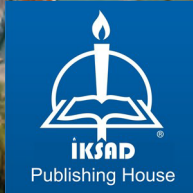


FETHİYE'NİN DOĞAL VE KÜLTÜREL ÖZELLİKLERİNİN TURİZM ÜZERİNE ETKİLERİNİN ARAŞTIRILMASI

Murat PALAZ

Editör: Doç. Dr. Yasin DÖNMEZ

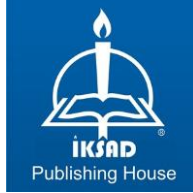


**FETHİYE'NİN DOĞAL VE KÜLTÜREL
ÖZELLİKLERİNİN TURİZM ÜZERİNE ETKİLERİNİN
ARAŞTIRILMASI***

Murat PALAZ

Editör:

Doç. Dr. Yasin DÖNMEZ



*Bu çalışma Karabük Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Kültürel Miras ve Miras Alan Yönetimi Ana Bilim Dalında Yüksek Lisans Tezi olarak yayınlanmıştır.

Copyright © 2023 by iksad publishing house
All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, distributed
or transmitted in any form or by
any means, including photocopying, recording or other electronic or
mechanical methods, without the prior written permission of the publisher,
except in the case of
brief quotations embodied in critical reviews and certain other
noncommercial uses permitted by copyright law. Institution of Economic
Development and Social
Researches Publications®
(The Licence Number of Publicator: 2014/31220)
TURKEY TR: +90 342 606 06 75
USA: +1 631 685 0 853
E mail: iksadyayinevi@gmail.com
www.iksadyayinevi.com

It is responsibility of the author to abide by the publishing ethics rules.
Iksad Publications – 2023©

ISBN: 978-625-367-009-2
Cover Design: İbrahim KAYA
March / 2023
Ankara / Türkiye
Size = 14,8x21 cm

ÖNSÖZ

Fethiye'nin Doğal ve Kültürel Özelliklerinin Turizm Üzerine Etkilerinin Araştırılması başlığı ile hazırlanan bu çalışma yerel halk ile yapılan görüşmeler ile birlikte Fethiye ilçesinde var olan ve yerel halk tarafından var olabileceği düşünülen alternatif turizm çeşitleri, Fethiye'nin turizm potansiyeli üzerine hazırlanmıştır. Çalışmanın birinci bölümü kapsamında Fethiye ilçesinde bulunan turistik değerler belirlenmiş gerekli alanyazın çalışması gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın ikinci bölümü için ise Fethiye ilçesinde bulunan yerel yönetim idarecileri, esnaflar, turizm sektöründe bulunan çalışanlar ve işyerleri ile görüşme yapılmıştır. Yapılan görüşmeler, görüşme formları ile kayıt altına alınarak istatistiksel analizlere katılmıştır. Yapılan görüşmeler etik sırasında ve sonrasında etik kurallar gereği hiçbir katılımcının kişisel bilgileri paylaşılmamıştır ve analizler sırasında katılımcılara birer kod verilmiştir. Elde edilen veriler sonucunda yerel halkın özellikle altyapı ve üstyapı yatırımları ile birlikte otopark sorununa dikkat çektiği görülmüştür. Ayrıca halkın turizmin 12 aya yayılması için ortak bir düşünce sundukları ve turizmin Fethiye'nin doğal ve kültürel değerlerine zarar vermediği düşüncesine sahip oldukları saptanmıştır.

Murat PALAZ

Doç. Dr. Yasin DÖNMEZ

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	i
İÇİNDEKİLER	iii
1. GİRİŞ.....	5
1.1. Turizm Kavramı	5
1.2. Dünya’da Turizm	7
1.3. Türkiye’de Turizm	8
1.4. Turizm Çeşitleri	8
1.4.1. Yayla Turizmi	9
1.4.2. Kültür Turizmi	9
1.4.3. İnanç Turizmi.....	10
1.4.4. Gastronomi Turizmi	12
1.4.5. Yat Turizmi	13
1.4.6. Kruvaziyer Turizm	14
1.4.7. Mağara Turizmi	14
1.4.8. Spor Turizmi.....	15
2. ARAŞTIRMA ALANINA AİT BİLGİLER.....	17
2.1. Fethiye Tarihi	17
2.2. Fethiye Coğrafi Özellikleri İklimi ve Bitki Örtüsü	18
2.3. Fethiye’nin Doğal Turistik Alanları.....	19
2.3.1. Babadağ.....	19
2.3.2. Belcekız Sahili.....	21
2.3.3. Çalış Plajı.....	22
2.3.4. Gemiler Adası.....	23
2.3.5. Girdev Gölü ve Yaylası	24
2.3.6. Kelebekler Vadisi	25
2.3.7. Ölüdeniz	27
2.4. Fethiye’nin Kültürel Alanları.....	29
2.4.1. Afkule Manastırı.....	29
2.4.2. Amintas Kaya Mezarları.....	30
2.4.3. Kayaköy (Yörük Kenti).....	32
2.4.4. Letoon Antik Kenti.....	33

2.4.5. Pınara Antik Kenti.....	34
2.4.6. Tlos Antik Kenti.....	35
3. BULGULAR	37
3.1. Araştırma Bulguları.....	37
3.2. Araştırma Verilerinin İncelenmesi	38
4. SONUÇ ve ÖNERİLER.....	47
KAYNAKÇA	50

1. GİRİŞ

Sanayi devriminden sonra turizm her alanda gelişimini sürdürmeye devam etmektedir. Turizm sektörü ülkelerin gelir kaynaklarının büyük bir bölümünü oluşturarak, günümüzde önemli bir endüstri kolu haline gelmiştir (Öztürk vd. 2021a; Türkmen ve Aykaç, 2021). Bu konuda büyük yatırımlar yapan devletler, oluşan kazanç payından en fazla alma eğiliminde olup, yeni arayışlar içerisine girmeye devam etmektedirler.

Yerli ve/veya yabancı turistlerin farklı yerleri görmek, farklı deneyimler elde etmek amacıyla gittikleri yerlerin sahip oldukları özellikler her zaman sorgulanabilir durumdadır. Doğal ve kültürel özellikler bunların başında gelmektedir. Her ne kadar popüler olma durumu devam eden 3S (Deniz, Kum, Güneş) turizmi, yerini yavaş yavaş farklı alanları görme, tanıma ve yaşama isteğine bırakmaktadır.

Bir destinasyonun sahip olduğu güzellikler ve buna bağlı olarak da sahip olunan imkanlar çekicilik unsurlarının başında yer alır (Yasin ve Türkmen, 2017). Fethiye pandemi öncesi ve sonrası yerli ve yabancı turistler tarafından en fazla ziyaret edilen turizm destinasyonlarının başında yer almaktadır. Sahip olduğu plajları, tarihi alanları ile yılın on iki ayı çeken kent, ilgiyi her daim üzerine çekmektedir.

Bu çalışmada Fethiye’de turizm sektörü ile direkt ilgili olan veya dolaylı yoldan ilgili olan bireyler, yerel yöneticiler, esnaf ve yerel halktan oluşan bir çalışma grubu belirlenmiştir. Fethiye'nin sahip olduğu özellikleri turizm üzerine etkileri konusunda görüşmeler yapılarak değerlendirilmeye çalışılmıştır.

1.1. Turizm Kavramı

İnsanlık tarihi boyunca insanlar birçok farklı nedenden dolayı buldukları yerlerden farklı yerlere doğru yer değiştirme faaliyetinde bulunmuşlardır. İnsanlar giriştikleri bu faaliyetleri gerçekleştirirken farklı ulaşım yolları kullanmakta ve varılan yerin konaklama imkânlarından faydalanmaktadırlar. İnsanlık tarihi kadar eski olan bu faaliyetler “turizm” kelimesi adı altında incelenmeye başlanmıştır (Kozak, 2012).

Dünyada bankacılık sektöründen sonra en hızlı gelişen sektörlerin başında turizm sektörü gelmektedir (Kulualp ve Karadağ,

2019). Hizmet sektörleri arasında bulunan turizm sektörü ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel etkilere yol açan çok yönlü faaliyet alanlarıdır (Doğanay ve Zaman, 2001; Dönmez ve Türkmen, 2019).

1963'te Birleşmiş Milletler Uluslararası Seyahat ve Turizm Konferansında insanların buldukları ülkenin dışında bir ülkeyi ziyaret edenler için ilk defa “ziyaretçi” tanımını kullanmıştır. Yine aynı konferansta ziyaretçiler iki kategoride incelenmiştir. Birinci kategorideki ziyaretçiler geçici ziyaretçiler olarak tanımlanmış ve bu ziyaretçiler 24 saatten daha az süreli ziyaret gerçekleştiren kişilerdir. İkinci kategorideki ziyaretçiler ise 24 saatten uzun ve farklı amaçlar için farklı destinasyonda bulunan ziyaretçilerdir (Camilleri, 2018). Turizm sektörünün daha iyi anlaşılabilmesi açısından “turizm” kavramının açık bir şekilde yapılması önemlidir. Fakat turizmin çok yönlü ve geniş bir sektör olmasından kaynaklı olarak birçok farklı tanım yapılmıştır.

Turizm kavramının ilk tanımı 1905'te Guyer-Feuler tarafından yapılmıştır. Guyer-Feuler'a göre turizm insanların değişen ihtiyaç ve dinlenme ihtiyaçlarına, doğanın eşsiz güzelliklerini keşfetme isteğine sanat ve doğanın insanlara mutluluk verdiği inancına dayanan, sanayi ve ulaşım yollarının gelişmesi ile birlikte milletlerin ve toplumların birbirlerine yaklaşmasına, iletişim kurmasına imkân veren modern çağ faaliyetidir (Esen ve Uyar, 2016, s. 2). Bu tanımda Guyer-Feuler daha çok insanların dinlenme ve keşfetme ihtiyaçları üzerinde durulduğu görülmektedir.

Bormann ise turizmi tanımlarken seyahat üzerinde durmuştur. Bormann'a göre “turizm dinlenme, eğlence, ticari ve mesleki faaliyet amacı ile yapılan faaliyetler, özel toplantılar veya olaylar nedeniyle yapılan seyahatlerin tümüdür.” Bu tanımda Bormann ana kriter olarak ise ikamet adresinden yapılan seyahat faaliyetlerinin geçici olmasıdır (Berber, 2003).

Walter Hunziker ve K. Krapf ise daha sade ve anlaşılır bir ifade ile turizmi “sürekli ve düzenli kalmaya dönüşmemek ve kazanç sağlayıcı bir faaliyette bulunmamak koşulu ile yabancıların, kısa veya geçici süreli kalma veya konaklamalarından doğan olay ve ilişkilerin tümü” olarak açıklamıştır (Aydın, 2017).

Dünya Turizm Örgütü ise turizm sektörünü tanımlarken aslında yapılan bütün tanımlamaların sade, anlaşılır ve kısa bir özetini

gerçekleştirmiştir. Dünya Turizm Örgütü'ne göre turizm “insanların yaşadıkları destinasyondan başka destinasyonlara, kalıcı olmamak şartı ve bir yıldan az-24 saatten fazla olmak şartıyla maddi bir kazanç beklentisi olmadan dinlenme, spor, kültür, sağlık vb. ihtiyaçlarını karşılamak için gidilen destinasyonlarda turistik ürünleri satın alınması talebine dayanan tüm faaliyetlerdir” (Kozak vd., 2001; Doğanay ve Zaman, 2001).

1.2. Dünya'da Turizm

Tarihte sürekli bir faaliyet olarak göze çarpan seyahatler özellikle 1950'li yıllardan sonrasında modern anlamda turizm seyahatleri ön plana çıkmıştır. Bu durumun değişmesinde gelişen ekonomik dengeler ve sosyo-kültürel değerlerin önem kazanması etkili olmuştur. 19. yüzyılda başlayan bu modern hareketlilik 20. yüzyıl itibariyle ülkelere kattığı ekonomik ve sosyo-kültürel değerler ile ülkelerin gelişiminde öncü sektörlerden bir haline gelmiştir (Karataş ve Babür, 2013).

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü verilerine göre 2017 yılından dünyada toplam 1,33 milyar insan, 2018 yılında 1,40 milyar insan, 2019 yılında ise 1,46 milyar insan turistik faaliyetlere katılmıştır. Ayrıca dünyada 2017 yılında turistler toplamda 1,3 trilyon dolar harcama yaparken 2018 yılında 1,5 trilyon dolar harcama gerçekleştirmişlerdir. Bu veriler ışığında turizm sektörünün dünya ve ülkeler açısından önemi daha anlaşılır duruma gelmektedir. Dünya (Dünya Turizm Barometresi, 2020).

2019 yılında turizm ve seyahat faaliyetlerinin dünya ekonomisine bazı diğer etkileri şu şekildedir:

- Dünya Gayri Safi Yurtiçi Hasıla'sına 8,9 trilyon dolar,
- Küresel Gayri Safi Yurtiçi Hasıla'sının %10,3'ü,
- 330 milyon çalışan, dünya çapında her 10 kişiden 1'i turizm sektöründe çalışmaktadır,
- Toplamda 948 milyar dolar toplam sermaye yatırımı,
- Ziyaretçi ihracat geliri toplam 1,7 trilyon dolardır (dünyadaki toplam ihracatın %6,8'i, küresel hizmet ihracatının %28,3'ü)

1.3. Türkiye’de Turizm

Türkiye jeopolitik konumu, 4 mevsimin en güzel anlarını yaşatan iklim yapısı, bitki örtüsü, geçmişten günümüze her zaman ekonomik ve ticaret yollarında bulunması, insanlık tarihi için önemli kalıntılara sahip olması gibi birçok özelliği ile bir turizm cenneti sayılabilir. Türkiye’nin sahip olduğu özellikler ve çok çeşitli turistik ürünlere sahip olmasından dolayı turizm sektörü ülke açısından önem kazanmaktadır.

Türkiye açısından turizm sektörünün kalkınma açısından önemini anlaşılmaması 1963 yılında başlayan beşer yıllık kalkınma planlarında turizm sektörüne ait kararların alınması ile başlamıştır. Fakat bu süreç biraz daha geç dönemde başlayarak öncül ve önemli hamleler 1980’li yıllarda atılmıştır (Okumuş, 2019).

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından her dönem düzenli olarak açıklanan turizm verileri incelendiğinde Türkiye’ye (TÜİK, 2020):

- 2017 yılında 37.969.824 yabancı turist giriş yapmış ve toplamda 26.283.656 dolar turizm geliri elde edilmiştir.
- 2018 yılında 46.112.592 yabancı turist giriş yapmış ve toplamda 29.512.926 dolar turizm geliri elde edilmiştir.
- 2019 yılında ise 51.747.198 yabancı turist giriş yapmış ve toplamda 34.520.332 dolar turizm geliri elde edilmiştir.

TÜRSAB tarafından Turizmin İthalat/İhracat İçindeki Payı 1969/2019 başlıklı raporunda 2019 yılında Türkiye’de elde edilen turizm gelirlerinin ihracata olan oranı %20,1’dir (TÜRSAB, 2020). Bu oran gelişmekte olan bir ülke için oldukça önemli bir düzeydir.

1.4. Turizm Çeşitleri

Çalışmanın bu bölümünde turizm çeşitlerine değinilecektir. Çalışma kapsamında bilgi kalabalığı yaşanmaması ve konudan fazla uzaklaşmaması için amacına göre turizm çeşitleri ele alınılmıştır. Amacına göre turizm çeşitlerinden Fethiye’ye uygun olanlar gerekli çalışmalar sonucunda belirlenmiş ve literatür taraması yapılmıştır.

1.4.1. Yayla Turizmi

Turizm sektöründe en revaçta olan ve en çok tercih edilen tür deniz-kum-güneş turizmi olarak geçen eğlence ve dinlenme turizmidir. Son dönemlerde turizmde çevre ve doğa temasının artması ile birlikte yeni turizm çeşitleri belirlenmiştir. Bu turizm çeşitlerinden biri de yayla turizmidir (Zaman vd., 2007; Kendir vd. 2019).

Turistlerin yaz aylarında dinlenmek, doğayı tanımak, temiz hava isteklerini karşılayabilmek için, genellikle dağlık alanlarda tatillerini geçirmek suretiyle yaylalarda gerçekleştirdikleri turizm faaliyetine yayla turizmi denmektedir. Türkiye coğrafik yapısı ve tarihten aldığı özellikleri ile birlikte oldukça geniş bir yayla kültürüne sahiptir. Ayrıca Türkiye'nin her bölgesinde yaylaların bulunması ve yerel halkın yaylaları faal olarak kullanması yaylacılığın sürdürülebilirliği açısından önem arz etmektedir. Bu sebeplerden dolayı yayla turizmi Türkiye'de yayla turizmi doğal ve ekolojik turizmin en önemli unsurlarından biri haline gelmektedir (Çelenk, 2020).

Yayla turizmi içinde kış, kayak, orman, mağara, gibi doğal güzellikleri barındırabilme dinlenme, eğlence, sağlık, festival, avlanma, rafting gibi farklı turistik ürünlere sahip olması yayla turizmini cazip hale getirmektedir. Ayrıca yayla turizmi yapısı gereği doğayı koruma ve geliştirme potansiyeline sahip olduğu için düzenli ve koruyucu bir biçimde değerlendirilmesi önemlidir (Haberall, 2011).

Türkiye'de 1990'lı yıllarda başlayan yayla turizmi tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de geç başlamıştır. Türkiye'nin 2023 stratejilerinde de yer alan yayla turizmi faaliyetleri Türkiye'nin gelişimi açısından önemlidir. Türkiye'nin hemen hemen her bölgesinde var olan yaylaların turizme kazandırılması ve korunarak geliştirilmesi önemli bir noktadır.

1.4.2. Kültür Turizmi

İnsanlar birçok farklı sebepten dolayı turizm faaliyetlerine katılmaktadır. Gelişen dünya ve insanların entelektüel sermayeleri ile birlikte merak duygularının da gelişmesi ve geçmişten günümüze var olmuş farklılıkları tanımak için de turizm faaliyetleri yapılmaya başlanmıştır. Gelişen teknoloji ve sürekli olarak dünya ve insanlık

tarihi açısından önem arz eden kalıntıların bulunması, insanların farklı toplumları ve kültürlerini merak etmesi, tanımak istemeleri bu faaliyetleri daha da geliştirmeye olanak sağlamaktadır (Türkmen ve Yaşar, 2017; Öztürk vd. 2018; Öztürk vd. 2021b).

Kültür ve turizm her zaman için ayrılmaz bir ikili olmuştur. Kültürel ürünler turizm açısından bir motivasyon oluşturmakla birlikte turistik faaliyetleri de cazip hale getirmeye başlamıştır. Özellikle 1980'li yıllardan itibaren iyice artan kültürel merak beraberinde literatüre Dünya Turizm Örgütü tarafından yapılan ve günümüze kadar devam eden “kültür turizmi” kavramını da getirmiştir. 1990'lı yıllarda yapılan çalışmalar ile birlikte kültür turizmine yapılacak olan katılımların tüm uluslararası turizm faaliyetlerinin %37'si olarak belirlenmiştir (Richards, 2003).

Bu denli hızlı gelişen ve büyük bir Pazar payı oluşturan kültür turizmi için akademik çalışmalar hızlanmış ve şekillenmiştir (Türkmen ve Yasin, 2015; Öztürk vd. 2020; Öztürk vd. 2021c). Poria, Reichel ve Biran (2006), kültür turizme katılan turistleri üç farklı kategoride incelenmiştir. Birinci kategoride kültür turistleri, kültürel miras niteliğindeki destinasyonları ziyaret eden tüm turistleri içermektedir. İkinci kategoride destinasyonun kültürel niteliğini bilen ve bu yönde ziyaret eden turistlerdir. Üçüncü kategoride bulunan turistler ise kültürel miras ile motive olan ve o mirası kendi mirası olarak gören turistlerdir (Santa-Cruz ve Lopez- Guzman, 2017).

Türkiye tarihin ilk çağlarından itibaren birçok farklı medeniyete, kültüre, inanç sistemlerine sahiplik etmesinden dolayı kültür turizmi için oldukça cazip bir merkezdir. Dünya'nın birçok destinasyonundan farklı olarak tüm insanlığın kendinden bir parça, bir miras bulabileceği alan olmasından dolayı kültür turizminin desteklenmesi önemlidir.

1.4.3. İnanç Turizmi

İnsanlık ve insanlar için en önemli noktalardan biri de inanç sistemleridir. Dünyanın bilinen ilk turizm faaliyetlerinden hatta daha öncelerinden beridir insanlar sahip oldukları inanç sistemleri için seyahatler gerçekleştirmektedir. Bu faaliyetler Roma, Yunan, Mısır ve İndus vadisi uygarlıklarına kadar geriye gitmektedir. İnsanlar kutsal kitaplarda ve yazıtlarda yer alan inançları için kutsal sayılan

yerleri, inançları hakkında daha fazla bilgi edinme, hayranlıklarını giderme, inançlarına olan bağlılığı göstermek için ziyaret etmektedirler. Günümüzde halen yoğun bir şekilde devam eden bu faaliyetler inanç turizmi kavramı ile incelenmektedir (Uysal, 2019).

İnanç turizmi dünyanın birçok yerinde yapılmaktadır. Bunlara bazı örnekler şu şekildedir; İslamiyet ve Müslümanlar için Mekke-Medine şehirleri, Hristiyanlık için Kudüs, Roma ve Efes, Brahmanlık için Benares, Musevilik için Kudüs bu şehirlerden bazılarıdır (Sargin, 2006, 3). Sayılan bu şehirler inanç ve dinler için kutsal sayılan yerlerdendir. Bu yerler dışında dini motiflerin bulunduğu şehirler, inanç merkezleri (camii, kilise, tapınakhane vb.), çeşitli merkezler (Balıklıgöl- Şanlıurfa, Akdamar Kilisesi- Kars vb.) inanç turizmi kapsamında ziyaret edilen yerler arasındadır (Öztürk vd. 2020).

Dünya çapında ekonomik getiri açısından da oldukça önemli olan bu turizm çeşidi çok fazla insanın bir araya gelmesini sağlamaktadır. Mekke'yi ziyaret ederek Hac vazifelerini gerçekleştiren insan sayısı yılda ortalama iki milyondur. İsrail'e giden turistlerin yaklaşık dörtte biri inançları için faaliyet göstermektedirler. Her yıl, beş milyon kişi Fransa'da Lourdes'e gidiyor ve hac ziyaretlerini gerçekleştiriyor. Ayrıca yılda yirmi sekiz milyon Hindu hacı Hindistan'daki Ganj Nehri'ne gidiyor (CollinsKreiner, 2010, s. 154).

Bu durum sadece ziyaret edilen alanları değil bulunduğu ülkeyi, yol güzergahı üzerindeki diğer destinasyonları, destinasyonda bulunan turistik ürünleri (yerel ürünler veya inanç turizmi kapsamında kullanılan ürünler), konaklama, yiyecek-içecek işletmelerini de etkilemektedir. Bu kapsamda her yıl milyonlarca insanın gerçekleştirdiği, temelinde inancın yattığı ama her alanı etkileyen bu faaliyetler oldukça önem kazanmaktadır. En önemli geçim kaynağı olan tarımın sektörünün desteğinin azaldığı, yerel üretimin desteklenmediği ve üretim değeri olan ancak unutulmaya yüz tutan değerlerin (ürünlerin) göz ardı edildiği bir yer haline dönüşen köyler, giderek fakirleşmeye ve yalnızlaşmaya başlamıştır (Ögdül, 2013).

1.4.4. Gastronomi Turizmi

Gastronomi turizmi oldukça yeni ve revaçta olan, turistlerin ilgisini çeken akademik anlamda da araştırmalara oldukça açık bir turizm türüdür. Meydana gelen bu yeni tür ülkelerin ve bölgelerin geliştirilmesi, geçmişten bugüne sahip oldukları gastronomi kültürünü yaşatmak-korumak için önem kazanmıştır (Sarıışık ve Özbay, 2015).

Geçmişten günümüze aralarında her zaman bir bağ olan gastronomi ve turizm kavramları artık beraber “gastronomi turizmi” kavramı ile incelenmektedir. Gastronomi her ne kadar yiyecek ve içecek ile ilgili olsa da kavrama turizm eklenince sosyo-kültürel ve ekonomik ilişkisi de artmaya başlamıştır. Bu kapsamda üreticiler, işletmeler, yerel halk, yerel pazarlar bu yeni kavram ile birlikte yeniliklere başlamışlardır. Yemek faaliyetleri aynı zamanda bulunduğu bölgenin kültürel yapısını sunması ile birlikte kültürel faaliyetlerinde gelişmesine fayda sağlamaktadır. Bundan dolayı gastronomi turizmine katılanlar bir nevi kültür turizmine de katılmaktadırlar (Aliyeva, 2020).

Gastronomi kültürlerin sahip olduğu aynı kültür içindeki bölgelerde dahi farklılık gösteren o bölgenin yeme-içme alışkanlıkları ile mutfak kültürünü yansıtan yiyecek-içecek hazırlama teknikleridir. Gastronomi turizm ile birleşince yerel halkın ve o bölgenin gastronomi unsurlarının gelişmesine ve markalaşmasına olanak sağlar. Hızlı bir şekilde gelişim gösteren bu turizm türü; şarap, bira, peynir, çikolata, yöresel yemekler gibi birçok başlığı kapsamaktadır. Gastronomi turizminde başarı sağlayan İtalya, İspanya, Fransa, Almanya, Avustralya gibi ülkeler bu açıdan örnek teşkil etmektedir (Şahin ve Ünver, 2015).

Gökdeniz ve arkadaşları (2015) yaptıkları çalışmada istatistiki verilere dayanarak 2004 yılında yiyecek-içecek faaliyetlerinin Türkiye toplam turizm gelirinin 3,1 milyar dolarını, 2014 yılında gelindiğinde ise yiyecek-içecek faaliyetlerinin ise toplam turizm gelirinin 6,5 milyar dolarını karşıladığını belirlemiştir. Bunlar dışında gastronomi turizmi dünya açısından da oldukça önem teşkil etmektedir.

Örneğin, bazı seyahat organizasyonları (Intrepid Travel, 2004) düzenli olarak Asya, İtalya ve Fransa'ya gurme veya gastronomi

tatilleri sunmaktadır; Toskana ve Provence'ta yemek kursları ile tatiller; Avustralya'da Melbourne ve Sidney genellikle yiyecek ve şarap ve restoran destinasyonları olarak pazarlanmaktadır. Bu bağlamda, Avustralya Turist Komisyonu-ATC, ulusal turizm politikası ve planlaması kapsamında gastronomi turizmine taahhüt veren ilk destinasyon pazarlama organizasyonlarından biriydi (Kivela ve Crotts, 2006).

1.4.5. Yat Turizmi

Deniz turizmi, dünya genelinde turistlerin liman ve marinalara gelmeleri ve bu alanlarda yeme-içme, konaklama dahil tüm ihtiyaçları karşılayarak deniz, nehir ve göl boyunca deniz taşıtları ile hareket etmeleri olarak tanımlanabilir. Deniz turizmi birçok farklı faaliyeti barındırabilir. Yelken, yat, jet ski, kruvaziyer, dalış, eğlence vb. faaliyetleri içeren bu turizm çeşidi aynı zamanda Besteiro Rodríguez (2004)'e göre “temas halinde aktif tatiller”dir. Temas halinde aktif tatiller boş zamanlarda her türlü su sporuna ve su etkinliklerine izin verirken turistlerin istedikleri zaman liman ve marinalarda konaklayarak destinasyonda bulunan doğa, kıyı gibi her türlü turistik ürünü keşfetmesi anlamına gelmektedir (Alcover vd., 2011).

Yat turizmi ise turistlerin yata ulaşması ile birlikte, istediği turistik faaliyetleri gerçekleştirdikten sonra yatı terk etmesi arasında gerçekleşen turizm türüdür. Yat turizmi yatçılık, marina, liman, yat yapıcısı ve birçok farklı sektörü bir araya getirebilme potansiyeline sahiptir. Üç tarafı denizlerle kaplı Türkiye’de 8333 km sahil şeridi uzunluğu bulunmaktadır ve bu durum Türkiye’yi yat turizmi açısından potansiyel bir hale getirmektedir (Olgaç, 2001).

Yat turizminin hedef kitlesi de diğer turizm türlerine göre biraz farklılık göstermektedir. Yat turizminin hedef kitlesi şu şekildedir (İldırım, 2017):

- Gelir düzeyi yüksek olan turistler,
- Genç ve orta yaştaki turistler ile yüksek eğitime sahip çocuksuz yeni evli turistler,
- Farklı hobilere sahip turistler,
- Seyahat deneyimi ve isteği yüksek turistler,
- İnternet kullanımı yüksek turistlerdir.

1.4.6. Kruvaziyer Turizm

Günümüzde gelişmekte olan kruvaziyer gezintileri 1970'li yıllardaki kruvaziyer gezintilerinden çok farklıydı. Aslında kruvaziyer turizmin temelleri 1960'lı yıllara kadar gitmektedir. ABD ve Avrupa arasında kesintisiz uçak yolculuklarının başlaması ile birlikte kruvaziyer faaliyetlerinde değişimler başlamıştır. O dönemlerde yolcu taşıma amaçlı olan bu faaliyetler zamanla kumarhaneler, restoranlar, spa hizmetleri, eğlence, kıyı gezintileri gibi farklı alternatiflerle yolcu taşıma dışında oldukça karmaşık ve spesifik bir boyut kazanmıştır (Brida ve Zapata, 2010).

Kruvaziyer turizm türü uluslararası arenada turizm sektörünün önemli büyüme alanlarından biridir. Kruvaziyer turizminde en büyük pay yaklaşık %50'lik bir ziyaret ile Karayip bölgesine aittir. Karayip bölgesi ardından Akdeniz, Alaska, Panama Kanalı, Batı Meksika ve Kuzey Avrupa kruvaziyer turizminde en çok ilgi çeken alanlardır (Dwyer ve Forsyth, 1998, s. 393). Bu potansiyel ile birlikte kruvaziyer gemileri sahil şeridinde sahip olan ülkelere iyi bir ekonomik getiri sağlayabilir. Kruvaziyer turizminin bir ülke ekonomisine olan katkısı beş ana başlık altında incelenebilir. Bunlar (Brida ve Aguirre, 2008):

- Kruvaziyer turuna katılan turistler ve mürettebatın harcamaları,
- Tur operasyonu, merkez ve bayi çalışanları ile çalışma alanları, pazarlama ekipler vb. bölgesel çalışmalar,
- Kruvaziyerlerin genel harcamaları ve ihtiyaç duydukları mal ile hizmetler,
- Limanlarda bekleme veya uğrama için yapılan harcamalar,
- Kruvaziyerlerin bakım harcamalarıdır.

1.4.7. Mağara Turizmi

Sürdürülebilir turizm kapsamında önem kazanan turizm türlerinden biri de eko turizm kavramıdır. Eko turizm kavramı, günümüz ve gelecek nesiller için bir turizm destinasyonunda doğal ve kültürel kaynakların akıllıca kullanılması olarak anlaşılmaktadır. Kore'de popülerlik kazanan ve dünyanın hemen hemen her yerinde devam eden başlayan eko turizm çeşitlerinden biri de mağara turizmidir (Kim vd., 2008).

Bir destinasyonda bulunan ve turistik ürün olarak

değerlendirilebilen mağaraların turizme kazandırılması ile birlikte yapılan turistik faaliyetler mağara turizmi kavramı ile açıklanmaktadır.

Mağaralar dışında mağara turizmine katılan turistlerinde profilleri ve faaliyetler için ihtiyaç duydukları gereksinimler yeni bir pazar oluşturmaktadır. Meydana gelen bu pazarda en önemli sorunlardan biri de mağaraların doğal yapısının insan faaliyetleri sonucunda bozulmasıdır. Örneğin turistlerin ayakkabıları ile dışarıdan getirdikleri çamurlar, kullanılan uygun olmayan ışıklandırmalar, insan vücudundan ve nefesinden meydana gelen amonyak gazı bu olumsuzluklara bazı örneklerdir (Russell ve MacLean, 2007).

Mağara turizmine katılan turistler kimi zaman turizmin özelliklerinden olan eğitim sebebiyle kimi zamanda macera nedeniyle mağaraları ziyaret edebiliyorlar. Doğal birer kaynak olan mağaralar turizm sektörü dışında ülkelerin çevre politikaları ve çevre bilincini kontrol açısından oldukça önem kazanmaktadır. Devletler ve turizm sektörü dışında arkeoloji ile olan yakın ilişkisinden dolayı akademik olarak da oldukça önemlidir. Özellikle arkeologların yaptıkları çalışmalar ile geçmişe ışık tutan mağaralar turistlerin kültür açısından da ilgisini çektiği için turizm sektörünü hareketlendirici birer unsur olma haline gelmektedir (Okonkwo vd., 2017)

Yapılan faaliyetler turizmi canlandırırken bu doğal kaynaklar için aynı zamanda bir tehlike arz etmektedir. Bu durumdan kaynaklı olarak hem çevresel hem de sosyal sorumluluk açısından önem arz eden doğa turizmi çeşidinden olan mağara turizmine daha çok önem verilmesi gerekmektedir (Dowling, 2013).

1.4.8. Spor Turizmi

Spor turizmi, “sporum turizm çabalarının bir aracı olarak kullanılması” olarak tanımlanmıştır. Spor turizmine katılan katılımcılar hem aktif katılımcı olabilirken hem de izleyici olabilirler. Katılımcıların bu şekilde farklılaşması spor turizminin hareketliliği açısından önem kazanmaktadır (Kurtzman, 2005).

Spor turizmine katılan katılımcı veya izleyiciler zaman zaman destinasyon seçiminde kendi istekleri dışına farkına varmadan çıkabilmektedirler. Asıl amacı seyahat etme ve bir spor etkinliğine

katılmak olan turistler spor turizminin düzenlendiği destinasyonun itici gücüne maruz kalabilirler. Bazı spor etkinliklerinin ise belirli dönemde sabit yerlerde yapılması da turistler için destinasyon seçimini ortadan kaldıracıdır (Kurtzman ve Zauhar, 2005).

Günümüzde dünyanın en büyük sosyal fenomen faaliyetleri olarak spor gösterilmektedir ve turizm ise en hızlı gelişen sektördür. Bu derece önemli olan bu iki kavramın bir araya gelmesi ve birlikte planlanması her iki sektör açısından da önemlidir. Bu iki sektörün bir araya gelmesinde ve “spor turizmi” kavramının gelişmesinde önemli olan bazı unsurlar ise şu şekilde sıralanmaktadır (Zauhar, 2004):

- Olimpiyatlar, şampiyonalar ve dünya çapında düzenlenen aktiviteler neticesinde spor turizmi kavramı önem kazanmıştır.
- Spor turizminin potansiyel önemi sayesinde yeni kahramanlar ve simgeler için izleyici (tarafdar) toplanmaktadır. Ayrıca özellikle gelişmiş ülkelerde her yaş grubu için spor ile sağlıklı yaşam aktiviteleri spor ve turizm kavramlarını bir araya getirmeye yardımcı olmaktadır.
- Bireyler, gruplar ve topluluklar arasında yerel, ulusal, uluslararası dostluğu ve anlayışı geliştirmede spor ile turizm kavramlarının bir araya gelmesinin önemli etkisi vardır.
- Turizm eğilimleri açısından ilerleyen dönemlerde boş zamanları belirli dönemlere ve gruplara ayırma çabaları spor ile birlikte dört mevsim turizm hedefini sağlayabilir.
- Spor turizmi her turizm çeşidi gibi ülkelere ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel açıdan önemli gelişmelere yol açmaktadır. Spor turizminin diğer turizm çeşitlerine göre bir farkı ise spor turizminin ihtiyaç duyduğu alanlardır (Stadyum, olimpiyat sahaları, ralli güzergahları, spor salonları vb.). İhtiyaç duyulan bu alanlar her türlü yeraltı ve yerüstü yatırımlarına ek olarak yapılan ve kendi alanına özgü olmakla beraber çok amaçlı kullanılabilen alanlardır.

Spor Uluslararası Konseyi'nin (STIC) yaptırdığı bir çalışmaya göre spor turizmi faaliyetleri neticesinde elde edilen gelirler, dünyadaki toplam turizm gelirlerini %32'sini oluşturmaktadır (Gürsoy, 2016).

2.ARAŞTIRMA ALANINA AİT BİLGİLER

Çalışmanın bu bölümünde Muğla'nın Fethiye ilçesine ait genel bilgiler ile birlikte doğal ve kültürel alanlarına ait bilgiler yer almaktadır.

2.1.Fethiye Tarihi

Fethiye Türkiye'nin güneybatısında bulunan Muğla ilçesinin en büyük ve kalabalık ilçesidir (bkz. Şekil 1). İlçenin ilk kuruluş tarihi net olarak bilinmemekle beraber milattan önce 5. yüzyıla kadar uzandığı tahmin edilmektedir. Fethiye konumu ve doğal güzellikleri ile bir turizm cenneti olmasının yanında tarih boyunca önemli medeniyetlere ev sahipliği yapmasından dolayı bir açı hava kültür merkezi konumundadır.



Şekil 1: Fethiye ilçesi lokasyonu

Antik çağda Telmessos olarak anılan Fethiye eski Likya uygarlığının önemli kentlerinden biri olmuştur. Eski rivayetlere göre güneş tanrısı Apollon tarafından kurulan bu kent Apollonun oğlu olan Telmessos'un adını taşımaktadır. Tarihi boyunca Likya uygarlığı, Pers İmparatorluğu, Romalılar (Bergama Krallığı), Bizans İmparatorluğu, Osmanlı İmparatorluğu'na ev sahipliği yapmasından dolayı birçok farklı isim kazanmıştır. Likya döneminde "Telmessos",

Bizans döneminde “Anastasiapolis” Menteşeoğullarının Osmanlı İmparatorluğuna katılması ile “Meğri” adını alan kent 1934’de Şehit Pilot Fethi Bey’e ithafen bugünkü adı olan “Fethiye” adını almıştır (Muğla Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2021a; Güner, 2002).

2.2. Fethiye Coğrafi Özellikleri İklimi ve Bitki Örtüsü

Fethiye ilçesi kendi gibi Türkiye’nin önemli turizm merkezlerinden olan, Marmaris’e 136 km, Muğla’ya 137 km, Bodrum’a 241 km, Antalya’ya 210 km ve İzmir’e 376 km uzaklıktadır (Güner, 2002, s. 2). Doğusunda Seydikemer ilçesi, kuzeybatı bölgesinde dalaman ilçesi, kuzeyinde Denizli ili ve güneyinde tüm güzelliği ile Akdeniz bulunmaktadır (Muğla Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2021a).



Şekil 2: Fethiye ve çevre iller göstergesi (Kaynak: Niche Gallery, 2021)

Fethiye ilçesinin yüzölçümü 3,055 km²'dir ve bu özelliği ile bağlı olduğu Muğla ili dâhilen geniş yüz ölçümüne sahiptir. Fethiye'nin batı kanadında Fethiye körfezi, güney kanadına Mendos dağı, Babadağ kütlesi ve aya Yarımadası yer almaktadır. İlçenin doğu ve kuzey kanatlarında ise Toros dağlarının batı uçları yer almaktadır (Dinler, 2014). Fethiye ilçesi tipik bir Akdeniz iklimine sahiptir.

2.3. Fethiye'nin Doğal Turistik Alanları

Çalışmanın bu bölümünde Fethiye ilçesinde bulunan hem bölge hem de Türkiye turizmi açısından önemli doğal turistik bölgeler hakkında bilgiler verilecektir. Doğal alanın tarihçesi, özellikleri, turistik değeri, yapılan ve yapılması mümkün turizm çeşitleri belirlenerek gerekli literatür çalışması tamamlanacaktır. Fethiye ilçesinde bulunan doğal turisti alanlar aşağıda başlıklar altında incelenmiştir.



Şekil 3: Fethiye ili turistik alanlara ait görsel (Kaynak: Niche Gallery, 2021)

2.3.1. Babadağ

Babadağ, Güneybatı Anadolu'da bulunmaktadır ve 1969 metre ile Toros Dağlarının en kuzeybatı ucudur. $36^{\circ}31'42''K$ $29^{\circ}11'06''D$ boylamlarında bulunan Babadağ kuzeyde Fethiye Kemer, doğuda Kemer Korkuteli karayolu, batı ve güneybatıda Ege Denizi ile çevrilidir. Babadağ'da genel olarak Akdeniz iklimi hâkim olmaktadır. Kış aylarında çoğunlukla 1400 metrenin üzerinde olan

kar sınırı bazen 800 metrelere kadar düşmektedir (Kırmacı ve Ağcagil, 2018).

Babadağ gerek özellikleri gerek çevresel güzellikleri ile turizm açısından oldukça önemli bir doğal alandır. Kısmen kış sporlarına, doğa yürüyüşlerine, extrem sporlara olan yatkınlığı, paraşüt ve yamaç sporlarına uygun iklimi, yayla turizmine olan yatkınlığı turizm açısından değerlendirilmesi gereken bir alandır.

Özellikle yamaç paraşütü açısından oldukça önemli bir alan Babadağ bölgenin önemli çekim merkezlerinden biridir. Yılda yaklaşık olarak 150 bine yakın yamaç paraşütü atlayışı yapılan bölge bazı uluslararası etkinliklerinde düzenlenmesi ile oldukça önem kazanmaktadır. Ayrıca Babadağ ekolojik açıdan sahip olduğu bitki ve hayvan çeşitliliği ile eko turizm açısından önemlidir. Tarihi Likya medeniyetine ev sahipliği yapması ile son yıllarda düzenlenen tarihi Likya yürüyüş yolları ile popüleritesi artmıştır. Babadağ eteklerinde kurulan Hisarönü ve Ovacık beldeleri yapısı ile turizm açısından turistik belde özelliği taşımaktadırlar (Davras ve Uslu, 2019). Aşağıda Babadağ'a ait olan görselde yamaç paraşütü yapan turistlere ve yamaç paraşütü etkinlikleri için hazırlanmış olan alan gösterilmektedir.



Şekil 4: Babadağ iline ait bir görsel

2.3.2. Belcekız Sahili

Belcekız sahili Fethiye'nin önemli turistik alanlarından biridir. Belcekız sahili Fethiye'nin diğer turistik alanlarından biri olan Ölü Deniz'e oldukça yakındır. Dirlik (2005)'e göre Belcekız "Belceğiz" kelimesinden türetilmiştir. Eskiden yöre halkının buradan çıkan ve şifalı olduğuna inanılan acı suyu sebebiyle burayı ziyaret etmişlerdir (Türker vd., 2016).

Doğal güzelliği dışında efsanelere sahip olan alanın tarihi açıdan da önemi vardır. Bir efsaneye göre:

"Eski çağlarda bölgeden geçen gemiler temiz suyu almak için sahile yaklaşırlarmış. Bu seferlerden birinde kaptanın genç oğlu su almak için geldiği sahilde Belcekız adındaki kıza âşık olmuştur. Genç her seferde sahile inerek genç kızla görüşür ve aralarındaki aşk büyür. Bir gün yine sefere çıkan gemi bölgeden geçerken fırtınay yakalanır. Genç kaptan olan babasına Belcekız koyunu önermiş fakat babası oğlunun aşık olduğu Belcekız'ı görmek için yalan söylediğini düşünerek koya girmez. Fırtınadan dolayı genç çocuk ölür. Sevdiğinin öldüğünü gören genç kız ise kendini kayalıklardan atarak öldürür. Bu hikâyeden sonra genç çocuğun öldüğü yere "Ölüdeniz" genç kızın öldüğü yere ise "Belcekız" adı verilmiştir"



Şekil 5: Belcekız'a ait bir görsel

2.3.3. Çalış Plajı

Deniz, kum, güneş turizmi olarak bilinen literatürde eğlence ve dinlenme turizmi başlığı altında incelenen turizm çeşidi için oldukça önemli olan Çalış plajı Fethiye ilçesinin önemli doğal alanlarından biridir.

Fethiye kent merkezine yaklaşık olarak 5 kilometre uzaktadır ve Şövalye Adasının karşısında yer almaktadır. 4 kilometrelik kumsala sahip olan plaj boyunca önemli turistik mekanlar bulunmaktadır. Bu özelliği ile şehrin turizm faaliyetlerine ekstra katkıları artmaktadır. Sahilde “carettacaretta” cinsi deniz kaplumbağalarının kuluçka alanlarının bulunması sahilin dünyaca ün kazanmasına yardımcı olmaktadır. Ayrıca gün batımını izlemek için dünyanın en iyi yerlerinden biri olarak nitelendirilmektedir (Koylu, 2007).

Plajın yaz aylarında deniz, kum, güneş turizmi açısından oldukça elverişli olması nedeniyle turizm potansiyeli yüksektir. “Carettacaretta” cinsi kaplumbağaların kuluçka yerlerine sahip olması ile eko turizmine yakın bir potansiyel taşıması, denizin sakinliği ve sahip olduğu özellikleri ile su altı ve su üstü etkinliklere elverişli olması plajın birden fazla turizm çeşidini içinde barındırmasını sağlamaktadır. Aşağıda Çalış Plajına ait görsel yer almaktadır.



Şekil 6: Çalış Plajına Ait Bir Görsel

2.3.4. Gemiler Adası

Fethiye ilçesinin önemli turistik mekanlarından olan ve birçok alternatif turizm çeşidine uygunluğu ile oldukça değerli bir potansiyele sahip noktalardan biri de Gemiler Adasıdır.

Gemiler Adası Fethiye açısından oldukça önemli olan Kayaköy'ün batısında bulunan küçük koyun karşısında bulunmaktadır. Gemiler Adasına Ölüdeniz veya Gemiler Koyu olarak adlandırılan küçük koydan tekneler ile ulaşılan bir adacıktır. Ada 5.

Yüzyılın önemli dini merkezlerinden biri olarak bilinmektedir. Burada Bizans dönemine ait kilise, şapel ve sivil yapılara ait tarihi kalıntılar bulunmaktadır. Adanın bir diğer adı da St. Nicolas'tır. Hristiyanlık açısından önemli olan bu ada Hristiyanlığın ilk yayılma merkezlerinden biri olarak bilinmektedir (Koylu, 2007).

Kilise 5. yüzyılın dini merkezlerinden biri olmanın yanında önemli yerleşim merkezlerinden biridir. Ada surlar ile çevrilidir. Ayrıca adada surlar dışında birçok şapel, dört adet kilise ve bir bölümü yıkılmış halde 2 kilise arasında bulunan tüneller vardır. Adanın en yüksek yerinde bulunan ve bir yangın sonucu yandığı tahmin edilen Zirve Kilisesi bulunmaktadır. Bu kilisede yapılan arkeolojik ve kültürel çalışmalar sonucunda birçok mitolojik olayın yer aldığı mozaikler ve geometrik desenler bulunmuştur (Bozyiğit ve Tapur, 2010).

Gemiler Adası bünyesinde birçok farklı turizm çeşidini bir arada bulundurabilme özelliğine sahiptir. Bu özelliği ile birlikte var olan önemi artmaktadır ve turizm sektörü açısından oldukça değerli bir hale gelmektedir. Tarihi özelliği ile özellikler Hristiyanlık açısından dini turizmin uygulanabileceği bu ada dünyanın önemli dini turizm merkezlerinden biri olma potansiyeli taşımaktadır. Bir ada olmasından dolayı ve yakınlarında koylarında bulunmasından dolayı yat turizmi açısından önemli bir merkez olabilme özelliği bulunmaktadır. Adanın doğal özellikleri adaya eko turizm kapsamında turizm seyahatlerin yapılmasına olanak sağlarken aynı zamanda tüm insanlık için kültür turizminin önemli merkezlerinden biri olma özelliği vardır. Ayrıca ada çevresinde her türlü su altı ve su üstü faaliyetlerin yapılabilmesine uygun bir deniz yapısının olmasından dolayı spor turizmine ve su altı turizmine uygundur.



Şekil 7: Gemiler Adasına Ait Bir Görşel

2.3.5. Girdev Gölü ve Yaylası

Fethiye ilçesi yaylalar açışından oldukça zengin ve elverişli alanlara sahiptir. Coğrafi özelliklerinin ve ikliminin yaylalar için uygun olması, geçmişten beri bölgede yaşamış olan halkın yaşam tarzı, Yörüklerin yaşam alanlarından biri olmasından dolayı günümüzde dahi yayla ve yaylacılık kültürü halen devam etmektedir. Fethiye'nin en önemli yaylalarından bazıları şunlardır; Seki Yaylası, Karanfilli Yaylası, Kuru Yaylası, Kavacık Yaylası, Kırkpınar Yaylası ve Girdev Yaylası'dır.

Fethiye'nin doğa güzelliklerinden biri olan Girdev Yaylasının bir diğer adı ise Alaçatı'dır. Yaklaşık olarak 1750 metre yükseklikte olan yayla 25 km² alana sahiptir. Yaylanın orta kısımlarında yaklaşık 3km²'lik bir alanı kapsayan Girdev Gölü bulunmaktadır. İlkbahar'da göl çevresinde su çekilmeleri başlayınca suyun çekildiği alanlarda tarım yapılmaktadır (Güner ve Ertürk, 2005).

Girdev yaylası rivayetlere göre Likya döneminde Xanthos vadisinde bulunan şehirlerde yaşayan halkın yaz aylarında göç ettiği yerdir. Likya döneminden sonraki zamanlarda da bölgede yaşayan halkın Girdev yaylasına geldikleri bilinmektedir.

Girdev yaylası alternatif turizm çeşitlerinden olan yayla

turizmi açısından oldukça önemli bir yerdirdi ve bu özelliği ile alternatif turizm açısından önem kazanmaktadır. Likya döneminden beri bölgeye gelen tüm toplumların kullanılmasından dolayı kültür turizmi açısından bir potansiyele sahip olabilen yayla çevresinde bulunan göl ile eko turizm açısından oldukça değerlidir. Ayrıca son yıllarda yapılan çalışmalar ile birlikte yaylanın kış turizmine kazandırılmaya çalışılması yaylanın bir diğer potansiyelini ortaya çıkarmaktadır. Aşağıda Girdev Yaylası ve Gölü'ne ait bir görsel bulunmaktadır.



Şekil 8: Girdev Gölü ve Yaylası'na Ait Bir Görsel (Kaynak: Seyyah Defteri, 2021)

2.3.6. Kelebekler Vadisi

Bir bölgenin turizm sektörü açısından değerlendirilmesi için birçok farklı kriter bulunmaktadır. Alanın doğal güzelliği, tarihi, ekosistemi, iklimi vb. birçok farklı özelliği turizm sektörünün hareketliliğini etkilemektedir. Fethiye'nin en gözde alanlarından biri olan Kelebekler Vadisi turizm açısından gerekli birçok kriteri aynı anda içinde bulundurarak türünün eşsiz örneklerinden biri olmayı başarmıştır.

Kelebekler Vadisi Fethiye'nin en gözde mekanlarından biri olan Ölüdeniz beldesi sınırları içerisinde yer almaktadır. Vadinin ismi

içerisinde yaşamını sürdüren 80'den fazla kelebekten almaktadır. Bu kelebek çeşitlerinden biri olan Kaplan Kelebeği ise vadiye özgü bir türdür. Kelebekler Vadisi içerisinde barındırdığı endemik türlerden dolayı dünya mirası olarak korunmakta olan Babadağ'ın eteklerinde bulunmaktadır ve 1995 yılından beri 1. derece Sit alanı olarak kabul edilmektedir (Uslu vd., 2013).

Sahip olduğu ekosistem dışında tarihi bir geçmişi de bulunan Kelebekler Vadisini tarihi milattan önce 4. yüzyıla kadar dayanmaktadır. O dönemlerde bölgeye egemen olan Likya medeniyetinden kalan "Perdicia" yerleşim alanının kalıntıları vadi kanyonunun hemen üstündedir. "Perdicia" yani tarihi kalıntıların bulunduğu yer "Faralya" olarak ta bilinmektedir ve günümüzdeki adı Uzunyurt'tur. Tarihi ile birlikte eşsiz bir manzaraya sahip olan vadi yaklaşık 350 metre yüksekliğinde sarp kayalıklar ile çevrilidir. Ayrıca bahsi geçen Uzunyurt yerleşim yerinden çıkan ve yaklaşık 50 metrelik bir şelalenin oluşturduğu bir dere vadinin ortasından geçerek Akdeniz'e dökülmektedir (Güçlü, 2016).

Kelebekler Vadisi turizm sektörü açısından değerlendirmeye alındığında muazzam bir potansiyele sahip olduğu görülmektedir. Çevrenin 1. derecede sit alanı olmasından dolayı betonlaşmaması ve doğal çevresini koruması en büyük avantajıdır. Bakıldığında Ölüdeniz'e olan yakınlığı, vadi yatağında bir plajının bulunması ve yat, tekne gibi deniz taşıtları ile ulaşımının sağlanmasından dolayı her türlü deniz aktivitesine uygunluğu bulunmaktadır. Yakınlarında koy bulunmasından dolayı yat turizmi açısından değerlendirilmesi, sahip olduğu ekosistemden dolayı doğa turizmine uygunluğu, yakınlarındaki tarihi yapılar ile kültür turizmine uygunluğu bulunmaktadır. Ayrıca çevresinde otel ve benzeri yapılar bulunmadığından kamp aktivitelerinin yapılması da turist profillerinin çeşitlendirilmesinde pozitif etkenlerdir.

Aşağıda Kelebekler Vadisine ait iki adet görsel bulunmaktadır Birinci görselde sahip olduğu manzara yer alırken ikinci görselde ise sahip olduğu kelebek çeşitlerinden olan ve alana özgü olan Kaplan Kelebeği yer almaktadır.



Şekil 9: Kelebekler Vadisine Ait Bir Görsel



Şekil 10: Kaplan Kelebeğine Ait Bir Görsel (Kaynak: Muğla İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2021a)

2.3.7. Ölüdeniz

Fethiye'nin güzelliği dillere destan ve birçok efsaneyle beraber eski bir tarihe sahip olan Ölüdeniz'i 2006 yılında yüzde 82 oyla dünyanın en güzel kumsalı seçilmiştir. Ölüdeniz'in aldığı bu ödülde alanın sahip olduğu mavinin farklı tonları, bembeyaz kumsal ve

havasının yanında tarihi mekanlara yakınlığı ile kendisinin sahip olduğu tarih etkili olmuştur (Gezimanya, 2021).

Ölüdeniz bölgesi tarihi Likya medeniyeti döneminde ‐ışık ve güneş diyarı‐, Ortaçağda ise ‐uzak diyar‐ olarak adlandırılmıştır. Ölüdeniz durgunluğu ve sakinliği ile tanınmaktadır. Denizin bu denli sakin olmasında yoğun kaynak suyu çıkışlarının dipten açık denizlere doğru oluşturduğu akıntı, kaynak suların oluşturduğu tuzdan dolayı sürekli sirkülasyonun olması ve gel-git olayları ile denizin ortalama 2-3 günde bir yükselip alçalmasıdır (Güçlü, 2016).

Ölüdeniz ayrıca tarihi bir efsaneye sahiptir ve bu efsaneyi çalışmanın 2,2,3, başlığı altında anlatılan Belcekız sahili ile birlikte paylaşmaktadır (bkz. 2.3.3. Belcekız Sahili). Ölüdeniz bir doğa harikası olmasının yanında yakınlarında bulunan diğer doğal ve tarihi güzellikler ile birlikte eşsiz bir turistik alan haline gelmektedir (Türkiye Kültür Portalı, 2021).

Ölüdeniz bölgesinin en güzel manzarası Babadağ zirvesinden görünmektedir. Turistler tarafından oldukça rağbet gören Ölüdeniz deniz-kum-güneş turizminin yanında en çok yamaç paraşütü için tercih edilmektedir. Babadağ eteklerinden atlayarak başlanan ve Ölüdeniz üstünde devam eden yamaç paraşütü turistlere heyecan yanında muazzam bir manzara sunmaktadır. Ölüdeniz ’de yapılan ve oldukça ilgi gören bir diğer aktivite ise Dalaman Çayı kollarında yapılan raftingdir. Heyecan verici olan ve ekstrem sporlara girerek spor turizmine katkı sağlayan bu aktivitelerin yanında Dünyanın en iyi yürüyüş parkuru sayılan Likya Yolu’nda Ölüdeniz’den başlamaktadır. Bu yolda her yıl yapılan trekking faaliyetleride spor turizmi açısından değerlendirilmektedir. Ayrıca Kelebekler Vadisi, Kabak Koyu, Faralya ve Belcekız’da Ölüdeniz çevresinde olduğundan doğa ve kültür turizmi açısından oldukça önemlidir (Gezimanya, 2021). Aşağıdaki görselde Ölüdeniz’e ait bir görsel yer almaktadır.



Şekil 11: Ölüdeniz'e Ait Bir GörSEL (Kaynak: Dream of Holiday, 2021)

2.4. Fethiye'nin Kültürel Alanları

Araştırmanın bu bölümünde Fethiye ilçesinde bulunan kültürel alanlar gerekli çalışmalar sonucunda belirlenmiştir ve alanlar ile ilgili bilgiler toplanmıştır.

2.4.1. Afkule Manastırı

HagiosElefterios olarak da bilinen Afkule Manastırı Fethiye ilçesinin önemli tarihi alanlarından biridir. Günümüzde tarihi manastırın kalıntıları bulunmaktadır.

Manastır bir diğer tarihi mekân olan Kayaköye 3 kilometre mesafede denize bakan bir yamaçta bulunmaktadır. Rivayetlere göre manastır Elefterios adında bir keşiş tarafından kayalar oyularak yapılmıştır. Keşiş manastırı tamamladıktan sonra ömrünün sonuna kadar burada çile çektiği rivayet edilmektedir. Yamaç kenarında bulunan bu manastırdan İblis Burnu, Kurdoğlu Burnu ve Rodos Adası görülebilmektedir (Bozyiğit ve Tapur, 2010).

Geçmişte Afkule Manastırı (HagiosElefterios) tarihi Kayaköy civarında yaşamış olan halk açısından da oldukça önemli bir yere sahipti. Tarihi Kayaköy'de yaşamış geçmiş toplumlarda dini

günlerden bir sayılan “paskalya” bayramının üçüncü gününde oruç tutulur ve Afkule Manastırında dua edilirdi. Paskalyanın üçüncü gününe “temiz pazartesi” adı da verilmekteydi (Sideli, 2017).

Afkule Manastırı sahip olduğu rivayet ve geçmiş dönem ritüelleri hakkındaki bilgiler ışığında kısmen din turizmi ve kültür turizmi açısından değerlendirile bilinecek alanlardan biridir. Ayrıca manastırın konumu ve yapım şekli itibarı ile doğa yürüyüşleri, tırmanış, dağcılık gibi doğa sporlarına uygun olması ve tabiatın içinde bulunmasından dolayı farklı turist tiplerine uygundur.



Şekil 12: Afkule Manastırına Ait Bir Görsel

2.4.2. Amintas Kaya Mezarları

Araştırmalara göre 4. yüzyılda bölgede bulunan Likya toplumuna ait olduğu düşünülen bu tarihi kalıntılar kayalara oyulmuş mezarlardır. Bu tarihi mezarların toplumda bulunan üst tabaka insanlar için yapıldığı düşünülmektedir. Yüze yakın basamak kullanılarak mezarlar arasında en görkemli ve büyük olan Amintas'a varılır. Tarihi mezarın solunda bulunan sütunda 4. yüzyıl alfabesi ile “Herpamiasoğlu Amintas” yazılıdır. “Herpamiasoğlu Amintas” kim olduğu ve toplum içindeki önemi hakkında net bir bilgi yoktur

(muze.gov.tr).

Amintas Kral Mezarı çevresinde 2 adet daha tapınak tarzında mezar bulunmaktadır. Bu mezarlar dışında birçok sivil mimariye ait mezarlarda bulunmaktadır. Kral mezarının bulunduğu odaya açılan bölümde dört ana panele ayrılmış bir kapı tasviri bulunmaktadır. Mezarın bulunduğu oda içerisinde ise kline (mezarda ölüne üzerine yatırıldığı sedir) bulunmaktadır. Bu mezarlar Likya dönemine ait taş ve ahşap işçiliği hakkında da bilgi vermektedir (Muğla İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2021b).

Dünyanın birçok noktasında bulunan ve gerek turistler tarafından gerek arkeolojik çalışmalar açısından oldukça önemli olan mezar kalıntıları oldukça önemli bir turizm potansiyeline sahiptir. Özellikle kral mezarlıkları olarak adlandırılan ve yapıldığı döneme ait birçok bilgi ile birlikte kalıntılar sunan yapılar tarihi açıdan da önemlidir. Amintas Kral Mezarı bu özellikleri ile Telmessos antik kentine ait bilgiler sunması ve tarihi açısından kültür turizmi açısından önemlidir.



Şekil 13: Amintas Kaya Mezarlarına Ait Bir Görsel

2.4.3. Kayaköy (Yörük Kenti)

Kayaköy (Levissi) Fethiye’de bulunan ve geçmişi milattan önce 3000’li yıllara dayanan bir Rum yerleşim alanıydı. Köyde 1922 yılına kadar 25 bin kişinin yaşadığı bilinmektedir. Bu Rum köyünde bulunan halk mübadele döneminde Yunanistan’a göç etmişlerdir. Göç eden halk buraya olan bağlılıklarından dolayı Yunanistan’da kurdukları yere “Nea Makri” adını vermişlerdir. “Nea Makri” “Yeni Meğri” anlamına gelmektedir (Muğla İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2021c).

Kayaköy içinde bulundurduğu ev, kilise, okul gibi yapılar ile Anadolu-Rum mimari örneğinin eşsiz bir örneği olarak görülmektedir. Kayaköy birden fazla medeniyete ev sahipliği yapmasından dolayı katmanlı bir yapıya sahiptir. Köy, Antik Karlymessos’un üzerine kurulmuştur (Ovalı ve Delibaş, 2016).

Kayaköy aslında farklı iki yerleşim alanından oluşmaktadır. Birinci yerleşim yeri tarihi yapı olarak kabul edilen fakat 1957 yılındaki Fethiye depremi ile yıkılan alandır. Bu alan depremde çok büyük zarar görmesine karşın günümüzde canlı müze olmasıyla oldukça popüler ve rağbet gören bir yerdir. Ayrıca bölgede halen 40 hane bulunmaktadır. Köyün ikinci yerleşim yeri ise 1923 mübadelesi sonrası Kayaköy’de bulunan edilen Batı Trakya Türkleri tarafından ovada kurulan ve günümüzde yerleşim olan ikinci alandır (Güçlü, 2016).

Kayaköy’de bulunan anıtlar, lahitler ve kaya mezarlar bölgenin geçmişine ışık tutmaktadır. Köyün mimari açıdan önemi oldukça fazladır. Eski olan bu yapılar yapılırken ışık ve manzara açısından birbirini kapatmayacak ve engellemeyecek şekilde yapılan 350-400 civarında ev bulunmaktadır. Ayrıca köyde şapeller, iki adet kilise, okul binası ve bir adet gümrük binası bulunmaktadır (Muğla İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2021c). Aşağıda Kayaköy’ün geniş açılı olarak çekilmiş bir görseli bulunmaktadır.



Şekil 14: Kayaköy'e Ait Bir Görsel

2.4.4. Letoon Antik Kenti

Letoon antik kenti Fethiye ilçesinin Kumluova Beldesi sınırları içerisinde bulunan ve Likya bölgesinin “kutsal” alanı olarak bilinen antik yerleşim alanıdır (Mimaroğlu, 2019). Rivayetlere göre Letoon Antik Kenti mitolojik tanrılardan olan Apollon ve Artemis’in annesi Leto için kurulmuş bir şehirdir. Mitolojinin en güçlü tanrısı olan Zeus, bir titan olan Leto’yaâşık olur ve Apollon ile Artemis adında iki çocuğu olur. Zeus’un eşi olan Hera’dan kaçan Leto çocuklarını Delos adasında doğurmuştur ve Ksanthos Nehri’nin kaynağında çocuklarını yıkamak isterken yerli halk tarafından engellenir. Bu engellemeler ile karşılaşan Leto yerli halkı kurbağaya çevirir (Muğla İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2021d).

Letoon Antik Kenti’nin en önemli kalıntıları olarak alandaki üç adet tapınak gösterilmektedir. Bu tapınaklardan batı kısmında en başta bulunan tapınak Leto’ya aittir. Orta sırada yer alan tapınak Artemis’e, doğuda bulunan son tapınak ise Apollon’a aittir. Bu üç tapınağın yakınlarında yapılan kazılarda bir çeşme ve havuz bulunmuştur. Bulunan bu çeşme kalıntısının kuzey batı kısmında bir ekzedra ve manastır tespit edilmiştir (Yıldız ve Derman, 2016).

Letoon Antik Kenti Unesco Kültürel Miras Listesinde yer almaktadır ve Likya kültürü ile birlikte tarihinin anlaşılması açısından oldukça önemlidir. Alanda bulunan bir tiyatro alanının ise dinsel

törenler için kullanıldığı düşünülmektedir çünkü alanda yerleşim bulunmamakla beraber Likya Birliğinin ortak kült alanıdır (Özdilek, 2020). Alanda Likçe, Aramice, Grekçe dillerinde yazılmış olan üç yazıt bulunmuştur. Bu yazıtlarda aşağıdaki ifadeler bulunmaktadır (Muğla İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2021d):

“Pers Devleti’nin çıkardığı yeni bir kanunda Simian adlı rahibe yeni bir tanrı kültü kurması için görev veriliyor. Yeni kült ve sunak Kral Kaunos ve Arkesimas onuruna kuruluyor. Aramice versiyonuna göre bu anıt Kral Artakserses Döneminde yerleştirilmiştir, fakat bu isimle birçok kral olduğu için tarih belli değildir. Yazıta göre bu kararname ile “Piksodaros (Satrap-Vali) gözetiminde uygulanacaktır” denmektedir.

Aşağıda Letoon Antik Kentine ait bir görsel bulunmaktadır.



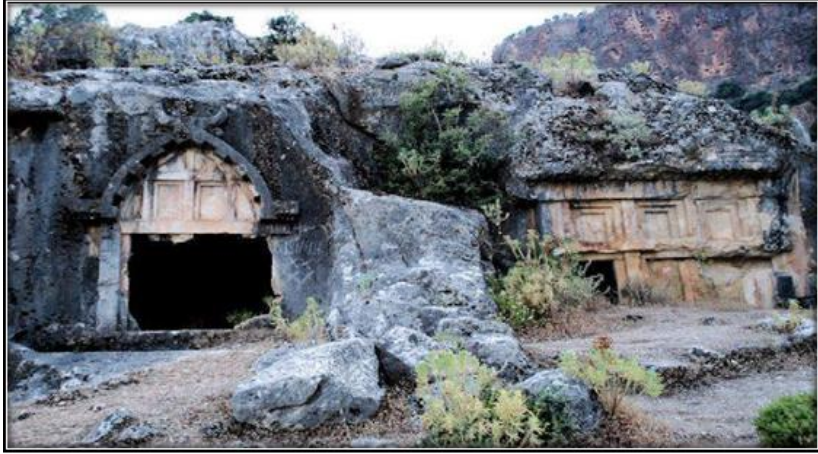
Şekil 15: Letoon Antik Kentine Ait Bir Görsel (Kaynak: Kampbros, 2021)

2.4.5. Pınara Antik Kenti

Likya medeniyetinin en önemli temsilcilerinden olan Fethiye’nin bir diğer önemli kültür merkezinde Pınara Antik Kentidir. Pınara Antik Kenti Fethiye’ye 45 km uzaktadır ve Unesco Dünya Mirası Geçici Listesine girmiştir. Antik kent ile ilgili olarak çok az kaynak bulunmaktadır bundan dolayı kesin bir bilgi verilememekle beraber alanın Xanthos kentinde bulunan halk tarafından kurulduğu

düşünülmektedir. Antik kentte hamam, kaya mezarlıkları, tiyatro, odeon, ve iki adet akropol bulunmaktadır (Yenel ve Bahçeci, 2020).

Pınara Antik Kenti, Likya Birliği Meclisinde yapılan oturumlarda üç oy sahibine sahip altı kentten biridir. Kentin adı Likçe’de “Pinale” olarak geçmektedir. Kentte bulunan kaya mezarların birçoğu ev şeklinde yapılmıştır (Muğla İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2021e). Pınara kenti Büyük İskender’in ölümünden sonra Bergama Krallığı’na katılarak bir Roma şehri haline gelmiştir. Kentin Roma’ya katıldıktan sonra canlanmış ve yerleşimi genişlemiştir fakat 141 ve 240 yılındaki depremlerde harabe haline gelmiştir. Depremlerden sonra milattan sonra dokuzuncu yüzyılda terkedilmiştir (muze.gov.tr). Aşağıda Pınara Antik Kentine ait bir görsel yer almaktadır.



Şekil 16: Pınara Antik Kentine Ait Bir Görsel (Kaynak: www.fethiyegezirehberi.com, 2021)

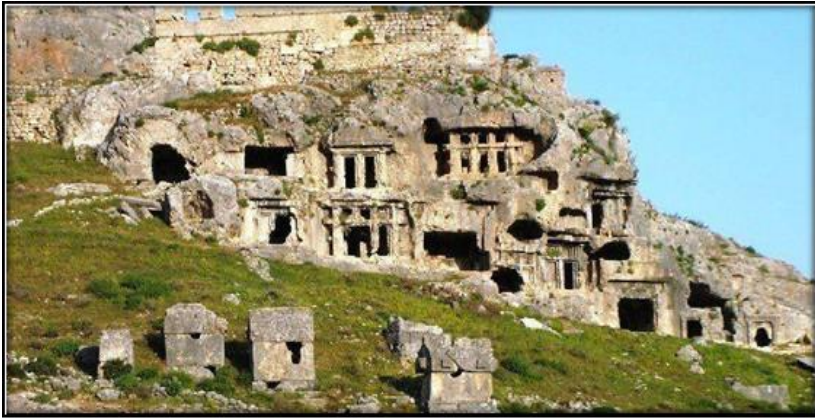
2.4.6. Tlos Antik Kenti

Fethiye ilçesinin 42 kilometre uzağındaki Yaka Köyü’nde bulunan Tlos Antik Kenti’nin tarihi milattan önce 6000 yılına kadar uzanmaktadır. Bu tarihi kent UNESCO’nun Dünya Mirası Geçici Listesi’nde yer almaktadır. Bölgede bulunan ve eski çağlardaki adı Kragos olan, günümüzde Akdağlar olarak bilinen dağlarda bulunan

antik kent Xanthos, Kadyanda, Oinoanda, Araxa, Pınara ve Telmessos antik kentleri arasındadır. Antik kentin eski adı Talawa olarak bilinmektedir. 19. yüzyıla kadar yerleşimi bulunan antik kent yaşanan depremler ile oldukça büyük zarar görmüştür (Hoşkan vd., 2014).

Antik kentte yapılan çalışmalar ve Tavabaşı- Girmeler mağaralarında yapılan araştırmalar ile birlikte, ilk yerleşik toplum olarak bilinen Hitit medeniyetinden daha önce bu antik kentte yerleşim olduğu belirlenmiştir. Antik kentin merkezinde yapılan arkeolojik çalışmalar sonucunda Kalkolitik Dönem ve Tunç Çağına ait yerleşim işaretleri bulunmuştur (Korkut vd., 2016).

Tlos antik kenti eski çağlardan beri kültürel, dini ve ekonomik açıdan oldukça önemli bir merkez olmuştur. Bu duruma Hitit'lere ait yazılı kaynaklarda antik kent hakkında ülke olarak bahsedilmesi bir kanıt olarak gösterilebilir. Tlos Hristiyanlık alemi içinde oldukça önemli olmuştur ve en büyük piskoposluk merkezlerinden bir olmuştur (Muğla İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2021f). Aşağıda Tlos Antik Kentine ait görsel yer almaktadır.



Şekil 17: Tlos Antik Kentine Ait Bir Görsel (Kaynak: www.yaz-tatili.com, 2021)

3. BULGULAR

3.1. Araştırma Bulguları

Çalışmanın bu bölümünde yapılan betimsel analiz sonucunda elde edilen görüşme formları ile analiz sonuçları yer almaktadır. Fethiye’de turizm sektörü ile direkt ilgili olan veya dolaylı yoldan ilgili olan bireyler, yerel yöneticiler, esnaf ve yerel halktan oluşan bir çalışma grubu belirlenmiştir. Çalışma grubunda bulunan bireylerin etik açıdan isimleri verilmemiştir. Bunun için çalışmaya katılan bireylere “Katılımcı” koduyla beraber birer sayı verilmiştir. Analizlerden geçmeden önce katılımcıların demografik bilgilerine ait bulgulara yer verilmiştir. Katılımcıların demografik özelliklerine ait bulgular şu şekildedir

Tablo 1: Katılımcıların Demografik Bilgilerine Ait Bilgiler

Değişken	Grup	Frekans	Yüzde
Cinsiyet	Erkek	45	78,9
	Kadın	12	21,1
Toplam		57	100
Yaş	18-25 yaş arası	4	7,0
	26-35 yaş arası	7	12,3
	36-45 yaş arası	21	36,8
	46 yaş ve üstü	25	43,9
Toplam		57	100
Fethiye’de Yaşam Süresi	0-10 Yıl Arası	11	22,0
	11-20 Yıl Arası	4	8,0
	21-30 Yıl Arası	9	18,0
	31 yıl ve üstü	26	52,0
Toplam		50	100

Katılımcıların demografi bilgilerine ait tablo incelendiğinde katılımcıların % 78,9’unun Erkek, % 21,1’inin ise Kadın katılımcılar olduğu saptanmıştır. Katılımcıların yaş aralıkları incelendiğinde %7,0’si 18-25 yaş aralığında, %12,3’ü 26- 35 yaş aralığında %36,8’i 36-45 yaş aralığında ve katılımcıların %43,9’u 46 yaş ve üzerindeki

grupta yer almaktadır. Son olarak katılımcıların Fethiye’de kaç yıldır yaşadıklarına dair yöneltilen soru neticesinde elde edilen bulgulara göre katılımcıların %22,0’ı 0-10 yıl arasında, %8,0’ı 11-20 yıl arasında, %18,0’ı 21-30 yıl arasında ve %52,0’ı 31 yıldan uzun süredir Fethiye’de yaşamaktadırlar.

3.2. Araştırma Verilerinin İncelenmesi

Çalışma kapsamında çalışma grubuna yöneltilen ilk soru şu şekildedir:

Soru 1: Size göre Fethiye’nin turizme katkı sağlayan en önemli doğal ve kültürel turistik değeri önem sırasınca göre ilk üçü hangisidir?

Tablo 2: Soru 1'e Ait Kodlamalar Tablosu

Babadağ	Gemiler Adası	Günlüklü Koyu	Kelebekler Vadisi
Afkule Manastırı	Letoon Antik Kent	Tlos Antik Kent	Belcekız Sahili
Girdev Yaylası ve Gölü	Kabak Koyu	Ölüdeniz	Amintas Kaya Mezarları
Pınara Antik Kent	Çalış Plajı	Gizli Kent Şelalesi	Katrancı Koyu
Saklı Kent Kanyonu	Kaya Köyü	Telmessos Antik Tiyatrosu	

Katılımcılardan alınan cevaplara göre yapılan sıralama sonucunda en çok oy alan ilk üç doğal ve kültürel turistik değerler şunlar olmuştur:

- Ölüdeniz
- Babadağ
- Kelebekler Vadisi ve Kaya Köyü

Soru 2: Fethiye’nin tanıtım çalışmalarını yeterli görüyor musunuz? Size göre daha neler yapılabilir?

Yöneltilen bu soru neticesinde yapılan analizler neticesinde ilk önce “Yeterli” ve “Yetersiz” olarak iki kod belirlenmiştir. Verilen

olumsuz cevaplar “Yetersiz” olarak kodlanırken verilen olumlu cevaplar “Yeterli” olarak kodlanmıştır.

• Yeterli (Olumlu cevaplar):

Çalışmaya katılan katılımcıları %80,70’si Fethiye’nin tanıtım çalışmalarının yeterli düzeyde olmadığını belirtmişlerdir.

• Yetersiz (Olumsuz cevaplar):

Çalışmaya katılan katılımcıları %14,04’ü Fethiye’nin tanıtım çalışmalarının yetersiz düzeyde olduğunu belirtmişlerdir.

• Cevaplanmamış:

Katılımcıların %5,26’sı ise bu soruya cevap vermemiştir.

Sorunun ikinci kısmında sorulan “Size göre daha neler yapılabilir?” sorusunun sonucunda elde edilen kodlamalar şu şekildedir

Tablo 3: Soru 2'ye Ait Kodlama Tablosu

Kod	Katılımcı Numarası
Yurtdışı Tanıtımı	K3, K8, K18, K27, K31, K40, K44, K45, K46, K51,
Yazılı ve Görsel Medya, Sosyal Medya Tanıtımları	K4, K8, K13, K22, K23, K26, K28, K35, K38, K44, K52,
Yerel hediyelikler	K5
Kültürel ve Sanatsal Etkinlikler	K7, K40,
Kültürel Değerlerin Tanıtımı	K15, K25, K26, K28, K53,
Alternatif Turizm Çeşitlerine Yönelme	K17, K20, K31,
Şehir İçi Altyapı ve Üstyapı Yetersizliği	K21, K36, K37, K41, K47, K49,

Sorunun ikinci bölümünden elde edilen kodlamalar ve katılımcılar yukarıda gösterilmiştir. Bu kodlamaların Fethiye

açısından daha iyi anlaşılabilmesi için bazı katılımcıların kodlamalara vermiş olduğu cevaplar aynen aktarılmıştır. Kodlamalara verilen çarpıcı bazı cevaplar şu şekildedir;

• Yurtdışı Tanıtımı Kodlaması:

“Kesinlikle yeterli görmüyorum. Kumburnu (Ölüdeniz)’nun Marmaris’te olduğunu düşünen yabancı misafirler tanıyorum. Marmaris Belediyesinden örnek alınmalı, mesela 2 ay boyunca İngiltere’deki otobüslerde Marmaris posterleri asıldı, bu tarz birçok şey yapılabilir.”

“Yeterli görmüyorum, dijital ortamda reklam çalışmaları yapılabilir özellikle yurtdışına yönelik, ölüdeniz ve babadağ gibi ön plana çıkan bölgeler varken gelen turist sayısını az buluyorum. Antalya, Marmaris ve Bodrum’un Fethiye’nin önünde olduğunu düşünüyorum.

• Yazılı ve Görsel Medya, Sosyal Medya Tanıtımları Kodlaması:

“Fethiye’nin doğal güzellikler daha ön plana çıkarılabilir. TV reklamları ve belgesellerle bölge tanıtılmalı.”

“Son yıllarda tanıtım fuarlarında stantların açılması olumlu. Daha fazla reklam yurtiçinde olabilir yurtdışı ağırlıklı televizyon, internet ve görsel reklamlar daha da artırılmalı.”

• Yerel Hediyelekler Kodlaması:

“Yeterli değil. Kültürel değerleri daha fazla ön plana getirecek şeyler yapılabilir. Fethiye’yi tanıtacak aksesuar, giyim, çanta vs. satışları yapılmalıdır.”

• Kültürel ve Sanatsal Etkinlikler Kodlaması:

“Hayır. Sezonda daha fazla kültür ve sanat etkinlikleri gerçekleştirilmeli.”

• Kültürel Değerlerin Tanıtımı Kodlaması:

“Yeterli değil. Bana göre Fethiye’nin kırsal alanları ve tarihi, doğal güzellikleri biraz daha ön plana çıkarılmalı. Fethiye sadece plaj ve konaklama tesisleri ile öne çıkartılıyor.”

“Çok yeterli görmüyorum. Tanıtılmamış keşfedilmemiş yerler var. Bu yerler içinde birşeyler yapılmalı ön plana çıkarılmalıdır.”

• Alternatif Turizm Çeşitlerine Yönelme Kodlaması:

“Yeterli görmüyorum. Ulusal ve uluslararası spor ve kültürel

faaliyetlerin sayısı arttırılabilir. Deniz yoluyla gelecek yerli ve yabancı turistler için elverişli bir liman yapılabilir. Yurtiçi ve yurtdışından güzel Fethiye'mizin tanıtımı için daha çok çaba sarf edilebilir.”

“Yeterli bulmuyorum şehrimizin çok önemli ve çok güzel kültürel turizme yönelik çalışmaları eksik buluyorum birde eleştirim göç nüfustaki çoğalma şehrimizin eski dokusunu yok ediyor.”

- Şehir İçi Altyapı ve Üstyapı Yetersizliği Kodlaması:

“Asla yeterli değil. Ulaşım zor ve yollar kötü. Yönlendirme için tabelalar yetersiz. Tabelalar arttırılabilir.”

“Her şeyden önce yollara bir çözüm bulunsun. Turizmi ve turistleri rahatsız eden esnaflara yaptırım uygulansın otopark sorunu çözülsün.”

Soru 3: Fethiye'nin turizm çeşitliliği konusunda neler söyleyebilirsiniz. Hangi turizm çeşitliliğine önem verilmelidir. Niçin?

Turistler ile sürekli etkileşimde olan ve Fethiye'de bulunan halkın Fethiye'de ulaşılabilir olarak düşündükleri turizm çeşitlerinin belirlenmesi amacıyla sorulan bu soru neticesinde elde edilen sonuçlar ve bu sonuçlar ile ilgili bazı katılımcıların görüşme esnasında söyledikleri aynı şekilde aşağıdaki gibidir. Yapılan sıralama en çok tercih edilenden en aza doğru yapılmıştır.

Tablo 4: Soru 3'e Ait Kodlamalar Tablosu

Kod	Katılımcı Numarası
Kış turizmi	K1, K2, K5, K10, K27, K29, K43, K48
Yeterlidir	K3, K12, K21, K51
Kültür Turizmi	K6, K20, K30, K32, K49, 55
Doğa Turizmi	K8, K9, K14
Eko Turizm	K19, 25
Sağlık Turizmi	K24, K43

- Kış Turizmi: “Kış turizmine yönelik çalışmalar yapıp turizmi 12 aya çıkartarak istihdamın ve üretimin arttırılması

açısından faydalı olabilir.

- Yeterlidir: Turizm çeşitliliği için sorulan soruya en çok verilen ikinci cevap olan alternatif turizm çeşitlerine gerek yoktur sonucu elde edilmiştir. Yapılan analizler sonucunda halkın ortak görüşünün “elde olanı korumak” olduğu belirlenmiştir. Bu sonuca uygun olarak verilen bir cevap şu şekildedir; “Turizm çeşitliliği az. İnsanlar bilinçsiz. Elde mevcut olan bile iyi yapılamazken çeşitli turizme gerek olduğunu düşünüyorum.”
- Kültür Turizmi: “Deniz ve tekne turizminin yanı sıra Likya Yolu yürüyüş turizminin güzergâhları üzerinde zile işletmeleri için özendirici çalışmalar yapılmalı.”
- Doğa Turizmi: “Deniz ve doğa sporları konusunda ülkemizin eşsiz bölgelerinden olduğu için daha fazla reklam ve tanıtımla ön plana çıkarılmalıdır.”
- Eko Turizm: “Eko turizminin etkinliği artırılmalıdır.”
- Sağlık Turizmi: “Sağlık turizminde Fethiye 12 aya çıkartılabilir.”

Soru 4: Turizm Fethiye'nin doğal ve kültürel özelliklerine zarar vermekte midir? Bu konudaki düşünceleriniz nelerdir?

Yöneltilen bu soru kapsamında “Zarar vermektedir” ve “Zarar vermemektedir” olarak adlandırılan iki farklı kod belirlenmiştir. Belirlenen bu kodlar ile elde edilen bazı sonuçlar ve bazı katılımcıların vermiş olduğu cevaplar şu şekildedir;

Tablo 5: Soru 4'e Ait Kodlamalar Tablosu

Kod	Katılımcı Numarası
Zarar Vermemektedir Kodlaması	K3, K4, K5, K8, K12, K18, K21, K24, K25, K30, K31, K33, K35, K44, K47, 48
Zarar Vermektedir Kodlaması	K1, K2, K6, K9, K10, K20, K26, K31, K42, K45, K49

- Zarar Vermemektedir Kodlaması: Katılımcıların %63'ü turizm faaliyetlerinin Fethiye'nin doğal ve kültürel değerlerine zarar vermediğini düşünmektedir. Görüşme formları üzerinde yapılan analizler neticesinde zarar

vermenin aksine turizm faaliyetleri sayesinde doğal ve kültürel değerlerin daha iyi hale geldiğinin düşünüldüğü görülmüştür. Bunun dışında zarar vermemektedir diyen katılımcıların birçoğu aynı zamanda turizm adına yapılan düzensiz gelişmeden şikâyetçidir. Bu duruma aşağıdaki katılımcı cevapları örnek olarak verilebilir:

“Hayır. Aksine daha çok katkı sağlayacağını düşünüyorum, ...” “Denetimler güzel olursa zarar vermez ...”

“Turizm Fethiye'nin değerini arttırmaktadır. Değerinin artması ile birlikte doğal ve kültürel özelliklerine daha çok sahip çıkılmasına vesile olmaktadır.”

- Zarar Vermektedir Kodlaması: Katılımcıların %37'si turizm faaliyetlerinin Fethiye'nin doğal ve kültürel değerlerine zarar verdiğini düşünmektedir. Zarar vermektedir diyen katılımcılar arasında turizm faaliyetlerinin bir sonucu olarak zarar verilmesini düşünen, turizm faaliyetlerinin değil fazla göç ve plansız yapılanmanın bir sonucu zarar verildiğini düşünen katılımcılar bulunmaktadır;

“Kesinlikle veriyor ziyarete gelen insanların beldemize zarar vermesine engel olan bir politika izlenmesi önemli.”

“Evet, özellikle turizmden pay almak isteyen kişilerin (yatırımcılar) karı ön plana çıkarıp yaptığı özensiz yapılar ve toplamında yapılaşma, çok zarar vermekte...”

Soru 5: Yerli ve Yabancı turistlerin varlığı Fethiye halkının tutum ve davranışlarında ne gibi etkiler yapmıştır?

İnsanlar arası etkileşimin üst seviyede olduğu turizm sektörü insanlar üzerinde farklı etkilere sahip olabilmektedir. Fethiye halkına bu etkilerin var olup olmadığının veya ne tür farklılıkların olduğunun sorulduğu bu soruya verilen cevaplar neticesinde belirli kodlar belirlenmiştir. Belirlenen kodlar ve bazı örnekleri aşağıdaki gibidir.

Tablo 6: Soru 5'e Ait Kodlamalar Tablosu

Kod	Katılımcı Numarası
Olumlu Ekonomik Etki Kodlaması	K3, K4, K11, K19, K26, K27, K28, K33, K42, K43, K44 K50, K56
Olumlu Kültürel Etki Kodlaması	K1, K9, K12, K14, K15, K22, K23, K30, K31 K58
Olumsuz Etki Kodlaması	K2, K6, K10, K20, K45, K49
Etkisizdir Kodlaması	K7, K12, K38, K57
Olumsuz Ekonomik Etki Kodlaması	K13, K36

- Olumlu Ekonomik Etki Kodlaması: Turistlerin, yerel halkın üzerinde ekonomik açıdan olumlu etkilerinin olduğunun düşünüldüğü bu kodlamalara verilen bazı örnek cevaplar şu şekildedir;

“Ekonomik olarak çok büyük etkisi olduğunu düşünüyorum.

Bu da halkı sevindiriyor.”

- Olumlu Kültürel Etki Kodlaması: Turistlerin, yerel halkın üzerinde kültürel açıdan olumlu etkilerinin olduğunun düşünüldüğü bu kodlamalara verilen bazı örnek cevaplar şu şekildedir;

“Halkın maddi artışıyla birlikte kültürel değerlerini de etkilemiştir.”

- Olumsuz Etki Kodlaması: Turistlerin, yerel halkın üzerinde olumsuz etkilerinin olduğunun düşünüldüğü bu kodlamalara verilen bazı örnek cevaplar şu şekildedir;

“İnsanların menfaat sağlama konusunda olumsuz etkilemiştir.”

- Etkisizdir Kodlaması: Turistlerin, yerel halkın üzerinde olumlu veya olumsuz etkilerinin olmadığını düşünüldüğü bu kodlamalara verilen bazı örnek cevaplar şu şekildedir;

“Yoktur.”

- Olumsuz Ekonomik Etki Kodlaması: Turistlerin, yerel halkın üzerinde ekonomik açıdan olumsuz etkilerinin olduğunun düşünüldüğü bu kodlamalara verilen bazı örnek cevaplar şu

şekildedir;

“...yerleşik hayata fiyatların daha da artması sebebiyle asgari ücretli ve çalışanlara zarar veriyor.”

Soru 6: Son olarak Fethiye'nin turizm açısından gelişimi için daha neler yapılabilir? Önerileriniz ve varsa başka söylemek istedikleriniz nelerdir?

Fethiye halkının Fethiye turizmi açısından neler yapılabileceğinin sorulduğu ve bu soruya verilen cevaplar neticesinde belirli kodlar belirlenmiştir. Belirlenen kodlar ve bazı örnekleri aşağıdaki gibidir.

Tablo 7: Soru 6'ya Ait Kodlamalar Tablosu

Kod	Katılımcı Numarası
Altyapı/Üstyapı Yatırımı Kodlaması	K1, K8, K13, K15, K17, K21, K29, K36, K38, K46, K47,
Tanıtım Kodlaması	K3, K5, K6, K10, K28, K30, K40,
Yerel Yönetim Kodlaması	K4, K9, K23, K25, K50, K58
Turizm Çeşitliliği Kodlaması	K19, K27, K43, K49, 54

- Altyapı/Üstyapı Yatırımı Kodlaması: Fethiye halkının altyapı ve üstyapı yatırımları hakkında düşüncelerini belirttikleri bu kodlamaya ait bazı örnek cevaplar şu şekildedir;

“Liman yapılmalı ve tarihi eserlerimize saygı duymalıyız.”

“Öncelikli olarak Fethiye altyapısının düzeltilmesi gerekir. Yollar ve araç trafiği bu haldeyken turizmin pozitif yönde ilerlemesi bence imkânsız. Şehirleşme ve yapılaşma daha düzenli ve bilinçli yapılmalı, belediyeler daha organize çalışmalıdır.”

- Tanıtım Kodlaması: Fethiye halkının Fethiye'nin tanıtımı hakkında düşüncelerini belirttikleri bu kodlamaya ait bazı örnek cevaplar şu şekildedir;

“Uluslararası fuarlara ve tanıtımlara katılmalıdır. Tanıtımlar Turizm Bakanlığı tarafından desteklenmelidir.”

“Tanıtım açısından gelişim gösterilebilir. Özellikle yerli

turistler için olanaklar arttırılmalıdır.”

- Yerel Yönetim Kodlaması: Fethiye halkının Fethiye'nin Yerel Yönetimi hakkında düşüncelerini belirttikleri bu kodlamaya ait bazı örnek cevaplar şu şekildedir;

“Daha iyi bir belediyecilik.”

“Öncelik belediyemizin, Fethiye'nin bir turizm cenneti olduğunu anlayabilmesinden geçiyor bence. Yerel yönetimin bunun farkına varması gerekiyor öncelikle.”

- Turizm Çeşitliliği Kodlaması: Fethiye halkının Fethiye'nin tanıtımı hakkında düşüncelerini belirttikleri bu kodlamaya ait bazı örnek cevaplar şu şekildedir;

“1. Eko turizme ağırlık verilebilir. 2. Sağlık turizmine ağırlık verilebilir.”

“Kültür turizmi. Yat Turizmi. Kış Turizmi.”

4. SONUÇ ve ÖNERİLER

Çalışmanın bu bölümünde yapılan alanyazın incelemeleri ve elde edilen görüşme formlarının analizleri sonucunda elde edilen bilgiler ile birlikte konuya dair sonuçlar ortaya konmuştur. İncelenen bilgiler ışığında konu ile ilgili olarak alana ve literatüre dair önerilerde bulunulmuştur.

Araştırma Türkiye turizmi açısından önemli bir destinasyon olan ve yerli yabancı turistler tarafından rağbet gören Muğla ilinin Fethiye ilçesinde yapılmıştır. Çalışma kapsamında önce Fethiye ilçesinin tarihi ve doğal turistik özellikleri saptanmıştır. Saptanan bu turistik özellikler ile ilgili gerekli alan çalışması yapılarak literatür hazırlanmıştır. Çalışmanın Araştırma bölümü için Fethiye ilçesinde bulunan halk ile görüşme sağlanmıştır. Açık uçlu sorular ile yapılan görüşmeler görüşme formlarına katılımcılar tarafından aktarılmıştır. Daha sonra elde edilen görüşme formları soru bazında analize alınarak Fethiye'nin turizmi ile ilgili halkın ve paydaşların görüş ve düşünceleri saptanmıştır.

Bir sahil kasabası olma özelliğine sahip olan Fethiye ilçesinin başlıca geçim kaynağı turizm sektörüdür. Turizm açısından oldukça zengin özelliklere sahip olan Fethiye'de dünya çapında bilinen birçok turistik alan bulunmaktadır. Ölüdeniz, Kelebekler Vadisi, Girdev Gölü ve Yaylası, Gemiler Adası, Çalış Plajı, Belcekız Sahili, Babadağ, Afkule Manastırı, Amintas Kaya Mezarları, Kayaköy, Letoon Antik Kenti, Pınara Antik Kenti, Tlos Antik Kenti bu özellikler arasında başlıca bilinenlerdir. Sahil kasabası özelliği ile her ne kadar deniz kum güneş turizmi olarak bilinen turizm çeşidi göze çarpsa da kültür, doğa, eko turizm, yat turizmi, spor turizmi gibi birçok alternatif turizm çeşidine de ev sahipliği yapabilme özelliğine sahip olan Fethiye ilçesi bu açıdan oldukça önem kazanmaktadır.

Yapılan görüşmeler neticesinde elde edilen bazı sonuçlar şu şekilde özetlenebilir;

- Fethiye ilçesinde en çok bilinen turistik özellikler ile ilgili yapılan görüşmeler sonucunda birinci sırada Ölüdeniz, ikinci sırada Babadağ ve üçüncü sırada Kelebekler Vadisi ve Kaya Köy gelmektedir.
- Fethiye ilçesinin tanıtımı kapsamında yapılan görüşmeler neticesinde halkın tanıtım çalışmalarının yeterli olduğunu

düşündükleri fakat özellikle Yurtdışı tanıtım çalışmalarına daha fazla yer ayrılması gerektiğini düşündükleri saptanmıştır. Yazılı ve Görsel Medya, Sosyal Medya Tanıtımların artması gerektiği de elde edilen bir diğer önemli sonuç olarak saptanmıştır.

- Halkın en çok şikayetçi olduğu konu ise Fethiye ilçesinde yetersiz otopark ve ulaşım sorunu olduğu saptanmıştır. Yapılan görüşmelerde halk tarafından en çok belirtilen sorun ulaşım ve otopark olmuştur.
- Halkın büyük çoğunluğu turizmin 12 aya çıkartılması için gerekli çalışmaların yapılması gerektiğini özellikle kış turizmi açısından eksiklerin olduğunu dile getirmişlerdir.
- Alternatif turizm türleri açısından halkın en büyük beklentisi yat turizmi ve kruvaziyer turizmi olarak göze çarpmaktadır. Ayrıca limanların yetersiz olduğu halk tarafından dile getirilen bir diğer sorun olmuştur.
- Fethiye halkının büyük çoğunluğunun turizm hareketliliğinin doğal ve kültürel değerlere zarar vermediğini aksine onları koruma için fırsat sağladığını düşündükleri saptanmıştır.

Araştırmanın sonuçlarından hareketle bazı öneriler geliştirilmiştir. Bu öneriler aşağıdaki gibi sıralanabilir;

- Fethiye'nin tanıtımı için bilimsel etkinlikler yapılmalıdır. Bu kapsamda üniversite ile iş birliği geliştirilebilir.
- Kentte bulunan turizm lisesi ve üniversite düzeyinde okuyan öğrencilerin kent tanıtımı noktasında etkinliklere dahil edilmelidir.
- Halk eğitim müdürlüğü ile kentte isteğe bağlı kurslar düzenlenmelidir. Böylelikle ihtiyaç duyulan eğitimler sayesinde, ihtiyaç duyulan konularda eksiklikler kapanacaktır.
- Mevcut turizm türlerinin dışında da çeşitlenmeye gidilmelidir. Özellikle yat ve karavan turizmi üzerinde daha detaylı çalışmalar yapılmalıdır. Bunun dışında endemik bitki ve kelebek gibi hayvan türlerini araştırma turizm konularında çalışmalar yapılmalıdır.
- Çevre konusunda sık sık uyarlar yapılarak, doğal ve kültürel değerlerin tahribatı konusunda tedbirler alınmalıdır.

Bu çalışmadan sonra alan ile ilgili yapılacak çalışmalar şu şekilde olabilir;

- Çalışmanın Fethiye ile birlikte önemli farklı turistik destinasyonlarda da yapılarak karşılaştırmalı analizlerin yapılması,
- Benzer çalışmanın Fethiye dışında bulunan turistler ile yapılarak dışarıdan Fethiye'nin nasıl görüldüğü saptanabilir,
- Benzer çalışmanın yerel yönetim ve halk ile ayrı ayrı yapılarak karşılaştırmalı bir analiz hazırlanması,
- Çalışmanın belirli aralıklarla tekrarlanarak meydana gelen farklılıkların saptanmasıdır.

KAYNAKÇA

- Alcover, A., Alemany, M., Jacob, M., Payeras, M., García, A. ve Martínez-Ribes, L. (2011). The economic impact of yacht charter tourism on the Balearic economy. *Tourism Economics*, 17 (3), 625-638.
- Aliyeva, N. (2020). Slow food hareketinin gastronomi turizminin sürdürülebilirliği ile ilişkisi: Foça örneği (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Aydın, Ö. (2017). Turistlerin Sinop ilinin alternatif turizm potansiyeline yönelik algılamalarının incelenmesi (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İskenderun Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Hatay.
- Berber, Ş. (2003). Sosyal değişme katalizörü olarak turizm ve etkileri. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (9), 205-221.
- Besteiro-Rodríguez, B. (2004). El desarrollo del turismonáutico en Galicia. *Cuadernos de Turismo*, 13, 145-163.
- Bozyiğit, R. ve Tapur, T. (2010). Güneybatı Anadolu'da terkedilen bir yerleşim merkezi: Kayaköy (Fethiye). *Marmara Coğrafya Dergisi*, (22), 363-387.
- Brida, J. G. ve Aguirre, S. Z. (2008). The impacts of the cruise industry on tourism destinations. *Sustainable Tourism As A Factor of Local Development*, 7-9.
- Brida, J. G. ve Zapata, S. (2010). Cruise tourism: economic, socio-cultural and environmental impacts. *International Journal of Leisure and Tourism Marketing*, 1 (3), 205-226.
- Camilleri, M. A. (2018). The tourism industry: An over view. In *Travel Marketing, Tourism Economics and the Airplane Product* (Chapter 1, 3-27). Cham, Switzerland: Springer Nature.
- Çelenk, K. H. (2020). Kırsal kalkınma bağlamında yayla turizminin gelişmesine yerel yönetimlerin etkisi: Ordu ilinde bir uygulama (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Avrasya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Trabzon.
- Davras, Ö. ve Uslu, A. (2019). Destinasyon seçimini belirleyen faktörlerin destinasyon memnuniyeti üzerindeki etkisi: Fethiye'de İngiliz turistler üzerinde bir araştırma. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8 (1), 679-696.
- Dinler, A. (2014). Fethiye ve çevresinde iklim koşulları. *Meteoroloji Genel Müdürlüğü*.
- Doğanay, H. ve Zaman, S. (2001). Türkiye turizm coğrafyası. Konya: Çizgi

Kitabevi.

- Dowling, R. K. (2013). Global geotourism—an emerging form of sustainable tourism. *Czech Journal of Tourism*, 2 (2), 59-79.
- Dönmez, Y., & Türkmen, F. (2018). The relation between the landscape design and brand image in purchase preferences of tourists: the case of Safranbolu and Nevşehir, in Turkey. *Applied Ecology and Environmental Research*, 16(1), 629-643.
- Dönmez, Y., & Türkmen, F. (2019). Konaklama işletmelerinde peyzaj düzenlemelerinin önemi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(4), 1698-1705.
- Dwyer, L. ve Forsyth, P. (1998). Economic significance of cruise tourism. *Annals of Tourism Research*, 25 (2), 393-415.
- Esen, Ş. ve Uyar, H. (2016). Competitiveness of tourism and the evaluation of Turkey According to international tourism competitivecriteria. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 62 (2012), 620-627.
- Gibson, P. ve Bentley, M. (2007). A study of impacts: Cruise tourism and the South West of England. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 20 (3-4), 63-77.
- Gökdeniz, A., Erdem, B., Dinç, Y. ve Uğuz, S. Ç. (2015). Gastronomi turizmi: Ayvalık'ta yerli turistler üzerinde görgül bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 14, 29.
- Güçlü, A. (2017). Kentlerin markalaşmasında yerel yönetimlerin rolü: Fethiye Belediyesi örneği. *Journal of Suleyman Demirel University Institute of Social Sciences*, 29 (4).
- Güner, İ. (2002). Tourism in Fethiye. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (8).
- Güner, İ. ve Ertürk, M. (2005). Fethiye'de yaylalar ve yaylacılık. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 10 (14), 141-178.
- Gürsoy, Y. (2016). Giresun ilinin spor turizmi açısından değerlendirilmesi. *Journal of International Social Research*, 9 (45).
- Haberal, H. (2011). Yaylacılık kültürünün yayla turizmi içindeki önemi: Rize yaylaları örneği (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Hoşkan, N., Yüksel, F. A. , Avcı, K., Ergüven, K. ve Korkut, T. (2014). Tlos Antik Kenti Stadion alanında jeoradar (Gpr) çalışmalar. 67. Türkiye Jeoloji Kurultayı (ss.432-435), Ankara, Türkiye.
- İldırım, G. (2017). Yat turizmi paydaşları ile İzmir yat turizmine yönelik bir SWOT analizi (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Burdur.
- Karataş, M. ve Babür, S. (2013). Gelişen dünyada turizm sektörünün yeri.

- Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, (2), 15-24.
- Kendir, H., Arslan, E., & Türkmen, F. (2019). Türk Dünyası'nda Nevruz (Yengi-Kün) Kutlamalarının Festival Turizmi Açısından Değerlendirilmesi: Çimkent-Van Karşılaştırması. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(4), 2668-2684.
- Kırmacı, M. ve Agcagil, E. (2018). Thebryophyte flora of Fethiye Babadağ (Muğla/Turkey). *Anatolian Bryology*, 4 (1), 17-30.
- Kısa Ovalı, P. ve Delibaş, N. (2016). Yerel mimarinin sürdürülebilirliği kapsamında Kayaköy'ün çözümlemesi. *MEGARON/Yıldız Teknik Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi E-Dergisi*, 11 (4), 515-529.
- Kim, S. S., Kim, M., Park, J. ve Guo, Y. (2008). Cavetourism: Tourists' characteristics, motivation stovisit, and the segmentation of theirbehavior. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 13 (3), 299-318.
- Kivela, J. ve Crotts, J. C. (2006). Tourism and gastronomy: Gastronomy'sinfluence on how tourists experience a destination. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 30 (3), 354-377.
- Korkut, T. ve Özdemir, B. Ş. (2019). Tlos Antik Kenti kaya mezarları cephe düzenlemeleri. *Anadolu*, (45), 223-241.
- Korkut, T., Işın, G., Takaoğlu, T. ve Özdemir, B. (2016). Tlos Antik Kenti yakınlarındaki Tavabaşı Mağarası kaya resimleri. *Tuba-Ar*, 18(1).
- Koylu, Z. E. (2017). Türkiye'de turizm bölgelerine yerleşen yabancıların yerleşim nedenleri ve beklentilerinin incelenmesi: Fethiye bölgesi örneği (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Kozak, M. A. (2012). Genel turizm bilgisi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını. Kozak, N. Kozak, M.A ve Kozak, M., (2001). Genel turizm ilkeleri-kavramları. (5.Baskı), Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kulualp, H. G. ve Karadağ, D. (2019) Davranış bilimleri açısından halkın turizmin gelişimini desteklemeye yönelik algısını etkileyen faktörler: Akçakoca örneği. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 17 (1), 40-62.
- Kurtzman, J. (2005). Sports tourism categories. *Journal of Sport Tourism*, 10 (1), 15-20.
- Kurtzman, J. ve Zauhar, J. (2005). Sports tourism consumer motivation. *Journal of Sport Tourism*, 10 (1), 21-31.
- Okonkwo, E. E., Afoma, E. ve Martha, I. (2017). Cavetourism and itsimplicationsto tourism development in Nigeria: A case study of Agu-Owurucave in Ezeagu. *International Journal Research Tourism*

- Hospitally, 3, 16-24.
- Okumuş, E. (2019). Küreselleşme sürecinde Türkiye’de turizmin gelişimi (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Olgaç, S. (2001). Türkiye’deki yat limanlarından elde edilen gelirlerin Türkiye turizmine katkısı (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Eskişehir Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Ozturk, S., Işınkaralar, Ö., Yılmaz, D. and Cicek, E. (2021c). Tourists’ Perspective Of Cultural Heritage Areas: Importance-Performance Analysis Of Safranbolu, Research & Reviews In Architecture, Planning And Design, Gece Akademi, Chapter 7, pp.133-156.
- Ozturk, S., Işınkaralar, O. ve Ayan, E. (2018). Visibility Analysis in Historical Environments: The case of Kastamonu Castle and its Surrounding. Journal of Current Researches on Social Sciences, 8 (4), 405-412.
- Özdilek, B. (2020). Letoon kutsal kaya basamaklı sunu alanı ışığında Letoon’daki tanrı ve kültler. Cedrus, 8, 451-487.
- Öztürk, S., Işınkaralar, Ö., Yılmaz, D. (2021b). Restorasyon çalışmaları sonrası yerel halkın algı ve tutumları (Kayseri Kalesi Örneği). Doğu Coğrafya Dergisi, 26(45), 183-194.
- Öztürk, S., Işınkaralar, Ö., Yılmaz, D., & Çılğınoğlu, H. (2021a). Bir kültür turizmi destinasyonu olarak Hasankeyf örneğinde ziyaretçi memnuniyeti. Bartın Orman Fakültesi Dergisi, 23(2), 359-369.
- Öztürk, S., Işınkaralar, Ö., Yılmaz, D., & İhtiyar, M. (2020a). Koruma Yaklaşımı Olarak Tarihi Bir Güzergâhın Kültür Rotasına Dönüştürülmesi. Turar Turizm ve Araştırma Dergisi, 9(2), 144-159.
- Öztürk, S., Yaşar İsmail, T. S. ve Işınkaralar, Ö. (2020b). İnanç Turizmi Odağında Benli Sultan Külliyesi Peyzaj Tasarım Önerileri, Türk Turizm Araştırmaları Dergisi, 4(1): 349-360
- Richards, G. (2003). What is cultural tourism. Erfgoedvoor Toerisme, National Contact Monumenten.
- Russell, M. J. ve MacLean, V. L. (2008). Management issues in a Tasmanian tourist cave: Potential micro climatic impacts of cave modifications. Journal of Environmental Management, 87 (3), 474-483.
- Santa-Cruz, F. G. ve López-Guzmán, T. (2017). Culture, tourism and world heritage sites. Tourism Management Perspectives, 24, 111-116.
- Sargın, S. (2006). Yalvaç’ta inanç turizmi. Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 16 (2), 1-18.
- Sarışik, M. ve Özbay, G. (2015). Gastronomi turizmi üzerine bir literatür

- incelemesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 26 (2), 264-278.
- Sideli, E. E. (2010). *Kayaköy (Muğla, Fethiye) halıları (Yayınlanmamış Sanatta Yeterlilik Tezi)*. Süleyman Demirel Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, Isparta.
- Şahin, G. G. ve Ünver, G. (2015). Destinasyon pazarlama aracı olarak gastronomi turizmi: İstanbul'un gastronomi turizmi potansiyeli üzerine bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3 (2), 63-73.
- Türkmen, F., & Dönmez, Y. (2015). Korunan alanların turizme açılmasına ilişkin yerel halkın görüşleri (Yenice örneği). *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2), 189-204.
- Türkmen, F., & Yaşar, Z. (2017). Turizm Sektöründe Tükenmişlik ve Motivasyon Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi: Safranbolu Örneği. *TURAN: Stratejik Araştırmalar Merkezi*, 9(35), 164.
- Türkmen, F., Aykaç, E. (2021). Sustainability in Tourism. *Academic Turkish World Studies: Tourism, Culture, Art and Architecture*. Peter Lang.
- Uslu, A., Akay, B. ve Ünal, A. (2013). Hizmet kalitesinin EKOSERV yöntemi ile ölçülmesi: Fethiye Kelebekler Vadisinde bir araştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 10 (1), 54-70.
- Uysal, D. (2019). A Research on the Investigation of the attitudes of the local people in Eskişehir Towards Faith Tourism. *Uluslararası Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3 (1), 28-42.
- Yenel, A. ve Bahçeci, M. (2020). Site management strategiesfor UNESCO World Heritage Sites: The case of the Letoon Sanctuary in Turkey. *Athens Journal of Tourism*, 227.
- Yıldız, S. ve Derman, E. (2016). 3rd International Congress On Social Sciences, China To Adriatic. *Kongre Kitabı İçine* 100-104.
- Zaman, M., Şahin, İ. F. ve Bayram, N. (2007). Doğu Karadeniz'de alternatif bir turizm merkezi: Kümbet Yaylası. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 12 (17), 33-63.

İnternet Kaynakları

- Dream of Holiday (2021)
<https://www.dreamofholiday.com/tr/bolgeler/detay/oludeniz-7> [Erişim Tarihi: 01.04.2021].
- Gezimanya (2021). Ölüdeniz hakkında bilinmesi gerekenler. <https://gezimanya.com/turkiye/oludeniz-hakkinda-bilinmesigerekenler#:~:text=Tarihi%20olduk%C3%A7a%20eskilere%20dayanan%20ve,adeta%20durgun%20bir%20g%C3%B6l%20>

- BC%20and%C4%B1rmaktad%C4%B1r. [Erişim Tarihi: 01.01.2021].
<https://fethiyelife.tr.gg/Fethiyenin-Yaylalar> [Erişim Tarihi: 27.12.2020].
<https://mugla.ktb.gov.tr/TR-270667/tarih.html> [Erişim Tarihi: 24.12.2020].
<https://mugla.ktb.gov.tr/TR-273363/letoon.html> [Erişim Tarihi: 02.01.2021].
<https://muze.gov.tr/muze-detay?sectionId=KYK01&distId=KYK> [Erişim Tarihi: 01.01.2021].
<https://muze.gov.tr/muze-detay?SectionId=MFA01&DistId=MRK> [Erişim Tarihi: 27.12.2020].
<https://muze.gov.tr/muze-detay?sectionId=MFP01&distId=MRK> [Erişim Tarihi: 02.01.2021].
https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-01/UNWTO_Barom20_01_January_excerpt_0.pdf [Erişim Tarihi: 12.12.2020].
<https://www.fethiyegezirehberi.com/wpcontent/uploads/2011/11/p%C4%B1nara-fethiye.jpg> [Erişim Tarihi: 03.01.2021].
<https://www.gezmemlazim.com/belcekiz/> [Erişim Tarihi: 24.12.2020].
<https://www.tursab.org.tr/istatistikler/turizmin-ekonomideki-yeri> [Erişim Tarihi: 14.12.2020].
<https://www.yaz-tatili.com/tlos-antik-kenti/> [Erişim Tarihi: 02.01.2021].
<https://yigm.ktb.gov.tr/TR-9851/turizm-istatistikleri.html> [Erişim Tarihi: 13.12.2020].
<http://www.gezmemlazim.com/belcekiz/> [Erişim Tarihi: 01.01.2021].
<https://fethiyelife.tr.gg/Fethiyenin-Yaylalar%26%23305%3B.htm> [Erişim Tarihi: 03.01.2021].
<https://muze.gov.tr/muze-detay?sectionId=MFA01&distId=MRK> [Erişim Tarihi: 05.01.2021].
<https://muze.gov.tr/muze-detay?sectionId=MFP01&distId=MRK> [Erişim Tarihi: 05.01.2021].
Kampros. (2021). Letoon Antik Kentinin Büyüleyici Efsanesi. <https://kampros.com/letoon-antik-kentinin-buyuleyici-efsanesi/> [Erişim Tarihi: 03.09.2021].
Muğla İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2021b). Amintas. <https://mugla.ktb.gov.tr/TR-177918/amintas.html> [Erişim Tarihi: 27.12.2020].
Muğla İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2021a) <https://mugla.ktb.gov.tr/TR-270683/kelebekler-vadisi.html> [Erişim Tarihi: 03.08.2021].
Muğla İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2021c). Kayaköy. <https://mugla.ktb.gov.tr/TR-270674/kayakoy.html> [Erişim Tarihi: 01.01.2021].

- Muğla İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2021d) <https://mugla.ktb.gov.tr/TR-159710/letoon-antik-kenti.html> [Erişim Tarihi: 02.01.2021].
- Muğla İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2021e) <https://mugla.ktb.gov.tr/TR-159716/pinara-antik-kenti.html> [Erişim Tarihi: 02.01.2021].
- Muğla İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2021f). Tlos. <https://mugla.ktb.gov.tr/TR-270856/tlos.html> [Erişim Tarihi: 03.01.2021].
- Niche Gallery (2021). https://www.uyduharita.org/mugla-fethiye-haritasi-resimleri/mugla_haritasi_3/ [Erişim Tarihi: 03.01.2021].
- Seyyah Defteri, 2021 <https://seyyahdefteri.com/girdev-golu-ve-yaylasi-nerede-nasil-gidilir/> [Erişim Tarihi: 03.08.2021].
- Türkiye Kültür Portalı (2021). <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/mugla/gezilecekyer/fethye---oludenz> [Erişim Tarihi: 01.01.2021].



ISBN: 978-625-367-009-2