

DOI: 10.7596/taksad.v1i4

## Seyahat Acentelerinin Çevresel İlgilerinin Sürdürülebilirlik Bağlamında Değerlendirilmesi\*

Nazmiye ERDOĞAN\*\*

### Özet

Seyahat acentelerinin web siteleri, acentelerin çevre konusundaki ilgi ve duyarlılığını yansıtan iletişim araçlarından birisidir. Bu çalışma, acentelerin web sitelerinde çevre ile ilgili anlatıların bulunup bulunmadığını incelemek, acentelerin çevreyle ilgili yönelimlerini tespit etmek ve bu yönelimin sürdürülebilirlik ve ekoturizm ilkeleri bağlamında değerlendirmesini yapmak üzere hazırlanmıştır. Analiz için gerekli verileri toplamak amacıyla, Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği'nin (TÜRSAB) web sayfasında erişilen 5362 acenteden web sitesi olan 1382 acente seçilmiş ve bu acentelerin web sayfalarının içerik analizi yapılmıştır. Analizin ilk aşamasında, web sitelerinin sadece %2,7 gibi küçük bir kısmında, çevre ile ilgili anlatılar bulunduğu tespit edilmiştir. İkinci aşamasında, sürdürülebilirlik ve ekoturizm bağlamında belirlenen 12 çevresel göstergenin web sayfalarındaki anlatılarda varlığı araştırılmış ve web sitelerinin %2,4'ünde çevre/doğa koruma kavramının geçtiği, bunu, sırasıyla, yöre halkına saygı, alternatif turizm, ekoturizm, sürdürülebilir turizmin takip ettiği görülmüştür. Doğa/çevre koruma, çevresel eğitim, yerel kalkınma ve katılımcılık, sürdürülebilir kullanım gibi göstergelerle ilgili anlatıların sürdürülebilir turizm ve ekoturizm ilkeleri ile bütünleştiği, ancak yetersiz olduğu saptanmıştır. Bulgular acentelerin sürdürülebilir turizm bağlamında faaliyetlerde bulunmaları ve çevreye verdikleri önemi ve çevresel faaliyetlerini acente web sitesi gibi önemli bir iletişim kanalında yansıtılmaları gerektiğine işaret etmektedir ve sadece kendilerini değil aynı zamanda turistleri de çevresel bağlamda geliştirmeleri gerektiğini göstermektedir.

**Anahtar kelimeler:** Seyahat acentesi, web sitesi, içerik analizi, çevre duyarlılığı, sürdürülebilir turizm, ekoturizm.

\* Bu makale Karabük Üniversitesi tarafından düzenlenmiş olan "Tüketim Toplumu ve Çevre" konulu Ulusal Sempozyumda sunulan tebliğin geliştirilmiş şeklidir.

\*\* Doç. Dr., Başkent Üniversitesi

## **An Evaluation of Environmental Concerns of Travel Agencies in Their Web Sites.**

### **Abstract**

The travel agency web site is one of the means of communication that shows the nature of environmental sensitivity and concern of an agency. This study was designed to assess the existence of environmental narratives in the travel agency web sites and to determine the environmental orientations of the agencies and evaluate their orientation in terms of sustainability and ecotourism. 1382 agencies that have web sites were selected for the investigation. The necessary data was extracted from the agency websites and evaluated by means of content analysis. At the first stage of analysis, the study found that only 2.7 percent of agencies have some narrations about environment. At the second stage, it was found that only 2.4 percent mentions “environmental/nature protection, followed respect to local people, alternative tourism, ecotourism and sustainable tourism. It was found that narrations about indicators such as Environmental/nature protection, environmental education, local development and participation are coupled with the sustainability and ecotourism principles, however they are insufficient. Findings indicate the necessity that the agencies should have environmental activities and reflect their environmental concern and activities in their web sites, and should develop themselves and tourists in terms of environmental context.

**Keywords:** Travel agency, websites, environmental sensitivity, environmental concern, sustainable tourism, ecotourism, web site content.

### **Giriş**

Seyahat acenteleri turizm endüstrisinin pazarlama hizmetlerini sunan bölümünü oluşturan, ürün ve tüketici arasında ilişki kuran veya aracı olarak dağıtım yapan ticari kuruluşlardır. Günümüzde seyahat acentelerinin çoğunluğu pazarlamaya yönelik konulardaki iletişimlerini internet üzerinden yapmaktadır (Sangipul, 2010:107; Baloglu ve Pekcan, 2006). İnternet yoluyla ulaşılan müşteri kitlesi ve hizmet satın alınması hızla artmaktadır (Schwartz, Karen ve Font, 2005). İnternetin pazarlama ve hizmet için kullanımıyla ilgili bilimsel araştırmalar da artmaktadır. Fakat turizmde çevresel pazarlamanın internet üzerinden nasıl yapıldığı hakkında diğer ülkelerdeki az sayıda araştırma dışında yeterli bilgi bulunmamaktadır (Tepelus, 2005; Po-hsin ve Schafer, 2005:143; Donohoe ve Needham, 2008.15). Acentelerin, örneğin sadece turist gereksinim ve beklentilerinin karşılanması için internetle ekoturizm pazarlamasını geliştirmeleri için çaba göstermeleri değil, aynı zamanda çevre ile ilgili ilgi ve faaliyetlerinin de artırılması ve bunun internet ortamından yansıtılması da gerekir. Çünkü web sitelerinin

içeriği, hem acentelerin çevreye ilgisini gösterir hem de özellikle çevreye duyarlı tüketicilerin karar verme aşamasında önemli rol oynayabilir.

Benzer görüşteki akademik ve endüstriyel çevrelere göre, tüm dünya ekonomilerinde ana sektörlerden biri olan turizmin sürekliliği, büyük ölçüde turizm amaçlı kullanılan kaynakların korunmasına ve geliştirilmesine bağlıdır. Günümüzde artan çevre duyarlılığı ve çevre korumayla ilgili mücadeleler karşısında, turizm sektörü, artık çevreye daha duyarlı olmaya başlamıştır. Bu duyarlı kitle turizmi gereksinimi yanında, ekoturizm, doğa turizmi, bilinçli turizm gibi doğayı değiştirmeden ve bozmadan, kaynakları tüketmeden kullanan yeni turizm türlerine doğru bir yönelim (bazılarına göre yönlendirme) başlamıştır. Pazar genişlemesini ve yayılmasını sağlamak için, turizm yatırımları genellikle kırsal kesimde ve yeşil doku içerisinde yoğunlaşmaya başlamıştır. Turizm sektöründe çevreye yönelim nedenlerini aşağıdaki gibi özetleyebiliriz (Erdoğan, 2003).

- Rekabet ve kar avantajı kazanmak
- Artan çevre koruma yasalarının baskısı
- Destinasyonlarda çevresel bozulmaların turizme olumsuz etkisi
- Faaliyetlerin etkilerini anlama gereksinimi
- Turist çevre bilincinin artması
- Turist tercihinin değişmesi

### ***Sürdürülebilirlik ve Ekoturizm***

Turizm endüstrisinin potansiyel ve mevcut tehlikeleri konusunda büyüyen tartışma, çevresel bakımdan duyarlı bir turizm yaklaşımının araştırılması gerekliliği ile sonuçlanmaktadır. Turizm, sürdürülebilir kalkınmanın dışında değildir. Bu nedenle buna bağlı olarak sürdürülebilir turizm kavramı ortaya çıkmıştır. Sürdürülebilir turizm düşüncesi özellikle 1987'deki Çevre ve Kalkınma Dünya Komisyonu ile gelen Brundtland Raporuyla ön plana çıktı. Sürdürülebilir turizm, turizm incelemelerinde tanımı, gerçekleştirilebilirliği, uygulanması ve sonuçları konusunda yaygın bir tartışmaya konu olmuştur. Bu tartışmaların çoğu sürdürülebilirlik konusu etrafında dönmektedir. Sürdürülebilir turizm, sürdürülebilir kalkınma ilkeleri temeli üzerinde, gelecek için fırsatları korurken ve geliştirirken turistlerin ve misafir kabul eden bölgelerin gereksinimlerini karşılayan turizm gelişmesi olarak tanımlanmıştır (Leung ve diğerleri, 2001). Sürdürülebilir turizm bir turizm çeşidi değil, daha çok turizmin tüm türleri için geçerli olması öngörülen temel bir koruma yaklaşımıdır.

Sürdürülebilir turizmin ilkeleri;

- Kaynakların sürdürülebilir kullanımı
- Aşırı kullanım ve atıkların azaltılması

- Çeşitliliğin muhafaza edilmesi
- Yerel toplumu planlamaya dahil etme ve yerel ekonominin desteklenmesi
- Turizm endüstrisi ve kamu arasında karşılıklı koordinasyon sağlanması
- Personel eğitimi ve turistlerin bilgilendirilmesi

Ekoturizm, kitle turizminin istenmeyen her tür çevresel etkisinden arınmış bir turizm türü olarak sunulur ve sürdürülebilir turizm ve kalkınmayla ilişkilendirilir. Günümüzde, uluslararası anlaşmalar ve toplantılar başta olmak üzere ulusal ve bölgesel boyutta en yaygın olarak kullanılan ekoturizm kavramı doğaya dayalı turizm, yumuşak turizm, özel ilgi turizmi, yeşil turizm, sorumlu turizm, bilinçli turizm, kırsal turizm ve alternatif turizm gibi türlerle birlikte veya o türler içinde ele alınmış ve tanımlanmıştır. Ekoturizm kavramının orijini net olarak bilinmemektedir, fakat Hetzel ilk kullananlardan biri olarak kabul edilmektedir. Hetzel (1965 aktaran Weaver 1997) ekoturizmi 4 temel ilke ile tanımlamıştır:

- Çevresel etkileri en aza indirmek
- Ev sahibi ülkenin kültürüne saygı duymak
- Yerel topluma faydaları maksimuma çıkarmak
- Turist tatminini maksimuma çıkarmak

Ekoturizmin Hertzal'in tanımına uygun olan ve en çok kabul edilen ilk tanımı ve amacı Cabellos-Lascurain'e (1996) aittir: *“Ekoturizm bir yerdeki geçmiş ve şimdi var olan kültürel ifadeler kadar, doğayı, yaban hayatını ve doğal bitkisini inceleme, doğa hayranlığı, görünüşünden zevk alma gibi belli amaçlarla kısmen bozulmamış veya kirletilmemiş doğal alanlara yapılan seyahattir.”* Dikkat edilirse, ekoturizm bu tanımda bilmek, anlamak ve tecrübelemek amaçlı yapılan bir faaliyet olarak sunulmaktadır. Kitle turizminde de insanların önemli bir kısmı çevreye hayranlık, çevreden zevk alma, görme ve bilme gibi aynı amaçlarla giderler. Tekrar aynı yere gidildiğinde ise doyum getiren deneyimin yinelenmesi vardır. Dolayısıyla ekoturizmin ayırt edici özelliği bozulmamış doğal alanlara yapılan seyahat olmaktadır.

Sonraki bütün tanımlamalar ve açıklamalar Hetzel'in ve Cabellos-Lascurain'in tanımına çoğunlukla ayırtı sunmuşlardır. Bu yaygın görüşlere göre, turizm endüstrisinin potansiyel ve ortaya çıkmış olumsuz çevresel sonuçları konusunda 1970'lerden beri büyüyen tartışmalar, çevresel bakımdan duyarlı bir turizm yaklaşımının araştırılması gerekliliğini de getirmiştir (Tao, Eagles ve Smith, 2004). Benzer şekilde, Kanada Çevre Danışmanlığı Komisyonu ekoturizmi *“yerel toplumun bütünlüğüne saygı gösterirken, ekosistemin korunmasına katkıda bulunan aydınlatıcı doğa seyahati”* olarak tanımlamıştır. Zamanla bu tanıma doğa temelli, çevreye duyarlı, yaşama saygılı, akılcı ve ölçülü gibi çeşitli anlamlar da yüklenmiştir. Ardından, ekoturizm bir sürdürülebilir turizm biçimi olarak lanse edildi: *“Ekoturizm, doğa*

seyahatine dayanan ancak sürdürülebilirlik ilkesini de içeren bir turizm sektörüdür (TIES, 2012).

Dolayısıyla, ekoturizm başlangıçtan beri çevre eğitiminin vurgulandığı, bozulmamış doğal alanlarda doğaya dayalı seyahat olarak sunulmaktadır. Eğer ekoturizm faaliyetlerini düzenleyen, yöneten ve belirleyen güç çevre bilinciyle hareket eden turist kendisi olsaydı, bu tanımlama yeterince geçerli olabilirdi. Kavramın hem anlam hem de kullanımında karmaşa ve anlaşmazlık sürmektedir.

### ***Ekoturizmin İlkeleri***

İlkeler ekoturizmin amaçlarıyla ve doğasıyla bağıntılı kurallar bütünüdür. Ekoturizmin belirtilen amaçlarına bağlı olarak seyahat edenler, yerel halk ve yerel iş yerlerinin etkinliklerini içeren ekoturizmin tanımı, genel ayırt edici doğası ve sonuçları hakkında çeşitli ilkeler sunulur. Ekoturizmin ilkeleri ekoturizmin yapıldığı bir alanda değerlendirme ölçüsü olarak kullanılabilir. Bunun için her ilke açıkça belirtilmeli; her prensibi oluşturan faktörler saptanmalı; her faktörün işlevsel tanımlaması yapılmalı; böylece ölçülebilir hale getirilerek ölçmeler yapılmalı ve sonuçlar değerlendirilmelidir. Buna örnek olarak, ekoturizmi altı ilkeyle inceleyen Wallace ve Pierce'nin çalışmasını (1996) verilebilir.

#### **İlke 1:** Çevre üzerinde an az olumsuz etkiyi yapacak bir kullanım tarzının belirlenmesi

Faktörler:

- *Grup sayısı*
- *Ulaşım biçimi*
- *Katı atık metodu*
- *Geride hiç bir iz bırakmama*
- *Rehberlere verilen eğitim miktarı ve tipi*
- *Ziyaretçilere gezi öncesi ve sırasında verilen bilgilerin tipi*
- *Yapılan faaliyetlerin kültürel duyarlılık seviyesi*
- *Yerel halkın turizme karşı tutumları*
- *Yapı malzemelerinin tipi, mimari stil ve kullanılan dekor*
- *Biyofiziksel değişimlerin derecesi*

#### **İlke 2:** Alanın doğal ve kültürel sistemine karşı duyarlılığı ve bilinci artırma

Faktörler:

- *Topluma açık olma*

- *Yerel projelere ve yerel toplum kuruluşlarına bağış*
- *Yerel halk ve ziyaretçiler arasında iletişimi sağlama sürdürme*
- *Koruma ve kalkınma projeleri için destek artışı*
- *Bilgilendirme faaliyetleri*
- *Rehber eğitimi ve yeterliliği*

**İlke 3:** Koruma alanlarının ve diğer doğal alanların yönetimi ve korunmasına katkı.

Faktörler:

- *Ek bağışlar ve giriş ücretleri*
- *Özel işletmelerin yönetiminde işbirliği*
- *Korunan alan personeli ve onları dahil edici yönetim*
- *Kurallara uyma*
- *Altyapı bakımı ve gelişimlerle işbirliği*
- *Korunan alan hakkında bilgi*
- *Konaklama yerleri için yönetim planları.*

**İlke 4:** Alanda yapılacak turizm miktarı ve türünün belirlendiği karar verme aşamasında ve uzun dönemde yerel halkın katılımını sağlamak.

Faktörler:

- *Planlamada yerel örgütlenmelerin gücü ve sürekliliği*
- *Alan yönetim planlarında yerel fikirleri dahil etmek*
- *Yerel ekoturizm girişimlerinin kalkınması ve tur programlarının yöresel ihtiyaç ve takvime (festivaller, şenlikler vb.) uydurulması*
- *Ekoturizm işletmeleri veya hizmetlerine sahiplik*
- *Yerel topluma yönelik eğitim programları*
- *Turizme karşı yerel halkın tutumları.*

**İlke 5:** Yerel halka faydalar sağlamak ve turizmin geleneksel pratiklerin yerini alması

Faktörler:

- *Yöresel olarak üretilen ve satın alınan ürünlerin değeri ve çeşidi*
- *İşletmeler tarafından yerel halka sağlanan hizmetler*
- *Yöresel olarak sahip olunan teşebbüs gelişimi ile eğitim programlarının sayısı*

- *Korunan ve işletme alanındaki özel işletme gelirlerinin bir kısmının toplum kalkınma programlarına yatırılması veya korunan alan altyapı ve yönetiminde kullanılması*
- *Geleneksel aktivitelerin yerine getirildiği alan kaynaklarının yerel halk tarafından sürdürülebilir kullanımı*
- *Turizmin getirdiği değişiklikleri yerel halkın algılaması*

**İlke 6:** Yerel halk için özel fırsatlar sağlama, yerel halktan çalışanlar kullanmak.

Faktörler:

- *Her yıl için yerel halka ulaşım olanaklarının düzenlenmesi*
- *Yerel okullar tarafından çevre eğitimi için alanın kullanımı*
- *Alan turlarında bazen ziyaretçilerle birlikte yerel halkın istihdam olanaklarının sayısı.*

Bu ilkelere bağlı kalınarak uygulanacak bir ekoturizm planlaması hem turizmin çevreye olumsuz etkilerini azaltacak hem de ekonomik, sosyal ve kültürel katkıları da beraberinde getirecektir.

#### ***Ekoturist: Çevreye Duyarlı turist***

Bu gelişmelere paralel olarak ekoturizm kavramı ile beraber ekoturist kavramı da gündeme gelmiştir. Aynı zamanda ekoturistin tanımı üzerinde de farklı görüşler ortaya çıkmıştır, Ekoturistler ile kitle turisti arasındaki en temel ayırım ekoturistlerin daha çok “doğa için gelmiş” olmasında yatar. Teorik olarak ekoturist çevreye duyarlı olan turistir. Çevresel bakımdan hassas turistler daha az tüketici ve daha az çevre üzerinde kirlenmeye sebep olmaktadır. Ekoturizmde doğanın kıymetini bilme, doğayı seyretme, bozmadan kullanma, doğayla iç içe olma, doğadan bir şekilde zevk alma gibi amaçların teorik olarak belirlenmesi, ekoturizm faaliyetlerinin bu amaçlar doğrultusunda yapıldığı anlamına gelmez. Tur operatörlerinin ve ekoturizm adı altında seyahat edenlerin hepsinin çevreye duyarlı olacağı da beklenemez. Doğaya dayalı turizm faaliyetlerinde bulunan turistler davranış, amaç, çevre duyarlılığı ve ekoturizm hakkında bilgi ve yönelim bakımlarından homojen bir grup oluşturamazlar. Genel doğa temelli turistler ile ekoturistleri de ayırt etmek oldukça zordur (Priskin, 2003). Ekoturizmde teorik olarak doğanın kıymetini bilme, doğayı seyretme, bozmadan kullanma, doğayla iç içe olma, doğadan bir şekilde zevk alma gibi amaçlar vardır. Fakat, ekoturizm adı altında seyahat edenlerin hepsinin çevreye duyarlı olduğu beklenemez. Reklam nedeniyle turizm endüstrisi turistlerin eğitilmesi konusuna önem vermeye başlamışlardır. Amerika Seyahat Acenteleri Birliği'nin (ASTA) turistlerden uymalarını istedikleri ekoturizmin on kuralı şunlardır (ASTA, 2012):

1. *Ekosistemin hassasiyetine saygı gösterin. Eğer hepimiz ekosistemin korunmasına yardım etmeye çalışmazsak, gidilen güzel yerlerin gelecekte burada olmayacağını anlamalıyız.*
2. *Gidilen yerde sadece ayak izlerinizi bırakın. Sadece resim çekin, resim çizmeyin ve etraftı kirletmeyin. Tarihsel ve doğal alanlardan hatıra olsun diye bir şeyler almayın.*
3. *Seyahatini daha anlamlı yapmak için, gideceğiniz yerin kültürü, davranışı, gelenekleri, coğrafyası hakkında kendini eğit.*
4. *Yöre halkının özel hayatına ve onuruna saygı göster. İnsanların fotoğrafını çekerken onlara sor.*
5. *Nesli tehlike altındaki hayvanlar ve bitkilerden yapılmış ürünleri satın alma*
6. *Gidilen yerde sadece belirtilen patikayı takip et. Hayvanları, bitkileri ve onların doğal habitatlarını rahatsız etme.*
7. *Çevreyi korumaya çalışan kuruluşları ve programları öğrenin ve destekleyin.*
8. *Mümkün olduğunca motorlu araç kullanmayın, bunun yerine yürüyün. Arabanızı park edince, motoru durdurun.*
9. *Çevre koruma faaliyetlerinde bulunan konaklama, ulaştırma işletmeleri ile tur operatörleri ve seyahat acentelerini kullan.*
10. *İşletmeleri ve rehberleri çevre kuruluşlarına üye olmaları için teşvik et.*

Çevre konusunun sürekli gündemde olduğu gelişmiş ülkelerdeki insanların doğal olarak çevre duyarlılıklarının daha fazla olması beklenir. ABD yapılan bir araştırma, etik ve sorumlu seyahat bilinci ile İngiliz ve Avusturyalı seyahat edenlerin yüzde 70'i çevreye sorumlu bir tutum ile bir otelde iki hafta kalmak için 150 \$ kadar ödeyebileceklerini ortaya koymuştur. Ekoturistlerin çoğu çevreyi koruyan firmalarla seyahat edeceklerini ve bunun için fazla para ödeyebileceklerini söylemişlerdir. Sürdürülebilir turizm ve ekoturizm gibi kavramların kullanılması gerekliliği diğer birçok araştırmalar da göstermektedir. İngiliz Turizm Acenteleri Birliği için 2000'de yapılan bir araştırmaya göre İngiliz turistlerin % 85'i çevreyi bozmamanın önemli olduğunu belirtmiştir; % 71'i turizmin yerel halka fayda sağlaması gerektiğini düşünmektedir (PeoplevePlanet, 2012).

Yukarıda belirtilen yetersizlikler, belirsizlikler ve gereksinimler, akademik bağlamda, seyahat acentelerinin çevreyle ilgilerinin ve bu ilgilerini web sitelerinde yansıtıp yansıtmadıklarının, yansıtıyorlarsa, bu yansıtmanın doğasının incelenmesini gereğini de ortaya çıkartır. Türkiye'de seyahat ve konaklama işletmelerinin internet kullanımına ilişkin artan sayıda yayınlanan çalışma olmasına rağmen, çevresel içeriklerinin belirlenmesine yönelik yapılmış inceleme henüz bulunmamaktadır. Hatta yapılan araştırma sonuçlarına göre internet sitelerinde yer verilen faktörler arasında bile bulunmamaktadır. Hem bu araştırma gereksinimine katkıda bulunmak hem de bir başlangıç araştırmasıyla var olan eksikliği gidermeye katkıda bulunmak için bu araştırma tasarlandı. Dolayısıyla, araştırma seyahat



acentelerinin web sitelerinde çevreyle ilgilerini gösteren anlatıların bulunup bulunmadığı ve çevreyle ilgili yönelimlerini çıkarsamak ve bu yönelimin sürdürülebilirlik ve ekoturizm ilkeleri ile karşılaştırılması temel önerilerde bulunmak için tasarlandı.

## **Yöntem**

### ***Nüfus ve Örneklem***

Genelde son yıllarda internet yoluyla hizmet satın alınması ve pazarlama unsurları, ulaşılan müşteri kitlesi açısından daha fazladır. Bu nedenle müşteri kitlelerinin daha hızlı ve fazla kullandığı iletişim kanalı olarak varsayılan acentelere ait internet sitelerinde içerik analizi yapılmasına karar verildi. Amaç “kendilerini nasıl ifade ettiklerine” bakarak, kendileri hakkında, varsa, nasıl bir çevresel imaj sunduklarını bulmak ve bundan hareket ederek çevreyle ilgili yönelimlerini belirlemektir.

Parametrik inceleme yapılacağı için, önce araştırma nüfusu “Türkiye’de internet sitesi olan seyahat acenteleri” olarak belirlendi. Sonra, bu nüfusa ulaşma yolları arandı ve en güvenilir ve pratik yolun TÜRSAB’ın internet sitesindeki adreslerin olduğu sonucuna ulaşıldı. TÜRSAB internet sitesindeki tüm acentelerin isimlerine ve adreslerine bakıldı ve internet sitesi adresi verenler kaydedildi. Bu yolla erişilebilir nüfusu ve örneklem çerçevesini belirlemek ve ardından örneklem almak zaman kaybı olacağı için, erişilebilir tüm nüfusun kullanılmasına karar verildi. Bu süreç sonunda, 1832 acentenin internet sitesi olduğu bulundu ve bu sayfalar incelendi. İçerik analizi formlarında ölçülecek birimler ve nasıl bir yol takip edileceği konusunda pilot inceleme yapıldı. Bu bağlamda: Acente internet sitelerine nasıl ulaşılabileceği ve ulaşılan internet sitelerinde hangi sayfaların inceleneceği belirlendi. İnternet sitelerinde yapılan ön çalışmalar sonucunda internet sitesindeki tüm uzantıların incelenmesinin analiz açısından zor olacağı belirlendi. Bu bağlamda acenteye ait ilk sayfa açıldığında kullanıcı bu sayfa ile karşılaşacağından ve acente ile ilgili ilk çevresel imajı buradan alabileceği varsayılarak acentelerin internet sitelerine girildiğinde ilk sayfasındaki “hakkımızda” uzantısından veya bu bölüm yoksa ilk sayfadan çizelgedeki sorulara yanıt aranmasına karar verildi.

### ***Analiz ve Değerlendirme***

Yapılan içerik analizi ile birbirine bağlı üç tematik yapıdan hareket ederek temel yönelimler belirlenmiştir:

- (1) Acentelerin internet sitelerindeki metinde çevreyle ilgili bir konu işlenmiş mi?
- (2) İşlenmişse, verilen önem nedir?
- (3) İşlenmişse, çevreyle ilgili hangi temalar ele alınmaktadır?

Araştırmada, içerik analiziyle yukarıda belirtilen tema ve yönelimlerle ilgili olarak saptamalar yapıldı. Böylece, içerik analiziyle elde edilen bulgulardan hareket ederek,

acenteler hakkında çevre konusuyula ilgili çıkarımlar yapılabildi. Bu yolla, niceliksel araştırmaya ek olarak, seyahat acentelerinin internet sitelerinde çevresel konuya yer verdikleri bölümün karakterine ve bu karakterden hareket ederek, acente-çevre ilişkisinde sunulacak önerilerle ilgili önemli bilgilere ulaşılmış olundu.

Bu tasarımda, içerik analizinde veri toplayabilmek için (ölçme yapabilmek için) şu süreçler kullanıldı. Birinci ölçmede “acentenin internet sitesinde çevre koruma ile ilgili bir anlatının olup olmadığı” sorusuna yanıt arandı. Acente, internet sitesinde “çevre koruma ile ilgili bir anlatı” kullanmışsa “VAR”, kullanmamışsa “YOK” olarak değerlendirmeye tabi tutuldu. Eğer “YOK” tespiti yapılırsa, bu bulgu diğer ölçmelerde de yokluğu ifade ettiğinden o acenteye ilişkin analiz için fazla okumaya gerek kalmadı. Sonraki aşamada “çevrenin korunmasına ilişkin anlatının ne veya neler üzerinde durduğu” sorusuna yanıt arandı. Ancak, belirlenenler dışında ele alınan çevre koruma konusu varsa onlar da çizelgeye veri toplayan tarafından eklendi.

Nicel analizler tek değişkenin kendi içindeki dağılımını bulmayı amaçladığı ve ölçmeler kategorili olduğu için frekans analizi kullanıldı.

## **Bulgular**

Çalışma kapsamında 61 ilde ulaşılan 1382 acentenin % 96,1’i A grubu ve geri kalan % 3,9’u da C grubu acentelerden oluşmaktadır.

Çevresel ilgi bağlamında web sitelerinde ilk gösterge olarak, içerikte çevreyle ilgili bir anlatının olup olmadığına bakıldı. Bu bağlamda, web sitelerinin sadece % 2,7 gibi küçük bir kısmında, çevre ile ilgili bir içerik olduğu bulundu. Ardından, çevreye verilen önem belirlendi. Çevre ile ilgili söyleme yer veren web sayfalarının hiçbirisi söylemini herhangi bir ana başlık veya alt/diğer başlık altında sunmamıştır. Sadece iki web sayfasında çevre ögesi içeren bir söylem “ilk bakışta göze çarpan büyük bir başlıkla” sunulmuştur. Geri kalan 33 web sayfasında, çevre ile ilgili söylem, birkaç cümleden oluşan bir paragraflık anlatı biçimindedir (Tablo 1). Bu bulgular, web sayfalarında çevreyle ilgili söylemlerin de çevre duyarlılığı ve çevreye önem verme bağlamında oldukça yetersiz olduklarına işaret etmektedir.

Tablo 1. Çevresel Anlatının Acentenin Web Sitesinde Nasıl Yer Aldığı (n=1382)

<b>Anlatı</b>	<b>Sayı</b>	<b>%</b>
İlk bakışta göze çarpan büyük bir başlıkla sunulmuş	2	5,7
Herhangi bir diğer başlık gibi sunulmuş	0	0
En az birkaç cümleden oluşan bir paragraf olarak sunulmuş	33	94,3
Sadece bir cümlede geçmiş	0	0
Sadece bir veya birkaç kelime olarak geçmiş	0	0
<b>Toplam</b>	<b>35</b>	<b>100</b>

İnternet sitesinin analizinde, üçüncü olarak, çevre bağlamında 12 çevresel öğeden/kavramdan hangilerinin var olduğu belirlendi (Tablo 2). Tablodaki dağılımdan kolayca görüldüğü gibi, internet sitesi olan acentelerin 12 kavrama yer vermesi % 0,1 ile en çok % 2,4 arasında değişmektedir. İnternet sitelerinin % 2,4'ünde çevre/doğa koruma kavramı geçmektedir, onu, sırasıyla, yöre halkına saygı (% 1,2), alternatif turizm (% 0,9) ekoturizm (% 0,5), sürdürülebilir turizm (% 0,4) takip etmektedir. Üçüncü olarak çevreyle ilgili söylemlerde sunulan temalar incelendi. Tablo 2'de açıkça görüldüğü gibi internet sitelerindeki çevreyle ilgili söylemlerin önemli bir kısmı, acentelerin faaliyetleri sunulurken yerleştirilen bir veya birkaç cümlelik açıklamalardan öte gitmemektedir.

Tablo 2. Çevresel Öğelerin Web Sitesindeki Kullanımının Dağılımı (n=35)

	YOK		VAR	
	N	%	N	%
Sürdürülebilir turizm	1377	99,6	5	0.4
Ekoturizm	1375	99,5	7	0.5
Alternatif turizm	1370	99,1	12	0.9
Çevre/doğa koruma	1347	97,6	35	2.4
Çevre sorunu	1376	98,6	5	0.4
Çevre bilinci/eğitimi	1377	99,7	4	0.3
Yöre halkına saygı	1366	98,8	16	1,2
Yaban hayatını koruma	1379	99,8	3	0.2
Bitki örtüsü koruma	1379	99,8	3	0.2
Su kaynaklarını koruma	1379	99,8	3	0.2
Denizi koruma	1381	99,9	1	0.1
Çevre sloganı	1378	99,8	3	0.2

İnternet sitelerindeki çevreyle ilgili anlatıların önemli bir kısmı, aşağıda da görüldüğü gibi, faaliyetlerini sunarken yerleştirilen bir veya birkaç cümlelik açıklamalardır.

Sürdürülebilir turizm ile ilgili anlatılar aşağıdaki gibidir:

- *Sürdürülebilir turizm ilkelerini benimser ve bu konuda gerekli çabayı harcar.*
- *Yurt içi ve yurt dışı organizasyonlarımızda insanların kültürel değerlerine, doğaya ve çevreye saygılı, sürdürülebilir turizm ilkelerine, verdiğimiz sözlere bağlı, en önemli kaynağımız olan çalışanlarımızın ve turizme yeni açılmış yerlerdeki tedarikçilerimizin eğitimine katkıda bulunmak.*
- *Türkiye harikulade zengin tarihe, kültüre ve doğaya sahip bir ülkedir. Biz bütün bu değerlerin geleceğe aktarılmasını istiyoruz.*
- *Turumuz "sürdürülebilir turizm" ilkelerini benimser.*

Ekoturizm ile ilgili anlatılar:

- *Turlarımızı sürdürülebilir ve sorumlu ekoturizm ilkelerinden ödün vermeden yapmaya gayret ediyoruz. Amacımız ekoturizmin gelişmesi ve tanıtımıdır.*

- *Doğa ile barışık olan ve sürdürülebilir tek turizm olan ekoturizmi kitlelere sevdirmek, yeni doğaseverler kazandırmaktır.*
- *Aktiviteler; ekoturizm.*
- *Genel itibari ile ekoturizm faaliyetlerini kapsamaktadır.*

Alternatif turizm ile ilgili anlatılar şunlardır:

- *Türkiye’de kitle turizminin yanında alternatif turizm türlerinin gelişmesi.*
- *Ülkemizde ve dünyada gelişmekte olan turizm sektöründe alternatiflerin artması ve insanların kendi ülkeleri dışındaki diğer ülkelerin kültürlerini, yaşam biçimlerini, tarihi ve doğal değerlerini öğrenmek istemeleri sonucunda turizm sektörünün çerçevesi de genişlemiştir.*
- *Çeşitli alanlarda yaklaşık 25 yıllık bireysel birikimlerini alternatif turizm alanına taşımaya amaçlayan bu girişim, özellikle doğaya saygılı yolculuk, küçük grup seyahatleri, ekoturizm ve kontrollü macera turları üzerine yoğunlaşmaktadır.*

Çevreyi/doğayı koruma ile ilgili anlatılar:

- *Çevreci ve korumacı yaklaşımı ile tur düzenlediği bölgelerin flora ve faunasına, kültürel değerlerine ve insanına saygı duyar.*
- *Vizyonumuz, koşulsuz müşteri memnuniyeti esasına dayalı güvenilir ve çevreye saygılı turizm faaliyetleri gerçekleştirmektir.*
- *Önce insana, topluma, çevreye ve yasalara karşı saygı.*
- *Varoluş nedenimiz doğanın korunmasına katkıda bulunmak.*
- *Dinamik, toplum ve çevre yapısına duyarlı olabilmek.*
- *Temel değerlerimiz; topluma, çevreye ve yasalara karşı saygı ve sorumluluk.*
- *Yıllardır kendi insanımıza ülkemizin tarihini, kültürel mekânlarını, doğal yaşam ve kaynaklarını tanıtmaya, korumasını öğretmeye, gezdirmeye çalıştık.*
- *Antik kentleri gezerken esere dokunmayız. Üzerlerine çıkmayız, yazı yazmayız ve kazı alanlarından değersiz bile olsa parça almayız. Yerlere çöp ve sigara izmariti atmazız. Çöplerimizi doğada bırakmayız. Aracımıza kadar taşır ve araçta görevli arkadaşımıza teslim ederiz. Turlarımızda tüketici davranmayız. Mümkün olduğunca çöp üretmemeye özen gösteririz.*
- *Temel kültürel ve ekolojik hedefi çevre üzerinde etkiyi en aza indirmektir.*
- *Çevreyi korumakla yükümlü olan sorumluluk sahibi turizmi benimser.*
- *Kalite politikamız topluma ve çevreye saygılı bir şirket olarak uzun yıllar bu sektörde olabilmek, kalıcı olmak.*

- Bölgenin altyapı ve çevre problemlerini titizlikle takip ederek yol, kanalizasyon ve çöp sorununun çözümünde üyeleri ile birlikte en önemli yeri almıştır.
- Faaliyet alanı ve hizmet metotları yönünden çevreye zarar vermeden, çevreyle dost şekilde çalışmaktadır.
- Çevre ile ilgili yasal mevzuatlara ve düzenlemelere uyulacaktır.
- Atıklarımız; olanaklarımızın müsaade ettiği ölçüler içerisinde azaltılarak, çevreye en az zarar verecek şekilde bertaraf edilecektir.
- Doğal kaynakların kullanımı azaltılarak, geri dönüşümlü malzemelerin kullanımına özen gösterilecektir.
- Çevresel performansımız ISO 14001 çevre sistemine paralel olarak sürekli geliştirilerek kirlilik önlenecektir.
- ISO 14001 Çevre Yönetim Sistemi belgeleri, hizmet kalitesini standartlar bazında da kanıtlamaktadır.
- Turizm, temizlik, lojistik sektörlerinde topluma ve çevreye olan sorumluluk bilinci ile şirketimizin hedeflerini, stratejik ve değerleri doğrultusunda; tüm faaliyetlerimizde doğal çevreyi korumaya enerji tasarrufuna önem veririz.
- Yurt içi ve yurt dışı organizasyonlarımızda insanların kültürel değerlerine, doğaya ve çevreye saygılı, sürdürülebilir turizm ilkelerine, verdiğimiz sözlere bağlı, en önemli kaynağımız olan çalışanlarımızın ve turizme yeni açılmış yerlerdeki tedarikçilerimizin eğitimine katkıda bulunan, tüm çalışanlarımızın katkısıyla ulaşılan noktalarda hedef büyüterek sürekli iyileştirme odaklı, adı kalite ile birlikte anılan firmamızı, alanında rakipsiz kılmak, müşteri memnuniyetini zamanında, hizmet ve güvenilir kalite ile sağlamak temel politikamızdır.
- Etik değerler çerçevesinde hizmet kalitesinden ödün vermeyen, kurum kültürü ile ön plana çıkan, topluma, çevreye ve yasalara karşı saygı ve sorumluluğunu yerine getirir.
- Çevreye duyarlı olarak kaliteli üretim ve hizmetin sağlanması şirket kalite politikamızın esasını oluşturur.

Yöre halkına, kültürüne saygı ile ilgili anlatılar şöyledir:

- Turlarında, yöre insanların gelenek ve göreneklerine aykırı ve yörenin özgün yapısına zarar verecek davranışlardan kaçınır.
- Yöre halkının ve misafirlerin çıkarları gözetilecek.
- Dinamik, toplum ve çevre yapısına duyarlı olabilmek.
- Yerleşim birimleri veya kırsal alanlarda yerel halkın fotoğrafını çekerken mutlaka önceden izin alırız. Yerel halkın şivesini taklit etmeyiz.

- *Yöre halkının örfünü ve adetini dikkate alan sorumluluk sahibi turizmi benimser yöre halkını ve mimarisini yansıtan küçük butik otellerde konaklarız.*
- *Topluma duyarlı davranışlar sergileyerek kitlelerin güven ve desteğini sürekli kılmak.*
- *Toplumsal değerlere sahip çalışma yaşamını sürdürmek.*

#### Çevre bilinci/eğitimi ile ilgili anlatılar:

- *Yıllardır kendi insanımıza ülkemizin tarihi, kültürel mekanlarını, doğal yaşam ve kaynaklarını tanıtmaya, korumasını öğretmeye, gezdirmeye çalıştık.*
- *Çalışanlar, müşteriler ve taşeronlar çevre konusunda bilinçlendirilecektir.*
- *Tarih bilincini ve çevre duyarlılığını birlikte geliştirmeye çalıştık.*
- *Yeşil doğamız ve mavi denizlerimiz için aralıksız devam eden personel eğitimleri, gönüllü çalışmalarımız, sosyal kurum ve örgütlerle dayanışmalı çalışmalarımız aktivitelerimizden bazılarıdır.*
- *Rehberlerimizi, konularında uzman, yöreyi iyi bilen profesyonel kişiler arasından seçeriz.*

#### Yaban hayatını (fauna) ve bitki örtüsünü (flora) koruma ile ilgili anlatılar:

- *Çevreci ve korumacı yaklaşımı ile tur düzenlediği bölgelerin flora ve faunasına saygı duyar.*
- *Doğal alanlardaki canlıları olumsuz etkilemiyor olmalıdır.*
- *Hazırladığımız tüm programlarda, insana, kültürel değerlere, flora ve faunaya, jeolojik değerlere, zamana saygıyı ön planda tuttuk.*
- *Yaban hayatına saygılı olan ve avlanmak deyince sadece fotoğraf avcılığını anlayanlar acentemiz ile gezmeyi tercih ediyor.*
- *Genel ideolojimiz gidilen bölgenin kültürünü yakından görebilmenizi sağlamak, doğal güzelliklerle, fauna ve florayla tanışmanızı sağlamak. Türkiye'nin en büyük serveti olan doğal kaynaklarını, dağlarıyla, denizleriyle, ormanları, gölleriyle ve içindeki habitattıyla birlikte farkındalığını sağlamak, eşsiz fauna ve florasını tanıtmak ve korumak, binlerce yıl onlarca medeniyete ev sahipliği yapmış Anadolu'nun kültürlerini yaşamak ve yaşatmaktır tüm amacımız.*

#### Çevre sloganı kullanan anlatılar:

- *Doğada ve her yerde.*
- *Gidin, görün ve ait olduğunuz coğrafyaya sahip çıkın!*
- *Turizmde “yeni neslin temsilcisi”*

Su kaynaklarını koruma ile ilgili anlatılar:

- *Su ve enerji kullanımında doğayla uyumlu yöntemleri tercih eder.*

Çevre derneği üyeliği ile ilgili anlatılar şöyledir:

- *Acentemiz Türkiye'nin doğasının önde gelen koruyucularından Doğa Derneğinin iş ortağı olarak kuruldu.*

### **Sonuçlar ve Tartışma**

Analiz sonucunda, acentelerin web sitelerinin sadece % 2,7 (35 acente) gibi küçük bir kısmında, çevre ile ilgili bir anlatı olması acentelerin ilgi azlığına işaret etmektedir. Sunulan çevre ile ilgili anlatıların karakterine bakıldığında ortak faktörleri;

1. Doğa/çevre koruma
2. Çevresel eğitim,
3. Yerel kalkınma ve katılımcılık,
4. Sürdürülebilir kullanım

olarak özetlenebilmektedir. Bu durum acentelerin çevreye duyarlı ve bilinçli olduklarının ve ilgili anlatıların sürdürülebilirlik ve ekoturizm ilkeleri ile bütünleştiğinin göstergesi olabilir. Fakat, web sayfalarında çevresel söylemi sadece imaj yapmak için sunmak veya pazarlama aracı olarak kullanmak elbette asla olumlu bir gelişmeye işaret etmez.

Ancak çoğu tur operatörleri ve seyahat acenteleri yanlış yönlendirici reklamlar ve sahte imaj veren isimlerle pazarlama yapmaktadırlar. Örneğin “en iyi şekli ile doğa” “ekocennet” “eko macera” “sadece doğal duygu” gibi. Ancak bu şekilde pazarlama tehlikeli bir potansiyele sahip olabilir. Çünkü turizm işletmecileri ve tur operatörleri bir ürünü yeşil olarak pazarlamakta, fakat aslında her zamankinden farklı bir iş yapmamaktadırlar. Tanıtım ve pazarlama yapanlar her şeye bir ekolojik etiketi yapıyor: Kosta Rika’da Eko-Rent-A-Car, Meksika’da Eko Taksiler, Eko Sinemalar ve Eko Otoparklar. Latin Amerika’da, “Proyectos ecoturísticos” toplum geliştirme projelerinden jet ski’lere kadar her şeyi satıyor (Mader, 2002:272). Pazarlama, çevreci imajı yaratmak ve geliştirmek isteyen şirketler tarafından yapılır. Bunun altında yatan gerekçe şudur: Eğer firma kendini çevreye karşı duyarlı gösterirse, daha çok tercih edilecektir. Ancak, bazı sorunlar olduğu genel olarak kabul edilmektedir. Problemler iş eğiti ve ekoturizm ilkelerinin uygulanması şeklinde ortaya konmaktadır. Uluslararası Ekoturizm Topluluğu (TIES) Direktörü Honey’e (2004) göre, en merkezdeki zorluk “turizm işletmelerinin çevresel ve sosyal etkilerini ölçmek için kullanılacak standartların nasıl belirleneceği ve sürdürülebilir uygulamalara uyanların nasıl tespit edileceğidir”. “Gerçek ekoturizmi” kurtarıcı olarak sunan Honey, “birçok yerde, ekoturizm ilkelerinin bozulduğu ve sulandırıldığı, özünden kaçırıldığı ve saptırıldığı” yönünde sağlam kanıtlar olduğuna işaret etmektedir. Gerçekten de, ekoturizm üç farklı çeşidin

bulunduğu bir karışıma benziyor: Birkaç çevresel uygulamayı benimsenmiş olan “Ekoturizm-lite” işletmeleri; pazarlamalarında yeşil retoriği kullanan ama ilgili prensip ve uygulamaların hiç birini izlemeyen “Yeşile boyanmış kandırmacalar” ve “Gerçek ekoturizm” ya da çevresel ve sosyal açıdan sorumlu uygulamalar yapmaya çabalayan işletmeler. Araştırmalar bazı seyahat acentelerinin gerçek ekoturizm ilkelerine ve amaçlarına dikkat etmeksizin seyahat ve turlar düzenlediğine işaret etmektedir (Erdogan, 2010). Kitle turizmi yapan firma ve tur operatörleri, sektörün giderek krize girmesi nedeniyle aslında gene kitlesel müşteri sayısını hedefleyerek ama “ekoturizm” kavramının cazibesinden de yararlanarak; onları hem eski geleneksel ortamlara hem de hem de doğal ortamlara, her türlü araçlarla ve yoğunluğun ortaya çıkaracağı olumsuz sonuçları göz ardı ederek taşımaktadırlar (Avcı, 2010). Benzer şekilde, “ekoturizm olarak konumlandırılmış tüm turizm ürünleri gerçek anlamda sürdürülebilir değildir” (Chang-Hung ve diğ., 2004:151)

Çevre bilinci yüksek, bilgi edinmeye eğilimli ve seçici turistlerin işletmeleri çevreye daha duyarlı olmaya yönlendireceği beklenir. Fakat bilinç ve davranış arasındaki ilişki dikkate alındığında, bilinçli turistlerin taleplerinin uygulamaya yansıtılmadığı sürece turizmde gelişme mümkün olsa bile, çok sınırlı kalacaktır. Dolayısıyla, önemli sorunlardan birisi de çevrecilik anlayışının bilinç aşamasından uygulama aşamasına geçirilmemesidir. Ayrıca, turistlerin her şeyin üstünde rahat ve eğlenceli bir tatil deneyimini tercih ettiğini çok iyi bilen turizm endüstrisinin, çevre ile ilgili koruyucu kaygılara ve kurallara sahip olması, ancak belirli bir koruma kültürü olan toplumlarda mümkün olabilir. Doğa kontrol edilecek ve kaçınılacak olarak değil, öğretici bir model olarak ele alınmalıdır. Bu nedenle çevresel, toplumsal ve ekonomik sistemlerin uzun dönemli sürekliliği ortak ve katılımcı yaklaşımı gerektirir. Öte yandan şunu da kesinlikle kabul etmek gerekir ki, sadece endüstriyel yapılar çevre bozulması yaratmadığı gibi endüstriler ve kamu örgütleri koruma ve sürdürme işini, istese de kendi başlarına yeterince yapamazlar. Toplumsal çevre peyzajının ayrılmaz bir parçası olan tüketici kitlelerinin de en azından kendi üzerine düşen sorumlulukları benimseyerek, kendi bireysel ve özgür faaliyetlerindeki davranışlarında çevreyi korumaya yönelik tutumlar göstermesi gerekir.

Ekoturizm toplantılarında ve belirlenen ilkelere çevresel duyarlılık ve yerel fayda vurgusunun tersine, ekoturizmin çevresel bozulmaya yol açacak şekilde gelişmesine uluslararası turizm pazarından değişik örnekler vermek mümkündür. En başta gelen konu, özellikle “yeşil ürün” pazarlaması yapan seyahat acentaları ve tur operatörlerinin bir kısmının katalog ve broşürlerinde “temiz, bozulmamış çevre” olarak sattıkları yerlerin aslında doğal çevre açısından hiçbir değeri olmayan yerler olduğu görülebilmektedir. Bunlar tamamen tüketicinin (turistin) aldatılmasına yönelik girişimlerdir. “Alternatif turizm” modellerinin geliştirilmesi suretiyle kitle turizmine bir alternatif pazar dilimi yaratmak isteği ekoturizm kavramının ortaya çıkmasında etkili olmuştur. Toplantılarda ve akademik makalelerde öne sürülen bu modellerde arz ve talep arasında optimum karlılığı sağlayacak bir denge



öngörülmektedir: Doğa dahil herkes fayda elde edecektir. Fakat özellikle gelişmekte olan ülkelerde, küçük ölçekli turizm faaliyetlerinin, kitle turizmine alternatif olamayacağı ve aynı ölçüde ekonomik kazanç imkanı yaratamayacağı da açıktır. Ayrıca, burada bir başka bakış hatası, kitle turizminin çevresel bozulma ile eşit anlamda görülmesi ve ekoturizmin ise çözüm olarak sunulmasıdır. Oysa, çevreye önem veren planlı bir turizm gelişimi ve kontrollü yürütülen kitle turizmi faaliyetleri de çevre üzerindeki olumsuz etkileri azaltabilecektir. Ekoturizm gibi turizm çeşitlerinin ağırlıklı olarak çevresel değerlere dayandıklarını ileri sürmeleri, sürdürülebilir turizm kavramının bir turizm çeşidi gibi algılanmasına ve bu turizm çeşitleri ile birebir ilişkilendirilmesine neden olmaktadır. Oysa sürdürülebilir turizm, hangi turizm çeşidi olursa olsun, çevresel değerlerin turizmin temel ögesi olarak korunmasını, turizm faaliyetlerinin çevreye sorumlu bir şekilde yürütülmesini ve turizmin ekonomik gelişmesi ile çevresel değerlerin korunması çabalarının eşgüdümle yürütülmesi gerekliliğini ifade etmektedir. Bunun da ne denli başarılı olacağı şüphelidir; çünkü başarı ancak ekonomik çıkar ile çevre koruma arasında destekleyici bir örtüşme olması gerekmektedir; ne yazık ki ekonomik çıkar maksimizasyonu doğal olanı kullanma ve sömürmeye dayalı olduğu için, tek çözüm mümkün olduğu kadar az zarar getiren politikalar ve planlar oluşturmak ve uygulamak olarak görünmektedir

Çevresel kaynakların korunması ve devamlılığının sağlanması bakımından seyahat acentelerinin de bu sürece katılarak neler yapabilecekleri ile ilgili çalışmaların artması ve faaliyetlerine aktarılması gerekmektedir. Turizm endüstrisi daha çok reklam ve promosyon nedeniyle çevre konusuna önem vermektedir. Fakat bu amacın doğasında çekici imajlar yaratma mı, yoksa sürdürülebilirlikle ilgili öne sürülen amaçlar ve sonuçlarla mı ilgilenmenin egemen olduğu sorusuna cevaplar oldukça çelişkilidir. Acente web sitelerinde yaptığı içerik analizine göre bir çok işletmenin pazarlama ve ekoturizm ürünlerinin teşviğinde yetersiz kaldığını ve özellikle de sunulan ekoturizm mesajlarının kısmen ekoturizm ilkeleri ile örtüştüğünü ortaya koymuştur. Yapılan araştırma sonucunda acentelerin web sitelerinin sadece % 2,7 gibi çok küçük bir kısmında çevre ile ilgili bir söylemin bulunması ve bu söylemin de çoğunlukla yüzeysel olması acente yapılanmasının, iş kültürünün ve günlük uygulamalarının çevresel ilgi ve performansın geliştirilmesi bakımından çok yetersiz olduğuna işaret etmektedir. Bu durum, acente iş kültürünün üzerinde düşünülmesi ve sürdürülebilir turizmi gerçekleştirecek yönde yapıcı ve geliştirici bir şekilde değişime uğraması gerektiğini göstermektedir. Sorun bilmeme sorunu değildir, çünkü 2012'deyiz ve herkes çevre ile ilgili bilgilere ve bilince sahiptir. Sorun bilinç ve çıkar ilişkisi sonucunda bilincin aldığı şekil ve bunun yönetsel kararlarda ve iş yapış biçiminde nasıl yansıtıldığıdır. Dolayısıyla, çevreye ilginin turizm sektörünün geleceği için önemli olduğu konusunun acentelerin benimsemesi ve günlük iş pratiklerinin bir parçası yapması ön plana çıkmaktadır. Seyahat acentelerinin çevresel ilgi düzeylerinin düşük olması nedeniyle, etkinliklerini sürdürülebilir turizm prensipleri ile birleştirmesi ve bu prensipleri çalışma stratejileri içine

sokması gerekmektedir. Bir işin sürdürülebilirliği, gerçekler ve ilişkiler hakkında imajlar yapma ötesinde, işin bağlı olduğu çevre dahil tüm faktörlerin sürdürülebilirliğine bağlıdır. Aynı zamanda sürdürülebilirlik konusunda web sitelerinde verilen mesajlar yoluyla yaratılan farkındalık ile bireyleri bilinçlendirerek sürecin içine daha fazla katılmalarına katkı sağlanmış olacaktır.

Teşekkür: Bu çalışmanın verileri araştırmaya katkı sağlayan Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu'na (TUBİTAK) sunulan projeden sağlanmıştır (Proje No: 107K200).

### **Kaynaklar**

ASTA (2003). The American Society of Travel Agents Ten Commandments on Eco-Tourism, <http://www.gdrc.org/uen/eco-tour/10-command.html>. Erişme tarihi: 03 Ekim 2012.

Avcı, H. B. (2010). TOD-EG Türkiye Ormancılar Derneği Ekoturizm Çalıştayı, Ankara, 35-40.

Baloglu, S. ve Pekcan. (2006). The Website Design and Internet Site Marketing Practices of Upscale and Luxury Hotels in Turkey, *Tourism Management*. 27: 171–176.

Ceballos-Lascurain, H. (1996). *Tourism, Ecotourism and Protected Areas*, Gland, Switzerland and Cambridge, UK,

Chang-Haug, T., P. F. J. Eagles, and Smith S. L. (2004). Profiling Taiwanese Ecotourists using a self-definition Approach. *Journal of Sustainable Tourism* 12 (2): 149-169.

Donohoea, H. ve Needhama, R. (2008). Internet-based Ecotourism Marketing: Evaluating Canadian Sensitivity to Ecotourism Tenets, *Journal of Ecotourism*. 7 (1): 15-43.

Erdoğan, N. (2003). Çevre ve (Eko)turizm, Erk Yayınları, Ankara,

Erdoğan, N. (2009). Turkey's Tourism Policy and Environmental Performance of Tourism Enterprises, *Tourism Enterprises and Sustainable Development*, içinde: *International Perspectives on Responses to the Sustainability Agenda*, (Editör: Leslie David), Routhledge, UK, 194-208.

Erdoğan, İ. (2010). TOD-EG Türkiye Ormancılar Derneği Ekoturizm Çalıştayı, Ekoturizmin Eleştirel Bir Değerlendirmesi, Ankara, 35-40.

Fennell, D.A. (2009). Ecotourism, *International Encyclopedia of Human Geography* Pages 372-376.

Honey, M. (2004). Ecotourism and certification. The International Ecotourism Society, Washington D.C. <http://www.ecotourism.org> ve <http://www.ips-dc.org/>

Karamustafa, K. ve Öz, M. (2010). Türkiye'de Konaklama İşletmelerinin Web Sitelerinde Yer Verilen Faktörlerin Başarımı, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*. 5 (2): 189-218.

Lai, P. ve Shafer, S. (2005). Marketing Ecotourism through the Internet: An Evaluation of Selected Ecolodges in Latin America and the Caribbean. *Journal of Ecotourism* 4 (3): 143-160.

Leung, Y., Marion, J. L., Farrell, T. A., (2001). The Role of Recreation Ecology in Sustainable Tourism and Ecotourism, ed: McCool S., Moisey R. N., Tourism, Recreation, and Sustainability: Linking Culture and the Environment. New York: CAB International,

Mader, R. (2002). Latin American Ecotourism: What is it? Current Issues in Tourism 5 (3&4): 272-278.

PeoplevePlanet (2012) Ecotourism - hope and reality. Erişme Tarihi: 03 Ekim 2012, <http://www.peopleandplanet.net/?lid=26809&section=47&topic=44>

Price, G. (2003). Ecotourism Operators and Environmental Education: Enhancing Competitive Advantage by Advertising Environmental Learning Experiences. Tourism Analysis. 8 (2-4): 143 -148.

Priskin, J., (2003). Characteristics and Perceptions of Coastal and Wildflower Nature-based Tourists in the Central Coast Region of Western Australia, Journal of Sustainable Tourism, 11 (6): 499-529,

Sangpikul, A. (2010). Marketing Ecotourism Through the Internet: A Case of Ecotourism Business in Thailand, International Journal of Hospitality & Tourism Administration. 11(2): 107-137.

Schwartz, K. ve Font, X. (2005). Working With Suppliers for Sustainable Development: Tour Operator Practices and Recommendations, Leeds: Leeds Metropolitan University,.

Tao, C. H., Eagles, P. F., Smith, S. L. J., (2005). Profiling Taiwanese Ecotourists Using A Self-Definition Approach, Journal of Sustainable Tourism, 12 (2): 149-169.

Tepelus, C. (2005). "Aiming for Sustainability in the Tour Operating Business", Journal of Cleaner Production. 13, , 99-107.

TIES - The International Ecotourism Society (2012). A Simple User's Guide to Certification for Sustainable Tourism and Ecotourism. Erişme Tarihi: 01 Ekim 2012. <http://www.ecotourism.org/certification-and-standards>

TÜRSAB (2010). Türkiye Seyahat Acentaları Birliği, <http://www.tursab.org.tr>, Erişme Tarihi: 7.03. 2010.

Wallace, G. N., Pierce, M. S. (1996). An Evaluation of Ecotourism in Amazonas, Brazil, Annals of Tourism Research, 23 (4): 843-873,

Weaver, D. (1997). Magnitude of Ecotourism in Costa Rica and Kenya, Annals of Tourism Research, 26 (4): 792-816,