

Agro-Turizm Kapsamında Narın Turistik Ürün Olarak Kullanımı: Ortaca Örneği

Nazan KORKMAZ*

Gülay ÖZALTIN TÜRKER

Ali TÜRKER

Selim İŞİK

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Ortaca Meslek Yüksekokulu, Muğla

*Sorumlu Yazar:

E-posta:nturkmen@mu.edu.tr

Geliş Tarihi: 22 Şubat 2016

Kabul Tarihi: 11 Nisan 2016

Özet

En eski meyve türlerinden biri olan nar, insanlık tarihinde önemli bir yere sahiptir. Musevilik, Hıristiyanlık ve İslamiyet'te özel anlamlara sahip, tüm kutsal kitaplarda adından bahsedilen bu meyveyi tanıyan her topluluk ve medeniyet bu meyveye pek çok açıdan farklı değerler yüklemiştir. Tropik ve sub-tropik iklim meyvesi olarak nar, ülkemizde Antalya ve Muğla başta olmak üzere Akdeniz ve Ege bölgesi illerinde yaygın olarak yetiştirilmektedir. Özellikle kuraklık, tuzluluk gibi bazı abiyotik stres etmenlerine toleranslı olması nedeniyle daha uzun yıllar yetiştiriciliği öngörülmesine rağmen bu meyve türünün ihracattaki değerlendirilmesi hak ettiği ölçülere ulaşamamıştır. Çünkü ülkemizde narın sadece meyvesi değerlendirilmeye çalışılmaktadır. Fakat narın meyvesi yanında çiçekleri, yaprağı ve gövdesi, süs bitkisi olarak nar ağacını oldukça kıymetli hale getirmektedir. Baharda çiçeklenme ve sonbaharda meyvenin olgunlaşması uzun yaz ayları ile birleştirildiğinde üç mevsim narın görsel şölenini izleme olanağı vermektedir. Bu özellikleri narın agro-turizm faaliyetleri kapsamında da değerlendirilme potansiyelinin yüksek olduğunu göstermektedir. Nar yetiştiriciliğinde büyük öneme sahip olan Muğla ili aynı zamanda ülkemizin önemli turizm destinasyonlarını da içerisinde barındırmaktadır. Ortaca ilçesi il nar üretiminin neredeyse tamamını tek başına yapmaktadır. İlçe sınırları içerisinde bulunan Dalyan destinasyonu ise labirent şeklinde kanalları, Sultaniye kaplıcaları, Kaunos harabeleri, İztuzu plajı, Köyceğiz gölü vb. tarihi, kültürel ve doğal güzellikleriyle yerli ve yabancı turistlerin ilgisini çeken ülkemizin önemli destinasyonlarından biridir. Bu çalışma nar yetiştiriciliğinin turizmde kullanım alanlarının belirlenmesi amacıyla gerçekleştirilmiştir. Bu bağlamda Ortaca ilçesi araştırma bölgesi olarak belirlenmiştir. Araştırma yöntemi olarak nitel araştırma yöntemlerinden SWOT analizine başvurulmuştur. Araştırmanın sonuç bölümünde analiz sonuçlarından hareketle nar yetiştiriciliğinin turizmde kullanımına ilişkin öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Agro-turizm, Dalyan, Nar

The Potential of Pomegranate As a Touristic Product Within Agro-Tourism: Ortaca Case

Abstract

Pomegranate fruit, one of the oldest fruit families, has an important place in mankind history. Not only in all holly as Judaism, Christianity and Islam but also each community and civilization had given many different values and meanings in many respects to this fruit. Pomegranate, one of the table fruits of tropical and subtropical regions, has grown widely in Mediterranean and Aegean regions, especially Antalya and Muğla Provinces. Although it has tolerance to some abiotic stress factors like drought and salinity and been foresight grow many more years, the export rates of the fruit have not reached right proportion, yet. The reason of this is said to be due to the aim of appreciating pomegranate just as a fruit. Besides from fruit, the pomegranate flowers, leaf and stump also have ornamental value. Moreover, "flowering in the spring and fruit set in the autumn together long summer months" provide a visual feast. So, those features provide a high potential for using pomegranate in Agro-tourism. Besides agricultural potential in the cultivation of pomegranate, Muğla province has also got a great importance as a one of the tourism destinations of the country. Ortaca Region makes almost alone pomegranate growing. Moreover Dalyan, one of the tourism attractions of Ortaca, attracts both local and foreign tourists with its historical, cultural and natural beauties as canals like the labirents, Sultaniye mudbaths, Caunos ruins, İztuzu beach and Lake Köyceğiz. This study was done to determine the use of pomegranate in tourism sector. In this context, Ortaca was selected as the research area. SWOT analysis was used as the research method. Suggestions according to the analysis were given at the conclusion.

Keywords: Agro-tourism, Dalyan, Pomegranate

GİRİŞ

Günümüzde ziyaretçi sayılarını arttırmayı amaçlayan pek çok destinasyon farklı pazarlama problemleri ile karşı karşıyadır. Her destinasyonun kendisine özgü bazı problemler olmakla birlikte rekabete bağlı olarak farklı destinasyonlarda benzer şekilde ortaya çıkan problemlerden de bahsetmek mümkündür. Örneğin turizm faaliyetlerinin bölgesel ve zamansal yoğunlaşması hemen hemen her destinasyonun yaşamakta olduğu problemlerin başında gelmektedir. Benzer ürünlerin sunulması da destinasyonlar arası rekabeti artırıcı problemlerin içinde sıralanmaktadır. Söz konusu üç problemin çözümü için farklı destinasyonlar farklı yöntemler uygulamaktadırlar.

Muğla ilinin ilçelerinden biri olan Ortaca ilçesi, Dalaman ve Köyceğiz ilçeleri arasında yer almaktadır. İlçe sınırları içerisinde bulunan Dalyan kanalı, İztuzu plajı ve Sarıgerme plajı ilçenin turizm çekim merkezlerini oluşturmaktadır. Gerek konaklamalı ve gerekse günübirlik olarak ulusal ve

uluslararası turizm faaliyetlerine hizmet veren bu turizm bölgeleri ilçenin kıyı şeridinde yer almaktadır. 260 güne varan güneşli gün sayısı ile en uzun yaz sezonunun yaşandığı bölgelerden biri olma özelliğini taşıyan ilçede deniz-kum-güneş üçlüsüne dayalı bir turizm faaliyeti gerçekleştirilmektedir. Bu nedenle bölgede bulunan turizm işletmelerinin hemen hepsi sezonluk faaliyet göstermektedir. Aynı il sınırları içerisinde bulunan ve benzer turistik ürünleri sunan Fethiye, Marmaris, Datça, Bodrum ve Milas gibi ilçeler turizm alanında Ortaca ilçesinin doğal rakibi konumundadırlar. Bu ilçelerden özellikle; Bodrum, Marmaris ve Fethiye ilçelerinin marka değerlerinin daha yüksek olması Ortaca ilçesinin pazarlama alanında gölgelemesine neden olmaktadır. Yukarıda ifade edilen durumlarında ortaya koyduğu gibi Ortaca ilçesi turizm pazarlaması alanında pek çok destinasyonun yaşadığı; bölgesel-zamansal yoğunlaşma ve benzer türünde rekabet problemleri ile karşı karşıyadır.

Diğer pazarlama türlerinde olduğu gibi turizm pazarlamasında da rekabeti ortadan kaldırmanın önemli yön-

temlerinden biri ürün farklılaştırmasına gitmektedir. Rakip destinasyonlarda sunulmayan ürünlerin geliştirilmesi, farklı niş pazarların yaratılması gibi yöntemler destinasyonları yüksek rekabet ortamından kurtarabilecektir. Bu bağlamda Ortaca ilçesi incelendiğinde ilçede turizm dışında temel ekonomik faaliyetlerden birinin de tarım olduğu göze çarpmaktadır. İlçede özellikle son yıllarda nar yetiştiriciliği ön plana çıkmaktadır. Türkiye’de en çok nar yetiştirilen ikinci il olan Muğla ilinde en yüksek nar yetiştiriciliği miktarına sahiptir. Bu nedenle farklı bir turizm çeşidi olarak agro-turizmin Ortaca ilçesinde değerlendirilmesi gerektiği ve narın turistik ürün olarak geliştirilebileceği düşünülmektedir. Bu yöntemle kıyı bandına sıkışmış olan turizm faaliyetlerinin iç kesimlere doğru yaygınlaştırılması ve nar üretimine bağlı olarak turizm sezonunun uzatılması söz konusu olabilecektir. Ayrıca rakip destinasyonlardan farklı bir turistik ürün geliştirildiği için rekabet avantajı da sağlanabileceği düşünülmektedir. Bu çalışmada ilçe özelinde nar yetiştiriciliğinin turistik ürün olarak geliştirilmesinin yöntemleri ve avantajları tartışılmıştır.

NARIN YETİŞTİRİCİLİĞİ ve NAR’IN TARİHÇESİ

Nar hem taze meyve olarak tüketilmesi ile tarımsal açıdan önemli bir bitki, ayrıca ilaç, boya, mürekkep, yağ, hayvan yemi, tanen, sirke gibi ürünlerin elde edilmesinde hammadde olarak kullanılması ile de önemli bir endüstri bitkisidir. Nar yetiştiriciliğinin yaygın olarak yapıldığı Akdenize kıyısı olan ülkelerde nar yetiştiriciliğinin antik çağlardan beri yapıldığı bilinmektedir [8]. Ülkemiz narın anavatanı sınırları içerisinde yer aldığından nar yetiştiriciliğinin yapıldığı her bölgenin kendisi ile özdeşleşmiş bir çeşidi vardır. Siirt’in Zivzik narı, Adana Ceyhan’ın Fellah Yemez narı, Mersin Silifke’nin Silifke Aşısı, Ayvalık’ın Kara narı bunlardan sadece bir kaçıdır [19]. Muğla ilinde ise nar yetiştiriciliğinin en fazla yapıldığı ilçe olan Ortaca yöresinin yaygın çeşidi ticari değeri çok yüksek olan, ancak pazarlama kanalı problemleri nedeni ile hak ettiği değerde satılmayan Hicaz Nar’dır.

Nar, içinde küçük çekirdekler ve meyve gövdesini oluşturan yüzlerce tanecikten oluşmuş, hafif ekşi ve bazen tatlı olan, çoklukla subtropik iklimlerde yetişen bir meyve türüdür. Nar bitkisi 1-5 m boyunca çalı ya da ağaççık şeklinde bulunur. Çok dallı bir taca sahip olup genç dallar köşelidir. İlk çıkan filizlerdeki yapraklar kırmızı renkte, yapraklar tam iriliğini aldıkları dönemde yeşil, ardından sonbaharda dökümden önce tekrar kırmızı renkte olurlar. İki eşeyli büyük çiçeklere sahip, taç yaprakları kırmızı, nadiren beyaz ve kokusuzdur. Diğer meyve türlerine göre daha geç çiçek açtığı ve çiçeklenme periyodu uzun olduğu için çiçeklenme döneminde oluşabilecek ilkbahar geç donlarından korunur. Nar genellikle nisan sonu haziran ayı arasında çiçeklenir. Çiçeklenme periyodu yaklaşık 1- 1.5 ay kadar sürer. Bu çiçeklenme süreci ardından ağaç üzerinde çoğunlukla iri meyvelerin yanında, geç açan çiçeklerden oluşan küçük meyvelerde yer alır. Meyve olgunlaşması ise genellikle ağustos sonu ile kasım ortasına kadar sürmektedir. Meyveler 5-14 cm çapındadır. İçi tohumla dolu olup derimsi yapıda bir kabukla kaplıdır [19]. Hasat edilen meyveler dayanıklı meyve kabuğu nedeniyle depolama ve taşıma sırasında diğer meyvelere oranla daha az zarar görür. İri meyve yapısına sahip olduğu için hasat kısa zamanda yapılır.

Nar yapısı itibarıyla aslında çalı formunda bir bitkidir, bu nedenle sürekli olarak dip kısmından sürgün verme

eğilimindedir. Yaz aylarında belirli aralıklarla bu sürgünlerin temizlenmesi gerekmektedir. Meyve gelişimi yaz aylarına tekabül ettiğinden bu dönemde yapılacak özensiz sulama meyve çatlamasını ve buna bağlı kayıpları artırır. Kaliteli, bol ürün elde etmek ve meyvelerin çatlamasını önlemek için düzenli sulamanın 10-15 gün aralya yapılması gerekir. Meyveler güneş yanıklığına oldukça hassastır. Bu nedenle korumak için meyve kağıt keseler içerisine alınmakta ya da ağacın tamamına çeşitli koruyucular uygulanmaktadır. Meyve hasadı çeşide özgü tam iriliğini ve tam olgunluğunu aldığı anda yapılmalı, geç hasadın sakıncalarından kaçınılmalıdır [19]. Uygun zamanda hasat edilen meyveleri 3-4 ay süre ile sağlıklı bir şekilde depolamak mümkündür. Hasat dönemine kadar yapılacak bakım işlemlerinin neredeyse tamamı yaz aylarında gerçekleşmektedir.

İlk çiçeklenmenin başladığı nisan ayından başlayarak meyve olgunlaşmasının gerçekleştiği eylül –ekim aylarına kadar geçen 7 aylık süreye 4 ay gibi bir depolama süresi eklendiğinde 11 ay narın tüm nimetlerinden yararlanmak mümkün olacaktır.

Nar insan sağlığı açısından önemli faydalara sahip bir meyvedir. Bol miktarda C vitamini, polyphenol, demir ve potasyum içeren narın bağışıklık sistemini güçlendirdiği kanıtlanmıştır. Ayrıca kolesterol ve şekeri dengeleyen nar, kanser hücrelerinin gelişmesine engel olurken, kalp sağlığının korunmasında da yardımcı olmaktadır. C, B1 ve B2 vitaminlerini içeren ve zengin potasyuma sahip bir su bardağı nar suyu günlük C vitamini ihtiyacının %25’ini karşılamaktadır. Nar meyvesinin ya da suyunun günlük tüketimi yorgunluğu giderici ve zindelik verici etkiye de sahiptir. Narın sağlığa faydalarına ilişkin pek çok çalışma yapılmıştır. Araştırmalar narın başta ülser olmak üzere miğde rahatsızlıkları, öksürük ve akciğer problemlerine iyi geldiğini göstermektedir. Kabızlığı gideren nar aynı zamanda kalp ve damar sisteminin korunmasına da yardımcı olmaktadır. Özellikle damar tıkanıklığına neden olan ACE adındaki enzimleri engellemektedir [10].

Nar, dünyada kültüre alınan ilk bitkiler arasında gösterilen bir meyve olup insan sağlığına olan yararları ve ticari yaşamdaki değerinin yanı sıra kültür hayatında da sıkça bahsi geçen bir meyvedir [9]. Bugün dünya genelinde yetiştiriciliği hızla yaygınlaşmakta olan nar oldukça eski bir geçmişi sahip olup günümüzden 3000 ile 7000 yıl kadar öncelere uzanmaktadır. Nar, en erken Batı Asya’da (Afganistan, Pakistan) erken bronz çağında yetiştirilmiş, bu bölgeden İran, Suriye, Filistin ve Mezopotamya’ya yayılmıştır. M.Ö. 2500 yılları Mezopotamya bölgesine ait yazıtlarda nardan bahsedildiği görülmektedir [19]. Narın anavatanı sınırları içerisinde yer alan Türkiye, aslında gerçek anlamda bir nar cennetidir.

Tarih boyunca doğurganlığın, bolluk ve bereketin ve iyi dileklerin sembolü olan nar, bütün kutsal kitaplarda yüceltilen bir meyve olmuştur. Birçok uygarlıkta törenlerde, sanat ve mitolojide özel bir yer almıştır. Roma İmparatoru Maximillian’ın kişisel amblemi olmuş, İspanya’da Granada’ya, Antalya’da Side’ye ismini vermiştir [5]. Side’ye bu ismin önceleri bu civarda yaşayan Pamfilya (Pamfulia) halkı tarafından konulduğu ifade edilmektedir [9]. Son yıllarda ekonomik gelişmeler ve insanların yaşam standartlarının artması ile sağlıklı meyve tüketme arzusu tetiklenmiş, bu durum hem taze meyve ve hem de süs bitkisi olarak nara olan ilgi ve harcamayı arttırmıştır. Böylece meyve üretiminde benzeri görülmemiş bir üretim artışı söz konusu olmuş ve bu durum narın ekonomik değerlerini araştırma çabalarını artıran bir faktör olmuştur [18].

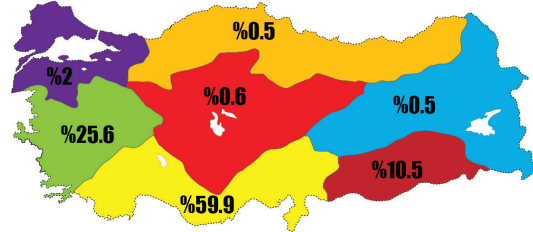
Bugün meyvelerle ilgili yapılmakta olan sayısız çalışmada ortaya konulan o meyvenin yenilebilir değeri, süs bitkisi değeri ve de sağlık-bakım değerleridir. Nar bu üç özelliği bir araya toplayan meyve örneklerinin en başında gelmektedir. Morfolojik yapısı, yenilebilirliği, farmakolojik etkileri, kültürel bir imaj oluşu, narın sadece ağaç sayısını ve peyzaj değerini artırmaz, aynı zamanda turizm kaynağı olarak büyük bir potansiyel ve parlak bir gelecek vaat eder [18].

Tarım ve turizmin özellikle kırsal turizmin hedef ve problemleri oldukça benzerlik gösterir. Her ikisinin de maddi beklenti ile yapılmasının dışında, her ikisinde de hedef doğaya zarar vermeden, çevre dostu üretim yapabilmektir. Her ikisinin de problemi; işgücünün yoğun olarak kullanıldığı bir sezon ve işgücüne ihtiyaç duyulmayan düşük sezonun varlığıdır. Sadece bu ortak paydalar bile tarım ve kırsal turizm entegrasyonunu kaçınılmaz kılmaktadır. Ülkemizde yedi bölgede yedi farklı iklimin varlığı neticesinde neredeyse dünyada var olan bütün meyve türlerini yetiştirmek mümkündür. Tüm bunlarla birlikte halen mevcut ürün çeşitliliğinin oldukça fazla olması kırsal turizmde denememiş yeni teori ve pratiklerin uygulanmasını gündeme getirmeli ve yerli tarım turizmi adım adım büyütülmelidir.

Çin'in güneyinde Zaozhuang Nar Endüstrisi Zonu oluşturulmuş, burada nar endüstrisi ile turizm endüstrisi birleştirilmiştir. Birleştirme tarım-turizm, endüstri-turizm, iş-turizm ve kültür-turizm entegrasyonu şeklinde gerçekleştirilmiştir. Tarım turizm entegrasyonunda, turistlerin nar bahçesinde tarımsal uygulamalar yapması sağlanmakta, meyve hasadı, budama gibi uygulamalar yapması neticesinde meyveyi daha yakından tanımasını sağlanmaktadır. Bölgede nar araştırma merkezi kurulmuş ve genetik çalışmalar yapmakta ve yabancı çeşitlerinde bulunduğu araştırma bahçeleri kurulmaktadır. Bu alan turist gezi alanı içerisinde yer almaktadır. Yine bu amaçla nar bonsai bahçesi kurulmuştur. Endüstri-Turizm entegrasyonu planı ile emek, teknoloji ve sermaye bir araya getirilerek modern tarım, ürün geliştirme ve işleme parkı kurularak nar sanayi ve turizm bir araya getirilmiştir. Bu parklar sayesinde geleneksel nar bahçeleri, süs değeri olan parklara dönüştürülebilmektedir. İş ve turizm entegrasyonu projesinde 1-10 yıllar içerisinde bölgeye yıllık 1.8 milyon turist geleceği ve buna bağlı olarak istihdamın artacağı, bölgede bir kişinin 100 RMB harcaabileceği ve böylece 180 milyon RMB gelir elde edilebileceği hesap edilmiştir. Bölge içerisinde kurulan Nar Sihirli bahçesi ve Peyzaj Alanı Güney kapısı önemli roller üstlenmektedir. Nar sihirli Bahçesi içerisinde, gezi parkları, oyun alanları, restaurant, gösteri alanları ve konsepti nar olan alışveriş alanları bulunmaktadır. Kültür ve turizm entegrasyonunda tapınakların bulunduğu tepe ve dağlarda nar bahçeleri tesis edilmiş, inanç ve kültür hakkında bilgilendirmenin yapıldığı alanlar oluşturulmuştur. Nar kültürünün kırsaldan kente sürekliliği anlayışını teşvik etmek ve nar sanayisinin gelişmesini teşvik etmek için nar genetik merkezi ve ilk Nar kültür Müzesi kurulmuştur. Tüm bu amaçlar için nar ile ilgili ayrılan alan miktarı 1186 ha'dır [18].

Ülkemizde nar üretim alanı 2012 yılı verilerine göre 26.902 ha'dır. Yine 2012 yılı verilerine göre 315.150 ton olan toplam üretimin neredeyse yarısına tekabül eden 151.488 tonu aynı zamanda turizmde gözde kentlerinden olan Antalya ve Muğla'da gerçekleştirilmiştir. Muğla ilinin toplam üretim içerisindeki payı %15'tir [7]. Muğla ilinde ise üretim en fazla Ortaca ilçesinde yapılmakta olup toplam

üretim alanı 1.481 ha'dır. Dalyan beldesi 341 ha ile Ortaca ilçesi üretiminin % 23'ünü gerçekleştirmektedir. Çin'e ait örneği anlatılan uygulamanın Ortaca yöresine uyarlanması durumunda, sadece taze meyve olarak pazarlanmasında sıkıntı yaşanan narın, kimya, kozmetik ve ilaç ve gıda sanayinde, sitrik asit, sirke, çay, boya, mürekkep, kolonya yapımında ve süs bitkisi olarak kullanılabilirliği gibi özellikleri ön plana çıkarılabilecek ve kırsal yaşam ve kültürel özellikler ile birleştirildiğinde, tarım ve turizme sağlayacağı katkı tartışmasız oldukça fazla olacaktır.



Şekil 1. 2010 Yılı Verilerine Göre Türkiye'de Nar Üretimi

Bu çalışmada narın turizm kaynağı olarak kullanımı Ortaca yöresi için değerlendirilecektir.

ORTACA İLÇESİ VE TURİZM POTANSİYELİ

Ortaca ilçesi Muğla ilinin 13 ilçesinden biridir. İlçenin kuzey doğu sınırı Köyceğiz ilçesiyle, güney doğu sınırı ise Dalaman ilçesiyle sınır durumundadır. İlçenin batı sınırında ise Akdeniz bulunmaktadır. 2014 verilerine göre 44827 nüfusa sahip olan ilçe Muğla ilinin nüfus açısından yedinci sırada, büyüklük açısından ise 285 km2 ile on üçüncü sırada yer almaktadır. Önemli bir bölümü Dalaman Çayı'nın eski yatağında kurulu bulunan Ortaca ilçesi, bu nedenle verimli topraklara sahiptir. Günümüzde tarım ve hayvancılık ilçe ekonomisinin önemli bir kısmını oluşturmaktadır. 1960 yılında Tarış Pamuk Fabrikasının ilçede kurulmasıyla birlikte gelişen pamuk üreticiliği günümüzde yerini seracılık, limon, domates ve nar yetiştiriciliğine bırakmıştır. İlçe bugün, Muğla ili sınırları içerisinde nar yetiştiriciliğinin en yaygın olduğu ilçe konumuna gelmiştir [13].

Antik çağda Dalaman Çayı Karia ve Likya bölgeleri arasında bir sınır durumundadır. Ortaca ilçesi ise günümüzde Dalaman Çayı'nın kuzey kısmında bulunması nedeniyle tarihi Karia bölgesi sınırları içerisinde yer aldığı ifade edilmektedir. Ancak bir sınır bölgesi olması nedeni ile ilçe sınırları içerisinde kalan antik kentlerde hem Karia hem de Likya kültürüne özgü eserlerle karşılaşmak mümkündür. İlçe sınırları içerisinde yer alan en önemli antik kent Köyceğiz gölünü Akdeniz'e bağlayan Dalyan kanalı kıyısına kurulmuş olan Kaunos antik kentidir [4]. Kaunos antik kenti, günümüzde turistler tarafından ilgi gören, bölgede en çok ziyaret edilen antik kentlerden biridir. Dalyan mahallesinin tarihi adı ise 'Kbid'dir. Kbid antik kentine ait günümüze kadar ulaşmış bir eser bulunmamakla birlikte Dalyan Mahallesi özellikle kanal çevresinde kurulmuş olması ve İztuzu plajına ulaşımın buradan sağlanması nedeniyle turizm açısından önemli bir çekim merkezidir [6]. Bir diğer önemli antik kent ise bugün Sarıgerme Mahallesi içerisinde bir konaklama işletmesi sınırları içinde yer alan Pisilis Antik Kenti'dir [3]. Kente ilişkin korunmuş eserler bulunmakla birlikte özel mülk sınırları içerisinde kaldığı için turistlerin ziyareti konusunda etkin bir kullanımı mümkün olamamıştır.

Ortaca ilçesinin kapsadığı topraklar MÖ. 336 ve 323 yılları arasında Makedonya Kralı Büyük İskender tarafından fethedilerek Makedon toprakları haline gelmiştir. Daha sonra bir dönem Mısır Kraliçesi Kleopatra'nın egemenliğinde kalan bölge MÖ 192 yılından itibaren Roma İmparatorluğu egemenliğine girmiştir. 1071 sonrası Anadolu'da Türk egemenliği dönemine kadar da önce Roma, sonra Doğu Roma egemenliğinde kalmıştır [15].



Şekil 2. Muğla İli İlçeleri Lokasyon Haritası

Ortaca ilçesi, temel geçim kaynağı tarım olmakla birlikte turizm konusunda da bölgenin önemli merkezlerinden biridir. Bölge ikliminin özelliği gereği yılda 260 güne varan güneşli gün sayısı ile yaz sezonunun en uzun olduğu turizm bölgelerinden biri olma özelliğini taşımaktadır [11]. İlçe sınırları içerisinde yer alan Sarıgerme Mahallesi 7 km uzunluğundaki plajı ve resort otelleri ile kıyı turizminin önemli çekim merkezlerinden biri konumundadır. Özellikle bu mahallenin Dalaman hava alanına 15 dakika gibi çok kısa bir mesafede bulunması ulaşılabilirliğini kolaylaştırdığı için tercih edilirliliğini de arttırmıştır [1].

İlçenin önemli bir diğer çekim merkezi ise Dalyan kanalı kıyısında kurulmuş olan Dalyan Mahallesi ve İztuzu plajıdır. 5 km'nin üzerindeki uzunluğu ile İztuzu plajı, nesli tükenmekte olan Caretta Carettalara ev sahipliği yapması ve dünyada ende bulunan ayaklı göllerden Köyceğiz gölünün Akdeniz'e açılan kapısı olması nedeniyle önem taşımaktadır. Gerek kara yoluyla ve gerekse kanal üzerinden teknelerle İztuzu plajına ulaşabilmektedir. Günümüzde turistler Dalyan Mahallesinden teknelerle Kaunos antik kentini de ziyaret ederek İztuzu plajını ziyaret etmektedirler. Dalyan kanalı ve İztuzu plajı sadece ilçe sınırları içerisinde değil, Fethiye ve Marmaris gibi yakın ilçelerden de gününbirlik turlarla turistlerin ilgisini görmektedir [14].

Plajlara dayalı kıyı turizminin yanı sıra ilçe sınırları içerisinde; jeep safari, kuş gözlemciliği, rafting, doğa yürüyüşleri, olta balıkçılığı, bisiklet, kano gibi doğa sporlarına dayalı turizm faaliyetleri de gerçekleştirilmektedir. Bunların yanı sıra Sarıgerme Mahallesi'nde bulunan termal sular da bugün sadece bir otel tarafından kullanılmakla birlikte ileriye yönelik ilçede sağlık turizmi açısından önemli bir potansiyel teşkil etmektedir [16]. 2015 yılı rakamlarına göre Muğla iline gelen yabancı turist sayısı 3 milyonun üzerindedir [12]. Ortaca ilçesini ziyaret eden turistlerin istatistiğine ulaşmak mümkün olmamakla birlikte yukarıda sıralanan özellikleri nedeniyle ilçenin Bodrum, Marmaris ve Fethiye ilçelerinden sonra Muğla ilinin en çok turist çeken dördüncü ilçesi olduğunu ifade etmek mümkündür.

ORTACA İLÇESİNDE NARIN TURİZMDE KULLANIMINA İLİŞKİN SWOT ANALIZI

Turistik ürün geliştirmeden önce yapılması gereken önemli faaliyetlerden ilki mevcut durumun belirlenmesidir. Mevcut durumun tespiti için uygulamada nicel ve nitel olmak üzere pek çok farklı yöntem bulunmaktadır. Bu yöntemlerden biri de SWOT analizidir. SWOT, Strengths (güçlü yanlar), Weaknesses (zayıf yönler), Opportunities (fırsatlar) ve Threats (tehditler) kelimelerinin baş harflerinden oluşmaktadır. Bireysel bazda, işletme düzeyinde ya da bölgesel bazda pek çok amaçla gerçekleştirilebilecek bu analiz türünde mevcut verilerden hareketle iç çevreye yönelik; güçlü ve zayıf yönlerin değerlendirilmesinin yanı sıra dış çevreye yönelik fırsatlar ve tehditler de ortaya konabilmektedir [2]. İç çevreye yönelik unsurların değiştirilmesi ve geliştirilmesi mümkün iken dış çevreye yönelik unsurların kontrol edilmesi her zaman mümkün olmayabilmektedir. Bu nedenle bu unsurların bilinerek, geliştirilecek plan ve projelerin söz konusu fırsat ve tehditler göz önünde bulundurularak geliştirilmesi uygun olacaktır.

Bu çalışmada Ortaca ilçesinde narın turistik ürün olarak kullanımı önerildiği için Ortaca ilçesinin nar yetiştiriciliği, ilçe turizmi ve narın turizm ürünü olarak kullanımı durumunda oluşabilecek güçlü/zayıf yanlar, fırsatlar ve tehditlerin belirlenmesi yoluna gidilmiştir. Bu bağlamda bölgeye yönelik yapılmış öncül çalışmalar ve bölge verilerinden hareketle SWOT analizi gerçekleştirilmiştir. Analiz sonuçları aşağıda verilmiştir.

Güçlü Yanlar:

- Nar yetiştiriciliği ve meyvesine ilişkin turistlerin gerçekleştirebileceği pek çok aktivite bulunmaktadır.
- Ortaca ilçesine komşu Dalaman Havaalanının bulunması bölgenin turizm açısından ulaşılabilirliğini sağlamaktadır.
- İlçe içerisinde Dalyan ve Sarıgerme gibi turizm gölgelerinin bulunması bölgenin turistler ve turizm işletmeleri açısından bilinirliğini sağladığı için yeni bir pazar olarak kırsal turizme katkı sağlayacaktır.
- İlçede kırsal yaşam doğallığı bozulmamış şekilde ilçe sakinleri tarafından hâlihazırda gerçekleştirilmekte; seracılık, bahçecilik, nar-limon yetiştiriciliği gibi faaliyetler bölge ekonomisinde önemli yer teşkil etmektedir.
- Narın agro-turizm kapsamında kullanımı, şehir hayatından kaçma amacı güden turistler için kırsala ilişkin yeni deneyimler yaşama fırsatı sunacaktır.
- Günümüz yaşam tarzında zihin yorgunluğunu giderme yolları arayan turist tipi için nar yetiştiriciliği rekreatif bir faaliyet olarak zihin yorgunluğunun giderilmesine katkıda bulunacaktır.
- Coğrafi konumu nedeniyle ülkemizde güneşli gün sayısı ve gün içerisinde güneşlenme süresi en fazla olan bölgeler içerisinde yer alması turizm sezonunun da uzun olmasını sağlamaktadır [16].
- Ortaca ilçesi sınırları içerisinde ve çevresinde iklim ve sulak alanlara bağlı olarak pek çok bitki ve hayvan çeşitliliği ve doğal güzellikler bulunmaktadır [16].
- Bölge kuş gözlemciliği, kültür turizmi, doğa yürüyüşleri, dağ bisikletçiliği gibi doğaya ve kültüre dönük pek çok turizm faaliyet için önemli önemli potansiyellere sahiptir.
- İlçe sınırları içerisinde İztuzu ve Sarıgerme plajı olmak üzere iki önemli plaj bulunmaktadır. Her iki plajın da uzunluğu 4 km'ye ulaşmaktadır. Söz konusu pla-

İlçer halihazırda ilçenin en önemli turizm çekiciliklerini oluşturmaktadır [16].

- Ortaca'nın sınır ilçesi Dalaman'da yer alan hava alanı uluslararası bir alan olma özelliği taşımakta, özellikle yaz aylarında paket turlara paralel olarak farklı pazarlardan doğrudan uçuşlar alabilmekte, yolcular hava alanından çıktıklarında otellerine ulaşma süresi yarım saati geçmemektedir [16].

- İlçe Fethiye ve Marmaris destinasyonlarına yakınlığı nedeniyle söz konusu destinasyonlardan da günübirlik ziyaretlere açık konumdadır [16].

- Zengin kültür, örf ve adet, yöre insanının geleneksel konukseverliği de destinasyonun bir diğer güçlü yönünü oluşturmaktadır [16].

Zayıf Yanlar:

- Bölgede üretilen narların saklanması ve nar ürünlerinin satışının yapılmasına ilişkin altyapı gereksinimlerinin yetersiz olması.

- Nar üretiminin turiste deneyimlendirilmesine ilişkin faaliyetlere yönelik olarak altyapı yetersizliği.

- Yerel halkın bu yönde bir turizm faaliyetine ilişkin olarak bakış açılarını belirlemeye yönelik yeterli çalışmanın gerçekleştirilmemiş olması.

- Yöre halkının agro-turizmin kendine özgü gereksinimlerine ilişkin olarak eğitim ve bilgi düzeylerinin yetersiz olması.

- Bölgeye gelen turist profili agro-turizme katılan turist profiline uygun olmaması nedeniyle yeni bir pazar bölümüne girilmesi gerekliliği nedeniyle doğabilecek pazarlama sorunları.

- İlçede her ne kadar Sarıgerme bölgesinde resort oteller bulunsun da bu otellerin çoğunluğunun tek bir tur operatörü ile anlaşmalı çalışıyor olması ve özellikle Dalyan bölgesinde yeni ve nitelikli tesislerin azlığı bir zayıf yön olarak ortaya çıkmaktadır [16].

- İlçe sınırları içerisinde gerek kitle turizmi ve gerekse diğer turizm faaliyetlerine ilişkin olarak ciddi alt ve üst yapı problemleri bulunmaktadır.

- İlçede yaygın olarak kıyı turizmi gerçekleştirilmekte, farklı turizm türleri gerçekleştirilmediği için turizm faaliyetleri yaz sezonuna bağlı kalmaktadır.

- Ortaca, Marmaris, Bodrum ve Fethiye gibi yakın destinasyonların gölgesinde kalmıştır. Bu nedenle güçlü bir marka yaratılamamıştır [16].

- Bölgede faaliyet gösteren turizm yatırımcılarının ve yöneticilerinin bölgeye özgü sorunları çözmeye yönelik bir meslek örgütü yoktur. Diğer bir ifade ile bölgede turizm örgütlülüğü yetersizdir [16].

- İlçede yoğun şekilde tarım faaliyeti gerçekleştirilmesine ve söz konusu faaliyetleri gerçekleştirenler küçük ölçekli çiftçiler olmasına rağmen tarım alanında da yeterli bir örgütlülük bulunmamaktadır [16].

- İlçede gerçekleştirilecek turizm faaliyetlerini kontrol edecek, kısa-orta ve uzun vadeli turizm politikaları belirleyecek bir çatı kurum ya da kuruluş bulunmamaktadır [16].

- Dalaman Havaalanı ile Ortaca ilçesi arasında ulaşım ağı yetersizdir. Bu nedenle gerek bölge halkı, gerekse ziyaretçiler havaalanına ulaşmakta zorluklar yaşamaktadırlar [16].

- İlçede hediyelik eşya sektörü gelişmemiştir. Bu nedenle ziyaretçiler ilçeye özgü kaliteli hediyelik ürünler bulmakta sıkıntı yaşamaktadırlar [16].

Fırsatlar:

- Turizmin yoğun olduğu Temmuz-Ağustos ayları içerisinde nar henüz meyve vermediği için yetişmiş ürüne ilişkin aktivitelerin bu aylarda gerçekleştirilmesi mümkün değildir. Ancak Narın Eylül-Kasım ayları arasında meyvesini veriyor olması bölgede turizm sezonunun uzatılması açısından bir fırsattır.

- Narın turizmde kullanımı bölgedeki nar yetiştiriciliği planlaması ile birlikte planlanabilir. Bu sayede hâlihazırda var olan nar yetiştiriciliği ile narın turizmde kullanımı birbirini destekleyen faaliyetler olarak gelişecektir.

- Bölgede gerçekleştirilen doğa yürüyüşü, bisiklet turları, kültür turizmi gibi diğer turizm faaliyetleri agro-turizmin gelişimine katkı sağlayabilecektir.

- Bölgede narın turizmde kullanımına ilişkin olarak geliştirilecek agro-turizm çalışmaları bölgedeki kırsal hayatın zenginliği nedeniyle farklı kırsal turizm faaliyetlerinin de bölgede gelişimine katkı sağlayacaktır.

- Narın turizm amaçlı kullanımının sağlanması bölge halkına ilave ekonomik kazanç sağlayacağından bölgedeki tarımsal nar yetiştiriciliğinin etkinliğinin artmasına da olumlu katkı sağlayacaktır.

- Ortaca ilçesi Dalaman Çayı'nın eski yatağı üzerinde kurulmuştur. Bu nedenle ilçenin önemli bir kısmı alüvyonlu topraklardan oluşmaktadır. Bu durum bölgede gerçekleştirilen tarım faaliyetleri kadar agro-turizm açısından da önemli bir fırsat oluşturmaktadır.

- Kültür ve Turizm Bakanlığı Ortaca ilçesinin de içerisinde bulunduğu bölgede turizm faaliyetlerinin geliştirilmesine yönelik teşviklerde bulunmaktadır.

- Fethiye Ticaret ve Sanayi Odası'nın ilçede bir kurvaziyer limanı inşası için girişimlerinin olumlu sonuç vermesi durumunda bu limana gelecek olan turistlerin bölgeye çekilebilecek olması da bir diğer fırsat olarak değerlendirilebilir [16].

- Güney Ege Kalkınma Ajansı (GEKA) Eco-Trail ve benzeri ekolojik turizm projelerini desteklemektedir. Bu destekler sayesinde bölgede agro-turizme yönelik de projeler geliştirmek mümkündür.

Tehditler:

- Geliştirilecek model uygulamaların farklı destinasyonlar tarafından taklit edilmesi kolay olacaktır.

- Bölgede gerçekleştirilecek uygulamaların yetersiz ya da başarısız olması potansiyel turistlerin başka destinasyonlara kaymasına neden olabilecektir.

- Bölge agro-turizm planlaması taşıma kapasitesi dikkate alınmadan gerçekleştirilir ise bölgedeki tarımsal faaliyetler olumsuz yönde etkilenebilecek, aşırı ziyaretçi sayısı nedeniyle turistlerin bölgeden etkilenebilecekleri düzeyleri düşürebilecektir.

- Narın turizmde kullanımının tarımsal üretime kıyasla daha karlı bir faaliyet olması durumunda bölge halkı bu faaliyeti sadece turizm amaçlı gerçekleştirme eğilimine girebilecek, böyle bir durumda bölgedeki nar yetiştiriciliği zarar görebilecektir.

- Nar yetiştiriciliği ve verilecek hizmetlere ilişkin belirli standartların sağlanamaması durumunda turistlerde müşteri memnuniyeti azalabilecektir.

- Ülkemiz içerisinde yaşanan terör olaylarının mevcut turizm faaliyetlerine yansyan olumsuz etkisi gerçekleştirilmek istenen yeni turizm türlerinde de kendini gösterebilecektir.

- AB ülkelerinden Türkiye aleyhtarı propagandalar sonucu oluşan olumsuz imaj algısı [16].

- Suriye'de yaşanan iç savaşın ülke imajına olum-

suz etkileri [16].

- Ülke içerisinde ve ülke dışarısında pek çok destinasyonun gelişimi ve destinasyonlar arası rekabetin yoğunlaşması [16].
- Yeterli araştırma yapılmadan ve plansız olarak geliştirilen turizm ürünleri nedeniyle daha yüksek ürün potansiyellerinin düşük seviyede değerlendirilmesi ve bu durumun da karlılığı ve müşteri memnuniyetini düşürmesi [16].

SONUÇ ve ÖNERİLER

Muğla ili sınırları içerisinde bulunana Ortaca ilçesi tarım ve turizm alanında önemli potansiyel barındırmaktadır. İlçenin tarım alanındaki potansiyelini kısmen etkin kullandığını ifade etmek mümkündür. Zira ilçenin ekonomik gelir kaynaklarında ilk sırayı zirai faaliyetler almaktadır. Ancak turizm alanındaki potansiyelin etkin değerlendirilebildiğini ifade etmek mümkün değildir. İlçe, turizm açısından önemli potansiyele sahip olmakla birlikte, Marmaris, Fethiye, Bodrum gibi destinasyonların gölgesinde kalmıştır. Günümüzde ilçe sınırları içerisinde bulunan Sarıgerme ve İztuzu plajlarına dayalı bir turizm faaliyeti gerçekleştirilmektedir. Kıyı turizmine dayalı bu faaliyet resort otel tercihi olan turistlerin bölgeyi ziyaret etmesine neden olmakla kalmamakta, aynı zamanda bölgede gerçekleştirilen turizm faaliyetinin mevsimsel olmasına neden olmaktadır. İlçede yaşanan turizme ilişkin bu problemlerin temel çözümü ise turizm ürünlerini çeşitlendirmekten geçmektedir. Özel ilgi turizmi türleri ile yapılabilecek farklı turizm türleri bölgedeki kıyı şeridinde bağlılığı ve mevsimselliği ortadan kaldırmaya yardımcı olacaktır.

Ortaca ilçesinin sahip olduğu tarım potansiyeli bölgede gerçekleştirilebilecek turizm faaliyetleri açısından da göz ardı edilmemelidir. İlçe için projelendirilebilecek her turizm faaliyetinde mevcut tarımsal alanların korunması öncelikli bir problem olarak değerlendirilmelidir. Söz konusu tarım faaliyetlerinden biri olan nar yetiştiriciliği ilçede en yaygın olarak yapılan faaliyetlerdendir. Ortaca, Türkiye nar üreticiliğinde ikinci sırada yer alan Muğla İli içerisinde en çok nar üretilen ilçe konumundadır. Çalışmanın SWOT analizi kısmında da belirtildiği gibi nar, eylül-kasım ayları arasında hasadı yapılan bir meyvedir ve ilçenin kıyı şeridi dışında yetiştirilmektedir. Bu nedenle narın turizmde kullanımı ilçenin iki temel problemi olan mevsimsellik ve kıyı bandına sıkışmışlığı çözmek için önemli katkı sağlayacaktır.

SWOT analizinde de görüldüğü gibi, ilçe gerek nar yetiştiriciliği ve gerekse turizm açısından pek çok güçlü özelliğe sahiptir. Ancak özellikle örgütlenme ve altyapıya ilişkin olarak ciddi zayıflıkları da barındırmaktadır. Araştırmadan çıkarılacak en önemli sonuç, ilçede turizm ve tarım alanında giderilmesi gereken ciddi bir örgütlenme probleminin olduğudur. Bu problem çözülmeden kısa-orta ve uzun vadeli projelerin geliştirilmesi mümkün olmayacağından bölgeye ilişkin destinasyon yönetim projesine ihtiyaç olduğu düşünülmektedir. Oluşturulacak bir destinasyon yönetim örgütü sayesinde gerek tarım ve gerekse turizm alanında var olan altyapı eksiklikleri çözümlenebilecektir.

Narın ilçede turizm ürünü olarak geliştirilmesi ilçeye gelen turist profiline farklı olarak yeni bir pazar bölümünün hedeflenmesi anlamına gelecektir. Bu nedenle kıyı turizminde Bodrum, Marmaris ve Fethiye ilçelerinin gölgesinde kalmış olan Ortaca ilçesi tarım turizmi sayesinde kısmen bir niş pazara sahip olabilecektir. Böylece,

diğer ilçeler ile kıyı turizminde rekabet sorunları yaşayan ilçe daha rahat rekabet edebileceği bir pazar alanına sahip olacaktır. Ancak bunu gerçekleştiren bölgeye yönelik agro-turizm projelerinin denetim ve düzeltmesinin ihmal edilmemesi, sürdürülebilirliğinin sağlanması konusunda özel çaba gösterilmesi gerekmektedir. Zira pek çok turizm ürünü gibi agro-turizm de kopya edilebilirliği yüksek bir turizm ürünüdür. Diğer destinasyonların daha gelişmiş projelerle ürünü kopyalayarak kullanmalarının önüne geçmenin yollarından biri standartları ve sürekliliği koruyucu önlemler almaktan geçmektedir.

Agro-turizm gibi yöre halkının bizzat içerisinde bulunması gereken turizm faaliyetlerinde yöre halkının konuyla ilgili bilinçlendirilmesi büyük önem taşımaktadır. Bu nedenle nar yetiştiriciliğine ilişkin bir projede yöre halkına eğitim seminerlerinin verilmesine ayrıca özen gösterilmesi gerekmektedir. Bu seminerlerde yapılacak olan faaliyetlerin yöre halkına ne gibi faydalar sağlayacağı ayrıntılı bir şekilde anlatılmalıdır. Zira yöre halkı kazanç görmediği bir projeyi desteklemeyecek ve halka rağmen bir projenin gerçekleştirilmesi de mümkün olmayacaktır. Eğitimlerde ayrıca standartlar ve bu standartların nasıl korunacağına ilişkin de bilgi verilmelidir. Eğitimlerin temel amaçlarından biri de yöre halkının geleneksel nar yetiştiriciliğini tamamen terk edip sadece turizme yönelik hizmet verme yoluna gitmesinin önüne geçmek olmalıdır. Zira bölgedeki nar yetiştiriciliği sadece turizm ürünü şeklinde gelişmesi durumunda geleneksel nar yetiştiriciliği zarar görecektir ve ilçe ekonomik olarak zarara uğrayacaktır.

Narın ilçede turizm ürünü olarak kullanılabilmesi için öncelikle bölgede turistlerin ziyaretlerine uygun nar bahçelerinin düzenlenmesi gerekmektedir. Düzenlenen nar bahçelerini ziyaret eden turistlerin mevsimin özelliklerine göre dilerlerse bakım ve hasat faaliyetlerine katılmalarının sağlanması da agro-turizm açısından önemli bir gerekliliktir. Bölgede yetiştirilen narların geleneksel olarak sularının sıkılması ve saklanması ilişkin faaliyetler de gerek ziyaret amaçlı ve gerekse aktif katılım amaçlı olarak turistlere sergilenilmelidir. Nar, doğru koşullarda saklandığında meyve veya meyve suyu olarak uzun süreler tüketilebilmektedir. Saklama koşulları için ise soğuk hava depoları gibi gerekli altyapının geliştirilmesi de proje kapsamında değerlendirilmelidir.

Narın bir turizm ürünü haline dönüştürülmesi sadece meyve, yetiştiricilik/bakım ve meyve suyu gibi faaliyetlerle sınırlı kalmamalı, ilçeye yönelik pazarlama faaliyetlerinde narı ön plana çıkaracak stratejiler geliştirilmelidir. Turizm fuarlarında ilçedeki agro-turizmin tanıtımının yapılması, nar maskotu ya da küçük şişelerde nar suyunun turistlere verilmesi, narın sağlık açısından yararlarının ön plana çıkarılması, nar meyvesinin tarihi ve mitolojisinin vurgulanması gibi yöntemlerle turistlerde nar tüketmek ve yetiştirmek için en doğru yerin Ortaca ilçesi olduğu algısı yaratılmalıdır. İlçe sınırları içerisindeki peyzaj çalışmalarında, park ve bahçe düzenlemelerinde de nar vurgusunun yapılması, ilçeyi ziyaret eden turistlerin kendilerini narın ana vatanında hissetmelerini sağlayacaktır. Nar meyvesi ve suyunun dışında, nar ekşisi, nar reçeli gibi nardan yapılan diğer gıda ürünlerine de geliştirilecek pazarlama faaliyetlerinde yer verilmelidir. Ziyaretçilerin bu ürünleri tüketmelerinin yanı sıra hediyelik olarak satın almaları ve üretme yöntemleri hakkında bilgi almaları da büyük önem taşımaktadır.

İlçenin agro-turizm projelerine ilişkin olarak en önemli fırsatlarından biri GEKA, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Avrupa Birliği gibi kurum ve kuruluşların yerel halkı önceleyen

alternatif turizm projelerine destek veriyor olmalarıdır. Bu destekler sayesinde belediye, kaymakamlık, üniversite ya da sivil toplum kuruluşlarının bireysel ya da ortaklaşa girişimi ile ilçeye yönelik agro-turizm projelerinin geliştirilebileceği ve aynı kurum ve kuruluşların desteğiyle bu projelerin devamlılığının da sağlanabileceği düşünülmektedir.

Türkiye'nin son dönemlerde yaşamakta olduğu terör saldırıları ve içerisinde bulunduğumuz coğrafyada yaşanan iç savaş ve ülkeler arası gerginlikler sadece Ortaca ilçesine yönelik değil tüm Türkiye'ye yönelik turizm faaliyetlerinin önünde duran önemli bir tehdittir. Bu tek taraflı çabalarla ortadan kaldırılması mümkün olmamakla birlikte yaşanan kriz döneminin atlatılabilmesi ve kriz sonrası ortaya çıkacak yeni rekabet koşulları ile mücadele edilebilmesi için pazarlama ve ürün geliştirme faaliyetlerine ara vermesizsin devam etmek gerekmektedir. Zira bu dönemde temelleri atılacak bir agro-turizm projesinin gerek ilçeye yönelik turizm potansiyeli açısından ve gerekse ülke imajı açısından önemli katkıları da olacaktır.

KAYNAKLAR

- [1] Akar, D. (2012). Güney Ege Bölgesi Turizm Strateji Belgesi, Güney Ege Kalkınma Ajansı.
- [2] Dinçer Ö (2003). Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası (6.baskı), Beta Basım Yayım: İstanbul.
- [3] Doğu, F. (2015). Doğal ve Tarihi Çevre Tahribine Bir Örnek: Pisilis (Sarıgerme-Muğla), http://tucaum.ankara.edu.tr/wp-content/uploads/sites/280/2015/08/tucaum3_16.pdf (Erişim: 15.04.2015)
- [4] Ergüder, İ., Babayiğit, E., Işık, M.C., Korkmaz, S.A. (2013). Muğla Kaunos Antik Kenti Liman Agorası, Tuzlası ve Kaya Mezarları Özdirenç Uygulamaları, http://www.jeofizik.org.tr/resimler/ekler/d0c0f4a2ee05e36_ek.pdf?dergi=36 (Erişim: 15.04.2015)
- [5] Jurenka, J., 2008. Therapeutic applications of pomegranate (*Punica granatum L.*): a review.
- [6] Karaağaç, G. (2009). Toroslar'dan Ortaca'ya, Creative Matbaa: İzmir.
- [7] Korkmaz, N., Aşkın, M.A. (2015). Effects of Calcium and Boron Foliar Application on Pomegranate (*Punica granatum L.*) Fruit Quality, Yield and Seasonal Changes of Leaf Mineral Nutrition. *Acta Hort.* 1089, 413-422 DOI:10.17660/ActaHortic.2015.1089.57
- [8] Korkmaz, N., Aşkın, M.A., Ercişli, S., Okatan, V., 2016. Foliar Application of Calcium Nitrate, Boric Acid and Gibberellic Acid Affects Yield and Quality of Pomegranate (*Punica granatum L.*) *Acta Sci. Pol. Hortorum Cultus*, 15(3) 2016, 105-112
- [9] Kurt, H., Şahin G., (2013). Bir Ziraat Coğrafyası Çalışması: Türkiye'de Nar (*Punica granatum L.*) Tarımı. *Marmara Coğrafya Dergisi* Sayı:27, Ocak 2013, S.551-574. ISSN:1303-2429
- [10] <http://lokman-hekim.net/haberler/gidalar-iyi-geldigi-hastaliklar.asp> (Erişim: 15.04.2015)
- [11] Meteoroloji Genel Müdürlüğü, <http://www.mgm.gov.tr/veridegerlendirme/il-ve-ilceler-istatistik.aspx?m=MUGLA#sfB> (Erişim: 15.04.2015)
- [12] Muğla İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, <http://www.muglakulturturizm.gov.tr/Eklenti/44444,ozet.pdf?0> (Erişim: 15.04.2015)
- [13] <http://www.ortaca.bel.tr/?Fid=14> (Erişim: 15.04.2016)
- [14] Özaltın Türker, G., Türker, A., Güzel, F.Ö. (2014). Turistik Ürün Çeşitlendirmesi Kapsamında Dalyan Desti-

nasyonunun Rekreasyon Potansiyelinin Değerlendirilmesi, *International Journal of Science Culture and Sport*, SI (2), 70-86.

[15] Schür, D. (1998). Kaunos in Lykischen Inschriften, *Kadmos*, 37 (1-2), 143-162.

[16] Türker, A., Güzel, F.Ö., Özaltın Türker, G., Duman, F. (2014). Destinasyon Yönetimi Projesi Kapsamında Dalaman Havzasında Yer Alan Suyu Dayalı Rekreasyon Faaliyetlerinin Markalaştırılması Önerisi, *Journal of Science Culture and Sport*, SI (2), 53-69.

[17] Wikipedia, https://tr.wikipedia.org/wiki/Mu%C4%9Fla%27n%C4%B1n_il%C3%A7eleri (Erişim: 15.04.2015)

[18] Xu, W., Wang, H., Lu, F., Yuan, Z. (2015), "Study on the Development Strategies of Tourism Industrial Economy Based on Pomegranate in Zaozhuang, China". *Proceedings of The Third International Symposium on Pomegranate and Minor Mediterranean Fruits. Acta Horticulturae* 1089:213-220

[19] Yılmaz, C. (2007). NAR. Hasad Yayıncılık. ISBN 978-975-8377-52-2

