

Ekoturistlerin Beklenti ve Memnuniyet Düzeylerinin Değerlendirilmesi: Turistik Ürün Pazarlaması Bağlamında Bir Çalışma*

(Araştırma Makalesi)

Evaluation of Ecotourists' Expectations and Satisfaction Levels: A Study in the Context of Touristic Product Marketing

Doi: 10.29023/alanyaakademik.1037260

Buket BULUK EŞİTTİ

Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü,
bulukbuket@comu.edu.tr

Orcid No: 0000-0001-5646-6166

Bu makaleye atıfta bulunmak için: Buluk Eşitti, B. (2022). Ekoturistlerin Beklenti ve Memnuniyet Düzeylerinin Değerlendirilmesi: Turistik Ürün Pazarlaması Bağlamında Bir Çalışma. Alanya Akademik Bakış, 6(3), Sayfa No.3255-3268.

ÖZET

Anahtar kelimeler:

Beklenti,
Ekoturist,
Memnuniyet,
Pazarlama,
Turistik Ürün.

Makale Geliş Tarihi:
15.12.2021
Kabul Tarihi:
05.07.2022

Bu çalışmada, turistik ürün pazarlaması bağlamında Çanakkale destinasyonunu ziyaret eden ekoturistlerin, destinasyonu ziyaret etmeden önceki beklenti ve ziyaretlerinden sonraki memnuniyet düzeylerinin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla, 1 Haziran-1 Eylül 2020 tarihleri arasında Çanakkale destinasyonunda trekking, dağcılık, kamping, su altı dalışı, ata binme, yamaç paraşütü gibi ekoturizm faaliyetlerine katılan yerli ve yabancı ekoturistlere 350 adet anket uygulanmıştır. Ulaşılan veriler neticesinde, ekoturizm aktivitelerine katılım aracılığıyla sosyal ve ekonomik hareketliliğe katkıda bulunan ekoturistlere ilişkin “ekoturizm faaliyetlerinin teşvik edilmesi”, “doğa bilinci düzeylerinin artırılması” ve “ekoturizm kaynak değerlerinin korunarak kullanılması” unsurlarına yönelik öneriler geliştirilmiştir. Araştırma sonuçlarının turizm sektöründe sürdürülebilir gelişime ve bölgenin rekabet düzeyinin artırılmasına yönelik alınacak stratejik kararlar açısından Çanakkale ili özelindeki destinasyon yönetimlerine ve destinasyon pazarlamacılarına katkı sağlamasının yanı sıra; ulusal, bölgesel ve yerel düzeyde ekoturizm farkındalığının artırılmasına da katkıda bulunacağı düşünülmektedir.

ABSTRACT

Keywords:

Expectation,
Ecotourist,
Satisfaction,
Marketing, Touristic
Product

In this study, it is aimed to determine the expectations and satisfaction levels of ecotourists visiting Çanakkale destination before visiting the destination in the context of touristic product marketing. 350 questionnaires were applied to local and foreign ecotourists who participated in ecotourism activities such as trekking, mountaineering, camping, underwater diving, horseback riding, paragliding in Çanakkale between 1 June and 1

* Bu çalışma, Çanakkale 18 Mart Üniversitesi Bilimsel Araştırmalar Etik Kurulu'nun 18.12.2020 tarih ve 07/24 sayılı kararı ile gerçekleştirilmiştir.

September 2020 with this purpose. In line with the results obtained, suggestions have been made regarding the “diversification of ecotourism activities” for ecotourists who will benefit from social and economic mobility by participating in ecotourism activities, “increasing the level of nature awareness” and “using ecotourism resource values by preserving them”. It is thought that the results of the research will contribute to the sustainable development in the tourism sector and the strategic decisions to be taken to increase the competitive level of the region, as well as to contribute to the increase of ecotourism awareness at the national, regional and local level, as well as contributing to the destination managements and destination marketers in Çanakkale province.

1. GİRİŞ

Turizm pazarları (turistleri) diğer endüstrilerden farklı olarak ürünlere (turistik mal ve hizmetlere) getirdiği için birçok endüstriden farklıdır (Swarbrooke & Horner, 2007). Turist pazarlarının destinasyonlara (turistik ürünlerin buldukları yerlere) hareketi, bir itme-çekme ilişkisi olarak düşünülebilir. İnsanlar motivasyonlarla, yani gereksinimlerini ve isteklerini karşılama amacı ile seyahate itilmektedir. Onları karşılamayı vaat eden destinasyonlar da turistleri kendilerine çekmektedir. Diğer endüstrilerde olduğu gibi turizm pazarını oluşturanlar da belirli ürünlere sahip olmak için zamanlarını ve paralarını harcamaktadır. Birçok işkolu ve destinasyon sakini, turistik ürünleri yalnızca çekim kaynakları, yiyecekler, konaklama ya da birtakım rekreasyon olanakları olarak görmektedir. Ancak önemli olan, bu somut varlıkların turistlerin gereksinim ve isteklerini ne şekilde ve ne ölçüde karşıladıklarıdır. Turistik ürün, turistlerin ziyaret ettiklerinde fayda elde etmeyi düşündükleri ve bir destinasyon tarafından üretilen faydaların bir karışımıdır (Koutoulas, 2004).

Turistik ürün pazarlaması, turistin ihtiyaçlarını karşılayacak mal ve hizmetlerin turiste arzı ve satışı ile ilgili çabaları tanımlamaktadır (Vukonic, 1983). Bir destinasyonun veya turistik ürünün imajının güçlendirilmesi yoluyla mevcut ve potansiyel turistlerin etkilenmesi, turistik ürün pazarlamasının zorunlu bir hedefidir. Bu nedenle bir destinasyonun veya turistik ürünün yıllar boyunca oluşan imajının güçlendirilmesi, tamamen değiştirilmesi veya farklı pazarlarda imaj yaratılması yoluyla talebin etkilenmesi amaçlanmaktadır. Turizm sektöründe imajın güçlendirilmesi, tamamen değiştirilmesi veya farklı pazarlarda imaj yaratılması açısından yeni alternatif arayışların bir sonucu olarak ekoturizm, kırsal turizm, yayla turizmi, mağara turizmi, rafting, doğa yürüyüşü, bungee jumping, kuş gözlemciliği vb. doğa temelli alternatif turizm türleri, son yıllarda turizme ve turistik ürünlere karşı ilginin artmasında rol oynamaktadır (Buckley, 2011). Bu durumun ise turistik ürün pazarlaması bağlamında söz konusu turizm türlerine ve turistik ürünlere yönelik beklenti ve memnuniyet düzeylerinin araştırılmasını gerekli kıldığı belirtilebilir.

Alanyazın incelendiğinde, ekoturizm teriminin etimolojisine yönelik ortak bir fikir birliğinin bulunmadığı görülmektedir. Farklı dönemlerde ortaya konan çeşitli tanımları bulunan ekoturizm kavramının Higgins (1986) tarafından ekoturizm kavramının alanyazında ilk defa 1978’de Kenton Miller tarafından kullanıldığı ifade edilmiştir. Caldicott ve Fuller (2005) tarafından ise ekoturizm kavramının ilk kez Hetzer 1965 tarafından kullanılmış olup; bilhassa “kuşlar ve diğer yaban hayatı”, “doğal alanlar”, “kayalıklar”, “mağaralar”, “fosil alanları”, “arkeolojik sitler”, “sulak alanlar” ve “nadir türler” ya da “tehlike altında türlerin bulunduğu alanlar” gibi “doğal” ve “arkeolojik kaynaklara” dayalı bir turizm çeşidini tanımlamaktadır.

Son olarak Öztürk (2005), ekoturizm kavramının ilk defa 1987’de Ceballas-Lascurian tarafından; “insanın olumsuz etkilerinin nispeten az olduğu alanlara manzara, bitki örtüsü ve hayvanların yanı sıra geçmişte ve günümüzde halen bulunan kültürel kaynak değerlerine hayranlık duymak, hoşlanmak ve özel bir çalışma yapmak için yapılan seyahatler” şeklinde tanımlandığını belirtmiştir.

Alanyazında “ekoturist” kavramına ait ortak bir fikir birliği olmamakla birlikte, “ekoturistlerin doğal çevre ile turizm faaliyetini bağdaştıran, çevrenin olumsuz etkilenmesi konusunda sorumluluk güdüsü ile hareket etme esasına dayalı turizm faaliyetlerine katılan turist profilini” oluşturdukları ifade edilmektedir (Ballantine & Eagles, 1994; Tao, Eagles & Smith, 2004; Kasalak, 2015).

Alanyazın taraması sonucunda ekoturizm ile ilgili yapılmış birçok çalışmanın mevcut olduğu (Yücel, 2002; Arslan, 2005; Sharpley, 2006; Şahin, 2009; Cobbinah, 2015; Cheng vd., 2017; Fennell, 2020) ancak ekoturistlerin beklenti veya memnuniyet düzeyleri ile ilgili oldukça sınırlı sayıda çalışma (Çevirgen, 2004; Fiorello & Bo, 2012; Torres-Sovero vd., 2012; Carvache-Franco vd., 2020) yapıldığı gözlemlenmiştir. Özellikle Çanakkale destinasyonu bağlamında ekoturizm ile ilgili yapılmış çalışmaların varlığına rağmen (Saltık, 2013; Buluk vd., 2017) ekoturistlerin beklenti ve memnuniyet düzeylerini konu edinen bir araştırmaya rastlanmaması, bu çalışmanın gerekliliğini ve önemini ortaya koymaktadır. Bu anlamda çalışmada, ekoturizm faaliyetleri kapsamında Çanakkale destinasyonunu ziyaret eden ekoturistlerin Çanakkale destinasyonunu ziyaret etmeden önceki beklenti ve ziyaretlerinden sonraki memnuniyet düzeylerinin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Çalışma sonuçlarının turizm alanyazına katkısının yanı sıra, özellikle Çanakkale ili özelinde destinasyon yönetimlerine ve destinasyon pazarlamacılarına da katkıda bulunacağı düşünülmektedir.

2. LİTERATÜR

Bu bölümde ekoturizm ve ekoturist kavramları ve Çanakkale’de ekoturizm konuları ele alınmıştır.

Ekoturizm ve Ekoturist Kavramları

Ekoturizm, “güçlü bir doğa” bağlantısı ile “sosyal sorumluluk” sağduyusunu beraber ele alan, “doğal çevre ile turizm faaliyetini bağdaştıran”, “çevrenin olumsuz etkilenmesi konusunda sorumluluk güdüsü ile hareket etme” esasına dayanan turizm faaliyetini tanımlamaktadır. Dünya Turizm Örgütü (WTO) (1995) tarafından ekoturizm, “doğal bölgelere yapılan, çevreyi korumayı ve yöre halkının refahını arttırmayı amaçlayan sorumlu bir seyahat” şeklinde tanımlanmaktadır. Turizm Bakanlığı (1999) tarafından ise ekoturizm; “eğlenmeyi, doğayı ve kültürel kaynakları anlayarak korumayı destekleyen, düşük ziyaretçi etkisi olan ve yerel halka sosyo-ekonomik fayda sağlayan, bozulmamış doğal alanlara çevresel açıdan sorumlu seyahat ve ziyaret şekli” olarak tanımlanmıştır. Yapılan tanımlardan hareketle benzer yönlerinin bir araya toplanmasıyla ortaya “ekoturizm ilkelerinin” çıktığı belirtilmektedir. Dünya Ticaret Örgütü (WTO)’nun 2002’de belirlediği bu ilkeler; planlama, geliştirme ve işletme ile yerel halkın refahını arttırmaya yönelik faaliyetlere yerel halkın dahil edilmesi; ziyaretçilere gidecekleri yerlerin doğal ve kültürel mirası hakkında bilgi verilmesi; küçük gruplar için düzenlenmiş turlar olmasının yanı sıra, seyahat edenlerin kendilerini daha bağımsız hissetmelerine katkıda bulunulması olarak sıralanabilir.

WTO'nun belirlediği ilkelerin yanı sıra ideal bir sürdürülebilir ekoturizm modeli Sadler (1990) ve Wight'ın (1993) görüşleri üzerine de temellenmektedir. Wight, sürdürülebilir ekoturizmi 9 ilkeye dayandırmıştır. Bu ilkeler kaynakların azaltılması; çevreye duyarlı olunması; ilk elden katılımcı ve aydınlatıcı deneyimler sağlanması; tarafların (yerel topluluklar, devlet, sivil toplum kuruluşları, endüstri ve turistler) gezi öncesi, sırası ve sonrasında eğitimini kapsamı; kaynağın gerçek değerlerinin farkında olunması; kaynağın kendi koşullarının kabul edilmesi, sınırlarının tanınması; tüm taraflar için doğal ve kültürel çevreye karşı ahlaki ve etik sorumlulukların ve davranışların geliştirilmesi; kaynağa, yerel topluluğa ve endüstriye uzun dönemli faydalar sağlanması; ekoturizm etkinlikleri dışsal kaynaklara olduğu kadar içsel etkinliklerde de çevreye duyarlı olunması olarak maddelenir.

Öte yandan, “ekoturist” olgusunun ne olduğu veya ekoturist olmak için ne yapılması gerektiği konusunda alanyazında bir fikir birliğinin bulunmadığı görülmektedir (Fennell, 2020). Bu varyasyon, ekoturistleri tanımlamaya ve özelliklerini belirlemeye çalışan araştırmaların sonuçlarında tutarsızlıklar üretmiş, böylece alanın olgunlaşmasını engellemiş ve ekoturizm araştırmacılarının çalışmalarını karşılaştırmak için meta-analizler yapma ve inşa edilecek bir bilgi birikimi oluşturma yeteneklerini engellemiştir. Ancak yine de ekoturistin, ekoturizm ilkeleri ile ilişkili faaliyetlere katılma olasılıkları nispeten daha yüksek olan; ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel hedeflere katkıda bulunma yeteneğine sahip olan; nispeten yüksek harcamalar yaparak yerel halkın ekonomik anlamda güçlendirilmesine ve yeryüzünün doğal kaynaklarının sürdürülebilirliğini güvence altına almaya yönelik eğilimlere sahip olan turist profili şeklinde tanımlanabildiği görülmektedir (Krüger, 2005; Treves & Jones, 2010; Beall & Boley, 2021).

Yukarıdakilere ek olarak, Weaver ve Lawton (2002) tarafından ekoturistler üç grupta toplanmıştır. “Daha katı (harder) ekoturistler” yüksek düzeyde çevresel bağlılık ve doğayı daha yakından deneyimleme içerisinde bulunurken; “daha yumuşak (softer) ekoturistler” çevreyi ve doğayı deneyimlemeye ilişkin daha az bağlılık göstermektedir. “Bütüncül/yapısal ekoturistler” ise, diğerleri ile karşılaştırıldığında her ne kadar güçlü bir bağlılık modeli ortaya koysa da “rehberli turlar”, “hizmetler”, “tesisler” ve “bilgilendirmedeki istek düzeyi” gibi özellikler bakımından genellikle kitle turizmi ile daha ilişkili olarak görülen ekoturistleri tanımlamaktadır. Bununla birlikte bütüncül ekoturistlerin, her iki grubun da belirli özelliklerini taşıdığı belirtilmektedir.

Sonuç olarak ekoturizm kavramı; üst gelir grubunda yer alan ve çok geniş bir kitle olan orta sınıf tüketiciler tarafından talep edilen ve bir destinasyonu ziyaret eden turistlere, ilk deneyim yolu ile o destinasyonu tanıma olanağı sağlayan; turistin anlayışını ve beğenisini geliştiren; uygun davranışlarını, koruma etiğini zenginleştiren; bir eğitim deneyimi içeren, çevreye karşı sorumlu, olumsuz etkileri azaltmak için çeşitli çalışmalar ortaya koyan, yerel ekonominin girdilerini en fazla ortaya çıkaran bir turizm çeşidi şeklinde tanımlanabilirken (Kahraman & Türkay, 2004); ekoturist kavramı çevreyi koruyan ve yerel halkın refahını gözetken, doğal alanlara karşı duyarlı bir seyahat anlayışına sahip olan, doğaya dayalı turizm türleri olarak tarif edilen turizm faaliyetlerine katılan turistler şeklinde tanımlanabildiği belirtilebilir.

Çanakkale’de Ekoturizm

Türkiye’nin kuzeybatısında Avrupa ve Asya kıtalarını birbirinden ayıran ve kendi adını taşıyan Boğaz’ın iki yakasında kurulmuş olan “Çanakkale ili; Edirne, Tekirdağ ve Balıkesir il sınırları ile çevrilidir. Çanakkale ili; “Çanakkale (il merkezi)”, “Ayvacı”, “Bayramiç”,

“Biga”, “Bozcaada”, “Çan”, “Eceabat”, “Ezine”, “Gelibolu”, “Gökçeada”, “Lapseki” ve “Yenice” olmak üzere 12 adet ilçeye sahiptir. Çanakkale ili, “sahip olduğu kıyı şeridi ve adaları”; “tarihi, kültürel ve manevi değerleri”, “biyolojik çeşitliliği” ve “jeotermal kaynakları” ile güçlü bir turizm potansiyeline sahiptir. Doğal, kültürel ve tarihi öğelerin bütünleştiği Çanakkale, dört mevsim turizm potansiyelinin değerlendirilip yıl boyu turizm faaliyetlerinin gerçekleştirilebileceği bir il özelliğindedir.

Ekoturizm kapsamında yer alan (Erdoğan, 2003) “Kuş ve Yaban Hayatı Gözlemciliği”, “Yayla Turizmi”, “Foto Safari”, “Atlı Doğa Yürüyüşü”, “Doğa Fotoğrafçılığı”, “Dağcılık ve Tırmanma”, “Yamaç Paraşütü”, “Trekking (Doğa Yürüyüşü)”, “Mağara Turizmi”, “Tarım ve Çiftlik Turizmi (Agro Turizm)”, “Kamp Karavan Turizmi”, “Botanik Turizmi”, “Su Altı Dalış Turizmi”, “Bisiklet Turizmi” ve “Sportif Olta Balıkçılığı” gibi turizm faaliyetleri açısından Çanakkale ili, Türkiye’nin en iyi koşullarına sahip olan ve en çok ilgi gören bölgeleri arasındadır (Güney Marmara Kalkınma Ajansı (GMKA), 2013). Çanakkale’de ilçelere göre yapılabilecek Ekoturizm Aktiviteler ve Değerler Envanteri Tablo 1’de sunulmuştur.

Tablo 1. Çanakkale Ekoturizm Aktiviteler ve Değerler Envanteri

Aktiviteler ve Değerler	Merkez	Ayvacak	Bayramiç	Biga	Bozcaada	Çan	Eceabat	Ezine	Gelibolu	Gökçeada	Lapseki	Yenice
Denizel değerler	X	X			X		X	X	X	X	X	
Dağ-yayla gezisi	X	X	X	X			X		X	X	X	
Peyzaj güzelliği/fotosafari	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Düzenlenmiş doğa gezisi rotası			X				X					
Tabiata uyumlu kırsal miras gezisi							X					
Pansiyonculuk	X	X			X					X		
Kuş ve yaban hayatı gözlemciliği	X		X	X	X		X	X	X	X	X	X
Sportif olta balıkçılığı	X	X			X		X		X	X	X	
Milli park vb. sahalar	X						X	X				
Milli park vb. yerlerde konaklama							X					
Estetik şelale bulunan yerler			X									
Botanik gezilerine uygun saha		X	X									
Tescilli avlak sahası			X							X		X
Sualtı yaşamı gözleme imkanı							X		X	X		
Bakir küçük koylar					X		X		X			
Orman altı florası tanıma imkânı		X	X									X

Endemik bitkilerin gözlemi		X	X										
Köy pazarları			X										
Doğal taşlardan tabiat tarihi gezisi		X						X					
Tarihi eserler, sit alanları	X	X	X	X	X		X	X	X	X	X	X	
Şelale görme imkanı			X										
Peyzaj değeri yüksek yerler	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Mağara gezisi			X										
Jeolojik ve jeomorfolojik değerler			X							X			
Botanik gezisi imkanı		X	X										
Bakir orman gezisi			X										
Atla geziye uygun		X	X										X

Kaynak: GMKA, 2013

GMKA (2013) tarafından hazırlanan rapor doğrultusunda, ekoturizm değer ve aktivite adetlerine göre Çanakkale ilçeleri değerlendirildiğinde, 18 değer/aktivite adediyle Bayramiç ilçesinin ilk sırada yer aldığı görülmektedir. Buradan hareketle Bayramiç ilçesinin ekoturizm açısından Çanakkale’de bir merkez olma niteliği taşıdığı belirtilebilir. Bayramiç ilçesinden hemen sonra 13 değer/aktivite ile birer sahil ilçesi olan Ayvacık ve Eceabat ilçelerinin geldiği görülmektedir. Raporda ayrıca, Ayvacık ilçesinin zeytinlikleri ve ekoköyleri ile mevcut değer ve aktivite adedini hızla arttıracığı belirtilmektedir. Üçüncü olarak tabloda 11 değer/aktivite ile Gökçeada, 9’ar değer/aktivite ile merkez ve Gelibolu, 8 değer/aktivite ile Bozcaada ilçelerinin geldiği görülmektedir. Bozcaada’nın kara şeridinde daha yakın olması ve eko tarım açısından diğer ilçelere kıyasla üstünlüğü söz konusuysa, Gökçeada ilçesinin ise dünyanın ilk su altı milli parkına sahip olması ve Cittaslow üyeliği ile öne geçmiş öğelere sahip olduğu belirtilmektedir. Gelibolu ilçesinin şehitlik ve milli park ile adından söz ettiren, merkez ilçenin ise ulaşım imkanları ve sahil rekreasyon alanları ile öne çıktığı ifade edilmektedir. Tabloda Ezine ve Lapseki ilçelerinin 7’şer ekoturizm değer/aktivite adediyle, Yenice ilçesinin 6, Biga ilçesinin ise 5 değer/aktivite ile yer aldığı görülmektedir. Raporda ayrıca Ezine ilçesinin gastronomi ile, Lapseki ilçesinin ise doğal güzellikleri ile ekoturizm aktivite ve değerlerini artırması gerektiği belirtilmektedir. Yenice ilçesine yönelik olarak ilçenin el dokuması ürünlerini gün yüzüne çıkartılabileceği ölçüde yeni turizm değerleri yaratacağı ifade edilmiştir. Biga ilçesinde ise nüfus yoğunluğu ile birlikte sanayileşmenin ön planda gözüktüğü, ancak arkeolojik çalışmalar ve termal turizm konusunda gelişme vaat ettiği belirtilmiştir. Tabloda Çan ilçesinin ekoturizm açısından fakir olduğu ve Çanakkale ilçeleri arasında son sırada yer aldığı görülmektedir. Raporda Çan ilçesinde seramik fabrikalarının bulunduğu, fabrikaların da ekonomik desteği ve sponsorluğu ile Kütahya ve İznik’te olduğu gibi kültür-sanat seramikçiliğine yönelik yapılabilecek çalışmalar doğrultusunda yeni turizm değerlerinin ortaya çıkarılabileceği belirtilmiştir.

3. YÖNTEM

Bu bölümde evren ve örneklem ve veri toplama aracı ele alınmıştır.

Evren ve Örneklem

Çalışmanın evrenini, Çanakkale destinasyonunu ziyaret eden ekoturistler oluşturmaktadır. Çalışmada örneklem olarak, Çanakkale'nin çeşitli ilçelerinde trekking, dağcılık, kamping, su altı dalışı, ata binme, yamaç paraşütü, kuş gözleme gibi çeşitli ekoturizm faaliyetlerine katılan yerli ve yabancı ekoturistler ele alınmıştır. Çanakkale ili 2016 yılında 503.612'si yerli, 78.750'si yabancı olmak üzere toplamda 582.362 turist ziyaret etmiştir (Çanakkale Turistik Otelciler, İşletmeciler ve Yatırımcılar Derneği (ÇATOD), 2018). Bir araştırma için %95 güven aralığına göre gereken araştırma örneklem sayısının 341 olması sebebiyle (Yazıcıoğlu & Erdoğan, 2004) 400 adet anket formu hazırlanmış, bunlardan 350 tanesi değerlendirmeye alınmıştır. Geri kalan 50 adet anket formu yanlış ve eksik doldurma gibi çeşitli nedenlerden dolayı elenerek değerlendirme dışında tutulmuştur. Örneklem büyüklüğünün madde sayısının en az beş katı, hatta on katı civarında olması, alanyazında yeterli örneklem sayısı için kabul görmektedir (Bryman & Cramer, 2001). Dolayısıyla bu araştırma için kullanılan ve 20 maddeden oluşan ölçeğin örneklem sayısının 350 olması, çalışmanın yeterli örneklem sayısına sahip olduğunu göstermektedir.

Veri Toplama Aracı

Çalışma kapsamında veri toplamak amacıyla alanyazın taranarak bir anket formu oluşturulmuştur. Ekoturistlerin ekoturizme yönelik beklenti ve ekoturizmden memnuniyetleri ölçeğinde Çevirgen (2004) ve Bahtiyar (2017)'nin çalışmalarında kullandıkları anket formundan yararlanılmıştır. Araştırmanın ilk bölümünde ekoturistlerin ekoturizme yönelik beklenti ve memnuniyet (tatmin) düzeyleri tespit edilmeye çalışılmıştır. Anketin ikinci ve son bölümünde ise ekoturistlerin tanımlayıcı özelliklerine ait sorular yer almaktadır. Ekoturistlere uygulanan anket formunda; ekoturistlerin profilini belirlemeye yönelik tanımlayıcı altı sorunun yanı sıra; beklenti ve memnuniyet (tatmin) düzeylerinin tespit edilmesine yönelik olmak üzere toplam 20 maddelik bir anket formu hazırlanmıştır. Hazırlanan anket formunda maddeler 5'li Likert-tipi dereceleme ölçeğinde "Hiç (1), Az (2), Orta (3), Oldukça (4) ve Çok (5)" biçiminde yapılandırılmıştır. 60 kişiye uygulanan pilot test sonrasında anketin uygulanabilir olduğu saptanmıştır. Pilot uygulama sonunda Cronbach Alpha güvenilirlik düzeyleri "Ekoturizme yönelik beklenti" için .862 ve "Ekoturizmden memnuniyet" için .755 olarak hesaplanmıştır.

Ölçeklerin Güvenilirlik Analizi ve Yapısal Geçerlilik Sonuçları

Gerçekleştirilen Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) ve Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) sonuçlarına göre tüm parametreler yüksek düzeyde ve anlamlı ($p < 0,001$) bulunmuştur. Analizlerde her iki ölçeğin de tek faktör altında toplandığı görülmüştür. Araştırmada kullanılan her iki ölçeğin güvenilirliğini tespit etmek için güvenilirlik analizi yapılarak Cronbach Alpha (α) değerlerine bakılmıştır. Ölçeklere ilişkin güvenilirlik değerleri ve yapısal geçerlilik sonuçları Tablo 2'de yer almaktadır.

Tablo 2. Ölçeklerin Güvenilirlik Analizi ve Yapısal Geçerlilik Sonuçları

Ölçekler	Güvenilirlik (α)	AVE	CR
Ekoturizme yönelik beklenti	0,876	0,62	0,89

Ekoturizmden memnuniyet	0,776	0,53	0,85
-------------------------	-------	------	------

Ölçeklere ilişkin Bileşik Güvenirlik (CR) ve Açıklanan Varyans (AVE) değerlerine bakılmıştır. Ekoturizme yönelik beklenti ölçeğinin CR değerinin 0,89 ve AVE değerinin 0,62 olduğu tespit edilmiştir. Ekoturizmden memnuniyet ölçeğinin ise CR değerinin 0,85 ve AVE değerinin 0,53 olduğu bulunmuştur. Ölçeklerin CR değerinin 0,7'nin üzerinde ve AVE değerinin 0,50'nin üzerinde olması ölçeklerin yakınsak geçerliliğini sağladığını göstermektedir (Hair vd. 2010). Ölçeklere ilişkin Güvenilirlik (Cronbach Alpha) değerleri sırasıyla $\alpha = 0,876$ ve $\alpha = 0,776$ olarak bulunmuştur. Bu sonuçlara bakılarak ölçeklerin yüksek güvenilirlik düzeyine sahip oldukları söylenebilir (Özdamar, 2016: 286).

4. BULGULAR

Araştırmanın bulguları aşağıda sırasıyla yer almaktadır.

Araştırmaya Katılan Ekoturistlerin Tanımlayıcı Özellikleri

Araştırma kapsamında yer alan ekoturistlere yönelik betimsel analiz sonuçları Tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 3. Ekoturistlerin Tanımlayıcı Özellikleri

	Frekans	Oran (%)		Frekans	Oran (%)
Cinsiyet (N: 350)					
Kadın	147	42	Erkek	203	58
Yaş (N: 350)					
18-25	45	12,86	45-64	78	22,29
26-44	162	46,28	65 ve üstü	65	18,57
Eğitim Durumu (N: 350)					
Lise ve altı	90	25,71	Lisans	101	28,86
Önlisans/MYO	78	22,29	Lisansüstü	81	23,14
Medeni Durum (N: 350)					
Evli	227	64,86	Bekâr	123	35,14
Ortalama Aylık Gelir (N: 350)					
3500 TL ve altı	54	15,43	5501-6500 TL	71	20,29
3501-4500 TL	92	26,28	6501-7500 TL	33	9,43
4501-5500 TL	73	20,86	7501 TL ve üstü	27	7,71
Kalış Süresi (N: 350)					
1-2 gün	164	46,86	5-6 gün	45	12,86
3-4 gün	102	29,14	7 gün ve üzeri	39	11,14

Araştırmaya katılan ekoturistlerin tanımlayıcı özellikleri incelendiğinde 147'sinin (%42) kadın, 203'ünün (%58) ise erkek olduğu görülmektedir. Ekoturistler yaş gruplarına göre dağılımları incelendiğinde 162'sinin (%46,28) 26-44, 78'inin (%22,29) 45-64,65'inin (%18,57) 65 ve üstü yaş grubunda ve 45'inin (%12,86) 18-25 yaş aralığında yer aldıkları belirlenmiştir. Ekoturistlerin eğitim durumlarına bakıldığında 101'inin (%28,86) lisans mezunu olduğu, 90'mın (%25,71) lise ve altı mezunu olduğu, 81'inin (%23,14) ise lisansüstü mezunu olduğu ve 78'inin (%22,29) Önlisans/MYO mezunu oldukları görülmektedir. Katılımcıların medeni durumları açısından ise 227'sinin (%64,86)'inin evli ve 123'ünün (%35,14) ise bekâr oldukları belirlenmiştir. Ekoturistler ortalama aylık gelirleri açısından incelendiklerinde ise 92'sinin (%26,28) 3501-4500 TL arasında gelir elde ettikleri, 73'ünün (%20,86) 4501-5500 TL gelir elde ettiği, 71'inin (%20,29) 5501-6500 TL geliri olduğu, 54'ünün (%15,43) 3500 TL ve altı geliri olduğu, 33'ünün (%9,43) 6501-7500 TL geliri olduğu ve son olarak sadece 27 (%7,71) katılımcının 7501 TL ve üstü gelirinin bulunduğu görülmüştür. Çalışmanın gerçekleştirildiği bölgede ekoturistlerin kalış süreleri incelendiğinde ise 164'ünün (%46,86) 1-2 gün, 102'sinin (%29,14) 3-4 gün, 45'inin (%12,86) 5-6 gün ve 39'unun (%11,14) ise bölgede 7 gün ve üzeri süre konakladığı görülmektedir.

Ekoturistlerin Beklenti ve Memnuniyet Düzeylerinin Değerlendirilmesi

Ekoturistlerin Çanakkale destinasyonunun sunduğu ekoturizm hizmetlerine yönelik beklenti düzeyleri ve hizmet alımı ardından memnuniyet düzeylerine ilişkin sonuçlar Tablo 4'te almaktadır. Tablo 4'te ayrıca, katılımcıların ekoturizme yönelik beklenti ve memnuniyet düzeylerinin standart sapmaları ve genel ortalamalarına da yer verilmiştir. Genel olarak bakıldığında, ekoturistlerin Çanakkale destinasyonunun sunduğu ekoturizm hizmetlerine ilişkin beklenti düzeylerinin $\bar{x} = 3,81$ olumlu ve hizmet alımı ardından memnuniyet düzeylerinin de oldukça olumlu $\bar{x} = 4,07$ olduğu görülmektedir. Katılımcıların özellikle “Huzurlu atmosfer” ifadesini beklenti ve memnuniyet boyutlarının her ikisinde de (beklenti $\bar{x} = 4,40$; memnuniyet $\bar{x} = 4,78$) en önemli ifade olarak değerlendirdikleri görülmektedir. Buna ek olarak, “Güzel dağ vb. manzarası”, “Sportif ve boş zaman faaliyetlerine kolay ulaşma olanakları (özellikle Kazdağı Milli Parkı'nda)”, “Eğitilmiş ve deneyimli rehberler”, “Yerel halkın tanınması”, “Yerel halkın konukseverliği”, “Ev sahibi ve çalışanların konukseverliği”, “Sunulan yerel yemeklerin kalitesi”, “Çevre temizliği”, “Kalınan tesisin iyi olması”, “Otele giriş/çıkış ile ilgili işlemler”, “Ortak yaşam alanlarının rahatlığı”, “Duş olanaklarının yeterli ve temiz olması”, “Tatilin maliyeti” ve “Ulaşım kolaylığı” ifadelerine yönelik olarak katılımcıların memnuniyet düzeylerinin beklenti düzeylerinin üzerinde olduğu görülmektedir. “Çevre ve doğa ile ilgili daha geniş bilgi edinme olanağı”, “Yöreyle ilgili broşür, rehber vb. tanıtıcı ve eğitici olanaklar”, “Yerel yemekleri ve el sanatlarını tanıma ve alışveriş olanağı” ve “Makul fiyatların bulunması”, “Tuvalet olanaklarının yeterli ve temiz olması” ifadelerine yönelik olarak ise katılımcıların beklenti düzeylerinin yüksek ancak memnuniyet düzeylerinin düşük kaldığı görülmektedir.

Tablo 4. Ekoturistlerin Ekoturizme Yönelik Beklenti ve Memnuniyet İfadeleri ve Düzeyleri

Ekoturistlerin Ekoturizme İlişkin Beklenti ve Memnuniyet Düzeyleri	Beklenti Ortalama	S.S	Memnuniyet Ortalama	S.S
Güzel dağ vb. manzarası	4,12	,606	4,62	,648
Huzurlu atmosfer	4,40	,624	4,78	,720
Çevre ve doğa ile ilgili daha geniş bilgi edinme olanağı	4,08	,778	3,88	,808

Sportif ve boş zaman faaliyetlerine kolay ulaşma olanakları (özellikle Kazdağı Milli Parkı'nda)	3,78	,972	3,92	,744
Eğitimi ve deneyimli rehberler	3,54	,897	3,98	,812
Yöreyle ilgili broşür, rehber vb. tanıtıcı ve eğitici olanaklar	3,92	,810	3,38	1,077
Yerel halkın tanınması	3,38	,746	3,68	,955
Yerel halkın konukseverliği	4,02	,662	4,50	,737
Ev sahibi ve çalışanların konukseverliği	4,12	,611	4,58	,654
Yerel yemekleri ve el sanatlarını tanıma ve alışveriş olanağı	3,54	,889	3,33	,977
Sunulan yerel yemeklerin kalitesi	3,81	,979	4,38	,899
Makul fiyatların bulunması	3,86	,983	3,44	,994
Çevre temizliği	4,14	,644	4,39	,632
Kalınan tesisin iyi olması	4,06	,741	4,54	,778
Otele giriş/çıkış ile ilgili işlemler	3,56	,650	3,98	,720
Ortak yaşam alanlarının rahatlığı	3,32	,958	4,24	,616
Duş olanaklarının yeterli ve temiz olması	3,35	1,073	3,90	,912
Tuvalet olanaklarının yeterli ve temiz olması	3,98	,702	3,48	,899
Tatilin maliyeti	3,76	,736	3,98	,887
Ulaşım kolaylığı	3,52	,803	4,44	,809
Genel Ortalama	3,81		4,07	

5. SONUÇ ve ÖNERİLER

Bu çalışmada, ekoturizm faaliyetleri kapsamında Çanakkale destinasyonunu ziyaret eden ekoturistlerin Çanakkale destinasyonunu ziyaret etmeden önceki beklenti ve ziyaretlerinden sonraki memnuniyet düzeylerinin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla, 1 Haziran-1 Eylül 2020 tarihleri arasında Çanakkale destinasyonunda trekking, dağcılık, kamping, su altı dalışı, ata binme, yamaç paraşütü gibi ekoturizm faaliyetlerine katılan yerli ve yabancı ekoturistlere 350 adet anket uygulanmıştır.

Ulaşılan veriler neticesinde araştırma sonuçları incelendiğinde, Çanakkale destinasyonunu ziyaret eden ekoturistlerin ekoturizme ilişkin beklenti düzeylerinin ortalamasının 3,81 olduğu; memnuniyet düzeylerinin ise 4,07 olduğu görülmektedir. Bu sonuç, Çanakkale destinasyonunu ziyaret eden ekoturistlerin ekoturizme ilişkin memnuniyet düzeylerinin beklentilerinin üstünde kaldığını göstermektedir. Ekoturistlerin beklentilerinin altında kalan faktörler incelendiğinde bu faktörlerin sırasıyla “çevre ve doğa ile ilgili daha geniş bilgi edinme olanağı”, “yöreyle ilgili broşür, rehber vb. tanıtıcı ve eğitici olanaklar”, “yerel yemekleri ve el sanatlarını tanıma ve alışveriş olanağı”, “makul fiyatların bulunması” ve “tuvalet olanaklarının yeterli ve temiz olması” faktörleri olduğu görülmektedir. Alanyazında konuya yönelik çalışmaların sonuçları ile kıyaslandığında bu çalışmanın, Çevirgen (2004)’ün ekoturizm aktivitelerine katılan turistlerin tercihleri, motivasyonları ve demografik özelliklerini belirlemeyi amaçladığı çalışmasının sonucunda ulaştığı “katılımcıların yerel yemekler ve el sanatlarını tanıma ve alışveriş olanaklarından memnun olurken; yerel halkı tanıma olanakları, yerel halkın konukseverliği ve tatilin maliyeti açısından yeterince memnun olmadıkları” sonucu ve Carvache-Franco ve diğerleri (2020)’nin, ekoturizmde üç önemli korunaklı alan olduğu belirtilen “Morro Mangroves Yaban Hayatı Sığınağı”, “Santay Adası

Ulusal Dinlenme Alanı” ve Ekvador’da yer alan “Samanes Ulusal Dinlenme Alanı” üzerinde gerçekleştirdikleri ve bu alanları ziyaret eden ekoturistlerin ekoturizmden memnuniyet düzeylerini araştırdıkları çalışmalarının sonucunda ulaştıkları ekoturistlerin “çevre ve doğa manzarası, huzurlu atmosfer, yerel halk, ev sahibi ve çalışanların konukseverliği” unsurlarından memnun kaldıkları sonucu ile paralellik gösterirken; Fiorello ve Bo (2012) ve Torres-Sovero ve diğerleri (2012)’nin çalışmalarının sonucunda ulaştıkları “ekoturizmden beklenti ve memnuniyet düzeylerinin turist tiplerine göre değiştiği” sonucu ile örtüşmediği görülmektedir. Bu sonuçlardan hareketle, destinasyon yöneticilerinin ve pazarlamacılarının ekoturistlerin memnuniyet düzeylerini azaltan nedenlere yönelik olarak gerekli araştırmaları yapması, mevcut problemleri/eksiklikleri çözüme kavuşturarak/tamamlayarak ekoturistlerin memnuniyet düzeylerini beklenti düzeylerinin üstüne çıkarmaları ve bu doğrultuda gerekli çalışmaları gerçekleştirerek gerekli önlemleri almaları gerektiği ifade edilebilir.

Yukarıdakilere ek olarak, ekoturizm faaliyetlerine katılarak sosyal ve ekonomik hareketliliğe fayda sağlayan ekoturistlere yönelik ekoturizm aktivitelerinin çeşitlendirilmesi, doğa bilinci düzeylerinin artırılması ve ekoturizm kaynak değerlerinin korunarak kullanılmasına ilişkin aşağıda sunulan birtakım öneriler geliştirilmiştir:

- Yörede düzenlenecek ekoturizm aktiviteleri ve sunulabilecek hizmetler açısından araştırma sonuçları dikkate alınmalıdır.
- Turistlere yönelik eğitici ve bilgilendirici olanakların ürünün pazarlamasından başlayarak, yörede ulaşım, konaklama ve düzenlenen aktivitelere kadar her aşamada sunulması gerekmektedir.
- Ekoturizm kapsamında düzenlenen turlar deneyimli ekoturizm rehberleri eşliğinde yapılmalı, aktivitelerle ilgili kurallar ve ziyaretçiler için davranış ilkeleri (etik ilkeler) belirlenmelidir.
- Yörenin tanıtılması için doğal ve kültürel değerlerini içeren harita, broşür, kitapçık ve benzeri materyaller hazırlanmalı ve doğrudan geniş kitlelere ulaşması bakımından etkili bir pazarlama aracı olan internetten ve medya araçlarından yararlanılmalıdır.
- Ekoturizm alanlarına giriş üniteleri kurulmalı; tabelalandırma, yön levhaları, tuvalet, büfe, yeme- içme olanakları, manzara seyir terasları, kuş izleme alanları, balık tutma sahaları, bungalov evler gibi yöreye gelen ekoturistlerin ihtiyacını karşılayacak üniteler yapılmalıdır.
- Yöreye ait uygun fiyat (kabul edilebilir fiyat) politikası benimsenmeli ve ekoturistlerin ihtiyaçlarını karşılayacak turistik ürünler bu politika doğrultusunda piyasaya sürülmelidir.

Yukarıda yer alan öneriler ve genel itibarıyla çalışma sonuçlarının, destinasyon yönetimlerine ve destinasyon pazarlamacılarına katkı sağlamasının yanı sıra; ulusal, bölgesel ve yerel düzeyde ekoturizm farkındalığının artırılması konusunda da önemli bir katkı niteliği taşıdığı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

ARSLAN, Y. (2005). “Erdek ve Çevresinin Ekoturizm Açısından Değerlendirilmesi”. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 8(13): 29-53.

- BAHTİYAR, D. (2017). Ekolojik Oteller Kapsamında Ekoturistlerin Kişilik Özellikleri, Motivasyonları ve Memnuniyetleri Arasındaki İlişki: Ege-Akdeniz Bölgesi Alan Araştırması, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Akdeniz Üniversitesi, Antalya.
- BALLANTINE, J. L., & EAGLES, P. F. (1994). "Defining Canadian Ecotourists". *Journal of Sustainable Tourism*, 2(4): 210-214.
- BEALL, J., & BOLEY, B. B. (2021). "An Ecotourist by Whose Standards? Developing and Testing the Ecotourist Identification Scale (EIS)". *Journal of Ecotourism*: 1-22.
- BRYMAN, A., & CRAMER, D. (2001). *Quantitative Data Analysis with SPSS Release 10 for Windows*. Routledge is an Imprint of the Taylor & Francis Group, USA and Canada.
- BUCKLEY, R. (2011). *Adventure Tourism Management*, Routledge.
- BULUK, B., EŞİTTİ, B., & ERDEM, S. (2017). "Çanakkale ilinin ekoturizm potansiyelinin swot analizi aracılığıyla değerlendirilmesi". XIII. Congress of Ecology and Environment with International Participation, UKECEK 2017, 12-15 Eylül 2017, Edirne, ISBN: 978-605-4265-49-7.
- CALDICOTT, J., & FULLER, D. (2005). "The Concept and Relevance of Ecotourism to Indigenous Economic and Human Development in Remote Australian Communities". *Centre for Regional Tourism Research*: 1-17.
- CARVACHE-FRANCO, M., CARVACHE-FRANCO, O., & CARVACHE-FRANCO, W. (2020). "Exploring the Satisfaction of Ecotourism in Protected Natural Areas". *GeoJournal of Tourism & Geosites*, 29(2): 672-683.
- CHENG, M., WONG, I. A., WEARING, S., & MCDONALD, M. (2017). "Ecotourism Social Media Initiatives in China". *Journal of Sustainable Tourism*, 25(3): 416-432.
- COBBINAH, P. B. (2015). "Contextualising the Meaning of Ecotourism". *Tourism Management Perspectives*, 16: 179-189.
- ÇANAKKALE TURİSTİK OTELCİLER, İŞLETMECİLER VE YATIRIMCILAR DERNEĞİ. (ÇATOD). (2018). 2017 Yılına Ait Çanakkale İli Turizm İstatistikleri. <http://www.catod.org/tr/2017-yilina-ait-canakkale-ili-turizm-istatistikleri.html>, Erişim Tarihi: 13.08.2021.
- ÇEVİRGEN, A. (2004). "Edremit Yöresinde Ekoturizme Yönelik Bir Talep Araştırması". *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(12): 46-67.
- DÜNYA TİCARET ÖRGÜTÜ. (WTO). (2002). *The French Ecotourism Market* (No. 16). World Trade Organization. <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/9789284405251>, Erişim Tarihi: 09.07.2021.
- DÜNYA TURİZM ÖRGÜTÜ. (WTO). (1995). *World Tourism Organisation News*, May 1995. <https://www.unwto.org/history>, Erişim Tarihi: 09.07.2021.
- ERDOĞAN, N. (2003). *Çevre ve (Eko)Turizm*, Erk Yayınları, Ankara.
- FENNELL, D. A. (2020). *Ecotourism*. Routledge.

- FIORIELLO, A., & BO, D. (2012). "Community-based Ecotourism to Meet the New Tourist's Expectations: An Exploratory Study". *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 21(7): 758-778.
- GÜNEY MARMARA KALKINMA AJANSI. (GMKA). (2013). Çanakkale Turizmde Yeni Değerlerini ve Markasını Ortaya Çıkıyor. <https://www.kalkinmakutuphanesi.gov.tr/dokuman/canakkale-turizmde-yeni-degerlerini-ve-markasini-ortaya-cikariyor/596>, Erişim Tarihi: 10.07.2021.
- HAIR, J.F., BLACK, W.C., BABIN, B.J., ANDERSON, R.E. (2010). *Multivariate Data Analysis*. Seventh Edition. Prentice Hall, Upper Saddle River, New Jersey.
- HIGGINS, B. R. (1996). "The Global Structure of the Nature Tourism Industry: Ecotourists, Tour Operators, and Local Businesses". *Journal of Travel Research*, 35(2): 11-18.
- KAHRAMAN, N., & TÜRKAY, O. (2004). *Turizm ve Çevre*, Detay Yayıncılık, Ankara.
- KASALAK, M. A. (2015). "Dünya'da Ekoturizm Pazarı ve Ekoturizm'in Ülke Gelirlerine Katkıları", *Journal of Recreation and Tourism Research*, 2(2): 20-26.
- KOUTOULAS, D. (2004). "Understanding the tourist product". Interim symposium of the Research Committee on International Tourism of the International Sociological Association, 14-16 Mayıs 2004, Midilli.
- KRUGER, O. (2005). "The Role of Ecotourism in Conservation: Panacea or Pandora's Box?", *Biodiversity & Conservation*, 14(3): 579-600.
- ÖZTÜRK, S. (2005). "Kastamonu-Bartın Küre Dağları Milli Parkı'nın Rekreasyonel Kaynak Değerlerinin İrdelenmesi". *Turkish Journal of Forestry*, 6(2): 138-148.
- ÖZDAMAR K. (2016). *Eğitim, Sağlık ve Davranış Bilimlerinde Ölçek ve Test Geliştirme Yapısal Eşitlik Modellemesi IBM SPSS, IBM SPSS AMOS ve MINITAB Uygulamalı*, Nisan Kitabevi, Eskişehir.
- SADLER, B. (1990). *Sustainable Development, Northern Realities and the Design and Implementation of Regional Conservation Strategies*, University of Calgary Press, Canada.
- SALTIK, N. (2013). Çanakkale Kara Menderes Vadisi Araçlar Boğazı Kesiminin Ekoturizm Planlaması Açısından Değerlendirilmesi, Yüksek Lisans Tezi. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Çanakkale.
- SHARPLEY, R. (2006). "Ecotourism: A Consumption Perspective". *Journal of Ecotourism*, 5(1-2): 7-22.
- SWARBROOKE, J., & HORNER, S. (2007). *Consumer Behaviour in Tourism*. Routledge.
- ŞAHİN, İ. F. (2009). "Erzincan İli'nin Turizm Potansiyeli ve İldeki Ekoturizm Uygulamaları". *Doğu Coğrafya Dergisi*, 14(22): 69-88.
- TAO, C. H., EAGLES, P. F., & SMITH, S. L. (2004). "Profiling Taiwanese Ecotourists Using A Self-Definition Approach". *Journal of Sustainable Tourism*, 12(2): 149-168.

- TORRES-SOVERO, C., GONZÁLEZ, J. A., MARTÍN-LÓPEZ, B., & KIRKBY, C. A. (2012). "Social-Ecological Factors Influencing Tourist Satisfaction in Three Ecotourism Lodges in the Southeastern Peruvian Amazon", *Tourism Management*, 33(3), 545-552.
- TREVES, A., & JONES, S. M. (2010). "Strategic Tradeoffs for Wildlife-Friendly Eco-Labels". *Frontiers in Ecology and the Environment*, 8(9): 491-498.
- TURİZM BAKANLIĞI. (1999). *Turizm Terimler Sözlüğü*, Ankara.
- WEAVER, DAVID B., & LAWTON, L. J. (2002). "Overnight Ecotourist Market Segmentation in the Gold Coast Hinterland of Australia". *Journal of Travel Research*, 40: 270-280.
- WIGHT, P. (1993). "Ecotourism: Ethics or Eco-sell?", *Journal of Travel Research*, 31(3): 3-9.
- VUKONIC, B. (1983). "Touristic Marketing or Marketing in Tourism", *The Tourist Review*: 1-4.
- YAZICIOĞLU, Y. & ERDOĞAN, S. (2004). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*, Detay Yayıncılık, Ankara.
- YÜCEL, C. (2002). "Turizmde yükselen değer: Ekoturizm". *TÜRSAB Dergisi*, (219): 1-7.