

BOZCAADA TURİZMİ İÇİN GEÇERLİ OLABİLECEK FIRSATLAR, ÜSTÜNLÜKLER, ZAYIFLIKLAR VE TEHLİKELERİ TESPİT ETMEYE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

A. Celil ÇAKICI*

Lütfi ATAY**

Murat AKSU***

ÖZET

Bozcaada, Türkiye'nin Kuzey Ege'de bulunan ikinci büyük adası olmasına rağmen, turizm açısından yeterince gelişmemiştir. Bozcaada turizmi için doğru stratejilerin ortaya konulabilmesine hizmet etmek amacıyla, bu araştırmayla, Bozcaada turizminin sorunları ve Bozcaada turizmi için geçerli olabilecek fırsatlar, üstünlükler, zayıflıklar ve tehlikeler tespit edilmeye çalışılmıştır. Araştırma birbirini izleyen iki aşamada gerçekleştirilmiştir. İlk aşama, 2007 yılı Kasım-Aralık aylarında, ikinci aşama 2009 yılı Ocak-Şubat aylarında gerçekleştirilmiştir. Her iki aşamada Bozcaada turizmi hakkında fikir yürütebilecek katılımcılara kolayda örnekleme ile ulaşılmaya çalışılmıştır. İlk aşamada açık uçlu altı adet soru yöneltilmiştir. İkinci aşamada kullanılan anket, ilk aşama verilerinin içerik analiziyle ortaya konan boyutlarından yararlanılarak hazırlanmıştır. İkinci aşamada birinci aşamada ortaya çıkan boyutların önem düzeyleri belirlenmeye çalışılmıştır. İlk aşama verilerine göre, en çok dile getirilen sorun ulaşım olmakla birlikte, ikinci aşamada en önemli sorun fiyatlarla ilgilidir. İlk aşamada en çok dile getirilen güçlü yan denizinin temizliği görülürken, ikinci aşamaya göre Ada olmasının çekiciliği en önemli güçlü yan olarak algılanmaktadır. İlk aşamada en çok bahsedilen rakip yerler olarak Gökçeada ve Assos olurken, ikinci aşamada ilk iki rakip destinasyon Assos ve Ayvalık olarak kabul edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Bozcaada, Turizm, SWOT Analizi

*Prof.Dr., Mersin Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik YO

**Yrd.Doç.Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik YO

*** Öğr.Gör., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Gökçeada MYO

A SURVEY TO DETERMINE THE STRENGTHS, WEAKNESS, OPPORTUNITIES AND THREATS (SWOT) AVAILABLE FOR TOURISM IN BOZCAADA

A. Celil ÇAKICI*

Lütfi ATAY**

Murat AKSU***

ABSTRACT

Bozcaada is the second biggest island of Turkey on Aegean Sea after Gökçeada but tourism on the Island was not improved sufficiently. For the purpose of choosing right strategies, the issues of tourism in Bozcaada and strengths, weakness, opportunities and threats (SWOT) of Bozcaada were being tried to determine by this study. The survey was done at two stages. First survey was carried out between November and December 2007 and second survey was done between January and February 2009. It was tried to reach the participants who could say something and play some role for tourism in Bozcaada. Data at first survey was collected through six open-ended questions and second questionnaire was improved with the outcomes of first survey. The importance levels of each dimension which came out of first survey were tried to determine. The issue most emphasized by participants was transportation at first survey, but it was price at second survey. Cleanliness of sea was the most important strength of first survey and being island was the leading strength of second survey. First Survey showed Gökçeada and Assos as the most important competitors of Island but Assos and Ayvalık were found the leading competitors in the second survey.

Keywords: Bozcaada, Tourism, SWOT Analyse

*Prof.Dr., Mersin Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik YO

**Yrd.Doç.Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik YO

*** Öğr.Gör., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Gökçeada MYO

1. GİRİŞ

Turizm, döviz kazandırıcı ve yeni istihdam olanakları ortaya koyma bakımından diğerlerine göre karşılaştırmalı üstünlüğe sahip önemli sektörlerden birisidir. Bu yönü ile özellikle gelişmekte olan ülkelerin dikkatini çekmektedir. Önceleri sadece ulusal kalkınma aracı olarak kullanılan ve bu yönde desteklenen turizm sektörü, artık yöresel, bölgesel ve şehirselleşen da destekleyicisi durumuna gelmiştir (Tosun ve Bilim 2004: 125). Türkiye, turizm sektörü açısından tek bir bakış açısından ele alınamayacak kadar homojenliği olmayan geniş bir ülke konumundadır. Dolayısıyla ülkemizde turizm sektörü açısından bölgeselleşme kaçınılmaz olmaktadır (Dinçer 1999: 23). Bölgeselleşme ise, turizm açısından gelişimi daha iyi planlayabilmek için destinasyon bazında çalışmaların yapılmasını zorunlu hale getirmektedir.

Destinasyonun birçok farklı tanımı yapılmakla birlikte (Atay 2003: 26) ortak bir tanım olarak “turistler tarafından ziyaret edilen ve diğer bölgelerden farklı özellikler barındıran yerler” olarak tarif etmek mümkündür (Ünüsün ve Sezgin 2005: 162). Destinasyon; yerel ölçekte sunulan mal, hizmet ve tatil deneyimlerinin bileşiminden oluşmakta (Kozak, Kozak ve Kozak 2006: 45) ve önemli sayıda ziyaretçi tarafından bilinen, turistlerin ilgisini çeken, farklı özelliklere ve ayırt edici yapıya sahip olan yerlerdir (Tosun ve Jenkins 1996: 520). Ekonomik olarak yerel ve ulusal yapıya katkıda bulunan, altyapı olanakları ile birlikte doğal ve kültürel cazibe unsurlarıyla desteklenen alanlar olarak da ifade edilebilen (Hudson 1998: 960) turistik destinasyonların özelliklerinin açık olarak belirlenmesi, destinasyon yapısının ortaya konulması, yönetim biçiminin saptanması, turistlerin ihtiyaçlarının karşılanması ve turistik talebin süreklilik kazanması bakımından önemlidir. Turistik destinasyonların bir coğrafi alan olduğu konusunda, fikir birliği söz konusudur. Bu bağlamda destinasyonlar, çok iyi tanımlanmış coğrafi alanlar olup, mikro ve makro ölçekte olabileceği gibi (Kotler, Bowen ve Makens 1999: 649) bir ada ya da kasaba durumunda da olabilmektedir (Kozak, Kozak ve Kozak 2006: 45).

Destinasyon çekicilikler, turizm işletmeleri, ulaşım olanakları, organize seyahatler ve etkinlikler başta olmak üzere çeşitli destekleyici bir dizi unsurun bir araya gelmesiyle oluşur (Buhalis 2000: 98). Bu unsurlar, turizmden bağımsız ve turizme bağlı unsurlar olarak ikiye ayrılabilir (Kozak 2006: 141). Bununla birlikte, bir turistik çekim merkezinin (destinasyonunun) doğal ya da yaratılmış olan değerlerinden oluşan avantajlarını uzun dönemler için rekabet edilebilir ve sürdürülebilir avantajlar haline dönüştürmesinin yararlı olacağı da ifade edilmektedir (Lee 2001: 317). Seyahat öncesi satın alım kararlarının verilmesini, destinasyondaki deneyim durumunu ve bu deneyimin değerlendirilmesi ile seyahat sonrasında davranışların ve niyetin şekillenmesine destinasyon imajı yardımcı olmaktadır (Chen ve Tsai 2007: 1115). Destinasyon imajının oluşumunda ve destinasyonun gelişiminde destinasyonda ikamet eden taraflar önemli rol oynarlar.

Bir turistik destinasyon, destinasyondaki turizm işletmelerinin ve sektör dışı işletmelerin bir bütün olarak gelişimi ile de büyüyebilir. Hem destinasyonun gelişmesinde etkin karar vericiler hem de işletmeler, misyonlarını ortaya koyduktan sonra, planlama aşamasında amaçlarını ve faaliyetlerini belirlerken olasılıklar karşısında durumlarını görmek için içsel faktörlerden kaynaklanan güçlü-zayıf

(strengths- weakness) yanlarını ve dışsal ortamın sunduğu fırsatların (opportunities) ve tehlikelerin (threats) analizini yaparlar (Kotler, Bowen ve Makens 1999: 86-87). Turizm sektörünün, işletmelerinin ve destinasyonların çevre koşullarından ve özellikle dışsal ortamdan oluşabilecek her türlü gelişmeden kolay etkilenebilir olması SWOT analizinin yapılmasını zorunlu ve anlamlı kılmaktadır. Özellikle olası talep daralmaları bu analizi gerekli hale getirmektedir (Oral 1999: 67). Bu kapsamda SWOT analizi, bir destinasyonun geleceği açısından içsel ve dışsal faktörlerin değerlendirildiği bir analizdir. SWOT çözümlenmeleri doğru ve uygun şekilde kullanılabilirse, destinasyon için başarılı bir stratejiyi kısaca, açık, seçik ve anlaşılır şekilde ortaya koymada iyi bir araç olabilir.

Bozcaada, Kuzey Ege’de bulunan Gökçeada’dan sonra Türkiye’nin ikinci büyük adasıdır. Turizm gelişimi açısından Bozcaada önemli bir turizm çekim merkezi (turistik destinasyon) olma potansiyeline sahiptir. Bugüne kadar ortaya çıkan turistik gelişme, bazı sorunları da beraberinde getirmiştir. Ayrıca, Bozcaada yaz nüfusunun kış nüfusuna göre yaklaşık beş kat artması ve günübirlik ziyaretçi sayısının hızla artması gibi etkenler taşıma kapasitesinin aşılmasına neden olmakta, bu da sorunları daha da arttırmaktadır. Bunların yanında, genel olarak adalardaki pahalı yaşam, Bozcaada’nın “pahalı bir yer” imajıyla da anılmasına yol açmıştır. Bu nedenle, politika geliştirilmesine yardımcı olmak ve en azından bir zemin hazırlayabilmek için, bu makalede Bozcaada turizminin sorunları, Bozcaada’nın güçlü ve zayıf yanları ile fırsatları ve tehlikeleri birbirini izleyen iki aşamalı bir araştırma ile ortaya konmaktadır.

Bozcaada turizmine yönelik yapılan literatür taramasında dikkati çeken çalışmalar şunlardır;

Pekcan C. (2001)	Gökçeada ve Bozcaada’nın Turizm Potansiyeli’nin Tespiti ve Adalarda Turizmin Gelişme Olanakları
Hamlacıbaşı F.Ü., Özkök F.(2006)	Bozcaada’da Turist Harcamalarının Gelir Etkisinin Ölçülmesine Yönelik Bir Çalışma
Özkök F., Erdem S.H., Harman S., (2007)	Tourism Impacts and Resident Support For Tourism Development: A Research on Bozcaada, Turkey.
Hamlacıbaşı F.Ü.(2008)	Yiyecek Turizmin ve Yiyecek Turizmini Açısından Bozcaada’nın Kaynakları
Can E.,(2008)	Sürdürülebilir Turizm ve Bozcaada
Çakıcı C., Aksu M., (2008)	Bozcaada Halkının Turizm ve Çevre Bilinci Üzerine Bir Araştırma
Özkök F., Harman S., Yavaş Ö., (2008)	Bozcaada’ya Gelen Yerli Turistlerin Profilini Belirlemeye Dönük Bir Araştırma
Çenet İ., (2008)	Bozcaada’ya Bakış ve 2010 Ada Vizyonu
Türemez Y., Bamyacı A.O., (2008)	Bozcaada’da Turistik Ürün Geliştirme ve Çeşitlendirme Üzerine Bir Çalışma

2. ARAŞTIRMANIN AMACI VE YÖNTEMİ

2.1. Araştırmanın Amacı

Araştırmanın amacı, Bozcaada turizminin sorunlarını ve Bozcaada turizmi için geçerli olabilecek fırsatları, üstünlükleri, zayıflıkları ve tehlikeleri ortaya koymaktır. Böylece, Bozcaada turizmi hakkında fikir yürütebilecek insanların değerlendirmeleri alınmış ve ortak bir yol haritası belirlenmiş olacaktır. Araştırma, Bozcaada'da turizm faaliyetlerinin geliştirilmesi sürecinde yönlendirici olabileceği ve politika geliştirilmesine katkıda bulunabileceği gibi, halkın karara katılım süreci ve sorunlar karşısında olası çözümleri sahiplenmesi açısından da olumlu etkiler yapabilecektir. Araştırma ile elde edilecek veriler ve bulgular sonucunda, Bozcaada'nın turizm destinasyonu olarak ön plana çıkması ve arzu edilen ziyaretçi talebini yakalayabilmesi için yapılabilecekler hakkında somut adımların atılması için karar desteği sağlanması da öngörülmüştür. Destinasyonun birinci derece kullanıcısı olan yerel nüfusun destinasyon yönetiminde yer alması, olası girişimlerin desteklenmesini ve başarıya ulaşmasını kolaylaştırabilecektir. Bozcaada turizmi ile ilgili yeterli literatür bulunmaması ve Bozcaada'nın bir destinasyon olarak SWOT analizinin yapılmamış olması da, mevcut araştırmayı gerekli ve önemli kılmaktadır. Söz konusu bu gerekçeler çerçevesinde, bu araştırmada yanıtları bulunmaya çalışılan araştırma soruları aşağıdadır:

- Bozcaada turizminin sorunları ve bu sorunların göreceli önem düzeyleri nedir?
- Bozcaada'nın turizm açısından güçlü yanları ve bu güçlü yanların göreceli önem düzeyleri nedir?
- Bozcaada'nın turizm açısından zayıf yanları ve bu zayıf yanların göreceli önem düzeyleri nedir?
- Bozcaada'nın turizm açısından fırsatları ve bu fırsatların göreceli önem düzeyleri nedir?
- Bozcaada'nın turizm açısından tehlikeleri ve bu tehlikelerin göreceli önem düzeyleri nedir?
- Bozcaada'nın turizm açısından rakipleri ve bu rakiplerin göreceli önem düzeyleri nedir?

2.2. Araştırmanın Yöntemi

Araştırma, birbirini takip eden iki aşamada gerçekleştirilmektedir. Birinci aşamada, Bozcaada turizminin sorunları, fırsatları, üstünlükleri, zayıflıkları ve tehlikeleri ile Bozcaada'ya rakip olabilecek yerleri belirlemeye yönelik açık uçlu altı soru, Bozcaada'da yaşayan farklı kesimlerden insanlara sorulmuştur. İlk aşama, kolayda örnekleme yöntemi ile yazarlarından biri tarafından 2007 yılı Kasım-Aralık aylarında yüz yüze gerçekleştirilmiştir. İlk aşamaya adada yaşayan turizmci, işçi-memur, belediye kamu görevlileri ve siyasi parti temsilcilerine kadar çok farklı kesimlerden 57 kişi katılmıştır (Tablo 1). İlk aşamada açık uçlu sorulara verilen yanıtlar, kodlamaya dayalı içerik analizine tabi tutulmuştur ve ortaya çıkan bulgular değerlendirilmiştir.

Araştırmanın ikinci aşamasında ise, açık uçlu sorulardan elde edilen bulgular, ikinci bir anket şeklinde düzenlenmiştir. İkinci ankette katılımcılardan Bozcaada turizmine ilişkin fırsatlar, üstünlükler, zayıflıklar ve tehlikelere ilişkin konuların her birini önemine göre 1 ile 10 arasında bir puan vermeleri istenmiştir. Burada 10 en yüksek önem düzeyini göstermektedir. Diğer iki soruda ise, katılımcılardan kategorize edilen Bozcaada'daki turizm sorunlarını ve Bozcaada'ya rakip olabilecek yerleri önem düzeylerine göre sıralamaları istenmiştir. Bu aşamanın anketi, yine kolayca örnekleme ile Bozcaada turizmi hakkında fikir yürütecek insanlara yüz-yüze uygulanmıştır. İkinci aşama, 2009 yılı Ocak-Şubat ayları arasında gerçekleştirilmiştir. İkinci aşamaya 194 kişi katılmıştır. İkinci anket, öncelikle birinci aşamaya katılanlar olmak üzere, yine Bozcaada turizmi hakkında bilgi sahibi olması öngörülen kişilere uygulanmıştır.

3. BULGULAR VE DEĞERLENDİRME

3.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Tablo 1'de katılımcıların demografik özellikleri yer almaktadır. Buna göre, ilk aşamaya katılan katılımcıların dörtte üçü (%74) erkeklerden oluşurken, ikinci

Tablo 1: Katılımcıların Demografik Özellikleri

BİRİNCİ AŞAMA			İKİNCİ AŞAMA		
Cinsiyet (n: 57)	Sayı	Yüzde	Cinsiyet (n: 194)	Sayı	Yüzde
Erkek	42	73,7	Erkek	65	66,5
Kadın	15	26,3	Kadın	129	33,5
Yaş (n: 55)			Yaş (n: 194)		
20-altı	1	1,8	20-altı	13	6,7
21-30	16	29,1	21-30	79	40,7
31-40	18	32,7	31-40	55	28,4
41-50	13	23,6	41-50	31	16,0
51- üstü	7	12,7	51- üstü	16	8,2
Eğitim (n: 56)			Eğitim (n: 194)		
İlköğretim	9	16,1	İlköğretim	22	11,3
Lise	16	28,6	Lise	79	40,7
Üniversite	26	46,4	Üniversite	87	44,8
Y.lisans	5	8,9	Y.lisans	6	3,1
Meslek (n: 57)			Meslek (n: 194)		
Turizmci	17	29,8	Turizmci	65	33,5
Memur	13	22,8	Memur	55	28,4
İşçi	8	14,0	Esnaf	20	10,3
Serbest meslek	7	12,3	İşçi	19	9,8
Esnaf	5	8,8	Serbest meslek	11	5,7
Politikacı	4	7,0	Ev hanımı	6	3,1
Şarap işletmecisi	2	3,5	Politikacı	5	2,6
Ev hanımı	1	1,8	Şarap işletmecisi	4	2,1
			Diğer	9	4,6

aşamada bu oran üçte bire düşmektedir. Başka bir anlamda kadınların oranı dörtte birden üçte bire yükselmektedir. Yaş dağılımı incelendiğinde ilk aşama katılımcılarının yaklaşık üçte biri, 30 yaşın altındadır. İkinci aşamada ise bu grubun payı neredeyse yarıya yakındır.

Eğitim durumu dikkate alındığında, eğitim seviyesi yüksek bir grubun varlığı söz konusudur. Bu durum, Bozcaada için şaşırtıcı değildir. Adada yaşayan insanların eğitim seviyesinin yüksek olduğu söylenebilir. İlk aşamaya katılan lise mezunlarının oranı %29'dan ikinci aşamada %40'a çıkmıştır. Üniversite mezunlarında önemli değişiklik olmamıştır.

Meslek dağılımı incelendiğinde her iki aşamaya katılan turizmcilerin oranı yaklaşık üçte birdir. İkinci aşamaya katılan memur sayısı, dikkat çekici şekilde artmıştır. Sayıları az da olsa, her iki aşamaya da işçi, esnaf, serbest meslek mensuplarından ve şarap işletmecilerinden katılım gerçekleşmiştir.

3.2.Bozcaada Turizminin Sorunları

Tablo 2, katılımcıların Bozcaada'da turizm sorunları olarak neleri gördüklerini ve bunların dağılımlarını ortaya koymaktadır. Ankete katılanların sorulara verdikleri cevaplar dikkate alındığında, ortaya konulan sorunlar altı alt boyutta toplanabilmektedir. Bu boyutlar; ulaşım sorunları, kalite ile ilgili sorunlar, alt yapı ve üst yapı ile ilgili sorunlar, fiyatlarla ilgili sorunlar, tanıtım ile ilgili sorunlar ve çeşitli sorunlar başlıkları altında gruplandırılmıştır.

1. Ulaşım sorunları: Katılımcılara göre, turizm sektörünün en önemli sorunu, ulaşım sorunudur. Bu sorun tüm sorunların üçte birinden fazladır (%36). Bu kategoride dikkati çeken Bozcaada'ya ulaşmada yaşanan ulaşım sorunudur. Ayrıca, Ada içindeki trafik, otopark ve adayla anakara arası ulaşım da feribot seferi sorunları da bunlar arasındadır. Oysaki turistik bölgelere ulaşım turizm ürünün satılmasında önemli bir rol oynamaktadır. Bu da yerel yöneticilerin ulaşım sorununa daha dikkatli şekilde yaklaşip, sorunlara uygun çözümler üretmesi gerektiğini göstermektedir.

2. Kalite ile ilgili sorunlar: Araştırmaya katılanların Bozcaada turizminde gördükleri ikinci sorun, kalite ile ilgilidir. Bu sorun grubu, tüm sorunların yaklaşık dörtte birini oluşturmaktadır. Bu grupta, çalışanlardaki ve konaklama tesislerindeki düşük nitelik dikkat çekicidir. Bu iki grupta yaşanan nitelik düşüklüğünün, turizm sektöründeki hizmet kalitesi ve turistlerin deneyimi üzerinde olumsuz etkileri olacağı kesindir. Bu nedenle, önemli bir sorun olarak ele alınmalıdır. Ayrıca, hizmet kalitesinin düşüklüğü, restoranların düşük kaliteli olması, işletme sahiplerinin yeterli nitelikte olmaması ve halkın olumsuz tavırlarından da söz edilmektedir. Nitelik sorununun orta ve uzun vadede giderilememesi, gelen turistlerin algısında olumsuz bir imaj yaratma olasılığını artırabilecektir. Böyle bir durum, turist sayısında azalmalara ve olumsuz sosyal haberleşmeye (olumsuz ağızdan ağza iletişim) sebebiyet verebilecektir. Nitelik düşüklüğü konusundaki en iyi çözüm eğitim olmaktadır.

3. Alt ve üst yapı ile ilgili sorunlar: Üçüncü grup sorunlar, alt ve üst yapı ile ilgili olup; %11 oranında varlığından söz edilmektedir. Bu grupta en dikkat çekici sorun, belediye hizmetlerinin (çevre, çöp, kanalizasyon) yetersizliğidir. İlçede yaz nüfusunun kış nüfusuna kıyasla yaklaşık beş kat artması, bu sorunu çabuk fark edilir

hale getirmektedir. Planlamanın ve devlet desteğinin Adada sürekli yaşayan kış nüfusuna göre yapılması, sorunun çözümünü zorlaştırmakta, birçok tatil beldesi, buna benzer sorunları yaşamaktadır. Bozcaada Kaymakamlığı ve Belediyesi, çevre yönetimi konusunda hükümetten önemli destek alabilmenin yollarını aramalı ve halkın çevre konusunda duyarlılıklarını geliştirmeye çalışmalıdır.

Alt ve üst yapı sorunları arasında sağlık sorunlarından, eğlence yerlerinin azlığından da söz edilmektedir. Bozcaada'da bir devlet hastanesinin olmaması, sağlık problemlerinin çözümünde büyük sorunlar yaşatmaktadır. Bu konuda Sağlık Bakanlığına önemli görevler düşmektedir.

Tablo 2: Bozcaada Turizminin Sorunları*

SORUNLAR	f	%	f	%
1. Ulaşım ile ilgili sorunlar			79	36,4
Ulaşım sorunu	38	48		
Trafik sorunu	18	23		
Otopark sorunu	15	19		
Feribot sorunu	8	10		
2. Kalite ile ilgili sorunlar			53	24,4
Çalışanların düşük nitelikli olması	15	28		
Konaklama tesislerinin düşük kalitesi	14	26		
Hizmetlerin düşük kaliteli olması	8	15		
Restoranların düşük kaliteli olması	7	13		
İşletme sahiplerinin yeterli nitelikte olmaması	5	10		
Ada halkının olumsuz davranışları	4	8		
3. Alt ve üst yapı ile ilgili sorunlar			38	17,5
Belediye hizmetlerinin yetersizliği (çöp, çevre, kanalizasyon)	16	42		
Eğlence tesislerinin azlığı	9	21		
Sağlık hizmetlerinin yetersizliği	7	18		
Kapalı spor kompleksinin olmaması	2	6		
Bankacılık hizmetlerinin yetersizliği	2	6		
Hijyen sorunu	1	3		
Ada içi toplu taşıma (dolmuş) araçlarının yetersizliği	1	3		
4. Fiyatlarla ilgili sorunlar			24	11,1
İzlenen yüksek fiyat politikası	13	54		
Konaklama tesisi ücretlerinin yüksek olması	6	25		
Restoranların pahalı olması	5	21		
5. Tanıtım ile ilgili sorunlar			6	2,8
Yeterli iç tanıtımın yapılmaması	5	8		
Yeterli dış tanıtımın yapılmaması	1	2		
6. Çeşitli sorunlar			17	7,8
Mevsimin kısa olması	6	35		
Turizm planının bulunmaması	6	35		
Arkeolojik kazıların yetersizliği	2	12		
Sivil kuruluşların eksikliği	2	12		
Sit sorunu	1	6		
TOPLAM			217	100,0

*Birinci aşamaya katılan 57 kişiden sağlanan bilgilerin içerik analizi sonucu ortaya çıkan boyutlardır.

4. Fiyatlarla ilgili sorunlar: Araştırmaya katılanlar, Bozcaada turizminin sorunları arasında fiyatların yüksekliğinden de söz etmişlerdir. Bu gruptaki sorunlar %10 dolayındadır. Adadaki fiyatların yüksekliğinden şikayet edilmektedir. Bu makalenin yazarlarından biri, 2004 yılı Haziran ayında Bozcaada'da Turizm Bakanlığınca yürütülen yaygın turizm eğitimine katılmıştır. Bu eğitim sırasında esnafa yüksek fiyat uygulamaları hususunda telkinde bulunulması, yerel yöneticiler tarafından belirtilmiştir. 2007 yılında da benzer sorunlardan söz ediliyor olması, bu sorunun zaman içinde kronikleştiğini çağrıştırmaktadır. Ada yaşamı, normalden daha pahalıdır, aşırı kar marjları veya yüksek fiyatlar, “Bozcaada pahalı bir yerdir” imajına yol açabilmektedir. Böyle bir imaj, olumsuz sosyal haberleşmeyle daha da yaygın hale gelebilir. Sonuçta, Ada esnafı bir kısır döngü içine girebilir. Başka bir ifade ile yüksek fiyat uygulandığı için turist sayısında azalma yaşanabilir, az turist geldiği için de esnaf yüksek fiyat uygulama yolunu seçebilir. Bu konu daha fazla kronikleşmeden yerel yönetim ve esnaf bu konuda bir tutarlılık sergilemek durumundadır.

Bozcaada'da genel olarak fiyat yüksekliğinin içinde konaklama ve restoran hizmetlerine ilişkin fiyatların yüksekliği de vardır. Hizmet kalitesinde düşüklük ile birleştirildiğinde, turistlerin ödedikleri bedele göre algıladıkları kalitenin düşük olması beklenebilir. Böyle bir durum ise, tekrar ziyaret eğilimini olumsuz yönde etkileyebilir. Ayrıca, sebep olacağı olumsuz sosyal haberleşme, Adada faaliyet gösteren tüm esnafın yatırımları üzerinde olumsuz yansımaları neden olabilir.

5. Tanıtım ile ilgili sorunları: Araştırmaya katılanlar, düşük bir oranda da olsa tanıtım sorunlarından bahsetmişlerdir. Tanıtım sorunları arasında yeterli iç ve dış tanıtımın yapılmadığından söz edilmektedir. Bu konuda Bozcaada için öncelikle hedef pazar bölümlerinin seçiminin yapılması, bir tutundurma bütçesi oluşturulması ve ardından da pazar bölümlerine dönük uygun tutundurma faaliyetlerine yönelmesinde fayda vardır.

6. Çeşitli sorunlar: İlk beş gruba dahil edilemeyen sorunlar, çeşitli sorunlar başlığı altında birleştirilmiş olup; %10 dolayında bir orana sahiptir. Turizm sezonunun kısalığı, dile getirilen sorunlar arasındadır. Bozcaada'daki iklim şartları gereği, sezon iki ay ile sınırlı kalmaktadır. Sezonun kısalığı, aynı zamanda, yüksek fiyat uygulamaya da zemin hazırlamaktadır. Sürdürülebilirlik kuralları ihlal edilmeden ve taşıma kapasitesi aşılmadan, yaz dönemi için yoğunluğu artırıcı önlemlerin alınması yoluna gidilebilir. Ayrıca, sezon öncesi ve sonrası için özel olarak tasarlanan tutundurma çabalarının yerine getirilmesi fayda sağlayabilir.

Çeşitli sorunlar arasında, belli bir turizm planının olmayışından, arkeolojik kazıların yetersizliğinden, sivil inisiyatif eksikliğinden ve sit uygulamasından söz edilmektedir. Bunlardan turizm planı eksikliği dikkat çekicidir. Bozcaada'ya ilişkin bir planın katılımcı yaklaşımla geliştirilmesinde fayda vardır. Katılımcılığın sağlanamadığı planlar, genellikle, raflarda tozlanmaya bırakılmakta ve bir türlü hayata geçememektedir. Böyle bir plan geliştirilirken, sürdürülebilirlik ve taşıma kapasitesi ihmal edilmemelidir.

Tablo 3, Bozcaada turizminin sorunlarına ilişkin her iki aşamaya katılanların tepkilerinin özetini göstermektedir. Araştırmanın birinci aşamasında ulaşım sorunu en

çok sözü edilen sorun iken, ikinci aşama sonunda ağırlıklandırma yapıldığında bu sorun, üçüncü sıraya düşmektedir. İkinci aşama verilerine göre, en önemli sorun fiyatlarla ilgilidir. Bunu kalite ve ulaşım ile ilgili sorunlar izlemektedir. Fiyatlar ile ilgili sorun ilk aşamada 4.sırada yer almasına rağmen, ikinci aşama sonuçlarına göre, göreceli olarak en önemli sorun şeklinde kabul edilmektedir.

Tablo 3: Bozcaada'nın Turizminin Sorunları ve Ağırlıklı Sıralaması

BİRİNCİ AŞAMA			İKİNCİ AŞAMA								
Sorunlar	f	%	1.	2.	3.	4.	5.	6.	A. Puanı*	A. Yüzde	Sıra
1.Ulaşım ile ilgili sorunlar	79	36,4	47	42	22	32	40	7	763	19,0	3
2.Kalite ile ilgili sorunlar	53	24,4	36	49	43	37	19	7	789	19,7	2
3.Alt ve üst yapı ile ilgili sor.	38	17,5	38	40	33	34	28	17	735	18,3	4
4.Fiyatlarla ilgili sorunlar	24	11,1	49	35	53	31	13	9	809	20,2	1
5.Tanıtım ile ilgili sorunlar	6	2,8	16	17	27	29	59	44	538	13,4	5
6.Çeşitli sorunlar	17	7,8	5	9	12	27	31	106	372	9,3	6
Toplam	217	100							4006	100,0	

$$*S_{iAP} = [(f_1*6)+(f_2*5)+(f_3*4)+(f_4*3)+(f_5*2)+(f_6*1)]$$

3.3.Bozcaada Turizminin Güçlü ve Zayıf Yanları

Tablo 4, araştırmanın her iki aşamasına katılanlara göre Bozcaada turizminin güçlü yanlarını ve bu güçlü yanların göreceli önem düzeylerini göstermektedir. Araştırmada güçlü yan, Bozcaada'nın rakip çekim merkezlerine kıyasla daha iyi yerine getirdiği herhangi bir faaliyetten doğan avantajı veya Bozcaada'nın önemli bir avantajından elde edilen herhangi bir özelliği olarak tarif edilmiştir.

Denizinin temizliği Bozcaada'nın güçlü yanları arasında en çok bahsedilendir. Ayrıca, bozulmamış mimari de güçlü bir yan olarak görülmektedir. Mimarinin korunmasında sit uygulamasının kuşkusuz önemli bir payı vardır. Ancak, bunun bir sorun olduğunu düşünenler de yok değildir. Adanın markalaşmış şarapları ve temiz havası, dikkat çekici diğer güçlü yanlardandır.

İkinci aşamaya katılanlar, Bozcaada'nın en önemli güçlü yanının Ada olmasının verdiği çekiciliği görmektedir. Bunu, temiz havası ve sakinliği izlemektedir. Göreceli olarak 16 boyuttan daha en az önemli bulunan husus, eğitim seviyesinin yüksekliğidir. Büyük kentlere yakınlık, göreceli olarak daha az önemli bulunan başka bir güçlü yandır.

Şehir yaşamının kalabalığından bunalan, çevre kirliliğinden ve iş yükünden yorulan insanlar için, sayılan güçlü yanların her biri dingin bir tatil için başlı başına bir motivasyon aracı olabilir. Güçlü yanlara ilişkin hususların sezonda gelen turistler açısından öneminin ortaya konması ve turistlerin geneli veya belli pazar bölümleri için bir anlam ifade eden güçlü yanların tutundurma faaliyetlerinde vurgulanması gerekir.

Tablo 4: Bozcaada Turizmi İçin Olası Güçlü Yanlar ve Önem Düzeyleri

BİRİNCİ AŞAMA*			İKİNCİ AŞAMA**		
GÜÇLÜ YANLAR	f	%	n	Ortalama	S.Sapma
1.Denizinin temiz olması	27	20	193	8,4715	2,20805
2.Ada mimarisinin bozulmamış olması	26	18	193	8,1710	2,47630
3.Markalaşmış şaraplarının olması	18	12	194	8,2577	2,31588
4.Temiz havası	15	10	194	8,5103	2,11395
5.Ada olmasının verdiği çekicilik	12	8	194	8,5979	2,12149
6.Güvenli olması	10	7	193	8,1347	2,51298
7.Sakinliği	8	6	193	8,4870	2,13383
8.Rum kültürünün olması	7	5	191	7,4660	2,50213
9.Ünlü çavuş üzümü	6	4	191	7,4450	2,55793
10.Eko turizme uygun olması	4	3	190	7,5474	2,40048
11.Ses kirliliğinin azlığı	3	2	194	8,0206	2,42175
12.Büyük kentlere yakınlığı	2	1	193	6,9326	2,61817
13.Eğitim seviyesinin yüksekliği	1	1	190	6,1579	2,66196
14.Film ve dizi çekimlerinin mekanı olması	1	1	193	7,6425	2,40478
15.Temiz enerji (rüzgar enerjisi) kullanması	1	1	194	7,8608	2,36692
16.Hanuççuluğun olmaması	1	1	190	7,2158	2,59237
Toplam	142	100,0	179	7,8132	1,61716

*Birinci aşamaya katılan 57 kişiden sağlanan bilgilerin içerik analizi sonucu ortaya çıkan boyutlardır.

**İkinci aşamaya katılan 194 kişiden sağlanmıştır. Yanıt kategorileri: 1:En önemsiz güçlü yan.....10:En önemli güçlü yan

Tablo 5, Bozcaada turizminin zayıf yanlarını ve bu zayıf yanların göreceli önem düzeylerini göstermektedir. Zayıflıklar konusunda önerilen fikirlerin önemli bir kısmı sorunlarla örtüşmektedir. Birinci aşamaya göre, Bozcaada'nın en çok sözü edilen zayıf yanı Ada'ya ve Ada'dan ulaşım görülmektedir. Göreceli olarak sıkça bahsedilen diğer zayıflıklar arasında hizmet kalitesi düşüklüğü, fiyat istikrarının olmayışı ve sağlık hizmetlerinin yetersizliği yer almaktadır.

Tablo 5: Bozcaada Turizmi İçin Olası Zayıf Yanlar ve Önem Düzeyleri

BİRİNCİ AŞAMA*			İKİNCİ AŞAMA**		
ZAYIF YANLAR	f	%	n	Ortalama	S.Sapma
1.Adaya ve adadan ulaşım	27	29	191	7,6963	2,60201
2.Hizmet kalitesinin düşüklüğü	17	18	192	7,7656	2,50701
3.Fiyat istikrarının olmaması	12	13	192	7,9740	2,52617
4.Sağlık hizmetlerinin yetersizliği	9	10	193	7,9119	2,58350
5.Alt yapı hizmetlerinin yetersizliği	8	8	192	7,4740	2,56218
6.Belediye hizmetlerinin yetersizliği	7	7	189	6,9894	2,76373
7.Park sorunu	4	4	192	7,9427	2,62127
8.Adada sosyal faaliyetlerin azlığı	4	4	194	7,8402	2,75986
9.Seyahat acentalarının olmaması	3	3	194	6,8943	3,07314
10.Yönlendirici tabelaların eksikliği	2	2	194	6,4588	2,84502
11.Adada Turizm İşletmesi Belgeli tesis olmaması	1	1	192	7,1823	2,69634
12.Yeterli plaj olmasına karşın kullanılamaması	1	1	193	7,2332	2,64231
Toplam	95	100,0	178	7,4644	1,82537

*Birinci aşamaya katılan 57 kişiden sağlanan bilgilerin içerik analizi sonucu ortaya çıkan boyutlardır.

**İkinci aşamaya katılan 194 kişiden sağlanmıştır. Yanıt kategorileri: 1:En önemsiz zayıf yan.....10:En önemli zayıf yan

İkinci aşamaya katılanlara göre, en önemli zayıf yan, fiyat istikrarının olmamasıdır. Bunu park sorunu ve sağlık hizmetlerinin yetersizliği izlemektedir. Zayıf yanlar konusunda dikkat çeken husus, ilk aşamada dördüncü sırada yer alan fiyat istikrarının ikinci aşama verilerine göre en önemli zayıf yan olarak algılanmasıdır.

3.4.Bozcaada Turizminin Fırsatları ve Tehlikeleri

Tablo 6, katılımcılara göre Bozcaada'nın turizm yönünden olası fırsatlarını ve bu fırsatların göreceli önem düzeylerini göstermektedir. Burada dikkat çeken, sorunlar, güçlü ve zayıf yanlar konusunda çok sayıda fikir ortaya çıkarken, fırsatlar ve tehlikeler konusunda çok az fikrin ileri sürülmüş olmasıdır. Araştırmada fırsat, Bozcaada'nın geleceğini olumlu yönde etkileyebilecek veya Bozcaada'ya herhangi bir şekilde rekabet üstünlüğü sağlayan Bozcaada'nın dışında gerçekleşen çevresel etmenler olarak tarif edilmiştir.

Araştırmaya katılanlar, Bozcaada'nın Yunanistan ile olan bağından en sıklıkla söz etmişlerdir. Bu bağ, gelecekte Yunan adaları ile Türk adaları arasında gemi seferlerinin yapılmasını sağlayabilir. Fırsat olarak değerlendirilen dikkat çekici diğer hususlar arasında Bozcaada'da çekilen film ve diziler, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesinin gelişmesi ve Assos, Truva ve Kaz Dağlarına yakınlık ve Bozcaadalı olduğu kabul edilen ünlü kişilerin varlığı sayılmaktadır. Assos, Truva ve Kaz Dağlarına yakınlık ve Bozcaadalı olduğu kabul edilen ünlü kişilerin varlığı (örneğin; gazeteci Haluk Şahin), tutundurma faaliyetlerinde bir avantaj sağlayabilir.

Tablo 6: Bozcaada Turizmi İçin Olası Fırsatlar ve Önem Düzeyleri

BİRİNCİ AŞAMA*			İKİNCİ AŞAMA**		
FIRSATLAR	f	%	n	Ort.	S.Sapma
1.Yunanistan ile olan bağı	6	24	193	6,8756	2,64084
2.Bozcaada'da çekilen film ve diziler	4	16	194	7,8402	2,55311
3.Çanakkale 18 Mart Üniversitesinin gelişmesi	4	16	193	7,0052	2,63292
4.Assos, Truva ve Kaz Dağları gibi merkezlere yakınlığı	4	16	194	6,9794	2,54485
5.Bozcaadalı kabul edilen ünlülerin varlığı	3	12	194	6,3144	2,72184
6.Çanakkale'ye marina yapılması	2	8	194	6,6495	2,82858
7.Sanat ve düşünce merkezi Aristo'nun Assos'una yakınlığı	1	4	192	6,3177	2,54141
8.Avrupa birliği kırsal gelişim programları	1	4	193	5,9534	2,72964
Toplam	25	100	191	6,7631	1,83106

*Birinci aşamaya katılan 57 kişiden sağlanan bilgilerin içerik analizi sonucu ortaya çıkan boyutlardır.

**İkinci aşamaya katılan 194 kişiden sağlanmıştır. Yanıt kategorileri: 1:En önemsiz fırsat.....10:En önemli fırsat

İkinci aşamaya katılanlara göre, Bozcaada'nın en önemli fırsatı, Bozcaada'da çekilen film ve dizilerdir. Bunu, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesinin gelişiyor olması ve Assos, Truva ve Kaz Dağları gibi merkezlere yakınlığı izlemektedir. Burada dikkat çeken özellik, Yunanistan ile olan bağın en çok dile getirilen özellik olmasına rağmen, önem düzeyine göre sıralamada dördüncü sırada yer almasıdır.

Tablo 7, Bozcaada turizmi açısından tehlikeleri ve bu tehlikelerin önem düzeylerini ortaya koymaktadır. Araştırmada Bozcaada yöneticilerinin, esnafının ve sakinlerinin endişe duydukları, olası kararların ve stratejilerin geliştirilmesinde dikkate alınması gereken ve Bozcaada için sorun yaratabilecek dış çevresel unsurlar tehlike olarak tarif edilmiştir.

Bozcaada turizmi için söylenen tehlikelerin başında, Ada dışında gelişen bağcılık görülmektedir. Şarap, Bozcaada imajında önemli bir imgedir ve bağcılık ile yakından ilgilidir. Ada dışında gelişen bağcılıktan bu nedenle çekinilmektedir. Diğer önemli bir tehlike de Bozcaada'da eğlence merkezleri yapılması yönündeki baskılardır. Adanın sessizliği ve sakinliği yönündeki güçlü yanlarının bir anda değişmesine sebebiyet verebilecek bir tehdittir. Bu durum, halihazırda Adaya gelen turistlerin keyfini de kaçırabilir.

Beş yıldızlı otel yapımı için alınan izin de bir tehlike olarak görülmektedir. Burada bir yönü ile küçük esnafın endişesi sezilmektedir. Beş yıldızlı bir otel, Ada için bir fırsata da dönüşebilir. Ancak, bu durumun bir tehlike olarak algılanması, halkın dışarıdan gelen yabancılara karşı geliştirdiği tutum ile yakından ilgili olabilir.

Günübirlikçi sayısının hızla artması, Adada çevre sorunlarına, trafik karmaşasına ve kirliliklere neden olabilmektedir. Sorunlar arasında gösterilmekle birlikte, gazetelerde yüksek fiyata ilişkin çıkan haberlerden tehlikeler arasında çok az bahsedilmektedir. Pahalılık imajı, zaman içinde bir kısır döngüye dönüşebilir.

Tablo 7: Bozcaada Turizmi İçin Olası Tehlikeler ve Önem Düzeyleri

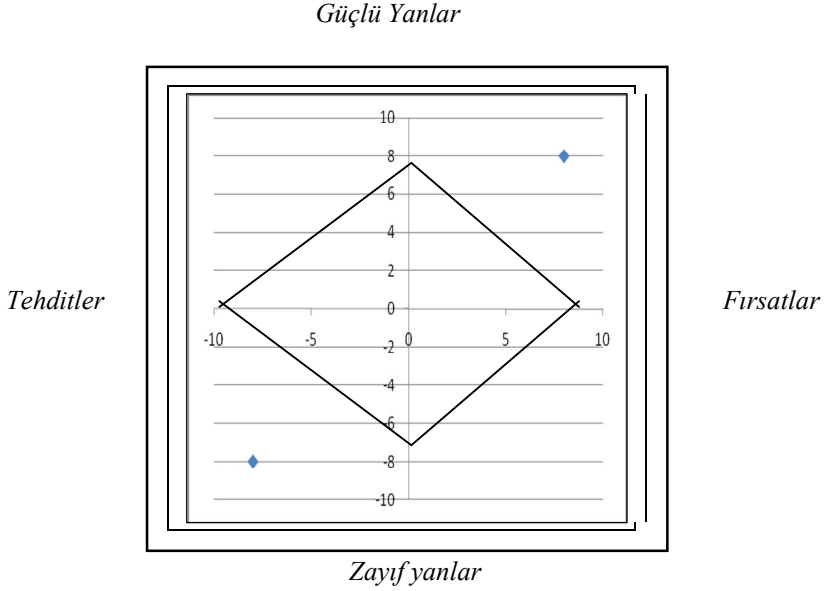
BİRİNCİ AŞAMA*			İKİNCİ AŞAMA**		
TEHLİKELER	f	%	n	Ortalama	S.Sapma
1.Ada dışında gelişen bağcılık	8	40	192	5,5573	3,00207
2.Dışarıdan gelen yatırımcıların güneydeki eğlence merkezlerine benzer tesisler için baskı yapması	5	25	193	6,3472	2,81897
3.Adaya yapılacak 5 yıldızlı otel ile ilgili verilen karar	3	15	194	5,9691	3,20283
4.Günübirlik turizm olayının artması	2	10	192	6,5729	3,02258
5.Bozcaada'daki yüksek fiyatlara ilişkin gazetelerde çıkan haberler	1	5	194	7,8093	2,71624
6.Bozcaada'daki tehditlerin dışarıdan ziyade içerden kaynaklandığı düşüncesi	1	5	192	6,5521	2,80937
Toplam	20	100	188	6,4840	1,82021

*Birinci aşamaya katılan 57 kişiden sağlanan bilgilerin içerik analizi sonucu ortaya çıkan boyutlardır.

**İkinci aşamaya katılan 194 kişiden sağlanmıştır. Yanıt kategorileri: 1:En önemsiz tehlike....10:En önemli tehlike

İkinci aşamaya katılanlar, en önemli tehlike olarak Bozcaada'daki yüksek fiyatlara ilişkin gazetelerde çıkan haberleri görmektedir. Bu husus, ilk aşamada bir kez dile getirilmesine rağmen, ağırlıklandırmada en önemli tehdit unsuru olarak algılanmıştır. İkinci ve üçüncü tehlike unsuru günübirlik turizm olayının artması ve tehlike algısının Ada dışından değil içeriden kaynaklandığı düşüncesidir. Ada dışında gelişen bağcılık, ilk aşamada en çok sözü edilen tehlike unsuru olmakla birlikte, önem

düzeyinin belirlendiği ikinci aşamada göreceli olarak en küçük önem düzeyine sahip olmuştur.



Şekil 1: Bozcaada Turizmine İlişkin Güçlü/Zayıf ve Fırsat/Tehdit Ortalamalarının Grafik Olarak Gösterimi

Şekil 1’de Bozcaada turizmine ilişkin güçlü ve zayıf yanlar ile fırsat ve tehditlerin önem düzeylerine ilişkin ortalamaların grafiksel sunumu yer almaktadır. Güçlü-zayıf ve fırsat ve tehditlerin önem düzeylerinin belirlendiği ikinci aşama verilerine göre, Bozcaada’nın güçlü yanlarının ortalaması 10’lu dereceleme üzerinden 7,8132 olup; zayıf yanların ortalaması 7,4644’dür. Fırsatlar 6,7631’lik ortalamaya sahipken, tehditlerin ortalaması 6,4840’dır. İdeal olarak sıfır noktası ile güçlü yanlar ve fırsatların ortalamaları arasında yer alan üçgenin büyük olması, diğer üçgenlerin küçük olması arzu edilir. Grafik incelendiğinde dört üçgenin de aşağı yukarı aynı olduğu anlaşılmaktadır. Büyük olması arzu edilen ‘güçlü yanlar-fırsatlar’ üçgeninin alanı 26,42 birimdir. Küçük olması istenen diğer üçgenlerden ‘güçlü yanlar-tehditler’ üçgeninin alanı 25,33 birim, ‘fırsatlar-zayıf yanlar’ üçgeninin alanı 25,24 birim ve ‘tehditler-zayıf yanlar’ üçgeninin alanı ise 24,20 birimdir.

3.5.Bozcaada’nın Turizm Açısından Rakipleri

Tablo 8, araştırmaya katılanlara göre, Bozcaada’ya rakip olabilecek yerleri ve bu yerlerin ağırlıklı sıralamasını göstermektedir. Birinci aşamaya göre, araştırmaya katılanların üçte biri, Adayı rakipsiz görmektedir. Buna karşın; Gökçeada ve Assos en önemli rakip destinasyonlar olarak algılanmaktadır..

Diğer taraftan ikinci aşamaya katılan ve rakip yerleri önem sırasına koyan katılımcılara göre, rakiplerin başında Assos gelmektedir. Assos'u, Ayvalık izlemektedir. Bu iki destinasyon rakip yerine işbirliği yapılabilecek ve Bozcaada turizminin gelişimine katkı sağlayacak destinasyonlar olarak dikkate alınabilir ve bu yönde çaba gösterilebilir.

Tablo 8: Bozcaada'nın Rakipleri ve Ağırlıklı Sıralaması

BİRİNCİ AŞAMA			İKİNCİ AŞAMA													
Rakipler	f	%	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	A. Puanı*	A. Yüzde	Sıra
1.Rakipsiz	19	23,8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2.Gökçeada	16	20,0	22	18	7	12	8	11	18	6	10	15	16	893	9,4	5
3.Assos	16	20,0	27	30	23	8	13	14	8	8	4	4	4	1139	12,0	1
4.Ayvalık	7	8,8	10	10	36	18	20	12	13	12	3	6	4	1028	10,8	2
5.Yunan ad.	7	8,8	45	8	11	12	7	2	6	5	6	10	37	956	10,1	3
6.Cunda	4	5,0	8	21	13	13	10	8	13	11	18	23	4	850	8,9	7
7.Edremit	3	3,8	6	5	9	25	13	13	16	13	19	9	13	786	8,3	8
8.Dikili	2	2,5	2	5	8	5	9	16	14	18	23	20	18	612	6,4	11
9.Akçay	2	2,5	5	7	11	8	14	13	10	18	13	23	16	687	7,2	10
10.Truva	2	2,5	17	26	9	10	12	8	13	15	11	10	9	927	9,8	4
11.Altınoluk	1	1,3	7	12	12	18	10	23	14	15	17	8	3	857	9,0	6
12.K. Kuyu	1	1,3	5	7	6	13	23	20	14	15	15	11	10	771	8,1	9
Toplam	80	100,0												9506	100,0	

$$*R_{iAP}=[(f_1*11)+(f_2*10)+(f_3*9)+(f_4*8)+(f_5*7)+(f_6*6)+(f_7*5)+(f_8*4)+(f_9*3)+(f_{10}*2)+(f_{11}*1)]$$

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bozcaada turizminin sorunları, güçlü ve zayıf yanları ile fırsat ve tehlikeleri üzerine yapılan iki aşamalı araştırma, oldukça önemli bilgiler sağlamıştır. Bulgular, araştırmaya katılanların Bozcaada turizmi ile yakından ilgili olduklarını ortaya koymaktadır.

Belirlenen temel bulguların başında, Bozcaada'da fiyatlar önemli bir sorun olarak görülmektedir. Fiyatlar ile ilgili sorunlar en önemli sorun ve en önemli zayıf yan olarak algılanmaktadır. Yüksek fiyatların gazetelerde haber konusu yapılması da, en önemli tehlike olarak görülmektedir. Birbirini teyit eden bu bulgu, yerel ve merkezi yönetim tarafından önemsenmelidir. Fiyatlar konusunda yaşanan sorun, bir kısır döngüye sebep olabilir. Fiyatlar yüksek olduğu için daha az turist gelebilir, daha az turist geldiği için esnaf da daha yüksek fiyat uygulama eğilimi gösterebilir. Bu durum, medya ve olumsuz sosyal haberleşme yoluyla halka yayıldığında olumsuz bir imajın gelişmesine yol açabilir. Böylece, hâlihazırdaki fiyatların yüksekliği konusundaki imaj, daha da güçlenmiş olur.

Fiyatların nasıl normalleştirilebileceği ve makul seviyelere çekilebileceği konusunda esnaf ve işletmecilerle görüşmelerde bulunulmasında ve ortak akıl belirlenip, fiyat istikrarının sağlanmasında fayda vardır. Bu konuda, yerel yönetimler,

kamu yönetimi, sivil toplum örgütleri, esnaf ve işletmeciler nezdinde bir duyarlılık geliştirilmesi, sorunun çözümüne odaklanması ve tespit edilen çözüm önerilerinin sürekli ama bilinçli şekilde uygulanması gerekmektedir.

Bozcaada'nın güçlü yanları arasında Ada olmanın yarattığı çekicilik, bozulmamış mimarisi, temiz denizi, temiz havası, markalaşmış şarapları ve sakinliği gelmektedir. Bu konuların tutundurma faaliyetlerinde kullanılabilmesi gerekmektedir. Bu güçlü yanlardan üretilecek mesajlar, özellikle eko-turizm pazarına dönük kullanılabilir. Başka bir ifade ile bu güçlü yanların turistler açısından anlamlı olabilecek bir değere dönüştürülmesi gerekmektedir.

Zayıf yanlar sadece fiyatlarla sınırlı değildir. Ada'daki hizmet kalitesi, ulaşımdaki sıkıntılar, park sorunu ve sağlık hizmetlerinin yetersizliği önemli zayıf yanlar arasındadır. Bu zayıflıkların bir kısmının turizmi destekleyen hizmetler ile ilgili olduğu anlaşılmaktadır. Söz konusu zayıflıkların iyileştirilmesi için Bozcaada'nın yerel yönetimi başta olmak üzere, merkezi yönetim ve özel sektör girişimcileri tarafından çaba sarf edilmesi gerekiyor.

Dikkat çekici fırsatlar arasında Bozcaada'da çekilen film ve diziler, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesinin gelişmesi, Assos, Truva ve Kaz Dağları gibi merkezlere yakınlığı ve Yunanistan ile olan bağı gelmektedir. Diğer taraftan, fiyatların yüksekliğine ilişkin gazetelerde çıkan haberlerden başka, gününbirlik turizm hareketlerinin artması önemli bir tehdit unsuru olarak anlaşılmaktadır.

Tehdit unsuru olarak algılanan başka bir husus ise, tehdidin dışarıdan değil Bozcaada içinden kaynaklandığı düşüncesidir. Bu ilginç olduğu kadar, düşündürücüdür de. Bu durum, Ada'da turizmin gelişmesinde paydaşlar arasında benzer duyarlılığın olmadığı, çeşitli koordinasyon sorunlarının bulunduğu, sinerji yaratılmadığı ve işbirliği ortamının sağlanamadığını çağırıştırılmaktadır. Dolayısıyla, turizmden etkilenen kesimlerin belli hedefler doğrultusunda bir araya gelebilmesi, sorunlar ve yapılması gereken işler konusunda işbirliği yapmaları ve sinerji yaratmaları gerekmektedir.

Ortaya çıkan başka bir gereksinim de, Bozcaada'da turizmden doğrudan veya dolaylı olarak etkilenen kesimler ile Bozcaada'nın gelişmesinde kilit rol oynayan kamu ve yerel yönetimin bir araya gelip bir yol haritası belirlemesi, gerekirse bu amaçla yarı resmi bir örgüt kurmasıdır. Düzenli aralıklarla yapılacak çalıştay, toplantı ve seminer gibi etkinliklerle öncelikle Bozcaada turizmi için hedef pazarların belirlenmesi, hedef pazarlara göre gerçekleştirilebilir hedeflerin belirlenmesi, hedeflerin gerçekleştirilmesini sağlayacak pazarlama stratejilerinin formüle edilmesi gerekmektedir.

Araştırmanın Sınırlamaları

Araştırmanın en önemli sınırı, Bozcaada'da yaşayan, yönetimde söz sahibi olan ve olmayan sadece yerel insanların araştırmaya katılmış olmalarıdır. Halbuki herhangi bir yörede turizmin geliştirilmesinde sadece yerel faktörler değil, merkezi yönetimin ve merkezi yönetim tarafından uygulanan politikalar çok önemli olabilmektedir. Dolayısıyla, elde edilen bulgular anlamlı ve önemli olmakla birlikte, bunların merkezi yönetim tarafından dikkate değer bulunması, çalışmayı amacına ulaştırma işlevi görecektir. Bu nedenle, araştırmaya Kültür ve Turizm Bakanlığı, Çanakkale Valiliği, Çanakkale Belediyesi gibi merkezi ve yerel idareden konu ile

İlgili kişilerin de katılması, daha gerçekçi bir değerlendirmeye ulaşılmasını sağlayabilir.

Diğer bir kısıt, her iki aşamada da örnekleme yöntemi olarak kolayda örnekleminin kullanılmasıdır. İlk aşama için çok önemli bir sorun teşkil etmemekle birlikte, ikinci aşamada örnekleme yönteminden kaynaklanan sorunları azaltabilmek, güvenilirliği ve geçerliliği yükseltebilmek için örnek büyüklüğü elden geldiğince yüksek tutulmaya çalışılmıştır.

Her ne kadar katılımcılarla yüz yüze görüşülmüş olsa da, böyle bir çalışmada, özellikle birinci aşamada grup etkileşimini sağlamak, daha fazla bilgiye ulaşmanın bir yolu olabilir. Önceden ilan edilen belli bir gün ve saatte yapılacak geniş katılımlı bir çalıştay düzenlenebilir; toplantıya katılanlar 10-12 kişilik çalışma gruplarına bölünebilir ve böylece grup etkileşimi sağlanarak sinerji yaratılabilir, araştırma konusu ile ilgili daha tatmin edici bilgiler derlenebilir.

KAYNAKÇA

- ATAY, Lütfi, “Turistik Destinasyon Pazarlaması ve Bir Alan Uygulaması”, İzmir: D.E.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Doktora Tezi, 2003.
- BUHALIS, Dimitrios, “Marketing The Competitive Destination of The Future”, *Tourism Management*, 21, 2000, s.97-116.
- CAN, Emel, “Sürdürülebilir Turizm ve Bozcaada”, *Çanakkale İli Değerleri Sempozyumları Kitabı içinde Bozcaada Değerleri Sempozyumu*, 2008, Çanakkale
- CHEN, Ching-Fu ve TSAI, DungChun, “How Destination Image and Evaluate Factors Affect Behavioral Intentions?”, *Tourism Management*, 28(4), 2007, s. 1115-1122.
- ÇAKICI, Celil, ve AKSU, Murat, “Bozcaada Halkının Turizm ve Çevre Bilinci Üzerine Bir Araştırma”, *Çanakkale İli Değerleri Sempozyumları Kitabı içinde Bozcaada Değerleri Sempozyumu*, 2008, Çanakkale.
- ÇENET, İbrahim, “Bozcaada’ya Bakış ve 2010 Ada Vizyonu”, *Çanakkale İli Değerleri Sempozyumları Kitabı içinde Bozcaada Değerleri Sempozyumu*, 2008, Çanakkale.
- DİNÇER, Füsun İstanbullu, “Güney Doğu Anadolu Projesinde Turizmin Çeşitlendirmesi”, *Anatolia: Turizm Araştırması Dergisi*, 10-Eylül- Aralık, 1999, s. 18-30.
- HAMLACIBAŞI, F., Ümit, ve ÖZKÖK, Ferah, “Bozcaada’da Turist Harcamalarının Gelir Etkisinin Ölçülmesine Yönelik Bir Çalışma”, *Uluslararası Çanakkale Kongresi*, 2006, İstanbul.
- HAMLACIBAŞI, Fatma Ümit, “Yiyecek Turizmin ve Yiyecek Turizmini Açısından Bozcaada’nın Kaynakları”, Çanakkale: ÇOMU. Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 2008

- HUDSON, Brain. J., “Waterfalls: Resources for Tourism”, *Annals of Tourism Research*, 25(3), 1998, s. 958-973.
- KAPTAN AYHAN, Çiğdem, “Bozcaada’da Turizm Hareketlerinin Gelişimine Yerel Halkın Yaklaşımı Üzerine Bir Araştırma”, *Çanakkale İli Değerleri Sempozyumları Kitabı içinde Bozcaada Değerleri Sempozyumu*, 2008, Çanakkale
- KOTLER, Philip, BOWEN, John ve MAKENS, James, *Marketing Hospitality and Tourism*, Prentice Hall, NJ.,1999.
- KOZAK, Nazmi, KOZAK, Meryem A. ve KOZAK, Metin, *Genel Turizm: ilkelere-kavramlar*, 6. basım Ankara: Detay Yayıncılık, 2006.
- KOZAK, Nazmi, *Turizm Pazarlaması*. 1. basım, Ankara: Detay Yayıncılık, 2006.
- LEE, Kian Foh, “Sustainable Tourism Destinations: The Importance of Cleaner Production”, *Journal of Cleaner Production*, 9(4), 2001, s.313-323.
- ORAL, Saime, *Otel İşletmeciliği ve Konaklama İşletmelerinde Verimlilik Analizleri*, İzmir: Kayırlmaz Matbaası, 1999.
- ÖZKÖK, Ferah, ERDEM, Sabri Haluk ve HARMAN, Serhat, “Tourism Impacts and Resident Support For Tourism Development: A Research on Bozcaada, Turkey”, *International Tourism Biennial*, 2007, Çanakkale.
- ÖZKÖK, Ferah, HARMAN, Serhat ve YAVAŞ, Özgün, “Bozcaada’ya Gelen Yerli Turistlerin Profilini Belirlemeye Dönük Bir Araştırma”, *Çanakkale İli Değerleri Sempozyumları Kitabı içinde Bozcaada Değerleri Sempozyumu*, 2008, Çanakkale.
- PEKCAN, Cem, “Gökçeada ve Bozcaada’nın Turizm Potansiyeli’nin Tespiti ve Adalarda Turizmin Gelişme Olanakları”, *ÇOMU: Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, 2001
- TOSUN, Cevat ve JENKINS C.L, “Regional Planning Approaches to Tourism Development: In Case of Turkey”, *Tourism Management*, 17(7), 1996, s. 519-531
- TOSUN, Cevat ve BİLİM, Yasin, “Şehirlerin Turistik Açından Pazarlanması: Hatay Örneği”, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 15(2), 2004, s. 125-138.
- TÜREMEZ, Yüksel ve BAMYACI, A. Onur, “Bozcaada’da Turistik Ürün Geliştirme ve Çeşitlendirme Üzerine Bir Çalışma”, *Çanakkale İli Değerleri Sempozyumları Kitabı içinde Bozcaada Değerleri Sempozyumu*, 2008, Çanakkale.
- ÜNÜSAN, Çağatay ve SEZGİN, Mete, *Turizmde Strateji Eksenli Pazarlama İletişimi*, İkia Yayıncılık, 2005.