

**T.C.
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

**YEŞİL ALANLARIN KENT TURİZMİNE KATKISININ ANTALYA
ÖRNEĞİNDE İNCELENMESİ**

Pınar ZEĞERK

**YÜKSEK LİSANS TEZİ
PEYZAJ MİMARLIĞI ANABİLİM DALI**

2016

**T.C.
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

**YEŞİL ALANLARIN KENT TURİZMİNE KATKISININ ANTALYA
ÖRNEĞİNDE İNCELENMESİ**

Pınar ZEĞERK

**YÜKSEK LİSANS TEZİ
PEYZAJ MİMARLIĞI ANABİLİM DALI**

2016

T.C.
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

YEŞİL ALANLARIN KENT TURİZMİNE KATKISININ ANTALYA
ÖRNEĞİ'NDE İNCELENMESİ

Pınar ZEĞEREK

YÜKSEK LİSANS TEZİ
PEYZAJ MİMARLIĞI ANABİLİM DALI

Bu tez 23/12/2016 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından Oybirliği/~~Oyçokluğu~~ ile kabul edilmiştir.

Prof. Dr. Veli ORTAÇEŞME

Doç. Dr. Reyhan ERDOĞAN

Doç. Dr. Murat ZENGİN



ÖZET

YEŞİL ALANLARIN KENT TURİZMİNE KATKISININ ANTALYA ÖRNEĞİNDE İNCELENMESİ

Pınar ZEĞEREK

Yüksek lisans Tezi, Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalı
Danışman: Prof. Dr. Veli ORTAÇEŞME
Aralık 2016, 116 Sayfa

Turizm faaliyetine katılan farklı yaş ve kültüre sahip insanların beklentileri gün geçtikçe değişerek sektörü yeni arayışlara yöneltmekte, bunun sonucu olarak alternatif turizm faaliyetleri önem kazanmaktadır. Bu bağlamda, yaygın deniz-kum-güneş tatil anlayışına dayalı kitle turizmine alternatif olarak sosyal, kültürel ve sanatsal amaçlarla kentlere yapılan kısa süreli ziyaretleri içeren kent turizmi ön plana çıkmaya başlamıştır. Kentlerdeki çekim unsurları, kent turizminin ortaya çıkmasında etkili bir unsurdur. Kentsel açık ve yeşil alanlar, bu unsurlar arasında önemli bir role sahiptir.

Bu tezin amacı, Türk turizminin başkenti olarak nitelenen Antalya'nın sahip olduğu açık yeşil alanların kent turizmine katkısını belirleyebilmektir. Bu amaçla, Antalya kenti, araştırma alanı olarak seçilmiş ve kenti ziyaret eden yerli ve yabancı turistlerle yapılan anket çalışmasıyla kentin yeşil alanlarının destinasyon tercihini etkileme gücü ölçülmeye çalışılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre ziyaretçilerin % 31,6'sı kentin yeşil alanlarıyla ilgili bilginin seyahat kararını etkilediğini belirtmiştir. % 41,2'lik bir kesim ise edindikleri bilgilerde kentin yeşil alanlarıyla ilgili herhangi bir bilgiye rastlamadıklarını belirtmişlerdir. Buradan kentin yeşil alanları ile ilgili yeterli tanıtım yapılmadığı ve kentin markalaşma sürecinde etkin kullanılmadığı anlaşılmaktadır. Zira kent tanıtımında önemli olan kurum web sayfalarında ve tanıtım broşürlerinde ülkenin en yeşil kentlerinden biri olan Antalya kentinin yeşil alanları ile ilgili bilgilendirmenin yeterli ölçüde yapılmadığı görülmüştür. Buna karşın özel web siteleri kentin yeşil alanları hakkında daha çok bilgi vermektedir.

Araştırma sonuçlarına göre, Antalya destinasyonunun kent varlıklarını pazarlama becerisi ve kent turizminde marka değerinin oldukça düşük olduğu gerçeğine ulaşılmıştır. Bundan dolayı, turizmde markalaşma çalışmalarının, markanın görünen yüzünden çok, görünmeyen değerlerine yatırım yapılarak gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Bu açıdan kente artı değer katacak önemli unsurlarından olan açık ve yeşil alanların kent tanıtımlarında yer alması ve turisti cezbedici kent varlıkları olarak bu alanlarda gerçekleştirilecek festival vb. etkinliklerle turizm çeşitlendirilmelidir.

ANAHTAR KELİMELELER: Kent turizmi, Kentsel peyzaj, Kentsel açık ve yeşil alanlar

JÜRİ: Prof. Dr. Veli ORTAÇEŞME (Danışman)
Doç. Dr. Reyhan ERDOĞAN
Doç. Dr. Murat ZENGİN

ABSTRACT

CONTRIBUTION OF GREEN SPACES TO URBAN TOURISM IN THE CASE OF ANTALYA CITY

Pınar ZEĞEREK

**MSc in Landscape Architecture
Supervisor: Prof. Dr. Veli ORTAÇEŞME
December 2016, 116 Pages**

The expectations of people of different ages and cultures participating in the tourism activity are changing day by day, leading the sector to new quests and as a result, alternative tourism activities gain importance. In this context, urban tourism, which includes short-term visits to cities with social, cultural and artistic purposes as an alternative to mass tourism based on the common sea-sand-sun holiday concept, has begun to come to the forefront. Elements of attraction in cities are an effective element in the emergence of urban tourism. Urban open and green spaces have an important role in these elements.

The aim of this thesis is to determine the contribution of open green areas of Antalya, which is considered as the capital of Turkish tourism, to urban tourism. For this purpose, Antalya city was chosen as a research area and it was tried to measure the power of influencing the preference of the green areas of the city with the questionnaire survey with local and foreign tourists who visited the city. According to the results obtained, 31.6% stated that the information about urban green spaces affected the travel decision. 41.2% of the respondents stated that they did not find any information about the green spaces of the city. It is understood that there is not enough publicity about the green spaces of the city and it is not used effectively in the branding process of the city. It is seen that information about the green spaces of the city of Antalya, which is one of the greenest cities in the country, is not done sufficiently in the corporate web pages and promotional brochures that are important in the promotion of the city. However, special web sites provide more information about the city's green spaces.

According to the results of the research, it is realized that the brand value of the Antalya destination is very low in marketing skills and urban tourism. Therefore, branding activities in tourism need to be realized by investing in the invisible values of the brand, rather than the visible. In this respect, the open and green spaces, which are important elements that will add value to the city, should be included in the city promotions and festivals etc to be realized in these areas as tourist attractions and tourism should be diversified with activities.

KEYWORDS: Urban tourism, Urban landscape, Urban open and green spaces

COMMITTEE: Prof. Dr. Veli ORTAÇEŞME (Supervisor)
Assoc. Prof. Dr. Reyhan ERDOĞAN
Assoc. Prof. Dr. Murat ZENGİN

ÖNSÖZ

Küreselleşmeyle birlikte, tüm sektörlerde olduğu gibi turizmde de rekabet hızla artmaktadır. Deniz-kum-güneşe dayalı kitle turizmine olan ilginin azalması, benzer ürünlerin sunulması, turist profilindeki değişimler nedeniyle, kentler rekabet üstünlüğü sağlamak için pazarlama stratejileri geliştirmektedir. Kentlerin sahip oldukları şehir varlıklarını ve stratejik üstünlüklerini ön plana çıkarmaları rekabet avantajı sağlamaktadır. Kentsel açık ve yeşil alanlar bu rekabet yarışında artı değer sağlayabilecek şehir varlıklarıdır.

Yüksek lisans tez danışmanlığımı üstlenerek çalışmalarımın her aşamasında, bilgi, destek ve katkılarını esirgemeyen, değerli görüş ve yardımlarından faydalandığım çok değerli hocam Prof. Dr. Veli ORTAÇEŞME'ye sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Bu çalışma konusunun ortaya çıkmasını sağlayan değerli hocam Doç. Dr. Selçuk SAYAN'a teşekkür ederim.

Çalışmalarım sırasında her konuda yardımcı olan değerli Peyzaj Mimarlığı Bölümü Öğretim Üyelerine, anket çalışmasının gerçekleştirilmesinde benimle birlikte çabalayan Mete ALTUNBEY'e, yengem Yrd. Doç. Dr. Ece ZEĞEREK'e, Arş. Gör. Ebru YILDIZ'a ve çalışmamın analiz aşamasında yardımlarıyla katkıda bulunan Arş. Gör. Hilmi Ekin OKTAY'a, Arş. Gör. Orhun SOYDAN'a ve Arş. Gör. Veysel DAĞ'a, teşekkür ederim.

Tez çalışmam boyunca bana her zaman her konuda destek ve yardımcı olan aileme sonsuz teşekkürlerimi sunuyorum.

İÇİNDEKİLER

ÖZET	i
ABSTRACT	ii
ÖNSÖZ.....	iii
İÇİNDEKİLER.....	iv
SİMGELER ve KISALTMALAR DİZİNİ	vi
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	vii
ÇİZELGELER DİZİNİ.....	x
1. GİRİŞ.....	1
2. KURAMSAL BİLGİLER ve KAYNAK TARAMALARI.....	6
2.1. KENTSEL AÇIK VE YEŞİL ALANLAR.....	6
2.1.1. Kentsel açık ve yeşil alanların sınıflandırılması	7
2.1.2. Kentsel açık ve yeşil alanların işlevleri.....	9
2.2. TURİZM.....	12
2.2.1. Turizm kavramı ve tarihçesi	12
2.2.2. Turizmin sınıflandırılması.....	13
2.2.3. Kent turizmi kavramı, özellikleri, ilkeleri ve hedefleri.....	16
2.2.4. Türkiye’de turizm politikaları	19
2.3. KAYNAK TARAMALARI	21
2.3.1. Kent parkları ve turizm ile ilgili çalışmalar	21
2.3.2. Araştırma alanı ile ilgili çalışmalar	24
3. MATERYAL ve YÖNTEM.....	26
3.1. Materyal.....	26
3.2. Yöntem	28
4. BULGULAR	32
4.1. İklim.....	32
4.2. Jeomorfolojik yapı.....	34
4.3. Yeşil alanlar	36
4.4. Antalya kentinin önemli açık ve yeşil alanları	39
4.5. Turizm alan ve merkezleri	46
4.6. Antalya kentini tanıtan kaynaklarda yeşil alanlar.....	49
4.6.1. Antalya Büyükşehir Belediyesi web sitesi.....	49
4.6.2. Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü web sitesi.....	50
4.6.3. Antalya Valiliği web sitesi.....	53
4.6.4. Antalya Ticaret ve Sanayi Odası web sitesi.....	54
4.6.5. Turizm acentaları	55
4.6.6. Uluslararası web siteleri.....	56
4.7. Kenti ziyaret edenlerin yeşil alanlara ilişkin görüş, öneri ve beklentileri	61
4.7.1. Ziyaretçilerin sosyo-ekonomik özellikleri	62
4.7.2. Ziyaretçilerin yeşil alanlara yönelik kişisel beklentileri	70

4.7.3. Ziyaretçilerin seyahat davranışları ve tatil organizasyonu özellikleri.....	76
4.7.4. Ziyaretçilerin Antalya kenti yeşil alanlarına ilişkin bilgi ve deneyimleri	82
4.7.5. Ziyaretçilerin demografik özellikleri ile yeşil alanlara yönelik kişisel beklentileri arasındaki ilişkiler	89
5. TARTIŞMA	97
6. SONUÇ	102
7. KAYNAKLAR	105
8. EKLER.....	113
ÖZGEÇMİŞ	

SİMGELER ve KISALTMALAR DİZİNİ

Kısaltmalar

AIEST	Uluslararası Bilimsel Turizm Uzmanları Birliği
AİKTM	Antalya İl Kùltür ve Turizm Müdürlüğü
AKTOB	Akdeniz Turistik Otelciler ve İşletmeciler Birliği
ANOVA	Tek yönlü varyans analizi
ATSO	Antalya Ticaret ve Sanayi Odası
KTB	Kùltür ve Turizm Bakanlığı
KTKGB	Kùltür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi
LSD	En Küçük Anlamlı Fark Testi
MGM	Meteoroloji Genel Müdürlüğü
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
UNWTO	Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 3.1. Antalya İli konumu ve ilçeleri haritası.....	26
Şekil 3.2. Antalya Büyükşehir Belediyesi merkez ilçeler.....	27
Şekil 4.1. Falezler.....	34
Şekil 4.2. Konyaaltı Plajı	35
Şekil 4.3. Lara Plajı.....	35
Şekil 4.4. Topçam plajı	35
Şekil 4.5. Antalya İli sit alanları ve korunan alanlar.....	37
Şekil 4.6. Antalya kent planındaki yeşil doku.....	38
Şekil 4.7. Antalya kenti ve çevresinde yer alan önemli açık yeşil alanlar	40
Şekil 4.8. Kurşunlu Şelalesi Tabiat Parkı	40
Şekil 4.9. Düden Şelalesi Arkeolojik Dooğal Sit Alanı	41
Şekil 4.10. Atatürk Kültür Parkı	42
Şekil 4.11. Karaalioğlu Parkı	44
Şekil 4.12. Atatürk Parkı.....	45
Şekil 4.13. Düden Park	46
Şekil 4.14. Antalya Büyükşehir Belediyesi web sitesi ana safya görünümü	50
Şekil 4.15. Antalya Büyükşehir Belediyesi web sitesi yeşil alanlar sekmesi görünümü	50
Şekil 4.16. Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü kent tanıtım broşürü	51
Şekil 4.17. Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü kent tanıtım broşüründe yer alan yeşil alanlar	52
Şekil 4.18. Antalya Valiliğı web sitesi ana sayfa görünümü	53
Şekil 4.19. Antalya Valiliğı web sitesi kent tanıtım sekmesi görünümü	53
Şekil 4.20. Antalya Ticaret Odası web sitesi ana sayfa görünümü	54
Şekil 4.21. Antalya Ticaret Odası web sitesi şehir rehberi görünümü.....	54
Şekil 4.22. ETS tur web sitesi ana sayfa görünümü.....	55
Şekil 4.23. ETS tur web sitesi kent tanıtımı.....	55
Şekil 4.24. Tripadvisor web sitesi ana sayfa görünümü.....	56

Şekil 4.25. Tripadvisor web sitesi kent tanıtım alt başlıkları	57
Şekil 4.26. Tatilsepeti.com web sitesi ana sayfa	57
Şekil 4.27. Tatilsepeti.com web sitesi kent tanıtımı.....	58
Şekil 4.28. Virtualtourist web sitesi Antalya'da yapılacaklar sekmesi.....	58
Şekil 4.29. Fourseasons web sitesi ana sayfa görünümü.....	59
Şekil 4.30. Fourseasons web sitesi Düden Şelalesi tanıtımı.....	59
Şekil 4.31. Viator web sitesi ana sayfa görünümü	60
Şekil 4.32. Viator web sitesi bisiklet turu güzergahları ile ilgili kısa bilgiler	60
Şekil 4.33. Turkey travel planner web sitesi Kurşunlu Şelalesi ile ilgili bilgi	61
Şekil 4.34. Turkey travel planner web sitesi Karaalioğlu Parkı ile ilgili bilgi	61
Şekil 4.35. Ziyaretçilerin milliyet dağılımları	62
Şekil 4.36. Yerli ziyaretçilerin ikamet dağılımları	63
Şekil 4.37. Ziyaretçilerin cinsiyet dağılımı	64
Şekil 4.38. Ziyaretçilerin yaş dağılımı	65
Şekil 4.39. Ziyaretçilerin medeni durum dağılımı	66
Şekil 4.40. Ziyaretçilerin eğitim durumu dağılımı	67
Şekil 4.41. Ziyaretçilerin gelir durumu dağılımı.....	68
Şekil 4.42. Ziyaretçilerin meslek dağılımı	69
Şekil 4.43. Ziyaretçilerin çevre derneğine üyelik durumu	70
Şekil 4.44. Ziyaretçilerin destinasyon tercihine yeşil alanların etkisi.....	71
Şekil 4.45. Ziyaretçilerin tesis tercihine yeşil alanların etkisi.....	72
Şekil 4.46. Ziyaretçilerin tesis tercihlerinde yeşil alanlara yakın olma isteği.....	73
Şekil 4.47. Ziyaretçilerin yeşil alanların kenti güzelleştirmesi tercihleri	74
Şekil 4.48. Ziyaretçilerin birçok yeşil alanın olduğu bir kentte tatil yapma tercihleri....	75
Şekil 4.49. Ziyaretçilerin ulaşım şekli.....	77
Şekil 4.50. Ziyaretçilerin Antalya kentini ziyaret sayısı	78
Şekil 4.51. Ziyaretçilerin kente geliş nedenleri.....	79
Şekil 4.52. Ziyaretçilerin konaklama türü dağılımı.....	80

Şekil 4.53. Ziyaretçilerin seyahatten beklentilerinin dağılımı	82
Şekil 4.54. Ziyaretçilerin destinasyonla ilgili bilgi edinme dağılımı	83
Şekil 4.55. Ziyaretçilerin bilgi kaynaklarının dağılımı	83
Şekil 4.56. Ziyaretçilerin yeşil alan bilgisi edinme dağılımı	84
Şekil 4.57. Ziyaretçilerin edindikleri yeşil alan bilgi türleri dağılımı.....	85
Şekil 4.58. Ziyaretçilerin yeşil alan bilgisinin tercihlerini etkileme oranı.....	86
Şekil 4.59. Ziyaretçilerin en çok ziyaret ettiği yeşil alanlar.....	88

ÇİZELGELER DİZİNİ

Çizelge 2.1. Mekansal dağılım açısından yeşil alanlar	7
Çizelge 2.2. Hiyerarşi açısından yeşil alanlar	7
Çizelge 2.3. Kullanım biçimi açısından yeşil alanlar	8
Çizelge 2.4. Turizmin sınıflandırılması.....	13
Çizelge 4.1. Turizm planlamada iklim elemanları	32
Çizelge 4.2. Antalya İli'ne ait 1950-2015 yılları arasındaki iklim verileri	33
Çizelge 4.3. Antalya kenti plajları-kaynak değerleri ve faaliyetler	36
Çizelge 4.4. Antalya bölgesi doğal ve kültürel koruma alanı sayısı	37
Çizelge 4.5. Antalya kenti açık- yeşil alanlar.....	38
Çizelge 4.6. Antalya kenti aktif yeşil alan sayısı	39
Çizelge 4.7. Antalya kentinin 2015 yılı itibariyle nüfusu ve yeşil alan verileri.....	39
Çizelge 4.8. Antalya iline giriş yapan turistin Türkiye içindeki oranı ve yıllara göre değişimi	47
Çizelge 4.9. Çalışma içerisinde bulunan turizm bölgeleri ve kaynak değerleri	47
Çizelge 4.10. Turistlerin Antalya kent merkezini ziyaret etme durumu	48
Çizelge 4.11. Turistlerin Antalya'da yaptığı aktiviteler	49
Çizelge 4.12. Ankete katılan yabancı ziyaretçilerin dağılımı	63
Çizelge 4.13. Ziyaretçilerin Antalya'yı tercih etme sebepleri	87
Çizelge 4.14. Ziyaretçiler tarafından en çok ziyaret edilen yeşil alanlar	88
Çizelge 4.15. Cinsiyete göre yeşil alanlara yönelik kişisel beklentilerin değerlendirilmesi.....	90
Çizelge 4.16. Yaş gruplarına göre yeşil alanlara yönelik kişisel beklentilerin değerlendirilmesi.....	91
Çizelge 4.17. Eğitim durumuna göre yeşil alanlara yönelik kişisel beklentilerin değerlendirilmesi.....	93
Çizelge 4.18. Gelir durumuna göre yeşil alanlara yönelik kişisel beklentilerin değerlendirilmesi.....	94
Çizelge 4.19. Milliyete göre yeşil alanlara yönelik kişisel beklentilerin değerlendirilmesi.....	95
Çizelge 4.20. Çevre derneğine üyelik durumuna göre yeşil alanlara yönelik kişisel beklentilerin değerlendirilmesi	96

1. GİRİŞ

Bir kentin genel karakterini, mimari yapılar, açık-yeşil alanlar ve bunların birbiriyle olan ilişkileri ve bütünlüğü tayin eder. Açık-yeşil alanlar, insan ile doğa arasında bozulan ilişkiyi dengelemede ve kentsel yaşam koşullarının iyileştirilmesinde önemli bir konuma sahiptir. Bu nedenle gelişmiş ülkelerde açık-yeşil alanların nitelik ve nicelikleri, medeniyetin ve yaşam kalitesinin bir göstergesi olarak kabul edilmektedir. Bu kapsamda pek çok gelişmiş ülke, insanların zihinsel ve fiziksel ihtiyaçlarını göz önünde bulundurarak insan yaşamı için uygun kent mekanı veya ekolojisini planlama ve oluşturma çabasına yönelmektedir (Gül ve Küçük 2001).

Açık ve yeşil alanlar kentin tanınırlığında da önemli bir görev üstlenmektedir. Bugün kent turizminde öne çıkan pek çok kent geniş yeşil alanlara sahiptir ve bu alanlar her yıl milyonlarca turist çekmektedir. Kent tasarımında önemli bir denge unsuru olan yeşil alanlar turizm gibi bölge ekonomisine büyük ölçüde katkıda bulunan diğer sektörler için de vazgeçilmez bir öğedir.

Uygarlık tarihinin başlangıç noktası olarak kabul edilen kentsel mekânlar, insanların toplu yaşama içgüdüleri veya sosyalleşme eğilimlerinin ortaya konduğu yaşam biçimi ve mekânı olarak karşımıza çıkmaktadır. Geçmişten günümüze kadar değişim geçiren kentler, insanların esas yerleşim amaçları ve varlıklarını sürdürme konusundaki ideallerine göre karakter kazanmışlar ve kazanmaktadırlar. Bir kentin fiziksel yapısını, o kentte yaşayan insanların ekonomik, sosyal ve kültürel özellikleri ve birbiriyle oluşan etkileşimleri oluşturur (Gül ve Küçük 2001). Buna göre kentlerin de insanlar gibi birçok yönüyle gelişim gösterip evirildiği söylenebilir. Bu gelişimin sonucunda kentler kimlik ve karakter kazanır, hatta çoğu zaman içerisinde bulundurduğu öğeler kent kimliğinin önüne geçerek tek başına bir sembol oluştururlar. Paris'in Eyfel Kulesi, New York'un Central Park'ı ve İstanbul'un silüetini oluşturan camiler bu sembollere birer örnektir (Aydur 2014).

Kentlerde insanların sosyalleştiği önemli alanlardan birisi de kentsel açık alanlar olarak tanımlanmış olan park, meydan vb. şekilde sınıflandırılan kamusal mekânlardır. Bu kamu kullanımına açık mekanlar, özel tasarım alanları olarak bilinmektedir. Farklı sosyal grupların bir araya gelerek paylaşımında buldukları, aktivite yaptıkları, toplumsallaştıkları bu mekanların tasarımı toplumsal hayatı ve bireylerin yaşam kalitesini belirleyen özelliklere sahiptir. Bu bağlamda açık mekanların tasarlanması ayrı bir önem taşımaktadır. Ülkemizde son zamanlarda yaşanan hızlı kentleşme süreci ile birlikte kentsel açık alanların önemi giderek artmış, bir çok park, meydan, cadde, sokak gibi kamusal mekan oluşturulmuştur.

Park kavramı, kent ve kentleşme kökenlidir. İnsanların kırsal alanlarda dağınık yaşam formundan, toplu halde yaşamaya başlayarak kentleri meydana getirmesi ile ortaya çıkmıştır. Sanayi devrimi ile hız kazanan kentleşme süreci, insanların doğal yaşam alanlarının kentler olmasına neden olmuştur. Özellikle 1950'lerde kent yaşamına olan talep artışı, dünya nüfusunun büyük bir kısmının kırsaldan kentlere göç etmeye zorlamıştır. 1950 yılında dünya nüfusunun % 29,1'i kentte ve % 70,9'u kırsalda

yaşarken, 2010 yılına gelindiğinde bu oran % 50,6'ya (kent) % 49,4'tür (kırsal) (Çetinkaya vd 2015).

Günümüzde yaklaşık 4 milyar insan kentlerde yaşamaktadır. Artan nüfus ve bu nüfusun kentlerde yaşama talebinin yanı sıra, kent hayatının getirdiği rekreasyon ihtiyacı her geçen gün artmaktadır. Yeşil alanlar, kentsel mekanlarda insan yaşamı ve gereksinimleri açısından büyük önem taşımaktadır. Bu alanlar, değişik kentsel kullanımlar arasında sirkülasyon ve fiziksel konfor sağlama, kente estetik değer kazandırma, rekreasyon fırsatları sunma, gürültü ve kirliliği azaltma gibi birçok fiziksel ve ekolojik işleve sahiptirler. Bu işlevleri tam olarak yerine getirebilmeleri için kent planlamada bir sistem dâhilinde, belirli standartlara uygun ve yeterli büyüklükte planlanmalı ve kent dokusu içinde düzenli bir dağılıma sahip olmalıdırlar (Karagüzel vd 2000). Açık ve yeşil alanlar kentliye sağladıkları imkânların yanı sıra bir kentin şekillenmesinde, estetik değer ve kimlik kazanmasında, kitle turizmine alternatif olarak geliştirilen ve popülaritesi giderek artan kent turizminin geliştirilmesinde önemli bir rol oynamaktadır.

21. yüzyılın hızlı gelişme gösteren hizmet sektörlerinden biri de turizmdir. Gelir düzeylerindeki artış, ulaşım ve haberleşmede meydana gelen teknolojik gelişmeler ve serbest zamanları değerlendirme isteği, kent ve çalışma hayatının getirdiği stresten uzaklaşma arzusu gibi daha pek çok sıralanabilecek nedenden dolayı hem ulusal hem de uluslararası düzeyde turizme katılım önemli bir artış göstermektedir. Yıl boyunca milyonlarca kişi turizm amaçlı seyahatler gerçekleştirerek, seyahatleri esnasında birtakım turistik hizmetler ve ürünler almaktadır. Bu sayede günümüzde turizm, birçok bölgeyi ekonomik olarak kalkındırmakta ve istihdam olanakları sağlamaktadır. Bu nedenle turizm, günümüzün en çok gelir getiren ve en hızlı gelişen sektörlerinden biri durumundadır.

Turizm, dünkü anlamından farklı bir anlam kazanmıştır. Turizm bir hareket ve bir yer değiştirme olaydır. Bunlar turizmin, temel olgusal nitelikleri olarak bugün de vardır. Uzun süre sadece tatil, deniz, güneş demek olan turizme karşı bugün artık davranış değişiklikleri ortaya çıkmıştır. Dolayısıyla turizm yeni kavramsal yapısı içinde sadece deniz, güneş ve tatil tanımlamasından çıkmış, dinlenme-eğlence ve boş zamanları değerlendirme ile bütünleşen bir olgu olarak kabul görmeye başlamıştır (Çubuk 1981).

Klasik deniz-güneş-kum üçlüsünün bel kemiğini oluşturduğu kıyı turizmi günümüzde de ön planda olup, yaşam süresinin ve harcanabilir gelirin artması; çalışma süresinin kısalması; sosyo-demografik değişiklikler, farklı yaş, dil ve sosyal gruplardan insanların değişen ilgi ve istekleri doğrultusunda turizmde yenilik ve çeşitlilik arayışları gün geçtikçe artmaktadır. Kıyılarda yoğunlaşan turizm, yeni turizm eğilimlerinin merak uyandırması sonucu iç kesimlere yönelerek, kırsalda ve kentlerde alternatif turizm mekânlarının oluşmasına neden olmuştur.

Dünya turizm örgütü verilerine göre 2013 yılında turizm sektörü % 5 büyüme göstermiş turizm hareketlerine katılan yıllık turist sayısı 1.087.000 kişi olmuştur. Türkiye'ye 2013 yılında bir önceki yıla göre % 24 oranında daha fazla turist geldiği tespit edilmiştir. Türkiye turizminin başkenti olarak kabul edilen Antalya'ya 2014

yılında gelen turist sayısı önceki yıla göre % 3.52 oranında (406.192) artarak 11.941.954 kişiye yükselmiştir. 2014 yılında Türkiye'ye en çok turist gönderen ülkeler sıralamasında Rusya Federasyonu % 30.32 ile birinci, Almanya % 25.96 ile ikinci, Hollanda % 4.76 ile üçüncü sıradadır. Hollanda'yı İngiltere, İsveç, Ukrayna, Belçika, Kazakistan, Polonya ve Norveç izlemektedir (AIKTM 2015).

Tatil turizm kavramına ilişkin çekiciliklere veya turistik ürünlere her geçen gün yenisi eklenmekte ve uluslararası turizm pazarında rekabet hızlanmaktadır. Bu nedenle egzotik, doğal ve kültürel çekiciliklere sahip mekanlar, termal merkezler, yaylalar, korunan alanlar ilgi çekerken, eko turizm, termal turizm, kültürel turizm, kırsal turizm türleri ön plana çıkmaktadır (IKV 1999, Emekli 2005).

Yaygın deniz-güneş-kum tatil anlayışına dayalı kitle turizminin doygunluğa ulaşması nedeniyle alternatif turizm olarak sosyal, kültürel ve sanatsal amaçlarla kentlere yapılan kısa süreli ziyaretleri içeren kent turizmi ön plana çıkmaya başlamıştır. Kent turizmi, tatil yapmak, tarihi ve kültürel bilgi elde etmek, spor müsabakalarını izlemek, sanatsal aktiviteleri takip etmek, alışveriş olanaklarından yararlanmak, diğer toplumların yaşam ve düşünce tarzlarını araştırmak gibi nedenlerle kentlere yapılan kısa süreli ziyaretlerdir (Emekli 2013).

Kent turizmine olan ilginin artmasının nedeni, kentleri insanların yemek yediği, alışveriş yaptığı ve vakit geçirdiği kültür ve rahatlama merkezleri haline getiren davranışsal değişikliklerdir (European Commission 2000). Çünkü turistler, esneklik ve çeşitlik sunan, birkaç gün konaklamalı, spor, kültürel ve sosyal etkinliklerin, alışverişin içerisinde yer aldığı seyahatleri tercih etmektedirler. Günümüzde kent turizmi yönünden ön plana çıkan kentler incelendiğinde bazılarının kültürel ve tarihi miras, bazılarının sahip oldukları deniz, orman, dağ gibi doğal kaynaklar, bazılarının ise belirgin insan yapısı çevre nedeniyle tercih edildiği görülmektedir. Örneğin, Paris'in en önemli simgesi özelliğini taşıyan Eyfel Kulesi, kentin en büyük turizm cazibelerinden biri olup, yılda 6 milyon ziyaretçi çekmektedir. Tercih nedenleri farklılaşsa da kentlerdeki çekim unsurları, kent turizminin ortaya çıkmasında etkili bir unsurdur (Koçak ve Tandoğan 2008).

Kentsel yeşil alanlar, diğer bir çekim kaynağı olarak önemli bir role sahiptir. Turistler, destinasyon belirlerken kentin sahip olduğu yeşil alan varlığı ve özelliklerini de göz önünde bulundurmaktadır (Majumdar 2011, Chaudhry ve Tewari 2010). Kent parkları özel etkinliklerin ve festivallerin gerçekleştirilebileceği özel alanlar olabilmekte; özellikle küçük kentler için spor karşılaşmalarına alan sağlayarak turizm gelirlerine katkıda bulunabilmektedir. Hayvanat bahçeleri, heykeller, müzeler, kültürel ve tarihi eserler barındıran büyük kent parkları turistlerin ilgisini çekmektedir. Kentindeki parklarının çeşitli işlevlerini iyi değerlendiren bazı yerel yönetimler, kentlerde ve büyük metropollerde, örneğin, New York'ta Central Park (843 da), San Francisco'da Golden Gate Park (1017 da), Londra'da Hyde Park (350 da) gibi büyük kent parkları oluşturmuşlardır. ABD sınırları içinde en çok ziyaret edilen park olan Central Park'ın yıllık ortalama 42 milyon ziyaretçisi olduğu tahmin edilirken, San Fransisco' daki Golden Gate Park her yıl ortalama 13 milyon turist çekmektedir (Central Park Conservancy 2016, San Francisco Recreation and Parks 2016). Bu nedenle New

York Kenti'ndeki Central Park gibi özellikle peyzaj değeri yüksek parklar kendi başlarına önemli turistik değerlere sahip olmaktadır.

Ülkemizde ekonominin önemli bir bileşeni olan turizm sektörünün geliştirilmesine yönelik çeşitli politikalar üretilmekte ve buna bağlı olarak farklı ölçek ve içeriklerde çalışmalar gerçekleştirilmektedir (Taşcıoğlu 2016).

Bunlardan biri olan ve Kültür ve Turizm Bakanlığı (KTB) tarafından gerçekleştirilen Türkiye Turizm Stratejisi-2023 çalışmasında turizmin noktasal değil bölgesel ölçekte geliştirilmesinin gerekliliği üzerinde durulmaktadır. Turizm bölgelerinin noktasal ölçekte planlanması yerine gelişim aksları boyunca turizm koridorları, turizm bölgeleri, turizm kentleri ve ekoturizm bölgeleri şeklinde planlanmasının daha doğru bir yaklaşım olacağı vurgulanmaktadır. Böylece turizm potansiyeli bulunan bölgelerin ve genelde sunulan tek tip turizm ürününün diğer alternatif turizm türleri ile birleştirilerek cazibesinin artırılacağı beklenmektedir (Türker 2013, Taşcıoğlu 2016).

Türkiye'de kent turizmi 2007 yılında Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın çalışmaları kapsamına alınmıştır. Kentsel ölçekte turizmi geliştirme stratejisinde, "Zengin, kültürel ve doğal değerlere sahip kentlerimizin geliştirilerek turistler için bir çekim noktası haline getirilmesi" vizyon olarak benimsenmiştir (KTB 2007). Bu doğrultuda turizm potansiyeli en yüksek kent olan İstanbul'un yanı sıra, Ankara, İzmir ve Antalya'da da kent turizmini geliştirmeye yönelik plan ve projelerinin başlatılması kararlaştırılmıştır. Kitle turizminin yoğun olarak geliştirildiği alanların altyapısının öncelikli olarak ele alınarak güçlendirilmesi ve bu bölgelerdeki turizm sezonunun tüm yıla yayılabilmesine yönelik düzenlemelerin yapılması temel stratejiyi oluşturmaktadır. Bu doğrultuda Antalya, Muğla ve Aydın kıyı kesimlerinde deniz-kum-güneşten oluşan kitle turizmine yönelik tatil turizminin doygunluğa ulaşması nedeniyle, turistleri otelden çıkararak ikincil harcamaları artıracak, mevcut tesislerin 12 ay çalışmasını sağlayacak, turizm bölgesi açısından kıyı turizminin yanı sıra marka oluşumunu sağlayacak etkinliklerin özendirilerek planlanması hedeflenmiştir.

Antalya'da turizm planlama çalışmaları, Güney Antalya Turizm Gelişim Projesi ile başlamış, Side Turizm Gelişimi Projesi ile sürmüştür; daha sonraki yıllarda bu iki proje alanına Bakanlar Kurulu kararıyla ve 2634 sayılı Turizmi Teşvik Yasası uyarınca birçok turizm alanı eklenmiştir. Turizmi Teşvik Yasası gereğince yatırımcılara verilen yüksek teşvikler ve tamamlanan kamusal altyapı sonucunda, Antalya ilindeki yatak kapasitesi, özellikle 1989 yılından sonra hızlı bir artış göstermiştir (Sayan 2000). Bunun sonucunda turizm yatırımları, deniz-kum-güneş ekseninde kıyı turizmi üzerinde yoğunlaşmıştır. Antalya ili arkeolojik ve kültürel zenginliklerinin yanı sıra coğrafi konumu nedeniyle farklı turizm türleri için birçok kaynağa sahiptir. Antalya'da turizm Mart ayından itibaren artarak Ağustos ayında en üst düzeyine ulaşmaktadır. Bunun nedeni deniz-kum-güneş üçlüsüne dayalı eğlence ve tatil turizmi ağırlıklı olmasıdır. Kasım ve Mart aylarındaki girişler ise genellikle doğal güzellikler üzerine odaklanmaktadır. Dolayısıyla turizm geliri mevsimlere göre önemli ölçüde değişmektedir.

Antalya tatil turizminin yanı sıra sahip olduğu peyzaj değerleri, doğal yapıları ve kültürel özellikleriyle de ilgi çeken bir kenttir. Antalya kenti ülkemizdeki diğer kentlere

oranla yeşil alan varlığı bakımından zengindir. Kent sınırları içerisinde toplam aktif yeşil alan sayısı 1167; bu yeşil alanların temsil ettiği toplam yüzey 5.717.831 m²'dir ve kent nüfusuna göre, kişi başına düşen yeşil alan miktarı 4,6 m²'dir (Ortaçeşme 2016). Bu yeşil alanlara ek olarak Orman ve Su İşleri Bakanlığı tarafından oluşturulan mesire yerleri, tabiat parkları gibi farklı yeşil alan kullanımları da Antalya kent dokusu içerisinde yer almaktadır ve kentin sahip olduğu yeşil alan varlığına katkı sağlamaktadır. Bu verilere bakıldığında Antalya, yeşil alan varlığı bakımından diğer illere göre oldukça zengin bir yapıya sahiptir.

Turizm verilerine göre Antalya kent merkezini ziyaret eden turistler, Antalya'ya gelen toplam turist sayısının % 36'sını oluşturmaktadır (ATSO 2012). Antalya 2023 Vizyonunda kent turizminin geliştirilmesi hedeflenmiş ve bu doğrultuda Kaleiçi'nin geliştirilmesi, gastronomiye önem verilmesi, eğlencenin çeşitlendirilmesi, temalı parkların (botanik bahçesi, safari parklar, Arboretum) açılması, çok kültürlü kent yaşamının geliştirilmesi, otantik öğelerin öne çıkarılması, alışveriş festivali düzenlenmesi, farklı kültürleri öne çıkararak turizm amaçlı kullanılması gibi öneriler getirilmiştir.

Kent turizminin öne çıktığı Avrupa ve Amerika'daki ülkelere bakıldığında kentsel açık yeşil alanların tasarım ve yönetimine ne kadar önem verildiği görülmektedir. Açık yeşil alanların ve kent parklarının kentin imajına olan etkileriyle bağlantılı olarak kent turizmine olan katkıları anlaşılmış ve gerekli planlamalar yapılmıştır.

Ancak Türkiye'de geliştirilen turizm stratejileri incelendiğinde kent turizmi ile ilgili çalışmaların konusunu ekonomi ve yönetim başlıkları oluşturmaktadır. Kentsel açık yeşil alan sistemleri ve kent parkları bu kapsamda yeterince ele alınmamaktadır. Turizmin varış noktası odaklı ve çok fonksiyonlu olarak geliştirilmesi, sürdürülebilir turizmin sağlanması ve alternatif turizm hareketlerinin desteklenmesi, global rekabet ortamında farklı stratejilerin uygulanabilmesi için turist profiline uygun turizm ürün ve hizmetlerinin sunulması ve turizm sezonunun bütün yıla yayılması gerekmektedir. Uluslararası düzeyde turist kabul eden ülkeler arasında önemli bir konumda olan ülkemizde yakın gelecekte doygunluk durumuna erişme halinde alternatif çözümler ve doğru stratejiler geliştirmek, yeni ürün ve hizmet arayışlarına girmek kaçınılmaz olacaktır.

Bu çalışmanın amacı, kent turizmi olgusunu irdeleyerek, Türkiye'nin önemli turizm kentlerinden olan Antalya'nın güçlü ve zayıf yanlarının vurgulanması, sahip olduğu kentsel yeşil alanların bu bağlamda sağladığı fırsatların ortaya çıkarılmasıdır. Bunun yanında kentsel açık ve yeşil alanların kentlerin turistik açıdan pazarlanmasındaki önemi vurgulanmaya çalışılarak, konuyla ilgili bazı öneriler getirilmiştir.

2. KURAMSAL BİLGİLER ve KAYNAK TARAMALARI

2.1. KENTSEL AÇIK VE YEŞİL ALANLAR

Açık ve yeşil alanlar kentin fiziksel yapısını ortaya koyan ve biçimlendiren temel alan kullanımlarından birisi olup kent planlamasında ve tasarımında diğer alan kullanımlarını bütünleştiren bir denge unsurudur.

Açık alan kavramı, Öztan (1968) ve Özbilen'e (1991) göre, kent dokusunun önemli temel elemanlarından birisi olup, mimari yapı ve ulaşım alanları dışında kalan açıklıklar veya boş alanlar olarak tanımlanmaktadır. Diğer bir deyişle, dış mekan üzerinde herhangi bir amaca göre yapılaşmanın olmadığı ve herhangi bir rekreasyonel kullanım için uygun potansiyel imkanı bulunan alanlar olarak algılanmaktadır. Örneğin su yüzeyleri, üzerinde bitkisel eleman bulunmayan veya çok sınırlı sayıda bulunan meydanlar ve ulaşım alanları açık alan olarak tanımlanmaktadır (Gül ve Küçük 2001).

Yeşil alan ise, mevcut açık alanların bitkisel elemanlarla (odunsu ve otsu bitkiler) kaplı veya kombine edilmiş yüzey alanları olarak tanımlanmaktadır. Bu tanıma göre her yeşil alan bir açık alan niteliğindedir. Ancak, her açık alan bir yeşil alan olmayabilmektedir. Yapılar arasında kalan, ulaşım güzergahları üzerinde yer alan ve en küçük yeşil eleman olan ağaçtan, ormana kadar yeşil örtü ile ilgili her doğa elemanı yeşil alan sınıfına girmektedir (Çetiner 1991).

Yeşil alanlar ayrıca, kent ve kentlinin oksijen ihtiyacını karşılayan, kente estetik bir görünüm kazandıran, toplumun yararlanmasına açık, aktif veya pasif kullanımlı, bitki örtüsünün yoğun olduğu alanlar olarak da tanımlanabilir.

Açık ve yeşil alanlar, kentsel doku içerisinde mimari yapılar (binalar, sert yüzeyler) dışındaki açıklıkları, kitlesel ve parçalar halindeki yeşillikleri ve su yüzeylerini barındıran, kentin gelişimini kontrol altında tutan, birleştirici ve ayırıcı işlevler üstlenen, kent genelinde bütünlüğü sağlayan ve tüm bunların dışında varlıkları gereği kente başta ekolojik, estetik, rekreasyonel ve ekonomik olmak üzere birtakım özellikler kazandıran sistemler bütünü olarak adlandırılabilir (Manavoğlu 2013).

Kentsel açık ve yeşil alanlar, 3194 Sayılı İmar Kanunu'nda aktif yeşil alanlar ve diğer yeşil alanlar olarak iki grupta tanımlanmıştır. Aktif yeşil alanlar; toplumun doğrudan yararlanması için düzenlenmiş parklar ve dinlenme alanları, çocuk bahçeleri ve oyun alanlarını kapsayan kullanımlardır. Diğer yeşil alanlar ise; halkın doğrudan kullanabileceği ya da dolaylı olarak yararlanabileceği ancak, aktif yeşil alanların fonksiyonlarına genellikle sahip olmayan alanlardır. Yerleşim alanları bünyesinde doğal olarak kullanılabilecekleri gibi insan eliyle de düzenlenmiş olabilirler. Şehirlerdeki diğer yeşil alanların başlıcaları şu şekilde sıralanabilir; orman alanları, ağaçlandırma alanları, çalılıklar, kamu ya da özel mülkiyete ait bahçeler, fuar, panayır ve festival alanları, mezarlıklar vb. gibi alanlar (Manavoğlu 2013).

23804 Sayılı Planlı Alanlar İmar Yönetmeliği'nde yeşil alanlar; toplumun yararlanması için ayrılan oyun bahçesi, çocuk bahçesi, dinlenme, gezinti, piknik, eğlence ve kıyı alanları toplamıdır. Metropol ölçekteki fuar, botanik ve hayvanat bahçeleri ile bölgesel parklar da bu alanlar kapsamındadır (Manavoğlu 2013).

2.1.1. Kentsel açık ve yeşil alanların sınıflandırılması

Kentlerde açık ve yeşil alanların sınıflandırılması, bu alanların çeşitli özellikleri göz önüne alınarak değişik şekillerde yapılabilir. Kentlerde açık-yeşil alanlar genellikle mekânsal dağılım, fonksiyon biçimi, hiyerarşi ve kullanım amaçlarına göre sınıflandırılmaktadır.

Mekânsal dağılım (konum) açısından yeşil alanlar “yerleşme içi yeşil alanlar” ve “yerleşme dışı yeşil alanlar” olarak sınıflandırılır. Yerleşme içi yeşil alanlar konut bahçesi, çocuk oyun alanı, çocuk bahçesi, mahalle ve kent parkı, mezarlıklar, eğlence ve fuar alanları ve rekreasyon alanlarını kapsayan ve geniş bir kentsel nüfusa hizmet eden alanlardır. Yerleşme dışı yeşil alanlar ise, kent alanlarının yakınında ülkesel, bölgesel ve kentsel ölçekte hizmet veren alanlardır. Milli parklar, sulak alanlar, orman alanları, mesire alanları, doğa koruma alanları bu gruptaki yeşil alanlara örnektir (Çetiner 1991).

Çizelge 2.1. Mekansal dağılım açısından yeşil alanlar

Yerleşme içi yeşil alanlar	Yerleşme dışı yeşil alanlar
Konut bahçesi	Ormanlar
Çocuk bahçesi	Koruluklar
Oyun alanları	Bölgesel parklar
Mahalle parkları	Botanik bahçeleri
Semt parkları	Hayvanat bahçeleri
Kent parkları	Mesire alanları
Mezarlıklar	Piknik alanları
Spor alanları	Golf, dağcılık, okçuluk gibi spor alanları

Kentsel yeşil alanları hiyerarşi, kullanım ve fonksiyon yönünde sınıflandırmak da mümkündür. *Hiyerarşiye göre* yeşil alanlar; konut düzeyinde, komşuluk düzeyinde, mahalle düzeyinde, kent düzeyinde ve bölge düzeyinde yeşil alanlar olmak üzere 5 grup altında sınıflandırılır.

Çizelge 2.2. Hiyerarşi açısından yeşil alanlar

Bölge düzeyinde yeşil alanlar
Bölge parkları
Orman içi rekreasyon alanları
Milli parklar

Kent düzeyinde yeşil alanlar
Kent parkları
Rekreasyonel alanlar
Hayvanat bahçeleri
Botanik bahçeleri
Kent içi yol-bulvar ve refüjler
Yaya yolları

Kent ormanları-koruluklar
Yeşil kuşak
Mezarlıklar
Fuar ve sergi alanları
Spor kompleksleri
Kıyı düzenlemeleri

devamı arkada

Çizelge 2.2. Hiyerarşi açısından yeşil alanlar (devamı)

Mahalle düzeyinde yeşil alanlar	Komşu düzeyinde yeşil alanlar	Konut düzeyinde yeşil alanlar
Mahalle parkları	Toplu konut bahçeleri	Konut bahçeleri
Spor alanları	Çocuk bahçeleri	Çatı bahçeleri
Çocuk bahçeleri	Spor ve oyun alanları	
Oyun alanları		
Okul bahçeleri		

Fonksiyonları yönünden yeşil alanlar **aktif** ve **pasif yeşil alanlar** olmak üzere ikiye ayrılır. Toplumun yararlanmasına açık olan park alanları, çocuk oyun alanları ve spor alanları aktif yeşil alan olarak ifade edilmektedir. Pasif yeşil alanlar; halkın kullanımına açık olmayan koruma, estetik vb. amaçlarla düzenlenen yeşil alanlardır. Yapı parselleri içinde kalan özel bahçeler, tarım alanları, meyve bahçeleri ve kamuya açılmamış ticari amaçlı koru ve fidanlıklar, devlet ormanları, mezarlıklar, askeri alanlar, okul ve hastane bahçeleri, spor tesisleri alanları, yol ve meydanlardaki güvenlik şerit ve refüjleri pasif yeşil alan kapsamındadır.

Kullanım biçimine göre yeşil alanlar kamusal açık-yeşil alanlar, yarı özel açık-yeşil alanlar ve özel açık-yeşil alanlar olarak üç gruba ayrılmaktadır (Gül ve Küçük 2001).

Çizelge 2.3. Kullanım biçimi açısından yeşil alanlar

Kamusal açık-yeşil alanlar	
Su yüzeyleri ve kıyıları (deniz, göl, gölet, akarsu, havuz)	Sergi parkları ve lunaparklar
Ormanlar (işletme, park ve av ormanları)	Taşıt park yerleri (otoparklar)
Korular (koruluklar, şehir ormanı veya korulukları)	Meydanlar
Parklar (şehir, kasaba, sem ve mahalle parkları)	Çocuk oyun bahçeleri
Çayırliklar, yeşil yamaçlar, manzara seyir noktaları	Spor alanları
Özel amaçlı parklar (botanik bahçeleri, arberetum, hayvanat bahçeleri)	Okul bahçeleri, okul oyun ve spor alanları
Mezarlıklar	Yeşil kuşaklar ve perdeler
	Hava alanları, uçak, otobüs, terminal alanları
	Açık hava tiyatroları, konser yerleri, arenalar
Yarı özel açık-yeşil alanlar	Özel açık- yeşil alanlar
Bahçeler (konut, okul, hastane vb.)	Mesken bahçeleri (ev, köşk, yalı, yazlık)
Koloni bahçeleri (fabrika, toplu iş yerleri)	Özel koruluklar (özel avlanma alanları)
Kamu kurum ve kuruluş bahçeleri	Tarımsal kültür alanları (meyve, sebze, çiçek bahçeleri ve fidanlıklar)
Askeri alanlar (kışla bahçeleri)	Kulüp vb. kuruluşlara ait bahçeler

2.1.2. Kentsel açık ve yeşil alanların işlevleri

Çağımızın kentleşme olgusu, sınırlı yerleşme alanları içerisinde aşırı nüfus ve yapı yoğunluğu yaratırken, ileri teknoloji de topografik özelliklerin değişmesine; su, toprak ve bitkiler arasındaki doğal dengenin bozulmasına neden olmaktadır. Büyük yerleşme alanlarında atmosferdeki duman, gaz ve tozlar önemli sağlık sorunlarına neden olabilmektedir. Gürültü gibi diğer etmenler de önemli psikolojik sorunlara yol açabilmektedir. Kısaca, modern yaşamın ve kentsel çevrenin yarattığı ortam, insanlar üzerinde fiziksel ve ruhsal yönden olumsuzluklara neden olmaktadır.

Yeşil alanların insan sağlığı ve yaşama mekânı arasında kurulacak organik bağda önemli işlevleri bulunmaktadır. Açık ve yeşil alanlar, kentlerin fiziksel, sosyal, teknik, iklimsel, rekreasyonel ve sağlık sorunlarının çözümünde çok yönlü işlevlere sahiptirler. Kentsel yeşil alanların işlevlerini dört başlık altında toplamak mümkündür:

- Ekolojik ve çevresel işlevler
- Sosyal işlevler
- Ekonomik işlevler
- Tasarım ve planlama işlevleri

Ekolojik ve Çevresel İşlevler

Yeşil alanlar kentlerin “akciğeri” işlevini görür ve havayı kirleten çeşitli zararlı toz ve gazları emerek veya tutarak temizler. Yaşlı bir Kayın (*Fagus* sp.) ağacının bir saatte 2350 gr. CO₂ absorbe ettiği saptanmıştır ki, bu miktar 10 evden havaya verilen CO₂ hacmine eşdeğerdir. Aynı sürede bu ağaç 1710 gr. O₂ vermektedir (Pamay 1978).

Yeşil alanların atmosferdeki tozları tutma yönünden de önemli işlevleri bulunmaktadır. Yapılan araştırmalar % 25’lik bir yeşil örtünün havadaki partikül madde miktarını % 10 oranında azalttığını ortaya koymuştur. Orta büyüklükteki bir ağaç 100 gr. partikül maddeyi tutabilirken, yaşlı bir ağaç 1,4 kg’a kadar partikül madde tutabilmektedir. 100 gr. partikül madde 1500 km. yol kateden bir otomobilin ürettiği partikül maddeye eşdeğerdir. Bu uzaklık 1.4 kg partikül madde için ise 20.000 km’dir (De Roo 2011).

Bitkiler transpirasyon yolu ile havaya su buharı vermektedirler. Örneğin; bir Kayın (*Fagus* sp.) ağacı, günde buhar halinde 500 lt., Huş (*Betula* sp.) ağacı ise 300 lt. su vererek havanın nemini artırmaktadırlar. Bir ağaç 500 lt. suyu buharlaştırabilmek için çevreden yaklaşık 300.000 kcal. ısı almakta, dolayısıyla aynı zamanda havayı serinletmektedir (Ortaçışme vd. 2012).

Kentlerde ısıyı absorbe eden yatay ve düşey yöndeki yoğun yapılaşma ve yol materyali (asfalt, beton, çelik, cam, çatı alanlar vb. gibi suni yüzeyler) yüksek binaların rüzgar hızını azaltmaları, yağışın büyük bir kısmının yapay drenaj ile yer altına alınması, toprak içine sızıntının, yüzey suyu akışının geçirgen olmayan malzeme ile engellenmesi, dumanlı sis oluşumu gibi nedenlerle kentlerde kubbeye benzer bir ısı adası yapısı oluşur. Ayrıca kentlerde alt atmosfer tabakalarında rüzgar hızlarının çok daha düşük olması nedeniyle ısınan hava, kırsal alanlardakine oranla daha yavaş taşınır.

Bu da kentlerin ısıısının çevredeki kırsal alanlardan 8-12 °C yüksek olması sonucunu doğurur. Açık ve yeşil alanlar, kışın daha sıcak, yazın ise daha serin bir etki oluştururlar. Güneş battıktan sonra bitkilerin transpirasyon (terleme) olayı ve zemindeki ve su yüzeylerindeki evaporasyon (buharlaşıma) ile birlikte hava serinleşmiş olur (Önder ve Polat 2012). Bitki yaprakları gün ışınlarını tutar, yansıtır, absorbe eder ve bir kısmını da geçirir. Bu etkiler bitkilerin türüne, yaprak yoğunluğuna, yaprak şekline ve dallanma biçimine göre değişir. Böylece bitkiler yaz aylarında sıcaklığın düşmesini sağlarlar. Kışın ise ters yönde bir etki söz konusudur. Kent ortamında geceleri ağaç altındaki sıcaklık açık alanlara oranla ortalama 5–8 °C daha yüksektir (Önder ve Polat 2012).

Bitkiler oluşturdukları yeşil kitleler yoluyla çeşitli kaynaklardan gelen gürültüyü emerek, insan ve çevre üzerindeki olumsuz etkisini azaltırlar veya giderirler. Bunların yanı sıra genel olarak kentsel açık ve yeşil alanların ekolojik ve çevresel işlevleri;

- Doğal kaynakların korunmasını desteklemek,
- Yaban hayatı ve biyolojik çeşitliliği korumak,
- Mikro klima yaratarak atmosferik olayları düzenlemek,
- Yapay kitlelerin absorbe ettiği sıcaklığı azaltmak,
- Gürültüyü önlemek,
- Havayı temizlemek,
- Havanın nemini düzenlemek,
- Ekolojik dengenin sürekliliğini sağlamak,
- Su kaynaklarının sürdürülebilir kullanımını sağlamak,
- Sürdürülebilir kentsel altyapı oluşturmak olarak sıralanabilir.

Sosyal İşlevler

Kentsel açık ve yeşil alanlar kent insanının birlikte rekreasyonel aktiviteye katıldığı birçok aktivite için olanak sağlayan sosyal cazibe alanlarıdır. Kültürel ve sanatsal etkinliklere ve bu yöndeki eğitime mekân oluştururlar. Açık hava tiyatrosu, dans gösterisi, konserler, spor gösterileri, heykel ve resim sergileri, vb. faaliyetlere olanaklar sunarlar. Yeşil alanlar kent içinde doğal alan yaratarak insanların doğayı kullanımı, merakı ve algılamalarında önemli rol oynarlar. Bunların yanı sıra genel olarak kentsel açık ve yeşil alanların sosyal işlevleri;

- Rekreasyon için anahtar rol oynamak, kentlinin yaşam kalitesini arttırmak,
- Kentte birçok eğlence, spor ve oyun aktivitelerine imkan sağlamak,
- Kent insanının bireysel ve gruplar halinde temasını sağlamak,
- Sağlıklı yaşam stillerini geliştirmek,
- Kültürel ve sosyal olaylarla kentliyi geliştirmek,
- İnsanların sosyal gelişmesine olanak sağlamak,
- Çevresel eğitimi desteklemek, yaşam boyu ekolojik ve çevresel eğitimi geliştirmek, olarak sıralanabilir.

Ekonomik İşlevler

Kentsel açık ve yeşil alanlar genç nesile uzun yaz aylarında kamp danışmalığı ve cankurtaranlık gibi iş olanakları sağlayabilir. Çoğu genç insan için eve yakın ve korumalı ortamlar olarak iş dünyasını tanıtır. Parklar ayrıca toplum sakinleri için değerli eğitim fırsatları olarak gençleri ve yetişkinleri donatacak yetenek ve deneyimleri ile çalışmaya başlayacak uzun vadeli işleri de sunar (Walker 2004). Bir park çoğunlukla turistler, toplantılar ve ticaret merkezleri için başlıca bir pazar aracı olarak kentlerin cazibe noktalarından biri olur. Kamu parklarında organize edilen sanat festivalleri, sportif yarışmalar, yiyecek festivalleri, müzik konserleri ve tiyatro gösterileri yerel dükkanlara ve lokantalara ve otellere müşteriler getirerek, toplumlara önemli ekonomik katkılar sağlamaktadır (Sherer 2006). İstihdam ve gelir artırma gibi ekonomik faydalarına ek olarak ayrıca mülk fiyatları üzerine de olumlu katkıda bulunur (Dunnett 2002). Genel olarak açık ve yeşil alanların ekonomik işlevleri;

- Arazi ve konut fiyatlarını etkilemek,
- Enerji tasarrufu sağlamak,
- Tarım, orman ve kıyılardan ekonomik olarak yararlanmayı sağlamak,
- Yeni iş yerleri olarak hizmet vermek,
- Turistler ve yatırımcılar tarafından ekonomiyi canlandırmak, olarak sıralanabilir.

Tasarım ve Planlama

Kentsel açık ve yeşil alanlar, kentin mimari kuruluşunu giderirler. Kentin yapay ve cansız öğeleri ile kontrast oluşturarak; hareketli, renkli ve ışıklı görünimleri, mevsimlere bağlı renk özellikleri ile kent peyzajını estetik yönden zenginleştirirler.

Yeşil kuşaklar halinde kent gelişimini denetleyebilirler. Kentin fiziksel yapısını oluşturan açık alanlarla birlikte, değişik alan kullanım biçimlerini birbirinden ayırır ve onlar arasında organik bir bağ kurarlar. Kentlerin tasarım ve planlamalarında kentsel açık ve yeşil alanların işlevleri;

- Kentsel yapıyı oluşturmak,
- Kent kimliği yaratmak,
- Karakteristik peyzaj özelliklerini korumak,
- Kentsel gelişmeyi sınırlandırmak ve yönlendirmek,
- Kentsel kullanışlar arasında tampon görevini üstlenmek,
- Aktif ve pasif rekreasyon olanağı sağlamak,
- Ulaşım, dolaşım ve erişimi rahatlatmak,
- Altyapı için rezerv oluşturmak,
- Kentsel mekâna estetik, tarihsel, kültürel değer kazandırmak,
- Kent-doğa kontrastını oluşturarak, kitle-boşluk dengesini kurmak, olarak sıralanabilir.

2.2. TURİZM

2.2.1. Turizm kavramı ve tarihçesi

1841 yılında İngiliz Thomas Cook'un, düzenlenen bir kongre için 750 kişilik bir grubu bir şehirden bir şehre trenle götürmesi, ilk toplu seyahatin başlangıcı olarak kabul edilmektedir ve turizm de böylece giderek ülke ekonomilerini ciddi biçimde etkileyen bir sektör ve bilim kolu olarak ortaya çıkmıştır. I. Dünya Savaşı sonrasındaki 1918-1920 yılları Modern Turizm'in başlangıç yılları olarak kabul edilmektedir. 1936 yılından ve özellikle II. Dünya Savaşından sonra, otel, motel, ulaşım araçları, yollar, plajlar, eğlence ve spor alanları, konaklama tesislerinin tüm alt ve üst yapılarıyla, büyük bir endüstri olarak ortaya çıkan turizm hareketi ile insanlar günümüzde uluslar ve kıtalar arası büyük kitleler halinde dolaşabilir konuma gelmişlerdir (Evliyaoğlu 1988, Doğanay 2001, Karaman ve İlban 2003).

Turizm faaliyetleri ilk olarak Sanayi Devrimi sonrasında, çalışanların işlerinde daha verimli olmalarını sağlamak için yılın belirli dönemlerinde ücretli izinli sayılmaları sonucunda, dinlenmek amacıyla yaptıkları seyahatlerle başlamıştır. Daha sonra toplumların refah seviyelerinin yükselmesi, turizm yatırımlarının artması, kalifiye elemanlar sayesinde iyi hizmet sunulması, çeşitli alt yapı hizmetlerinin iyileştirilmesi ve çekiciliklerin çeşitlenmiş olması, turizmin önemini daha da arttırmış ve adeta bacasız endüstri durumuna getirmiştir (Özcan 2005).

Turizm birçok uzmana göre 19. yüzyıldan sonra gelişen bir kavram olsa da, gerçekte yer değiştirme işlevi insanlık tarihi kadar eskidir. Turizmin ilk tanımı, 1905 yılında Guyer- Fuller tarafından ortaya atılmıştır. Bu tanıma göre turizm; gittikçe artan hava değişimi ve dinlenme gereksinimleri, doğa ve sanatla beslenen göz alıcı güzellikleri tanıma isteğine; doğanın insanlara mutluluk verdiği inancına dayanan ve özellikle ticaret ve sanayinin gelişmesi ve ulaşım araçlarının kusursuz hale gelmelerinin bir sonucu olarak ulusların ve toplulukların birbirlerine daha çok yaklaşmasına olanak veren "modern" çağa özgü bir olaydır (Çoruh 1979).

Turizmin çok sayıda tanımı yapılmış olmakla birlikte, konuyla ilgili kişiler ve araştırmacılar tarafından benimsenmiş ortak bir tanım yoktur. İlk tanımlar daha çok turizmin mekânsal boyutuna odaklanmış ve oturduğu yerden belli uzaklıktaki yerlere giden kişiler turist olarak adlandırılmıştır. Daha sonra turizmi sadece talep açısından değil aynı zamanda arz yönüyle de ele alan; başka bir ifade ile turistlere hizmet veren firmaları, hükümetlerin turizm politikalarını ve turistler tarafından ziyaret edilen yerlerde yaşayan insanları da dikkate alan daha geniş kapsamlı tanımlar yapılmıştır (Gartner 1996).

Turizm sosyal, kültürel ve ekonomik yönden birçok kez irdelenmiş ve çeşitli tanımlamalar yapılmaya devam edilmiştir. 1981 yılında Uluslararası Bilimsel Turizm Uzmanları Birliği (AIEST) tarafından yapılan tanıma göre turizm; insanların devamlı ikamet ettikleri, çalıştıkları ve her zamanki olağan ihtiyaçlarını karşıladıkları yerlerin dışına seyahatleri ve buralardaki, genellikle turizm işletmelerinin ürettiği mal ve hizmetleri talep ederek, geçici konaklamalarından doğan olaylar ve ilişkiler bütünüdür (McIntosh ve Goeldner 1986)

Olalı'ya (1990) göre turizm "İnsanların sürekli konutlarının bulunduğu yer dışında devamlı olarak yerleşmemek, sadece para kazanmak veya politik ya da askeri bir amaç gütmek üzere, serbest bir ortam içinde, iş, merak, din, sağlık, spor, dinlenme, eğlence, kültür, deneyim kazanma, snobik amaçlarla veya aile ziyareti, kongre ve seminerlere katılmak gibi nedenlerle, kişisel veya toplu olarak yaptıkları seyahatlerden, gittikleri yerlerde 24 saati aşan veya o yerin bir konaklama tesisinde en az bir geceleme ile konaklamalarından ortaya çıkan iş ve işleri kapsayan, bir tüketim olayı, endüstri ve sosyal bir olay" olarak tanımlanmaktadır (Demir ve Çevirgen 2006).

2.2.2. Turizmin sınıflandırılması

Çeşitli araştırmacılar tarafından turizm farklı şekillerde sınıflandırılmıştır. Genel olarak turizm;

- Katılımcıların zamanına göre,
- Katılımcıların sosyoekonomik durumuna göre,
- Katılımcıların sayısına göre,
- Katılımcıların yaşına göre,
- Katılımcıların geldiği yere göre,
- Katılımcıların süresine göre,
- Temel turizm yaklaşımına göre,
- Mevsime göre,
- Yerleşmelere göre,
- Katılımcıların konakladığı yere göre ve
- Katılımcıların amacına göre sınıflandırılabilir.

Çizelge 2.4. Turizmin sınıflandırılması (Taşcıoğlu 2016).

Katılımcıların zamanına göre	Konaklama turizmi Geçit turizmi Hafta sonu turizmi
Katılımcıların sosyo-ekonomik durumuna göre	Sosyal turizm Lüks turizm Geleneksel turizm
Katılımcıların sayısına göre	Bireysel turizm Grup turizmi Kitle turizmi
Katılımcıların yaşına göre	Gençlik turizmi Orta yaş turizmi Üçüncü yaş turizmi
Katılımcıların geldiği yere göre	Dış turizm İç turizm
Katılımcıların süresine göre	Kısa süreli turizm Uzun süreli turizm
Temel turizm yaklaşımına göre	Alternatif turizm Sürdürülebilir turizm Soft turizm

devamı arkada

Çizelge 2.4. Turizmin sınıflandırılması (devamı)

Mevsime göre	Yaz turizmi Kış turizmi Yarı mevsim turizmi
Yerleşmelere göre	Kentsel turizm Kırsal turizm
Katılımcıların konakladığı yere göre	Akraba yanı İkinci konut Kamping Otelcilik (tatil köyü, otel, motel...)
Katılımcıların amacına göre	Agro turizm Akarsu rafting turizmi Av turizmi Deniz turizmi (kıyı turizmi, yat turizmi) Golf turizmi İnanç turizmi Kış turizmi Kongre turizmi Kültür turizmi Mağara turizmi Ornitoturizm (kuş gözlemciliği) Sağlık ve termal turizm Yayla turizmi

Agro turizm (Tarım Turizmi)

Roberts ve Hall'e (2003) göre, agro-turizm, kırsal alanlardaki festival, müze gezme ve kültürel anlamda tüm turizm faaliyetlerini ifade etmek için kullanılmasına rağmen, daha çok doğrudan kırsal çevreyle, ürünle ve konaklamayla bağlantılı bir çiftlikte, kampta veya pansiyonda konaklama, eğitsel gezi, yeme-içme, rasyonel faaliyetler ve çiftlikte ürün ve el sanatlarının satılmasıyla ilişkili faaliyetler bütünü olarak tanımlanmaktadır (Civelek vd 2014).

Akarsu- Rafting Turizmi

Rafting, raft adı verilen botlarla (sallarla), debisi yüksek nehirlerde yapılan bir nehir sporudur. Rafting, 6 ile 8 kişilik takımlar halinde ve lider rehberliğinde yapılır Türkiye'nin her bölgesinde rafting için elverişli nehirler bulunmaktadır. Özellikle Köprüçay, Dalaman Çayı, Alara Çayı, Dim Çayı, Çoruh Nehri, Melen Çayı, Eşen Çayı, Manavgat Çayı, Zamantı Çayı, Fırtına Deresi, Maçka, Tortum, Kelkit Çayı ve Barhal Çayı bunların en bilinenleridir (Anonim 2016a).

Av Turizmi

Özdönmez'e (1996) göre av turizmi, av ve yaban hayatı kaynaklarının denetim altında yerli ve yabancı avcılarının kullanımına sunulmasını, bu kaynakların rekreasyonel ve turistik yönlerden değerlendirilerek ülke turizmine ve ulusal ekonomiye katkıda bulunmasını amaçlayan etkinliklerdir (Şafak 2003).

Botanik turizmi

Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yapılan tanıma göre flora (botanik) turizmi; günübürlük geziler, doğa yürüyüşleri ve piknikler ile başlayıp, doğayı tanımak, gördüğü bitkileri incelemek, yeşilin içerisinde karışarak doğadan alacağı bir numune bitkiyi kendi yaşam mekânlarına katma aktivitelerinin tümünü kapsamaktadır (Anonim 2016b).

Deniz Turizmi

Denizde deniz araçları ile yapılan, turizm amaçlı meslek faaliyetleri ile onu doğrudan destekleyen diğer meslek faaliyetleri deniz turizmi olarak tanımlanmaktadır (Anonim 2016c). Deniz turizmi, yat turizmi ve kıyı turizmi olarak ikiye ayrılmaktadır.

Golf Turizmi

Golf turizmi, katılımcı olarak ya da izlemek amacıyla golf sporu olanaklarının sunulduğu tesislere yapılan seyahatleri kapsamaktadır.

İnanç Turizmi

Kaya'ya (1997) göre, kutsal yerlerin bu dinlere mensup turistlerce ziyaret edilmesinin, turizm olgusu içerisinde değerlendirilmesi "inanç turizmi" olarak tanımlanmaktadır. Bütün dinlerin rehberleri, dini mekanların, kutsal şehir ve tapınakların inananları tarafından ziyaret edilmesini şart koyarken, aynı zamanda ekonomik bir hareket başlatmışlardır. İnsanların devamlı ikamet ettikleri, çalıştıkları ve her zamanki olağan ihtiyaçlarını karşıladıkları yerlerin dışına, dini inançlarını gerçekleştirmek için çekim merkezlerini görmek amacıyla yaptıkları turistik amaçlı gezilerin turizm olgusu içerisinde değerlendirilmesi "İnanç Turizmi" olarak tanımlanabilmektedir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı 2016).

Kış Turizmi

Kayak sporuna uygun karlı ve eğimli alanlara yapılan seyahatleri ve bu seyahatlerden konaklama hizmetleri başta olmak üzere diğer hizmetlerden faydalanmayı kapsayan faaliyetlerin tümü Kış Turizmi olarak adlandırılır (İncekara 1998). Kış turizmi, kar yağışına bağlı olarak dağların kar alabilen kısımlarında kar kayağı vb. gibi karda yapılan diğer sporların önem kazandığı bir turizm çeşididir (Güngör 2003).

Kongre Turizmi

Bailey (1991) toplantı ve konferansların genellikle yeni bir şeyi ilan etmek, var olan bilgilerin ilgili çevreler arasında alışverişini sağlamak, eğitim ve deneyim kazanmak ve son teknolojik yenilikleri ve gelişmeleri ortaya koymak amacı ile yapıldığını ifade etmektedir (Öztürk ve Yazıcıoğlu 2002).

Kültür Turizmi

Kültür Turizmi geniş anlamda ziyaretçilerin gittikleri yerdeki tarihi ve bir ulusa ait değerleri görmesi ve tatması olayıdır (Öztürk ve Yazıcıoğlu 2002). Bu tanıma göre kültürel turizmin temelinde çok çeşitli nedenler yatmaktadır. Eski sanat eserlerinin, tarihi yapıların ve onlara ait kalıntıların görülmesi amacı, araştırma, keşif ve dini amaçlı seyahatler, yerel mimari ve orijinal özellikler, kütüphaneler, yerel mutfak, festivaller ve fuarlar, tiyatro ve sinema, müzik ve dans, lisans ve edebi çalışmalar ve alt kültürleri tanıma amacı ile yapılan seyahatler kişilerin bilgi ve görgülerini arttırmakta ve kültür turizmi içinde yer almaktadır (Kızılırmak ve Kurtuldu 2005).

Mağara Turizmi

Erimeye uygun kayaların, belirli faktörlere bağlı olarak, bir dizi fiziko-kimyasal süreçlerle eritilerek aşındırılmaları veya işlenebilir kayaların insanlar tarafından değişik amaçlarla oyulmaları sonucu oluşan yeraltı boşlukları mağara olarak nitelendirilmektedir. Sağlık nedenleriyle bu oluşumlara yapılan seyahatleri kapsayan turizm tipidir.

Ornitoturizm (Kuş Gözlemciliği)

Doğaya ve kuşlara merak duyan kuş gözlemcilerinin, farklı coğrafyalardaki değişik kuş türlerinin dünyasını tanımak için yaptıkları bir turizm aktivitesidir.

Sağlık ve Termal Turizm

Termomineral su banyosu, içme, inhalasyon, çamur banyosu gibi çeşitli türdeki yöntemlerin yanında iklim kürü, fizik tedavi, rehabilitasyon, egzersiz, psikoterapi, diyet gibi destek tedavilerinin birleştirilmesi ile yapılan kür (tedavi) uygulamaları yanı sıra termal suların eğlence ve rekreasyon amaçlı kullanımı ile meydana gelen turizm türüdür (Anonim, 2015a).

Yayla Turizmi

Doğayla iç içe yaşamayı sevenler veya macera tutkunlarının genellikle kısa süreli konaklama amacıyla yüksek rakımlı yerlerde yaptıkları turizm faaliyetidir. Yayla turizminde amaç, özgün doğal ve kültürel değerleri olan yaylaların ve yayla yaşamının, koruma ve kullanma dengesi dikkate alınarak turizm faaliyetleri içinde değerlendirilmesidir (Anonim 2015b).

2.2.3. Kent turizmi kavramı, özellikleri, ilkeleri ve hedefleri

Kent turizmi, turizmin en eski türlerinden biri olmakla birlikte son dönemlerde yeniden ortaya çıkan bir turizm şeklidir. İlk kent turizmi çalışması olarak Avrupa'da 1990 yılında 835 turizm ofisine anket yapılmış ve turizm ofislerinin kent turizmi hakkındaki görüşleri alınmıştır. Çalışma sonucunda kent turizmi, "Kasaba ve kentlerde ziyaretçilere sunulan turizm faaliyetleri" şeklinde tanımlanmıştır (European Commission, 2000).

Emekli 'ye (2013) göre, kent turizmi, tatil yapmak, tarihi ve kültürel bilgi elde etmek, spor müsabakalarını izlemek, sanatsal aktiviteleri takip etmek, alışveriş imkânlarından yararlanmak, diğer toplumların yaşam ve düşünce tarzlarını araştırmak gibi nedenlerle kentlere yapılan kısa süreli ziyaretlerdir. Kentte kalış süreleri, yazlık ya da kışlık tatil türlerine göre daha kısa olmaktadır.

Kent turizmine olan ilginin artmasının nedeni, kentleri insanların yemek yediği, alışveriş yaptığı ve vakit geçirdiği kültür ve rahatlama merkezleri haline getiren davranışsal değişikliklerdir (European Commission, 2000). Çünkü turistler, seyahatlerinde esneklik ve çeşitlik sunan, birkaç gün kalmalı, spor, kültürel ve sosyal aktivitelerin, etkinliklerin, alışverişin içerisinde yer aldığı seyahatleri tercih etmektedirler. Özellikle kentlerde yüksek tempoda çalışanların artması, sürenin hafta sonu, bayram ya da özel gün kutlamaları ile sınırlı kalması; mesafenin az veya kısa bir sürede alınabilmesi, ucuz-güvenli havayolu şirketlerinin gelişmesi kent turlarının artmasına neden olmaktadır. Bu durum kentlerin tüm yıla yayılan kent pazarlamasına geçmesi için önemli bir gerektir (Emekli 2013).

Kent turizmi, metropol ölçeğindeki büyük kentlerde gerçekleştirilen bir turizm türüdür. Tatil yapmak, tarihsel ve kültürel bilgi ve deneyim elde etmek, spor etkinliklerini izlemek, sanatsal etkinliklere katılmak, arkadaş ve akraba ziyareti, alışveriş ve iş seyahatlerini kapsayan kent turizmine olan ilgi dünyada hızla artmaktadır (Soykan 2002). Kent turizminin en çok yaşandığı yer, kentleşme oranının yüksek olduğu Avrupa kıtasıdır. Son 10 yılda, yılda ortalama % 4 büyüyen kent turizmi, Avrupa'nın uluslararası seyahat hesaplarının toplam % 35'i büyüklüğündedir. Uluslararası Turizm Danışmanlık Grubu (IPK International) tarafından yapılan Dünya Seyahat Monitörü adlı araştırma verilerine göre, piyasa payının % 18'ine sahip olan kent turizmi, diğer seyahat türlerine göre turistlerin gittikçe daha çok tercih ettikleri bir seyahat türü haline gelmiştir (European Commission, 2000).

En popüler destinasyon merkezi olan Paris ve Londra'nın yanı sıra, Roma, Viyana, Amsterdam, Venedik, Prag, Münih, Brüksel, Berlin ve New York, kent turizminin yaygın olduğu kentlerdir. Dünya Seyahat Monitörünün verilerine göre, ziyaretçilerin % 51'i havayolu, % 23'ü özel araç ve % 26'sı da diğer ulaşım araçları ile seyahat etmektedir. Seyahatlerin % 42'si Mayıs-Ağustos ayları, % 32'si Eylül-Aralık ayları ve % 26'sı Aralık-Nisan ayları arasında yapılmaktadır. Avrupa Seyahat Organizasyonu verilerine göre, ziyaretçilerin % 40'ı 15-35 yaşları arasında, % 38'i 35-54 yaşları arasında, % 22'si ise 55 yaş ve üzerindedir. Kent turizmini tercih edenlerin % 49'u yüksek derece, % 35'i orta derece ve % 16'sı düşük derece eğitim düzeyindedir (Emekli 2013).

Görüldüğü gibi kent turizmi, her yaş grubundan turistin çeşitli ulaşım araçları ile tüm mevsimlerde seyahat edebildiği bir turizm şeklidir. Genellikle daha varlıklı ve eğitilmiş ziyaretçiler, kent turisti olarak ortaya çıkmaktadır. Kente gelen turist, deniz kıyısına gelen turistten daha fazla harcama yapmaktadır. Deniz-kum-güneş konseptinde hizmet veren turizm bölgelerinde, turistler genellikle her şey dâhil 5 yıldızlı otellerde konaklamaktadır. Otel dışına çıkmayı tercih etmediklerinden daha az harcama yapmakta ve ülke ekonomisine daha az katkıda bulunmaktadırlar. Oysa kent turizminde, daha kısa

sürelî konaklamalarına rağmen, turistler daha çok harcama yapmaktadırlar (Ashworth ve Page 2011).

Bir yerin turistik çekim bölgesi olabilmesi için bazı özelliklere sahip olması gereklidir. Bölgenin tarihi dönemlere ait bilimsel, dini ve sanatsal değerleri, dili, mimari yapıları, yöresel mutfağı, festivalleri, sergileri, fuarları, müzeleri, el sanatları, zanaatları vb. birçok özelliğı kültürel çekiciliğinin göstergesidir (İpar 2011).

Bir kentin turist çekebilmesi için, o kentin sahip olduğı doğal güzelliklerin, kültürel öğelerin, eğlence, yemek ve alışveriş imkânlarının yanı sıra ulaşım, konaklama ve telekomünikasyon gibi altyapı hizmetlerinin yeterli olması gereklidir (Giritlioğlu ve Avcıkurt 2010). Bazı bölgeler sahip oldukları doğal güzellikleri ile turistleri çekerken, bazı bölgeler kendilerinin oluşturdukları yapay çekiciliklerle turizm faaliyetlerini sürdürmektedirler. Örneğın 1900'lü yılların başında küçük bir balıkçı ve liman kasabası olan Dubai, 1970'li yıllarda topraklarında petrolün bulunmasıyla ekonomisini düzeltilmiş, insan yapımı yapay adaları, gökdelenleri ve çok büyük alışveriş merkezleriyle dünyanın ilgisini çekmeyi başarmıştır.

Kent turizmi; doğal çevre elemanları (iklim, su kaynakları, bitki örtüsü,), kültürel kaynakları, (kültürel miras, sanat etkinlikleri, arkeolojik değerler, gelenekler, bilimsel değerler, folklor), kentin sosyo-kültürel özellikleri, yerel yönetimleri, demografik yapısı, turizm ile ilgili girişimcileri, sağlık olanakları, yeme-içme-konaklama sektörü, seyahat acenteleri, tur operatörleri, ulaşım sistemleri, eğlence olanakları (oyun ve dans salonları vs.), bilgilendirme sektörü, tamamlayıcı hizmetler, servisler ve servis altyapısı ile yakından ilişkilidir (Emekli 2013).

Bugün birçok kent çekiciliklerini artırmakta, imajını güçlendirerek çok sayıda turist çekmekte hatta turistlerin tekrar tekrar gelmelerini sağlayacak çalışmalar yapmakta, kentin etkin bir şekilde pazarlanabilmesi için hedef kitleye uygun ürün ve hizmetler geliştirmektedir (Sohn ve Park 1999). Bir kentin pazarlanmasında kullanılacak ürünler genel olarak dört grupta toplanabilir (Koçak ve Tandoğan 2008):

- Kentteki kültürel faaliyetler: Tiyatrolar, gösteriler, müzeler, konserler, spor faaliyetleri, kumarhaneler, gece kulüpleri ve festivaller,
- Kentin canlılığı, gelenekler, folklor, diller, güvenlik, yerel halkın yaşam biçimleri, kentin fiziksel ve sosyo-kültürel özellikleri,
- Oteller, yeme içme işletmeleri, seyahat acenteleri, sahip olunan pazarlar, alışveriş ve otopark olanakları,
- Kente ulaşılabilirlik, bilgilendirme ofisleri, organizasyon yeteneğı ve işbirliğine ilişkin düzenlemeler.
- Kentin hizmet kalitesini oluşturan, sahip olduğı trafik, yeme-içme-konaklama işletmeleri, telekomünikasyon ve benzeri olanaklar, doğa, manzara, kültür, eğlence ve alışveriş olanaklarının da turistler açısından tatmin edici düzeyde olması gerekmektedir.

2.2.4. Türkiye’de turizm politikaları

Ülkemizde turizmin tarihsel gelişimine baktığımızda oldukça eskiye dayandığı görülmektedir. Turizm Anadolu’da ancak Osmanlı İmparatorluğu döneminde bugünkü anlayışa yakın bir gelişme sürecine girmiştir. 1923 yılında Türk Seyyahin Cemiyeti’nin kurulması, bunun 1930’da Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu’na dönüşmesi, 1934’te Turizm Bürosunun açılması, 1939 yılında Ticaret Bakanlığına bağlı Turizm Müdürlüğü’nün kurulması ve turizmi geliştirmek için çıkarılan kanunlar turizmin gelişmesinde etkili olmuştur. 1963 yılında Turizm ve Tanıtma Bakanlığının kurulması ve planlı dönemde kalkınma planlarında turizme yer verilmesi turizm için yapılan en önemli çalışmalar olmuştur (Özgüç 1998). Özellikle 1982 yılında çıkarılan “Turizm Teşvik Kanunu” (I. Turizm Hamlesi) turizmin bugünkü anlamda gelişmesini hızlandırmıştır. Bütçeden turizme ayrılan payın, teşvik ve tedbirlerin artması, turizme verilen önemin bir diğer göstergesidir. (Emekli 2005).

İkinci Dünya Savaşı’ndan sonra hızla gelişen turizm sektörünün ekonomik yönü ağır basmıştır. Turizm sektörüne daha önceki yıllardan itibaren gereken önemi ve önceliği veren ülkelerde, bu faaliyet kolunun, milli gelir ödemeler dengesi, istihdam, katma değer vb. açısından olumlu etkilerin gerçekleşmesi, pek çok ülkeyi turizm sektörünü geliştirmeye zorlamıştır. Dünyada ekonomik refah düzeyi yükseldikçe turizmle ilgili ihtiyaçların giderek artması, döviz ihtiyacının karşılanmasında çok güçlü bir alternatif olarak ortaya çıkmaktadır.

Devlet desteği ve politikalar sonucu 1980’li yıllarda turizm, Türkiye ekonomisinin en gözde sektörü haline gelirken, bu gelişmenin sosyal, kültürel ve toplumsal etkileri önemli boyutlara ulaşmıştır. Özellikle 1982 yılında çıkarılan, 2634 sayılı Turizm Teşvik Yasası ve 1985 yılında turizmi “Öncelikli Sektör” durumuna getiren yasa ile turizm büyük ivme kazanmıştır. 1980’li yıllardaki turizm politikaları ile 1960’lı yıllardan beri planlı dönem boyunca gerçekleştirilemeyen kitle turizmi gerçekleştirilmiştir. 1963 yılında yatak sayısı 10.266 adet, turizm yatırımlarının toplam yatırımlar içindeki payı % 0.66, turizm gelirlerinin GSMH içindeki payı % 0.01, turizm gelirlerinin ihracat içindeki payı % 2.1 idi. 1980’li yıllara kadar, turizmin bu göstergeleri 20 yılı aşmasına rağmen çok büyük değişim göstermemiştir. 1982 yılında çıkarılan yasa ve uygulanan ekonomi politikaları sonucunda bu göstergeler hızla yükselmiştir (Çakır ve Bostan 2000).

Türkiye’de turizm hareketleri incelenirken 1980 sonrası dönemin üzerinde önemle durulması gerekmektedir. Çünkü, bu yıldan sonra Türkiye’de turizm tarihinde hiç rastlanmayacak bir gelişme hızı yakalanmış, kısa bir dönemde turistik arz kapasitesi, elde edilen döviz ve gelen yabancı turist sayılarında büyük gelişmeler sağlanmıştır (Kozak vd. 2000). Dördüncü Kalkınma Planı (1979-1983) bu nedenlerden dolayı Türkiye turizmi açısından son derece önemli bir dönemdir. Bu dönemde kitle turizminin yanında bireysel turizmin geliştirilmesi üzerinde de durulmuştur (Coşkun 2010).

Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı’nın ilkeler ve politikalar kısmında; sektörde kış, av ve su sporları ile festival, sağlık, gençlik, kongre, termal, golf ve üçüncü yaş turizminin daha cazip hale getirilmesi, turizm sektöründe istihdam edilenlerin bilgi ve becerilerinin eğitim yoluyla artırılması, turizm altyapı ve üst yapısının iyileştirilmesi,

turistik değerlerin korunması yönünde politikalar gerçekleştirilmesi, charter taşımacılığının geliştirilmesi, yerli seyahat acentelerinin tur operatörlüğüne teşvik edilmesi, mevcut tesislerde doluluk oranını artırıcı ve turizm faaliyetlerini bir yıla yaygınlaştıracak önlemlerin alınması, doğal güzelliklerin ve kültürel değerlerin korunmasına öncelik verilmesi, belirli sahaların korumaya alınarak turizme açılmasının teşvik edilmesi, turistik tesis işletmeciliğinin geliştirilmesi, küçük kapasiteli işletmeler ve aile işletmeciliğinin teşvik edilmesi, toplumun en uygun şekilde tatil yapmasının sağlanması ilke ve politika olarak belirlenmiştir.

Yedinci Plan döneminde mevcut üst yapılardan daha etkin yararlanılması ve doğal sermayenin korunması, turizmin mevsimsel ve coğrafi dağılımının iyileştirilerek turizmin çeşitlendirilmesi çalışmalarına devam edilmesi, Yerli tur operatörlüğünün yaygınlaştırılması, tanıtma ve pazarlama faaliyetlerinin geliştirilmesi turizm üst yapısının yeterli bir altyapı ile bütünleşmesi için gerekli düzenleme ve teknik önlemlere ağırlık verilerek, Akdeniz-Ege Turizm Altyapısı ve Kıyı Yönetimi (ATAK) projesinin hızla uygulanması için gerekli düzenlemelerin yapılması ve sektörde hizmet kalitesinin yükseltilmesi için sertifikasyon sistemine geçilmesi temel hedefler olarak belirlenmiştir (Coşkun 2010).

Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Plan'ın amaçlar, ilkeler ve politikalar kısmında turizm sektörünün direncini artırıcı önlemler alınarak kriz dönemlerinde ayakta kalabilen bir yapıya kavuşturulması, turizm mevsiminin yılın tamamına ve turizm potansiyeli olan ancak bugüne kadar yeterince ele alınmamış bölgelere yayılması, sektörle ilgili tüm yatırımların doğal, tarihsel ve sosyal çevreyi kollayıcı, koruyucu ve geliştirici bir yaklaşım içinde olması hedeflenmiştir. Planda diğer planlardan farklı olarak "tanıtma" başlığı altında turizm bölümüne yeni bir kısım eklenmiştir (Coşkun 2010).

Dokuzuncu Kalkınma Planı daha önceki planlardan farklı olarak yedi yıllık bir süre için planlanmıştır. 2007-2013 dönemindeki turizm tedbirleri olarak; sektör gelişmişlik ve refah düzeyindeki dengesizlikleri azaltacak biçimde yönlendirilmesi, turizm açısından daha önce ele alınmamış ve gelişmemiş bölgelerin değerlendirilmesi, turizmin mevsimlik ve coğrafi dağılımını iyileştirmek ve değişen turist tercihleri de dikkate alınarak yeni alternatif turizm türleri yaratmak amacıyla destinasyon yönetimine ağırlık verilerek golf, kış, dağ, termal, yat, kongre turizmi ve ekoturizm ile ilgili geliştirme ve destekleme faaliyetleri sürdürülmesi öngörülmüştür (DPT 2006).

Ülkemizde kıyı turizmiyle başlayan turizm hareketleri zamanla kültürel ziyaretler ve diğer turizm türleri ile çeşitlenmeye uğramıştır. Son yıllarda turizm politikalarını ise Avrupa Birliği ve Dünya Turizm Örgütü'nün öngörülleri şekillendirmektedir. Sürdürülebilir turizm ve kalkınma ilkeleri doğrultusunda; "alternatif turizm" politikaları geliştirilerek, yayla turizmi, kırsal turizm, köy turizmi, ekoturizm, kültürel turizm, kent turizmi gibi turizm türleri ve rafting, trekking, kuş gözletme gibi turistik etkinlikler öne çıkarılmaktadır. Nitekim günümüzde ziyaretçi öncelikleri değişmekte, bunun neticesinde küresel seyahat ve turizm endüstrisinde sürdürülebilirlik alanında değişimler gerçekleştirilmektedir.

2.3. KAYNAK TARAMALARI

2.3.1. Kent parkları ve turizm ile ilgili çalışmalar

Türkiye’de kent planlamasında kent parkları ve açık-yeşil alanlar potansiyel turizm alanları olarak ele alınmamıştır. Bugüne kadar çok az çalışma parkların kent turizmi üzerine etkilerini ve seyahat edilecek kentlerin seçiminde oynadıkları rolü incelemiştir. Kent turizmi araştırmalarında daha çok kent bileşenleri içerisinde, tarihi yapılar ve olaylar gibi konular ele alınmıştır.

Kent turizmi ve sistem gereksinimleri, turizmde kentlerin pazarlanması, kentsel açık yeşil alanlar ve işlevleri, kent parkları ve turizme katkıları, kent ve peyzaj gibi kavramlar üzerine uluslararası ve yerel ölçekte yürütülen bazı çalışmalar aşağıda özetlenmiştir. Bu araştırma ve çalışmalar konuyla ilgili en yakın bulguları içermekte olup tez içeriğinin oluşturulmasında yararlanılmıştır.

Wakabayashi (2000), Antalya’da gerçekleştirdiği araştırmasında kenti ziyaret eden turist profilini ortaya çıkarmak için çeşitli bölgelerde yürüttüğü anket çalışması sonucu, Antalya İli’ni ziyaret eden 4 farklı grup olduğunu saptamıştır. Bunları Konyaaltı sahilinde yüzenler, müzeyi ziyaret edenler, Kaleiçi’ni dolaşanlar ve paket turlarla gelen turistler oluşturmaktadır. Anket sonuçlarına göre, Antalya İli’nde resort turizmi, kültür turizmi, sırt çantasıyla serbest dolaşan turistler ve paket turizmi olmak üzere dört farklı turizm tipine rastlanmıştır.

Zengin (2001) Erzinan kentinde yaptığı çalışmasında kentin açık ve yeşil alan miktarlarını belirleyerek kişi başına düşen aktif ve pasif yeşil alan miktarını hesaplamıştır. Buna göre; Erzinan kent merkezinin 1997 yılı nüfusuna göre kent genelinde kişi başına düşen aktif açık ve yeşil alan miktarı 4.25 m², pasif açık ve yeşil alan miktarı ise 21.03 m² bulunmuştur. Kentteki açık ve yeşil alan varlığının tespitinde, yerel halk ile anket çalışması yapılmış olup açık ve yeşil alan nitelikleri araştırılmış ve kent için açık ve yeşil alan sistemleri önerileri getirilmiştir.

Dunnet (2002) tarafından hazırlanan kent araştırmaları raporunda, kentsel açık ve yeşil alanların istihdam ve gelir üretimi gibi yere bağlı ekonomik faydaları içerdiği ve yer dışında yakındaki mülk fiyatları üzerine etkileri alandaki ticari faaliyetleri tutarak ve cazip hale getirerek katkılar sağladığı ve turistleri çekmede önemli rollere sahip olduğundan bahsedilmektedir.

Bora (2006) çalışmasında, İstanbul’un merkezi konumundaki Tarihi Yarımada’nın gelişim planlarını inceleyerek, bölgedeki turizm kümelenmelerini analiz etmiştir. Kent turizmi kapsamında yapılan analizlerde, turizm ve rekabet edilebilirlik kavramları ele alınarak, turizmin ülke ekonomisindeki önemi vurgulanmıştır. Çalışmada kentsel turizmin gelişim süreci, dinamikleri, ülke ekonomisindeki önemi ve "Küme Modeli" ele alınarak Tarihi Yarımada "turizm kümelenmesi" bağlamında incelenmiştir.

Sözen (2006) çalışmasında, 1982 sonrası Turizmi Teşvik Kanunu ile Türkiye’de uygulanan turizm politikalarını ve uygulanan politikaların ülke ve Çanakkale ekonomisine olan etkilerini incelemiştir. Çalışmada turizm, turizm politikaları ve

hedefleri üzerinde durularak, Türk turizm politikaları Planlı Dönem Öncesi ve Planlı Dönem olmak üzere iki dönem halinde incelenmiştir. Çalışma sonucu 1982 sonrası döneme yönelik turizm yatırımlarına sağlanan teşvik tedbirlerinin Çanakkale İli'ndeki uygulamaları ve ekonomik etkileri ortaya konmuştur.

Sherer (2006) "America neden daha fazla kent parkına ve açık yeşil alana gereksinim duyuyor?" adlı araştırma raporunda kent parklarının kentler üzerindeki ekolojik, sosyal ve ekonomik açıdan etkilerini incelemiştir. Raporda kentsel yeşil alanların genç nesile istihdam olanakları sağlayabileceğine değinilmiştir. Aynı zamanda kent parklarının çoğunlukla turistler, toplantılar ve ticaret merkezleri için başlıca bir pazar aracı olarak kentlerde cazibe noktası oluşturacağını ve bu kamu parklarında organize edilen sanat festivalleri, sportif yarışmalar, yiyecek festivalleri, müzik konserleri ve tiyatro gösterileri yerel dükkanlara ve lokantalara ve otellere müşteriler getirerek, toplumlara önemli pozitif ekonomik etkiler sağlayacağını belirtmiştir.

Sivil (2007) çalışmasında Avrupa Birliği'nin yürüttüğü turizm politikalarına değinerek Türkiye'de turizmin evrelerini incelemiştir. Buna göre birlik turizmi ve turizm politikaları, coğrafi bakış açısıyla Türkiye ile karşılaştırılarak olası yarar ve sakıncalar ortaya konmuş; bilimsel değerlendirmelerde bulunularak bir takım öneriler getirilmiştir.

American Planning Association (2007) tarafından yayınlanan bir makale kent parklarının turizme dört yönden değer kattığını savunmuştur. Bir çok toplumda kent parklarının turizmin ayrılmaz bir parçasını olduğunu savunan bu makalede, yapılacak uygulamalar ve iyileştirmelerin nasıl daha fazla turist çekeceği özetlenmiştir. Makalede; parkların özel etkinlik ve festivallere ev sahipliği yaparak turistlerin ilgisini çektiği, özellikle küçük şehirler için spor müsabakalarına olanak sağlayarak ekonomi ve turizme fayda sağladığı, hayvanat bahçesi, müze, tarihi yerler ve kültürel miraslar bulunduran parkların turistler için çekim unsuru oluşturduğu ve "yaşayan sanat eseri" olarak bilinen bitkisel peyzaj uygulamalarının turistlerin ilgisini fazlaca çektiği sonucuna varılmıştır.

Dölarıslan (2009) Ilgaz Turizm Merkezi'ni örnek alarak gerçekleştirdiği çalışmasında, orman kaynaklarının turizm temelli pazarlanmasında doğa tabanlı turizme olan ilgi artışından ve doğabilecek ekolojik etkilerden bahsetmiştir. Doğa tabanlı turizmin odak noktası, kamu sahipliğindeki milli parklar, vahşi yaşam alanları ve diğer korunan alanlardır. Günümüzde doğa tabanlı rekreasyon ve turizme olan ilgi alternatif turizm hareketlerinin başında geldiğine dikkat eden Dölarıslan, çevresel etkileri minimum düzeye indirecek önerilerde bulunmuştur.

Chaudhry ve Tewari (2010) Hindistan'ın Chandigarh kenti için 904 yerli turistle yaptığı görüşmede, katılımcıların 1/4'inden fazlası kent parkları ve bahçelerini mimari ve kültüre nazaran kenti cazip kılan ana faktör olarak değerlendirmiştir. Turistlerin büyük çoğunluğu (% 89) turizm açısından yeşil alanların çok önemli olduğunu bildirmiştir.

Deng vd. (2010) ABD'nin Georgia eyaleti Savannah bölgesini ziyaret eden turistlerle yaptığı çalışmada eğlence olanakları ve tarihi yerler önce sıralanmasına rağmen, 306 katılımcı kent parklarını kentin güzelliğini, çekiciliğini artırdığını ve turizm deneyimine büyük katkıda bulunduğunu savunmuştur.

Giritlioğlu ve Avcıkurt (2010) "Şehirlerin Turistik Bir Ürün Olarak Pazarlanması, Örnek Şehirler ve Türkiye'deki Şehirler Üzerine Öneriler" adlı derleme çalışmasında kentlerin turizm açısından pazarlanmasının önemi ve şehir pazarlamasında dikkat edilmesi gereken önemli unsurları incelemiştir. Bu amaçla dünyada başarılı kentler incelenmiş ve Türkiye'deki kentlerin pazarlama açısından eksiklikleri ortaya konularak yapılması gerekenlere yönelik tavsiyeler sunulmuştur.

Majumdar vd. (2011) ABD'nin Georgia eyaleti Savannah bölgesinde yaptıkları çalışmada, kent turizminin açık yeşil alanlar üzerindeki ekonomik etkisini ele almıştır. Çalışmada, turistlerin kent ormanlarını ziyaret edebilmek için ödeme istekleri değerlendirilmiştir. İstatistiki olarak % 95 güven aralığında Savannah'ın kent ormanlarının yıllık geliri hesaplanmıştır. Böylece kentsel açık yeşil alanların kent turizmi ve ekonomisine katkısı maddi olarak ölçülmeye çalışılmıştır.

Özdemir (2013) "Şehir Varlıklarının Şehir Pazarlamasındaki Önemi: Alanya Örneği" adlı yüksek lisans tezinde, uygulama destinasyonu olarak seçilen Alanya örneğinde, Alanya'nın kendine özgü olan ve turistik çekiciliklerini ön plana çıkartacak, uluslararası turizm rekabet ortamında yaratacağı avantajlar tespit etmeye çalışmıştır. Milliyet bağlamında Alanya'yı en çok ziyaret eden turist gruplarından olan İskandinav turistlerin doğal, sosyal ve kültürel şehir varlıkları hakkındaki beklentilerini ve algılarını ortaya çıkarmaya yönelik yapılan bu çalışmada, turistlerin Alanya'yı ziyaretlerindeki en önemli tercih nedeninin deniz-güneş-kum olduğu sonucuna varılmıştır. Şehir varlıklarının şehir pazarlamasında önemli olduğu ancak uluslararası tanıtımların yetersiz oluşu nedeniyle turistler tarafından algılanmadıkları tespit edilmiştir.

Sadeghian ve Vardanyan (2013) yaptıkları çalışmada kent parklarının ekolojik, ekonomik, sosyal ve psikolojik faydalarını belirlemeye çalışmış ve bunların kent turizmine olan katkılarını incelemiştir.

Yücekaya (2013) çalışmasında kentsel yeşil alanların farklı tanımlarına, işlevlerine, sınıflandırılmalarına, dünyada ve Türkiye'de kabul edilen niceliksel standartlara ve literatür taraması yapılarak genişletilen niteliksel ölçütlere yer vermiştir. Kilis kenti yeşil alanları hakkında genel bilgiler verilmiş ve niceliksel yeterlilikleri ile parkların niteliksel yeterlilikleri Kilis kenti örneğinde incelenmiştir.

Haddadzadehendou'nun (2013) çalışmasında, coğrafi konumu, geçmişte değişik uygarlıklara ve kültürlere sahne olmuş toprakları, önemli doğal ve kültürel kaynaklarıyla İstanbul ilinin alternatif turizm potansiyeli incelenerek ve farklı turizm alternatiflerinde ürün geliştirerek bu potansiyelin nasıl turizm sektörüne kazandırılabilceği ortaya konulmaya çalışmıştır. Yapılan araştırmada 407 yerli ve yabancı turiste anket uygulanarak, Türkiye'yi seyahatlerinde ziyaret eden turistlerin nedenleri doğal çekicilikler, atmosfer, altyapı ve yerel yaşam, aktivite olanakları güvenlik ve son olarak kültür ve tarihi çekicilikleri olduğu sonucuna varılmıştır.

Archer (2014) "Kent Parkları ve Turizm" adlı araştırma yazısında, kent merkezlerinin yakınlarda olan botanik bahçeleri dahil, büyük kent parkları ve açık yeşil alanları çalışma alanı olarak seçmiştir. Çalışmada belirli bir destinasyona ziyarette bulunan turistlerin davranışlarının belirlenmesi ve memnuniyetlerinin ölçülmesi

amaçlanmış ve kent parklarının ve açık yeşil alanların kent tanıtımında kullanıldığı sonucuna varmıştır. Çalışmada aynı zamanda kent turizmi kalitesini ve sürdürülebilirliğini desteklemek için, parklar ve açık yeşil alanlardan sorumlu kurumlara tasarım ve kullanıcı önerileri getirilmiştir.

Ayduz (2014) yaptığı lisans bitirme tezinde peyzajın kent turizmine olan etkilerini Brüksel ve Antalya kentlerini karşılaştırarak incelemiştir. Buna göre Brüksel kenti tarihi ve kültürel yanıyla öne çıkarken, Antalya'nın kıyı şeridinde yer alan doğal peyzaj özelliklerinin turistler üzerinde etkili olduğu sonucuna varmıştır. Bu ayrıma rağmen Brüksel kentinin tarihi ve kültürel miras değerleri dışında kent içindeki yeşil alanları gösteren haritalar oluşturularak yeşil alanları kentin bütünüymiş gibi düşünerek turistleri bu alanlara da yöneltmeyi başarmıştır. Ancak Antalya'da turistik aktivitelerin deniz-kum-güneş ile sınırlı kaldığı çalışmada gözlemlenmiştir.

Taşcıoğlu (2016) "Sürdürülebilir Turizm İçin Stratejilerin Geliştirilmesi: Kuzey Antalya Kültür Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi Örneği" başlıklı doktora tezinde Kuzey Antalya Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi'nin doğal peyzaj değerlerinin yanında kültürel ve sosyal değerlerini ortaya koyan analizler gerçekleştirerek, çalışma sonucu stratejik turizm planlamasının yapılmasını hedeflemiştir. Çalışmasında baskın durumda olan kıyı turizmine alternatif turizm türlerine değinerek Antalya İli için sürdürülebilir turizm önerileri getirmiştir.

2.3.2. Araştırma alanı ile ilgili çalışmalar

Sayan vd. (2000) Antalya Karaalioğlu Parkı'nı, sahip olduğu tarihsel-sosyal önem ve kentle olan ilişkileri yönünden irdeleyerek yaşanan sorunları ele almışlardır. Parkın kentle olan organik bağlarının kopması, amaca uygun olmayan kullanım şekilleri ve kalite düzeyinin düşmesi gibi sorunlarla karşı karşıya kalması sonucu, kentle bütünleşmesi yerine kentsel gelişimlerin parkın bütünlüğüne zarar verir duruma geldiğinin belirtildiği çalışmada, saptanan sorunlara birtakım çözüm önerileri getirmişlerdir.

Ortaçeşme vd (2004) gerçekleştirdikleri çalışmada son yirmi yılda işlevselliğini ve kalitesini yitiren Antalya Atatürk Parkı için revizyon projesi hazırlayarak parkın iyileştirilmesi yönünde önerilerde bulunmuştur. Bunun sonucunda parkın dolaşım sistemi iyileştirilmiş, yaya ve araba yolları yatay ve dikey yönde kesintisiz hale getirilmiştir. Parktaki araç dolaşımı, servis amaçları dışında kaldırılmıştır. Topoğrafyanın Akdeniz'in manzarasını kullanabilmesine izin verdiği ölçüde kıyı şeridi boyunca bir gezinti yolu düzenlenmiştir. Bu gezi yerinde bazı büfeler ve küçük çay evleri yerleştirilmiştir. Deniz seviyesindeki sitelere erişim, bazı yerlerde merdivenlerle sağlanmış ve parktaki rekreasyonel üst yapılar iyileştirilmiştir. Çocuk oyun alanları ve spor tesisleri yeniden tasarlanarak büyütülmesinin yanında 750 m'lik koşu bandı tesis edilmiştir. Sonuç olarak, Atatürk Parkı'nda önemli ve rasyonel gelişmeler sağlanmıştır.

Manavoğlu ve Ortaçeşme (2007) Antalya kenti için turizm açısından önemli bir konumda bulunan Konyaaltı kentsel alanı içerisindeki açık ve yeşil alanları ayrıntılı olarak incelemişlerdir. Çalışmada bölgenin konumu, açık ve yeşil alan planlama ilkeleri, bilimsel araştırmalar ve diğer ülkelerdeki açık-yeşil alan sistem uygulamaları doğrultusunda bir yeşil alan sistem önerisi geliştirilmiştir.

Saatci (2009) Antalya Atatürk Kültür Parkı'nda kent parklarında peyzaj unsurlarının algılanması üzerine çocuk ve yetişkin kullanıcılarla yaptığı anket çalışmasıyla, kullanıcıların peyzaj unsurlarını nasıl algıladığını ve en çok hangi unsurlardan etkilendiğini araştırmıştır. Bu şekilde peyzaj tasarımı ve kalitesine etki eden unsurlara ilişkin ayrıntılı bilgi elde edilmeye çalışılan araştırma sonuçları yetişkin ve çocukların algısal farklılıkları konusunda yapılan önceki çalışmalar ve kuramsal bilgiler ışığında tartışılarak peyzaj mimarlığı çalışmalarıyla nasıl birleştirilebileceğine yönelik öneriler getirilmiştir.

Şavklı (2012) Antalya kent parklarında gerçekleştirdiği yüksek lisans tezinde parklardaki halihazırda bulunan su öğelerinin özelliklerini belirleyerek bu öğelerin estetik ve işlevsel yanları hakkında kullanıcı görüş ve tercihlerini belirlemeye çalışmıştır. Buna göre Antalya'da yaşayan bireylerin ele alınan parklardaki su öğelerini genel olarak estetik ve işlevsel buldukları ve parklardaki su öğelerinin düşen su biçiminde olmasını tercih ettikleri tespit edilmiştir.

Gökçe (2012) Antalya Atatürk Kültür Parkı örneğinde tüm insanlar için ortak kullanım alanı olan park alanlarının engelli bireyler tarafından rahat kullanılabilirliğini araştıran yüksek lisans tezinde, farklı türde engele sahip bireylere uygulanan anket çalışması ve arazide yapılan çalışmalarla parklarda bulunan tasarım unsurlarının ulusal ve uluslararası standartlara uygunluğunu incelenmiştir. Çalışmanın sonuçlarına göre, engelli katılımcının % 51,8'i parklara giderken ulaşımda zorluk yaşadığını % 42,8'i ise zorluk yaşamadığını belirtmiştir.

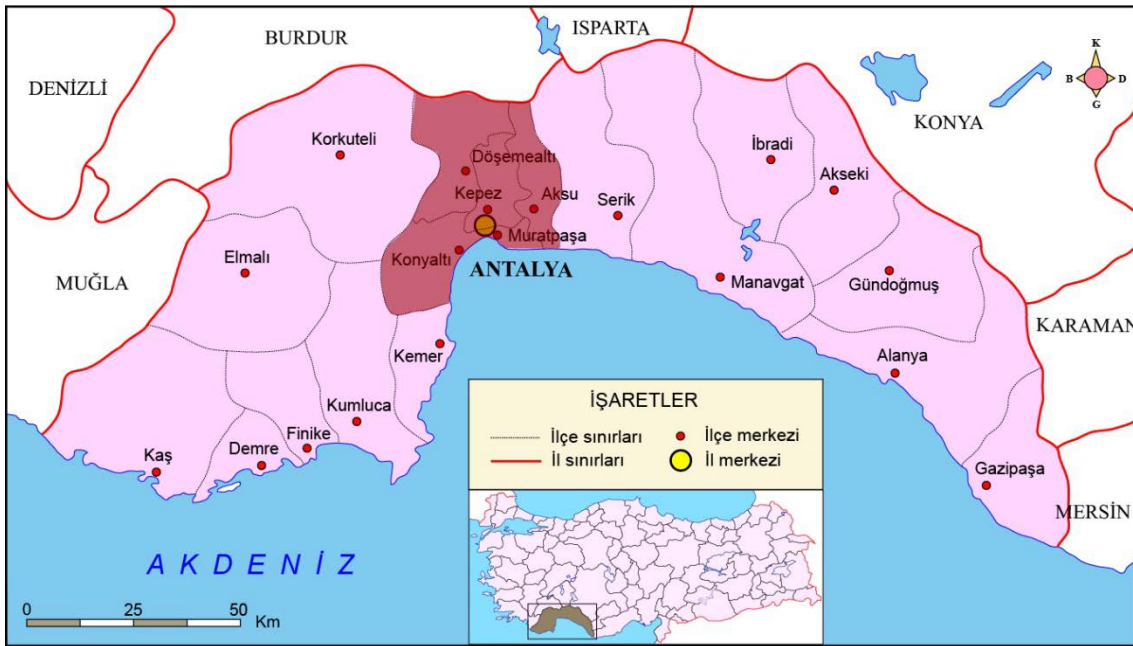
Manavoğlu (2013) çalışmasında Antalya kenti mücavir alan sınırı içerisindeki açık ve yeşil alanları çok ölçütlü analizler yardımıyla incelemiştir. Bunun için Antalya kentindeki aktif yeşil alanları hesaplamış ve bu değeri yaklaşık 4,2 m² olarak bulmuştur. Kent genelinde aktif yeşil alanların düzenli bir dağılım göstermediği fakat aktif yeşil alan varlığının yıllara göre artış gösterdiğini belirlemiştir. Kent için geliştirilecek yeşil alan sisteminin yeşil alanlar ve bunların bağlantısını sağlayan yapay ve doğal peyzaj koridorlarıyla sağlanmasının kent mikro iklimine faydalar sağlayacağı, kentin sahip olduğu fiziksel, doğal ve ekolojik özelliklerin buna uygun olduğu çalışmada tespit edilmiştir. Araştırma kapsamında kullanıcı görüşlerini de almak üzere bir anket çalışması yapılmış olup, elde edilen sonuçlar kullanıcıların Antalya'daki yeşil alan varlığını genel olarak yeterli bulmadıklarını göstermiştir.

Durdu (2015) Antalya Çayırılı Mustafa Karabulut Parkı örneğinde yürüttüğü yüksek lisans tezinde, insan konforu için tasarlanan gölge alanları konu edinmiştir. Çalışma alanında gerçekleştirdiği analizlerle, bitkisel ve yapısal tüm gölge elemanlarının mevcut durumu tespit edilerek, bu veriler bilgisayar ortamına aktarılmış ve Autodesk Ecotect Analiz programı ile mevcut gölge etkileri saptanmıştır. Çalışma alanının nihai durumu da bilgisayar ortamında modellenmiştir. Bu şekilde ağaçların ulaşacakları maksimum boyutlar göz önüne alınarak "gelecekteki durum" analizleri yapılmıştır. Alanın "mevcut durumu" ve "gelecekteki durumu" arasındaki değişimi en iyi şekilde yorumlayabilmek için ArcGIS yazılımı kullanılarak değişim analizleri yapılmıştır. Bu yaklaşımla, gölge oranlarında meydana gelen artış ve azalışlar bölgesel olarak tespit edilmiştir. Analizler sonucunda, alanda yeterli sayıda bitki olduğu fakat yaşları, türleri ve tasarımsal hatalar sebebiyle yeterli gölge sağlamadıkları saptanmıştır.

3. MATERYAL ve YÖNTEM

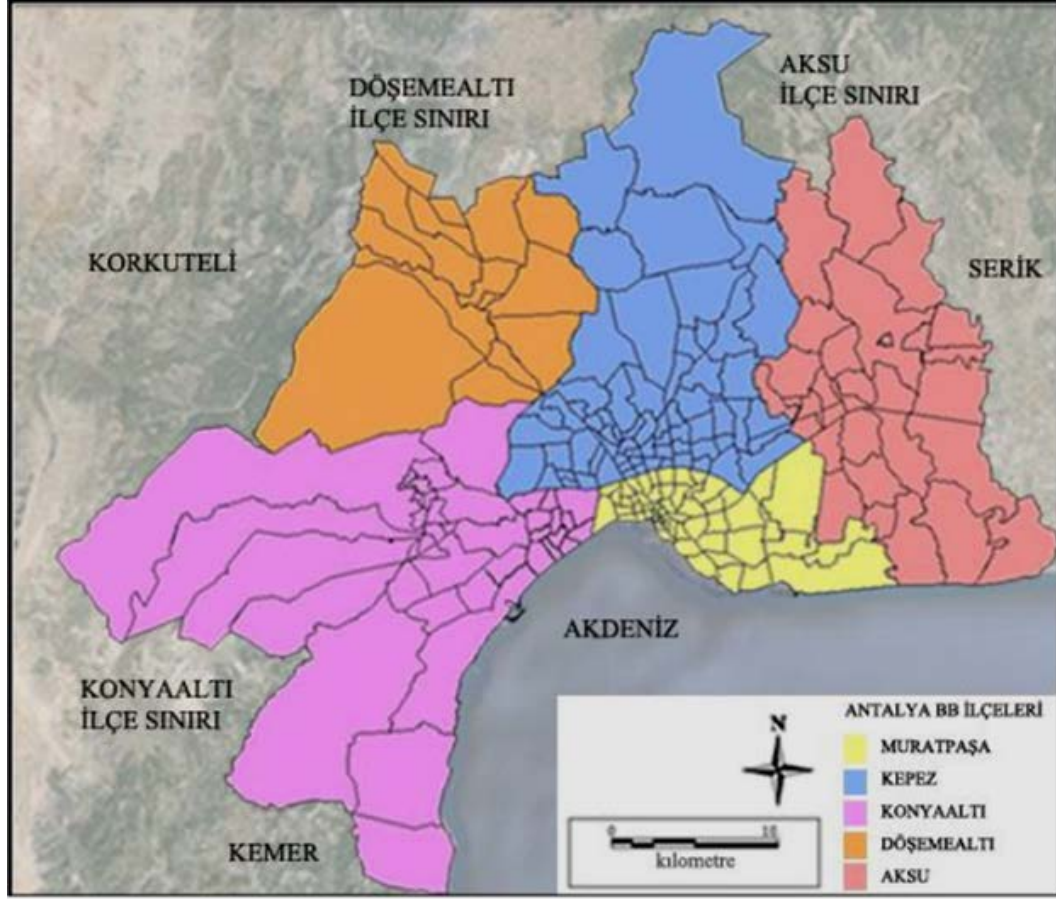
3.1. Materyal

Antalya, Türkiye'nin güneyinde, Akdeniz kıyısında yer almaktadır (Şekil 3.1). Kuzeyinde Burdur, Isparta, Konya; doğusunda Karaman, Mersin; batısında Muğla illeri vardır. Güneyi, Akdeniz ile çevrelenmiştir. Antalya kıyılarının uzunluğu 640 olup Türkiye kıyılarının % 7,7'sine karşılık gelmektedir. Türkiye topraklarının % 2.6'sını oluşturan Antalya 2.288.456 olan 2015 yılı nüfusu ile nüfus sıralamasında 5. sırada olup, ülke nüfusunun % 2.5'i ilde yaşamaktadır. Antalya İli'nin; Konyaaltı, Muratpaşa, Kepez, Aksu, Döşemealtı, Akseki, Alanya, Elmalı, Finike, Gazipaşa, Gündoğmuş, İbradi, Kale, Kaş, Kemer, Korkuteli, Kumluca, Manavgat ve Serik olmak üzere 19 tane ilçesi bulunmaktadır. İlin toplam yüzölçümü 20.909 km² 'dir (Antalya Valiliği 2016).



Şekil 3.1. Antalya İli konumu ve ilçeleri haritası

Araştırma alanı olarak seçilen Antalya kenti, Akdeniz Bölgesi'nde yer alan Antalya İli'nin orta bölümünde bir yerleşmedir. Kentsel alan büyüklüğü 138.000 ha olup, çalışma alanı 2015 yılı nüfusu 1.254.004 kişidir. 1994 yılında Büyükşehir statüsüne geçen Antalya kenti, 22.03.2008 tarihinde resmi gazetede yayınlanarak yürürlüğe giren 5747 sayılı "Büyükşehir Belediyesi Sınırları içerisinde İlçe Kurulması ve Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun" hükümlerindeki düzenlemeler sonucunda; Konyaaltı, Muratpaşa, Kepez, Döşemealtı ve Aksu olmak üzere 5 ilçeyi kapsamaktadır.



Şekil 3.2. Antalya Büyükşehir Belediyesi merkez ilçeler (Manavoğlu 2013)

Araştırmanın ana materyalini,

➤ Antalya kentini ziyaret eden yerli ve yabancı turistlerle yapılan anketler, ilgili kurum, kuruluş ve paydaşlarla yapılan Antalya kent turizmi mevcut durumu ve uygulamalar ile ilgili sözlü görüşmeler, kenti tanıtan yazılı ve görsel materyaller, kurumlardan elde edilen turizm istatistikleri oluşturmaktadır.

Yardımcı materyali ise,

➤ Kentsel açık ve yeşil alan kavramları, kent turizmi ile ilgili kitap, makale ve bilimsel araştırma sonuçları, yazılı ve sözlü kaynaklar, Antalya kent parkları ile ilgili yapılmış araştırma, makale ve tezler,

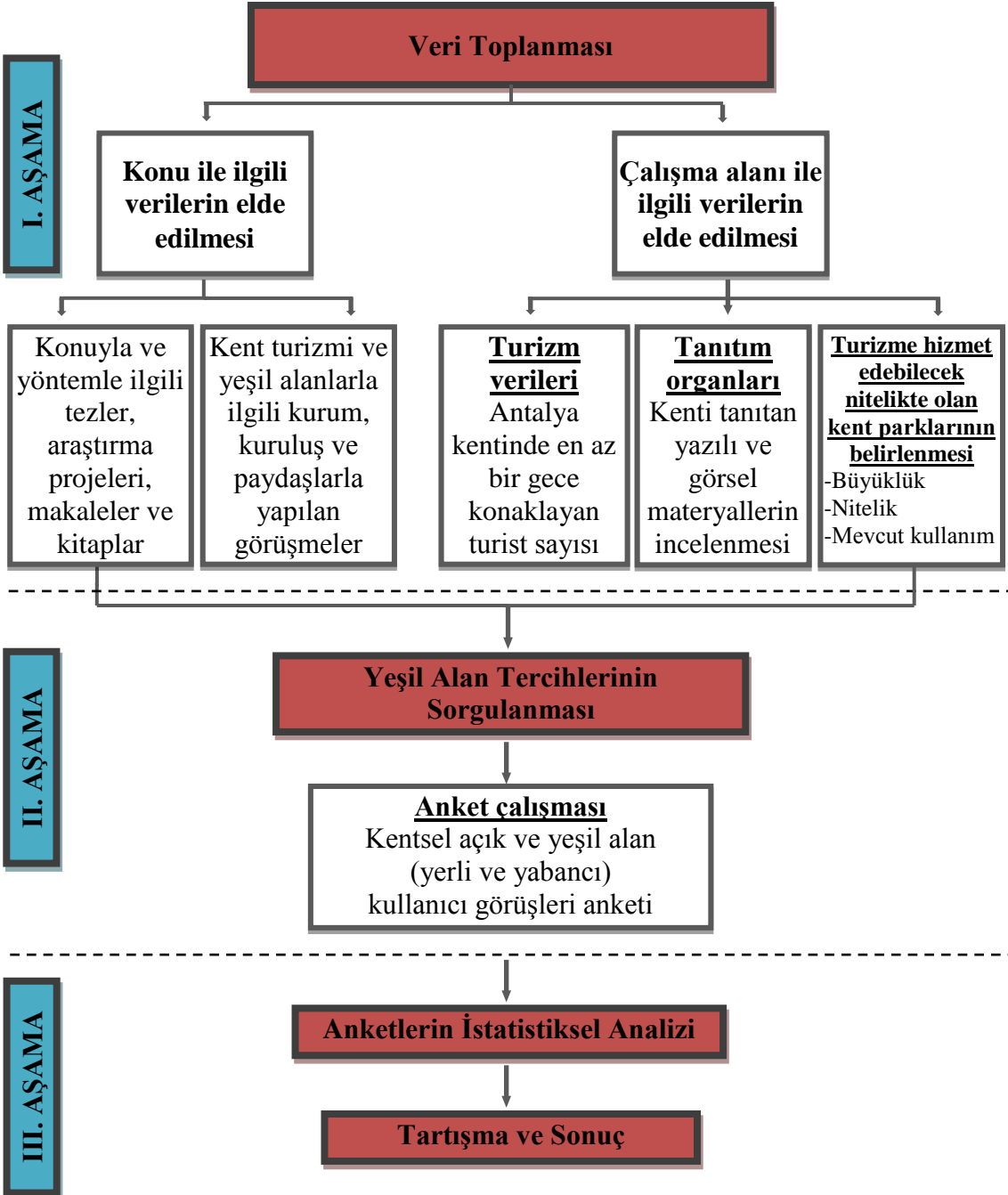
➤ Araştırmanın yöntem ve içeriğine ilişkin yapılan araştırmalar sonucunda yurtdışından elde edilen, bilimsel makaleler oluşturmaktadır.

Araştırmanın amacı doğrultusunda, gerekli analiz ve değerlendirme çalışmalarının yapılabilmesi için çeşitli kurum ve kuruluşlardan elde edilen, her türlü bilgi ve belge çalışmada materyal olarak kullanılmıştır. TÜİK, Antalya Valiliği'nden elde edilen nüfus ve sosyo-ekonomik veriler, Dünya Turizm Örgütü (UNWTO),

Akdeniz Turistik Otelciler Birliği (AKTOB) ve Antalya İl Kültür Turizm Müdürlüğü'nden sağlanan turizm ile ilgili istatistiksel verilerden yararlanılmıştır.

3.2. Yöntem

Antalya Kenti'nde yürütülen araştırma, arazi ve ofis olmak üzere iki yönlü ve üç aşamalı olarak yürütülmüştür. Çalışma yöntemine ilişkin şema aşağıda verilmiştir.



Şekil 3.3. Çalışma yöntem şeması

Araştırmanın birinci aşaması olan literatür çalışmalarında; konuyla bağlantılı daha önce yapılmış olan çalışmalar incelenmiş, çalışma alanı ve yöntemle ilgili tezler, araştırma projeleri, makaleler ve kitaplardan bilgi edinilmiştir. Kuramsal bilgiler bölümünde, kentsel açık yeşil alanlar ve işlevleri, kent turizmi kavramı ve bileşenler, yeşil alanlar ve turizm arasındaki bağıntıyı destekleyen dünyadan ve ülkemizden örnekler ele alınmıştır. Bu aşamada kent turizmi ve yeşil alanlarla ilgili kurum, kuruluş ve paydaşlarla (tur operatörleri, sivil toplum kuruluşları, Turizm ve Kültür Bakanlığı, belediyeler vb.) sözlü görüşmeler yapılmıştır. Antalya kenti turizm istatistikleri ve kentin yeşil alan büyüklükleri ile bilgiler bu kurumlardan elde edilmiştir. Çalışma kapsamında ele alınan açık yeşil alanlarla ilgili kenti tanıtan yazılı ve görsel tanıtım kaynakları incelenmiştir.

Araştırmanın ikinci aşaması olan arazi çalışmaları kapsamında bir anket çalışması gerçekleştirilmiştir (Bkz Ek-1). Turistlerin görüş ve tercihlerini belirlemek için yapılan bu çalışmada hedef kitle olarak Antalya kentini ziyaret eden ve en az bir gece konaklayan 15 yaş ve üzeri kadın ve erkeklerden oluşan yerli ve yabancı turistler seçilmiştir. Bu çalışmada, Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nün 2014 yılı Antalya turizm istatistiklerine dayanarak, yıl boyunca ilde konaklayan yerli ve yabancı ziyaretçi sayısının 17 milyon civarında olduğu, bu sayının % 36'sının kent merkezini ziyaret ettiği (ATSO 2012) göz önünde bulundurularak evren büyüklüğü 5 milyon turist olarak varsayılmıştır. Örneklem büyüklüğünün saptanmasında tesadüfi örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Çalışmada anket sayısını belirlemek için Yazıcıoğlu ve Erdoğan'da (2007) belirtilen örneklem büyüklüğü tablosu dikkate alınmıştır. Yapılacak olan anket sayısının saptanmasında $\alpha=0,05$ (standart hata) için $\pm 0,05$ örneklem hatası ile evren büyüklüğü 100.000'in üzerindeki nüfus için öngörülen en az 386 denek sayısı temel alınmıştır.

Bu çalışmada 386 adet kullanıcı anketi Mayıs 2016 ve Kasım 2016 tarihleri arasında Antalya kentinin çeşitli parklarında (Karaalioğlu Parkı, Atatürk Parkı, Falez Parkı, Düden Parkı, Atatürk Kültür Merkezi, Sarısu Mesire Alanı), sokaklarda, alışveriş merkezlerinde, kentte yer alan otellerde ve kent merkezine yapılan turlarda gönüllülük esas tutularak, rastlantısal olarak yüz yüze görüşme tekniği ile yerli ve yabancı turistlerle gerçekleştirilmiştir. Anketler Türkçe olarak hazırlandıktan sonra Almanca ve İngilizce dillerine de tercüme edilmiştir. Anket formu yeşil alanların kent turizmiyle ilişkisini çözümlenmeye imkan verecek şekilde 4 ana bölümden ve 26 sorudan oluşmaktadır.

- Anketin ilk bölümünde, turistlere yeşil alanların, kent ve turizm bağlamında değerlendirilmesini amaçlayan genel görüşleri sorulmuştur.
- İkinci bölümde, Antalya kentine nasıl geldikleri, nerede kaldıkları ve destinasyon belirlerken dikkate aldıkları hususlar hakkında sorular sorulmuştur.
- Üçüncü bölümde Antalya kenti ve sahip olduğu yeşil alanlarla ilgili görüşleri ve deneyimleri sorulmuştur.
- Anketin son bölümünde yer alan demografik bilgilere yönelik sorularla katılımcıların, eğitim, uyruk, cinsiyet ve yaş gibi sosyo-ekonomik durumlarının belirlenmesi amaçlanmıştır.

Araştırmanın üçüncü ve son aşamasında, gerçekleştirilen kullanıcı anketleri değerlendirilerek, elde edilen veriler SPSS 20 yazılımı ile istatistiksel olarak değerlendirilmiştir. Anketleri değerlendirirken öncelikle demografik verilerin açıklanması için sıklık (*frequence*) analizi, kullanıcı tercihlerinin belirlenmesi için ki-kare (*chi-square*) anlamlılık testleri kullanılmıştır. Çapraz analizler, iki farklı değişkenin karşılıklı alt seçeneklerini gösteren çizelgelerdir. Ziyaretçilerin yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim düzeyi, gelir düzeyi gibi temel değişkenler sınıflama ya da sıralama düzeyinde değişken olduklarından, bunlar arasındaki ilişkilerin araştırılmasında ki-kare anlamlılık testleri yardımıyla kullanıcıların verdiği cevaplara bağlı olarak cevaplarda anlamlı bir farklılaşma olup olmadığını anlama, gerekse gruplar arasındaki farkları ortaya koyma bakımından yararlı olmuştur.

Anketlerle genellemeye yönelik veriler sağlandıktan sonra bu verilerin değerlendirilmesi sonucunda elde edilen bulgular nitel araştırma yöntemiyle daha detaylı olarak sorgulanmıştır. Anket sonuçları, turizm stratejilerinde yer alan kentsel yeşil alanlara ilişkin öngörüler, dünyadaki uygulamalar ve yapılan bilimsel çalışmalar ışığında değerlendirilmiştir. Bu değerlendirmeler sonucunda, açık ve yeşil alanların kent turizmini geliştirme stratejisinin bir unsuru olup olmadıkları tartışılarak, Antalya'da kent turizminin geliştirilmesi için öneriler sunulmuştur. Anket sonuçlarının analizi beş bölümden oluşmuştur.

1. Analizin ilk bölümünde anket cevapları tek değişkene ilişkin sıklık (*frequence*) analizine tabii tutulmuştur. Bu analiz ankete katılan ziyaretçilerin sosyo-demografik özelliklerinin elde edilmesiyle kullanıcı profilini öğrenmede yararlı olmuştur.

2. bölümde katılımcılara yeşil alanlara yönelik beklentilerini sorgulayan beş soru yöneltilmiştir. Anket cevapları iki ya da daha çok değişkene ilişkin sıklık (*frequence*) dağılımı (*crosstab*) analizine tabii tutulmuştur. Bu analiz ankete katılanların yeşil alanlarla ilgili genel beklentilerinin anlaşılmasında etkili olmuştur.

3. bölümde katılımcılara Antalya kentine gerçekleştirdikleri ziyaretin genel özelliklerini sorgulayan sorular yöneltilmiştir. Bu bölümde kullanıcılarla ilgili genel istatistikler (konaklama tipi, ulaşım yolu vb.) elde etmek amacıyla sorulan sorulara yine iki ya da daha çok değişkene ilişkin sıklık (*frequence*) dağılımı (*crosstab*) analizi yapılmıştır. Bölüm aynı zamanda katılımcıların bir turizm merkezinden beklentilerinin, genel çevreler içerisinde anlaşılmasına fayda sağlamıştır.

4. Dördüncü bölümde katılımcıların Antalya kenti yeşil alanlarına ilişkin bilgi düzeyleri ve deneyimleri sorgulanmıştır. Kenti ziyaretlerinden önce destinasyon hakkında alınan bilgilerde yeşil alanlarla ilgili bilginin yer alıp almadığı ve bu bilginin ne derece etkili olduğu anketin yegane amaçlarındandır. Burdan yola çıkarak kullanılmalara kentin yeşil alanları ile bağlantılı bilgi sahibi olup olmadıkları sorgulanmış ve sonuçlar iki ya da daha çok değişkene ilişkin sıklık (*frequence*) dağılımı (*crosstab*) analizine tabii tutulmuştur. Bölümde ayrıca 5'li likert ölçeğine (1 den-5'e kadar derecelendirme) uygun iki adet soru yöneltilmiştir. Varyans analizi (*ANOVA*) ile değişkenlerin ortalamasında anlamlı bir fark olup olmadığı incelenmiştir. Bu sorular aracılığıyla kullanıcıların Antalya kentini tercih ederken en çok nelere dikkat ettiklerini,

yeşil alanların bu konuda önem derecesini ve kentte hangi yeşil alanları bildiklerini öğrenmeye yardımcı olmuştur.

5. bölümde kullanıcıların birinci bölümde yer alan demografik özellikleri ile ikinci bölümde yer alan sorulara verdikleri cevapların Ki-kare (*chi square* χ^2) bağımsız anlamlılık testiyle anlamlı olup olmadığı incelenmiştir. Bu bölüm kullanıcıların verdikleri cevapların tutarlılığını ve yerli-yabancı ziyaretçilerin görüş farklılıklarını ve yönelimlerindeki değişimi tespit etmeyi sağlamıştır.

4. BULGULAR

Araştırma alanı olarak seçilen Antalya kenti çok çeşitli fiziksel, doğal ve kültürel unsurlarla şekillenmiştir. İklimsel özelliği, jeomorfolojik yapısı, turizm merkezleri ve yeşil alan varlıklarıyla bulunduğu bölgede öne çıkmakta ve çeşitli turizm faaliyetlerinin gerçekleştirilmesine olanak sağlamaktadır. Çalışma kapsamında belirlenen başlıklar turizm için gerekli koşullar ve unsurlar ile yeşil alanlara yönelik incelenmiştir.

4.1. İklim

İklim, turizm yönünden coğrafi konum, topografi, yüzey şekilleri gibi tanımlayıcı, yönlendirici doğal kaynaklardan biridir. Turizm planlamalarında ekonomik ve talep analizleriyle birlikte uygun iklim analizlerinin de yapılması ve iklim koşullarının iklim konforu bakımından ne derece uygun olup olmadığının belirlenmesi önem taşımaktadır (Güçlü 2010).

Bazı turistik aktiviteler belli iklim koşullarında gerçekleşir. Deniz turizmi için hava ve deniz suyu sıcaklığının belli bir seviyenin üstünde olması, kış turizmi yapılacak alanlarda kar yağışlı gün sayısı, karın yerde kalma süresi ve kar kalınlığı, yamaç paraşütü için rüzgâr hızı ve yönü planlamada dikkat edilmesi gereken önemli iklim elemanlarıdır (Taşcıoğlu 2016).

İklim koşullarının optimum düzeyde olması biyoiklimsel konfor sağlamaktadır. Biyoiklimsel konfor, insanın kendisini en sağlıklı ve dinamik hissettiği iklim koşulları şeklinde tanımlanmaktadır. Bu konforun sağlanması nem, rüzgâr gibi iklim özellikleri ile giyim şekli, aktivitelere olanak sağlama gibi insanların turistik aktiviteleri gerçekleştirmesi için daha elverişli bir ortam yaratır (Kalem 2001, Güngör ve Polat 2011, Çetin vd. 2010). Çizelge 4.1.'de turistik aktiviteler için iklim elemanlarının eşik değerleri gösterilmektedir.

Çizelge 4.1. Turizm planlamada iklim elemanları (Kalem 2001)

İklim Elemanı	Göstergeler	Eşik Değeri
Sıcaklık	Aylık ortalama hava sıcaklığı	> 15 °C
	Aylık ortalama deniz suyu sıcaklığı	> 20 °C
Yağış	Aylık ortalama yağış	< 60 mm
	Aylık karlı gün sayısı	> 7 gün
Güneşlenme ve bulutluluk	Aylık ortalama güneşlenme süresi	> 9saat/gün
	Aylık ortalama açık gün sayısı	> 7 gün
Bağıl nem	Aylık ortalama bağıl nem	< %75
Rüzgâr	Aylık ortalama esme hızı	< 35m/sn
	Aylık ortalama esme sayısı	< 500

Çalışma alanı olan Antalya kenti Akdeniz Bölgesi'nin genel iklim özelliklerine sahiptir. Yazları sıcak ve kurak, kışları ılık ve yağışlı olarak ifade edilen iklim tipi diğer bir deyişle “Mutedil Deniz ve Sıcak Deniz İklim Sınıfı'na girer, daha iç kesimlerde ise “Soğuk Yarı-Kara İklim” tipi görülmektedir (Çobanoğlu 2010).

Meteoroloji Genel Müdürlüğü verilerine göre 1950-2015 yılları arasında kentte yıllık ortalama sıcaklık 18.4 °C'dir. Aylık ortalamalara bakıldığında, en yüksek aylık ortalamanın 34,4 °C ile Temmuz ayında; en düşük aylık ortalamanın 5,8 °C ile Ocak ayında gerçekleştiği görülmektedir. 41 yıllık dönemde kaydedilen en yüksek sıcaklık Temmuz ayında 45,4 °C; en düşük sıcaklık ise Şubat ayında -4,0 °C'dir. İilde yıllık ortalama nispi nem % 64 civarındadır. Antalya'da ölçülmüş günlük en yüksek yağış miktarı: 331,5 kg/m²; günlük en hızlı rüzgar: 155.5 km/sa ve en yüksek kar kalınlığı 5.0 cm'dir (MGM 2016).

Çizelge 4.2. Antalya iline ait 1950-2015 yılları arasındaki iklim verileri (MGM 2016)

İklim Verileri	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs	Haziran	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık
Ortalama sıcaklık °C	9.9	10.4	12.7	16.2	20.5	25.3	28.4	28.2	24.8	20.0	14.9	11.4
Ort. max. sıcaklık °C	14.9	15.5	18.0	21.3	25.6	30.9	34.2	34.2	31.2	26.6	21.1	16.6
Ort. min sıcaklık °C	6.0	6.3	8.0	11.2	15.0	19.6	22.7	22.7	19.4	15.2	10.6	7.5
Ortalama güneşlenme süresi (saat)	5.1	5.8	6.7	8.0	9.7	11.4	11.7	11.2	9.7	7.8	6.3	4.9
Ortalama yağışlı gün sayısı	12.7	10.5	9.0	7.1	5.5	2.7	0.6	0.6	1.8	5.8	7.8	11.7
Aylık toplam yağış miktarı ort. (kg/m ²)	231.9	150.2	103.2	55.5	31.4	7.7	2.8	3.1	15.8	80.1	135.0	257.9
Max.sıcaklık °C	23.9	25.9	28.8	36.4	38.0	44.8	45.0	44.6	42.1	37.7	33.0	25.4
Min.sıcaklık °C	-3.4	-4.6	-1.6	1.4	6.7	11.1	14.8	15.3	10.6	4.9	0.8	-1.9

Antalya'nın kıyı bölgesinde yazlar hem uzun hem de sıcaktır. Kışlar bile ılığa yakın serinlikte geçer. Yazın hiç görülmeyen yağmur, Aralık, Ocak ayları ile çok nadir olarak ilk ve sonbahar aylarında sağanak halinde yağar. Yılım ancak 40-50 günü kapalı ve yağışlıdır. Antalya, yılda ortalama 300 güneşli günü, 18.7 °C yıllık sıcaklık ortalaması ile yılın 12 ayı turizm hareketlerine açık, ender bölgelerden birisidir. Yılım dokuz ayı denize girilebilir.

4.2. Jeomorfolojik yapı

Antalya kentinin fiziki coğrafyasını sahilde yer alan Konyaaltı ve Lara plajları, kıyı ovaları, akarsu vadileri, plato ve sekiler, dağlar ve tepeler oluşturmaktadır. Antalya ili ve çevresinin yerleşim yerlerinde ana kaya travertendir. Travertenlerin ortalama 630 km²'lik bir alanı kaplayarak ortalama kalınlığı 300 m. dolayında olduğu tahmin edilmektedir. Antalya kentinin büyük bölümü sahilden 40 metre kottan başlayıp 250 metre kotuna kadar devam eden traverten platosu üzerine yerleşmiştir (Şekil 4.1). Kentin büyük bölümü denizden 20-40 metre yükseklikteki falezler üzerine kurulmuştur. Falez bandı Konyaaltı varyantından başlayıp Karpuzkaldıran askeri kampına kadar yaklaşık 17 km devam etmektedir (Manavoğlu 2013).



Şekil 4.1. Falezler (Orijinal 2016)

Türkiye'nin önde gelen turizm merkezlerinden biri olan Antalya 640 km kıyı uzunluğuna sahiptir. Kent merkezinde yoğunlaşan tarihi yapılar, falezler ve hat boyunca uzanan rekreasyon alanları, "Kaleiçi Yat Limanı" ile birleşmektedir. Tarihi ve doğal simge yapıların bu şekilde bütünleşmesi aynı zamanda kente farklı bir simgesellik katmaktadır. Kentin doğu ve batısı boyunca düz bir hat şeklinde uzanan Konyaaltı ve Lara Plajları kente hem ulusal hem de uluslararası ölçekte poplarite sağlayan önemli açık alanlardır.

Konyaaltı Plajı, kent merkezinin 2.5 km batısında, falezli kıyının batı sınırından başlayan ve Antalya Serbest Bölge Sınırına kadar kesintisiz uzanan; halkın kullanımına açık bir alandır. Uzunluğu 7150 m; genişliği ortalama 110 m'dir. Plajın en dar yeri 50 m; en geniş yeri ise 160 m'dir. Plaj genellikle ince çakıl olup, kıyı çizgisinin gerisine doğru yer yer iri çakıllı bölümler de bulunmaktadır (Şekil 4.2). Antalya'da turizmin teşvik edildiği 1970'li yıllardan başlayarak önemi giderek artan plaj, bugün yoğun bir kullanıcı kitlesine hitap etmektedir (Sayan ve Ortaçşme 2001).

Lara plajı, Antalya şehir merkezinin 18 kilometre güneydoğusunda yer alan, kumsallarının genişliği ve ince kum varlığı ile tanınan bir plajdır. Bu yüzden Lara

plajına, Altinkum plajı da denir. Lara plajının doğu batı doğrultusunda uzunluğu 2 kilometre olup, kuzey güney yönlü kumsal genişliği ise ortalama olarak 45 metredir. Plaj alanında kumların yer yer 150-200 metre kuzeye çekildiği noktalar da bulunur. Bu noktalarda kumlar ile kızılçam ağaçları adeta iç içe girmiştir (Şekil 4.3)



Şekil 4.2. Konyaaltı Plajı



Şekil 4.3. Lara Plajı

Topçam plajı, Antalya- Kemer karayolunun 14. kilometresinde, karayolunun 250 metre güneyinde yer alır. Plaj, doğu ve batısında yükseklikleri 2-15 metre arasında değişen falezler tarafından çevrilmiştir (Şekil 4.4). Topçam plajının kuzeyinde bulunan Beydağları'nın uzanış doğrultusundan dolayı, sahada kıyı tipi faylı kıyılar ve boyuna kıyılar şeklindedir. Dağların denize bu denli yaklaştığı sahada, özellikle bitki örtüsü ve seyirlik manzara bakımından eşsiz görüntüler ortaya çıkmaktadır. Plajın 100 metre kuzeyi itibari ile kızılçam ormanları başlar ve bu ormanlık alan, plaja gelen ziyaretçiler için elverişli bir dinlenme ve piknik alanı oluşturmaktadır. Çalışma alanında yer alan önemli plajlar, kaynak değerleri ve faaliyetler Çizelge 4.3'te belirtilmiştir.



Şekil 4.4. Topçam plajı (Anonim 2016d)

Çizelge 4.3. Antalya Kenti Plajları-Kaynak Değerleri ve Faaliyetler (Manavoğlu 2013)

Plaj Adı	Konum	İlçe	Kaynak Değerleri	Faaliyetler
Konyaaltı	Kentin 2,5 km batısında	Konyaaltı-Muratpaşa	Kıyı alanı uzunluk 7150m, genişlik 110m'dir.	Halk plajı
Lara	Kentin 18 km doğusunda	Muratpaşa	Kumullar, doğal bitki örtüsü	Halk plajı, piknik alanı
Topçam	Kentin 14 km batısında	Konyaaltı	Kızılçam ormanları, falezler, doğal bitki örtüsü, milli park	Plaj, piknik alanı
Büyük Çaltıcak	Kentin batısında	Konyaaltı	Doğal bitki örtüsü, çeşitli flora ve fauna varlığı	Plaj, piknik alanı
Küçük Çaltıcak	Kentin batısında	Konyaaltı	Doğal bitki örtüsü, çeşitli flora ve fauna varlığı	Plaj, piknik alanı

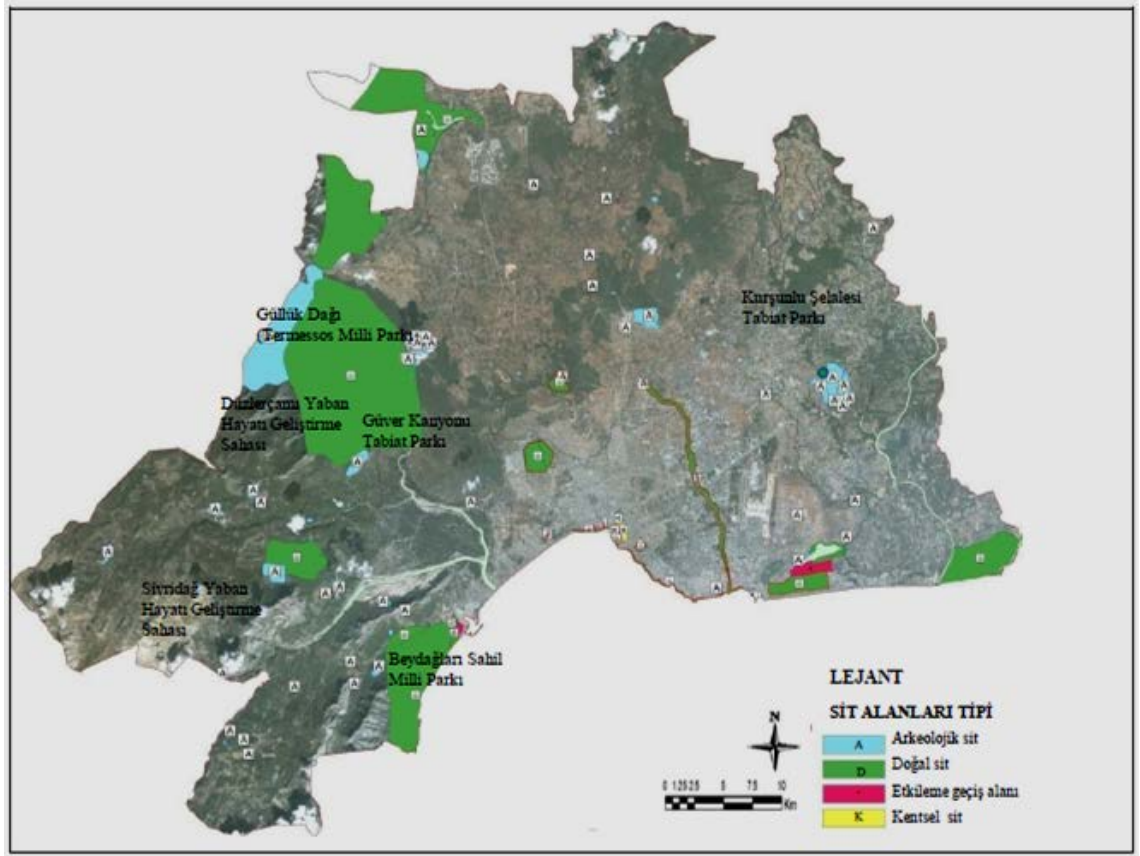
4.3. Yeşil alanlar

İklim özellikleri ve sahip olduğu jeolojik ve jeomorfolojik yapısıyla benzersiz olan Antalya bölgesi, tarihi, doğal ve biyoçeşitlilik açısından son derece zengindir. Antalya, yeşil alan, doğal ve kültürel koruma alanı sayısı bakımından Türkiye'nin önde gelen bölgelerinden birisidir. Bölgede bulunan bu tarih öncesi devirlere ait kentsel, arkeolojik ve doğal sit alanlarının bazılarının tamamı ya da bir kısmı kent sınırları içerisinde yer almaktadır (Ortaççeşme 2016).

Kent merkezindeki kentsel sit alanları olan Kaleiçi, Balbey ve Haşimişcan, Muratpaşa ilçesi sınırları içerisinde bulunmaktadır. Konyaaltı ilçesi sınırları içerisinde arkeolojik ve doğal sit alanları çoğunlukta olup, Kepez ilçesinin tek doğal sit alanı olan Vakıf Çiftliği kentin en önemli yeşil alanlarından birisidir. Aksu ilçesi arkeolojik sit alanları bakımından zengindir. Döşemealtı ilçesinde de arkeolojik-doğal ve arkeolojik sit alanları bulunmaktadır. Araştırma alanı içerisinde çeşitli statülerde korunan alanlar da bulunmaktadır. Araştırma alanında üç adet kentsel sit alanı, on adet doğal sit alanı, dört adet arkeolojik doğal sit alanı, 20 adet arkeolojik sit alanı bulunmaktadır. Araştırma alanı içinde turizm koruma ve gelişim bölgesi ve turizm merkezi de yer almaktadır (Manavoğlu 2013).

Çizelge 4.4. Antalya bölgesi doğal ve kültürel koruma alanı sayısı (Ortaçeşme 2016)

Statü	Korunan Alan Sayısı
Milli Parklar	4
Özel Çevre Koruma Bölgeleri	4
Tabiat Parkları	3
Doğal Sitler	52
Kültürel Sitler (arkeolojik, tarihi vb.)	761
Yaban Hayatı Koruma Alanları	8
Doğa Rezervleri	3
Tabiat Anıtı	11
Toplam	846

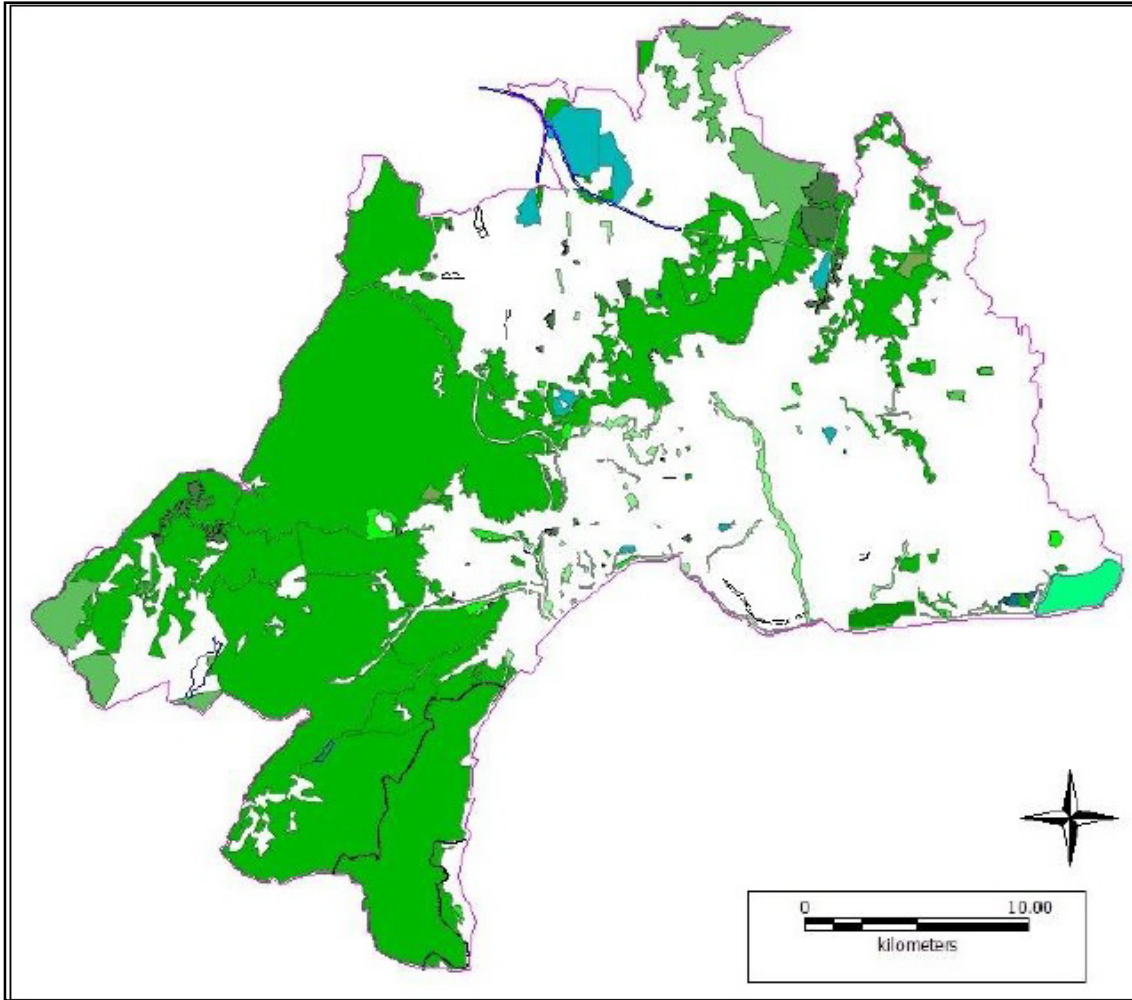


Şekil 4.5. Antalya İli sit alanları ve korunan alanlar (Manavoğlu 2013)

2014 yılında yayınlanan Antalya Çevre Raporu'na göre Antalya İli'nin % 1,57'sini yerleşme alanları oluştururken, % 88,78'ini yerleşme dışı alanlar oluşturmaktadır. Yerleşme dışı alanların % 39,95'ini ormanlar ve makiler, %38,70'ini makiler, % 3.83'ünü kayalık ve seyrek makilik alanlar, % 0,74'ünü akarsu yatakları, sazlık ve bataklık alanlar oluşturmaktadır (Antalya Valiliği 2015). Çizelge 4.5'te Antalya'nın bazı yeşil alanlarının büyüklük ve oranları verilmiştir.

Çizelge 4.5. Antalya kenti açık- yeşil alanlar (Manavoğlu 2013)

Kullanım	Alan (m ²)	Oran (%)
Bölgesel Kentsel Spor Alanı	17.979.570	1,3
Bölge Parkı	1.472.929	0,11
Botanik Parkı	1.472.928	0,11
Kentsel Bölgesel Yeşil Alanlar	15.209.733	1,10
Orman Alanı	551.890.498	39,95
Rekreasyon Alanları	7.503.184	0,15
Temalı Park	3.107.745	0,22
Yeşil Doku Toplam	113.523.308	8,2
Orman Alanları Toplam	551.890.498	39,95



Şekil 4.6. Antalya kent planındaki yeşil doku (Manavoğlu 2013)

Çizelge 4.6. Antalya kenti aktif yeşil alan sayısı (Ortaçeşme 2016)

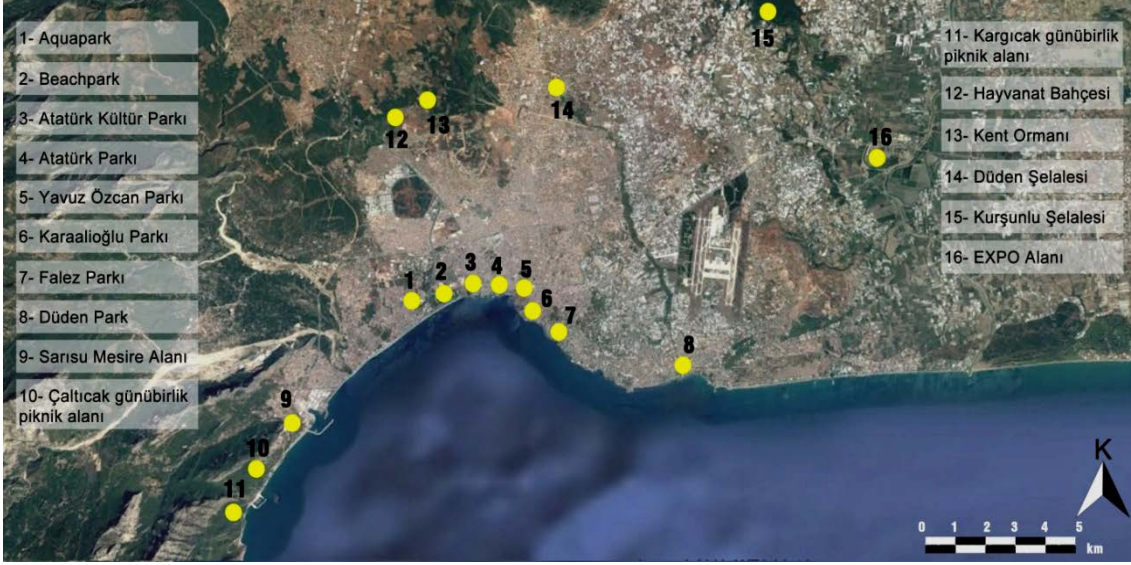
Belediyeler	Yıllar		
	2000	2005	2015
Konyaaltı	25	56	129
Muratpaşa	84	171	521
Kepez	914	164	431
Döşemealtı	-	-	60
Aksu	-	-	26
Şehir düzeyinde toplam	200	391	1167

Çizelge 4.7. Antalya kentinin 2015 yılı itibariyle nüfusu ve yeşil alan verileri (Ortaçeşme 2016)

Belediyeler	Nüfus ve yeşil alan verileri			
	Aktif yeşil alan sayısı	Toplam yüzey alanı (m ²)	Nüfus	Kişi başına düşen aktif yeşil alan (m ²)
Konyaaltı	129	1.041.397	154.920	6,7
Muratpaşa	521	2.071.615	477.290	4,3
Kepez	431	2.141.643	497.242	4,3
Döşemealtı	60	387.978	55.462	7,0
Aksu	26	75.200	68.496	1,1
Antalya Kenti	1167	5.717.831	1.253.410	4,6

4.4. Antalya kentinin önemli açık ve yeşil alanları

Antalya kenti falezler boyunca uzanan kent parkları ve sahip olduğu yeşil alan çeşitliliği ve sayısı bakımından ülkemizdeki diğer kentlere kıyasla oldukça zengindir. Kent parklarına ek olarak birçok mesire alanları, çevre ve doğa koruma alanları, tabiat parkları gibi farklı yeşil alan varlıkları kent dokusu içinde yer almaktadır. Çalışma kapsamında ele alınan turizme hizmet edebilecek nitelikte ve büyüklükte olan bazı önemli kentsel açık ve yeşil alanlar haritada verilmiştir (Şekil 4.7).



Şekil 4.7. Antalya kenti ve çevresinde yer alan önemli açık yeşil alanlar

Kurşunlu Şelalesi

Aksu ilçesinde 1991 yılında 586,5 ha alana kurulan Kurşunlu Şelalesi Tabiat Parkı, şehir merkezinden yaklaşık 25 km uzaklıkta olup, komşu Isparta iline giden yeni yol üzerinde bulunmaktadır. Kurşunlu Şelalesi çevresinde 30 hektarlık bir alan ilk kez 1979 yılında Orman Rekreasyon Alanı olarak ilan edildikten sonra, 1991 yılında zengin bitki örtüsü ve faunası ve ilginç jeolojik durakları nedeniyle genişleyen bir alana sahip (yaklaşık 400hektar) Tabiat Parkı statüsü verilmiştir. Kurşunlu Şelalesi Tabiat Parkı bugün Antalya ilinde çok popüler bir rekreasyon alanıdır. Çeşitli rekreasyon faaliyetleri için fırsatlar sunan park her yıl yaklaşık 400.000 yerli ve yabancı ziyaretçi çekmektedir (Ortaçeşme ve Atik 2012).



Şekil 4.8. Kurşunlu Şelalesi Tabiat Parkı (Anonim 2016e)

Düden Şelalesi

Kepez İlçesi'nde bulunan Arkeolojik ve Doğal Sit Alanı Düden Şelalesi ile Düden Çayı kentin önemli yeşil alanlarındandır. Düden Şelalesi Antalya şehir merkezine yaklaşık 10 km uzaklıktadır. Kaynağını Kepez Hidroelektrik Santrali'nden almakta olup Düdenbaşı denilen noktada yer yüzüne çıkmakta ve Düden Çayı boyunca iki kola ayrılmaktadır. Antalya'ya yaklaşık 7 km uzaklıkta olan kolu Aşağı Düden (ya da Karpuzkaldıran Şelalesi) ve Varsak'a 1 km uzaklıkta olan kolu Yukarı Düden Şelalesi'dir. Bu iki kola ayrılan şelaleler Akdeniz'e dökülmektedir. Aşağı Düden Şelalesi, Lara yakınlarında şehir merkezine 8 km uzaklıktadır. Bu bölümü yaklaşık 40 metrelik falezlerden denize dökülmektedir. Çok yakınında Gençlik Parkı ve Karpuzkaldıran bulunmaktadır (Anonim 2016f).



Şekil 4.9. Düden Şelalesi Arkeolojik Doğal Sit Alanı (Anonim 2016f)

Atatürk Kültür Parkı

Antalya kentinin Muratpaşa ilçesine bağlı Meltem Mahallesi'nde yer alan Antalya Atatürk Kültür Parkı'nın doğusunda Tenis İhtisas Kulübü, oteller ve Tarık Akıltopu Caddesi; batısında Dumlupınar Bulvarı; kuzeyinde Yüzüncü Yıl Bulvarı ve güneyinde Beachpark ve Akdeniz bulunmakta olup kent merkezinde yer almaktadır. Alanın projesi, yarışma sonucu belirlenerek, 1982 yılında Turizm Bakanlığı'nın onayı ile yürürlüğe girmiştir. 1992 yılında uygulanmaya başlayan parkın I. etabı 1997'de kullanıma açılmıştır. Park falezlerin varyantla denize indiği kısımda, denizden 30 m'ye kadar yükselen traverten bir teras üzerine kurulmuştur (Saatci 2009). 80 hektarlık kullanım alanına sahip olan park kentin en büyük kamusal yeşil alanıdır.

Atatürk Kültür Parkı kent merkezine yakın mesafede olması, bünyesinde Atatürk Kültür Merkezi binasını, Cam Piramit Sabancı Kongre ve Fuar Merkezi binasını, bunun yanı sıra seyir terasları, çocuk oyun alanları, sergi-fuar alanları, restoranlar ve çay bahçeleri gibi birçok kullanımı barındırması sebebiyle yılın dört mevsimi yerel halk ve yerli-yabancı turistler tarafından ziyaret edilmektedir. Atatürk Kültür Parkı'nda hali

hazırda toplam 8 farklı biçimde nitelendirilebilecek su ögesi yer almaktadır. Bunlardan bir tanesi parkın doğu tarafında Tenis İhtisas Kulübü ve otellerin güneyinde yer almaktadır.



a) Gölet



b) Su ögesi



c) Atatürk Kültür Merkezi



d) Açık hava aktivite alanı



e) Ana giriş kapısı

Şekil 4.10. Atatürk Kültür Parkı (Orijinal 2016)

Karaalioğlu Parkı

Karaalioğlu Parkı, doğuda Fevzi akmak caddesi, batıda Akdeniz, Kuzeyde Kaleiçi Yerleřkesi ve gúneyde Atatürk Stadı ve 1312 Sokakla evrilidir. Park içinde bulunan, önce Halkevi daha sonra Belediye olarak kullanılan yapı, şu anda Búyúķřehir Belediyesi Hizmet Binası olarak kullanılmaktadır. Yine bu dönemin simgeleri haline gelen ancak gúnumúze ulaşmayan ‘‘Vatan Kahvesi’’ ve ‘‘Elhamra Sineması’’ park ile birlikte Antalya'nın geleneksel kimliğinin önemli ögeleri olmuştur (Anonim 2016g).

Karaalioğlu Parkını, II. Dúnya Savaşı döneminde, Antalya valisi olarak görev yapan Hařim Iřan tarafından Mimar Necmi Ateř'e yaptırılmıştır (Anonim 2016c). 1940'yıl yıllarda falezler úzerinde bataklık alanı olarak bilinen bir alanda, deniz seviyesinden 40-50 metre yúseklikte konumlandırılan park kentin en önemli caddelerinden olan Atatürk Caddesi ve Işıklar Caddesi'nin birleştiği noktada yer alır. Cumhuriyet Dönemi anlayışıyla planlanan park, ú búyúķ miradoru, altyapısı ve peyzajıyla o dönemden bugúne kentinin kullandığı, kent merkezindeki en búyúķ park olmuş ve kentin simgesi haline gelmiştir. Kúltúrel, tarihi ve doğal gúzellikleri nedeni ile 1991 yılında park Doğal Miras statúesine getirilmiştir.

Karaalioğlu Parkı 70 hektar alanı ile Antalya'nın doğal mirası olan falezler úzerinde konumlanmıştır. Parkın gúneyindeki eşsiz Bey Dağları silúetine doğru uzanan ve manzara noktaları sunan ú mirador bulunmaktadır. Park kentin en eski parkı olmasıyla birlikte bölgesel evre ve şehir arasında bir geçiş sağlamasıyla kente kimlik kazandırmaktadır. Aynı zamanda parkta Uluslararası Heykel Festivali ve Ramazan Bayramı etkinlikleri gibi kúltúrel ve geleneksel birtakım aktiviteler gerçekleşmektedir.

Parkı önemli yapan nedenlerden birkaçı; çeşitli etkinliklerin yer aldığı búyúķ bir kent parkı olması, Toros Dağları ve Akdeniz pitoresk manzaralı bir sahil parkı olması, 120'den fazla sús bitkisi ve birçok yerli bitkiyi búnyesinde barındıran 70 yaşında bir park olmasıdır (Sayan 2000).



a) Işıklar Caddesi park girişi



b) Mirador-işçi ve oğlu heykeli



c) Genel bir görünüm



d) Antalya kalesi

Şekil 4.11. Karaalioğlu Parkı (Orijinal 2016)

Atatürk Parkı

Atatürk Parkı Antalya Büyükşehir Belediyesi'nin sorumluluğunda olan kent parklarından biridir. Kent merkezinde yüksek kayalıklarla çevrili olan park 190.000 m²'lik alan kaplamaktadır. Park, kentin güneyindeki kıyı şeridinde (falezler) yer almaktadır. Parkın kuruluş tarihi 1980'lere dayanmaktadır. Bu yıllarda kurulduğundan pek çok yerli bitki türlerine ev sahipliği yapmaktadır. Parkın dalgalı bir topoğrafyası vardır. Genel olarak kuzeyden güneye, doğudan batıya doğru eğimlidir. Bazı bölümlerde derin hendekler, çöküntüler ve ani topografik değişiklikler vardır. Parkın bitki örtüsü hem doğal hem de kültürel türden oluşur. Tasarlanan kısımlarda kültürel türler görülürken, doğal kısımlarda maki türü baskındır. Doğal özelliğini kısmen koruduğu için zengin bir faunaya sahiptir. Sonbahar ve kış mevsimlerinde yaklaşık 50 kuş türü tespit edilmiştir (Sayan vd. 2003, Ortaçeşme vd. 2004). Parkın kurulduğu kıyı kayalıkları, 1979 yılında Anıt ve Esnaf Koruma Yüksek Kurulu tarafından koruma altına alınmıştır. Daha sonra 1998 yılında tüm park alanlarına Doğal Miras Statüsü verilmiştir (Ortaçeşme ve Atik 2012).

Son yirmi yılda kentteki nüfus artışının hızlanması nedeniyle parkın tesisleri kullanıcıların ihtiyaçlarını karşılamada yetersiz kalmaya başlamış ve Antalya Büyükşehir Belediyesi parkta revizyon kararı alarak, projesini Akdeniz Üniversitesi Peyzaj Mimarlığı Bölümü'ne vermiştir. Peyzaj Mimarlığı Bölümü öğretim üyelerinden oluşan bir ekip, park kullanıcılarının parkın geleceği ile ilgili görüş ve önerilerini almak için bir anket düzenlemiştir. Bu anket, Antalya kentinde bir kentsel parkın revizyonunda halkın katılımına yönelik ilk ankettir. Revizyon projesinin tasarımı, anket sonuçlarına, parkın koruma statüsüne ve yeşil alanların genel tasarım ilkelerine dayanılarak yapılmıştır.



a) Ana giriş



b) Kaskatlı havuz ve Türkan Saylan anıtı



c) Çocuk oyun alanları



d) Seyir terasları

Şekil 4.12. Atatürk Parkı (Orijinal 2016)

Düden Parkı

Antalya ilinin Muratpaşa ilçesine bağlı Çağlayan Mahallesi'nde, Düden şelalesinin Akdeniz'e döküldüğü alanda yer alan Düden Park'ın doğusunda toplu konutlar, kuzeyinde Barınaklar Bulvarı ve Güneyinde Akdeniz yer almaktadır. Düden, Antalya'ya hayat veren, bütün Antalya platosunu sulayan, membaşı Eğirdir Gölü olan bir ırmaştır. Yeraltından gelen bu ırmak Kırkgöz'de ve Varsak'ta yerüstüne çıkmakta ve buraya Düdenbaşı denmektedir (Anonim 2010a).

Düden Parkı'nda spor tesisleri, çocuk oyun alanları, köpek eğitim alanı, büfeler, çay bahçeleri, el sanatları satış birimleri, restoranlar, yürüme yolları, seyir terasları, otoparklar gibi kullanımlar yer almaktadır. Falez Parkı ile birleşen park Antalya'nın eşsiz deniz ve sahil manzarasına sahip önemli bir yere sahiptir.



a) Amfi tiyatro



b) Park başlangıç noktası



c) Düden Şelalesi



d) Seyir terası

Şekil 4.13. Düden Park (Orijinal 2016)

4.5. Turizm alan ve merkezleri

Antalya 1980'li yılların ardından en çok göç alan kentler arasında yer almıştır. Özellikle Turizmi Teşvik Yasası'nın da uygulanması ile birlikte kent, ülkenin en önemli turizm merkezlerinden biri haline gelmiştir. 1980'li yıllara kadar gelirin çoğunu tarımdan karşılayan il, bu yasa ile yatırımcıların hedefi olmuştur. Antalya'nın kara, deniz ve hava yolları ile iç ve dış pazarlarla bağlantılı olması her yönü ile kentin kapasitesini artırmaktadır. Antalya, Türkiye'nin en büyük deniz limanlarından birine ve hava trafiği bakımından ikinci büyük havalimanına sahiptir.

Turizm potansiyeli açısından önemli kaynaklara sahip Antalya İli'ne her yıl kara ve deniz yolu ile çok sayıda turist gelmektedir. Sahip olduğu kıyılar, koylar ve plajlar, deniz ve yat turizmine çok elverişlidir. Orman alanlarının yayılımı ve yarattığı biyoçeşitlilik, birçok doğa koruma alanlarının varlığı, iklim koşullarının turizm sezonunun uzun olmasına olanak sağlaması, sayısız kültürel değerler, antik yerleşmeler, arkeolojik sitler, kentsel doku ve kentsel sitlerin yarattığı kültürel birikim, dağların kayak, trekking, akarsuların rafting gibi doğa sporlarına imkan vermesi, ilde turizm gelişmesinin başlıca kaynaklarını oluşturmaktadır (Manavoğlu 2013). Bu yüzden ki Türkiye'nin turizm başkenti olarak anılmaktadır. Antalya'ya giriş yapan turist sayısı önemli artış göstermekte olup, 2015 yılında Türkiye içindeki payı % 30'dur (Çizelge 4.8).

Çizelge 4.8. Antalya iline giriş yapan turistin Türkiye içindeki oranı ve yıllara göre değişimi (TÜİK 2015)

YIL	Gelen Turist Sayısı		Antalya/Türkiye (%)
	Türkiye	Antalya	
2006	19.819.833	6.011.183	30,33
2007	23.340.911	7.291.734	31,24
2008	26.336.677	8.564.595	32,52
2009	27.077.114	8.260.399	30,51
2010	28.632.204	9.246.814	32,30
2011	31.456.076	10.464.425	33,27
2012	31.782.832	10.298.769	32,40
2013	34.910.098	11.120.730	31,85
2014	36.837.900	11.498.519	31,21
2015	36.244.632	10.874.093	30,00

Araştırma alanı içinde altı adet turizm koruma ve gelişim bölgesi ve turizm merkezi yer almaktadır. Bu alanlara ilişkin olarak Turizm Bakanlığı ve Büyükşehir Belediyesi tarafından yapılan planlama çalışmaları kapsamında alınan kararlar Çizelge 4.9'da belirtilmiştir.

Çizelge 4.9. Çalışma içerisinde bulunan turizm bölgeleri ve kaynak değerleri (Manavoğlu 2013)

Turizm Bölgesinin Adı	Konum-İlçe	Kaynak Değerleri	Plan Kararları
Konyaaltı Turizm Merkezi	3km'lik Konyaaltı sahili 110ha-Konyaaltı	Konyaaltı sahilini içine alan 3 km.'lik kıyı şeridi.	Beachpark, fuar alanı ve turizm tesisleri projelendirilmiştir
Güneybatı Antalya Turizm Bölgesi	Antalya yat limanı- Gelidonya burnu arası-Konyaaltı	75 km.lik kıyı şeridi, kumsallar ve koylar , Mili park, orman Phaselis, Olympos gibi önemli antik merkezlerin varlığı,	Turizm gelişmesi, 65.500 yatak kapasitesi yaratılmıştır. Üst ölçekli plan kararlarında Sıçan Adası karşısına Balıkçı Barınağı kararı.
Perge Fuar ve Kongre Turizm Merkezi	Havaalanına 2km uzaklıkta olan fuar merkezi 230ha-Aksu	Tarım toprakları	Fuar Alanı
Kent Merkezi KTKGB	Kaleiçi Turizm Merkezi ve çevresi-Muratpaşa	Kaleiçi, Balbey ve Haşimişcan Kentsel Sit alanları, Falezlerin varlığı	Sit alanlarında Koruma, kullanma kararları,

devamı arkada

Çizelge 4.9. Çalışma içerisinde bulunan turizm bölgeleri ve kaynak değerleri (devamı)

Kemerağzı-Kundu KTKGB	Kemerağzı-Kundu bölgesi 10km kıyı şeridi 4700ha- Muratpaşa	Lara Plajları, Lara Kumul Alan, Yamansaz Bataklığı	Turizm tesisleri. Günübirlik tesis alanları
Kuzey Antalya KTKGB	Kızıllı, Kirişçiler, Çamlıca, Topallı, Gaziler köyü 30.000ha - Döşemealtı	Tarım toprakları, orman alanı	Temalı parklar, golf alanları, film stüdyoları, eğitim ve kültür merkezleri, üniversite alanları, sergi-fuar-kongre merkezleri,

AKTOB 'un 2011'de gerçekleştirdiği çalışmanın araştırma örneklemini içerisinde yer alan turistlerin büyük bir çoğunluğunun bir şekilde otel dışına çıktıkları tespit edilmiş olmakla birlikte; kendilerine Antalya şehir merkezini ziyaret edip etmedikleri sorulduğunda çarpıcı bir bulguya ulaşılmıştır. Çünkü araştırmaya katılan turistlerin % 63,8 gibi önemli bir bölümü, Antalya yöresinde kaldıkları süre içerisinde şehir merkezini ziyaret etmediklerini beyan etmişlerdir. Ancak, örneklemin % 36,2'sine karşılık gelecek kısmının şehir merkezini ziyaret ettiği anlaşılmaktadır. 2008 yılında da benzer bir görüntü sergilenmiş olmasına rağmen geçen üç yıllık süre içerisinde turistlerin Antalya merkezine inme oranlarında yaklaşık olarak % 4 oranında bir azalma olduğu gözlemlenmektedir.

Çizelge 4.10. Turistlerin Antalya kent merkezini ziyaret etme durumu (AKTOB 2011)

	2011		2008	
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
Evet	4763	36.2	3818	40
Hayır	8389	63.8	5732	60

Tatil sırasında yapılan aktiviteler turistlerin profili ve tatil organizasyonu ile ilgili davranışları hakkında önemli ipuçlarını içerebilmektedir. AKTOB' un gerçekleştirdiği bu çalışmada turistlerin hangi aktiviteleri ne oranda yaptıkları tespit edilmeye çalışılmış ve Çizelge 4.11.'de sunulan bulgular ışığında turistlerin en fazla katıldıkları aktivitenin % 36,9'luk bir oranla alışveriş olduğu görülmüştür. Alışverişi, sırasıyla doğa turları (% 25,4), sportif faaliyetler (% 6,5), tarih ve arkeoloji turları (% 6,3), şehir turu (% 3,4), sanatsal ve kültürel etkinlikler (% 1,4) izlemektedir.

Çizelge 4.11. Turistlerin Antalya'da yaptığı aktiviteler (AKTOB 2011)

	2011		2008	
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
Alışveriş	4763	36.9	5597	54.1
Doğa Turları	3359	25.4	2984	29.0
Hiçbiri	2265	17.2	1175	11.4
Sportif Faaliyetler	855	6.5	2974	28.8
Tarih ve arkeoloji turları	838	6.3	2949	28.5
Şehir turu	445	3.4	3252	31.4
Diğer	373	2.8	812	7.9
Sanatsal ve kültürel etkinlikler	189	1.4	2094	20.3

4.6. Antalya kentini tanıtan kaynaklarda yeşil alanlar

Kent turizmi açısından önemli konuların başında kent pazarlamasında web sitelerinin, broşürlerin ve diğer yayın organlarının etkin kullanılması gelir. Günümüzde dünyadaki birçok kentin resmi web sitelerinin yanında resmi olmayan, ancak kenti çok iyi tanıtan web siteleri bulunmaktadır. Özellikle turizmin gelişmekte olduğu kentlerde bu tanıtım kanalları oldukça etkin kullanılmaktadır. Kentin cazibe noktaları, gezi güzergahları, öne çıkarılmak istenen ve turistlerin ilgisini çekebilecek unsurlar burada ayrıntılı olarak tanıtılmaktadır.

Kent turizminde yaşanan rekabette kentin imajının yanında reklamın büyük ölçüde katkısı bulunmaktadır. Yine günümüzde birçok şehir sadece çekiciliğini arttırarak çok sayıda turisti yurtdışından getirmekle kalmamakta, aynı zamanda gelen turistlerin yeniden ziyaret etmesini ve ağızdan kulağa olumlu reklam yapması için de gayret göstermektedir. Bu nedenle kentlerde turiste sunulan hizmetler ve ziyaret öncesi verilen bilgiler o kent açısından önemli unsurlardır (Sohn ve Park 1999). Örneğin kentlerin pazarlanması kapsamında incelenmesi gereken kentlerden biri Amerika Birleşik Devletleri'nin New York kentidir. Kent pazarlama organizasyonları ise kentin doğal ve insan eliyle yapılan yapıtlarını ön plana çıkararak bu kenti etkin bir şekilde pazarlamaktadır. Örneğin; bu sayede Central Park yılda 42 milyon ziyaretçi çekmektedir.

Bu nedenle çalışma kapsamında yapılan anketlerle katılımcıların ziyaretlerini planlamadan önce Antalya kenti ile ilgili bilgi edinip edinmedikleri ve aynı zamanda çalışmanın konusu olan açık yeşil alanların bu bilgilerin içinde ne derecede yer bulduğu sorgulanmıştır.

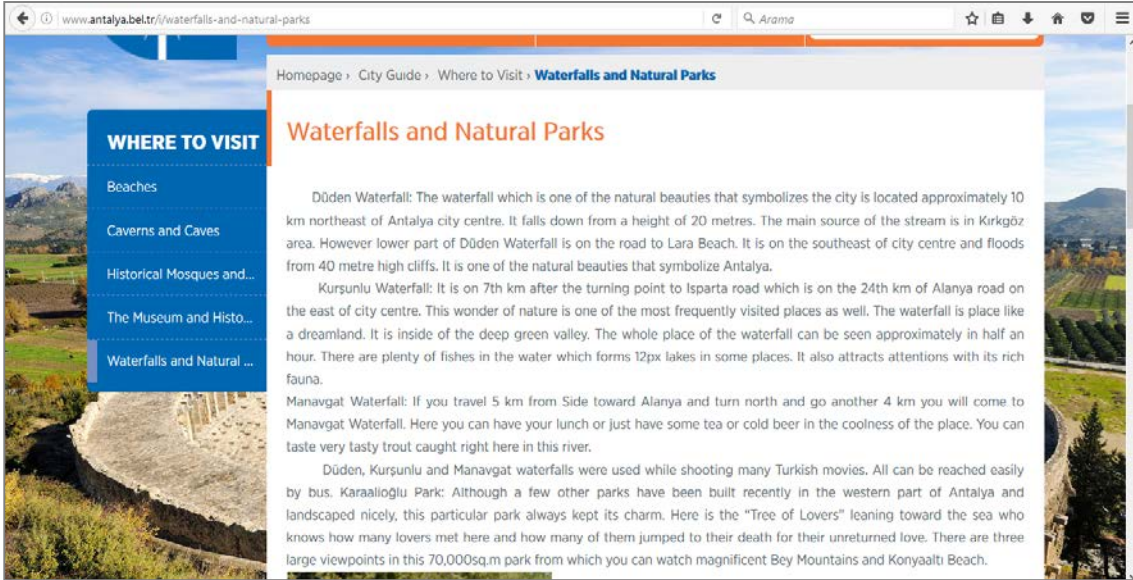
4.6.1. Antalya Büyükşehir Belediyesi web sitesi

Antalya Büyükşehir Belediyesi'nin resmi web sitesinde (<http://www.antalya.bel.tr/>) Türkçe, İngilizce, Almanca ve Rusça olmak üzere 4 dil seçeneği mevcuttur. Türkçe menüde kentle ilgili herhangi bir bilgiye rastlanmamıştır. Web sitesinin akış şeması bu menüde belediyenin işleyişi ile ilgilidir. Diğer dillerde yer alan şehir rehberi sekmesi Türkçe dilinde aktif değildir. Şehir rehberi sekmesinde yer alan *gezilecek yerler* başlığının altında *plajlar-mağaralar-tarihi yapılar ve müzeler-tarihi camiler ve kiliseler* ile *şelaleler* ve *tabiat parkları* yer almaktadır. Şelaleler ve

tabiat parkları ile ilgili başlıkta Kurşunlu Şelalesi, Manavgat Şelalesi ve Düden Şelalesi ile ilgili oldukça kısa bilgiler verilmiştir. Büyükşehir Belediyesi'nin sorumluluğunda olan Karaalioğlu Parkı, Atatürk Kültür Parkı gibi kent parkları ile ilgili bilgiye rastlanmamıştır. Parkların yanısıra Antalya'nın en önemli meydanı olan Cumhuriyet Meydanı hakkında da bilgiye rastlanmamıştır.



Şekil 4.14. Antalya Büyükşehir Belediyesi web sitesi ana sayfa görünümü

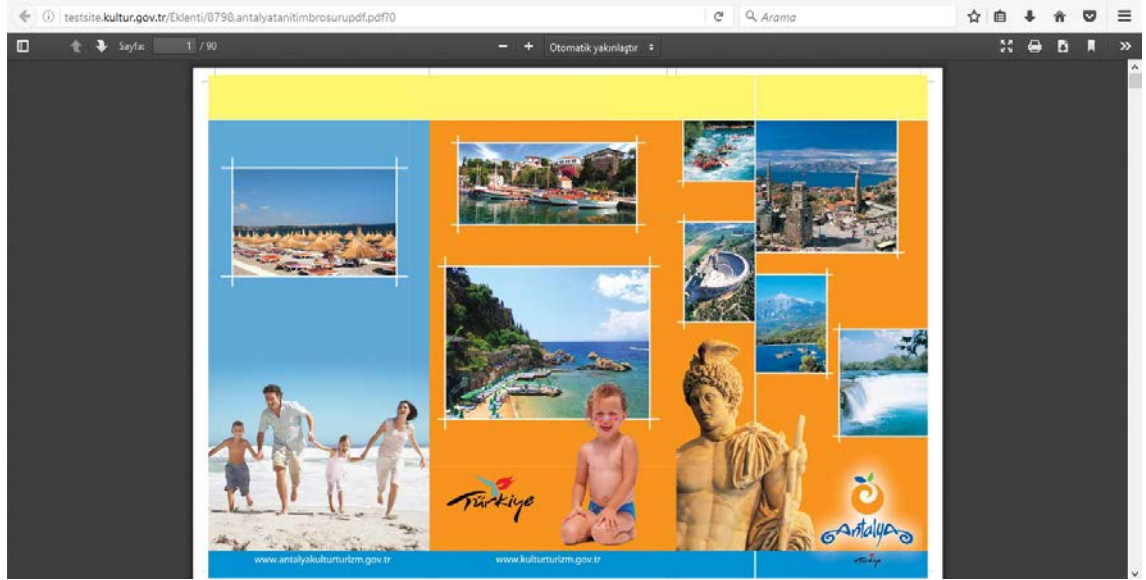


Şekil 4.15. Antalya Büyükşehir Belediyesi web sitesi yeşil alanlar sekmesi görünümü

4.6.2. Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü web sitesi

Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nün web sitesinde (<http://www.antalyakulturturizm.gov.tr/>) kentle ilgili birçok alt başlık altında bilgi yer almaktadır. Türkçe ve İngilizce olmak üzere iki dil seçeneği mevcuttur. Kentin tanıtımı

için hazırlanmış olan tanıtım filmleri ve broşürlerde daha çok tarihi dokudan ve kültürel yapılardan bahsedilmektedir. Kent broşüründe Kurşunlu Şelalesi, Aşağı ve Yukarı Düden Şelalesi, Düzlerçamı ve Güveruçurumu, Kepezaltı-Kepezüstü, Karaalioğlu Parkı ile ilgili kısa bilgiler ve fotoğraflar yer almaktadır (Şekil 4.17). Tarihi kalıntıların, müze ve ören yerlerinin, sahillerin, tesislerin, doğal oluşumların (mağara vb.), yöresel ürünlerin ve festivallerin öne çıktığı tanıtım filmlerinde kentin açık yeşil alanlarıyla ilgili sınırlı bilgi bulunmaktadır. Sitede ayrıca EXPO Alanı'nın bağlantı linki mevcuttur.



Şekil 4.16. Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü kent tanıtım broşürü

Upper Düden Waterfall

Your visit to Antalya's magnificent landscape must include a trip to one of its resplendent waterfalls, each of which is a natural wonder. The Upper Düden Waterfall, which is located on the Düden River, 10 km north of the city centre, is almost a part of heaven. The waters spring from the Kırkgöz locality and the stream drops down from 20 metres height. At the lower level the stream forms a pool amid the magnificent green scenery, a pool used by generations as a recreation and picnic area.

Legend has it that Alexander the Great visited the region and watered his horses in this waterfall's pool. Therefore some call the waterfall the "Alexander Waterfall". There are many large and small facilities providing services to visitors to the waterfall, which can be reached by public transport vehicles, such as buses and minibuses as well as by private vehicles.

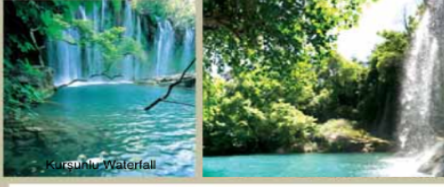
a) Yukarı Düden Şelalesi

Lower Düden Waterfall

The lower waterfall, just 8 km from the city centre of Antalya, is also known as "Karpuzkaldıran" (lit. watermelon lifter). The waterfall is situated on the road to Lara, where the Düden River reaches the sea, and its drop height is greater than the upper fall, dropping from a height almost 40 metres to create a gigantic water spray and cloud of mist over the sea. Gençlik Parkı (Youth Park) is just nearby and forms the ideal vantage point. If you have a chance, we advise you to watch the falling waters from a boat out at sea.



b) Aşağı Düden Şelalesi



Kurşunlu Waterfall

Kurşunlu Waterfall is a unique place where a cascade connecting seven ponds falls over an 18-metre height against a backdrop of green nature. The rich flora and fauna of its environs make it the prime location for eco-tourism activities such as nature walking, and plant and animal life observation. Walking at Kurşunlu, amidst the unique atmosphere scented with blackberries, wild roses, and the aromas of many other plants, might lead to a chance of encountering with rabbits, squirrels, woodpeckers, tortoises or other small animals.

Pristine air and enchanting scenery compel many visitors to the nature park for daily trips of recreation and picnics. There are viewing terraces, playgrounds, car park and other amenities available for visitors.

c) Kurşunlu Şelalesi

Düzlerçamı – Güver Uçurumu

Düzlerçamı is an ideal place for picnics and nature walking with its clean air and green forests. The most impressive part is the canyon called Güver Uçurumu (Güver Cliff). The canyon has been carved out over one million years by the rushing river, creating the charming scenery. The canyon is 115 metres deep, and continues for 4.5 km, separating three mountains. The stream is now far more tranquil, and from certain vantage points of the canyon a panoramic view of Antalya can be seen.

d) Düzlerçamı-Güver uçurumu



Karaalioğlu Park

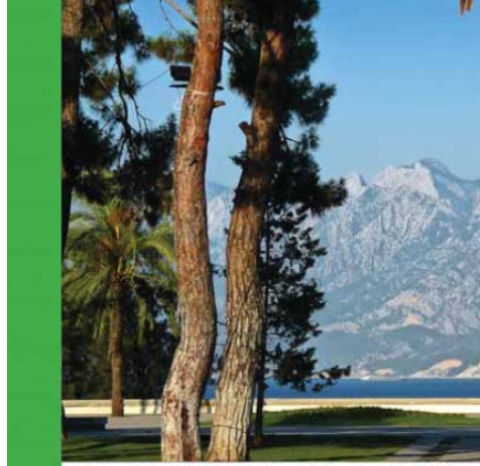
Karaalioğlu Park is one of the the oldest parks in Antalya, and it is situated on the shore cliffs near the city centre. Located next to the Kaleiçi (Citadel), the park complements its historical features with the lush green appearance, and provides a refuge from the heat to cool down and have a rest on the terrace lined with pine and palm trees overlooking the deep blue of the Mediterranean. The park harbours more than 100 plant species, and if you wish you may have a dip in the sea there too. The Adalar Beach is just below the cliff.

f) Karaalioğlu Parkı



Kepezaltı and Kepezüstü

Kepezaltı and Kepezüstü are located 8-10 km from the centre of Antalya, and both feature the green wonders of nature organised to accommodate daily trips for recreation and picnics. There is an interesting zoo at Kepezaltı, and fish and duck breeding facilities near the Kepezüstü picnic area. The most impressive feature of Kepezüstü is its



magnificent vista. From the viewing platform, the whole city of Antalya and its environs are literally rolled out as an intricately designed carpet under your feet.

e) Kepezaltı ve Kepezüstü

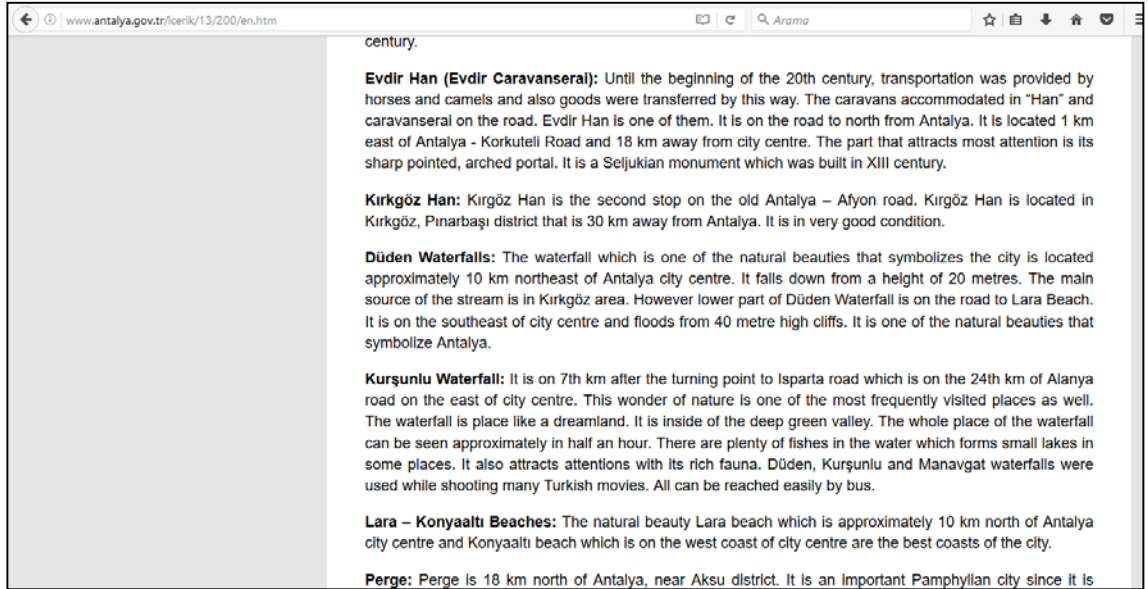
Şekil 4.17. Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü kent tanıtım broşüründe yer alan yeşil alanlar

4.6.3. Antalya Valiliği web sitesi

Antalya Valiliği'nin web sitesinde (<http://www.antalya.gov.tr/>) 7 farklı dil seçeneği mevcuttur. Kentin tarihçesi, mevcut tarihi yapılar, mağaralar, yöresel yemekler, iklim gibi kentle ilgili kısa ve genel bilgiler yer almaktadır. Kentin yeşil alanlarıyla ilgili sadece Kurşunlu Şelalesi ve Düden Şelalesi hakkında oldukça genel bilgiler verilmiştir.



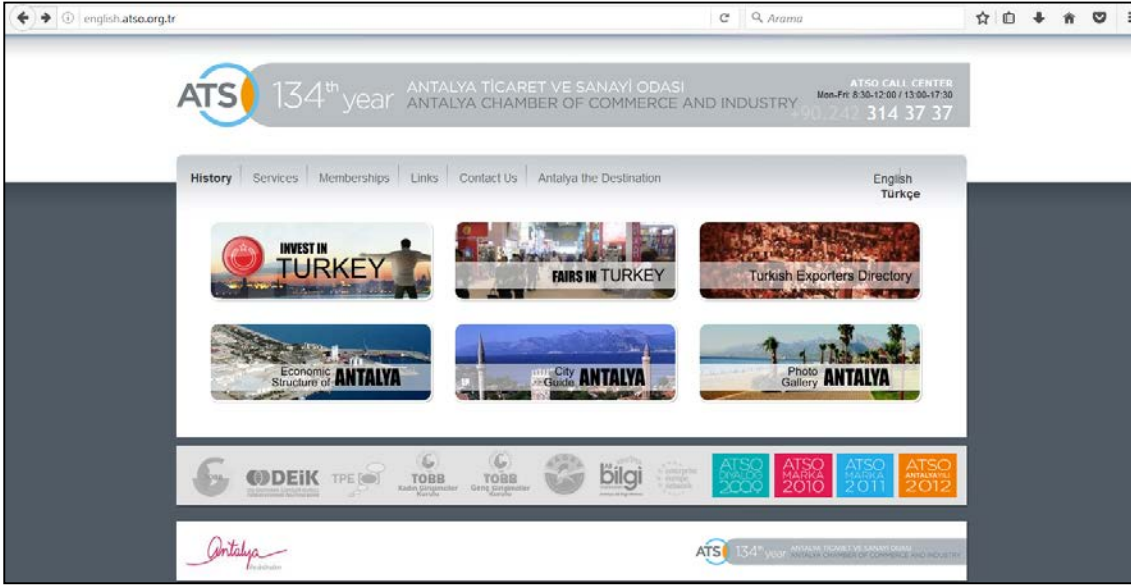
Şekil 4.18. Antalya Valiliği web sitesi ana sayfa görünümü



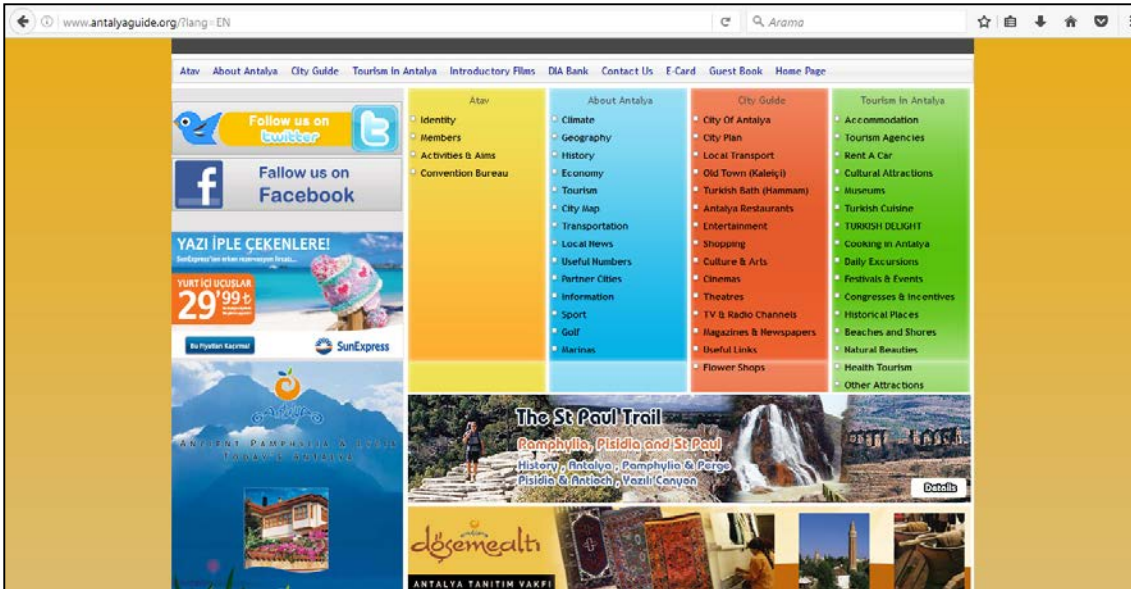
Şekil 4.19. Antalya Valiliği web sitesi kent tanıtım sekmesi görünümü

4.6.4. Antalya Ticaret ve Sanayi Odası web sitesi

Antalya Ticaret ve Sanayi Odası'nın web sitesinde (<http://www.atso.org.tr/>) 2 dil seçeneği mevcuttur. Kentle ilgili pek çok bilgiye yer verilen sitede Termessos Milli Parkı, Köprülü Kanyon Milli Parkı, Düzlerçamı ve Güver Uçurumu ile ilgili yalnızca konum bilgisi içeren anlatımlar yer almaktadır. Bunun dışında kentin yeşil alanları ile ilgili herhangi bir bilgiye rastlanmamıştır. Sitede ayrıca EXPO Alanı'nın bağlantı linki mevcuttur.



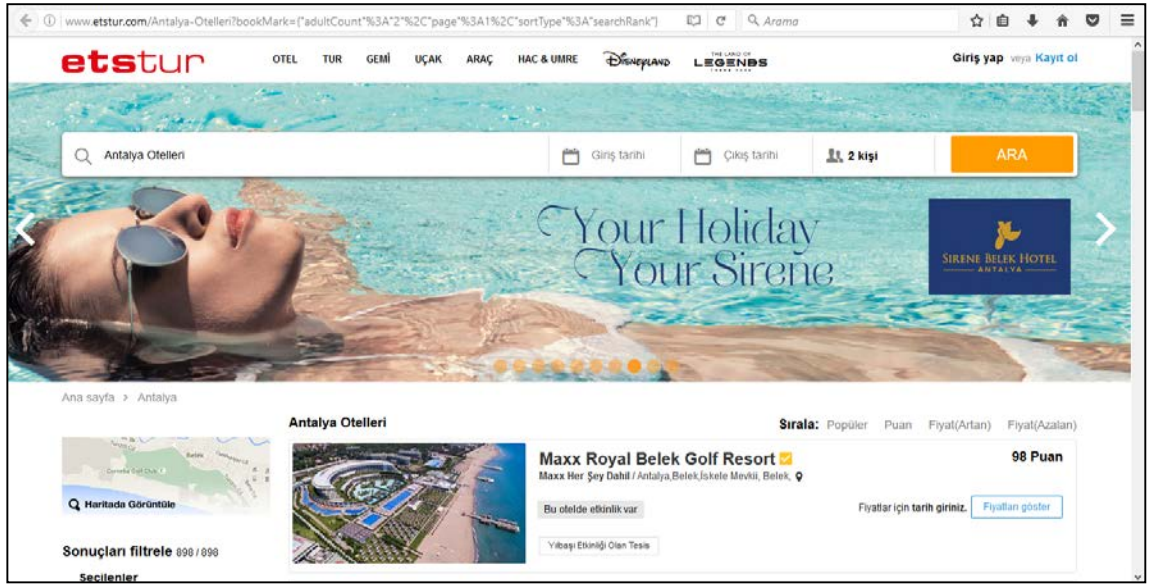
Şekil 4.20. Antalya Ticaret Odası web sitesi ana sayfa görünümü



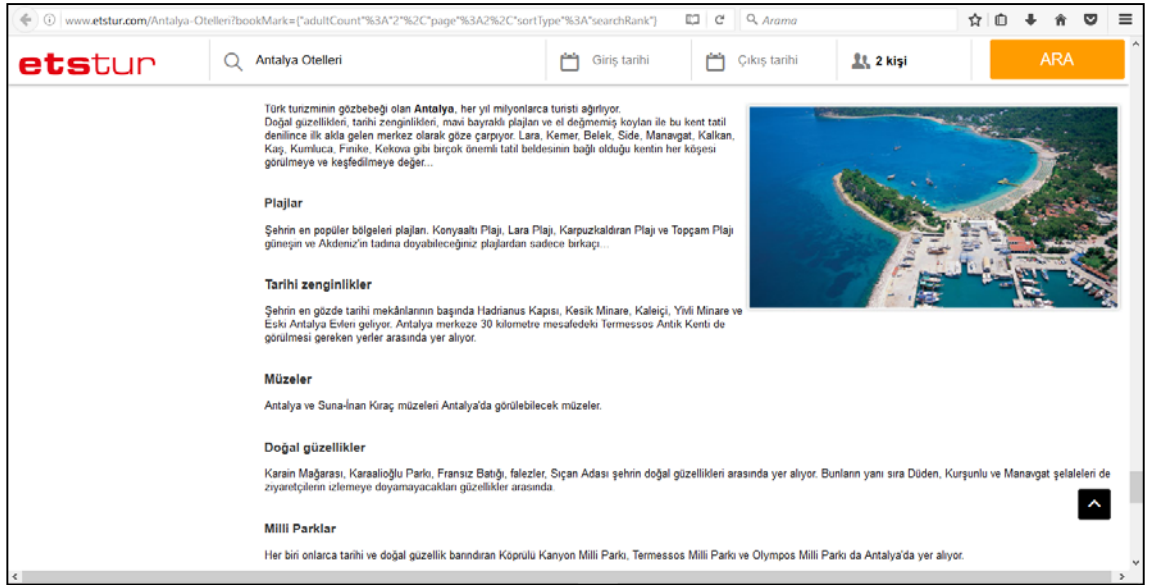
Şekil 4.21. Antalya Ticaret Odası web sitesi şehir rehberi görünümü

4.6.5. Turizm acentaları

Kent tanıtımında en etkili olması gereken bilgi kaynaklarından biri turizm acentalarıdır. Kente turist çeken tur şirketlerinin web sitelerine bakıldığında (<https://www.coraltatil.com/>- <https://www.odeontours.com/>- <https://www.jollytur.com/>) yalnızca konaklama tesisleri ile ilgili bilgiler yer almakta olup, kentle veya kentin yeşil alanları hakkında herhangi bir bilgiye rastlanmamıştır. Etstur'un web sitesinde yer alan, kentin tanıtıldığı kısa bilgiler içerisinde yalnızca Düden Şelalesi ve Kurşunlu Şelalesi'nin görülmesi gerektiğinden bahsedilmektedir (<https://www.etstur.com/>) (Şekil 4.23).



Şekil 4.22. ETS tur web sitesi ana sayfa görünümü

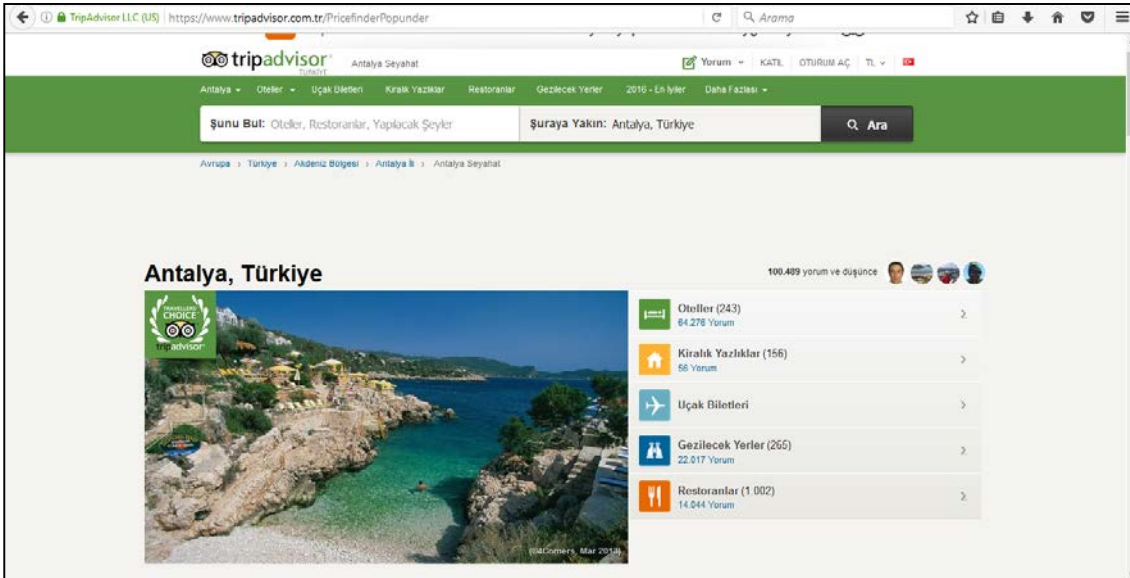


Şekil 4.23. ETS tur web sitesi kent tanıtımı

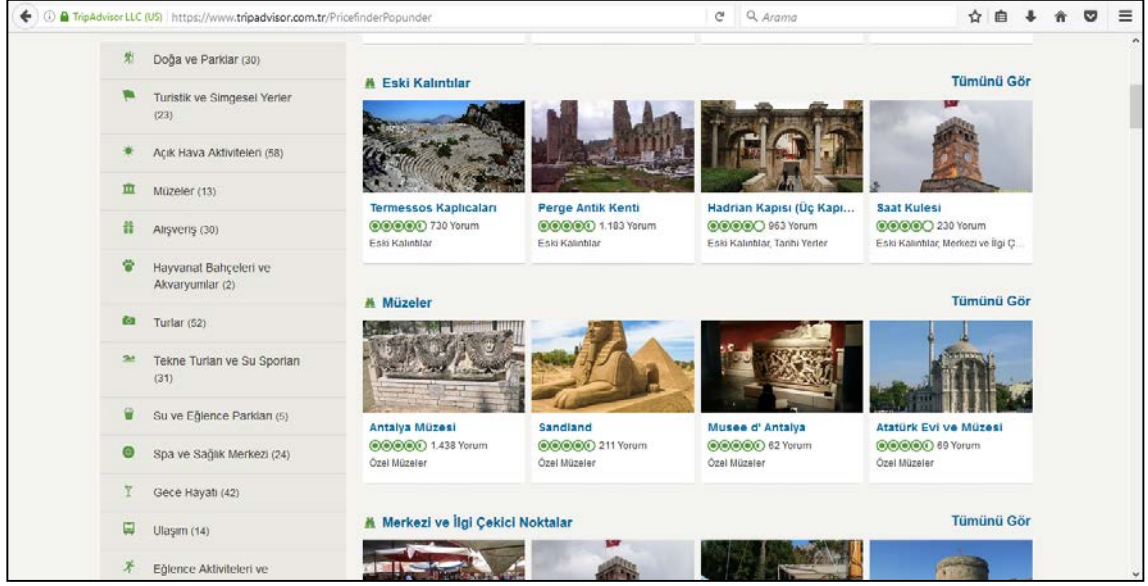
4.6.6. Uluslararası web siteleri

Kent tanıtımında kurumsal yayın organlarının yanı sıra özel web siteleri de oldukça etkili kanallardır. Bugün pek çok turist gezip gördükleri yerlerle ilgili bu tip web sitelerinde tavsiyelerde bulunup, kent varlıklarıyla ilgili beğenilerini paylaşmaktadır. Sosyal medya kanallarının bu hususta etkisi oldukça yüksektir. Örneğin tripadvisor, booking.com ve tatilsepeti.com (<https://www.tripadvisor.com.tr/> - <http://www.booking.com/> - <https://www.tatilsepeti.com/>) vb. konaklama tesislerinin seçilebildiği web sitelerinde kentin gezilecek önemli noktaları ile ilgili bağlantı linkleri birçok dil seçeneği ile birlikte sitede yer almaktadır. Kurumsal tanıtım organlarına göre kentin yeşil alanları hakkında daha çok konum bilgisiyle sınırlı kalan bilgiler yer almaktadır. Ancak bu bilgilerin yanında kullanıcı yorum ve tavsiyeleri, alandan fotoğraflar yer almakta ve ziyaretçilere kent hakkında fikir vermektedir.

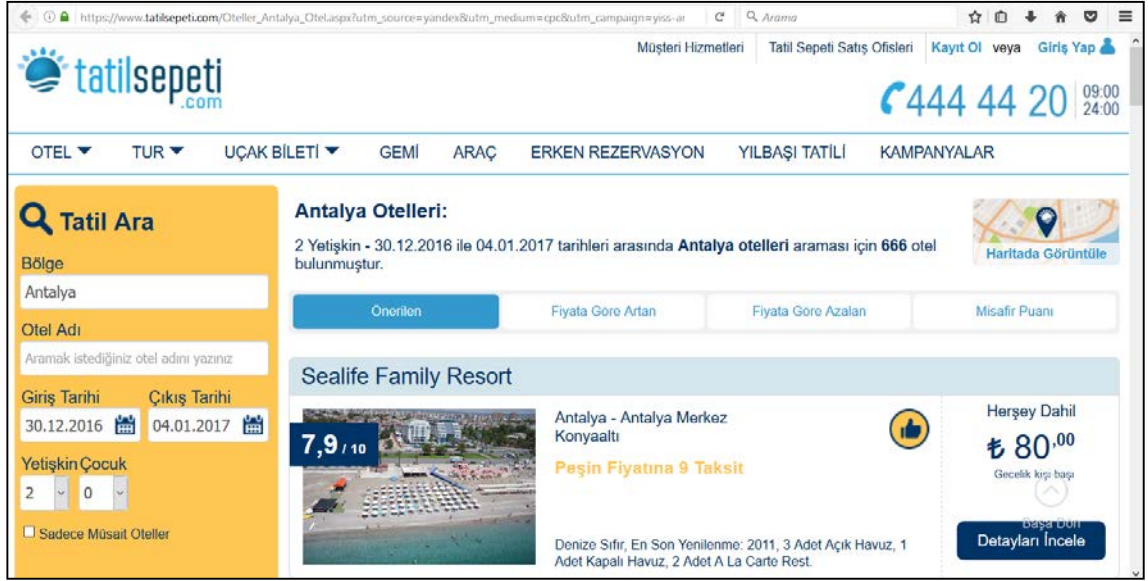
Tripadvisor web sitesine (<https://www.tripadvisor.com.tr>) bakıldığında *gezilecek yerler* linkine bağlı olarak *doğa ve parklar*, *hayvanat bahçeleri ve akvaryumlar*, *su ve eğlence parkları* vb. alt başlıklar altında kentin bazı yeşil alanları ile ilgili konum, iletişim bilgileri ve kullanıcı yorumları olduğu görülmektedir. Bu başlıklara bakıldığında, *doğa ve parklar* linkinin alt başlığı olan *parklar* linkinde *Karaalioğlu Parkı*, *Atatürk Parkı*, *Atatürk Kültür Parkı*, *Yavuz Özcan Parkı*, *Falez Park*, *Beach Park* yer almaktadır. Aynı linke bağlı olarak *şelaleler* alt başlığında *Düden ve Kurşunlu Şelaleleri* ve *hayvanat bahçesi* alt başlığında *Antalya Hayvanat Bahçesi* yer almaktadır (Şekil 4.25).



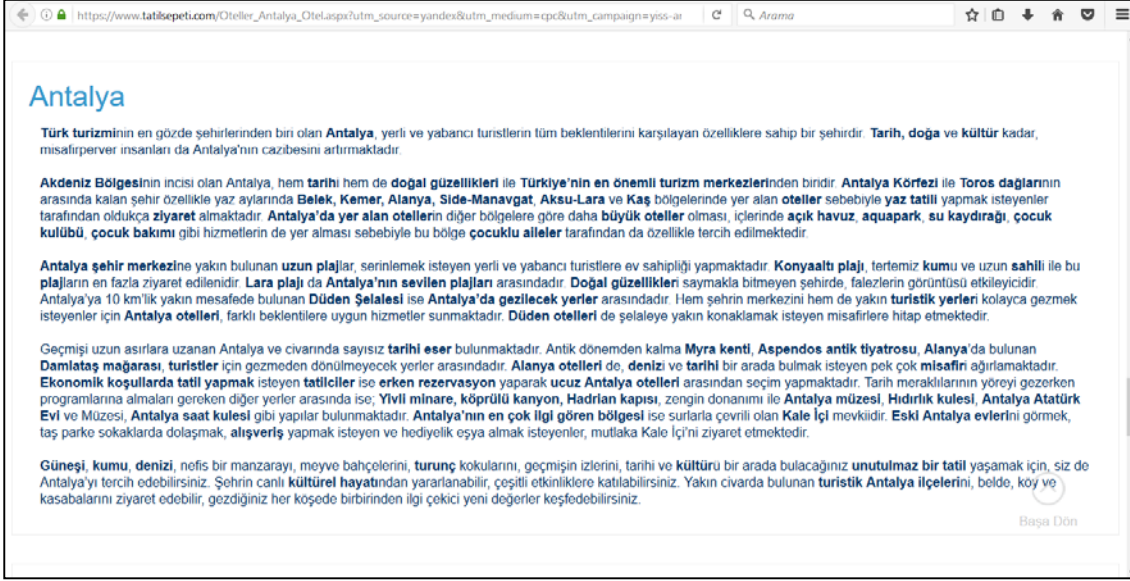
Şekil 4.24. Tripadvisor web sitesi ana sayfa görünümü



Şekil 4.25. Tripadvisor web sitesi kent tanıtım alt başlıkları

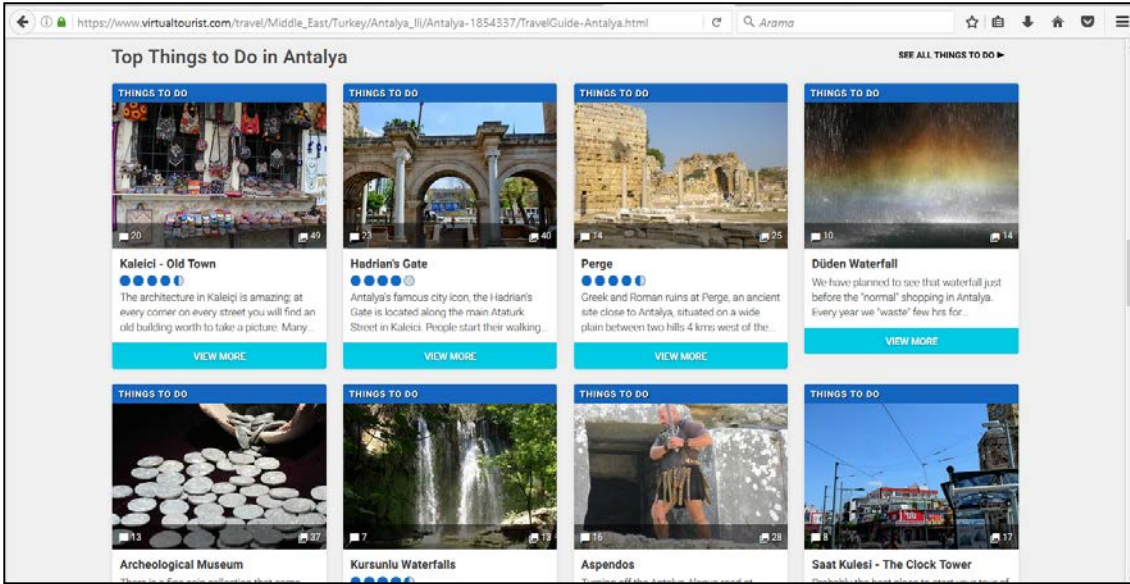


Şekil 4.26. Tatilsepeti.com web sitesi ana sayfa



Şekil 4.27. Tatilsepeti.com web sitesinin kent tanıtımı

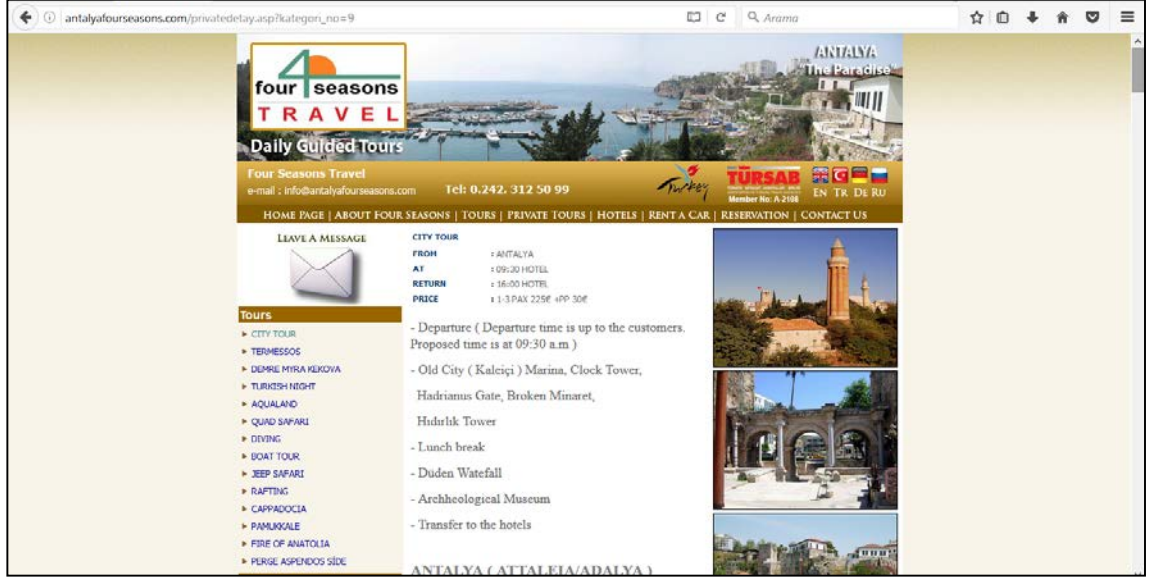
Bu ve benzeri web sitelerinin yanısıra kentte gerçekleştirilen günlük aktivite turları ile ilgili bilgi veren uluslararası web siteleri de kent varlıkları ile ilgili birtakım bilgiler verebilmektedir. Örneğin; *virtualtourist* web sitesinde (<https://www.virtualtourist.com>) *top things to do* linkinin altında *Düden ve Kurşunlu Şelalesini* gösteren harita ile birlikte, daha önce bu alanları ziyaret eden turistlerin görüşleri ve alanda çektikleri fotoğraflar yer almaktadır (Şekil 4.28).



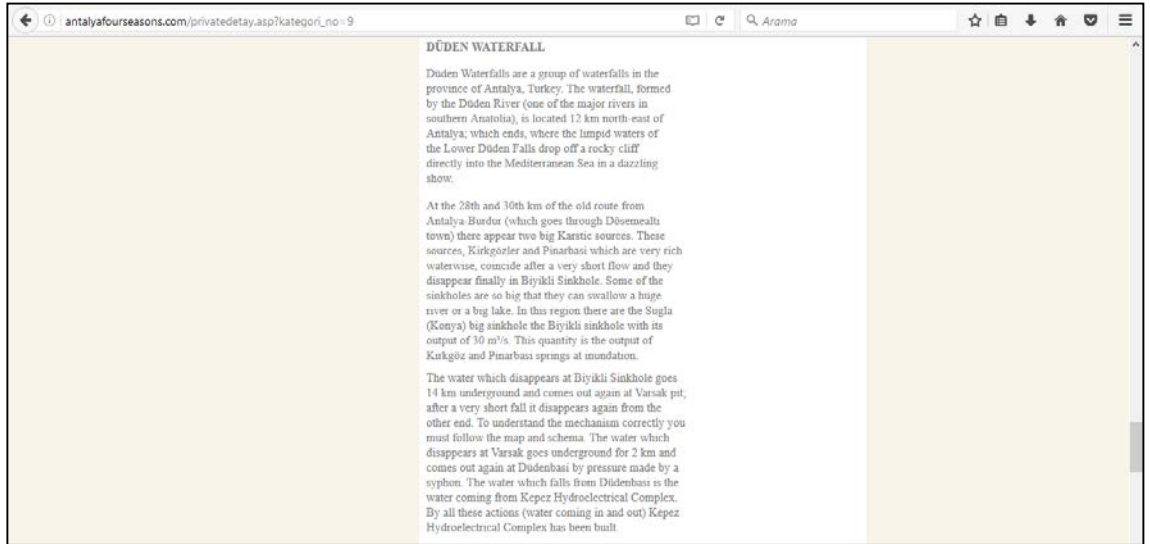
Şekil 4.28. Virtualtourist web sitesi Antalya'da yapılacaklar sekmesi

Yine *viator* ve *fourseasons travel* (<https://www.viator.com-http://antalyafourseasons.com>) gibi günlük turların yer aldığı web sitelerinde durak noktası olarak Düden Şelalesi hakkında kısa bilgiler yer almaktadır (Şekil 4.29, 4.30,

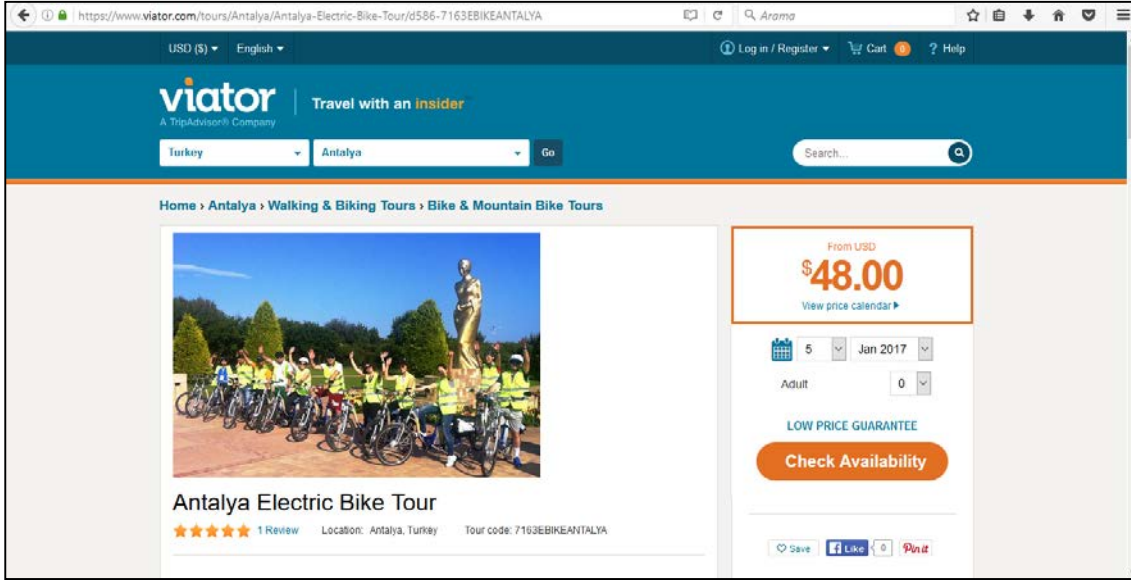
4.31, 4.32). Ayrıca *viator* web sitesinde yer alan kent içi elektrikli bisiklet turunda durak noktaları olarak *Düden Park*, *Falez Park* ve *Atatürk Parkı* gösterilmiştir. Parklarla ilgili sitede bilgi yer almamasına rağmen tur esnasında bu parkların tanıtımı gerçekleştirilmektedir. *Fourseasons travel* web sitesinde ise Düden Şelalesi hakkında konum ve jeomorfolojik yapısı hakkında bilgi verilmektedir.



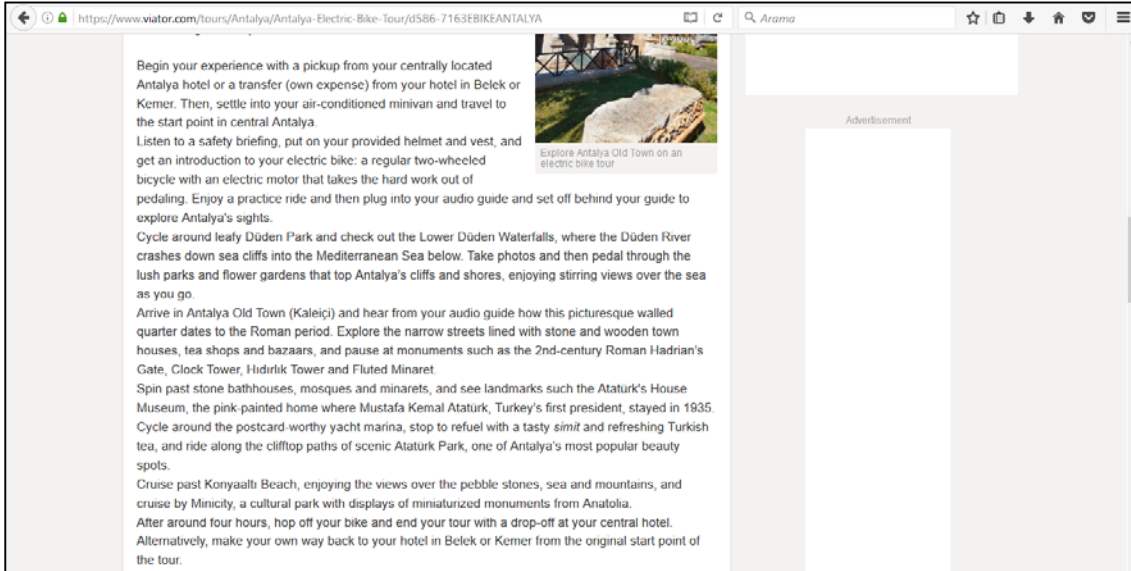
Şekil 4.29. Fourseasons web sitesi ana sayfa görünümü



Şekil 4.30. Fourseasons web sitesi Düden Şelalesi tanıtımı



Şekil 4.31. Viator web sitesi ana sayfa görünümü



Şekil 4.32. Viator web sitesi bisiklet turu güzergahları ile ilgili kısa bilgiler

Yabancı bir blog yazarı tarafından sunulan web sitesinde ülkemizin birçok kenti ile ilgili turistlerin sorularını yanıtlayan bilgiler yer almaktadır (<http://www.turkeytravelplanner.com>). Antalya kenti için *gezilecek yerler* başlığı altında Düden Şelalesi, Kurşunlu Şelalesi ve Karaalioğlu Parkı hakkında kısa bilgiler yer almaktadır (Şekil 4.33 ve 4.34). Bu yeşil alanlarda gerçekleştirilebilecek aktivitelere ve özelliklerine değinilmiştir.

Kurşunlu Waterfall (Şelalesi)

Home
Search
Maps of Turkey
Photo Gallery

Where to Go
When to Go
Where to Stay
What It Costs
Turkish Money
Transport
FAQ-Travel Details

Best Itineraries
Guided Tours
Travel Agency
Unusual Trips
Consultations

TTP Forums

Dili Seçin Google Çeviri tarafından desteklenmektedir

Kurşunlu Şelalesi Waterfall, like the larger **Düden Şelalesi** not far away, is a pleasant nature refuge from the dust, sun, heat and crowds of an Antalya summer day.

Located 25 km (16 miles) northeast of **Old Antalya (Kaleiçi; (map))**, Kurşunlu Şelalesi is a fine place to take a cool break after a visit in the hot sun to the ruins of the Roman city of **Perge**, 12 km (7.5 miles) to the south.

If you have your own vehicle, head east on the coastal highway until you see signs pointing north to **Kurşunlu Şelalesi**, 5 km (3 miles) north of the highway, then 2 km (1.24 miles) east.

The park and facilities at **Kurşunlu** are more limited than those at nearby **Düden Şelalesi**, but that can be a virtue: no picnicking is allowed at **Kurşunlu**, so the crowds are likely to be smaller on summer days (especially weekends). A few stands may sell snacks and non-alcoholic drinks.

Limak Lara De Luxe Hotel & Resort
Lara 245 TL
196 TL Yer Ayırt

Google Custom Search

Şekil 4.33. Turkey travel planner web sitesi Kurşunlu Şelalesi ile ilgili bilgi

Karaalioğlu Parkı, Antalya, Turkey

Home
Search
Maps of Turkey
Photo Gallery

Where to Go
When to Go
Where to Stay
What It Costs
Turkish Money
Transport
FAQ-Travel Details

Best Itineraries
Guided Tours
Travel Agency
Unusual Trips
Consultations

TTP Forums
Funny Stuff

Dili Seçin Google Çeviri tarafından desteklenmektedir

Antalya's major park with the all-but-unpronounceable name is just east of **Kaleiçi** in the city center (**map**), easily reached on foot or by **Nostalji tram**.

This is where **Antalyalılar** come in the heat of the day for **shade** and a **breeze**, or for a **stroll** in the cool of evening.

The **mayor's office** is here, and a **city theater**, but of more interest to visitors is the **Hıdırlık Kulesi**, the ancient fortress tower overlooking the **Roman harbor**; the **falez** (cliffs) dropping from the park promontory into the **Gulf of Antalya**; and the **fine views** of the Gulf itself, and the **Beydağları mountains** to the west.

Admission to the park is **free**, it's always open, and always inviting.

The park's **name**, by the way, means "Son of Black Ali," and is pronounced **kah-RAH-ah-LEE-oh-loo**.

Al Madinah - Dar Al Eiman Grand
Al Madinah
\$66 Book now

Booking.com

Google Custom Search

Above, welcome shade on a hot Antalya day.

Şekil 4.34. Turkey travel planner web sitesi Karaalioğlu Parkı ile ilgili bilgi

4.7. Kenti ziyaret edenlerin yeşil alanlara ilişkin görüş, öneri ve beklentileri

Yöntem bölümünde açıklandığı üzere Antalya kentini ziyaret eden 15 yaş üstü kadın-erkek kullanıcılara toplam 386 adet anket uygulanmıştır. Anket, bireylerin sosyo-ekonomik yapısı, Antalya kenti yeşil alanları hakkındaki görüşlerinin saptanması, kentin yeşil alan varlığının ziyaretlerini ne doğrultuda etkilediğinin ölçülmesi, beklenti ve deneyimlerini ölçmek üzere 4 ana konuda yapılandırılmıştır. Anket sonuçları aşağıdaki başlıklar altında değerlendirilmiştir.

- Ziyaretçilerin Sosyo-Ekonomik Özellikleri
- Ziyaretçilerin Yeşil Alanlara Yönelik Kişisel Beklentileri
- Ziyaretçilerin Yaptıkları Ziyaretin Özellikleri
- Ziyaretçilerin Antalya Kenti Yeşil Alanlarına İlişkin Bilgi ve Deneyimleri
- Ziyaretçilerin Demografik Özellikleri İle Yeşil Alanlara Yönelik Kişisel Beklentileri Arasındaki İlişkiler

4.7.1. Ziyaretçilerin sosyo-ekonomik özellikleri

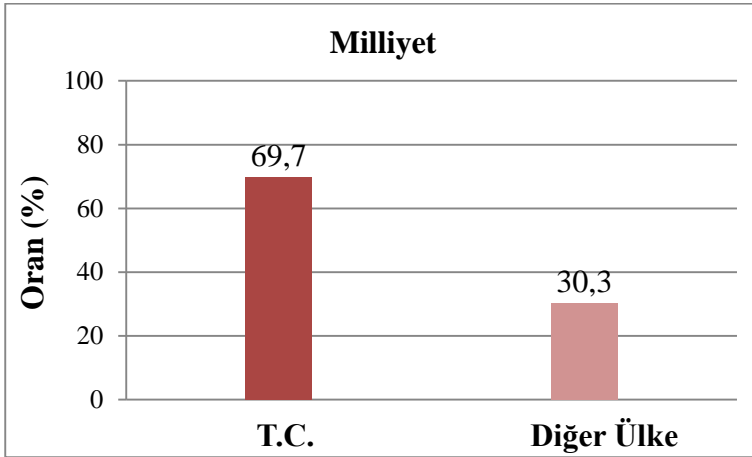
Antalya kentini ziyaret eden yabancı ve yerli turist profilinin ortaya konması; araştırmada hedeflenen ana değişkenlerden birini oluşturmaktadır ve bu kavram kenti ziyaret eden turistlerin demografik özellikleri ile turistlerin seyahat ve tatil organizasyonundan beklentileri, deneyimleri ve düşünceleri olmak üzere iki boyutludur.

Demografik değişkenler kullanıcı memnuniyeti ile ilgili yapılan çalışmalarda duyulan tatmini ölçmede kullanılan en önemli etmenler arasındadır ve turizm araştırmalarında turist profilini belirlemede yaygın olarak kullanılmaktadır. Demografik değişkenler; yaş, cinsiyet, gelir durumu, medeni hal, meslek, eğitim durumu ve milliyet şeklinde sıralanabilir.

Araştırmada kullanılan ankette ziyaretçilerin demografik özellikleri ve sosyo-ekonomik durumları yaş, cinsiyet, medeni durum, meslek, gelir, eğitim durumu ve milliyet gibi değişkenlere göre ölçülmüştür. Anket sonucunda elde edilen bulgular ayrı ayrı tablolar halinde verilmekle birlikte her bir tablonun altında bulgulara ait açıklamalar yer almaktadır.

Milliyet

Ankete katılan ziyaretçilerin milliyetlerine bakıldığında % 69,7'si Türk vatandaşı ve %30,3 diğer ülkelerin vatandaşlarıdır (Şekil 4.35).



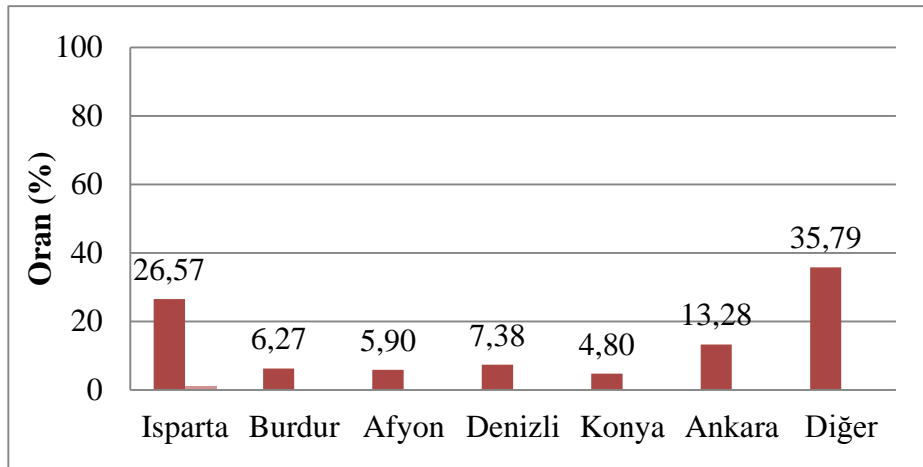
Şekil 4.35. Ziyaretçilerin milliyet dağılımları

Ankete katılan diğer ülke vatandaşlarının dağılımına bakıldığında % 33'lük oranla Almanya'dan gelen turistler ilk sırada; % 12'lik oranla Hollanda'dan gelen turistler ikinci sırada; % 7'lik oranla Slovenya ve Rusya'dan gelen turistler üçüncü ve dördüncü sırada yer almaktadır (Çizelge 4.12).

Çizelge 4.12. Ankete katılan yabancı ziyaretçilerin dağılımı

Ülke	Sayı	Yüzde (%)	Ülke	Sayı	Yüzde
Almanya	38	33,04	Cezayir	4	3,47
Hollanda	14	12,17	Belarus	3	2,60
Slovenya	8	6,95	Ukrayna	3	2,60
Rusya	8	6,95	Romanya	3	2,60
Letonya	6	5,21	Sırbistan	2	1,73
İspanya	6	5,21	Moldova	2	1,73
Litvanya	5	4,34	İsveç	2	1,73
Estonya	5	4,34	Kırgızistan	1	0,86
Arnavutluk	4	3,47	Danimarka	1	0,86

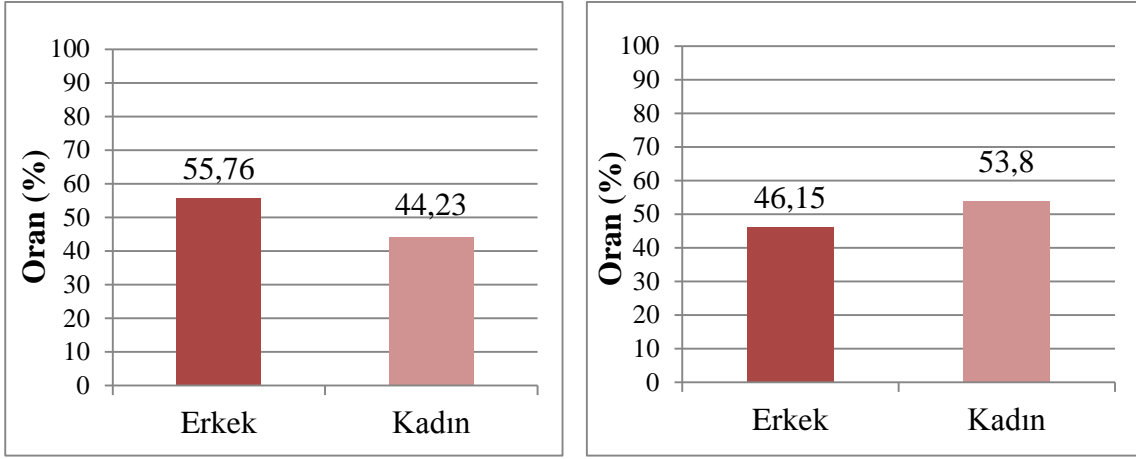
Ankete katılan yerli ziyaretçilerin çoğunluğunun (% 27) Isparta ilinden geldiği görülmektedir. Isparta'yı sırasıyla Ankara, Denizli, Burdur, Afyon ve Konya izlemektedir. Diğer illerden gelenler de ziyaretçilerin yaklaşık üçte birini oluşturmaktadır (Şekil 4.36).



Şekil 4.36. Yerli ziyaretçilerin ikamet dağılımları

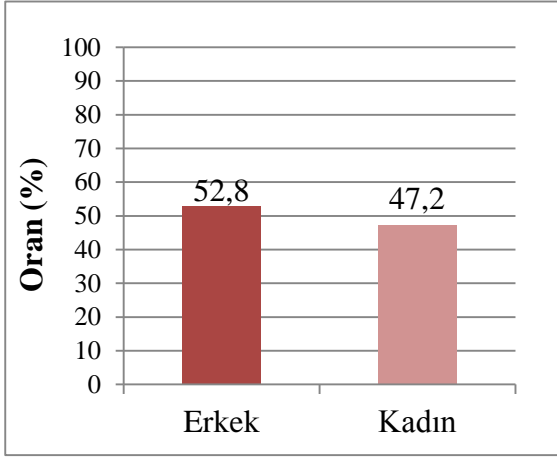
Cinsiyet

Ankete katılan ziyaretçilerin % 47,2'si kadınlardan % 52,8'i ise erkeklerden oluşmaktadır. Yerli ziyaretçilerin % 55,8'i erkek , % 44,2'si kadın bireylerden, yabancı ziyaretçilerin ise % 46,15'i erkek ve % 53,8'i kadın bireylerden oluşmaktadır (Şekil 4.37).



a) Yerli

b) Yabancı



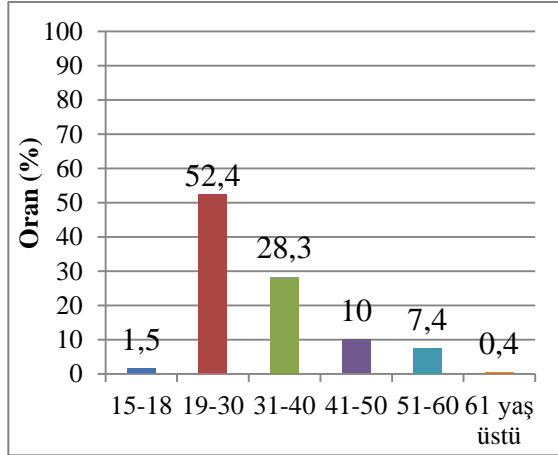
c) Toplam

Şekil 4.37. Ziyaretçilerin cinsiyet dağılımı

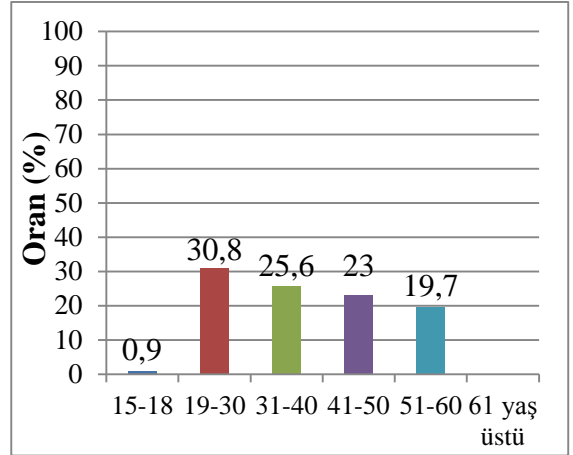
Yaş

Ankete katılan ziyaretçilerin yaş değişkeni açısından dağılımını incelediğimizde önemli bir kısmının (% 73,4) 19-40 yaş aralığında olduğu bunu sırasıyla % 14 ile 41-50 yaş ve % 11,1 ile 51-60 yaş, , % 1,3 ile 15-18 yaş aralığındaki bireyler oluşturmaktadır. Turizm sektöründe Üçüncü Kuşak Turizmi çerçevesinde ele alınan 61 yaş ve üstündeki ziyaretçilerin payının ise toplamda % 0.3'lük bir orana karşılık geldiği görülmektedir (Şekil 4.38).

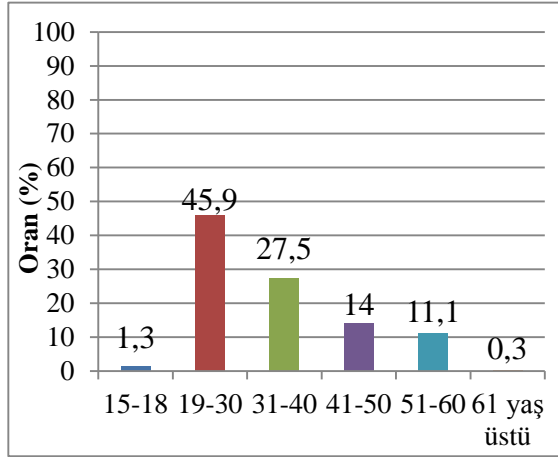
Yerli ziyaretçilerin, yaş grafiği genel yaş grafiğine benzer iken, yabancı ziyaretçilerde farklı yaş gruplarının katılım oranları daha yüksektir.



a) Yerli



b) Yabancı

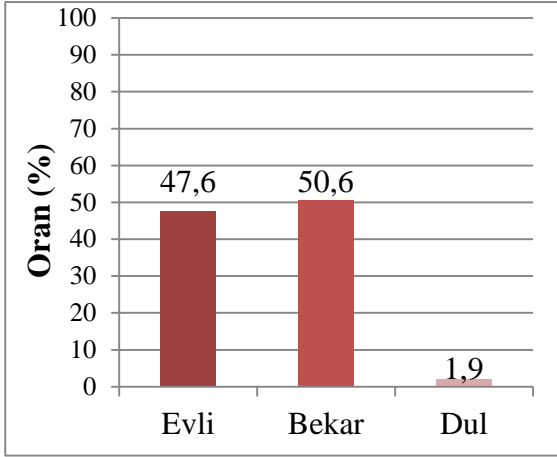


c) Toplam

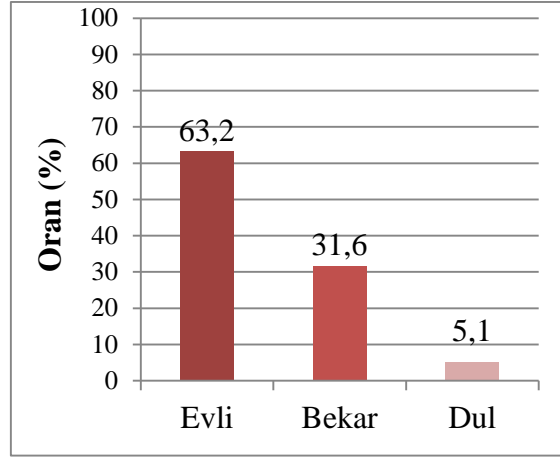
Şekil 4.38. Ziyaretçilerin yaş dağılımı

Medeni durum

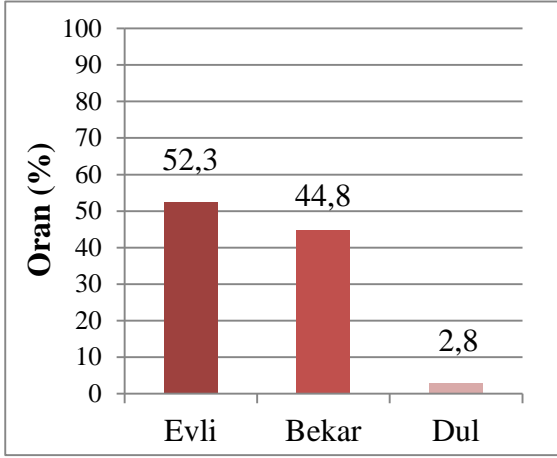
Ankete katılan ziyaretçilerin medeni durum değişkenine bakıldığında bunların % 52,3'ünün evli, % 44,8'inin ise bekar olduğu görülmektedir. Yerli ziyaretçilerde evli ve bekar olanların oranlarının birbirine yakın olduğu izlenmektedir. Yabancı ziyaretçilerde ise evli olanlar % 63,2 'lik bir oranla temsil edilmiştir. (Şekil 4.39).



a) Yerli



b) Yabancı



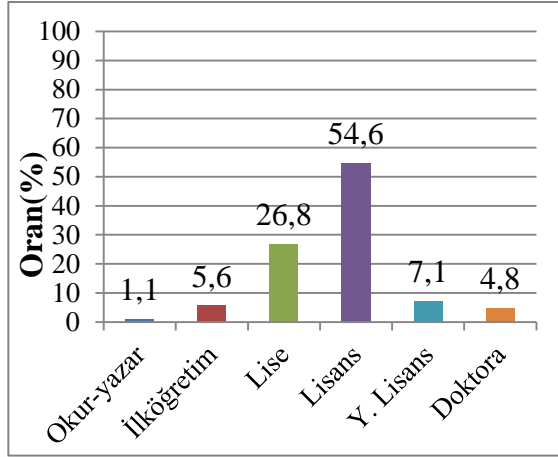
c) Toplam

Şekil 4.39. Ziyaretçilerin medeni durum dağılımı

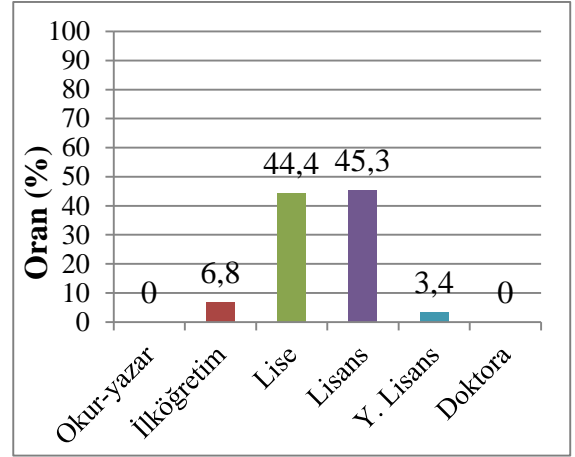
Eğitim durumu

Eğitim durumu ile ilgili soruya verilen yanıtlar incelendiğinde büyük bölümünün üniversite mezunu olduğu görülmektedir. Ankete katılanların eğitim durumu değişkenine bakıldığında % 51,8'inin üniversite, % 32,1'inin lise ve % 6'sının ilköğretim mezunu olduğu görülmektedir. Ziyaretçilerin % 0,8'i sadece okur-yazar iken, % 6'sı yüksek lisans, % 3,4'ü ise doktora düzeyinde eğitim durumuna sahiptir (Şekil 4.40).

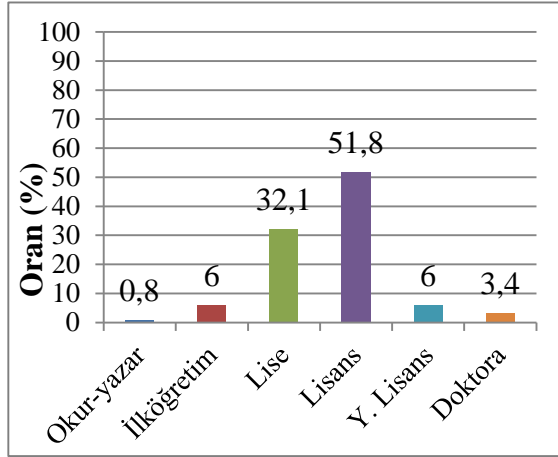
Yerli ziyaretçilerde lisans mezunları % 54,6, lise mezunları % 26,8 ile temsil edilirken, yabancı ziyaretçilerde lisans ve lise mezunları birbirine çok yakın oranlarda temsil edilmiştir.



a) Yerli



b) Yabancı



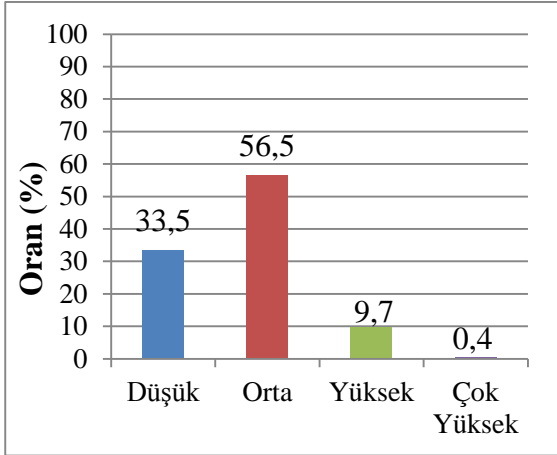
c) Toplam

Şekil 4.40. Ziyaretçilerin eğitim durumu dağılımı

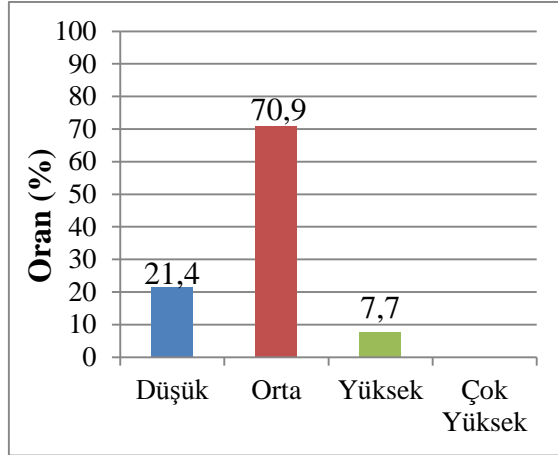
Gelir durumu

Gelir durumu değişkeni, turist profili incelemelerinde önemli bir etken olarak değerlendirilmektedir. Gelir değişkeni yapılan bu araştırmada aylık gelir düzeyi olarak kavramsallaştırılmış ve ankete katılan ziyaretçilerden kendilerine uygun olanı işaretlemeleri istenmiştir. Elde edilen bulgulara göre ankete katılan ziyaretçilerin % 60,9'u orta gelire sahipken; % 29,8'i düşük gelire sahiptir. Kalan % 9,1'lik kesim yüksek gelire sahipken yalnızca % 0,3'lük kesim çok yüksek gelire sahip olduğunu belirtmiştir (Şekil 4.41).

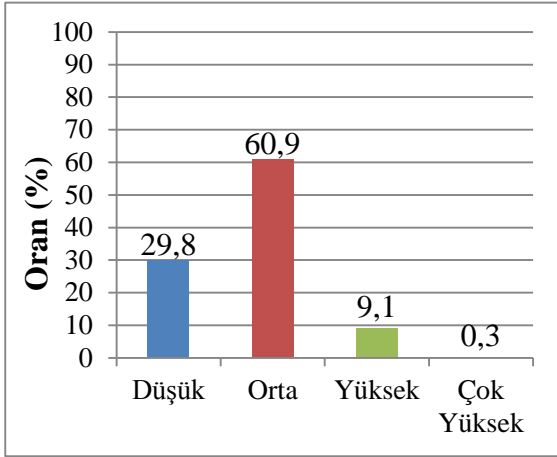
Yerli ziyaretçilerde orta gelir sahipleri % 56,5, düşük gelir sahipleri % 33,5 ile temsil edilirken yabancı ziyaretçilerde orta gelir sahipleri % 70,9 oranla düşük gelir sahipleri ise % 21,4 ile temsil edilmektedir. Yerli ve yabancı ziyaretçilerde yüksek gelir sahipleri birbirine çok yakın oranlarda temsil edilmiştir.



a) Yerli



b) Yabancı



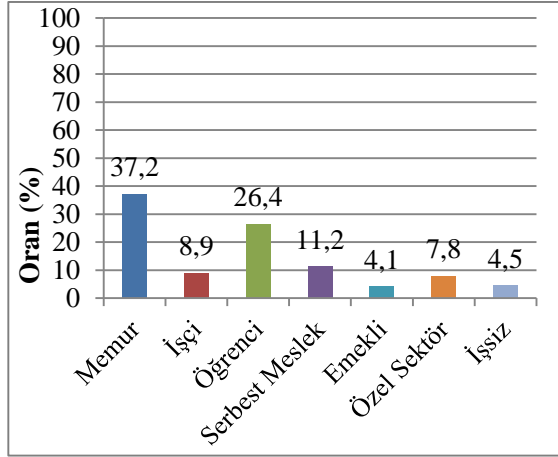
c) Toplam

Şekil 4.41. Ziyaretçilerin gelir durumu dağılımı

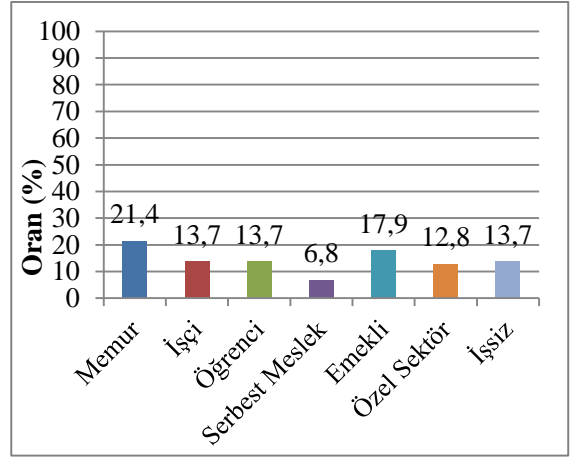
Meslek

Meslek değişkeni, yapılan bu araştırmada meslek grupları olarak sınıflandırılmış ve ankete katılan ziyaretçilerden kendilerine uygun olanı işaretlemeleri istenmiştir. Elde edilen bulgulara göre memurların oranı % 30,4, işçilerin oranı % 10,4, düzeyindedir. Bu iki grubu sırasıyla % 22,5'lik oranla öğrencilerin, % 11,2'lik oranla serbest meslek sahiplerinin, % 9,3'lük oranla özel sektör çalışanının, % 8,3'lük kesimin ise emeklilerin oluşturdukları grupların izlediği görülmektedir. Ankete katılanlar arasında % 7,3'lük bir kesim de işsiz olduğunu belirtmiştir (Şekil 4.42).

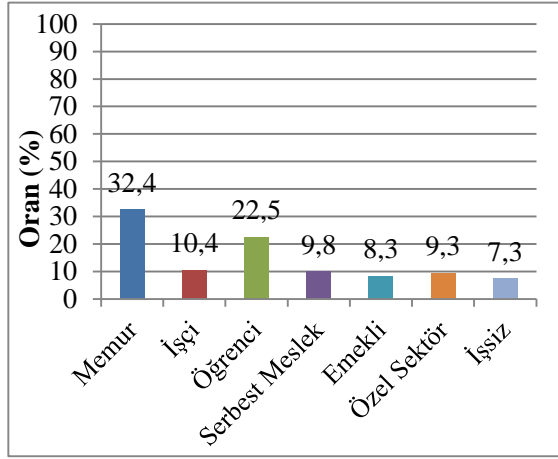
Yerli ziyaretçilerde memur kesimi % 37,2, öğrenci kesim % 26,4 ile temsil edilirken, yabancı ziyaretçilerde % 21,4'lük kısmı memur ve öğrenci, % 11,2'lik kısmı serbest meslek sahibi, % 4,1'lik kısmı emekli, % 17,9'lük kısmı emekli grupları temsil etmektedir.



a) Yerli



b) Yabancı



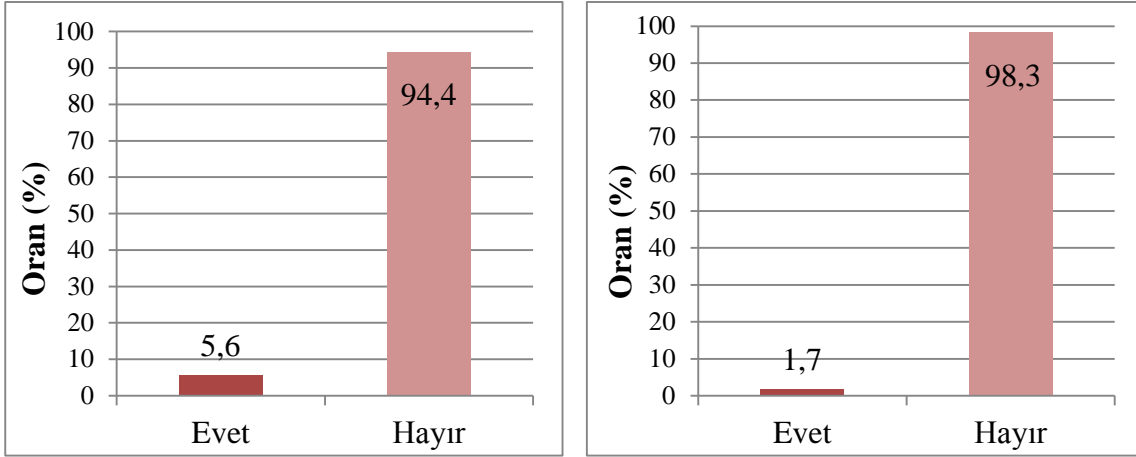
c) Toplam

Şekil 4.42. Ziyaretçilerin meslek dağılımı

Çevre derneklerine üyelik

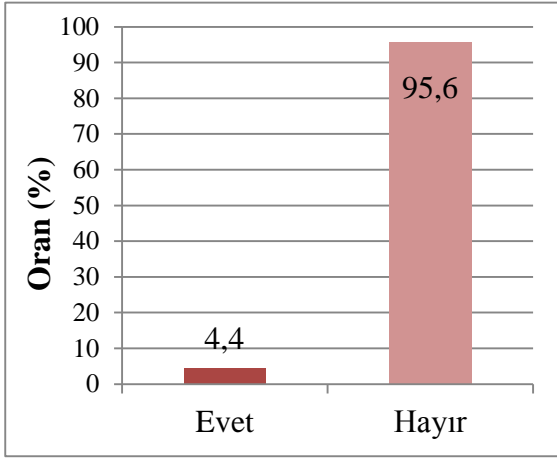
Birçok meslek disiplini bünyesinde barındıran çevre derneklerinin insanların doğaya ve yeşil alanlara olan bakış açısını değiştirdiği düşünülmektedir. Burdan yola çıkarak demografik özelliklerin son bölümünde kullanıcılara yeşil alanlarla ilgili farkındalıklarını görmek amacıyla herhangi bir çevre derneğine üye olup olmadıkları sorulmuştur. Buna göre ankete katılan ziyaretçilerin % 95,6'sı üye değilken, % 4,4'ü herhangi bir çevre derneğine üye olduğunu belirtmiştir (Şekil 4.43).

Yerli ve yabancı ziyaretçiler birbirine çok yakın oranlarda çevre derneğine üye olamayanları temsil etmiştir.



a) Yerli

b) Yabancı



c) Toplam

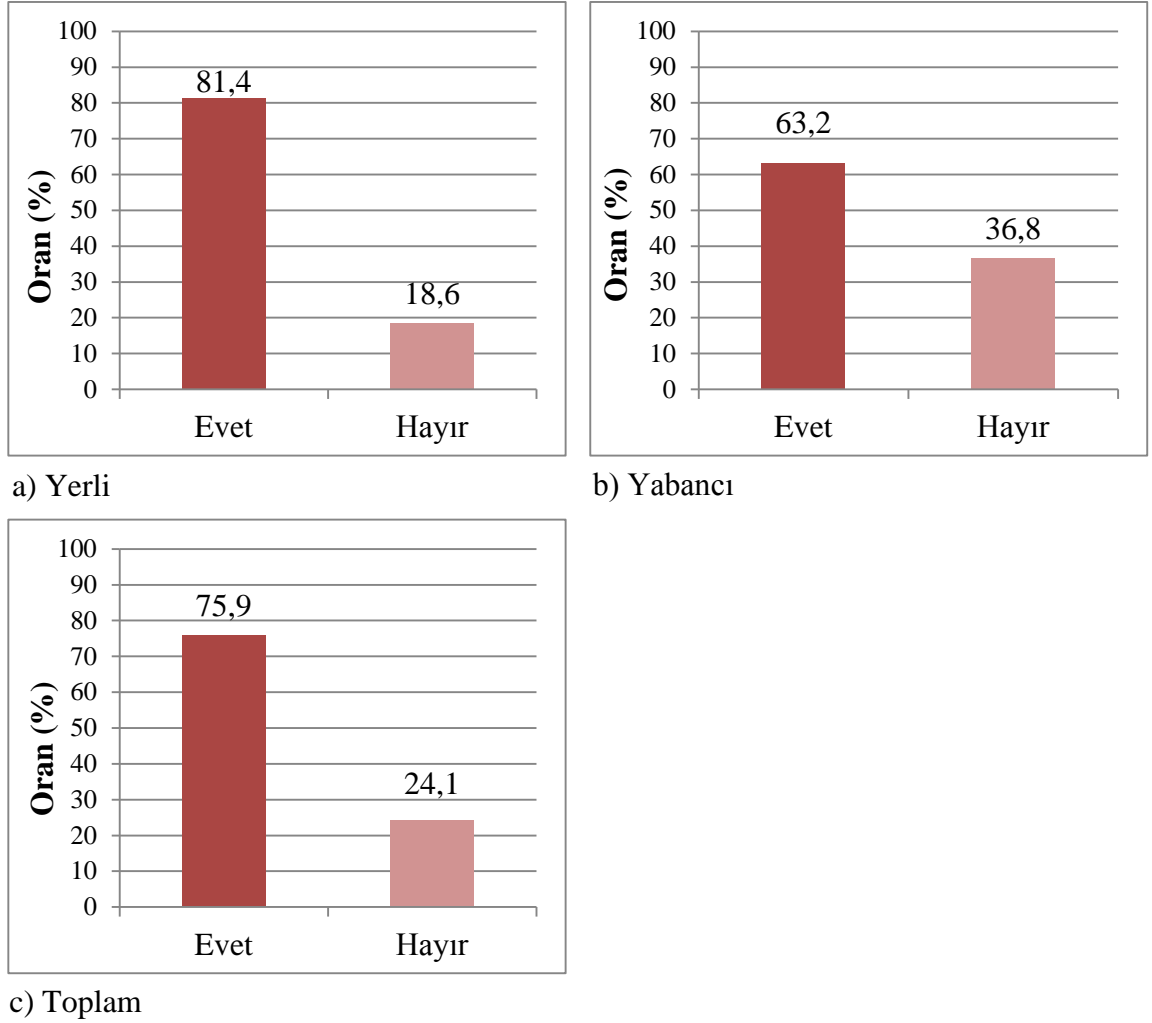
Şekil 4.43. Ziyaretçilerin çevre derneğine üyelik durumu

4.7.2. Ziyaretçilerin yeşil alanlara yönelik kişisel beklentileri

Bu bölümde kenti ziyaret eden yerli ve yabancı ziyaretçilerin kentsel açık yeşil alanlarla ilgili genel görüşleri, beklentilerin saptanması hedeflenmiştir.

a) Destinasyon tercihinde yeşil alanların etkisi

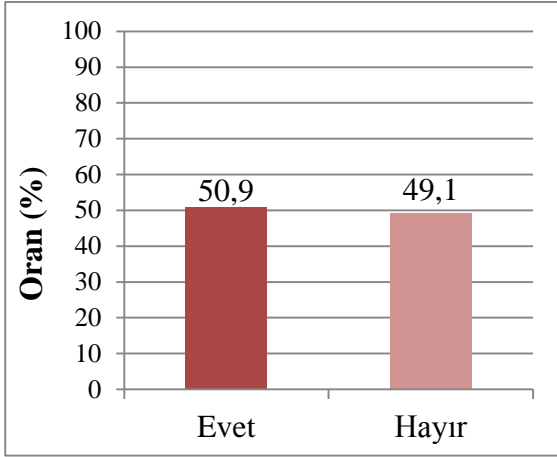
"Ziyaret edeceğiniz kenti seçerken yeşil alan varlığı tercih sebebinizi etkiler mi?" sorusuna katılımcıların dörtte üçü (% 75,9) yeşil alanların destinasyon tercihinin etkilediğini söylemiştir. Yerli ziyaretçilerin % 81,4'ü, yabancı ziyaretçilerin ise soruya % 63,2'si "evet" yanıtını vermiştir (Şekil 4.44).



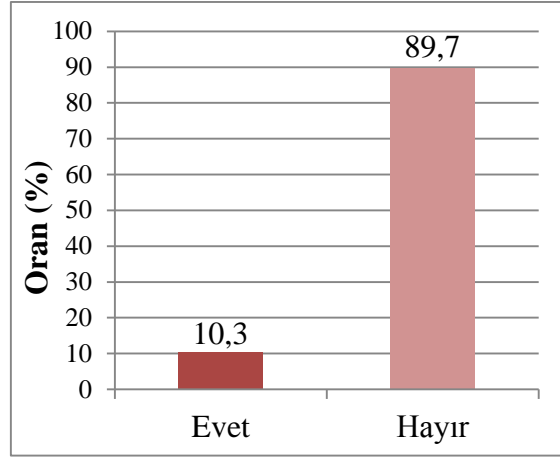
Şekil 4.44. Ziyaretçilerin destinasyon tercihine yeşil alanların etkisi

b) Tesis tercihinde yeşil alanların etkisi

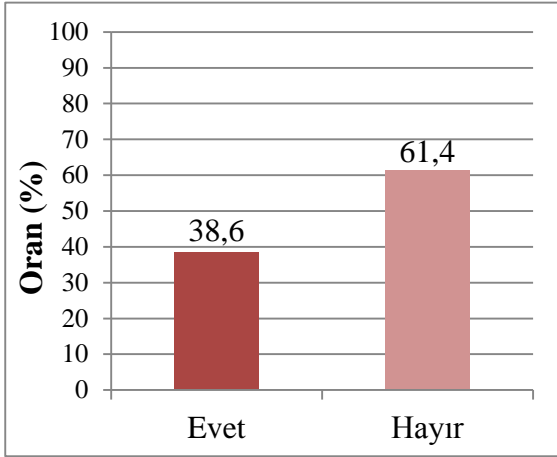
Ankete katılanlardan % 38,6'sı *konaklayacağı tesisi seçerken yeşil alanlara yakın olmasına dikkat ettiğini* belirtmiştir. , Geriye kalan % 61,4'lük kesim konaklama tipini seçerken uygun fiyat, doluluk, kent merkezine yakınlık veya tur paketlerinin sunduğu olanaklar çerçevesinde değerlendirebildiklerini dile getirmiştir. Yerli ziyaretçilerin dikkat edenlerle etmeyenler neredeyse eşit iken, yabancı ziyaretçilerde daha yüksek oranla dikkat etmediği görülmüştür (Şekil 4.45).



a) Yerli



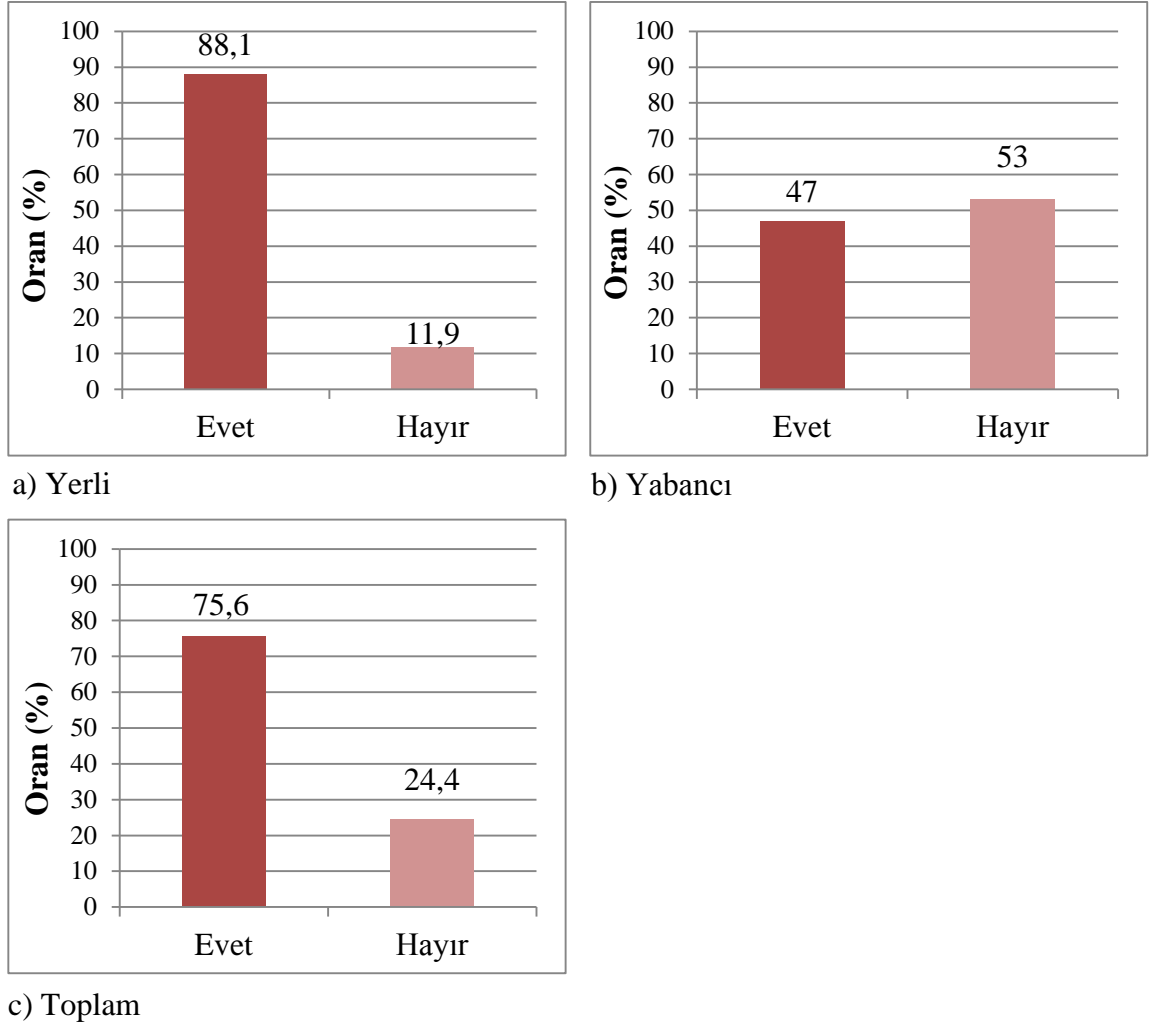
b) Yabancı



c) Toplam

Şekil 4.45. Ziyaretçilerin tesis tercihine yeşil alanların etkisi

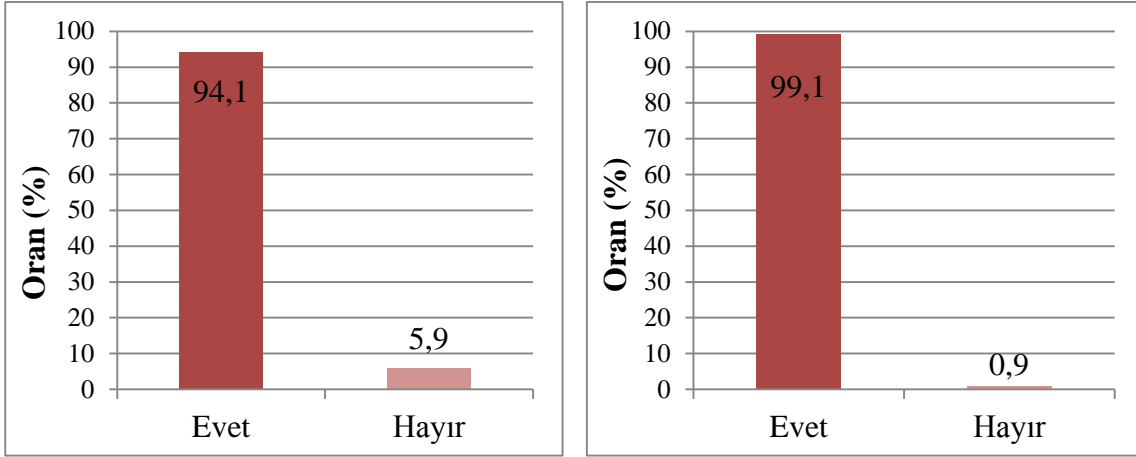
Ankete katılanlardan % 75,6'sı konaklayacağı tesisi seçerken yeşil alanlara yakın olmasını istediklerini ifade etmişlerdir. Yerli ziyaretçilerin tamamına yakını yakın olmayı tercih ederken, yabancı ziyaretçilerde tercih edenlerle etmeyenler birbirine yakın orandadır (Şekil 4.46).



Şekil 4.46. Ziyaretçilerin tesis tercihlerinde yeşil alanlara yakın olma isteği

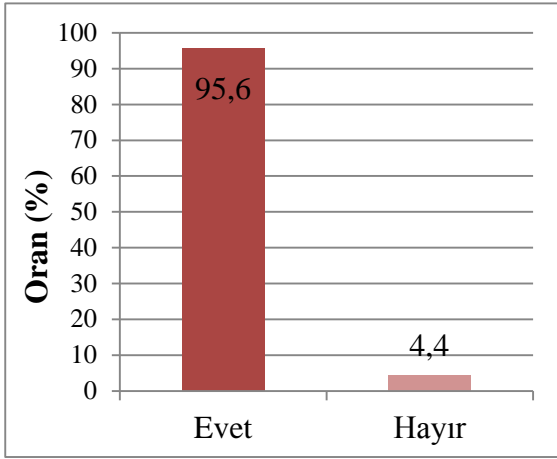
Yeşil alan-kent estetiği

Ankete katılanların neredeyse tamamı (% 95,6) "*parklar ve yeşil alanlar kentler üzerinde etkilidir ve kenti güzelleştiriyor*" fikrine sahiptir. Buna göre kullanıcıların büyük çoğunluğu parklar ve yeşil alanların kent estetiğini etkilediğini ve kentleri güzelleştirdiğini belirtmişlerdir. Yerli ziyaretçilerle yabancı ziyaretçilerin bu yargıya katılım oranları birbirine oldukça yakındır. (Şekil 4.47).



a) Yerli

b) Yabancı

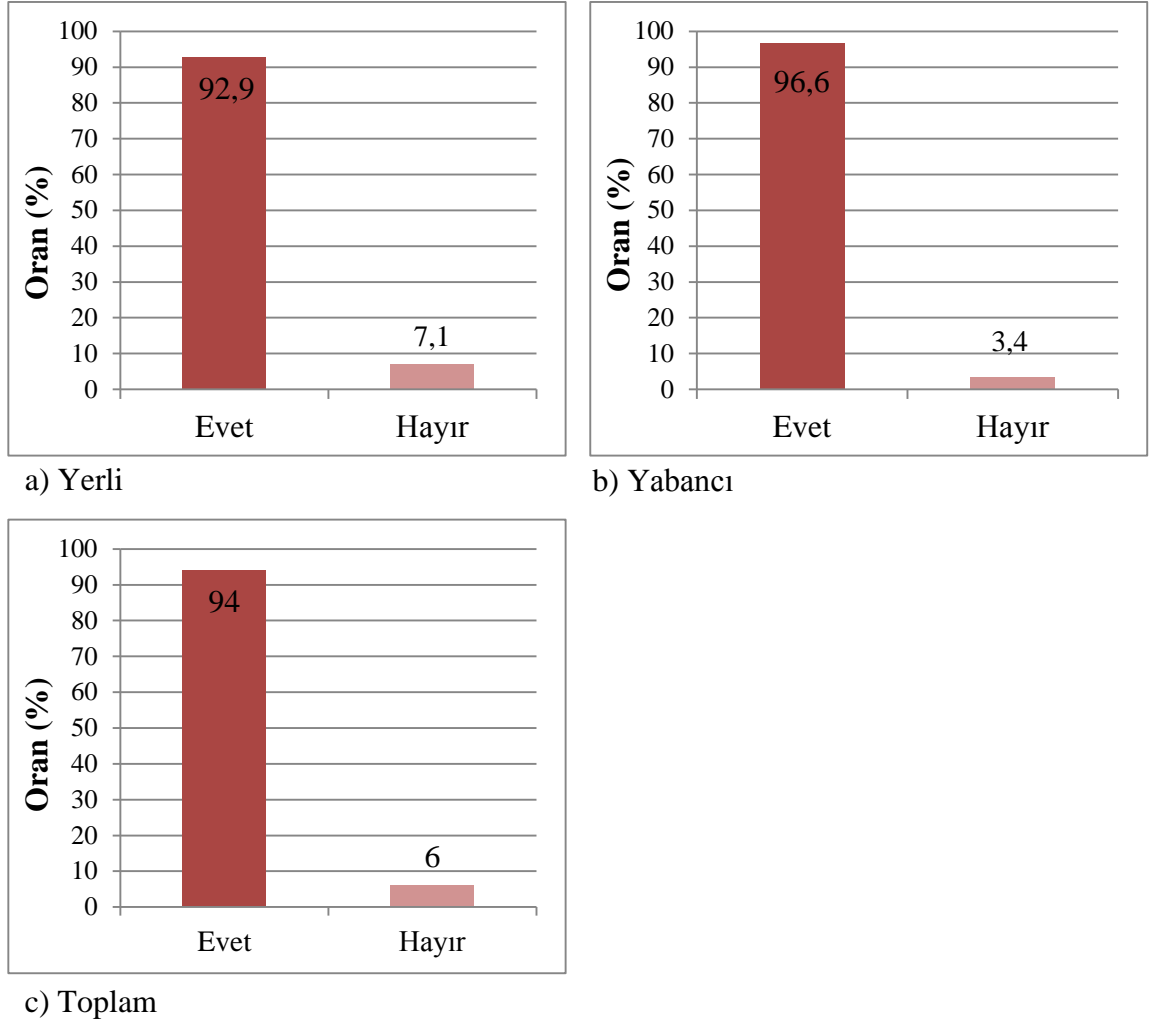


c) Toplam

Şekil 4.47. Ziyaretçilerin yeşil alanların kenti güzelliştirmesi tercihleri

c) Yeşil alan-tatil beklentisi

"Bir çok yeşil alanın / parkların olduğu bir kentte tatil yapmak ister miydiniz?" sorusuna katılımcıların tamamına yakını (% 94) "evet" yanıtını vermiştir. Yerli ziyaretçilerin % 92,9'u. yabancı ziyaretçilerin ise % 96,6'sı bir çok yeşil alanın / parkların olduğu bir kentte tatil yapmak istediklerini bildirmiştir (Şekil 4.48).



Şekil 4.48. Ziyaretçilerin birçok yeşil alanın olduğu bir kentte tatil yapma tercihleri

d) Yeşil alan açısından zengin/cazip görülen kentler

Ziyaretçilerin hangi kentleri yeşil alan açısından zengin ve cazip gördüklerine bakıldığında Türkiye'den 37 farklı il ve dünyadan 38 farklı kent adı verilmiştir. Alınan cevaplardan ziyaretçilerin genel anlamda kentin yeşil olma durumuna göre cevap verdikleri, cevapların kent içi yeşil alanları kapsamadığı anlaşılmaktadır.

Buna göre çıkan sonuçlarda yerli kullanıcılara göre en çok adı geçen kent (156 kişi) Antalya olmuştur. Sırasıyla Muğla (82 kişi), Rize (70 kişi), Trabzon (66 kişi), İzmir (64 kişi), Bolu (47 kişi), Bursa (43 kişi), Artvin (38 kişi), Ordu (25 kişi), Denizli (21 kişi) kentleri en çok adı yazılan kentlerdir. Diğer 27 kent isimleri en az 1 kez en fazla 14 kez yazılmıştır.

Yazılan yabancı kentlere bakıldığında ise en çok adı geçen ülkenin Almanya olduğu görülmüştür. Almanya'nın 9 farklı kentinin isminin söylendiği sonuçlarda Essen kenti en çok öne çıkan kent olmuştur. Bunu sırasıyla Hamburg ve Berlin takip etmektedir. Yeşil alan bakımından en zengin görülen kentler ankette sırasıyla Varşova,

New York, Stockholm, Lubliana, Amsterdam, Singapur, Viyana, Brüksel ve Kopenhag olarak öne çıkmıştır. Burada alınan cevaplardan ziyaretçilerin kent peyzajlarını göz önünde bulundurdıkları anlaşılmaktadır. Zira en yeşil kentler sıralamasına giren kent isimlerinin bu sonuçlarla bağdaştığı görülmüştür.

4.7.3. Ziyaretçilerin seyahat davranışları ve tatil organizasyonu özellikleri

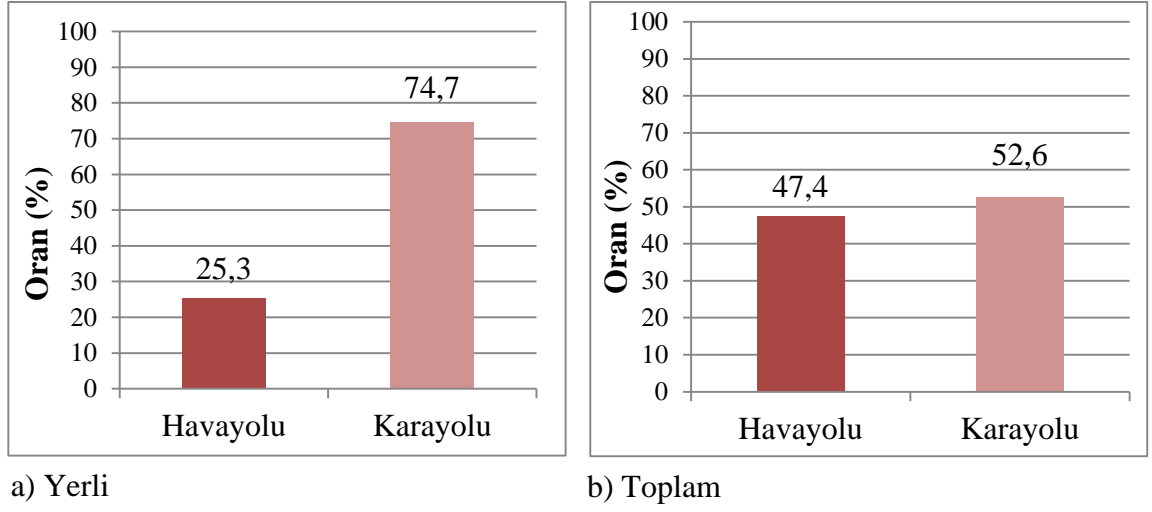
Turistler destinasyonları iş, tatil, arkadaş ziyareti, eğlenme ve gezip görme gibi çeşitli ihtiyaç ve amaçlara uygun olarak ziyaret etmek üzere seçmektedir (İlban ve Altay 2008). Turist profilini belirlemek üzere yapılan araştırmalar da göstermektedir ki demografik değişkenlerin yanı sıra turistlerin seyahat ve tatil organizasyonu ile ilgili davranışları da dikkate alınmalıdır. Örneğin, Franch vd. (2006); Huh vd. (2006) ve Kozak vd. (2004) gibi araştırmacılar araştırmalarında, seyahat davranışı ve tatil organizasyonu ile ilgili olarak; enformasyon kaynakları, tatili organize etme biçimi, tatil kararını verme biçimi, tatilin süresi, seçilen konaklama türü, kalış süresi, tatil süresince yapılan faaliyetler, ulaşım şekli biçimindeki değişkenleri kullandıkları görülmektedir (AKTOB 2011).

Antalya kentini ziyaret eden turistlerin seyahat ve tatil organizasyonları ile ilgili davranışlarını anlamak amacıyla yukarıda bahsi geçen değişkenlerden yararlanılmıştır. Takip eden tablo ve açıklamalarda bu değişkenlerin ölçümünden elde edilen bulgular yer almaktadır. Bulguların verilmesi aşamasında aşağıdaki sıralama gözetilmiştir.

- I. Ziyaretin sayısı, ziyaret nedeni, konaklama türü, ziyaretten beklentiler, seyahatin bilgi kaynakları
- II. Ziyaret sırasında yapılan aktiviteler, destinasyonda ziyaret edilen açık-yeşil alanlar

a) Ulaşım şekli

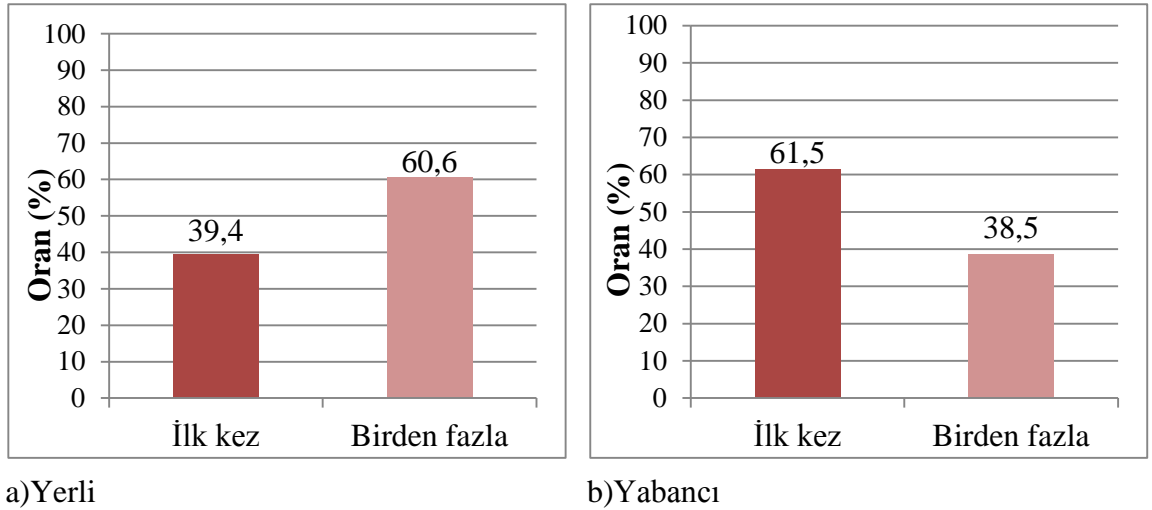
Araştırma örneklemini içerisinde yer alan ziyaretçilerin % 52,6'lık bölümü seyahatlerini havayolu ile, % 47,4'lük bölümü ise karayolu ile gerçekleştirdiklerini ifade etmişlerdir. Ankete katılım gösteren yabancı ziyaretçilerin tamamı Antalya kentine havayolu ile ulaşırken, yerli kullanıcıların % 25,3'lük bölümü seyahatlerini havayolu ile gerçekleştirmiştir (Şekil 4.49).

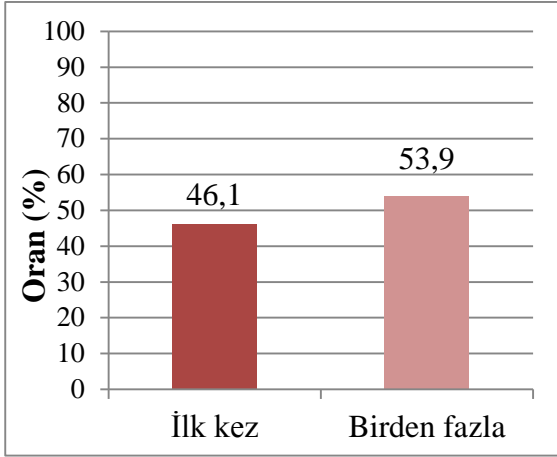


Şekil 4.49. Ziyaretçilerin ulaşım şekli

b) Ziyaret sayısı

Araştırma örneklemini içerisinde yer alan ziyaretçilere Antalya Kenti'ni kaçınıcı kez ziyaret ettikleri sorulduğunda, yerli ziyaretçilerin % 39,4'ü ilk kez geldiğini söylerken, % 60,6'sı kenti birden fazla ziyaret ettiğini ifade etmiştir. Yabancı ziyaretçilerin ise % 61,5'i ilk kez gelirken, % 38,5'i daha önce kenti ziyaret ettiğini belirtmiştir. Buna göre toplamda katılımcıların % 46,1'i ilk kez gelirken, % 53,9'u birkaç kez kenti ziyaret etmiştir (Şekil 4.50).



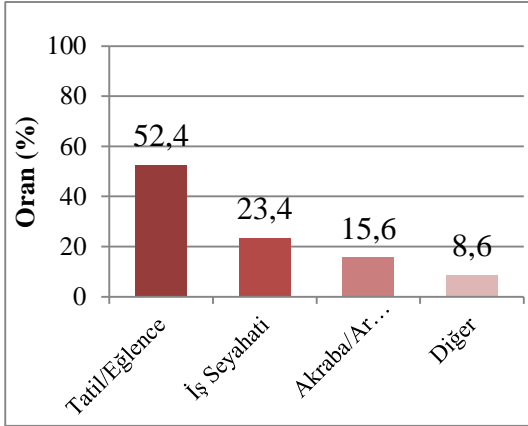


c) Toplam

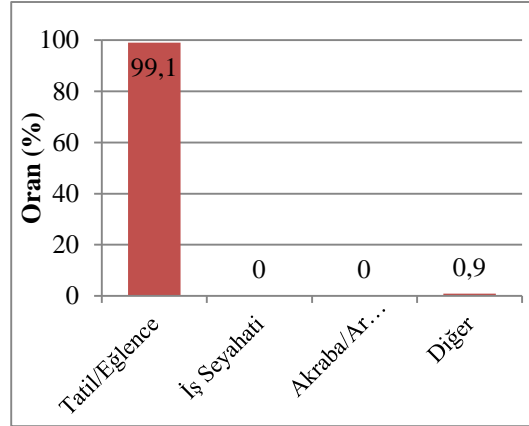
Şekil 4.50. Ziyaretçilerin Antalya kentini ziyaret sayısı

c) Ziyaret sebebi

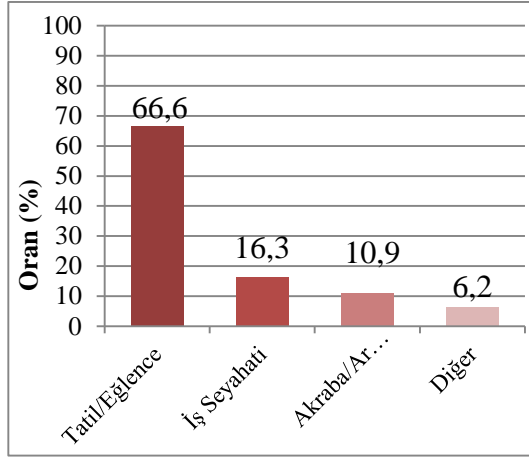
Ziyaretçilere Antalya Kenti'ni ziyaret sebepleri sorulduğunda, yerli ziyaretçilerin yarısı (% 52,4) tatil amaçlı gelmiştir. Geri kalanın % 23,4'ü iş seyahati amaçlı, % 15,6'sı akraba/arkadaş ziyareti amaçlı, % 8,6'sı ise başka amaçlarla geldiğini belirtmiştir. Ankette belirtilen nedenler dışında diğer seçeneğini işaretleyen ziyaretçilerin bir kısmı alışveriş, sağlık hizmetleri, etkinliklere katılma ve eğitim gibi sebeplerle kenti ziyaret ettiklerini dile getirmişlerdir. Yabancı ziyaretçilerin ise tamamı tatil amaçlı geldiklerini belirtmişlerdir (Şekil 4.51).



a) Yerli



b) Yabancı

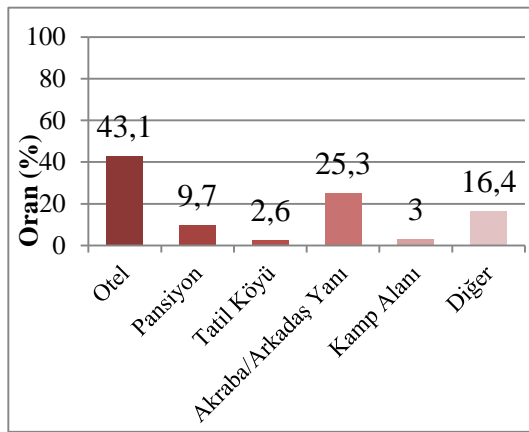


c) Toplam

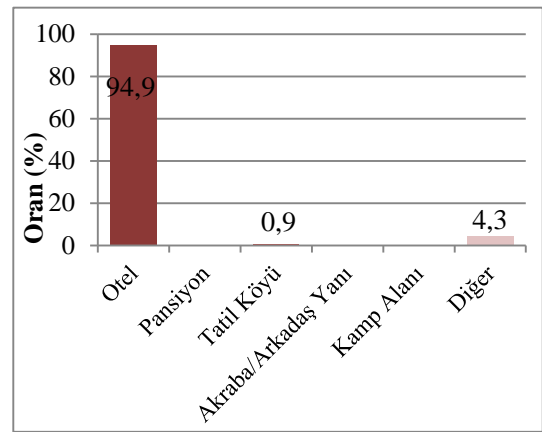
Şekil 4.51. Ziyaretçilerin kente geliş nedenleri

d) Tercih edilen konaklama türü

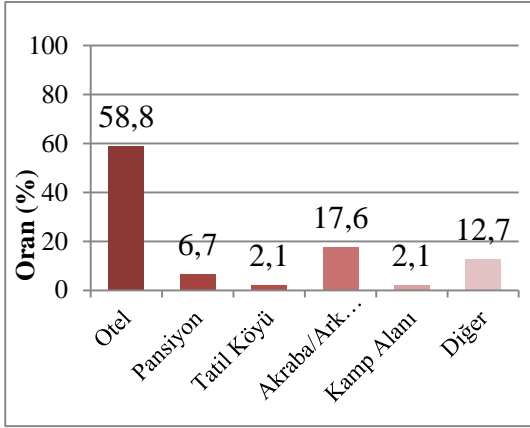
Ankete katılan yerli ziyaretçilerin % 43,1'i otelde, % 9,7'si pansiyonda, % 2,6'sı tatil köyünde, % 25,3'ü akraba veya arkadaş yanında, % 3'ü kamp alanında, % 16,4'ü ise diğer tip konaklama merkezlerinde kaldıklarını belirtmiştir. Yabancı ziyaretçilerin ise % 94,9'u otelde kalırken, % 9'u tatil köyünde, kalan % 4,3'lük kişi ise diğer tip konaklama merkezlerinde kaldıklarını belirtmişlerdir. Yerli ziyaretçilerin neredeyse yarısı otelde kalmayı tercih ederken, yabancı ziyaretçilerin tamamına yakını otelde konaklamayı tercih etmiştir. Diğer tip konaklama merkezlerinde kalan yerli ve yabancı ziyaretçilerin büyük bir kısmının ortak yanıtı sezonluk kiralık evler olmuştur. Yerli ziyaretçilerin bir kısmı ise kurumsal konukevlerinde (öğretmen evi vb.) kaldıklarını belirtmişlerdir (Şekil 4.52).



a) Yerli



b) Yabancı



c) Toplam

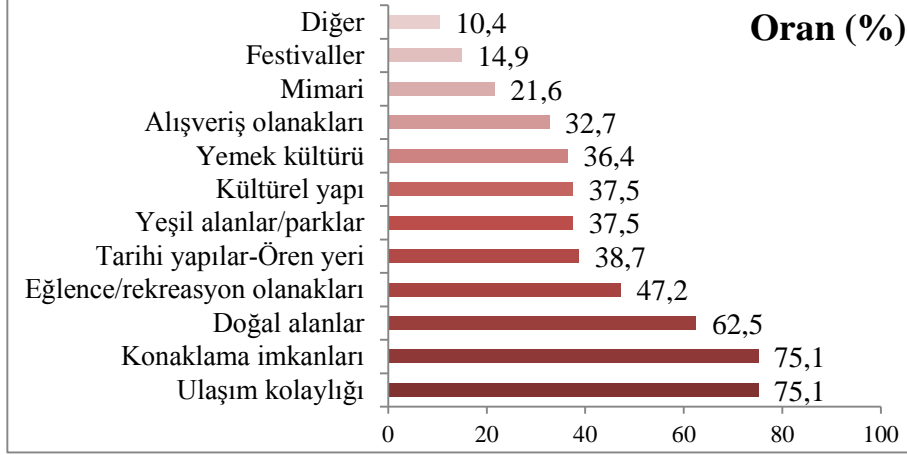
Şekil 4.52. Ziyaretçilerin konaklama türü dağılımı

e) Seyahat davranışları ve ziyaretten beklentiler

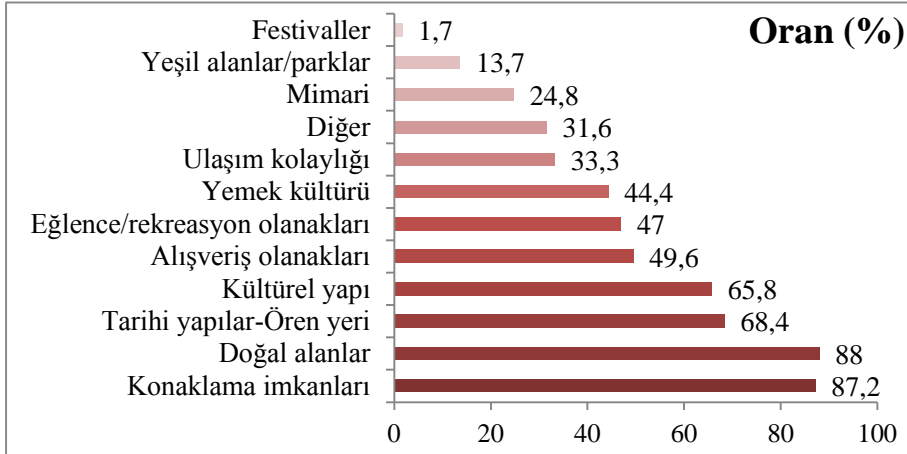
Tatil sırasında yapılan aktiviteler turistlerin profili ve tatil organizasyonu ile ilgili davranışları hakkında önemli ipuçları verebilmektedir. Bu çerçevede araştırmada ziyaretçilere bir kente tatile giderken nelere dikkat ettiği sorulmuştur. Verilen yanıtlara göre,

- Yerli ziyaretçiler % 75,1 oranla *ulaşım kolaylığına* dikkat ederken yabancı ziyaretçilerde bu oran % 33,3'tür.
- Yerli ziyaretçiler % 75,1 oranla *konaklama imkanlarına* dikkat ederken yabancı ziyaretçilerde bu oran % 87,2'dir.
- Yerli ziyaretçiler % 38,7 oranla *tarihi yapıların varlığına* dikkat ederken yabancı ziyaretçilerde bu oran % 68,4'tür.
- Yerli ziyaretçiler % 32,7 oranla *alışveriş olanaklarına* dikkat ederken yabancı ziyaretçilerde bu oran % 49,6'dır.
- Yerli ziyaretçiler % 36,4 oranla *yemek kültürüne* dikkat ederken yabancı ziyaretçilerde bu oran % 44,4'tür.
- Yerli ziyaretçiler % 37,5 oranla *kentin yer aldığı bölgedeki kültürel yapıya* dikkat ederken yabancı ziyaretçilerde bu oran % 65,8'dir.
- Yerli ziyaretçiler % 47,2 oranla *eğlence ve rekreasyon olanaklarına* dikkat ederken yabancı ziyaretçilerde bu oran % 47'dir.
- Yerli ziyaretçiler % 62,5 oranla *doğal alanların varlığına/niteliğine* dikkat ederken yabancı ziyaretçilerde bu oran % 88'dir.
- Yerli ziyaretçiler % 21,6 oranla *kent yapılarının mimarisine* dikkat ederken yabancı ziyaretçilerde bu oran % 24,8'dir.
- Yerli ziyaretçiler % 37,5 oranla *yeşil alan varlığına/niteliğine* dikkat ederken yabancı ziyaretçilerde bu oran % 13,7'dir.
- Yerli ziyaretçiler % 14,9 oranla *festival etkinliklerinin gerçekleştirilmesine* dikkat ederken yabancı ziyaretçilerde bu oran % 1,7'dir.

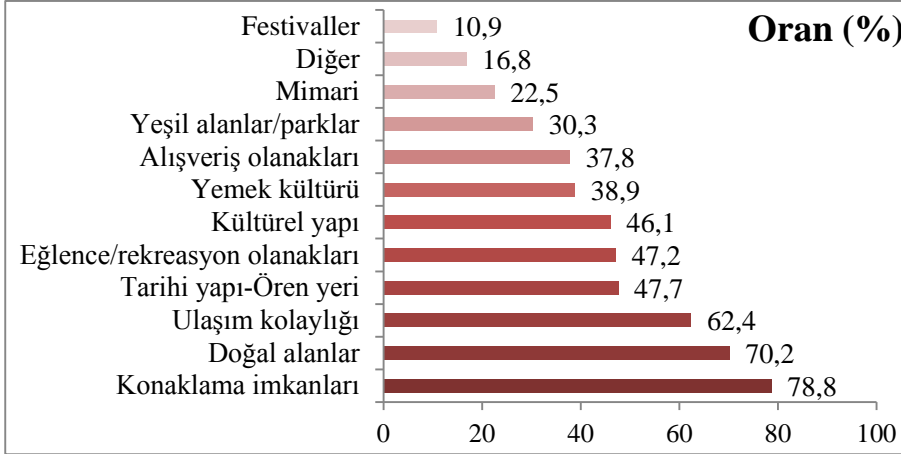
- Yerli ziyaretçiler % 10,4 oranla *diğer unsurlara* dikkat ederken yabancı ziyaretçilerde bu oran % 31,6'dır. Diğer unsurlara yabancı ziyaretçiler daha çok güvenlik, tesisin özellikleri ve fiyatı, kentin diğer kentlerden farklılık barındırması, mevsim şartları gibi yanıtlar verirken, yerli ziyaretçiler daha çok fiyat uygunluğu, mevsim şartları ve yakınlık gibi yanıtlar vermiştir (Şekil 4.53).



a) Yerli



b) Yabancı



c) Toplam

Şekil 4.53. Ziyaretçilerin seyahatten beklentilerinin dağılımı

4.7.4. Ziyaretçilerin Antalya kenti yeşil alanlarına ilişkin bilgi ve deneyimleri

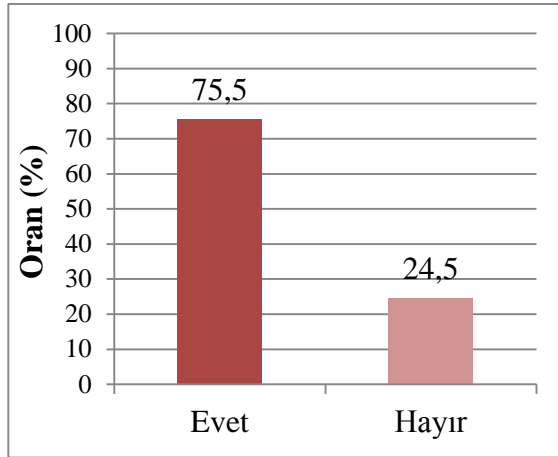
Seyahat ile ilgili bilgi kaynakları kavramı, turistlerin bir destinasyonla ilgili bilgiyi nereden elde ettiklerini, yani bir bakıma ziyaret etmeyi düşündükleri destinasyonlarla ilgili bilgilenme biçimlerini ifade etmektedir. Böylece seyahat ile ilgili bilgi kaynakları turistlerin seyahat ve tatil kararlarını etkileyebilecek önemli bir değişken haline almaktadır (AKTOB 2011). Kent turizmi ile açık-yeşil alanların ilişkisinin araştırıldığı çalışmanın bu bölümünde, turistlerin seyahatlerini planlamadan önce kentin yeşil alanları ile ilgili bilgi elde edip etmediği, kaynak içeriklerinde açık-yeşil alan bilgisinin varlığı ve bunun destinasyon tercihlerine etkisi sorgulanmıştır.

Bunun yanı sıra ziyaretçilerin Antalya'yı tercih etmelerindeki etmenler, kent tanıtımının negatif/pozitif yanları ve yeterliliği, hangi kent parklarının en çok bilindiği ve bu parkların sunduğu imkanların ne ölçüde memnun ettiği bu bölümde sorgulanan diğer unsurlardır.

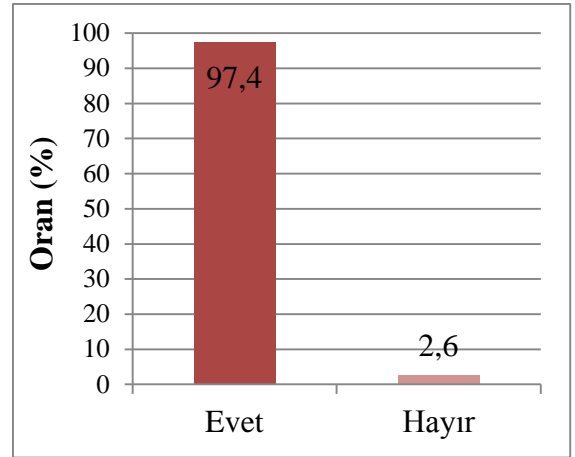
a) Bilgi durumu

Antalya kentini ziyaret eden ve araştırmaya katılan turistlerin büyük çoğunluğunun (% 82,1) Antalya kenti ile ilgili bilgiye sahip olduğu görülmüştür. Yerli ziyaretçilerin % 75,5'i, yabancı ziyaretçilerin ise % 97,4'ü ziyaret öncesinde kentle ilgili bilgi edinmişlerdir (Şekil 4.54).

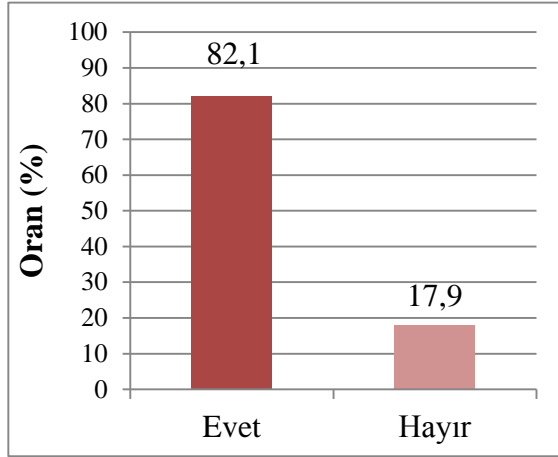
Ziyaretçilerin % 45,9'u web üzerinden, % 25,9'u seyahat acentesinden, % 13,2'si organize klüp veya gruplardan, % 3,6'sı broşür vb. materyallerden, % 28,8'i aile ve arkadaşlarından, % 2,1'i ise diğer yollardan bu bilgilere ulaştıklarını belirtmişlerdir (Şekil 4.55).



a) Yerli

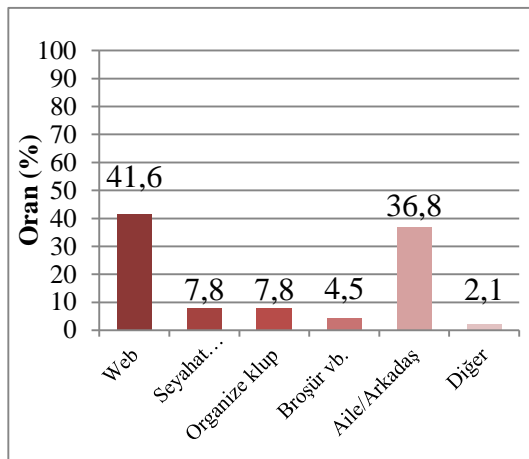


b) Yabancı

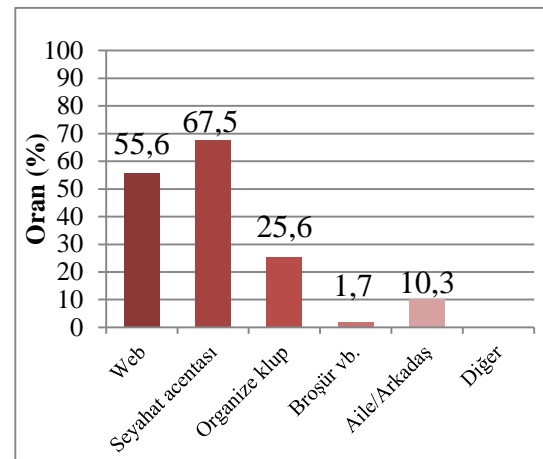


c) Toplam

Şekil 4.54. Ziyaretçilerin destinasyonla ilgili bilgi edinme dağılımı



a) Yerli



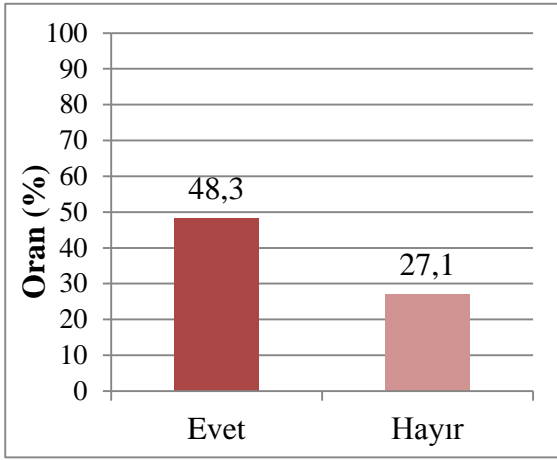
b) Yabancı

Şekil 4.55. Ziyaretçilerin bilgi kaynaklarının dağılımı

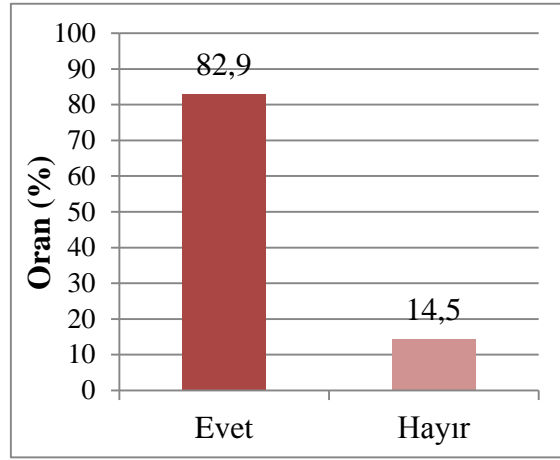
b) Bilgi içeriği-yeşil alan bilgisi varlığı

Araştırmaya katılan ve seyahatlerini gerçekleştirmeden önce Antalya kenti ile ilgili bilgi edindiklerini belirten ziyaretçilerin, edindikleri bu bilgilerde kentin yeşil alanları ile ilgili herhangi bir bilgiye rastlayıp rastlamadıkları sorulduğunda toplamda % 58,8'lik kesim rastladıklarını belirtmiştir.

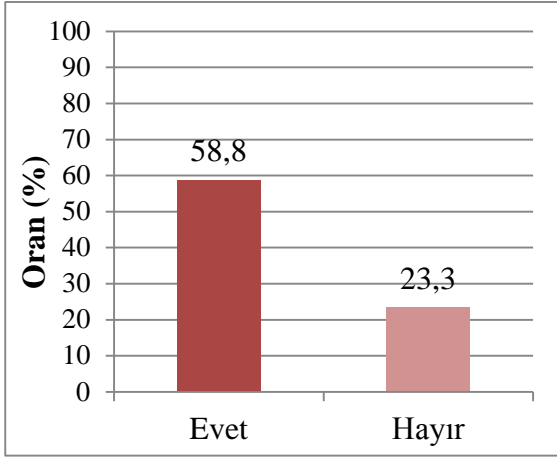
Yerli ziyaretçilerin % 48,3'ü edindiği bilgilerde yeşil alanlarla ilgili bilgi olduğunu belirtirken, yabancı ziyaretçilerde bu oran % 82,9'dur. Bu sonuçlara göre yabancı ziyaretçiler, yerli ziyaretçilere oranla kentin yeşil alanlarıyla ilgili daha fazla bilgi edinmiştir (Şekil 4.56).



a) Yerli



b) Yabancı

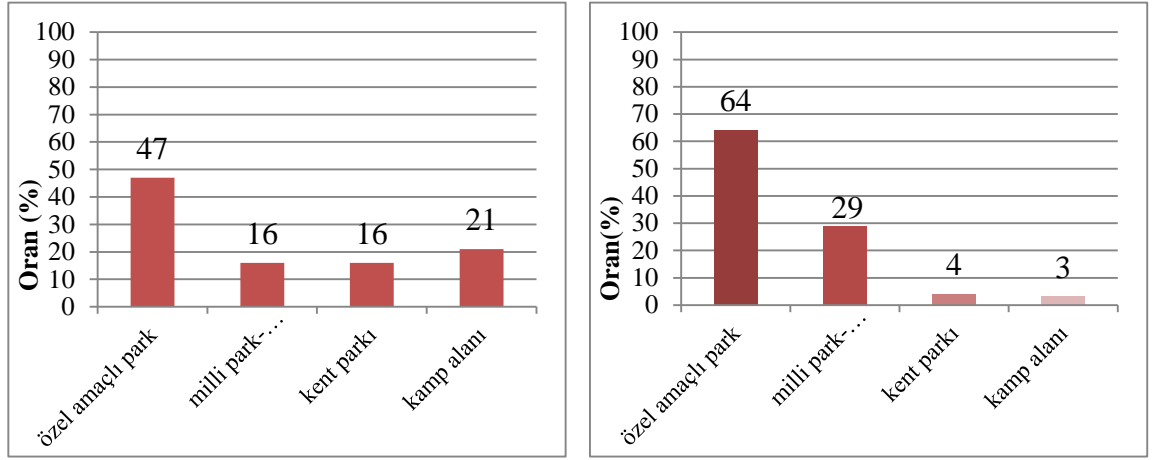


c) Toplam

Şekil 4.56. Ziyaretçilerin yeşil alan bilgisi edinme dağılımı

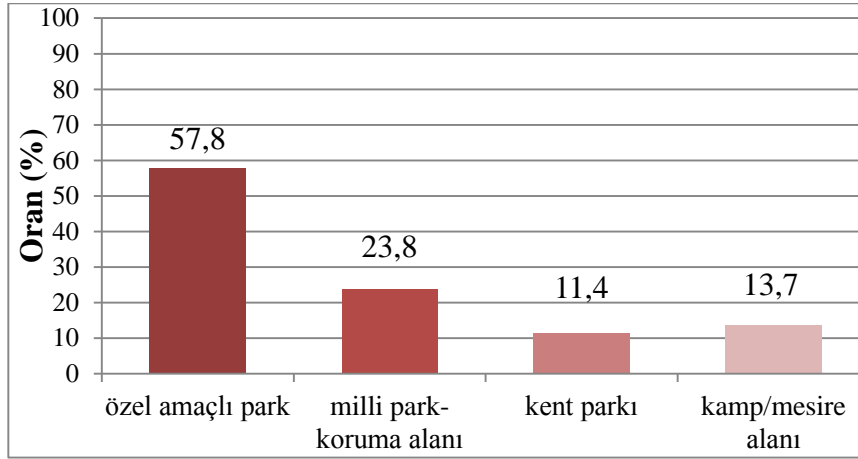
Ziyaretini planlamadan önce Antalya kenti hakkında bilgi edindiklerini belirten ziyaretçilerin elde ettikleri bilgilerin % 57,8'inin özel amaçlı parklar (aquapark, hayvanat bahçesi vb.), % 23,8'inin milli parklar ve koruma alanları, % 13,7'sinin kamp

ve mesire alanları, % 11,4'ünün ise kent parkları ile ilgili olduklarını belirtmişlerdir. Bu sonuçlara göre en az bilgi sahibi olunan yeşil alan tipleri kent parklarıdır (Şekil 4.57).



a) Yerli

b) Yabancı



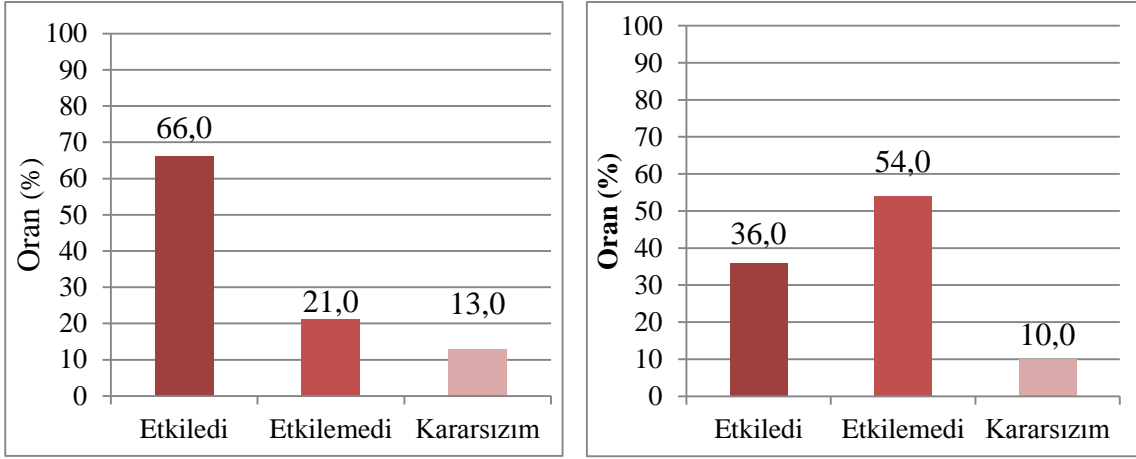
c) Toplam

Şekil 4.57. Ziyaretçilerin edindikleri yeşil alan bilgi türleri dağılımı

c) Yeşil alan bilgisinin seyahat tercihine etkisi

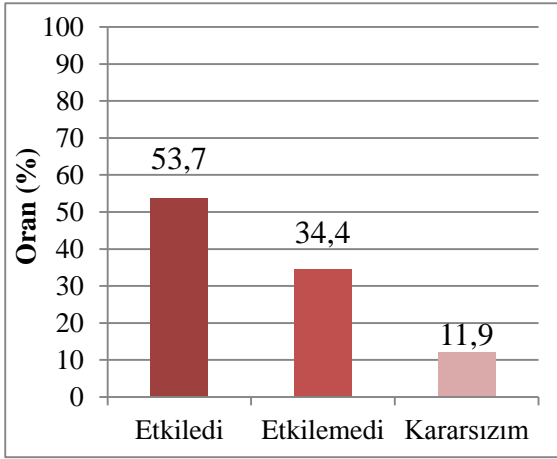
Araştırmaya katılan ve Antalya'ya ziyaretlerini planlamadan önce kent hakkında bilgi edindiklerini ve bu bilgiler arasında kentin açık-yeşil alanlarıyla ilgili bilgi olduğunu belirten ziyaretçilere, bu bilginin seyahat kararlarını etkileyip etkilemediği sorulmuştur. Bu sayede bilgilenme kaynaklarının kentsel açık-yeşil alanların tanıtımındaki yeterliliği ve bu alanların turistler üzerindeki etkileri ölçülmeye çalışılmıştır. Buna göre ankete katılan ziyaretçilerin toplamda yarısından fazlası (% 53,7) kentin yeşil alanlarıyla ilgili bilginin seyahat kararını etkilediğini belirtmiştir.

Ankete katılan yerli ziyaretçilerin % 66'sı kentin yeşil alanlarıyla ilgili bilginin seyahat kararını etkilediğini bildirirken, yabancı ziyaretçilerde bu oran % 36'dır (Şekil 4.58).



a) Yerli

b) Yabancı



c) Toplam

Şekil 4.58. Ziyaretçilerin yeşil alan bilgisinin tercihlerini etkileme oranı

d) Seyahat tercihini etkileyen genel unsurlar

Tatil sırasında yapılan aktiviteler turistlerin profili ve tatil organizasyonları ile ilgili davranışları ve seyahatten beklentileri hakkında önemli ipuçları içerebilmektedir. Bu çerçevede araştırmada turistlerin yapmak istedikleri aktiviteler ve geliş nedenlerini öğrenmek amacıyla Antalya kentini tercih etmenlerindeki unsurları kendileri için önemine göre derecelendirmeleri istenmiştir. Yöneltilen unsurlar arasında yer alan yeşil alanlara verdikleri önem değeri Antalya kentinin açık-yeşil alanlarının destinasyon tercihlerinde etkinliğini ölçmeye olanak sağlamıştır.

Önem derecelendirmesinin oluşturulması için ağırlıklı puanlama yapılmıştır. 1 puandan 5 puana doğru, doğru orantılı bir artış ile 1'den 5' kadar katsayı verilmiştir. Etmenler için verilen her puanın sayısal değerleri, derece katsayısı ile çarpılarak aritmetik ortalamalarının alınması ile her etmen için ayrı puan elde edilmiştir. Etmenlerin tüm puanlarının toplamalarına göre % değerleri hesaplanarak, ağırlıklı puan elde edilmiştir. Ziyaretçilerin birden fazla seçeneğe puan vermelerinden dolayı yüzdelik dilim toplamları 100'ü geçmektedir.

Bu kapsamda araştırmaya katılan yerli ve yabancı turistlerin Antalya'ya geliş amaçlarını öğrenmek amacıyla; deniz-kum-güneş, diğer doğal güzellikler, tarihi yapılar, tesislerin özellikleri, eğlence ve sosyal etkinlikler, aktivite/spor olanakları, alışveriş olanakları, mimari yapılar, yeşil alanlar, kamp ve mesire alanları ve özel amaçlı parklardan (aquapark vb.) oluşan 11 kategoriye önem derecesine göre 1'den 5'e kadar puan vermeleri istenmiştir. Ziyaretçilerin % 91,6'sı deniz-kum-güneş unsuruna en yüksek puanı (ort. 4,58) vermiştir (Çizelge 4.13).

Diğer kategoriler incelendiğinde; ziyaretçilerin % 90,31'i Antalya kentinin doğal güzelliklerinin (ort 4.52) tercihlerini etkilediğini, %75,03'ü konaklama tesislerinin sunduğu hizmetlerin (ort 3.75), % 74,56'sı tarihi yapılar ve ören yerlerinin olması (ort 3.73), % 68,60'ı kentin sunduğu eğlence olanakları (ort 3.43), ve % 70,67'sinin kentin açık ve yeşil alan varlığının (ort 3.53) tercihlerini etkilediğini ifade etmiştir.

Çizelge 4.13. Ziyaretçilerin Antalya'yı tercih etme sebepleri

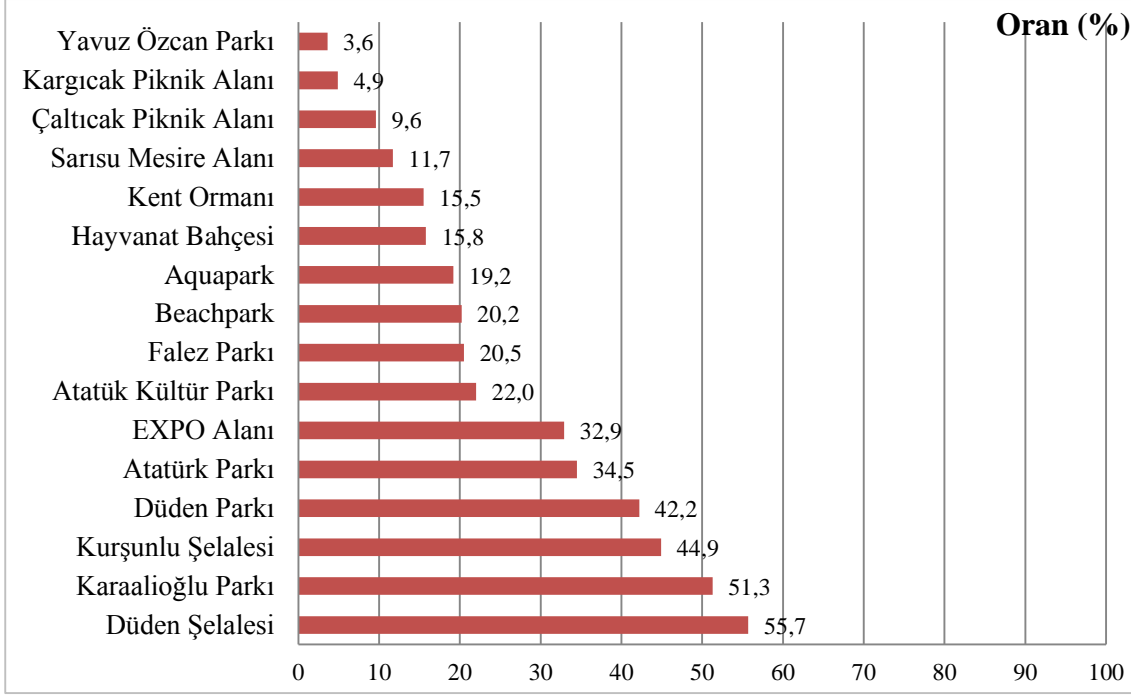
Kullanım	Ağırlıklı Puan
Deniz-plajlar	4,58
Doğal güzellikler	4,52
Konaklama imkanları	3,75
Tarihi yapılar	3,73
Yeşil alanlar	3,53
Eğlence olanakları	3,43
Alışveriş olanakları	2,81
Aktivite/spor olanakları	2,80
Özel amaçlı parklar	2,58
Kamp ve mesire alanları	2,48
Mimari	2,47

e) Ziyaret edilen parklar

Kullanıcıların kentteki yeşil alanlar hakkındaki bilgilerini sınamayı ve en çok ziyaret ettikleri yeşil alanları öğrenmeyi amaçlayan soruya farklı cevaplar verilmiştir. Kullanıcılar daha çok doğal niteliği ile öne çıkan Kepez belediyesi sınırları içerisinde yer alan Düden şelalesi (% 55,7) ve Aksu belediyesi sınırları içerisinde yer alan Kurşunlu şelalesi'ni (% 44,9) ziyaret ettiklerini söylemişlerdir. Kent parklarına bakıldığında daha büyük oranda kent merkezindeki parkların bilindiği görölmektedir. Buna göre en yüksek oranı Muratpaşa Belediye sınırları içerisinde yer alan ve Antalya'nın en eski kent parkı olan Karaalioğlu Parkı (% 51,3) almıştır. Bunu yine aynı belediye sınırları içerisinde yer alan Düden Parkı (% 42,2) ve Atatürk Parkı (% 34,5) takip etmiştir. Aksu belediye sınırları içerisinde yer alan EXPO alanı % 32,9 ile bilinirken, Muratpaşa belediye sınırları içerisinde kalan ve çok işlevli kullanım sahaları barındıran Atatürk Kültür Parkı % 22 ile en çok bilinen parklar olmuştur.

Antalya'daki parklardan en çok ziyaret edileni belirlemeyi amaçlayan soruya verilen cevaplara göre sırasıyla; % 20,2 ile Muratpaşa belediyesi sınırları içerisinde yer alan Falez Parkı, Konyaaltı belediyesi sınırları içerisinde yer alan Beachpark, % 19,2

ile Aquapark, Kepez belediyesi sınırları içerisinde yer alan % 15,8 ile Hayvanat bahçesi, %15, 5 Kent Ormanı, Konyaaltı belediyesi sınırları içerisinde yer alan günöbirlik piknik alanları ve mesire yerleri en çok bilinen yeşil alanlar olmuştur. % 3,6 ile kent merkezinde yer alan (Muratpaşa Belediyesi) Yavuz Özcan Parkı tanınırlığı en düşük olan park olmuştur (Şekil 4.59).



Şekil 4.59. Ziyaretçilerin en çok ziyaret ettiği yeşil alanlar

Antalya kentindeki parkları ziyaret eden yerli ve yabancı ziyaretçilerin oranı ise Çizelge 4.14'te verilmiştir.

Çizelge 4.10. Ziyaretçiler tarafından en çok ziyaret edilen yeşil alanlar

Yeşil Alanlar	Yerli	Yabancı	Yeşil Alanlar	Yerli	Yabancı
	Oran (%)			Oran (%)	
Düden Şelalesi	64,7	35,0	Beachpark	24,9	9,4
Karaalioğlu Parkı	58,7	32,5	Aquapark	22,7	11,1
Kurşunlu Şelalesi	37,2	61,5	Hayvanat Bahçesi	21,9	1,7
Düden Parkı	48,7	27,4	Kent Ormanı	22,3	-
Atatürk Parkı	44,6	11,1	Sarısu Mesire Alanı	16,4	0,9
EXPO Alanı	36,1	25,6	Çaltıcak Piknik Alanı	13,4	0,9
Atatük Kültür Parkı	28,6	6,8	Kargıcak Piknik Alanı	7,1	-
Falez Parkı	28,3	2,6	Yavuz Özcan Parkı	5,2	-

Buna göre, ankete katılan yabancı ziyaretçilerin en çok ziyaret edilen yeşil alan, Aksu belediyesi sınırları içerisinde yer alan Kurşunlu Şelalesi (% 61,5) olmuştur. Bunu sırasıyla % 35'lik oranla Kepez belediyesi sınırları içerisinde yer alan Düden Şelalesi ve % 32,5'lik oranla Muratpaşa belediyesi sınırları içerisinde yer alan Karaalioğlu Parkı

takip etmektedir. Yabancı ziyaretçilerin gününbirlik piknik alanları ve mesire yerlerini ziyaret etmeyi tercih etmedikleri görülmektedir. Yerli ziyaretçilerin ise en çok ziyaret ettiği yeşil alan Kepez belediyesi sınırları içerisinde yer alan Düden Şelalesi (% 64,7) olmuştur. Bunu sırasıyla % 58,7'lik oranla Muratpaşa belediyesi sınırları içerisinde yer alan Karaalioğlu Parkı ve % 48,7'lik oranla Düden Parkı izlemektedir.

4.7.5. Ziyaretçilerin demografik özellikleri ile yeşil alanlara yönelik kişisel beklentileri arasındaki ilişkiler

Çalışmanın bu bölümünde ziyaretçilerin sosyo-ekonomik durumları ile anket çalışmasının birinci bölümünde yöneltilen sorulara katılım düzeyleri arasındaki ilişki irdelenmiştir. Buna yönelik olarak ki-kare (χ^2) anlamlılık testine başvurulmuştur ve ki-kare (χ^2) ve p (value) değerleri çizelgeler halinde verilmiştir.

Cinsiyete bağlı ki-kare analiz sonuçları: Bu bölümde yapılan istatistiksel analiz sonuçları Çizelge 4.15'te verilmiştir. Buna göre "*Ziyaret edeceğiniz kenti seçerken yeşil alan varlığı tercih sebebinizi etkiler mi?*" sorusu ile cinsiyet değişkeni çapraz sorgulandığında, erkekler (p=0,003) ile kadınların (p=0,002) verdiği yanıtlarda istatistiksel anlamda farklılaşmanın olduğu görülmüştür. Buna göre "kadın" ziyaretçiler "erkek"lere nazaran ziyaret edeceği kentleri seçerken yeşil alanlardan daha çok etkilenmektedir.

"*Kent parkları ve açık yeşil alanlar kentleri güzelleştirmektedir*" ifadesine verilen yanıtlara göre erkek (p=0,038) ve kadınlar (p=0,05) arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıkların olduğu görülmektedir. Buna göre "erkek" katılımcılar bu ifadeye "kadın" katılımcılara oranla daha fazla katılmaktadır.

"*Birçok yeşil alanın/parkların olduğu bir kentte tatil yapmak ister miydiniz?*" sorusuna verilen yanıtlara göre erkek (p=0,009) ve kadınlar (p=0,016) arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıkların olduğu görülmektedir. Buna göre ankete katılan "erkek" ziyaretçiler "kadın" ziyaretçilere kıyasla daha yüksek oranda birçok kent parkı ve açık-yeşil alana sahip kentlerde tatil yapmak istediğini belirtmiştir.

Cinsiyete göre "*Konakladığınız tesisi seçerken kentsel yeşil alanlara yakın olmasına dikkat ettiniz mi?*" ve "*Konakladığınız tesisin kentsel yeşil alanlara yakın olmasını ister miydiniz?*" soruları çapraz sorgulandığında, erkekler ile kadınların verdiği yanıtlarda anlamda farklılaşmanın olmadığı ve sorunun cinsiyet değişkeninden bağımsız olduğu, verilen cevaplar arasında ilişki olmadığı görülmüştür.

Çizelge 4.11.Cinsiyete göre yeşil alanlara yönelik kişisel beklentilerin değerlendirilmesi

	Cinsiyet			
	Erkek		Kadın	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
<i>Ziyaret edeceğiniz kenti seçerken yeşil alan varlığı tercih sebebinizi etkiler mi?</i>				
Evet	142	69,6	151	75,9
Hayır	62	30,4	31	24,1
Chi-square = 9,386, df= 1, p value = 0,002				
<i>Konakladığınız tesisi seçerken kentsel yeşil alanlara yakın olmasına dikkat ettiniz mi?</i>				
Evet	85	41,7	64	35,2
Hayır	119	58,3	118	64,8
Chi-square = 1,716, df= 1, p value = 0,190				
<i>Konakladığınız tesisin kentsel yeşil alanlara yakın olmasını ister miydiniz?</i>				
Evet	151	74	141	77,5
Hayır	53	26	41	22,5
Chi-square = 0,623, df= 1, p value = 0,430				
<i>Sizce parklar ve diğer yeşil alanlar kenti güzelleştiriyor mu?</i>				
Evet	191	93,6	178	97,8
Hayır	13	6,4	4	2,2
Chi-square = 3,982 df=1, p value = 0,046				
<i>Birçok yeşil alanın/parkların olduğu bir kentte tatil yapmak ister miydiniz?</i>				
Evet	186	91,2	177	97,3
Hayır	18	8,8	5	2,7
Chi-square = 6,338, df=1, p value = 0,012				

Yaş gruplarına bağlı ki-kare analiz sonuçları: Bu bölümde yapılan istatistiksel analiz sonuçları Çizelge 4.16'da verilmiştir. Boş karelerin oranının % 20'den az olabilmesi için 15-18 yaş aralığı 19-30 yaş aralığındaki bireylere, 61 yaş üstü bireyler ise 51-60 yaş aralığındaki bireylere dahil edilerek analiz gerçekleştirilmiştir. Buna göre ziyaretçilerin yaş gruplarına göre "*Konakladığınız tesisi seçerken kentsel yeşil alanlara yakın olmasına dikkat ettiniz mi?*" sorusu çapraz sorgulandığında, farklı yaş gruplarındaki kullanıcıların verdiği yanıtlarda ($p= 0,013$) istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olduğu görülmektedir. Buna göre ankete katılan 30 yaş ve altı bireyler diğer yaş gruplarındaki bireylere kıyasla, konaklayacakları tesisi seçerken kentsel yeşil alanlara yakın olmasına dikkat etmiştir. Tesis seçiminde bu durumu en az göz önünde bulunduran grup 51 yaş ve üstü bireylerden oluşmaktadır.

Ziyaretçilerin yaş gruplarına göre "*Konakladığınız tesisin kentsel yeşil alanlara yakın olmasını ister miydiniz?*" sorusu çapraz sorgulandığında, çok yüksek düzeyde istatistiksel olarak anlamlı farklılıkların ($p=0,000$) olduğu görülmektedir. Buna göre konakladıkları tesisin kentsel yeşil alanlara yakın olmasını isteyen en büyük grup 30 yaş ve altındaki katılımcılardan oluşmaktadır. Bu soruya 51 yaş ve üstü bireyler diğer yaş aralığındaki bireylere kıyasla daha düşük oranda olumlu yanıt vermiştir.

"*Ziyaret edeceğiniz kenti seçerken yeşil alan varlığı tercih sebebinizi etkiler mi?*" ifadesi yaş değişkeni çapraz sorgulandığında, farklı yaş gruplarındaki kullanıcıların verdiği yanıtlarda anlamlı bir farklılaşmanın olmadığı ve sorunun yaş değişkeninden bağımsız olduğu, verilen cevaplar arasında ilişki olmadığı görülmüştür. Buna göre kentlerin yeşil alan varlıklarının destinasyon tercihlerinde en çok 30 yaş ve altı ziyaretçileri etkilediği görülmektedir.

Çizelge 4.16'ya bakıldığında "Birçok yeşil alanın/parkların olduğu bir kentte tatil yapmak ister miydiniz?" ve "Kent parkları ve açık yeşil alanlar kentleri güzelleştirmektedir" soruları ile yapılan çapraz tablolama sonucu boş karelerin oranı % 20 değerinden yüksek çıktığı için anlamlılık sorgulaması yapılmamış, yalnızca verilen cevapların frekans dağılımları incelenmiştir. Buna göre tüm yaş gruplarını temsil eden ziyaretçilerin büyük çoğunluğunun, yeşil alanların kentlere estetik değer kattığını düşündüğü ve yeşil alan bakımından zengin kentlerde tatil yapmak istedikleri görülmektedir.

Çizelge 4.12. Yaş gruplarına göre yeşil alanlara yönelik kişisel beklentilerin değerlendirilmesi

	Yaş grupları			
	Evet		Hayır	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
<i>Ziyaret edeceğiniz kenti seçerken yeşil alan varlığı tercihinizi etkiler mi?</i>				
15-30 yaş grubu	150	81,5	34	18,5
31-40 yaş grubu	71	68,3	33	31,7
41-50 yaş grubu	41	75,9	13	24,1
51-60+ yaş grubu	31	70,5	13	29,5
Chi-square = 7,204, df=3, p value =0,066				
<i>Konakladığınız tesisi seçerken kentsel yeşil alanlara yakın olmasına dikkat ettiniz mi?</i>				
15-30 yaş grubu	85	46,2	99	53,8
31-40 yaş grubu	34	32,7	70	67,3
41-50 yaş grubu	20	37,0	34	63,0
51-60+ yaş grubu	10	22,7	34	77,3
Chi-square = 10,744, df= 3, p value =0,013				
<i>Konakladığınız tesisin kentsel yeşil alanlara yakın olmasını ister miydiniz?</i>				
15-30 yaş grubu	157	85,3	27	14,7
31-40 yaş grubu	74	71,2	30	28,8
41-50 yaş grubu	38	70,4	16	29,6
51-60+ yaş grubu	23	52,3	21	47,7
Chi-square = 24,363, df=3, p value =0,000				
<i>Sizce parklar ve diğer yeşil alanlar kenti güzelleştiriyor mu?</i>				
15-30 yaş grubu	176	95,7	8	4,3
31-40 yaş grubu	98	94,2	6	5,8
41-50 yaş grubu	51	94,4	3	5,6
51-60+ yaş grubu	44	100	0	0
<i>Birçok yeşil alanın/parkların olduğu bir kentte tatil yapmak ister miydiniz?</i>				
19-30 yaş grubu	170	92,4	14	7,6
31-40 yaş grubu	98	94,2	6	5,8
41-50 yaş grubu	53	98,1	1	1,9
51-60+ yaş grubu	42	95,3	2	4,7

Eğitim durumuna bağlı ki-kare analiz sonuçları: Bu bölümde yapılan istatistiksel analiz sonuçları Çizelge 4.17'de verilmiştir. Boş karelerin oranının % 20'den az olabilmesi için yüksek lisans ve doktora eğitimi alan bireyler lisansüstü, okur-yazar ve ilköğretim eğitim seviyesindeki bireyler ilköğretim olarak birleştirilerek analiz gerçekleştirilmiştir. Buna göre ziyaretçilerin eğitim durumuna göre "Konakladığınız tesisi seçerken kentsel yeşil alanlara yakın olmasına dikkat ettiniz mi?" sorusu çapraz sorgulandığında, farklı eğitim düzeyindeki kullanıcıların verdiği yanıtlarda (p= 0,004) istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olduğu görülmektedir. Bu bir anlamda farklı

eğitim seviyesine sahip kullanıcıların tesis seçiminde dikkat ettikleri niteliklerde anlamlı bir farklılaşmanın olduğunu göstermektedir. Buna göre ankete katılan lisansüstü eğitim alan ziyaretçiler tesis seçiminde yeşil alanlara yakın olması hususuna daha fazla dikkat etmişlerdir.

Ziyaretçilerin eğitim durumuna göre "*Konakladığınız tesisin kentsel yeşil alanlara yakın olmasını ister miydiniz?*" sorusu çapraz sorgulandığında, farklı eğitim düzeyindeki kullanıcıların verdiği yanıtlarda ($p= 0,011$) istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olduğu görülmektedir. Tesisin yeşil alanlara yakın olması durumuna bakıldığında istek durumları eğitim düzeylerine göre farklılık göstermektedir. Buna göre lisansüstü eğitim alan bireylerin belirgin bir şekilde, konakladıkları tesisin yeşil alanlara yakın olmasını diğer eğitim düzeyindeki bireylere oranla daha fazla istedikleri görülmektedir.

"*Ziyaret edeceğiniz kenti seçerken yeşil alan varlığı tercih sebebinizi etkiler mi?*" ifadesi yaş değişkeni çapraz sorgulandığında, farklı eğitim düzeyindeki ziyaretçilerin verdiği yanıtlarda anlamlı bir farklılaşmanın olmadığı ve sorunun eğitim değişkeninden bağımsız olduğu, verilen cevaplar arasında ilişki olmadığı görülmüştür. Buna göre kentlerin yeşil alan varlıklarının destinasyon tercihlerinde en çok lisansüstü eğitim alan ziyaretçileri etkilediği görülmektedir.

Çizelge 4.17'ye bakıldığında "*Birçok yeşil alanın/parkların olduğu bir kentte tatil yapmak ister miydiniz?*" ve "*Kent parkları ve açık yeşil alanlar kentleri güzelleştirmektedir*" soruları ile yapılan çapraz tablolama sonucu boş karelerin oranı % 20 değerinden yüksek çıktığı için anlamlılık sorgulaması yapılmamış, yalnızca verilen cevapların frekans dağılımları incelenmiştir. Buna göre tüm eğitim düzeyindeki bireyleri temsil eden ziyaretçilerin büyük çoğunluğunun, yeşil alanların kentlere estetik değer kattığını düşündüğü ve yeşil alan bakımından zengin kentlerde tatil yapmak istedikleri görülmektedir.

Çizelge 4.17. Eğitim durumuna göre yeşil alanlara yönelik kişisel beklentilerin değerlendirilmesi

	Eğitim durumu			
	Evet		Hayır	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
<i>Ziyaret edeceğiniz kenti seçerken yeşil alan varlığı tercih sebebinizi etkiler mi?</i>				
İlköğretim	20	76,9	6	23,1
Lise	89	70,6	37	29,4
Lisans	154	77,4	45	22,6
Lisansüstü	30	85,7	5	14,3
Chi-square = 4,009 df= 3, p value =0,261				
<i>Konakladığınız tesisi seçerken kentsel yeşil alanlara yakın olmasına dikkat ettiniz mi?</i>				
İlköğretim	14	53,8	12	46,2
Lise	44	34,9	82	65,1
Lisans	69	34,7	130	65,3
Lisansüstü	22	62,9	13	37,1
Chi-square = 13,254, df= 3, p value =0,004				
<i>Konakladığınız tesisin kentsel yeşil alanlara yakın olmasını ister miydiniz?</i>				
İlköğretim	21	80,8	5	19,2
Lise	84	66,7	42	33,3
Lisans	155	77,9	44	22,1
Lisansüstü	32	91,4	3	8,6
Chi-square = 11,161, df= 3, p value =0,011				
<i>Sizce parklar ve diğer yeşil alanlar kenti güzelleştiriyor mu?</i>				
İlköğretim	26	100	0	0
Lise	119	94,4	7	5,6
Lisans	189	95,0	10	5,0
Lisansüstü	35	100	0	0
<i>Birçok yeşil alanın/parkların olduğu bir kentte tatil yapmak ister miydiniz?</i>				
İlköğretim	26	100	0	0
Lise	119	94,4	7	5,6
Lisans	185	93,0	14	7,0
Lisansüstü	33	94,3	2	5,7

Gelir düzeyine bağlı ki-kare analiz sonuçları: Yapılan ki-kare testi sonuçlarına göre aylık gelir durumuna bağlı olarak kullanıcıların yeşil alanlara yönelik beklentileri, aradıkları nitelikler ve yeşil alanların tesis ve kent tercihleri üzerindeki etkileri gelir durumuna göre anlamlı farklıklar gösterip göstermediği sorgulanmıştır. Boş karelerin oranının % 20'den az olabilmesi için çok yüksek gelir düzeyindeki ziyaretçiler yüksek gelir sınıfında değerlendirilmiştir. Bu bölümde yapılan istatistiksel analiz sonuçları Çizelge 4.18'de verilmiştir.

Buna göre anketin bu bölümünde yer alan sorular ile gelir durumu değişkeni çapraz sorgulandığında, farklı gelir düzeyindeki kullanıcıların verdiği yanıtlarda anlamlı bir farklılaşmanın olmadığı ve sorunun gelir durumu değişkeninden bağımsız olduğu, verilen cevaplar arasında ilişki olmadığı görülmüştür. Analiz sonuçlarına göre tüm gelir düzeyindeki bireylerin kentler ve sahip olduğu yeşil alanlar bağlamında beklentileri benzerdir. Ankete katılan her gelir düzeyindeki birey için, yeşil alanların ziyaret edecekleri kenti seçmede etkili olduğu, kentsel yeşil alanlara yakın konumda konaklamak istedikleri ancak bu ziyaretlerinde çoğunluğun bu hususa çok fazla dikkat

etmedikleri, yeşil alanların kentleri güzelleştirdiği ve yeşil alan bakımından zengin kentlerde tatil yapmak istedikleri ortak sonuçtur.

Çizelge 4.13. Gelir durumuna göre yeşil alanlara yönelik kişisel beklentilerin değerlendirilmesi

	Gelir durumu			
	Evet		Hayır	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
<i>Ziyaret edeceğiniz kenti seçerken yeşil alan varlığı tercih sebebinizi etkiler mi?</i>				
Düşük	90	78,3	25	21,7
Orta	178	75,7	57	24,3
Yüksek	25	68,6	11	31,4
Chi-square = 1,699, df= 3, p value =0,637				
<i>Konakladığınız tesisi seçerken kentsel yeşil alanlara yakın olmasına dikkat ettiniz mi?</i>				
Düşük	48	41,7	48	58,3
Orta	91	38,7	91	61,3
Yüksek	10	25,7	9	74,3
Chi-square = 4,522, df= 3, p value =0,210				
<i>Konakladığınız tesisin kentsel yeşil alanlara yakın olmasını ister miydiniz?</i>				
Düşük	96	83,5	19	16,5
Orta	172	73,2	63	26,8
Yüksek	24	65,7	12	34,3
Chi-square = 6,794, df= 3, p value =0,79				
<i>Sizce parklar ve diğer yeşil alanlar kenti güzelleştiriyor mu?</i>				
Düşük	106	92,2	9	7,8
Orta	229	97,4	6	2,6
Yüksek	34	94,3	2	5,7
Chi-square = 5,300, df=3, p value =0,151				
<i>Birçok yeşil alanın/parkların olduğu bir kentte tatil yapmak ister miydiniz?</i>				
Düşük	106	92,2	9	7,8
Orta	224	95,3	11	4,7
Yüksek	33	91,4	3	8,6
Chi-square = 1,890, df=3, p value =0,596				

Milliyete bağlı ki-kare analiz sonuçları: Bu bölümde yapılan istatistiksel analiz sonuçları Çizelge 4.19'da verilmiştir. Buna göre "Ziyaret edeceğiniz kenti seçerken yeşil alan varlığı tercih sebebinizi etkiler mi?" sorusu ile milliyet değişkeni çapraz sorgulandığında, yerli ve yabancı ziyaretçilerin verdiği yanıtlarda çok yüksek düzeyde istatistiksel olarak anlamlı farklılıkların ($p=0,000$) olduğu görülmektedir. Buna göre kentlerin yeşil alan varlığı yerli ziyaretçiler için yabancı ziyaretçilere nazaran ziyaret edecekleri kentlerin seçiminde daha önemli bir etmendir.

Ziyaretçilerin milliyet durumuna göre "Konakladığınız tesisi seçerken kentsel yeşil alanlara yakın olmasına dikkat ettiniz mi?" sorusu ile milliyet değişkeni çapraz sorgulandığında, yerli ve yabancı ziyaretçilerin verdiği yanıtlarda çok yüksek düzeyde istatistiksel olarak anlamlı farklılıkların ($p=0,000$) olduğu görülmektedir. Buna göre ankete katılan yerli ziyaretçiler tesis tercihlerinde yeşil alanlara yakınlık durumunu yabancı ziyaretçilere kıyasla daha fazla göz önünde bulundurmıştır.

Ziyaretçilerin milliyet durumuna göre "*Konakladığınız tesisin kentsel yeşil alanlara yakın olmasını ister miydiniz?*" sorusu ile milliyet değişkeni çapraz sorgulandığında, yerli ve yabancı ziyaretçilerin verdiği yanıtlarda çok yüksek düzeyde istatistiksel olarak anlamlı farklılıkların ($p=0,000$) olduğu görülmektedir. Buna göre ankete katılan yerli ziyaretçiler yabancı ziyaretçilere kıyasla konakladıkları tesislerin kentsel yeşil alanlara yakın olmasını istemektedir.

"*Kent parkları ve açık yeşil alanlar kentleri güzelleştirmektedir*" ifadesine verilen yanıtlara göre milliyet değişkeni ile çapraz sorgulandığında, istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar görülmektedir. Verilen yanıtlara göre ankete katılan yabancı ziyaretçiler ($p=0,028$) yerli ziyaretçilere ($p=0,016$) nazaran kentsel açık ve yeşil alanların kentlere estetik olarak değer kazandırdığı yargısına daha yüksek oranla olumlu yanıt vermişlerdir.

"*Birçok yeşil alanın/parkların olduğu bir kentte tatil yapmak ister miydiniz?*" sorusuna verilen yanıtlara göre milliyet değişkeni ile çapraz sorgulandığında, istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar görülmemektedir. Verilen yanıtlara göre ankete katılan ziyaretçiler milliyet değişkeninden bağımsız olarak soruya benzer yanıt vermiştir. Buna göre her milliyetten ziyaretçinin büyük çoğunluğunun yeşil alan bakımından zengin kentlerde tatil yapmak istedikleri görülmektedir.

Çizelge 4.14 Milliyete göre yeşil alanlara yönelik kişisel beklentilerin değerlendirilmesi

	Milliyet			
	Yerli		Yabancı	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
<i>Ziyaret edeceğiniz kenti seçerken yeşil alan varlığı tercih sebebinizi etkiler mi?</i>				
Evet	219	81,4	74	63,2
Hayır	50	18,6	43	36,8
Chi-square = 14,711, df= 1, p value = 0,000				
<i>Konakladığınız tesisi seçerken kentsel yeşil alanlara yakın olmasına dikkat ettiniz mi?</i>				
Evet	137	50,9	12	10,3
Hayır	132	49,1	105	89,7
Chi-square = 56,912, df= 1, p value = 0,000				
<i>Konakladığınız tesisin kentsel yeşil alanlara yakın olmasını ister miydiniz?</i>				
Evet	237	88,1	55	47
Hayır	32	11,9	62	53
Chi-square = 74,749, df= 1, p value = 0,000				
<i>Sizce parklar ve diğer yeşil alanlar kenti güzelleştiriyor mu?</i>				
Evet	253	94,1	116	99,1
Hayır	16	5,9	1	0,9
Chi-square = 5,024 df=1, p value = 0,025				
<i>Birçok yeşil alanın/parkların olduğu bir kentte tatil yapmak ister miydiniz?</i>				
Evet	250	92,9	113	96,6
Hayır	19	7,1	4	3,4
Chi-square = 1,933, df=1, p value = 0,164				

Çevre derneğine üyeliğe bağlı ki-kare analiz sonuçları: Yapılan ki-kare testi sonuçlarına göre herhangi bir çevre derneğine üyelik durumuna bağlı olarak kullanıcıların yeşil alanlara yönelik beklentileri, aradıkları nitelikler ve yeşil alanların tesis ve kent tercihleri üzerindeki etkileri çevre derneklerine üyelik durumuna göre anlamlı farklılıklar gösterip göstermediği sorgulanmıştır. Bu bölümde yapılan istatistiksel analiz sonuçları Çizelge 4.20'de verilmiştir.

Buna göre anketin bu bölümünde yer alan sorular ile herhangi bir çevre derneğine üyelik durumu çapraz sorgulandığında, üye olan ve olmayan kullanıcıların verdiği yanıtlarda anlamlı bir farklılaşmanın olmadığı ve sorunun çevre derneklerine üyelik durumundan bağımsız olduğu, verilen cevaplar arasında ilişki olmadığı görülmüştür. Analiz sonuçlarına göre üye olan ve olmayan tüm ziyaretçilerin kentler ve sahip olduğu yeşil alanlar bağlamında beklentileri benzerdir. Ankete katılan herhangi bir çevre derneğine üye olan veya olmayan tüm ziyaretçiler için, yeşil alanların ziyaret edecekleri kenti seçmede etkili olduğu, kentsel yeşil alanlara yakın konumda konaklamak istedikleri ancak bu ziyaretlerinde çoğunluğun bu hususa çok fazla dikkat etmedikleri, yeşil alanların kentleri güzelleştirdiği ve yeşil alan bakımından zengin kentlerde tatil yapmak istedikleri ortak sonuçtur.

Çizelge 4.15. Çevre derneğine üyelik durumuna göre yeşil alanlara yönelik kişisel beklentilerin değerlendirilmesi

	Çevre Derneği Üyelik			
	Üye		Üye Değil	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
<i>Ziyaret edeceğiniz kenti seçerken yeşil alan varlığı tercih sebebinizi etkiler mi?</i>				
Evet	12	70,6	281	76,2
Hayır	5	29,4	88	23,8
Chi-square = 0,275, df= 1, p value = 0,600				
<i>Konakladığımız tesisi seçerken kentsel yeşil alanlara yakın olmasına dikkat ettiniz mi?</i>				
Evet	9	52,9	140	37,9
Hayır	8	47,1	229	62,1
Chi-square = 1,543, df= 1, p value = 0,214				
<i>Konakladığımız tesisin kentsel yeşil alanlara yakın olmasını ister miydiniz?</i>				
Evet	15	88,2	277	75,1
Hayır	2	11,8	92	24,9
Chi-square = 1,530, df= 1, p value = 0,216				
<i>Sizce parklar ve diğer yeşil alanlar kenti güzelleştiriyor mu?</i>				
Evet	17	100	352	95,4
Hayır	0	0	17	4,6
Chi-square = 0,819 df=1, p value = 0,365				
<i>Birçok yeşil alanın/parkların olduğu bir kentte tatil yapmak ister miydiniz?</i>				
Evet	15	88,2	348	94,3
Hayır	2	11,8	21	5,7
Chi-square = 1,070, df=1, p value = 0,301				

5. TARTIŞMA

Günümüzde teknolojiyle birlikte turistik talepte gerçekleşen değişimler talebin yönünü deniz-güneş-kum üçgeninden, alternatif turizm türlerine, sahillere kültürel mekanlara ve kent merkezlerine doğru yöneltmiştir. Bugün pek çok turist kendi yaşadığı yerden ayrılarak tatilini yabancı bir ülkede geçirmek istemektedir. Öte yandan birçok turist, tatilini kentlerde geçirerek o kentin sahip olduğu turistik çekicilikleri keşfetmek amacı gütmektedir (Giritlioğlu ve Avcıkurt 2010, Emekli 2005).

Turizmin gelişerek büyümesi ve turistik taleplerin değişmesi ile birlikte ülkeler, turizm gelirlerini üst seviyelere çekmek adına gittikçe büyüyen bir rekabet ortamına girmişlerdir. Bu konuda geliştirilen stratejiler ülke bazında olmaktan çıkarak, ülkelerin sahip olduğu farklı nitelikteki her bölgenin ve kentin ayrı birer destinasyon olarak pazarlanması yönünde ilerlemiştir. Geçmiş yıllara bakıldığında, ulusal bazda yapılan tanıtım ve imaj çalışmaları yerini bölgesel ve kent ölçeğine bırakmıştır.

Tanıtım ve imaj çalışmalarında kullanılan manzara, sahil, anıt ve sanat yapıları gibi ülke değerlerinin, bölge ve kent bazında özelleştirilmesiyle birlikte kent turizmi kavramı öne çıkmıştır. Kent turizmi kentler için de yeni bir sektör olmuştur. 1970 sonrası ortaya çıkan miras endüstrisi sektörü, kentsel mekanın turizm amaçlı dönüştürülmesine yardımcı olmuştur (Hewison 1987). Modernizm öncesi kentlerin sahip olduğu dokulara yeni işlevler yüklenerek farklı kullanımlara dönüştürülmesiyle kent turizmi endüstrisinin bir parçası olmuştur.

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

Nitekim kent turizminde markalaşmış kentlere bakıldığında açık ve yeşil alanların turizmi çeşitlendiren ve güçlendiren bir unsur olarak kullanıldığı çoğu zaman tek başına turistik değer taşıdığı örneklerine rastlanmaktadır. Amerikan Planlama Birliği'nin (2005) yaptığı çalışmalardan çıkan sonuçlara göre kentsel açık ve yeşil alanlar 1980'lerden beri bir cazibe unsuru olarak kullanılmakta ve bu ilgi giderek artmaktadır. Çünkü festival ve etkinliklerin düzenlenmesine olanak sağlayan bu kent mekanları, normal işlevlerini büyük ölçüde aksatmadan kentte yaşayanlara kattığı artıların yanında turizmi çeşitlendirerek, turistik gelirlerin tüm yıla yayılmasını sağlamak ve kent ekonomisine önemli ölçüde katkıda bulunmaktadır.

Türkiye'ye gelen turist sayısında her yıl artış görülmekle birlikte gelen turistin ziyaret ettiği bölgelerin 20 yıllık dönemde değişmediği görülmektedir. Türkiye'ye gelen turistlerin büyük bir çoğunluğu deniz-güneş-kum maksadıyla ülkeyi tercih etmektedir. Turizm sektöründeki bu değişimler ve turizm gelirlerinin mevsimlere bağlı olarak sezon dışında önemli düşüş yaşanması ülkemizi kentsel ölçekte marka kent projelerine yönlendirmiş ve bu durum "Türkiye Turizm Stratejisi 2023" e yansımıştır.

Türkiye Turizm Stratejisi 2023 "turizm gelişim bölgeleri", "gelişim koridorları", ve "gelişim ana aksları", "turizm kentleri", "eko-turizm bölgeleri" ve "marka kentler" üzerine oturmaktadır. Turizm gelişiminin sürdürülebilir kılınmasında, kentsel ölçekte markalaşma stratejisi (KTB 2007); "Zengin, kültürel ve doğal değerlere sahip kentlerimizin markalaştırılarak, turistler için bir çekim noktası haline getirilmesi" amacına yönelmektedir. Bu amaç doğrultusunda İstanbul, Ankara, İzmir ve Antalya'da kent turizmini geliştirmeye yönelik plan ve projeler 2023 hedefleri arasında yer almaktadır. Geliştirilen stratejiler neticesinde İzmir (Didim ve Çeşme Alaçatı) ve Antalya'da (Kuzey Antalya ve Oymapınar) olmak üzere 4 adet turizm kenti ilan edilmiştir.

Antalya kenti sahip olduğu zengin kültürel, doğal ve ekolojik özellikleriyle ülkemizin en popüler turizm kentlerinden birisidir ve her yıl ağırladığı binlerce turist ile Türkiye'nin Avrupa pazarında rol almasında ciddi bir öneme sahiptir. Akdeniz havzasında yer alan Antalya kenti iklim koşullarının optimum düzeylerde seyretmesiyle turistlere biyoiklimsel konfor sağlamaktadır. Turistik aktiviteler için gerekli iklim elemanlarının eşik değerlerine bakıldığında (Bkz bulgular), Antalya kenti aylık ortalama sıcaklığı ve güneşlenme süresi açısından optimum değerlere sahip bir kenttir. Yılın ortalama 300 günü güneşli olan ve 18.7 °C yıllık sıcaklık ortalaması ile yılın 12 ayı turizme açık olan Antalya, en az dokuz ay boyunca sahilinde denize girilirken, dağlarında kayak yapılan dünyanın sayılı tarihi şehirlerinden bir tanesidir.

Çoğu zaman ekonomik kaygılarla kent tanıtım ve reklamlarında daha çok kitle turizminin vurgulanması, planlama dahilinde düzenlenmemiş dolayısıyla kentle bütünleşen yeşil alanlar sunulmaması, turizmin karayolu ve deniz arasına sıkıştırılarak yürütülmesi ve altyapı (şehiriçi ulaşım, yönlendirme vb.) yetersizliği Antalya'da kent turizminin gelişmesini engelleyen durumlardır. Kent turizminde markalaşmış kentlere bakıldığında, pek çok kentsel yeşil alanın turizm hareketliliğinde önemli bir artı değere sahip olduğu görülmektedir. Buradan hareketle Antalya'nın yeşil alanlarının doğru tasarlanmış ve planlanmış olmasının yanında tanıtımının yapılması gerekliliği göz ardı edilemez bir konudur.

Çalışma kapsamında yapılan anketlerin değerlendirilmesi sonucunda göze çarpan ilk nokta, Antalya kentinin en fazla tercih edilme nedeni deniz ve plajlardır. Özdemir'in (2013) Antalya'nın Alanya ilçesinde yaptığı çalışmada da turistlerin Alanya'yı ziyaretlerindeki en önemli tercih nedeninin deniz-güneş-kum olduğu görülmüştür. Bu iki çalışmanın bir diğer ortak bulgusu ise Antalya kent varlıklarının ulusal ve uluslararası tanıtım organlarında yeterli düzeyde ele alınmamış olmasıdır.

Yine Antalya'da yapılan benzer bir çalışmada kentin ziyaret edilme nedenlerinin başında kıyı turizmine bağlı "tatil ve eğlence" anlayışının geldiği sonucuna varılmıştır. Aydur (2014) çalışmasında kent turizminde önde gelen Belçika'nın başkenti Brüksel ile Antalya kentini karşılaştırmıştır. Buna göre kentleri ziyaret edenlerin, ziyaret etme sebepleri göz önüne alındığında Antalya için ziyaretçiler tatil turizmini işaret ederken, Brüksel'i ziyaret eden turistler tarihi ve kültürel miras değerlerinin tercih sebebi olduğunu dile getirmişlerdir. Brüksel kentinin kent peyzajlarını ve açık yeşil alanları turizme kazandırmada daha başarılı olduğu anlaşılmaktadır. Kent içindeki yeşil alanları gösteren turist haritaları oluşturulan kentte yeşil alanların tarihi ve kültürel yapıların ve kent simgelerinin yer aldığı farklı katmanlı broşürler hazırlanarak, açık yeşil alanların

büyükliklerine bakılmaksızın bütünüün parçasıymış gibi gösterilmesi amaçlanmıştır. Böylece kent turizmüne açık yeşil alanlar da entegre edilmiştir. Yapılan bu araştırmada Antalya kentinin yeşil alanlarının kentle ilgili tanıtım kaynaklarında yeterince tanıtılmadığı ortaya çıkmıştır.

Hindistan'ın Chandigarh kentinden yapılan bir diğer araştırmada kentin yeşil alanlarının kullanıcılar üzerindeki etkileri incelenmiştir. Çalışma kapsamında 904 yerli turistle görüşme gerçekleştiren Chaudry ve Tewari (2010) yaptığı görüşmeler sonucu ankete katılan ziyaretçilerin % 25'inden fazlası kent parkları ve bahçelerin, mimari yapılar ve kültürel unsurlara nazaran kenti cazip kılan ana faktör olarak değerlendirmiştir. Turistlerin büyük çoğunluğu (% 89) turizm açısından yeşil alanların çok önemli olduğunu ve yeşil alanlar bakımından zengin kentlerde tatil yapmak istediklerini belirtmişlerdir. Yapılan bu araştırmada da Chaudry ve Tewari'nin çalışmasına benzer sonuçlar elde edilmiştir. Ankete katılan ziyaretçilerin % 75'inden fazlası kentsel yeşil alanların destinasyon tercihlerini etkileyen unsur olarak değerlendirmiştir. Yine bu çalışmayla ortak olarak ziyaretçilerin büyük çoğunluğunun (% 95,6) yeşil alan bakımından zengin kentlerin turizm açısından önemli gördükleri ve böyle kentlerde tatil yapmak istedikleri ortaya çıkmıştır.

ABD'nin Georgia Eyaleti Savannah kentinde gerçekleştirilen benzer bir araştırmada Deng vd (2010) kentleri ziyaret eden turistlerin beklenti ve taleplerini ölçmek üzere anket çalışması yürütmüştür. Yapılan bu çalışmada turistler destinasyon seçiminde tercihlerini etkileyen etmenler arasında eğlence olanakları ve tarihi yerleri öne çıkarmasına rağmen, 306 katılımcı kent parklarının kentin güzelliğini, çekiciliğini artırdığını ve turizm deneyimlerine büyük katkıda bulunduğunu savunmuştur. Bu araştırmada da ankete katılan ziyaretçilerin Antalya kentini tercih etmelerinde etkili olan etmenler arasında deniz ve plajlar gibi doğal güzellikler ile tarihi yerler ve tesis olanakları önce sıralanmasına rağmen, büyük bir çoğunluğun yeşil alanların kentin güzelliğini artırdığını ve Antalya kentini tercih etmelerinde etkili olduğunu düşündükleri ortaya çıkmıştır.

Archer (2014) "Kent Parkları ve Turizm" adlı araştırma yazısında, kent merkezilerinin yakınlarında olan botanik bahçeleri dahil, büyük kent parkları ve açık yeşil alanları çalışma alanı olarak seçmiştir. Çalışmada belli bir destinasyona ziyarette bulunan turistlerin davranışlarının ve beklentilerinin belirlenmesi, destinasyon ve turistik hizmetlerle ilgili memnuniyetlerinin ölçülmeye çalışıldığı araştırmada, kent parklarının ve açık yeşil alanların kent turizmi tanıtımında kullanıldığı sonucuna varmıştır. Kent parkları ve diğer yeşil alanlarıyla öne çıkan kentlerin bu unsurları kentin tanıtımında etkin birer öge olarak ele aldığı ve bunun kent turizmini geliştiren etkiler sunduğu sonucuna varılan çalışmada aynı zamanda kent turizmi kalitesini ve sürdürülebilirliğini desteklemek için, parklardan sorumlu kurumlara tasarım ve kullanıcı önerileri getirilmiştir. Yapılan bu çalışmada ise Antalya kentinin yeşil alan varlıklarının yeterince tanıtılmadığı görülmektedir. Tanıtım organları incelendiğinde kentin öncelikle jeomorfolojik özellikleri (kıyılar vb.) ile tarihi yapılarının ön plana çıkarıldığı, yeşil alanların ise yeterince ele alınmadığı tespit edilmiştir. Bu sonuç aynı zamanda anket bulgularıyla da desteklenmiştir. Ziyaretlerinden önce kentle ilgili bilgi edinen kullanıcıların yaklaşık % 60'ının yeşil alanlarla ilgili bilgiye rastladıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Tez çalışmasının diğer özgün sonuçlarına bakıldığında yeşil alanların kent turizmi bileşenlerini olumlu yönde etkilediği açıkça görülmekte ve gelecekte oluşturulacak stratejiler için fikir vermektedir. Anketlerin analizlerinden elde edilen bulgulara göre kentsel yeşil alanların yalnızca destinasyonu seçmede etkili olmadığı, aynı zamanda konaklama tercihlerini de yönlendirdiği bu çalışmada görülmüştür. Ankete katılan ziyaretçilerin yaklaşık % 40'ı tesis seçerken bu hususa dikkat etmiştir. Ancak burada özellikle yabancı turistlerin paket tur tercih etmelerinin bu konuya dikkat edememelerine yol açtığı durum göz önünde bulundurulmalıdır. Zira birçok ziyaretçi tesis seçiminde önceliklerinin uygun fiyat ve sunulan imkanlar olduğunu belirtmiştir. Buna rağmen büyük çoğunluğun (% 75,6) konakladıkları tesisin yeşil alanlara yakın olmasını istemesi önemli bir sonuçtur. Seyahat beklentilerini ortaya koyan sonuçlarla birlikte düşünüldüğünde birçok ziyaretçi konaklama imkanlarını tatil tercihlerinde önemli bir husus olarak görmüştür. Bu iki sonuç birlikte düşünüldüğünde turistik tesislerin pazarlaması yapılırken kentin yeşil alanlarına yakınlığının vurgulanması ziyaretçi tercihlerini yönlendirmede etkili olacaktır. Sherer'in (2006) Amerika'da gerçekleştirdiği araştırma da bu konuyu destekler niteliktedir. Raporda tezin sonuçlarına benzer olarak kent parklarının çoğunlukla turistler ve toplantı grupları için kentlerin cazibe noktası olarak görüleceği ve bu alanlara yakın tesislerin tercih inceliği olacağı üzerinde durulmuştur.

Tanıtım ve yayın organları destinasyon pazarlamada kullanılan en etkin araçlardır. Tanıtım faaliyetlerinin turistik bölge seçimine etkisi üzerine yapılan birçok araştırma bu konunun kentlerin pazarlanmasında ne denli önemli olduğunu ortaya çıkarmıştır. Yapılan bu tezde de ziyaretçilere kentle ilgili bilgi sahibi olup olmadıkları ve bu bilgilerde yeşil alanların ne ölçüde yer aldığı sorulduğunda, büyük çoğunluğun (% 82,1) ziyaretlerinden önce bilgi edindiği görülmektedir. Bilgi edinirken en çok başvurulan kaynaklar sırasıyla web siteleri, seyahat acenteleri, akraba/arkadaş tavsiyeleri ve tanıtım broşürleri olduğu görülmüştür. Yerli ve yabancı ziyaretçilerin ortak olarak en çok yararlandığı tanıtım aracının web siteleri olması, kent tanıtımlarında internet kaynaklarının önemli bir yerde olduğunu göstermektedir. Anket çalışmasının bu bölümüne benzer olarak Şahbaz ve Keskin'in (2012) Kapadokya'da Japon turistler üzerinde tanıtım faaliyetlerinin etkinliğini ölçmeye çalıştıkları araştırmalarında, bölgeyi ziyaretlerinden önce kültürel varlıkların tanıtımı ve bilgilendirme faaliyetleri ile tur operatörlerinin tavsiyelerinin turistlerin tercihlerini etkilediği sonucuna varmışlardır. Tez çalışmasında da Antalya kenti yeşil alanları ile ilgili bilgilerin turistlerin tercihlerini etkilediği anlaşılmaktadır.

Ziyaretçilerin en çok özel amaçlı parklarla ilgili bilgiye ulaştıkları görülmektedir. Bunu sırasıyla milli parklar ve koruma alanları, kamp ve mesire alanları ile kent parkları takip etmektedir. Buna göre tanıtım kaynaklarında en az kent parkları ile ilgili bilginin yer aldığı anlaşılmaktadır. Ülkenin diğer kentlerine oranla kent parkı ve açık yeşil alan bakımından zengin olan Antalya kenti için pazarlama çalışmalarında bu konunun eksik bırakılan bir nokta olduğu görülmektedir. Bunun yanı sıra ziyaretçilerin çoğunlukla doğal oluşumların (şelale vb.) öne çıktığı yeşil alanları bildikleri görülmektedir. Düden Şelalesi, Kurşunlu Şelalesi ve Karaalioğlu Parkı en çok ziyaret edilen ve beğenilen parklar olmuştur. Burada ifade edilen parklar ya kent parkı niteliğine sahip parklar ya da geniş yüzeye sahip diğer yeşil alanlardır. Elde edilen bu sonuç yerli ve yabancı ziyaretçilerin daha çok yüzey alanı büyük ya da çok işlevli

parklar hakkında bilgi sahibi olduklarını göstermektedir. Mahalle düzeyinde parkların yanı sıra rneğin; Hayvanat Bahçesi gibi yeşil alanların yeterince tanınmadığı anlaşılmaktadır.

6. SONUÇ

Turist taleplerindeki değişmeler ve kıyı turizminin doygunluğa ulaşması, alternatif turizm türlerinin popülaritesinin artması ve global rekabetin hızlanması vb. gelişmeler Antalya'da turizmin çeşitlendirilmesi gerekliliğini doğurmaktadır. Turizm yatırım ve teşviklerinin yatak kapasitesini artırmadan öteye geçmesi turizm gelirlerinin sürdürülebilirliği açısından oldukça önemlidir. Turizm gelirlerinin tüm sezona yayılabilmesi için alternatif turistik ürün ve hizmetlerin geliştirilmesi gerekmektedir. Bu doğrultuda öne çıkan kent turizmi gerekli altyapı yatırımları ve tanıtım çalışmalarıyla desteklenmelidir.

Bir kentin pazarlanmasında öne çıkan unsurların başında kentin imajını oluşturan varlıkları ile bu varlıkların uluslararası ve yerel tanıtım organlarında etkin bir şekilde tanıtılması gelmektedir. Kentlerin kendisine özgü olan ve turistik çekiciliklere sahip özellikleri tespit edilerek ön plana çıkarılması ve turizme kazandırılması gerekmektedir.

Antalya'nın turistik arz potansiyelini deniz- güneş- kuma dayalı tatil turizminin oluşturduğu, yapılan bu tez ve önceki çalışmalarda da görülmektedir. Kenti tanıtan kaynaklar incelendiğinde, tesisler, plajlar ve tarihi yapıların vurgulandığı sonucuna varılmıştır. Kentin sahip olduğu birbirinden farklı kentsel açık yeşil alan varlıklarının hem ulusal hem uluslararası pazarlarda yeterince tanıtılmadığı görülmektedir.

Buna bağlı olarak genel anlamda düşünöldüğünde Antalya'nın tatil kenti imajının deniz-güneş-kum üçlüsünün ötesinde diğer kent varlıkları ile desteklenerek güçlendirilmesi sağlanmalıdır. bu doğrultuda hem tarihi, hem kültürel hem de doğal varlıklar açısından pek çok kente göre zengin olan Antalya kentinin bu özellikleri imaj ve tanıtım çalışmalarında vurgulanmalıdır.

Turizm kenti olma sürecinde, Antalya kentinin plajları dışında tüm turistik ürünler ortaya konulmalı, bir vizyon belirlenmeli, kamu, özel sektör ve destinasyon pazarlama organizasyonları bu süreçte ortak çalışmalı ve sivil toplum kuruluşları ile yerel halk sürece katılmalıdır. Yerel yöneticiler kentin pazarlanması çalışmalarında mevcutla yetinmeyip, yeni turistik cazibeler ortaya koymalı ve bunların tanıtımını etkin bir şekilde yapmalıdır. Bu konuda aynı zamanda özel tanıtım kanalları (web siteleri gibi) geliştirilmelidir. Çünkü yapılan bu araştırmada özel tanıtım kanallarında Antalya'nın yeşil alan varlığı ile ilgili yeterli bilginin yer almadığı ortaya konulmuştur.

Kentlerin pazarlanması yurtdışında yapılan başarılı örneklerinde de göröldüğü üzere marka kentler oluşturularak gerçekleştirilmekte ve kent turizminde elde edilen gelirler artırılmaktadır. Kenti markalaştırma ve pazarlama çalışmalarında oluşturulacak logo ve sloganlar oldukça etkili unsurlardır. Başarılı bir slogan ve logoyla kenti farklı kılan özellikler vurgulanarak tanınırlık artırılabilir. Örneğin; Chicago'nun Windy City (rüzgarlı şehir) ve Las Vegas'ın What Happens Stay Here (burada yaşanan burada kalır) gibi zihinde yer edinen ve kenti simgeleyen etkin bir slogan Antalya kenti için de oluşturulmalıdır. Tarihi yapıları, onları çevreleyen kentsel yeşil alanları ve Akdeniz'i öne çıkaracak sloganlar "tarihe uzanan mavi yeşil yolculuk" bir slogan geliştirilebilir.

Ayrıca kent için oluşturulacak sembollerde kentin sahip olduğu tarihi, kültürel, mimari, doğal vb. kenti çağrıştıracak nesnelere öne çıkarılmalıdır. Çünkü semboller marka kimliğinin kolay hatırlanarak tanınırlığını artırmayı ve böylece markaya güç vermeyi sağlayan araçlardır (Doğanlı 2006). Örneğin; İtalya'nın Pisa Kulesi, Paris'in Eyfel Kulesi, Konya'nın Mevlana'sı, İstanbul'un silüetini oluşturan camiler gibi Antalya kentinin de bir yanında deniz diğer yanında sembol olarak falezleri kentin ön plana çıkarılabilir. Zira falez oluşumu nadir görülen doğal bir oluşum olup, ülkemizde yoğun olarak Antalya kentinde görülmektedir. Kurumsal web siteleri ve kentle ilgili bütün tanıtım kaynaklarında bu sembol ve sloganların kullanımı kentin tanınırlığında algıyı artıracak ve destekleyecektir.

Marka oluşturma ve kentin pazarlanması sürecinde önemli olan unsurların biri de kentlerde düzenlenen festival ve etkinliklerdir. Kent parklarının çeşitli festival, konser ve tiyatro gösterileri ile daha birçok etkinliğin gerçekleştirilmesine olanak sağladığı ve kentin cazibesini artırdığı Central Park, Golden Gate Park gibi örneklerde açıkça görülebilmektedir. Antalya kentindeki parklarda da çeşitli etkinlikler gerçekleştirilmektedir. 1964 yılından bu yana Antalya'da düzenlenen Uluslararası Antalya Film Festivali, Uluslararası Jazz Festivali ve yine Uluslararası Piyano Festivali kentin en büyük yeşil alanlarından Atatürk Kültür Parkı'nda gerçekleşmektedir. Bu ve benzeri etkinliklerin kentin diğer yeşil alanlarında da gerçekleştirilmesi sağlanmalıdır. Örneğin Antalya kentinin önemli kent parklarından olan ve büyüklüğünün yanı sıra tarihi niteliği ile öne çıkan Karaalioğlu Parkı ve Atatürk Parkı da bu etkinliklere ev sahipliği yapacak niteliktedir. Böylece kentin yeşil alanlarının tanıtılmasının yanında kente yapılacak aktiviteler çeşitlendirilmiş olacak ve kentin çekiciliği artacaktır.

Turizm sektöründe sürdürülebilirliğin sağlanması için, doğal, sosyal ve kültürel faktörlerin korunması ve geliştirilmesi desteklenmelidir. Doğal ve kültürel varlıkların tüketilerek yok edildiği ve sürdürülebilirliğinin sağlanmadığı bir ortamda turizmin devam etmesi zorlaşacaktır. Son yıllarda yapılan araştırmalar turistlerin çevre ve doğa koruma konusunda daha hassas davranmaya başladıklarını ortaya koymuştur. Tarihi ve kültürel yerlerin yanı sıra kentsel açık yeşil alanların ve tabiat parkları vb. doğa koruma alanlarının koruma kullanma dengesi gözetilerek ziyaretçilere açılması oldukça önemlidir. Özellikle doğa koruma alanları gibi hassas yeşil alanlarla ilgili seyahat acenteleri ve rehberlerin bilinçlendirilmesi ve ziyaretçilerin bu hususta bilgilendirilmesi sürdürülebilirlik açısından gereklidir.

Antalya kenti farklı statüde birçok yeşil alana sahiptir. Ancak çalışma bulgularında görüldüğü üzere, bu yeşil alanların turistler tarafından yeterince tanınmadığı, gerek ulusal ve gerekse uluslararası tanıtımının yetersiz olduğu ortaya çıkmıştır. Antalya'nın sınırları içerisinde yer alan açık yeşil alanların tanıtıldığı kitapçıklar ve turist haritaları hazırlanmalıdır. Çok katmanlı olarak hazırlanacak bu haritalarda; doğa koruma alanları, milli parklar, tabiat parkları, kent parkları gibi alt başlıklarda Antalya'nın sahip olduğu zengin yeşil alanlar tanıtılmalıdır. Kentten sorumlu kurum ve kuruluşların (Valilik, Büyükşehir Belediyesi vb.) web sitelerinde, kent tanıtım broşürlerinde yeşil alanlarla ilgili detaylı bilgilere yer verilmeli ve dikkat çekici görseller eklenmelidir. Örneğin; "mutlaka görülmesi gereken yeşil alanlar listesi" oluşturulması ve bu alanlara turlar düzenlenmesi ilgi çekebilecek faaliyetlerdendir. Kentin yeşil alanlarını kapsayan "yeşil rota" gibi sloganlarla gezi rotaları oluşturulmalı

ve tur operatörleri ve rehberler bu konuda bilgilendirilmelidir. Kentin belirgin noktalarına yerleştirilen yönlendirme tabelaları ve haritalar ile yeşil alanların algısı artırılmalıdır. Farklı dillerde anlatım sağlayan kulaklıklılı dijital rehber hizmetinin uygulanması özellikle rehbersiz olarak gezen ziyaretçilerin ,bu alanlarla ilgili bilgi olmasına olarak sağlayacaktır. Otellerde ve turizm danışma bürolarında bu hizmet verilmelidir. Kent turlarında gerçekleştirilen tur başlangıç noktası olarak yeşil alanların belirlenmesi (örneğin; ;Karaalioglu Parkı) bu alanların tanınmasında etkili olacaktır.

Kent merkezlerinde konumlanan yeşil alanlar spor karşılaşmalarına da olanak sağlamaktadır. Özellikle küçük kentlerde bu müsabakalar kentin tanıtımında ve gelir elde etmelerinde önemlidir. Bu nedenle geniş yüzeylere sahip ve çok işlevli kent parklarının tesis edilmesi bu tip karşılaşmalara olanak sağlayarak kentin tanıtımında katkı sağlayacaktır. Örneğin; başlangıç noktası Atatürk Kültür Parkı olan Runatolia gibi spor etkinlikleri çoğaltılmalı ve kentsel alanlarda gerçekleştirilmesi teşvik edilmelidir. Lara Düden Parkı'ndan başlayıp Atatürk Kültür Parkı veya Beachpark'ta sonlanan bisiklet yarışları, yürüme yarışları vb. aktiviteler gerçekleştirilebilir. Yılın 300 günü güneşli geçen Antalya kentinde mevsimsel konforu sayesinde bu vb. aktivitelerin yeşil alanlarda gerçekleştirilmesine olanak vardır.

Ayrıca mevcut kent parklarına ek olarak yüzey alanı büyük ve çok işlevli yeni kent parkları oluşturulmalıdır. Çünkü ülkemiz genelinde ve Antalya özelinde oluşturulan kent parklarının yüzey alanları çoğu kez çok işlevli kullanımlar ve aktiviteler için yeterli değildir. Örneğin kentin en büyük parkı Atatürk Kültür Parkı 80 hektardır. Bir kıyaslama yapılacak olursa New York'ta Central Park 843 da, San Francisco'da Golden Gate Park 1017 da, Londra'da Hyde Park 350 da gibi geniş yüzölçümüne sahip kent parklarıdır ve birden fazla kullanıma olanak sağlamaktadır. Kente kazandırdıkları estetik ve fonksiyonel katkılarının yanı sıra bu parklar kent turizminde de öne çıkan kent varlıkları olmuştur.

Sonuç olarak ülkemizin turizm açısından önde gelen yörelerinden birisi olan Antalya'da kent turizminin gelişimine katkı sağlamak üzere yeni kentsel alanların oluşturulması, mevcutların niteliklerinin iyileştirilmesi, yeşil alanlarda ulusal ve uluslararası nitelikte gerçekleştirilen festival vb. etkinliklerin artırılması, kentin sahip olduğu doğal ve kültürel nitelikteki zengin yeşil alan varlığının tanıtımının yapılması, sürdürülebilirlik açısından özellikle yeşil dokunun etkin bir şekilde korunması, kentte gerçekleştirilen turlarda yeşil alanlara yer verilmesi gerekmektedir. Bu bağlamda başta Büyükşehir Belediyesi olmak üzere, kenti oluşturan beş alt belediye, Antalya Valiliği, AKTOB gibi turizmle ilgili sivil toplum örgütleri ve üniversitelerin işbirliği yapmaları Antalya'nın kent turizmi bakımından da ön plana çıkan bir kent olması için gereklidir.

KAYNAKLAR

- AIKTM, 2015. Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü
[Http://www.antalyakulturturizm.gov.tr/TR,127686/yabanci-ziyaretci-sayilari-ve-milliyet-dagilimi-2015-yil-.html](http://www.antalyakulturturizm.gov.tr/TR,127686/yabanci-ziyaretci-sayilari-ve-milliyet-dagilimi-2015-yil-.html) [Son erişim tarihi: 15.12.2015].
- AKTOB, 2011. Antalya Turistik Otelciler ve İşletmeciler Birliği. Antalya yöresi turist profili araştırması. <http://www.aktob.org.tr/istatistik/rapor-ve-arastirmalar> (Son erişim tarihi 18.11.2016).
- AMERICAN PLANNING ASSOCIATION, 2007. How Cities Use Parks To Promote Tourism briefing paper file online <Http://www.planning.org/cpf>. [Son Erişim tarihi 07.01 2016]
- ANONİM, 2010a. Antalya Meşhur şahsiyetler. A.Kerim ATILGAN (Editör), Dünden Bugüne Antalya, Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü Yayınları, 2. Cilt, 507-543, Antalya.
- ANONİM 2015a. <http://termalegidiyorum.com/termal-turizm-nedir-neleri-kapsar/> (Son erişim tarihi 16.10.2016).
- ANONİM 2015b. http://www.turkey-tatil.com/turizm_cesitleri/yayla.htm / (Son erişim tarihi 16.10.2016).
- ANONİM 2016a. Turizm sektörünün tanımı ve sınıflandırılması. http://www.bakka.gov.tr/assets/raporlar/dfdraporlari/Turizm_Sektor_Analizi_845514.pdf (Son erişim tarihi 16.10.2016).
- ANONİM 2016b. Ekoturizm ve botanik turizmi: Türkiye'nin sukkulent bitki çeşitliliğinin turizm potansiyeli. <https://www.researchgate.net/publication/242243944>.(Son erişim tarihi 16.10.2016).
- ANONİM 2016c. <http://www.denizticaretodasi.org.tr/Sayfalar/DTCalismaGrubu.aspx> (Son erişim tarihi 16.10.2016).
- ANONİM 2016d. <https://www.tripinview.com/tr/places/plaj/52054/turkey-antalya-antalya-merkez-top%C3%A7am-plaji> (Son erişim tarihi 16.12.2016).
- ANONİM 2016e. http://www.kursunluselalesi.com.tr/tr/?page_id=73 (Son erişim tarihi 02.12.2016).
- ANONİM 2016f. https://tr.wikipedia.org/wiki/Düden_Şelalesi (Son erişim tarihi 02.12.2016).
- ANONİM, 2016g. Antalya Sosyal, Ekonomik, Kültürel ve Tarihi Yapı: Kültür ve Turizm. A.Kerim ATILGAN (Editör), Dünden Bugüne Antalya, Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü Yayınları, 2. Cilt, 177-194, Antalya.

- ARCHER D. 2014. Research Note: Urban Parks and Tourism. *Annals of Leisure Research*, Volume 9, Issue 3-4, pp 277-282, Sydney.
- ASWORTH G. and STEPHEN J. P. 2011. Urban Tourism Research; Recent Progress and Current Paradoxes Tourism Management file online [Http://www.sciencedirect.com](http://www.sciencedirect.com). [Son Erişim Tarihi: 05.02.2016]
- ATSO, 2012. Antalya Ticaret ve Sanayi Odası, Antalya 2023 Arama Konferansı. [Http://www.atso.org.tr/icerik/3/304/antalya-2023-vizyonu-aramakonferansi.html](http://www.atso.org.tr/icerik/3/304/antalya-2023-vizyonu-aramakonferansi.html) [Son Erişim tarihi 03.02.2016].
- AYDUR, M. 2014. Peyzajın kentsel turizme etkisi, Antalya ve Brüksel kentleri örneğinde karşılaştırılması. Lisans Bitirme Çalışması, Akdeniz Üniversitesi, Antalya, 39 s.
- BORA, G., 2006. Kentsel Turizm: İstanbul Tarihi Yarımada'da Turizm Kümelenmesi. Yüksek Lisans Tezi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, İstanbul, 132s.
- CENTRAL PARK CONSERVANCY, 2016. [Http://www.centralparknyc.org/](http://www.centralparknyc.org/) [Son erişim tarihi: 12.04.2016].
- CHAUDHRY, P. and TEWARI, V. P. 2010. Role of Public Parks/Gardens in attracting Domestic Tourists: An Example from City Beautiful from India. *Tourismos: An international multidisciplinary journal of tourism*, 5(1): 101-109.
- CİVELEK, C., DALGIN, T. ve ÇEKEN, H., (2014). Agro-Turizm ve Kırsal Kalkınma İlişkisi: Muğla Yöresindeki Agro-Turizm Alanlarında Bir Araştırma. *Turizm Akademik Dergisi*, 1 (1): 15-28.
- COŞKUN, N., 2010. Türkiye'de turizm politikaları ve turizm sektörü üzerindeki etkileri. Uzmanlık Tezi, Ankara, 120 s.
- CROMPTON J. L. 2010. Measuring the Economic Impact of Park and Recreation Services file online [Http://www.sehn.org](http://www.sehn.org) [Son Erişim tarihi: 12.05.2016]
- ÇAKIR, M. ve BOSTAN, A., 2000. Turizm Sektörünün Ekonominin Diğer Sektörleri ile Bağlantılarının Girdi-Çıktı Analizi ile Değerlendirilmesi. *Anatolia:Turizm Araştırmaları Dergisi*, Eylül-Aralık.
- ÇETİN, M., TOPAY, M., KAYA, L.G., YILMAZ, B., 2010. Biyoiklimsel konforun peyzaj planlama sürecindeki etkinliği: Kütahya Örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi* 1(A): 83-95.
- ÇETİNER, A., 1991. Şehircilik çalışmalarında donatım ilkeleri. *İTÜ Mimarlık Fakültesi Baskı Atölyesi*. İstanbul.
- ÇETİNKAYA, G., ERMAN, A., UZUN, M. S., 2015. Rekreatyonel amaçlı park kullanıcılarının memnuniyet ve memnuniyetsizlik faktörlerinin belirlenmesi. *International journal of human sciences* 12 (1): 851-869.

- ÇOBANOĞLU, A., 2010. Dünden Bugüne Antalya. Kültür ve Turizm Bakanlığı yayınları, cilt 1., Antalya.
- ÇORUH, S., 1979. Genel Turizm Bilgisi. Güven Yayıncılık, Ankara.
- ÇUBUK, M. 1981. Turizmin dinlenme, eğlenme ve boş zamanları değerlendirme ile bütünleşmesi, yeniden tanım denemesi ve turizm planlamasında sistemli bir yaklaşım. Doktora Tezi, Mimar Sinan Üniversitesi, İstanbul.
- DEMİR, C. ve ÇEVİRGEN, A., 2006. Turizm ve Çevre Yönetimi Sürdürülebilir Gelişme Yaklaşımı. Nobel yayınları, Ankara, 188 s.
- DENG, J., ARANO, K.G., PIERSKALLA, C., MCNEEL, J., 2010. Linking urban forests and urban tourism: a case of Savannah, Georgia. *Tourism Analysis* 15 (2); 167–181.
- DE ROO, M., 2011. The Green City Guidelines: Techniques for a Healty Liveable Cities. Zwaan Printmedia, Holland.
- DEVLET PLANLAMA TEŞKİLATI 2006. 9. Kalkınma Planı 2007-2013. <http://www.orkoop.org.tr/uploads/files/9kalkinmaplani20070302.pdf>. (Son erişim tarihi: 28.09.2016)
- DOĞANAY, H., 2001. Türkiye Turizm Coğrafyası. 3.Baskı, Çizgi Kitapevi, Konya, 650s.
- DOĞANLI, B., 2006. Turizmde destinasyon markalaşması ve Antalya örneği. Süleyman Demirel Üniversitesi, Doktora tezi, 229s.
- DÖLARSLAN, E.Ş., 2009. Orman kaynaklarının turizm temelli pazarlanmasında kullanıcıların karar alma sürecinin belirlenmesi- Ilgaz turizm merkezi örneği. Doktora tezi, Ankara Üniversitesi, Ankara, 247 s.
- DUNNETT, N., SWANWICK, C. WOOLLEY, H., 2002. Improving urban parks, play area sand green spaces, DTLR Transport Local Government and the Regions urban research report file online http://www.ocs.polito.it/biblioteca/verde/improving_full.pdf [Son erişim tarihi: 12.11.2016].
- DURDU, S., 2015. Açık yeşil alan tasarımında mevsimsel gölge etkisinin irdelenmesi: Çayırılı Mustafa Karabulut Parkı örneği. Yüksek lisans tezi, Akdeniz Üniversitesi, Antalya, 153s.
- EMEKLİ G. 2002. Son Yılların Parlayan Yıldızı Kültürel Turizm ve İzmir. First Tourism Congress of Mediterranean Countries. *Ege Coğrafya Dergisi* 15: s 51-59.
- EMEKLİ, G. 2005. Avrupa Birliği'nde turizm politikaları ve Türkiye'de kültürel turizm. *Ege Coğrafya Dergisi*, 14: 99-107.

- EMEKLİ, G. 2013. Öğrenen Turizm Bölgeleri Yaklaşımı ve Kent Turizmi- Öğrenen Turizm Bölgeleri, Kentler ve Kent Turizmine Kuramsal Yaklaşım. 3. Uluslararası Coğrafya Sempozyumu, ss 381-392, 10-13 Haziran, Antalya.
- EUROPEAN COMMISSION, 2000. Towards quality urban tourism, integrated quality management (IQM) of urban tourist destinations. European Communities Publications, Brussels.
- EUROPEAN TOURISM COMISSION 2013. European Tourism 2013 Trends & Prospects, Quarterly Report, Brussels.
- EVLİYAOĞLU, S., 1988. Türkiye Turizm Coğrafyası. 1.Baskı, Ofset Reprodüksiyon Matbaacılık, Ankara.
- GARTNER, W.C., 1996. Tourism Development: Principles, processes and policies. New York.
- GİRİTLİOĞLU İ., AVCIKURT C. 2010. Şehirlerin Turistik Bir Ürün Olarak Pazarlanması, Örnek Şehirler ve Türkiye'deki Şehirler Üzerine Öneriler. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(4): 74-89.
- GÖKÇE, D., 2012. Antalya Atatürk Kültür Parkı Örneği'nde parkların engelli bireyler tarafından kullanım olanakları. Yüksek lisans tezi, Akdeniz Üniversitesi, Antalya, 96s.
- GÜÇLÜ, Y. 2010. Doğu Karadeniz Bölümü Kıyı Kuşağında İklim Konforu Şartlarının Kıyı Turizmi Yönünden İncelenmesi. *Coğrafi Bilimler Dergisi* , 8(2): 111-136.
- GÜL, A. ve KÜÇÜK, V. 2001. Kentsel açık-yeşil alanlar ve Isparta kenti örneğinde irdelenmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 2A: 27-48.
- GÜNGÖR. S., ve ARSLAN, M., 2003. Beyşehir İlçesi ve Yakın Çevresi Turizm ve Rekreatiyonel Kullanıma Yönelik Peyzaj Potansiyelinin Saptanmasına İlişkin Bir Çalışma. *Selçuk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 17(32): 64-73.
- HADDADZADEHHENDO, F., 2013. Turizm destinasyonlarının etkin yönetimi ve etkileyen faktörler: turizm sektöründe bir araştırma. Yüksek lisans tezi, Atatürk Üniversitesi, Erzurum, 137s.
- İKV, 1999. İKTİSADİ KALKINMA VAKFI *Avrupa Akdeniz Turizm Alanı*. İKV yayınları 44. İstanbul.
- İNCEKARA, A., 1998. Doğu Anadolu'da Kış Turizmi ve Gelişme Olanakları, İTO Yayını, Yayın No:18.
- İPAR, M.S., 2011. Turizmde Destinasyon Markalaşması ve İstanbul Üzerine Bir Uygulama, Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir.

- KALEM, S., 2001. Doğal ve Kültürel Değerlerin Korunabilmesi İçin Turizm Potansiyelinin Belirlenmesinde Bir Yöntem Yaklaşımı ve Kastamonu İli Kıyı Bölgesi ve Yakın Çevresi Uygulaması. Doktora tezi. Ankara Üniversitesi, Ankara.
- KARAGÜZEL, O., ORTAÇEŞME, V., ATİK, M., 2000. Planlama ve Uygulama Yönünden Antalya Kenti Yeşil Alanları Üzerinde Bir Araştırma. Akdeniz Üniversitesi Araştırma Fonu 98.01.0104.05 nolu Proje Sonuç Raporu. (Basılmamış)., Antalya, 33 s.
- KARAMAN, S., İLBAN, M.O., 2003. Turistik Tüketici Koruma Alanya Örneği, Pazarlama Dünyası. Dünya Yayın Evi, Sayı 2003-4, İstanbul.
- KIZILIRMAK, İ.ve KURTULDU, H., 2005. Kültürel turizmin önemi ve tüketici tercihlerinin belirlenmesine yönelik bir çalışma. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*.1:100-120.
- KOÇAK, N. ve TANDOĞAN, G. 2008.Kent Turizmi Kapsamında Fuar ve Sergilerin İzmir Turizmine Etkileri: Expo Örneği. *SOİD Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 5(2): 6-15.
- KTB, 2007. T.C. Kültür Ve Turizm Bakanlığı, Türkiye Turizm Stratejisi 2023. [Http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/Eklenti/906,ttstratejisi2023pdf](http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/Eklenti/906,ttstratejisi2023pdf). [Son Erişim tarihi 03.01.2016].
- MANAVOĞLU, E., ORTAÇEŞME, V., 2007. Konyaaltı Kentsel Alanında Bir Yeşil Alan Sistem Önerisi Geliştirilmesi. *Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 20(2), 261-271.
- MANAVOĞLU, E., 2013. Antalya kenti yeşil alanlarının çok ölçütlü analizi ve planlama stratejilerinin geliştirilmesi. Doktora Tezi, Akdeniz Üniversitesi, Antalya, 287s.
- MAJUMDAR, S., DENG, J., ZHANG, Y., PIERSKALLA, C. 2011. Using contingent valuation to estimate the willingness of tourists to pay for urban forests: A study in Savannah, Georgia file online [Http://www.sciencedirect.com](http://www.sciencedirect.com). [Son erişim tarihi: 02.03.2016].
- MCINTOSH, R.W. and GOELDNER, R.C. 1986. Tourism Principles, practices, philosophies, Fifth Ed., New York: John Wiley and Sons Inc
- MGM. Meteoroloji Genel Müdürlüğü, 2016. Antalya iline ait 1950-2015 yılları arasındaki iklim verileri. <https://www.mgm.gov.tr/veridegerlendirme/il-ve-ilceler-istatistik.aspx?m=ANTALYA>, [Son erişim tarihi: 12.12.2016].
- ORTAÇEŞME, V., KARAGÜZEL, O., ATİK, M., SAYAN, M.S., 2000. Antalya Kentinin Aktif Yeşil Alan Varlığı Üzerinde Bir Araştırma. *Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 13(1): 11-22.

- ORTAÇEŞME, V., SAYAN, M.S., KARAGÜZEL, O., YILDIRIM, E., BAYTEKİN, C., 2004. Landscape Design Approach in Revision of An Environmentally Sensitive Urban Park. Open Space: People Space, an international conference on inclusive environments, 27-29 Ekim 2004, Edinburg.
- ORTAÇEŞME, V. 2012 Kentsel Açık ve Yeşil Alan Planlama. Basılmamış ders notları, Akdeniz Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Peyzaj Mimarlığı Bölümü, 16 s.
- ORTAÇEŞME, V., YILDIRIM E., MANAVOĞLU E., 2012. Kentsel Yeşil Alan Fonksiyonları Düzleminde Antalya Kenti Yeşil Alanlarına Bakış. <http://www.imo.org.tr/resimler/ekutuphane/pdf/11171.pdf> (Son erişim tarihi: 10.12.2016).
- ORTAÇEŞME, V., ATİK, M., 2012 Urban and Regional Landscapes in Antalya. LE: NOTRE Landscape Forum file online http://ln-institute.org/downloads/LENOTRE_3/SummerSchools/Antalya2012/LLFA_Antalya_Urban_Landscape_Version_2.pdf.(Son erişim tarihi: 15.11.2016).
- ORTAÇEŞME, V., 2016. Greening Heritage City Antalya. AIPH International Green City Conference, basılmamış bildiri, Antalya.
- ÖNDER, S., POLAT, A.,T., 2012. Kentsel açık-yeşil alanların kent yaşamındaki yeri ve önemi. Kentsel Peyzaj Alanlarının Oluşumu ve Bakım Esasları Semineri. 19 Mayıs, Konya.
- ÖZCAN, E., 2005. Bolu İli'nde turizmi etkileyen faktörler ile doğal, tarihi ve kültürel turizm değerleri. *Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*,25(1): 55-75.
- ÖZDEMİR, A., 2013. Şehir Varlıklarının Şehir Pazarlamasındaki Önemi: Alanya Örneği. Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi, Antalya, 106s.
- ÖZGÜÇ, N., 1998. Turizmin Coğrafyası Çantay Kitapevi .İstanbul.
- ÖZTÜRK, Y., ve YAZICIOĞLU, İ., 2002. Gelişmekte Olan Ülkeler İçin Alternatif Turizm Faaliyetleri Üzerine Teorik Bir Çalışma. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2: 183-195.
- PAMAY, B., 1978. Kentsel Peyzaj Planlaması. İ.Ü. Çağlayan Basımevi Yayın No: 2487, s: 95, İstanbul.
- SAATCI, B., 2009. Kent parklarında peyzaj unsurlarının algılanması: Antalya Atatürk Kültür Park'ta çocuklar ve yetişkinlerle bir araştırma. Yüksek lisans tezi, Akdeniz Üniversitesi, Antalya, 46s.
- SADEGHIAN, M. M. and VARDANYAN Z., 2013. The benefits of urban parks, a review of urban research. Journal of Novel Applied Sciences file online <http://jnasci.org/wp-content/uploads/2013/08/231-237.pdf> (Son erişim tarihi: 28.08.2016).

- SAN FRANCISCO RECREATION AND PARK, 2016. [Http://sfrecpark.org/](http://sfrecpark.org/) [Son erişim tarihi: 12.04.2016].
- SAYAN, M.S., 2000. Antalya Kıyılarındaki Turistik Tesisler ile Çevre Arasındaki İlişkilerin Peyzaj Mimarlığı Yönünden Değerlendirilmesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 11: 14-20.
- SAYAN, M.S., KARAGÜZEL, O., ORTAÇEŞME, V., 2000. Antalya Karaalioğlu Parkı'nın Tarihsel- Sosyal Değeri ve Kentsel Gelişimlerle İlişkisi Yönünden Değerlendirilmesi, Peyzaj Mimarlığı Kongresi, 19-21 Ekim, ANKARA, ss.1.
- SAYAN, M.S. ve ORTAÇEŞME, V., 2001. Antalya Konyaaltı Plajı'nın Fiziksel Planlama ve Yönetiminin Değerlendirilmesi. Türkiye Kıyıları Konferansı Bildiriler Kitabı, İstanbul.
- SAYAN, M.S., ORTAÇEŞME, V., KARAGÜZEL, O., YILDIRIM, E., BAYTEKİN, C., 2003. Revision of Urban Parks and Public Participation: Antalya Atatürk Park Revision Project. Proceedings of the International 14th. Urban Design and Implementations Symposium. pp. 474-487, Publication of Mimar Sinan University, İstanbul.
- SHERER, P.M., 2006. The benefits of urban parks: Why America needs more city parks and open space. The Trustfor Public Land, (White Paper) file online [Https://eastshorepark.org/benefits_of_parks%20tpl.pdf](https://eastshorepark.org/benefits_of_parks%20tpl.pdf) [Son erişim tarihi: 12.11.2016].
- SİVİL, İ.H., 2007. Avrupa birliği turizm politikaları ve Türkiye turizmi. Yüksek lisans tezi, Fırat Üniversitesi, Elazığ, 128s.
- SOHN, H.S and PARK, C., 1999. International visitors satisfaction with pusan city and its implications for city marketing, *Asia Pacific journal of tourism research*, vol: 4, no:1, pp:71-76.
- SOYKAN, F., (2002). Kent turizminde son eğilimler, Avrupa'dan örnekler ve İzmir. III.Ulusal Türkiye Turizmi Sempozyumu, s 181-198, 7-8 Kasım, İzmir.
- SÖZEN, M. Ö., 2006. 1982 sonrası dönemde Türkiye'de uygulanan turizm politikaları ve turizm politikalarının Çanakkale ekonomisine etkileri. Yüksek lisans tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Çanakkale, 190s.
- ŞAFAK, İ., 2003. Türkiye'de Av Turizmi Uygulamalarının Özel Avlak İşletmelerine Etkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 2 (A); 133-14.
- ŞAVKLI, F., 2012. Antalya'daki kent parklarında su öğelerinin estetik ve işlevsel açıdan değerlendirilmesi. Yüksek lisans tezi, Akdeniz Üniversitesi, Antalya, 145s.
- TAŞCIOĞLU, S.G. 2016. Sürdürülebilir turizm için stratejilerin geliştirilmesi: Kuzey Antalya kültür ve turizm koruma ve gelişim bölgesi örneği. Doktora tezi, Ankara Üniversitesi, Ankara, 413 s.

- T.C. ANTALYA VALİLİĞİ, 2016. Antalya genel bilgiler. <http://www.antalya.gov.tr/icerik/31/245/nufus-demografi-turizm.html> (Son erişim tarihi 16.10.2016).
- T.C. ANTALYA VALİLİĞİ, 2015. Antalya İli 2014 yılı çevre durum raporu <http://www.csb.gov.tr/db/ced/editordosya/Antalya-2014.pdf> (Son erişim tarihi 16.10.2016).
- T.C. KÜLTÜR ve TURİZM BAKANLIĞI, 2016. İnanç Turizmi. <http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/TR,9952/inanc-turizmi.html>. (Son erişim tarihi 16.10.2016).
- TEK M. 2009. Kamu Yatırımlarında Turizmin Yeri, Türkiye Turizm Stratejisi 2023'de Marka Kentler Projesi: Eleştirel Bir Değerlendirme. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 20(2): 169-184.
- TOSUN, C. ve BİLİM, Y., 2004. Şehirlerin Turistik Açından Pazarlanması. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 15(2): 125-138.
- TÜİK, 2015. Türkiye İstatistik Kurumu. <http://www.tuik.gov.tr> (Son erişim tarihi 04.09.2016).
- TÜRKER , N. 2013. Batı Karadeniz Bölümü Ekoturizm Kaynaklarının Değerlendirilmesi ve Bir Ekoturizm Rotası Önerisi. *International Journal of Social Science*, 6 (4): 1093-1128.
- YÜCEKAYA, M., 2013. Kilis'te açık yeşil alanlar ve park nitelikleri. Yüksek lisans tezi, Erciyes Üniversitesi, Kayseri, 138s.
- WAKABAYASHI Y. 2000. Behavior Patterns of Foreign Tourists in A Coastal Resort of Turkey file online <Http://www.repository.lib.tmu.ac.jp/dspace> [Son Erişim Tarihi: 12.05.2016], pp 1-11, Metropolitan University Geographical Report, Tokyo.
- WALKER, C., 2004. The public value of urban parks. The Trusttfor Public Land white paper file online Http://webarchive.urban.org/UploadedPDF/311011_urban_parks.pdf. [Son erişim tarihi: 12.11.2016].
- ZENGİN, M., 2001. Yeniden yapılanma süreci içerisinde Erzincan kentinin açık-yeşil alanları. Yüksek lisans tezi, Atatürk Üniversitesi, Erzurum, 140s.

8. EKLER**EK-1 Anket Formu****Akdeniz Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalı
Yeşil Alanların Kent Turizmine Katkısının Antalya Örneğinde İncelenmesi:
Yüksek Lisans Tezi Anket Çalışması**

Sayın İlgili,

Bu anket Akdeniz Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalı'nda yürütülmekte olan "Yeşil Alanların Kent Turizmine Katkısının Antalya Örneğinde İncelenmesi" başlıklı yüksek lisans tez çalışmasında değerlendirilmek üzere yapılmaktadır. Bu araştırmadaki cevaplar başka bir amaçla kullanılmayacaktır. Katılımınız için teşekkür ederim.

Prof. Dr. Veli ORTAÇEŞME

Arş. Gör. Pınar ZEĞEREK

Akdeniz Üniversitesi Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalı

e-mail: pinarz@akdeniz.edu.tr

1. BÖLÜM: YEŞİL ALANLARA YÖNELİK KİŞİSEL BEKLENTİLER

1. Ziyaret edeceğiniz kenti seçerken yeşil alan varlığı tercih sebebinizi etkiler mi?

Evet Hayır

2. Konakladığınız tesisi seçerken kentsel yeşil alanlara yakın olmasına dikkat ettiniz mi?

Evet Hayır

3. Konakladığınız tesisin kentsel yeşil alanlara yakın olmasını ister miydiniz?

Evet Hayır

4. Sizde parklar ve diğer yeşil alanlar kenti güzelleştiriyor mu?

Evet Hayır

5. Birçok yeşil alanın/parkların olduğu bir kentte tatil yapmak ister miydiniz?

Evet Hayır

6. Hangi kentleri yeşil alan bakımından zengin/cazip görüyorsunuz?

- a) _____
b) _____
c) _____
d) _____

2. BÖLÜM: ZİYARETİN ÖZELLİKLERİ

7. Antalya'ya hangi ulaşım yoluyla geldiniz?

- Havayolu
 Karayolu (otobüs, minibüs, kendi aracım)
 Deniz yolu (gemi, yat vb.)

8. Antalya kentini kaçınıcı ziyaretiniz?

- İlk kez _____

9. Antalya kentini ziyaret etme sebebiniz nedir?

- Tatil
 İş Seyahati
 Akraba/Arkadaş Ziyareti
 Diğer _____

10. Nerede konaklıyorsunuz?

- Otel Akraba/Arkadaş yanı
 Pansiyon Kamp alanı
 Tatil köyü Diğer

11. Bir kente tatile giderken nelere dikkat edersiniz?

- Ulaşım kolaylığı Kültürel Yapısı
 Konaklama imkanları Doğal alanlar
 Alışveriş olanakları Mimari
 Yemek kültürü Yeşil alanlar/Parklar
 Tarihi yapılar/Ören Yerleri Festivaller
 Eğlence/Rekreasyon olanakları Diğer _____

3. BÖLÜM: ANTALYA KENTSEL YEŞİL ALANLAR

12. Ziyaretinizi planlamadan önce Antalya kentiyle ilgili bilgi aldınız mı? Cevabınız "evet" ise bu bilgiyi nereden edindiniz?

- Evet Hayır
 Web (İnternet) Broşür vb. tanıtım
 Seyahat Acentası Aile/arkadaş vb.
 Organize kulüp veya grup Diğer _____

13. Edindiğiniz bilgilerde kentin yeşil alan varlığı ile ilgili herhangi bir bilgi var mıydı, varsa nelerdir?

- Evet Hayır
- Özel amaçlı parklar (hayvanat bahçesi,aqua park vb.) Kent parkları
- Milli Park vb. Koruma Alanları Kamp/Mesire alanları

14. Önceki soruya yanıtınız "evet" ise Antalya kentini tercih etmeniz bu bilgi etkili oldu mu?

- Etkiledi Etkilemedi Kararsızım

15. Antalya kentini ziyaret etmeniz de etkili olan etmenleri önem derecesine göre numaralandırabilir misiniz [1=en düşük, 5=en yüksek değer olmak üzere her madde için sadece bir rakam işaretleyiniz].

Deniz/plajlar	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Tarihi yapılar	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Doğal güzellikler	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Tesisler	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Eğlence olanakları	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Aktivite/Spor olanakları	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Alışveriş olanakları	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Mimari	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Yeşil alanlar	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Mesire Alanları	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Özel Amaçlı Parklar(aquapark vb.)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

16. Kentteki hangi yeşil alanları/parkları biliyorsunuz?

- Atatürk Parkı Aquapark
- Atatürk Kültür Parkı (AKM) Hayvanat Bahçesi
- Karaalioğlu Parkı Beachpark
- Düden Şelalesi (Kepez) Falez Parkı
- Düden Park (Lara) EXPO Alanı
- Kurşunlu Şelalesi Sarısu Mesire Alanı
- Çaltıcak günübirlik piknik alanı Kent Ormanı
- Kargıcak günübirlik piknik alanı Yavuz Özcan Parkı

17. Ziyaret ettiğiniz bu yeşil alanları memnuniyet derecenize göre numaralandırabilir misiniz [1=en düşük, 5=en yüksek değer olmak üzere her madde için sadece bir rakam işaretleyiniz].

YEŞİL ALANLAR					
Atatürk Parkı	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Atatürk Kültür Parkı (AKM)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Karaalioğlu Parkı	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Yavuz Özcan Parkı	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Düden Şelalesi (Kepez)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Düden Park (Lara)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Falez Parkı	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Beachpark	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Kurşunlu Şelalesi	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Çaltıcak günübirlik piknik alanı	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Kargıcak günübirlik piknik alanı	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Sarısu Mesire Alanı	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Kent Ormanı	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Aquapark	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Hayvanat Bahçesi	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
EXPO Alanı	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

4. BÖLÜM: DEMOGRAFİK ÖZELLİKLER

18. Cinsiyetiniz Erkek Kadın

19. Yaşınız _____

20. Medeni durumunuz Evli Bekar Diğer

21. Eğitim durumunuz

Okur-yazar İlköğretim Lise Üniversite Yüksek Lisans

Doktora

22. Gelir durumunuz

Düşük Orta Yüksek Çok Yüksek

23. Mesleğiniz _____

24. Uyuşgunuz _____

25. Şu anda yaşadığınız şehir _____

26. Herhangi bir çevre derneğine üye misiniz? Evet Hayır

ÖZGEÇMİŞ



Pınar ZEĞEREK, 25 Temmuz 1987 tarihinde Antakya'da dünyaya gelmiştir. İlköğretim ve lise eğitimini Ankara'da tamamlamıştır. 2013 yılında Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Peyzaj Mimarlığı Bölümünden Peyzaj Mimarı olarak mezun olmuştur. 2016 yılında ÖYP kapsamında Ömer Halisdemir Üniversitesi Mimarlık Fakültesi Bitki Materyali ve Yetiştirme Tekniği Anabilim Dalı'nda göreve başlayarak aynı yıl içerisinde ilgili kanunun 35. Maddesi gereğince lisansüstü eğitimini tamamlamak üzere Akdeniz Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalı'nda görevlendirilmiştir. Halen aynı anabilim dalında araştırma görevlisi unvanı ile çalışmalarına devam etmektedir.