ve "doğaya zarar verilmesi" ise olumsuz etkiler olarak karşımıza çıkmaktadır. Konutlarını paylaşmak isteyen katılımcıların temel motivasyonları; yeni insanlar ve yeni kültürler tanımak, yeni arkadaşlıklar ve dostluklar edinmek ayrıca Urla'yı ve İzmir'i tanıtmak iken konutlarını paylaşmak istemeyen katılımcıların temel gerekçesi ise evlerinin paylaşımına uygun olmadığı düşüncesidir.

Anahtar Kelimeler: Turizm coğrafyası, ikinci konutlar, betimsel analiz, Urla.

Abstract

The spatial distribution, its' international scope, effects and consideration for touristic purposes of second homes have been a subject of study for several scientific disciplines. Recently, geographers have also conducted studies on this issue. This research is focused on the development and geographical distribution of second homes in Urla (Izmir), the reasons of the preference, economic, social and environmental effects of second homes, duration of use and consideration of these residences as touristic purposes by participants. For this purpose, interviews have held with 15 participants. Descriptive analysis has performed on the data. The three most important factors that made Urla preferred were seen to be the "natural beauty", "economical" side of the purchased property and Urla's "closeness to Izmir". There is a 3-6 months of use. The first thing that stands out about the positive effects of secondary housing is the "economic vitality". "Crowding" and "damage to nature" are the two main problems that were pointed out in the answers to the negative effects. The main motivations of the participants who want to share their homes were found to be get to know new people and new cultures and to make new friendships and also to advertise Urla and Izmir. The main reason for the participants who do not want to share their homes is the limited availability of their homes.

Keywords: Tourism Geography, second homes, descriptive analysis, Urla.

JEL CODE: L83, O15, O18

Makalenin Geçmişi:

Gönderim Tarihi : 27.12.2017

Düzeltilme : 28.02.2018

Kabul : 09.04.2018

Zoğal, V. & Emekli, G. (2018). Urla'da (İzmir) İkinci Konutların Değerlendirilmesine Yönelik Nitel Bir Araştırma, Turizm Akademik Dergisi, 5 (1), 189-204.

* Bu makale, Volkan Zoğal'ın Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde hazırlanan "Urla'da (İzmir) İkinci Konutların Turizm Coğrafyası Yaklaşımıyla Değerlendirilmesi" başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

** Sorumlu yazar e-posta: volkan.zogal@ege.edu.tr

GİRİŞ

Beşeri coğrafyanın, insanların kendi aralarında ki ve insanlarla onları çevreleyen mekân arasındaki ekonomik, sosyo-kültürel ve siyasi ilişkilerin kalıpları ve sonuçlarıyla ilgili olduğu kabul edilirse, dünya genelinde milyonlarca gezginin katıldığı bir göç hareketi olan “turizm” kavramını, beşeri coğrafyanın görmezden gelmemesi gerekmektedir (Williams 2009: 3). Nitekim coğrafyacılar ve çeşitli coğrafya kurumları, uzun zamandır çeşitli şekillerde turizm araştırmalarına katkıda bulunmaktadır (Hall & Page 2012). Turizm faaliyetlerinin çevresel, ekonomik ve sosyo-kültürel etkileri önemli boyutlara ulaştığı bilinmektedir (Haley, Snaith & Miller 2005; Wall & Mathieson 2006; Mason 2016). Turizm faaliyetlerinin ortaya çıkardığı hareketlilikler, turizmin en önemli çekici unsuru olan kıyılarda meydana gelen yoğun yapılaşma, farklı turistik destinasyonlarda taşıma kapasitesinin aşılması ve yoğun talebin bir sonucu olarak doğal ve kültürel çevrede meydana gelen bozulmalar turizm konusunda coğrafi araştırmaların önemini artırmıştır. 1980’lerde ve 1990’larda tatil yörelerinin tanımlanması popüler konular iken zamanla, mekânın üretimi, mekânın pazarlanması ve yeniden merkezileşme gibi konular turizm alanında önem kazanmaya başlamıştır (Richards, 2017: 169). Turizm ve mekân arasındaki ilişki, sadece coğrafyacıların değil diğer bilim dallarından araştırmacıların da ilgisini çekmiştir. Nitekim bir sosyolog olan Urry (2009) “Turist Bakışı” adlı kitabında, tarihsel süreç içerisinde farklı toplumlarda turist bakışının nasıl değiştiğini ve bu bakışı inşa eden süreçlerin mekânlar açısından ne gibi sonuçlar doğurduğunu incelemiştir.

İkinci konutların yer seçimi ve gelişimi, mekânsal ve ekonomik etkileri, turizm sektöründe kullanılabilirliği ile ikinci konut sahipliğinin uluslararası boyutları ve sosyal ağlar üzerinden paylaşımına bağlı olarak, geleneksel konaklama olanaklarına bir alternatif olarak konaklama olanağı sağlaması, turizm coğrafyasının geniş çalışma konuları içerisinde değerlendirilebilecek niteliktedir. Turistler ve yerel halk arasındaki ilişki, bu ilişki sonucu oluşan yeni mekânlar ve etkiler de ayrıca dikkat çekici bir hale gelmiştir. “Airbnb”, “Couchsurfing” ve “HomeExchange” gibi ev ve oda paylaşımlarının yapılabildiği sosyal ağların büyümesi, turizmin geleneksel görünümünü değiştirmekle birlikte, yerel halk üzerinde de önemli değişimlere sebep olmuştur. Ağ toplumunda, turistler kendi turizm deneyimlerini oluşturma konusunda aktif olarak yer almaya başlamıştır. Böylelikle mekân, sosyal bir ürün olarak ortaya çıkmıştır. Richards (2014) bu konuya odaklanarak, turizmde yerellik konusunun etkilerini ve bu konunun turizmin geleceğini nasıl etkileyebileceği konusunda fikir yürütmüştür.

Turistlerin deneyimlerinin sağlayıcısı konumuna yükselen yerel insanlar, aynı zamanda artan konaklama ihtiyacını karşılayan kişiler konumuna yükselmişlerdir. İlişkisel mekânların gelişimi ve artışı, yeni tip konaklamaların da gelişimine yol açmıştır. Turistlerin yerel gibi yaşama isteği, yerelin üretici konumuna yükselmesi ve para kazanma isteği yeni bir eğilimi ortaya çıkarmıştır. Geleneksel turizmin halktan kopuk kapalı turizm mekânları değiştirken, turistler de sadece “ekonomik kazanç” görünümünden sıyrılarak “kültür paylaşımcısı” ve “yaratıcı sınıf” konumuna geçmiştir. Hem ek gelir elde etmek isteyen hem de farklı insanları ve kültürleri yakından tanımak isteyen insanlar daimi olarak yaşadıkları evlerinin bir bölümünü ya da dönemsel olarak kullandıkları ikinci konutlarını turizm sektörüne sokarak paylaşıma açmışlardır.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Alanyazında, ikinci konut kavramına ilişkin farklı araştırma alanlarında yapılmış birçok tanım bulunmaktadır. İkinci, ikincil ya da tatil konutu olarak ifade edilen kavram, İngilizcedeki “second homes”, “secondary homes” ve “vacation homes” ifadelerine karşılık gelmektedir. Burada vurgulanan “ikinci” kelimesi, kişinin sahip olduğu konutun sırasını değil, kullanımda yüklendiği karakteristikleri ve belirli süreler zarfında konaklanan, asıl konut dışında tatil için kullanılan konut tipini açıklamaktadır (Arkon 1989).

Bu noktada ikinci konutlara yönelik yapılan farklı tanımlamalara bakıldığında; Keleş (1980: 58), *bir kimsenin sürekli yaşadığı evinden ayrı dinlencelerinde ya da kısa süreli gezilerinde kullanılan konut tipi*, Arkon (1989: 9), *rekreatif amaçlarla uzun dönem için kiralanın veya satın alınan bir başka yerde oturan kullanıcının zaman içinde yaşadığı konut*, Manisa (2007: 16) ise; *ikame edilen yerden başka bir yerde bulunan, yılın belirli dönemlerinde rekreatif amaçlarla kullanılan, doğal ya da kültürel çekiciliği yüksek yerlerde (akarsu, göl, kaplıca, deniz kıyısı vb.) inşa edilen, turizm ile bütünleşmiş ve emlak yatırım özelliği bulunan sabit bir mülk şeklinde tanımlanmışlardır*. Hall & Müller’e (2004: 4) göre ikinci konutlar; rekreasyonel konutlar, tatil konutları, yazlık konutlar, kır evi ve hafta sonu evleri olarak da adlandırılmakta olup, ikinci konut kavramını diğer ifadeleri de kapsayan daha geniş bir kavram olarak kullanmışlardır. İkinci konutlar sadece hareketli olmayan, sabit bir mülk olarak ele alınmamış, yarı hareketli olarak karavanlar, çadırlar ve hareketli tekne ve botlar da ikinci konut olarak değerlendirmiştir. Nitekim araştırma alanında yarı hareketli ikinci konut olarak değerlendirilen karavanların, ikinci konut amacıyla kullanıldığı gözlenmiştir (Fotoğraf 1 ve 2).



Fotoğraf 1 ve 2. Urla'da yarı hareketli ikinci konut örneği olarak “karavanlar”

Son yıllarda ikinci konutların sayıca artması ve buna bağlı olarak etkilerinin de artış göstermesi, *turizmcilerin*, şehir ve bölge planlamacılarının, mimarların, ekonomistlerin, işletmecilerin ve hukukçuların araştırmalarında ikinci konut kavramının sıkça yer bulmasını sağlamıştır. Dünyada yapılan araştırmaların önemli bir kısmı “ikinci konutlar ve turizm” temelinde yürütülürken (Hall & Müller 2004; Marjavaara 2008; Roca 2013; Adamiak vd. 2015) bir diğer bölümü “ikinci konutların etkileri” konusunu ele almaktadır (Hiltunen 2007; Hoogendoorn & Visser 2010; Rye 2011; Roca, Roca & Oliveira 2011; Long & Hoogendoorn 2013).

Küreselleşme ile birlikte ikinci konut gelişiminin uluslararası boyutu önem kazanmıştır. Coğrafyacı Müller (2002a, 2002b), bu konuya odaklanmıştır. Müller, 1991-1996 yılları arasında, İsveç'te ikinci konut sahibi olan Almanların sayısının 1500'den 5500'ün üzerine çıktığını belirtmiştir. Marjavaara & Lundholm (2014), “ikinci konut sahibi olmak ileriki zamanlarda o bölgeye göçü tetikleyebilir mi?” sorusuna yanıt aramışlar ve ikinci konut sahibi olmanın sonraki dönemlerde göçü tetiklediğine ulaşımlardır. Benzer bir konuda İsveç'te 1991-2005 yılları arasında rekreasyonel konutlara olan göçü araştıran Müller & Marjavaara (2012), ikinci konutları göç ve turizm arasındaki bir bağlantı unsuru olarak görmekteyler.

Türkiye'de ikinci konutlara yönelik yapılan çalışmaların odaklandığı konulardan ilki ikinci konutların çevresel, ekonomik ve sosyo-kültürel etkilerine yöneliktir (Gündüz 2003; Kılıçaslan 2006; Bakırcı 2007; Baltacı 2011; Gülcan 2013; Okuyucu & Somuncu 2015; Sulak & Türk 2015;). Bir diğer çalışma konusu ise ikinci konutların turizm sektörüne kazandırılmasına yöneliktir (Serengil 2000; Manisa 2007; Gökdeniz 2010; Kozak & Duman 2011; Özsoy 2015). Türkiye özelinde ikinci konut yer seçiminde destinasyon kalitesinin etkisi (Çimen 2010) çalışılan bir başka konudur.

Türkiye'de coğrafya literatüründe, Özgüç'ün (1977) ikinci konut kavramının ortaya çıkışını, yayılışını ve

ülkelere göre farklılıklarını aktardığı çalışması bu konudaki ilk çalışmalardan. Emekli (2014) ikinci konutları coğrafi bir bakış açısıyla değerlendirirken bir diğer çalışmada Kurt (2015), Bursa ilinin Marmara Denizi kıyılarında yoğunlaşan ikinci konutların, kendilerini kıyıya çeken kaynakları nasıl yok ettiği konusuna odaklanmış ve kıyı jeomorfolojisine olan etkilerin tespitini amaçlamıştır. Okuyucu (2016) ise, Yalova-Çınarcık örneğinde ikinci konutların ekonomik ve sosyo-kültürel etkileri konusunda bir doktora tezi hazırlamıştır.

Yapılan alanyazın taramalarında Türkiye'de coğrafyacıların konuya ilgisinin az olduğu saptanmış olup, son dönemlerde ikinci konutların mekânsal dağılımı, kıyı alanlarına etkisi ve turizm coğrafyasında önemi yönleriyle ilgi görmeye başlamıştır. Bu anlamda çalışma, konuya coğrafyacı bakış açısıyla odaklanması bakımından önemlidir. Aynı zamanda bu çalışma, ikinci konutların etkilerinin, kullanım durumlarının, turizm amacıyla kullanılmasına ilişkin görüşlerin bir arada değerlendirilmesi ve Urla ölçeğinde yapılan görüşmelerle doğrudan ikinci konut sahiplerinin düşüncelerini yansıtması bakımından alanyazına katkı sağlamaktadır.

İnsanların daimi olarak yaşadıkları konutun dışında tatillerini geçirmek, dinlenmek, eğlenmek vb. amaçlarla yılın belirli dönemlerinde kullanılan ikinci konutların sayıca artması ve etkilerinin önem kazanması, ikinci konut kavramına olan ilgiyi çeşitlendirmiştir. Türkiye'de ikinci konutların ilk örneklerine 1950'li yılların başında İstanbul Boğazı boyunca rastlanmaktadır (Manisa 2007; Gülcan 2013). İlk düzenli konut yerleşimi ise 1950 yılında İzmir-Çeşme kıyılarında görülmüştür (Sarı 1981). 1960'larda kıyıların spekülasyon amaçlarıyla kullanılabilir bir kaynak olarak görülmesi ve turizm sektörünün ülke kalkınmasının en iyi araçlarından biri olarak değerlendirilmeye başlaması, kıyı turizmüne öncelik verilmesine ve kıyılarda ikinci konutların artmasına yol açmıştır (Emekli 2014). 1980'li yıllarla birlikte uygulamaya konulan planlama çalışmaları ve ekonomi politikaları sonucunda Türkiye'nin

kıyıları ekolojik ve ekonomik anlamda bir tehdit ve atıl kapasite oluşturacak seviyelerde ikinci konutlarla dolmuştur (Manisa 2007).

ARAŞTIRMA ALANI

Söz konusu yoğunlaşmanın yaşandığı kıyılardan biri de, Ege Bölgesi'nin en büyük yarımadası olan Urla Yarımadası'dır. Bu yarımada adını veren Urla, İzmir'in otuz ilçesinden biridir. İzmir kent merkezine 35 km. uzaklıktaki Urla, doğusunda Güzelbahçe ve Seferihisar, batısında Çeşme, kuzeybatısında Karaburun ilçeleri ile çevrelenmiştir. Kuzeyinde ve güneyinde ise Ege Denizi yer alır (Şekil 1). 2017'de 64.895 kişi olan nüfusuyla Urla, Yarımada'da çevresine göre en fazla nüfusu barındıran ilçedir. Günümüzde ikinci konut sayısının fazla olduğu araştırma alanı Urla'da, ikinci konut yapılaşmasının başlangıç yeri kıyılar olmuştur. İlk bölge ise Zeytinalanı, M. Fevzi Çakmak, Kalabak, İskele, Denizli, Güvendik Mahallelerini içine alan kuzeydoğu kıyılarıdır (Fotoğraf 3 ve 4). Bu kıyılarda doluluk oranının artmasına bağlı olarak 1980-2000 yılları arasında sessizlik ve sakinliği tercih edenler yönünü kıyıların gerisindeki orman ve deniz manzaralı sırtlara çevirmişlerdir. 1990'lardan sonra Urla'nın kuzeybatı kıyıları da yoğun ikinci konut yapılaşması başlamıştır (Emekli 2005). Bu bölgede İzmir Yüksek Teknoloji Enstitüsü'nün açılması, üniversite çevresindeki arazilerin (Gülbahçe Mahallesi ve çevresinde) değer kazanmasını sağlamış ve ikinci konutlar bu bölgeye yönelmiştir.

beraberinde getirmiştir. Sözelimi birçok ikinci konut sahibi, konutlarını daimi konuta dönüştürmeye ve daimi olarak Urla'da yaşamaya başlamıştır.

Son yıllarda, ikinci konutların neden olduğu çok boyutlu ve karmaşık sorunlar, kavramın ulusal ve uluslararası bağlamda derinlemesine incelenmesini gerektirmektedir. Yılın önemli bir bölümünde boş kalan ikinci konutların çeşitli yöntemlerle, konaklama amacıyla turistlere pazarlanmasına yönelik çalışmalar, atıl durumdaki ikinci konutların daha verimli kullanılmasını sağlamak adına önem taşımaktadır. Urla'da da ikinci konut sahiplerinin bir bölümü, konutlarını turistlerin kullanımına açma eğilimindedir. Gerek alan araştırmalarında gerekse konut paylaşımına imkân veren sosyal paylaşım sitelerinde bu paylaşımın azımsanmayacak seviyede olduğu gözlenmiştir. Bütün bu değişimler ve yenilikler Urla ilçesinin çalışma alanı olarak seçilmesinde önemli rol oynamıştır.

Çalışma alanında hızla artan ikinci konutların etkilerinin belirlenmesi gerekliliği, Urla'da konaklama olanaklarının artan talebi karşılayamaması ve buna çözüm arayışı, bu noktada atıl durumdaki ikinci konutların turizm sektörüne kazandırılarak konaklama olanağı sağlayabileceği düşüncesi, hâlihazırda konutlarını paylaşımına açık tutan insanların motivasyonlarının ve deneyimlerinin öğrenilmesi çalışmanın temel gerekçelerini oluşturmaktadır. Bu anlamda Urla'da yürütülen ilk çalışma olması bakımından önemlidir.

Araştırma alanı olan Urla'da, sosyal ağlar üzerinden konut paylaşımının son dönemlerde arttığı, hem

Şekil 1. Araştırma alanı lokasyonu (solda) ve Şekil 2: Urla'da ikinci konutların tarihsel gelişim sürecinde coğrafi dağılımları (sağda)



Urla'nın "arka denizi" olarak anılan güney kıyılarında ikinci konutlar son yıllarda hızla artmakla birlikte, kuzey kıyılara göre daha düşük bir yoğunlaşma söz konusudur. Kıyıların kısmen doygunluğa ulaşması ve İzmir-Çeşme Otoyolu'nun yapılmasına bağlı olarak ikinci konut yapılaşması kıyılardan iç kısımlara, özellikle otoyol çevresine kaymıştır (Şekil 2). Bu durum ikinci konutların niteliklerinde de birtakım değişimleri

yerel halktan hem de ikinci konut sahiplerinden çeşitli amaçlarla bu ağa dâhil olmak isteyenler olduğu gözlenmektedir. Nitekim Urla Belediyesinin talep doğrultusunda başlattığı ev pansiyonculuğu kursu, bu amaç çerçevesinde atılmış adımlardan biridir. İlgili kişilerle yapılan görüşmelerde kursa talebin yüksek olduğu belirtilmiştir.



Fotoğraf 3 ve 4. İkinci konutların yoğun olduğu Urla'nın kuzey kıyıları

AMAÇ VE YÖNTEM

Çalışmanın temel amacı, Urla'da ikinci konutları turizm coğrafyası yaklaşımıyla değerlendirmek, konutlarını ziyaretçilerin paylaşımına açmak isteyen ve istemeyen kişilerin motivasyonlarını öğrenmektir. Bu amaç çerçevesinde nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Türkiye genelinde olduğu gibi Urla'da da ikinci konut sayısına ve dağılımlarına ilişkin resmi verilerin eksikliği sorunu, arazi gözlemleri, ilgili kişi ve kuruluşlarla yapılan görüşmelerle giderilmeye çalışılmış ve bu sayede Urla'da ikinci konutların yoğun olduğu bölgeler ve mahalleler belirlenmiştir. Bu bağlamda, araştırmanın evrenini Urla'da ikinci konutların yoğun olduğu mahallelerdeki ikinci konut sahipleri oluşturmaktadır.

amaçlı örnekleme yöntemi ortaya çıkmıştır (Yıldırım & Şimşek 2016). Bu çalışmada da amaçlı örnekleme yöntemi kapsamında Urla'da ikinci konutların yoğun olduğu 8 farklı mahalleden toplam 15 katılımcı seçilmiştir. Araştırma sırasında, daimi konutlarının da bir bölümünü paylaşımına açmak isteyenlerin olduğu gözlenmiş, dolayısıyla ilgili kişilerden de örnekleme dâhil edilen katılımcılar olmuştur. Mahallelere göre katılımcı sayıları şu şekildedir: Güvendik (3), Denizli (3), Gülbahçe (3), Kuşçular (2), Kalabak (1), Atatürk (1), Yağcılar (1), Yenikent (1). Görüşmeye katılanların temel özellikleri ise Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1. Görüşmeye katılanlara ait bilgiler

<i>Katılımcılar</i>	<i>Cinsiyet</i>	<i>Yaş</i>	<i>Eğitim Durumu</i>	<i>Daimi oturlan yer</i>
1	Erkek	51	Üniversite	Bostanlı
2	Erkek	26	Üniversite	Danimarka
3	Kadın	44	Üniversite	Urla (Daimi)
4	Kadın	56	Üniversite	Urla (Daimi)
5	Kadın	64	Üniversite	Balçova
6	Erkek	62	Üniversite	Balçova
7	Kadın	68	İlkokul	Balçova
8	Kadın	66	Üniversite	Ankara
9	Kadın	55	Üniversite	Bornova
10	Kadın	54	Üniversite	Gülbahçe
11	Erkek	55	Üniversite	Urla (Daimi)
12	Kadın	68	Ortaokul	Göztepe
13	Erkek	63	Üniversite	Konak
14	Erkek	76	-	Almanya
15	Erkek	62	Lise	Hollanda

Nitel ve nitel araştırmalar farklı felsefi ve kuramsal temellerden hareket ettiklerinden, nitel araştırmada bulunan sonuçların evrene genelleme amacı yoktur. Son yıllarda yaşanan değişim sürecinde, nitel araştırma geleneği içerisindeki olasılık temelli örnekleme yöntemlerinin tersine, nitel araştırma geleneği içinde konunun derinlemesine incelenmesine imkân veren

Konut sahiplerinin konuyla ilgili bakış açılarını ve düşüncelerini daha ayrıntılı öğrenebilmek için veri toplama tekniği olarak görüşme kullanılmıştır. Bu kapsamda yarı yapılandırılmış görüşme formu hazırlanarak aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır:

1. Ne kadar süredir Urla'da yaşıyorsunuz? Urla'yı tercih etme sebepleriniz nelerdir?

2. Daimi konutunuz nerededir (ülke, il, ilçe)? İkinci konutunuzu yılda ne kadar süre ile ve hangi dönemlerde kullanıyorsunuz?
3. İkinci konutların Urla'ya olumlu ya da olumsuz etkileri olduğunu düşünüyor musunuz? Düşünüyorsanız bu etkiler sizce nelerdir?
4. İkinci konutunuzu (ya da konutunuzun bir bölümünü) turizme açmak ve paylaşmak ister misiniz? Gerekçeleriniz nelerdir?
5. İkinci konutunuzu daha önce paylaşma açtınız mı? Cevabınız evet ise, gelen turistlerin genel özellikleri nelerdir ve hangi dönemlerde gelmişlerdir? Bu konudaki deneyimleriniz paylaşır mısınız?

Konutlarını turizme açmak isteyen kişilerle görüşmeleri gerçekleştirmek için, öncelikle konut paylaşımının yapılabildiği sosyal paylaşım siteleri üzerinden, konutlarını ziyaretçilerin kullanımına açmış olan kişilerle iletişime geçilmiştir. Aynı zamanda, Urla Belediyesinin başlatmış olduğu ev pansiyonculuğu kursuna katılan konut sahiplerine ulaşılmıştır. Araştırma ile ilgili bilgilendirmenin ardından, görüşme talebini kabul eden konut sahipleri ile görüşmeler 2015 yılının yaz aylarında Urla'da yüz yüze gerçekleştirilirken, İzmir'de olmayan 2 katılımcı ile bilgisayar üzerinden görüntülü görüşme yapılmıştır. Yukarıda da belirtildiği gibi, ikinci konutların yanı sıra daimi konutlarını paylaşma açmak isteyen konut sahipleri de araştırmaya dâhil edilmiştir. Bu katılımcılara 2. soru sorulmamış, 4. ve 5. sorulardaki "ikinci konutunuzu" ibaresi "konutunuzu" şeklinde değiştirilmiştir.

İkinci konutlarını paylaşma açmak istemeyen konut sahipleriyle ise, 2016 yılında Urla'da görüşmeler yüz yüze gerçekleştirilmiştir. Onay veren katılımcılarla yapılan görüşmeler ses kaydına alınırken, ses kaydına onay vermeyen katılımcılarla yapılan görüşmeler not tutularak kayıt altına alınmıştır. Görüşmelerden elde edilen veriler öncelikle bilgisayar ortamına aktarılmış, ardından betimsel analiz yapılmıştır. Katılımcıların görüşlerini sistematik olarak daha net bir şekilde aktarmak için tablolar oluşturulmuş, bulgular ile ilgili yer yer görüşme metinlerinden alıntılara yer verilmiş ve yorumlanmıştır. Betimsel analizde amaç, elde edilen bulguları düzenlenmiş ve yorumlanmış bir biçimde okuyucuya sunmaktır (Yıldırım & Şimşek 2016: 239).

Araştırmacının araştırdığı olguyu, olduğu biçimiyle ve olabildiğince yansız gözlemesi geçerlilik anlamına gelmektedir (Kirk & Miller 1986; Akt. Yıldırım & Şimşek 2016). Nitel araştırmalarda, araştırmacının esnek olması ilkesi, araştırma alanına olan yakınlık, yüz yüze görüşmeler yoluyla olayın gerçekleştiği doğal ortam içinde ayrıntılı ve derinlemesine bilgi toplamak,

görüülen bireylerden doğrudan alıntılara yer vermek ve bunlardan yola çıkarak sonuçları açıklamak geçerlilik için önemli kazanımlardır (Yıldırım & Şimşek 2016: 270). Güvenilirliğin sağlanmasında ise, araştırmanın kaç kişiyle, kaç soru ile zaman ve yer belirtilerek açıklanması ayrıca araştırmacının bizzat kendisinin veri toplama aşamasına dâhil olması oldukça önemlidir (Kozak 2014). Bu çalışmada, geçerliliğin ve güvenilirliğin sağlanması adına, veriler doğrudan araştırmacı tarafından toplanmış, görüşmelerden alıntılara yer verilerek yorumlanmış, veri toplama araçları, katılımcı grubu ve analiz ile ilgili sürece ilişkin özellikler ayrıntılı olarak açıklanmıştır.

BULGULAR

Bu bölümde, verilerden elde edilen bulgular, daha sistematik olması amacıyla toplam 4 alt başlık altında aktarılmıştır. Alt başlıklar, görüşmecilere sorulan soruların sırasına ve içeriğine göre oluşturulmuştur.

Urla'da İkinci Konut Sahipliği ve Tercih Nedenleri

Katılımcılara sorulan sorulardan ilki, kaç yıldır Urla'da yaşadıkları, Urla'yı ve Urla'da konutlarının bulunduğu mahalleyi tercih etme sebepleriyle ilgilidir. Urla'da konut sahipliği 2 ile 26 yıl arasında değişmektedir. 15 katılımcının toplam 9'u son 10 yıl içerisinde Urla'da konut sahibi olmuşlardır. Yanıtlar analiz edildiğinde, Urla'nın tercih edilmesini sağlayan en önemli 3 etkenin, "doğal güzellik" (8 kişi), satın alınan konutun "ekonomik olması" (6 kişi) ve Urla'nın "İzmir'e olan yakınlığı" (6 kişi) olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Konutların ekonomik olmasının önemli bir sebep olduğunu belirten katılımcıların büyük çoğunluğu, konutlarının satın aldıkları dönemde ekonomik olduğunu vurgulamaktadır. Bu temel tercih sebeplerinin yanı sıra "akrabaların varlığı" (3 kişi), "sessiz ve sakin olması" (3 kişi), "bahçeli ev hayali" (2 kişi), katılımcıların Urla'yı tercih etmelerindeki diğer önemli sebeplerdir. Az sayıda da olsa, "Urla'nın bilinen bir yer olması", "Avrupalı bir havasının olduğu düşüncesi" ve "insanların iyi olması" belirtilen diğer sebepler olmuştur.

"5 yıldır Urla'da ikinci konut sahibiyim. Bir sürü neden var ki. Bir, çocukluğumdan beri bildiğim bir yer. İki, o çevrede akrabalarım var. Üç, uygun bir ev denk gelmesi. Fiyat anlamında mı? Fiyat olarak hem de yer olarak evet. Yakın çünkü İzmir'e. Mesela neye göre yakın atıyorum bi Bodrum'a göre daha yakın yani" (Katılımcı 1).

"4 yıldır buradayım. Ben Karadenizliyim aslen. Köy kökenliyim. Toprağı, bağ bahçeyle uğraşmayı çok severim. Burada bunu yapma fırsatı buluyorum. İskele, Kalabak ve Atatürk mahalleleri bu yaşama çok uygun."

Apartmanlarda yaşamak çok bunaltıcı ve sıkıcı geliyor bana. Burası hem köy gibi hem büyükşehir gibi. Ulaşım çok rahat. Yarım saatte İzmir'e gidebiliyoruz. Dönünce ise köy hayatı devam ediyor. Hayvan besleme zevkini de yaşıyorsunuz. Hayvanlar da özgür bahçede. Bu bakımdan burası hele hele emekliler için yaşamaya ideal bir yer" (Katılımcı 5)

"6 yıldır Urla'da yaşıyoruz. Biz de İstanbul'dan kaçıp gelenlerdeniz. Sakin olması çok önemliydi burayı tercih etmemizde. Diğer bir neden denize yakın olması. Tabii bir de İzmir'e yakın olması var. Hastanelerden çok uzak kalmak istemedik yaş itibarıyla. Bu sebeplerden dolayı Urla'yı tercih ettik" (Katılımcı 11).

"Şahsen Urla'nın anlamı şehirden uzaklaşıp farklı bir yaşam ritmine girebilmek. Tarım ve toprakla uğraşabilmek, aynı zamanda daha sakin, sessiz bir ortamda bulunmak. Genel olarak sosyal iletişimi az ve yakın çevreye indirgemek: aile, arkadaşlar, tanıdıklar. Kendimi Urla'ya ait hissediyorum, fakat Urla'da evimiz olmasından değil, Urla'nın "zengin köyü" hâline gelmemiş olmasından dolayı. Yani Urla'nın kendi hâlinde yaşayan bir mevkii olması dolayısıyla" (Katılımcı 2).

İkinci Konutların Kullanım Süreleri ve Daimi Konut Hakkında Bilgiler

Urla'da ikinci konut sahibi olan 12 katılımcının 3'ü yurtdışında (Danimarka, Hollanda ve Almanya), 9'u İzmir'in ilçelerinde daimi olarak yaşamlarını sürdürmektedirler. Daimi olarak Urla'da yaşayan ve konutlarının bir bölümünü paylaşımına açmak isteyenler de görüşmelere dâhil edilmiştir. Katılımcıların 3'ü daimi olarak Urla'da yaşamaktadır. İkinci konut sahibi katılımcıların, konutlarını yıl boyunca ne kadar süre kullandıkları ve ağırlıklı olarak hangi dönemlerde kullandıkları sorulmuştur. Büyük çoğunluğu yaz aylarını tamamen, bahar aylarını da kısmen Urla'daki ikinci konutlarında geçirdiklerini belirtmişlerdir. Zaman açısından bakıldığında 3-6 ay arasında bir kullanım söz konusudur. Fakat daimi konutları İzmir'de olan katılımcıların önemli bölümü kış aylarında da hafta sonları Urla'daki ikinci konutlarına gittiklerini belirtmişlerdir. Bu durumun ortaya çıkmasında yakın mesafe ve ulaşım kolaylığı önemli role sahiptir. Ek olarak ikinci konut sahibi katılımcıların bir bölümünün, konutlarını sonraki dönemlerde daimi konuta dönüştürme düşünceleri mevcuttur. Urla'daki ikinci konutların, yakın mesafenin de katkısıyla daimi konuta dönüşme potansiyeli olduğu söylenebilir. Bu durum, Özgüç'ün (1977: 152), güzel iklimli yerlerdeki (Florida, Cote d'Azur gibi) ikinci konutların, emekliler tarafından daimi ikametgâha dönüştürülme eğiliminde olduğu söylemiyle paralellik göstermektedir. İkinci konutlar bu noktada, Müller & Marjavaara'nın da (2012) belirttiği gibi göç

ve turizm arasındaki bir bağlantı unsuru olarak karşımıza çıkmaktadır.

"İzmir Balçova'da. Buradaki konutumuzu (ikinci konut) yaz aylarında çok sık kullanıyoruz. Kış aylarında ise yakın olduğundan dolayı hafta sonları sık sık geliyoruz. Ama genellikle yaz ayları. Eşim de emekli olduktan sonra buraya yerleşmeyi düşünüyoruz açıkçası. Çünkü burası kışın daha güzel oluyor. Sessiz, çok az insan kalıyor. Denize girmek için de Eylül ve Ekim aylarında, okullar açıldığında burası güzel oluyor. Hafta sonu denize girmek için çok uygun değil. Çok kalabalık. Ama kışın buranın sahibi gibi oluyorsunuz" (Katılımcı 6).

"Hollanda Amsterdam'dayız. Kış gelinceye kadar burada (Urla) yaşıyorum. Kış gelince Amsterdam'a dönüyorum. 65 yaşında emekli olacağım ve emekli olunca sürekli kalabilirim. Ama Hollanda'yı terk etmek zor. Oraya da ara sıra giderim, orası da güzel seviyorum orayı da. 25 yıldır terzilik yapıyorum Hollanda'da. Yaşam çok farklı" (Katılımcı 15).

İkinci Konutların Urla'ya Olumlu ve Olumsuz Etkileri

Katılımcılara sorulan bir diğer soru, Urla'da ikinci konut gelişiminin Urla için olumlu ya da olumsuz birtakım etkileri olup olmadığı ile ilgilidir. İkinci konutların olumlu etkileri konusunda öne çıkan ilk düşünce "ekonomik canlılık" yaratmasıdır. Üç katılımcı kendilerinin ve genel olarak ikinci konut sahiplerinin, Urla'da oldukları dönemde alışverişlerini yerel halktan yaptıklarını belirterek bu durumun ilçede ekonomik bir canlılık yarattığını düşünmektedirler. Bir başka katılımcı, ikinci konutların artmasının konut fiyatlarını yükselttiğini ve bu durumun kendi konutunun fiyatının da artmasını sağladığını belirtmiştir. Ancak aynı konu (konut fiyatlarının artması) hakkında başka katılımcılar olumsuz görüş bildirmişlerdir. Yine bir başka katılımcı ikinci konut artışının ilçeye bir hareketlilik getirdiğini ve bu sayede Urla'nın köy olmaktan çıktığını söylemiştir (Tablo 2).

Katılımcıların önemli bir bölümü ikinci konut gelişiminin olumsuz etkilerine yönelik konular üzerinde durmuştur. Olumsuz etkiler ile ilgili verilen yanıtlarda "kalabalıklaşma" ve "doğaya zarar verilmesi" öne çıkan iki temel problemdir. Beş farklı katılımcı, ikinci konut gelişiminin Urla'daki sessiz ve sakin ortamı bozduğunu, özellikle son dönemlerde talep artışıyla birlikte kalabalıklaşmanın üst seviyelere çıktığını belirtmektedir. Bu durum Urla'yı tanımlamada kullanılan sessiz-sakin ve huzurlu bir ilçe nitelemesi için bir risk oluşturmaktadır. İkinci konutların olumsuz etkileri konusunda vurgulanan bir diğer önemli konu doğal ortama verilen zarar ile ilgilidir. İkinci konutların "sezonluk

Tablo 2. İkinci konutların Urla'ya olumlu ve olumsuz etkileri hakkında düşünceler

Katılımcılar	Olumlu Etkiler						Olumsuz Etkiler									
	Ekonomiyi canlandırması	Konut fiyatlarının artması	Hizmet artışı -Büyükşehir Bld.	Gelen insanların kalitesi arttı	Köy olmaktan çıkması	Hareketlilik sağlaması	Kalabalık olması	Trafik ve gürültü	Çöp sorunu ve kirlilik	Sahilin doldurulması	Yaşayan mekânlar olmaması	Sezonluk yaklaşım	Doğaya zarar verilmesi	Kaynak eksikliği yaratması	Konut fiyatlarının artması	İstanbul'dan gelenler
1	X	X					X	X	X	X						
2					X											
3								X		X	X	X				
4														X		
5			X	X											X	
6	X															
7	X															
8						X	X									
9																
10							X					X		X	X	
11							X									
12																
13							X					X			X	
14																
15									X			X				
Toplam	3	1	1	1	1	1	5	1	2	2	1	1	4	1	2	2

kullanımı” ve bu durumun yarattığı “yaşayan mekânlar olmaması” sorunu katılımcıların olumsuz etki olarak belirttikleri diğer konulardır. İki katılımcı ise İstanbul'dan artan talepten rahatsız olduğunu belirtmiş ve bu durumun Urla için olumsuz bir etkiye neden olacağını vurgulamıştır (Tablo 2).

“Yani şöyle söyleyeyim. Mesela benim oturduğum sitenin de yarısı oturuyor, yarısı oturmuyor. Bir kısmı sadece yazın geliyor. Bu mekânların en büyük sorunu yaşayan mekânlar olmaması. Sonra bu evler yaşanan yerler olmadığı için harabeye dönüşüyor. Siz doğayla baş başa yaşamak için geliyorsunuz, yanınıza gelen kişi 8 tane ağacı rahatsız ediyor diye kesebiliyor ve bunu hak görebiliyor. Bu tarz yazlık mekânların en kötü yanı sezonsal yaklaşımlar. Sadece tüketmek için gelenler zarar veriyorlar ama biz yaşayanlar daha dikkatliyiz. Gelen çöpünü atıp gidiyor” (Katılımcı 3).

“Bence nüfus artışına sebep oldu. Olumsuz olarak kalabalık olduğunu söyleyebilirim. Kalabalık olunca da doğa zarar görüyor. 4-5 yıl önce başlayan yoğun bir talep var. Özellikle İstanbul ve Ankara'dan. Bu çevrenin de yarısı Ankaralıdır mesela” (Katılımcı 13).

“Konut fiyatları çok arttı. Mesela Dikili gibi, Foça gibi İzmir'e yakın olan deniz kenarındaki yerlerle kıyaslırsak gerçekten fiyatlar çok yükseldi. Çünkü talep çok fazla. Sadece sahil kesiminde değil Urla'nın merkezinde de fiyatlar çok yüksek. Ama bu durumun olumlu etkileri de çok. Ona göre hizmet geliyor. Mesela buradan belediye otobüsü var. Büyükşehir sınırlarına alındı, bunun avantajları çok fazla” (Katılımcı 5).

Konutların Turizm Amacıyla Paylaşılmasına İlişkin Görüşler

Daha önce de belirtildiği gibi görüşmelerin bir diğer amacı, konutlarını turizme açarak paylaşmak isteyen ya da bu konuya sıcak bakmayan konut sahiplerinin motivasyonlarını öğrenmektir. Bu kapsamda katılımcılara hangi sebeplerle konutlarını turistlerle paylaşmak istedikleri ya da istemedikleri sorulmuştur. Ayrıca konutlarını paylaşımına açmış olan konut sahiplerine, paylaşımlarını ne kadar süredir yaptıkları, konutlarını genel olarak kimlerle paylaştıkları ve daha önceki deneyimleri konusunda düşünceleri sorulmuştur.

Konutlarını turistlerin kullanımına açmak isterim yanıtını veren katılımcıların en temel motivasyonu

“yeni insanlar ve yeni kültürler tanımak”, “yeni arkadaşlıklar ve dostluklar edinmek,” aynı zamanda “Urla'nın ve İzmir'in, o kentte yaşayan ve bölgenin kültürünü yakından bilen insanlar tarafından tanıtılmasını sağlamak”tır (Tablo 3). Turistler ve yerel halk arasındaki bu ilişki yeni mekânları ve etkileşimleri oluşturmaktadır. Görüşme yapılan ve konuya sıcak bakan katılımcılardan ikisi sahip oldukları güzellikleri, başka insanların da görmesini, bahçelerinde yetişen meyve ve sebzeleri gelen insanlarla paylaşıp, ziyaretçiler ile doğa üzerine sohbetler yapmak istediklerini belirtmiştir.

pasif ziyaretten aktif yaşama katılımı bir diğer ifadeyle yereli yerel gibi yaşayarak etkin bir katılımı öğrenmek niyetindedirler. Turistler ile ilgili pasif tüketiciler tanımının terkedilmesi postmodern düşüncenin ortaya çıkışı ve gelişimi ile ilişkilendirilir. Post-turist olarak da adlandırılan bu insanlar, geleneksel turistlerden farklı görüş ve beklentilere sahiptir (Dujmović & Vitasović 2015). Katılımcılar, gelen insanların yaşadıkları sıkıntıları çözmenin ve isteklerini karşılamanın ise kendilerini ekstra mutlu ettiğini ifade etmişlerdir. Görüşme yapılan bir katılımcıya göre bu durum beş yıldızlı bir

Tablo 3. Konutların turizme açılmasına ilişkin görüşler

Katılımcılar	İsteyenler					İstemeyenler					
	Yeni insanlarla tanışmak, dostluk	Urla ve İzmir'i tanıtmak	Ekonomik (Ek gelir)	Sahip olduklarımızı paylaşmak	Evimiz bakımlı kalıyor	Evimiz paylaşma uygun değil	Eşyalarımın kullanılmasını istemem	Yabancı birilerini istemem	Bize zor yetiyor (akrabalar, torunlar)	Maddi açıdan ihtiyacım yok	Uğraşamam
1						X	X	X			
2	X	X	X		X						
3			X								
4	X		X								
5									X	X	X
6						X					
7									X		
8						X					
9	X	X		X							
10				X							
11			X								
12							X		X		
13						X					
14						X			X	X	
15											
Toplam	3	2	4	2	1	5	2	1	4	2	1

Daha önce evlerinde turist ağırlayan katılımcılar, bu sistemi kullanan turist profilinin çok farklı olduğunu, misafir ettikleri insanların, gittikleri ülkenin kültürünü deneyimleyerek tanımak isteyen insanlardan oluştuğunu belirtmişlerdir. Aslında bu söylem günümüzde popülerliği artma eğiliminde olan “yaratıcı turizm/ turist” kavramına (Richards & Wilson 2006; Richards & Marques 2012) işaret etmektedir. Deneyim ve paylaşım ekonomisinin etkisiyle yaratıcı turizmde, turistler

otelin sağlayamayacağı bir olanaktır. Katılımcının ifade ettiği “gelenlere yolunacak bir kaz olarak bakmıyoruz” vurgusu durumun insani boyutunu da göstermektedir.

“...Bu sistemi (Airbnb) kullanan profil çok farklı bir profil. Ben evimi ilk açtığımda gelen ilk misafirim Ukraynalıydı. Bu insanlar gittikleri ülkeyi kendileri tanıtmaya çalışan birtakım rüzgârlara kapılmayan, yerel kültürleri tanımak isteyen insanlardan oluşuyor ki direk Türk insanına temas etmeye çalışıyor. Mesela gelenlerin

birtakım sıkıntıları oluyor siz bunları çözmeye çalışıyorsunuz. Normalde beş yıldızlı bir otele gitseniz yok der geçerler. Ama siz insani bir şeyle alıyorsunuz, gezdiriyorsunuz daha sonuca yönelik oluyor. Bir turist Türkiye'ye geldiğinde yolunacak bir kaz olarak bakılıyor ama size geldiğinde siz yardımcı olmaya çalışıyorsunuz. Farklı bir dinamik oluyor. Bu sadece ver anahtarını git olayı da değil” (Katılımcı 3).

“Şu anda konutumuz tamamıyla turizme açık. Genellikle yurtdışından, 3-7 gün arası kalan misafirlerimiz olmakta. Bunun birkaç nedeni var: öncelikle, evimizi yabancılarla paylaşmak ve bu sayede Urla'yı, İzmir'i tanıtmak ve dünyanın her köşesinden gelen insanların bizim değer verdiğimiz şeylere aynı derecede değer verdiklerini görebilmek bizi mutlu ediyor” (Katılımcı 2).

Konutlarını turizme açma fikrine olumlu bakan katılımcıların belirttikleri bir diğer konu, bu durumun kendilerine sağladıkları ekonomik kazanç olmuştur. Ancak bu konu katılımcıların öncelikli amacı olarak vurgulanmamıştır. Diğer bir anlatımla ek gelir vurgusu yapan katılımcılar bu işten para kazanıp geçimlerini sürdürmek için değil, konutlarının küçük ihtiyaçlarını karşılayabilmek için istemektedir. Genel olarak ticari bir amaç yoktur. Konutunu turistlere açan bir katılımcı ise, temel amacının para kazanmak olduğunu belirtmiştir.

“...Evimizden maddi gelir elde etmek en son gerekçe. Zaten ne kadar para kazanabilirsiniz ki? Amacımız özellikle yabancı turistler gelsin. Oğlum ve gelinim yabancı dil biliyorlar, İngilizce ve İspanyolca. 2 tane fazla odamız var. Gelenlere yardımcı olalım, tanışalım. Evimiz bahçeli, meyvelerimizi sebzelemizi yesinler, bahçemizde oturup doğa ile ilgili sohbetler yapalım, Urla'yı tanıtalım. Tamamen bu amaçlarla istiyorum. İnsanları tanımak, Urla'yı tanıtmak, gezdirmek, sohbet etmek” (Katılımcı 9).

“Evet, isterim. Daha çok maddiyat için. Karı koca yıllardır çalıştık bir ev alamadık kendimize. Para için açıyorum tabii ki. Evin borcunu ödeyebilmek için. Yoksa elin adamını niye sokayım kendi evime. İhtiyacım olmasa kendim turist olarak gezmeye giderim. Kimseyi almakla uğraşmam. Belediye böyle bir şey başlatınca (ev pansiyonculuğu için) biz de deneyelim dedik” (Katılımcı 11).

Bir süredir konutlarında turist ağırlayan katılımcılara genel olarak turistlerin kimler olduğunu, nereden geldiklerini ve ortalama ne kadar süre konakladıkları sorulmuştur. Bir katılımcı ağırlıklı olarak yurtdışından misafir ağırladığını belirtirken diğer katılımcıların misafirleri yurtdışından ve yurtiçinden olmak üzere karışıktır. Türkiye'de İstanbul'dan son dönemlerde yoğun bir talebin olduğu da bir başka katılımcı tarafından dile

getirilmiştir. Turistlerin geldikleri dönemler konusunda ise ilkbahar ve yaz ayları kısmen daha yoğun olmakla birlikte yıl boyunca talep söz konusudur. Özellikle festival dönemlerinde (Örn. Urla Enginar Festivali) talebin yüksek olduğunun belirtilmesi, ilçede konaklama olanaklarının kısıtlı olmasıyla da ilgilidir. Nitekim 2016 yılı itibarıyla Urla'da faaliyet gösteren turizm işletme ve yatırım belgeli tesis sayısı 7, bu tesislerin toplam yatak kapasitesi ise 287'dir (<http://www.izmirkulturturizm.gov.tr/TR,77217/konaklama-verileri.html>).

Gelen turistlerin konaklama süreleri genellikle kısa olmakla birlikte (birkaç günlük ya da haftalık) bir katılımcı, son dönemlerde aylık konaklama yapmak isteyenler olduğunu ancak kendisinin uzun süreli konaklamaya sıcak bakmadığını belirtmiştir. Gerekçe olarak uzun süreli konaklama düşünenlerin beklentilerinin yüksek olabileceğini ve bu beklentinin karşılanmaması durumunda insanların mutsuz ayrılabilceğini söylemiştir.

“Konutumuz tüm yıl boyunca misafirlerimize açık. Genel olarak misafirlerimiz bahar/yaz aylarında geliyor. Fakat kış aylarında da misafir aldığımız oluyor. Misafirlerimizin büyük bir kısmı Almanya'dan gelmekte. Çoğunlukla yabancı asıllı, ya da yurtdışında yaşayan/yabancı Türk asıllı misafirlerimiz olmakta” (Katılımcı 2).

“Başladığım gibi Ukraynalılar tuttular. Ondan sonra birkaç aile kaldı. Bu sene yeni başladım. En uzun süreli kalanlar 16 gün kaldılar. Bu yaz 1 ay kalmak isteyenler var. Bu sene hep Türkler var. Genelde de aileler. İşte küçük çocukları olan, köpeği olan aileler. Bahar ve yaz ayları daha fazla. Bu sene soranlar hep uzun süreli soruyorlar bu da aslında bende endişe yaratıyor. Çünkü 1-2 gün için gelen insanın çok beklentisi olmayabilir ama 1-2 ay tutmak isteyen insanlar mutsuz olabilirler. Ödedikleri para otele yakın bir para ama 4 kişi kalıyor, mutfak var ev ortamı vs. Bu duygu hoş tabii. Türkiye'den İstanbullular çok” (Katılımcı 3).

Konutlarını turizme açma fikrine olumsuz yanıt veren katılımcıların hangi gerekçelerle istemedikleri değerlendirilen bir başka konudur. Temel gerekçeler “evimiz paylaşım için uygun değil” ve “bize zor yetiyor” düşüncesi olmuştur. Evin uygun olmaması konusu, genelde fiziki yapı (özellikle oda sayısının yetersizliği) ile ilgilidir. Bir başka gerekçe, kendi eşyalarının tanımadığı insanlar tarafından kullanılmasının kendilerini rahatsız edeceğidir.

“İstemem. Çünkü oranın içini ben kendime göre tasarladım, düzenledim. Gündelik olarak kullandığım eşyalarımı başkasının kullanılması beni rahatsız eder. Boş bir şekilde olsaydı ona göre tasarlasaydım verirdim. Ama şu anki hâliyle vermem. Evin içinde ben varken yabancı birilerinin olmasını istemem. Zaten annemden

dolayı da olmaz, hasta” (Katılımcı 1).

“...biz burayı kendimize göre yaşamak için düzenledik. Ona göre eşya aldık. Böyle bir şey yapabilmek için bir standart olması lazım. Yani minimum düzeyde olması gerekenlerin belirlenip konutların ona göre düzenlenmesi lazım. Şu anki hâliyle zor. Zaten iki katlı. Üst katta odalar var. Alt kat salon. Birisini almak için ev olarak çok müsait değil” (Katılımcı 6).

SONUÇ

Bu çalışma, yılın belirli dönemlerinde, kent yaşamından uzaklaşmak, dinlenmek, yenilenmek ve tatil yapmak amacıyla kullanılan ikinci konutları Urla ölçeğinde değerlendirmektedir. Türkiye’de olduğu gibi Urla’da da ikinci konut sayısına ve dağılımlarına ilişkin resmi verilerin eksikliği, temel bir sorun olarak ortaya çıkmaktadır. Bu sorun, araştırmada arazi gözlemleri, ilgili kişi ve kuruluşlarla yapılan görüşmelerle giderilmeye çalışılmış ve ikinci konutların yoğun olduğu bölgeler belirlenerek araştırma planlanmıştır.

Urla, Çeşme ilçesi ile birlikte İzmir’de ikinci konut gelişiminin başlangıç yerlerindedir. Urla’da ikinci konut yapılaşmasının yoğun olduğu kıyıların tamamı ikinci konut yapılaşmasını aynı zamanda ve aynı yoğunlukta yaşamamıştır. Urla’nın kuzeydoğu kıyılarında başlayan ikinci konut yapılaşması, zamanla kuzeybatı ve güney kıyılarına yönelmiştir. Kıyılarda doluluğun artmasıyla, ikinci konutlar kıyıların gerisindeki orman ve deniz manzaralı sırtlar ve zeytinliklere doğru genişlemiştir. Urla’da ikinci konut sahipliği konusundaki yoğun talep, katılımcıların verdiği yanıtlar da değerlendirildiğinde büyük oranda Urla’nın doğal güzellikleri (temiz hava, denizin varlığı) ve İzmir’e olan coğrafi yakınlık ile ilişkilidir. Otoyol ile ulaşımın kolaylaşması ve daha az zaman alması, ikinci konutların artık daha uzun süreli kullanılmasını, özellikle otoyol çevresi ve Urla’nın doğu mahallelerinde ikinci konuttan daimi konuta dönüşümünü hızlandırmıştır. İkinci konut sayılarındaki hızlı artış, insanları Urla’ya çeken doğal güzelliklerin tahrip edilmesini, kalabalıklaşmayı ve çevre kirliliğini de beraberinde getirmiştir. İkinci konutların ilçede yarattığı ekonomik canlılık ise olumlu bir etki olarak karşımıza çıkmaktadır.

Araştırmada görüşme yapılan katılımcıların bir kısmını paylaşım siteleri üzerinden (Airbnb ve Couchsurfing) konutlarını ziyaretçilerin kullanımına açmış olan kişiler oluşturmaktadır. Bu kişilerin hâlihazırda konutlarını paylaşımına açık tutmaları, motivasyonlarını öğrenebilmek adına yararlı olmuştur. Betimsel analiz sonucunda konutların turistik amaçla paylaşım isteyen katılımcıların temel motivasyonları yeni insanlar ve yeni kültürler tanımak, yeni arkadaşlıklar ve dostluk-

lar edinmek, aynı zamanda Urla’yı ve İzmir’i, o kentte yaşayan ve bölgenin kültürünü yakından bilen insanlar tarafından tanıtmak olarak belirlenmiştir.

Konuyla ilgili Türkiye’de coğrafyacıların ilgisi son dönemlerde artmakla birlikte alanyazın yeterli çalışmanın olmadığını göstermektedir. İkinci konutların yer seçiminde, kullanım sıklığında, konutun fiziki yapısının belirlenmesinde, sosyo-ekonomik ve doğal çevre üzerindeki etkilerinde, turizm amacıyla kullanılmasında ve ikinci konut sahipliğinin uluslararası boyutunda coğrafya disiplininin yeri oldukça önemlidir. İkinci konut, coğrafya ve turizm coğrafyası arasındaki bu güçlü ilişkinin Türkiye ölçeğinde yeni çalışmalarda yer alması önem taşımaktadır. Çünkü ikinci konutların turistik amaçlarla değerlendirilmesinin, kırsal turizmi, kültürel turizmi ve kıyı turizmini geliştirebileceği, kaynakların verimli kullanılmasını kolaylaştıracağı bunun ötesinde sürdürülebilir turizmi destekleyeceği söylenebilir.

KAYNAKÇA

- Adamiak, C., Vepsäläinen, M; Strandell, A., vd. (2015). Second Home Tourism in Finland, Perception of Citizens and Municipalities on the State and Development of Second Homes Tourism. Reports of Finnish Environment Institute, <https://helda.helsinki.fi/handle/10138/155090> Erişim tarihi: 20 Ocak 2017.
- Arkon, C. (1989). İkincil Konutlar: Sorunları ve Potansiyelleri ile Planlama İçerisindeki Konumu (İzmir Örneği). Dokuz Eylül Üniversitesi Mimarlık Fakültesi, İzmir.
- Bakırcı, S. (2007). Yabancıların İkinci Konut Talebinin Fiziksel Çevreye Etkisi: Dalyan Örneği, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Baltacı, F. (2011). İkinci Konut Turizmi Kapsamında Alanyada Konut Edinen Yabancıların Kentin Sosyal, Kültürel ve Ekonomik Yapısına Etkileri, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Antalya.
- Berg, B.L. & Lune, H. (2015). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. (H. Aydın, Çeviri Editörü). Konya: Eğitim Kitabevi Yayınları.
- Çimen, H. (2010). İkinci Konut Satın Almada Destinasyon Kalitesinin Etkisi: Alanya Örneği, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Eğitimi Anabilim Dalı, Ankara.
- Dujmović, M. & Vitasović, A. (2015). Postmodern Society and Tourism. *Journal of Tourism and Hospitality Management* 3(9-10), 192-203.
- Emekli, G. (2005). *Urla Kent Coğrafyası*. İzmir: Çantay Kitabevi.
- Emekli, G. (2014). İkinci Konut Kavramı Açısından Turizm Coğrafyasının Önemi ve Türkiye'deki İkinci Konutların Gelişimi. *Ege Coğrafya Dergisi* 23(1), 25-42.
- Gökdeniz, A. (Ed.) (2010). *Türkiye'de İç Turizmin Geliştirilmesi ve İkinci Konutların Turizme Kazandırılması: Ayvalık Örneği*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Gülcan, M. (2013). Challenges of Coastal Resort Towns Regarding Second-Home Developments: The Case of Ayvalık, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, ODTÜ, Şehir ve Bölge Planlama Bölümü Kentsel Tasarım, Ankara.
- Gündüz, E. (2003). Tatil Amaçlı İkinci Konutların Fiziksel ve Sosyal Yapıya Etkileri: Mahmutlar Örneği, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Konya.
- Haley, A. J., Snaith, T., & Miller, G. (2005). The social impacts of tourism a case study of Bath, UK. *Annals of tourism research*, 32(3), 647-668.
- Hall, C.M. & Müller, D.K. (2004) (Ed.). *Tourism, Mobility and Second Homes: Between Elite Landscapes and Common Ground*. Channel View Publications.
- Hall, C.M. & Page, S.J. (2012). From the Geography of Tourism to Geographies of Tourism. İçinde; J. Wilson (Editör) *The Routledge Handbook of Tourism Geographies* (ss. 9-25) Abingdon: Routledge.
- Hiltunen, M.J. (2007). Environmental Impacts of Rural Second Home Tourism - Case Lake District in Finland. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 7(3), 243-265.
- <http://www.izmirkulturturizm.gov.tr/TR,77217/konaklama-verileri.html>
- Hoogendoorn, G. & Visser, G. (2010). The Economic Impact of Second Home Development in Small-Town South Africa. *Tourism Recreation Research*, 35(1), 55-66.
- Keleş, R. (1980). *Kentbilim Terimleri Sözlüğü*, Türk Dil Kurumu Yayınları, Ankara.
- Kılıçaslan, Ç. (2006). İkinci Konutların Deniz Kıyılarına Etkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 1, 147-156.
- Kirk, J. & Miller, M.L. (1986). *Reliability and validity in Qualitative Research*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Kozak, M. & Duman, T. (2011). İkinci Konutların Turizm Sektörüne Kazandırılması: Muğla İli Datça İlçesi Örneği. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 12(2), 226-242.
- Kurt, S. (2015). Bursa Kıyılarında İkinci Konut Yapılaşmasının Kıyı Jeomorfolojisine Etkisi. *Turkish Studies - International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 10(2), 641-662.
- Long, D. & Hoogendoorn, G. (2013). Second Home Owner Perceptions of Their Environmental Impacts: The Case of Hartbeespoort. *Urban Forum*, 25, 517-530.
- Manisa, K. (2007). İkinci Konutların Turizm Sektöründe Yeniden Kullanılabilmesine İlişkin Bir Model Önerisi, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Marjavaara, R. (2008). Second Home Tourism: the Root to Displacement in Sweden? Yayınlanmamış Doktora Tezi, Umea University, Faculty of Social Sciences, Department of Social and Economic Geography, Sweden.
- Marjavaara, R. & Lundholm, E. (2014). Does Second-Home Ownership Trigger Migration in Later Life? *Population, Space and Place*, 22(3), 228-240.

- Mason, P. (2016). *Tourism impacts, planning and management*. Routledge
- Müller, D.K. (2002a). Reinventing the Countryside: German Second-home Owners in Southern Sweden. *Current Issues in Tourism*, 5(5), 426-446.
- Müller, D.K. (2002b). German Second Homeowners in Sweden: Some Remarks On The Tourism-Migration-Nexus. *Revue européenne des migrations internationales*, 18 (1), 67-86.
- Müller, D.K. & Marjavaara, R. (2012). Second Home to Primary Residence: Migration Towards Recreational Properties in Sweden 1991-2005. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, 103(1), 53-68.
- Okuyucu, A. & Somuncu, M. (2015). Yalova-Çınarcık'taki İkinci Konutların Ekonomik Etkilerinin Değerlendirilmesi. *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 13(2), 139-159.
- Okuyucu, A. (2016). İkinci Konutların Ekonomik ve Sosyo-Kültürel Etkileri Konusunda Bir Araştırma: Yalova-Çınarcık Örneği, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Coğrafya Anabilim Dalı, Beşeri ve İktisadi Coğrafya Bilim Dalı, Ankara.
- Özgüç, N. (1977). Sayfiye Yerleşmeleri: Gelişme ve Başlıca Özellikleri. *İstanbul Üniversitesi Coğrafya Enstitüsü Dergisi*, 22, 143-167.
- Özsoy, T. (2015). Türkiye'de İkinci Konutların Turizm Pazarlamasında Kullanımı. *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(10), 1-18.
- Richards, G. & Wilson J. (2006). Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture?. *Tourism Management*, 27(6), 1209-1223.
- Richards, G. & Marques, L. (2012). Exploring Creative Tourism: Editors Introduction. *Journal of Tourism Consumption and Practice*, 4(2), 1-11.
- Richards, G. (2014). The New Geographies of Tourism: Space, place and locality. Paper presented at the Wageningen Geography Lectures, <https://www.academia.edu/10147781>, Erişim tarihi: 10 Şubat 2017.
- Richards, G. (2017). Sharing the New Localities of Tourism. İçinde; Dianne Dredge & Szilvia Gyimóthy (Editörler) *Collaborative Economy and Tourism: Perspectives, Politics and Prospects* (ss. 169-184) Springer.
- Roca, Z. (2013). (Ed.) *Second Home Tourism in Europe: Lifestyle Issues and Policy Responses*. Farnham: Ashgate Publishing.
- Roca, M.N., Roca, Z. & Oliveira, J.A., (2011). Features and Impacts of Second Home Expansion: the Case of the Oeste Region Portugal. *Hrvatski Geografski Glasnik*, 73(2), 111-128.
- Rye, J.F. (2011). Conflicts and contestations. Rural populations' perspectives on the second homes phenomenon. *Journal of Rural Studies*, 27, 263-274.
- Sarı, A. 1981. Devre-Mülk Sistemiyle İkinci Konut Alanı Planlaması-Çeşme Dalyanköy'de Bir Uygulama. Şehir Mimarlığı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, İzmir.
- Serengil, M. (2000). Kapıdağ Yarımadası'nda Bulunan İkinci Konutların Turizm Amaçlı Değerlendirilmesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Sulak, B. & Türk, E. (2015). KBAM 6. Kentsel ve Bölgesel Araştırmalar Sempozyumu, "Gayrimenkul Odaklı Büyümeden Üretime Dayalı Büyümeye Doğru", *Bildiri Kitabı*, İzmir, 327-337.
- Urry, J. (2009). *Turist Bakışı* (E. Tataroğlu, ve İ. Yıldız, Çev.). Ankara: Bilgesu Yayıncılık.
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2016). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Wall, G., & Mathieson, A. (2006). *Tourism: change, impacts, and opportunities*. Pearson Education.
- Williams, S. (2009). *Tourism Geography A New Synthesis*. Abingdon: Routledge.

Extensive Summary

A Qualitative Research on Evaluation of Second Homes in Urla (Izmir)

Volkan ZOĞAL*, Gözde EMEKLİ

Introduction

The spatial distribution of second homes, their international dimension, their impacts and utilization in tourism have been the subject of various fields of science. Geographers have also recently been working on the subject. Growing social networks such as "Airbnb", "Couchsurfing" and "HomeExchange", where home and room sharing can be done, have changed the traditional outlook of tourism as a sector. Tourists are actively involved in creating their own tourism experience within the network community. Thus, space has emerged as a social product.

Local people who have evolved into social channels where experiences are pumped for tourists have also risen to the position of meeting the increasing need for accommodation. The development and growth of the interconnected spaces has also led to the development of new types of accommodation. People who want to earn additional income and who want to get to know different people and cultures have opened to share a part of their permanent homes or their second homes that they use periodically for the tourism sector.

In recent years, the increase in the number of second homes and accordingly the increase in their impact have attracted the attention of people from different sciences. While a considerable part of the research conducted in the world is based on "second homes and tourism" (Hall & Müller 2004; Marjavaara 2008; Roca 2013; Adamiak et al. 2015) another part of the scientific community deals with the "effects of second homes" (Hiltunen 2007, Hoogendoorn & Visser 2010, Roca, Roca & Oliveira 2011, Long & Hoogendoorn 2013).

With 1980's, Turkey's coasts were full of second homes at levels which would create excess capacity in a way that it could be a threat in ecological and economical sense (Manisa 2007). One of these coast where the previously mentioned condensation has been experienced is in Urla, one of Izmir's thirty districts. With a distance of 35 km to the city center, Urla is surrounded by Güzelbahçe and Seferihisar on the east, Çeşme on the west, and Karaburun on the northwest. To the north and south is the Aegean Sea.

Aim and Method

The main aim of the study is to evaluate the second homes in Urla with the approach of tourism geography and to learn the motivations of those who want to share and those who do not. In this study, a purposeful sampling method, which allows the subject to be investigated deeply, was used and a total of 15 participants were selected from 8 different neighbourhoods where the second homes were concentrated.

An interview was used as a data gathering technique to learn more about the opinions and thoughts of the home owners about the subject. In this respect, a semi-structured interview form was created with the following questions:

1. How long have you been living in Urla? What are your reasons for choosing Urla?
2. Where is your permanent home (country, province, district)? How long and in what period do you use your second homes a year?
3. Do you think that the second homes have positive or negative effects on Urla? If so, what are these effects?
4. Would you like to open and share your second home (or a part of your home)? What are your reasons?
5. Have you ever opened your second home to share before? If your answer is yes, what were the general characteristics of the visiting tourists and which periods did they come? Would you share your experience in this subject?

In addition to the second homes, the home owners who wanted to share their permanent homes were also included in the survey. This kind of participant were not asked the second question, and the statement "your second home" in the fourth and fifth questions were changed to "your home".

Results and Conclusion

Home ownership in Urla ranges from 2 to 26 years. A total of 9 out of the 15 participants have become home owners in Urla in the last 10 years. When answers were analyzed, the three most important factors that made Urla preferred were seen to be the "natural beauty" (8 people), "economical" side (6 people) of the purchased property and Urla's "closeness to Izmir" (6 people). The vast majority of participants of the survey who pointed out that economical aspect of the homes in Urla was an important reason also emphasized that the homes they purchased were affordable in the period they purchased

* Corresponding author at: Department of Geography, Faculty of Literature, Ege University,
E-Mail Address: volkan.zogal@ege.edu.tr

them. In addition to these basic preferences, “relatives” (3 people), “quiet and calm” (3 people), “garden house dream” (2 people) were other important reasons why participants preferred Urla. Though in small number of cases, “Urla is a known place”, “the belief that there is a European atmosphere” and “people are good” were also mentioned as the other reasons.

“Personally, Urla means moving away from the city and entering a different life rhythm and also being able to deal with agriculture and land, being in a calm, quiet environment. Minimizing the social communication and maintaining it with the closest ones in general: family, friends, acquaintances. I feel like I belong to Urla, but not because I have a home in Urla but because Urla has not turned into the” village of the rich” yet. In other words, Urla is a place of living in its own way”(Participant 2).

Of the 12 participants having a second home in Urla, 9 of them are permanently living in the districts of İzmir, while 3 of them live abroad. 3 of the participants permanently live in Urla. The majority of them stated that they spend their whole summers, and partly their springs in Urla in their second homes. When looked in terms of time perspective, there is a 3-6 months of use. In addition, some second home owners have the idea of turning their second homes into permanent residences in later periods. Second homes in Urla can be said to have the potential to be turned into permanent residence with the contribution of geographical proximity of the district. This situation is paralleled by the fact that second homes in beautiful climate areas (such as Florida, Cote d'Azur) tend to be transformed into permanent residences by pensioners as mentioned by Özgüç (1977: 152).

“We are in the Netherlands Amsterdam. I live here (Urla) till winter comes. When winter comes, I go back to Amsterdam. I will be retired at the age of 65 and can stay here permanently when I get retired. But it's hard to leave the Netherlands. I go there from time to time as well, and I love it there as well. I've been tailoring for 25 years in Holland. Life is very different” (Participant 15).

The first thing that stands out about the positive effects of secondary housing is the “economic vitality”. A significant portion of the participants have focused on issues related to the negative effects of increase in second homes in the region. “Crowding” and “damage to nature” are the two main problems that were pointed out in the answers as the negative effects. Another important issue that is emphasized about the negative effects of homes concerns with the natural harm. The “seasonal use” of second homes and the “no living spaces” created by this situation are other issues that participants mentioned as a negative effect.

The main motivation of the respondents who want to make their homes available to tourists is to “get to know new people and new cultures”, “to acquire new friendships” and “to allow Urla and İzmir to be introduced by the people who live in that city and know the culture of the region closely”. Participants who had previously hosted tourists in their homes stated that the profile of the tourists using this system was very different and that the people they hosted were people who wanted to get to know the culture of the country by experiencing it. In fact, this discourse points to the concept of “creative tourism / tourists”, whose popularity tends to increase in the present day.

“...The profiles who use this system (Airbnb) are very different ones. My first guest was from Ukraine when I first opened the home to share. These people are made up of people who want to get to know the local cultures and who are not adrift and they are trying to get to know the country themselves and they are trying to contact the Turkish people directly. For example, the visitors feel like having some problems and you are trying to solve these problems. Normally they say “no” to do this when you go to a five-star hotel...” (Participant 3).

Another positive aspect mentioned by those opening their homes to share was the economic benefit it brought to them. However, this was not emphasized as the primary objective of the participants. While one participant indicated that he mainly hosted guests from abroad, the guests of other participants were seen to be mixed, from abroad and domestic. It was also mentioned by another participant that from Turkey, those from İstanbul have a strong demand in recent times. As for the periods during which tourists arrive, spring and summer months are seen to have a bit more demand, though there is a demand throughout the year.

When I first got into this, the Ukrainians hired. After that a few families stayed. I just started this year. The longest staying ones stayed 16 days. There are those who want to stay for 1 month this summer. There are always Turks this year. Generally, parents... the families with little children, dogs. Spring and summer times are much more demanded... by those from İstanbul Turkey” (Participant 3).

The main reasons for the respondents who did not want to open their homes to share were the idea that “our home is not suitable for sharing” and “it is hardly enough for us”. The issue of being unsuitable is usually related to the physical structure (especially the inadequate number of rooms). Another reason was that it would be uncomfortable for people to use their household with people they do not know.

Considering the answers given by participants, the strong demand for second home ownership in Urla is largely related to Urla's natural beauties (fresh air, marine existence) and geographical proximity to Izmir. The ease of access with the highway in relatively less time has accelerated the conversion of second homes into permanent residences, especially in the highway surroundings and in Urla's eastern neighborhoods. The rapid increase in the number of second homes has also brought about the destruction of natural beauties attracting people to Urla, which are being crowded and environmental pollution. The economic viability of the second homes in the province is another outstanding point to be mentioned as a positive effect.

The importance of geography as a discipline is very important in the selection patterns of second homes, in the frequency of use, in the determination of the physical structure of the home, in the effects on the socio-economic and natural environment, for tourism purposes and in the international dimension of being second home owner. The strong relation between second homes and the geography is important to be investigated in new studies on a national scale in Turkey.