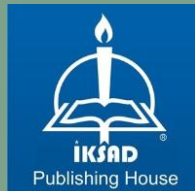


SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK PERSPEKTİFİNDE ALTERNATİF TURİZM

YAZARLAR
Dr. Serkan GÜN
Mehmet Nezir ÇAKAR

EDİTÖR
Dr. Kadir Faik KÜÇÜKTOPUZLU



SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK PERSPEKTİFİNDE ALTERNATİF TURİZM

Editör: Dr. Kadir Faik KÜÇÜKTOPUZLU

YAZARLAR

Dr. Serkan GÜN

Mehmet Nezir ÇAKAR

DOI: <https://dx.doi.org/10.5281/zenodo.12624434>

Copyright © 2024 by iksad publishing house

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, distributed or transmitted in any form or by any means, including photocopying, recording or other electronic or mechanical methods, without the prior written permission of the publisher, except in the case of brief quotations embodied in critical reviews and certain other noncommercial uses permitted by copyright law. Institution of Economic Development and Social Researches Publications®

(The Licence Number of Publicator: 2014/31220)

TÜRKİYE TR: +90 342 606 06 75 USA: +1 631 685 0 853

E mail:

iksadyayinevi@gmail.com

www.iksadyayinevi.com

It is responsibility of the author to abide by the publishing ethics rules.

Iksad Publications – 2024©

ISBN: 978-625-367-747-3

Cover Design: İbrahim KAYA

June/ 2024

Ankara / Türkiye

Size = 21 x 29,7 cm

ÖNSÖZ

Turistik destinasyonlar yoğun rekabet ortamında markalaşmaya yönelerek, güçlü bir destinasyon markası aracılığıyla farklılaşmak ve rekabet avantajı elde etmek istemektedirler. Güçlü bir marka hem turistler hem de destinasyonlar açısından pek çok fayda sunmaktadır. Turistler açısından marka bir destinasyonu tercih etmek demek, diğer destinasyonlardan farklı bir deneyimin garantisi, daha az risk ve güvenmemektir. Tüm olası destinasyonları araştırmak için kısıtlı zamanı olan potansiyel turistler, markanın sunmuş olduğu faydaları göz önüne alarak seçimlerini bu destinasyonlardan yana kullanacaklardır. Destinasyonlar açısından bakıldığında ise marka haline gelmek, ziyaretçi sayısının artması, yerli ve yabancı yeni yatırımların çekilmesi, yerel halkın refah düzeyinin artması gibi ekonomik kazanımlarla birlikte aynı zamanda ulusal ve uluslararası ölçekte güçlü bir imaj ve tanınırlık sağlayacaktır. Dolayısıyla markalama çalışmaları destinasyonlar açısından ciddi bir şekilde ele alınması gereken bir konudur. Kitabımız tüm bunlar ışığında değerlendirildiğinde gerek akademisyen ve öğrencilerimiz gerekse sektör araştırmacıları için kapsamlı bir kaynak oluşturulacağını düşünmekteyim.

Kitabımın hazırlık aşamasında bende maddi manevi desteğini esirgemeyen Sevgili eşim Filiz Gün'e teşekkürlerimi borç bilirim.

Dr Serkan GÜN

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	i
İÇİNDEKİLER.....	iii
1. KÜRESELLEŞME, KİTLE TURİZMİ VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK.....	1
GİRİŞ.....	1
1.1. KÜRESELLEŞME VE TURİZM.....	2
1.2. KİTLE TURİZMİ.....	6
1.3. SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE TURİZM.....	8
1.3.1. Sürdürülebilir Turizmin İlkeleri.....	10
KAYNAKÇA.....	13
2. TÜRKİYE'DE KİTLE TURİZMİNİN GELİŞİMİ.....	18
GİRİŞ.....	18
2.1. Kitle Turizmi.....	18
2.2. Türkiye'de Kitle Turizmi.....	20
KAYNAKÇA.....	25
3. ALTERNATİF TURİZMİN DÜNYA BUGÜNÜ.....	27
GİRİŞ.....	27
3.2. Alternatif Turizmin Faydaları.....	31
3.3. Alternatif Turizm Türleri.....	32
3.3.1. Ekoturizm.....	33
3.3.2. Sürdürülebilir Turizm.....	34
3.3.3. Toplum Temelli Turizm.....	35
3.3.4. Gönüllü Turizm.....	36
3.3.5. Adalet Turizmi.....	37
3.3.6. Akarsu Turizmi.....	38
3.3.7. Dağcılık ve Kış Turizmi.....	39
3.3.8. Av Turizmi.....	40
3.3.9. Foto Safari Turizmi.....	41
3.3.10. Spor Turizmi.....	41
3.3.11. Sağlık ve Termal Turizm.....	42
3.3.12. Golf Turizmi.....	43
3.3.13. Botanik Turizmi.....	44

3.3.14. Çiftlik Turizmi	45
3.3.15. İnanç Turizmi.....	46
3.3.16. Kongre Turizmi	47
3.3.17. Kuş Gözlemciliği Turizmi.....	48
3.3.18. Mağara Turizmi.....	48
3.3.19. Yat Turizmi	49
3.3.20. Yayla Turizmi	50
3.3.21. Kültür Turizmi	51
KAYNAKÇA.....	52
4. TÜRKİYE’DE ALTERNATİF TURİZM.....	66
GİRİŞ.....	66
4.1. Türkiye’de Alternatif Turizmin Gelişimi.....	66
4.2. Türkiye’de Alternatif Turizm Çeşitleri	68
4.2.1. Kırsal Turizm	68
4.2.2. Tarım ve Çiftlik Turizmi	70
4.2.3. Gastronomi Turizmi.....	71
4.2.4. Kültürel Turizm.....	73
4.2.5. Sağlık Turizmi	73
4.2.6. Spor Turizmi	75
4.2.7. İnanç Turizmi.....	76
4.2.8. Kış ve Dağ Turizmi.....	77
4.2.9. Akarsu Turizmi	78
4.2.10. Av Turizmi	79
4.2.11. Golf Turizmi.....	80
KAYNAKÇA.....	81
5. TÜRKİYE’DE YAYLA TURİZMİ	86
GİRİŞ.....	86
5.1. Türkiye ve Yayla Turizmi.....	86
5.2. Türkiye’nin En Popüler Yayı (Ayder Yaylası)	90
KAYNAKÇA.....	92
6. TÜRKİYE’DE TERMAL TURİZM	95
GİRİŞ.....	95
6.1. Türkiye ve Termal Turizm.....	95
6.2. Termal Turizmde Afyonkarahisar	99

KAYNAKÇA.....	102
7. TÜRKİYE’DE İNANÇ TURİZMİ.....	105
GİRİŞ.....	105
7.1. Türkiye ve İnanç Turizmi	106
KAYNAKÇA.....	113
8. TÜRKİYE’DE SAĞLIK TURİZMİ	115
GİRİŞ.....	115
8.1. Türkiye ve Sağlık Turizmi.....	116
8.2. Türkiye Sağlık Turizmi SWOT Analizi.....	119
KAYNAKÇA.....	123
9. ALTERNATİF TURİZM VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK.....	125
GİRİŞ.....	125
9.1. Sürdürülebilirlik ve Turizm	126
9.2. Alternatif Turizm ve Sürdürülebilirlik	128
KAYNAKÇA.....	131
10. SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMA OLARAK TOPLUM TEMELLİ TURİZM.....	133
GİRİŞ.....	133
10.1. Sürdürülebilir Kalkınma ve Turizm	134
10.2. Toplum Temelli Turizm	138
KAYNAKÇA.....	142
11. TÜRKİYE’DE KISA SÜRELİ BİR TURİZM ÇEKİCİLİĞİ OLARAK FESTİVALLER.....	146
GİRİŞ.....	146
11.1. Turizm Kapsamında Festivaller	147
11.2. Türkiye’de Festivaller.....	147
KAYNAKÇA.....	150
12. ALTERNATİF TURİZM VE MÜZELER.....	152
GİRİŞ.....	152
12.1. Turizm Kapsamında Müzeler.....	152
12.2. Alternatif Turizm ve Müzeler	154
12.3. Gastronomi Müzeleri.....	156
KAYNAKÇA.....	161

1. KÜRESELLEŞME, KİTLE TURİZMİ VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

GİRİŞ

Turizmin dünya çapında bir endüstri olarak önemi açıkça bilinmektedir. Bir endüstri olarak turizm, herhangi bir ülke için önemli bir gelir kaynağıdır. Gelir elde ederek ülke ekonomisi canlandırılmaktadır. Turizm aynı zamanda istihdam ve döviz de sağlamaktadır. Bu üç unsuru dikkate aldığımızda “Kitle Turizmi” kavramı her zaman hayati bir rol oynamaktadır. Kitle turizmi, aynı anda ve aynı yerde çok sayıda insanın bulunduğu bir eğlence destinasyonunu ziyaret etme eylemi olarak görülmektedir. Kitle turizmi her ülke için çok önemli olmakla birlikte ekonomiye, sosyo-kültüre ve çevreye doğrudan etkileri olmaktadır. Yani kitle turizminin olumlu etkisinin yanı sıra bazı negatif, yıkıcı etkileri de olabilmektedir (Banerjee ve Khana, 2021)

Turizm yönetimi, özellikle olgun ve kitlesel turizm destinasyonları söz konusu olduğunda sürdürülebilirlik konusuna giderek daha fazla önem vermektedir (GSTC, 2013). Sürdürülebilirlik, doğal kaynakların sorumlu kullanımını, faaliyetlerin çevresel etkisini, atık üretimini, su, toprak ve biyolojik çeşitlilik üzerindeki baskıyı, “yeşil” enerji kullanımını, mirasın korunmasını ve doğal kaynakların korunmasını öncelikler olarak kabul etmeye ve destinasyonların kültürel bütünlüğünü korumaya yol açmaktadır. Bramwell (2004)'e göre kitlesel kıyı turizminin ekonomik gücüne yönelik, bozulmuş altyapı, çevresel bozulma ve benzer tatil destinasyonları arasında artan rekabet nedeniyle azalan karlılık da dahil olmak üzere çeşitli tehditler bulunmaktadır. Dahası, birçok turistin paket tatil fikrini kişiselleştirilmiş seyahat biçimleri lehine reddetmesi nedeniyle turist beklentileri de değişmiştir. Bu nedenle, turizm ürünlerini farklılaştırmak ve standart "güneş ve deniz" turizminin azalan ekonomik getirileriyle başa çıkabilmek için yerel politika yapıcılar tarafından çeşitli politika tepkileri teşvik edilmektedir. Bu politikanın ardındaki ana fikir, değişen zevklere ve turistlerin özel ilgilerine daha iyi uyum sağladığı düşünülen özel ürünlerin geliştirilmesidir (Bernini, Urbinati ve Vici, 2015).

Bu nedenle turizmdeki yeni trendlerin ve özellikle kitle turizmiyle karşılaştırıldığında bir turist olgusu olarak alternatif turizmin ve sürdürülebilirliğin araştırılmasının özellikle önemli olduğu düşünülmektedir. Turist olgusunun, doğal ekosistemler ve doğal kaynaklar üzerinde

etkisi olan insan faaliyetlerinin gerçekleştirilmesiyle ilgili olduğu unutulmamalıdır (Belias vd., 2017).

1.1. KÜRESELLEŞME VE TURİZM

Küreselleşme, uluslararasılaşmanın en yüksek gelişme düzeyi olarak görülmektedir. Bunun iki temel aracı uluslararası ticaret ve bilgiyi ticari bir mal haline getiren medya iletişimidir. Küreselleşmenin en çok maruz kalan aktörleri mega şirketler, kural olarak çok uluslu şirketler ve bununla birlikte tüketicilerin kendileridir. Tamamen ekonomik anlamda "küreselleşme" terimi, mal ve hizmet ticareti, sınır ötesi sermaye akışları, uluslararası stratejik ittifaklar, iş birliği, birleşmeler ve teknoloji alışverişi yoluyla farklı ülkelerdeki pazarların ve üretimin artan karşılıklı bağımlılığını ifade etmektedir. Smeral (1998) küreselleşme aynı zamanda Üretimin uluslararası düzeyde parçalanması yoluyla elde edilen uluslararası iş bölümündeki artış ve daha liberal bir ekonomik düzene yönelik siyasi eğilimi ifade etmektedir (Peric, 2005).

Küresel bir olgu olarak küreselleşme, özellikle savaş sonrası dönemde toplumsal yaşamın hemen her alanını etkilemiştir. Küreselleşmenin özel bir boyutu olarak küresel ekonomi, başta liberalleşme olmak üzere uluslararası ticaret, rekabet, sermayenin ve iş gücünün serbest dolaşımı, yatırımlar vb. gibi çeşitli değişiklikleri tetiklemiştir. Bu olgunun özel bir özelliği sermaye, mallar, finans ve yatırım akışları önündeki engellerin kaldırılmasıdır (Vukadinović, Knežević ve Mizdraković, 2013). Küreselleşme sürecinde en önemli ekonomik faaliyetlerden biri de turizmdir. Bu görüş özellikle küreselleşmenin gözle görülür tezahürlerinden biri olarak kabul edilen kitle turizmi ile ilgilidir. Böylece turizmin gelişimi bu süreçlerin ekonomik, sosyal, kültürel ve hatta politik her boyutunda görülebilmektedir (Holowiecka, Grzelak-Kostulska, & Kwatkowski, 2011). Araştırma ve teoride turizm, küreselleşmenin çok güçlü etkisinin bir örneği olarak öne çıkmaktadır. Küreselleşmenin turizmin gelişimi üzerindeki etkisinin önemli özellikleri ilerleme ve teknoloji transferi, turistlerin etkin ulaşımı, açık sınırlar ve diğer faktörlerdir. İnternet, hızlı iletişim ve uçak yolculuğunun daha düşük maliyetleri her geçen gün daha da önem kazanmasıyla birlikte küreselleşme, elektronik teknolojisinin, iletişimin ve taşımacılığın gelişmesi yoluyla turizmin gelişmesi için yeni olanaklar açmıştır. İnternet, araçların önemini azaltarak veya hepsini ortadan kaldırarak maliyetleri büyük ölçüde düşürmüştür, aynı zamanda konforlu konaklamanın en çok aranan avantajlarından biri haline gelmiştir. Küreselleşme süreci, menşe ülke ne olursa olsun eşit temelde rekabet bekleyen

küresel turizm pazarının oluşumunu ve işleyişini etkilemiştir (Čerović, Vukadinović ve Knežević, 2015).

Küreselleşme olgusuna yönelik farklı yaklaşımlar olmasına rağmen, çoğu tanımda hem ekonomi hem de toplum, dünya ekonomisinin küreselleşmesinin temelinde yatan önemli faktörlerdendir. Kosolapov (2001), küreselleşmeyi kriz olgularının yoğunlaşması ve ulusal devletin rolünün zayıflaması, gücün birleşmesi eğilimi, tüketim araçlarının küresel olarak genişlemesi, yerel sorunların küresel topluluk bağlamında çözülmesi, uluslararası ilişkilerin esnek ve çok merkezli karakteri olarak tanımlamaktadır. Dreher'e göre (2006) küreselleşme, ulusal sınırları aşındıran, ulusal ekonomileri, kültürleri, teknolojileri ve yönetişimi bütünleştiren ve karmaşık karşılıklı bağımlılık ilişkileri üreten bir süreçtir (Gulcemal, 2020).

Günümüz bağlamında küreselleşmenin motorlarını tanımlamak, tutarlı ve sistematik bir açıklama bulunmadığından zor olabilmektedir (McGrew 2011). Genel literatürde, küreselleşmenin arkasındaki etkili güçler temel olarak teknolojik, ekonomi, politika ve kültür olmak üzere birbiriyle derinden ilişkili dört kategoriye ayrılmaktadır (Dwyer vd. 2009; Fletcher ve Westlake 2006; McGrew 2011; Mussa 2000). Turizmin küreselleşme sürecinin entegre bir parçası olduğu düşünüldüğünde, bu güçlerin turizm sektöründe ortaya çıktığını görmek şaşırtıcı değildir. Cohen (2012) tarafından detaylandırıldığı üzere, turizm, uzak destinasyonların kolay ve hızlı bir şekilde erişilebilir hale geldiği modern küresel ulaşım sisteminin oluşturulmasına yardımcı olmuş ve ayrıca havaalanları, oteller ve tatil köyleri gibi kuruluşlara katkıda bulunmuştur. Hükümetler, artan sayıda turist işlemlerini kolaylaştırmak için resmi prosedürleri giderek basitleştirmiştir. Bu arada, turizm sektörünün küreselleşmesi, turizm üretim sisteminin parçalanmasına ve mülkiyet yapılarının, pazarlama düzenlemelerinin, hizmetlerin dış kaynak kullanımının ve bilgi aktarımının uluslararasılaşmasına da yol açmıştır (Song, Li ve Cao, 2017);

- Teknoloji: Küreselleşmenin her türlü açıklaması için hayati önem taşımaktadır. Modern iletişim ve ulaşım teknolojilerindeki gelişmeler, zaman ve mekânın sıkıştırılmasına ve böylece küçülmüş bir dünyanın oluşmasına olanak tanımaktadır (McGrew 2011). Özellikle 1980'lerden bu yana iletişim teknolojilerindeki ilerlemeler, bilgi ve enformasyonun çok daha düşük maliyetlerle tüm dünyaya yayılmasına yardımcı olmuştur (Azarya 2004; McCann 2008). Turizm sektörü için bilgi ve ulaşım teknolojileri, ürünleri inanç üzerine sattığı ve hizmet sağlayıcıları coğrafi olarak dağınık olduğu için çok önemlidir.

- **Ekonomi:** Küreselleşme, ekonomik coğrafyada yaygın olarak tartışılan piyasa dinamikleri ve kapitalizmin zorunlulukları (McGrew 2011) perspektifinden anlaşılmaktadır. Piyasa dinamikleri mantığı, küreselleşmeyi piyasa rekabetinin doğrudan bir sonucu olarak görmektedir. Teorik olarak serbest ticaret, ülkelerin karşılaştırmalı üstünlüklerine dayalı olarak refahlarını en üst düzeye çıkarmalarına olanak tanıırken, piyasa güçleri ve küresel rekabet, mal ve hizmetlerin minimum maliyetle verimli bir şekilde üretilmesine olanak tanıyabilmektedir.
- **Politika:** Politika öncelikle küreselleşmenin ideolojik altyapısıyla ilgilidir. McGrew (2011) tarafından belirtildiği gibi, çağdaş küreselleşmeye ilişkin hemen hemen tüm açıklamalar, neoliberal ideolojinin Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD) dünyasındaki yükselişine ve hakimiyetine ve bununla bağlantılı liberalizasyon, kuralsızlaştırma ve özelleştirme politikalarına atıfta bulunmaktadır (Mahon 2010). 1970'lerden bu yana OECD ülkeleri arasındaki hakim siyasi eğilim, ulusal ekonomilerin serbestleştirilmesi ve sermaye hareketliliği üzerindeki kısıtlamaların hafifletilmesi yönünde olmuştur.
- **Kültür:** Kültür aynı zamanda küreselleşme süreci açısından da hayati öneme sahiptir. İkinci Dünya Savaşı'ndan bu yana nüfusta meydana gelen artış, her türlü ekonomik mala talep yaratmış olup, nüfus artışlarının ülkeler arasında eşit şekilde yayılmaması ticaret fırsatlarını da beraberinde getirmektedir (Fayed ve Fletcher, 2002). Kültürel teşhir de dahil olmak üzere kültürel faktörler (medya kaynakları aracılığıyla gösteri etkisi), bir dereceye kadar homojenleşmeye yol açmıştır.

Küreselleşmenin turizm, seyahat ve konaklama endüstrileri üzerinde açık etkileri olan bazı itici güçleri vardır. Hava taşımacılığının serbestleşmesi, hizmet ticaretinin serbestleşmesi, bilgi ve iletişim teknolojilerinin yaygınlaşması, seyahatlerin ve turizm paketlerinin satış ve pazarlamasında internetin yaygın kullanımı, turizm endüstrisinin sürekli büyümesine katkıda bulunmaktadır (ILO 2001). Bu durum, ulusal hükümetler ile uluslararası ve bölgesel endüstri örgütlerinin hava taşımacılığı, havaalanı altyapısı, turizm yatırımları ve turizm geliştirme politikaları arasında daha iyi koordinasyon sağlanması yönündeki çağrılarında açıkça görülebilmektedir. Bu tür iyileştirmeler seyahat ve turizm endüstrisinin ulusal ekonomilere ve bölgesel kalkınmaya katkısını artırmaktadır. Zenginlik ve iş olanaklarının ana kaynağı olarak turizme hayati derecede bağlı olan ve doğal, tarihi veya kültürel kaynaklarını turizm amacıyla daha iyi kullanmak ve yönetmek için yabancı yatırım arayan gelişmiş ve gelişmekte olan

ülkeler, şu anda hava taşımacılığının serbestleştirilmesi için ön saflarda yer almaktadırlar (IVC 2006). UNESCO (1999) ayrıca elektronik teknolojinin, ülkelerin dünya çapında yararlandığı bir başka gelişme biçimi olan ücret ve otel bilgilerine ve çevrimiçi rezervasyon hizmetlerine erişim sağlayarak bu büyümeyi kolaylaştırdığını belirtmektedir (Mustafa, 2010).

Küreselleşme turizme büyük faydalar sağlamıştır. Küreselleşme ticaretin, sermaye ve insan akışının büyümesine katkıda bulunmakta, genel ekonomik büyüme yaratmakta ve böylece gelişmiş ve gelişmekte olan ekonomilerde binlerce yeni istihdam yaratmaktadır. Ayrıca, özellikle az gelişmiş bölgelerde turizm altyapısına yatırımı teşvik ederek turizmin gelişimini ve ilerlemesini arttırmakta, bu da uluslararası pazardaki konumlarının iyileştirilmesine katkıda bulunmaktadır. Böylece turizm, dünyanın küresel bir yer olarak gelişmesine katkıda bulunan sosyo-ekonomik, ekolojik ve kültürel-sürdürülebilir kalkınmanın küresel ilkelerini takip ederek küreselleşmeden faydalanmaktadır. Küreselleşme aynı zamanda bir turizm destinasyonunun pazarlanmasında yeni zorlukları da beraberinde getirmiştir. Kültürel farklılaşma ve segmentasyon, gelecekte bir destinasyon için rekabet gücü sağlayacak kilit araçlardır. Pazarlama uzmanlarının belirli pazarların kültürel ihtiyaçlarının, yerel alışkanlıkların ve yerel pazarın özelliklerinin farkında olması ve bunları uluslararası pazarda destinasyonlara yönelik pazarlama planları geliştirmek için kullanması gerekmektedir. Küresel, uluslararası ve alt ulusal kültürlerin nasıl ayrılacağına bilinmesi gerekmektedir. Bu nedenle, destinasyonlar kendilerini pazarda daha iyi konumlandırabilmek için kendi kültürel kimliklerini inşa etmek zorundadırlar (Pindzo ve Radulovic, 2017). Turizmde küreselleşmenin avantajları;

- Uluslararası ticarete, sermaye ve insan akışında artış,
- Gelişmiş ve gelişmekte olan ekonomilerde büyüme sağlayarak yeni istihdam yaratması,
- Otelere ve turistik mekanlara yabancı yatırımı sağlaması,
- Yeni iş biçimleri ve iş faaliyetleri (pazarlama vb.)
- "Küresel oyuncular" (çokuluslu şirketler) ve stratejik ittifaklar (havayolları, oteller, tur operatörleri)
- Turizmde küresel yönetim
- Kalite ve ana amaç olarak sürdürülebilir kalkınma

- Turistler için avantajlar – gelişmiş teknoloji (düşük seyahat maliyetleri), yeni deneyimler
- Glokalizasyon (küresel pazar yeri)

Turizmde küreselleşmenin

dezavantajları;

- Yerel özelliklerin kaybı ve küresel bir köyün yaratılması
- Küresel, homojen bir kültüre yol açan kültürel değişimler
- Ekolojik ve çevresel bozulma
- İklim değişikliği ve turizm destinasyonlarına etkisi
- Küresel ısınma ve turizme etkisi
- Kimlik kaybı ve operasyonlarda zorluklar veya ulusal şirketlerin, özellikle de yerel KOBİ'lerin kapatılması
- Artan rekabet
- Turizm ürünlerinin standardizasyonu ve yerel standartların ve ürünlerin ortadan kalkması
- Turist altyapısının uluslararasılaştırılması ve standardizasyonu
- Dil ve kültürel engeller
- Yeni teknolojilerin (İnternet, CRS, GDS...) ortaya çıkması nedeniyle (yerel) turist aracılarının işlerinin tehlikeye girmesi.

1.2. KİTLE TURİZMİ

Kitle turizmi, çok sayıda organize turistin rekreasyonel amaçlarla popüler tatil yerlerine hareketini ifade etmektedir. Standartlaştırılmış paket ürünlerin kullanımı ve kitlesel tüketim ile karakterize edilen bir olgudur. Kavramsal olarak bu turizm türü, kitlesel turist tüketimi için paketlenmiş standartlaştırılmış boş zaman ürünleri ve deneyimleri içermektedir (Poon 1993). Kitle turizminin başlangıcı büyük ölçüde 20. yüzyılın ikinci yarısında sanayi toplumlarında meydana gelen çeşitli değişikliklerle ilişkilidir. Aslında, kitle turizminin tarihi Thomas Cook'un 1851 yılında Londra'daki Büyük Sergi'ye bir turist kitlesini götürmesiyle başlamıştır (Page 2012). Bramwell (2004) boş zaman seyahatlerinin büyümesi ve önem kazanması, artan harcama

gücünün, kişisel hareketliliğin, toplu taşımacılığın gelişmesinin ve modern toplumlardaki uluslararasılaşmanın bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır (Naumov ve Green, 2015).

Yirminci yüzyılın ilk yıllarında, artan zenginlik, ilgi, dışa dönük tutumlar ve insanların ulaşımındaki gelişmelerin bir sonucu olarak turizm genişlemeye devam etmiştir. Ulaşımındaki ilerlemeler insanların kitleler halinde seyahat etmesine olanak sağlamıştır. Kitle turizmi kısaca, turizm profesyonellerinin organizasyonu altında benzer amaçlarla (rekreasyon, gezi vb.) birlikte seyahat eden insan grupları için önceden planlanmış turları ifade etmektedir. Kitle turizmi, ilerleyen süreçte tatil turizmi olarak yanlış kullanılmış veya karıştırılmıştır. Ancak kitle turizmi 'bireysel turizmin' tam tersi olmakla birlikte her ikisi de tatil, devre ve diğer turizm pazarlarını kapsamaktadır (Sezgin ve Yolal, 2012).

Kitle turizmi, çok sayıda turist (genellikle on binlerce) yılın aynı döneminde aynı destinasyona hareket etmesini içeren dünyadaki en ünlü turizm şeklidir (Cooper vd., 2005). Kitle turizmi, özellikle 'Her Şey Dahil' paketlerde düşük maliyet ve standart hizmetler nedeniyle çok popülerdir. Herşey dahil paketleri kapsamında sunulan hizmetler arasında hava ulaşımı, kara ulaşımı, konaklama, yiyecek ve içecek, sınırsız yerel içki, sabah ve akşam çayları ve ikramları ve bazen de geziler yer almaktadır (Samarathunga ve Gnanapala, 2016). Sürekli artan talep nedeniyle tur operatörleri, Destinasyon Yönetim Şirketleri, oteller, havayolları, kruvaziyer şirketleri ve diğer hizmet sağlayıcılar büyük ölçekli ekonomiler yaratarak turizm ürün ve hizmetlerini daha ucuz fiyata sunabilmektedirler (Samarathunga ve Gamage, 2020).

Alternatif turizmin doğuşu, kitle turizmine yönelik yüksek eleştiriler ve bunun destinasyon bölgeleri üzerindeki olumsuz etkilerinden kaynaklanmaktadır. Alternatif turizm; yumuşak turizm, küçük ölçekli turizm, yeşil turizm, doğa turizmi ve entegre turizmi içermektedir. Alternatif turizm, olumlu ekonomik etkileri azaltmadan varış alanları, çevre ve nüfus üzerinde daha az olumsuz etkiye sahip olabileceğinden, alternatif turizm doğal, sosyal ve toplumsal değerlerle tutarlılığı kanıtlamak için bir umut olarak kullanılmıştır (Smith ve Eadington, 1992). Moscardo (2001) alternatif turizm, turistik destinasyonların sosyal, doğal ve tarihi varlıklarının korunması fikrini öne çıkarmıştır. Bu nedenle turizmin gelişmesinde temel faktör olarak kabul edilmiştir. Alternatif turizmin bir sonucu olarak sürdürülebilir turizm kavramı turizmin gelişmesinde temel amaç olarak kullanılmaya başlanmıştır (Christou, 2012).

Sürdürülebilir turizm, tüm turizm gelişiminin doğal zenginlikleri artırması ve varış bölgesinin sosyo-ekonomik ilerlemesinin ilerletilmesine katkıda bulunması ihtiyacını

vurgulamaktadır. Dolayısıyla sürdürülebilir turizm, her turizm faaliyetinde çevresel duyarlılık ve ekolojik bilinç konusundaki farkındalığı artırmıştır (Dodds ve Butler, 2010). Aksine, kitle turizmi hızlı ekonomik gelirleri hedeflemektedir. Dolayısıyla çevresel, sosyal etkilere ve sürdürülebilir kalkınmaya çok az vurgu yapmaktadır. Kitle turizmi faaliyetleri büyük ölçüde mevsim ve iklim koşullarına bağlıdır. Böylece kitle turizmi deniz-güneş-kum turizmi olarak anılmaya başlanmıştır. Kitle turizmi faaliyetleri mevsimlik faaliyetler olup, yaz aylarında en yüksek zirveye ve yüksek kapasitelere ulaşmaktadır. Bu nedenle yaz aylarında popüler kitle turizmi destinasyonlarına büyük bir turist akışı yaşanmakta, bu da yüksek nüfus hareketi ve yüksek yoğunlukta sıkışıklık yaratmaktadır. Kitle turizmi, büyük turist gruplarına, tur operatörleri ve seyahat acenteleri tarafından yönlendirilen sabit programlara (önceden belirlenmiş paketlere) dayanmaktadır. Aksine, Dodds (2005) alternatif turizm küçük gruplara, ailelere ve hatta bekarlara dayanmaktadır ve ortalama kapasite yaratacak şekilde alternatif turizm faaliyetleri tüm yıl boyunca gerçekleştirilebilmektedir (Christou, 2012).

1.3. SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE TURİZM

Sürdürülebilir kalkınmanın ilk tanımı, 1987 yılında, Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu'nun 1987 Brundtland Raporu olarak anılan 'Ortak Geleceğimiz' başlıklı Birleşmiş Milletler raporunda ortaya çıkmıştır. Bu rapor sürdürülebilir kalkınmayı, gelecek nesillerin kendi ihtiyaçlarını karşılama kabiliyetinden ödün vermeden bugünün ihtiyaçlarını karşılayan kalkınma olarak tanımlamıştır (Brundtland, 1987). Ulusal Sürdürülebilir Kalkınma Stratejisi 1 de sürdürülebilir kalkınmayı (i) yaşamın koşullarını ve tüm yönlerini her düzeyde etkileyen, (ii) insanların biyolojik, maddi, manevi ve sosyal ihtiyaçlarını ve çıkarlarını karşılayan, (iii) yaşam koşullarını ve biçimlerini tehlikeye atan, zarar veren veya yok eden müdahaleleri ortadan kaldıran veya önemli ölçüde azaltan, (iv) ülkeye yük getirmeyen, (v) kaynakları koruyan ve (vi) kültürel ve doğal mirası koruyan hedefli, uzun vadeli, kapsamlı ve sinerjik bir süreç olarak tanımlamaktadır (Ozili, 2022).

Turizm sektörü son on yılda önemli gelişmeler yaşamıştır. Destinasyonlarda büyüme yaratmanın olumlu etkilerinin yanı sıra, çevre, kültür, siyaset, toplum ve ekonomi üzerinde de büyük etkileri olan olumsuz etkiler de olabilmektedir. Sürdürülebilir kalkınma, belirlenen hedeflere ulaşmak için kullanıcıların belirli çevresel kararlarına ilişkin memnuniyetini artırmayı amaçlayan değişiklikleri gerektirmektedir. Minciu ve Stanciu (2010) sürdürülebilirliğe yönelik artan ihtiyaç aynı zamanda artan bilgi birikiminin ve genel olarak turizm ve çevre sorunları üzerindeki etkiye ilişkin endişelerin bir sonucudur. Sürdürülebilirlik bilinci olmadan turizmin

geliştirilmesi, yalnızca toplumun değil, aynı zamanda çevrenin ve tüm turizm endüstrisinin de ciddi şekilde bozulmasına yol açabilmektedir (Dutescu, Popa ve Ponorica, 2014).

'Sürdürülebilir turizm' kavramı ilk olarak turizm geliştirme politikasının diline yaklaşık yirmi yıl önce girmiştir. Daha genel olarak sürdürülebilir kalkınmanın ortaya çıkışını ve ardından yaygın biçimde benimsenmesini yansıtan bu gelişme, özellikle turizm gelişiminin ölçeği, kapsamı ve sonuçlarından kaynaklanan zorluklara uygun bir yanıt olarak görülmektedir. Yani, 1960'ların ortasından bu yana, turizmin, özellikle de uluslararası kitle turizminin hızlı büyümesine ve "zevk çevresi" olarak adlandırılan bölgenin (Turner ve Ash, 1975) amansız küresel yayılmasına, turizmde artan kısıtlama çağrılarını eşlik etmiştir. Sürdürülebilir turizm ilkelerinin makro bir soruna mikro bir çözümden biraz daha fazlasını temsil ettiği uzun süredir öne sürülmektedir (Wheeler, 1991). Sürdürülebilirlik veya sürdürülebilir kalkınma ilkelerinin bireysel turizm işletmeleri, seyahat ve turizm endüstrisi sektörleri arasında veya aslında düşüş düzeyinde benimsendiğini gösteren çok az kanıt bulunmaktadır. Elbette sürdürülebilir turizm, küresel düzeyde keyif veren bir politika hedefi olmaya devam etmektedir. Sürdürülebilir kalkınma kavramı, turizm de dahil olmak üzere her türlü kalkınma ve ekonomik faaliyeti kapsayacak şekilde genişletilmiştir. Coccossis (1996) sürdürülebilir turizme dört farklı perspektiften bakmaktadır. Bu dört perspektif; "turizmin ekonomik sürdürülebilirliği", "ekolojik olarak sürdürülebilir turizm", çevresel kalite ihtiyacının belirgin olmasına rağmen endüstrinin uzun vadede yaşayabilirliğine odaklanıldığı "sürdürülebilir turizm gelişimi" ve "sürdürülebilir kalkınma stratejisinin bir parçası olarak turizm"dir (Yazdi, 2012).

Sürdürülebilirlik, turizm planlaması ve gelişiminde bir paradigma olarak ortaya görülmektedir. Turizmde sürdürülebilirlik talebi birbiriyle ilişkili birçok sürece dayanmaktadır. 1960'lı ve 1970'li yıllardan bu yana, küresel turizmin büyümesi yoğun bir şekilde gerçekleşmiş ve küresel-yerel bağlantıdaki turizm sistemi üzerinde önemli etkiler oluşturmuştur. Bu etkiler ve özellikle de destinasyon bölgelerinde turizm büyümesinin olumsuz olarak algılanan sonuçları, birçok yerde turizm büyümesinin yönlendirilmesi ve sınırlandırılması ihtiyacını ortaya çıkarmıştır (Britton, 1991; Butler, 1991; Wolfe, 1982). Buna ek olarak, 1960'ların sonu ve 1970'lerdeki toplumsal bağlam, çevresel kaygılara ve küresel eşitsizliklere odaklanmayı desteklemiştir. Brundtland Komisyonu'nun 1987'deki "Ortak Geleceğimiz" raporunda sunulan sürdürülebilir kalkınmanın politik kavramsallaştırılması, turizmin etkisini sınırlamaya yönelik politika amaçlarını ve ihtiyaçlarını daha da artırmıştır. 1990'ların başlarında, sürdürülebilirlik fikri, artan sayıda kavramsallaştırma ve gösterge arayışıyla birlikte turizm gelişiminin içine

yerleştirilmiştir (Cater, 1993; WTO, 1993). Aynı zamanda Batı toplumlarında üretim ve tüketimin post-Fordist üretime doğru dönüşümü, turizm sektörü de dahil olmak üzere tüketimde alternatif ve 'yeşil' eğilimleri desteklemiştir. Bu, genellikle daha 'çevreye duyarlı' ürünler olarak görülen ekoturizm ve sorumlu turizm (Mowforth ve Munt, 1998; Wheeler, 1993) gibi bir dizi yeni form ve terin ortaya çıkması ile sonuçlanmıştır (Hughes, 2004; Poon, 1993). Nitekim turizm endüstrisi küresel ve yerel ölçeklerde çeşitli amaç ve etkilerden sorumlu hale gelmiştir. Genel olarak sorumlu turizm, insanların yaşamaları ve ziyaret etmesi için yerleri daha iyi hale getirmeyi amaçlayan turizm geliştirme ilkelerini ve uygulamalarını ifade etmektedir. Tüm paydaşlar arasında etik tüketimi ve üretimi teşvik ederek turizmin destinasyon toplulukları ve çevrelerindeki olumsuz sosyal, ekonomik ve çevresel etkilerini en aza indirmeyi ve olumlu sosyal, ekonomik ve çevresel etkilerini maksimuma çıkarmayı amaçlamaktadır (Saarinen, 2014).

1.3.1. Sürdürülebilir Turizmin İlkeleri

Artık pek çok destinasyon, Turizm konusuna duyarlı bir yaklaşım getirmeyi amaçlayan stratejiler izlemektedir. Sürdürülebilir ve sorumlu turizm etiğine göre yönlendirilmek isteyen ulusal hükümetler, destinasyonlar ve kuruluşlar için önemli olan ilkelerin bir listesi aşağıda sunulmaktadır (Begum, 2021);

- **Katılım:** Bir topluluğun sakinleri, bir topluluk turizmi vizyonu oluşturma, sürdürülecek ve geliştirilecek kaynakları belirleme ve turizmin gelişimi ve yönetimi için hedefler ve stratejiler geliştirme sürecine katılarak turizm gelişiminin kontrolünü sürdürmelidirler.
- **Paydaş katılımı:** Turizm girişimleri geniş tabanlı toplumsal girdilerin yardımıyla geliştirilmelidir. Katılımcılar yerel STK gruplarını ve kurumlarını, gönüllü hizmet gruplarını, yoksulları, kadınları, belediye yönetimlerini ve bunların ekonomik kalkınma departmanlarını, turizm derneklerini, ziyaretçi bürolarını, kasaba iş birliklerini, il turizm kalkınmasının bölgesel temsilcilerini ve sürece dahil olabilecek veya bundan etkilenebilecek diğer tarafları içerebilmelidir.
- **Yerel Mülkiyet:** Turizm Kalkınması topluluk sakinleri için kaliteli istihdam sağlamalıdır. İşlerin yerine getirilmesinin sağlanması, yerel düzeyde herhangi bir turizm gelişiminin ayrılmaz bir parçası olarak görülmelidir. Deneyimler, yerel

sakinlere eğitim ve öğretim sağlanmasının ve yerel işletmeler ile girişimcilerin finansmana erişiminin bu tür politikaların merkezinde yer aldığını göstermektedir.

- **Yerel İş Bağlantılarının Kurulması:** Turistler için ithal mal ve hizmet satın almak amacıyla turizm harcamalarının destinasyon içinde kalmasını sağlamak için turizm endüstrisindeki yerel işletmeler arasında bağlantılar kurulmalıdır.
- **Kaynak tabanının sürdürülebilirliği:** Gelecek nesil turistlere ve seyahat endüstrisine karşı adil olmak için toplum, miras alınan kaynak tabanından daha az olmamak üzere bir kaynak tabanı bırakmaya çalışmalıdır. Bu nedenle geri dönüşü olmayan kaynak tahsisi eylemlerinden kaçınılmalıdır.
- **Topluluk Hedefleri:** Ziyaretçinin ihtiyaçları ile toplumun ihtiyaçları arasında uyum sağlanması gerekmektedir. Bu, toplumun gelişmesinde ekonomik, sosyal ve kültürel endüstri ile çevrenin korunması arasında uygun bir denge kurarı geniş topluluk desteğiyle kolaylaştırılabilmektedir.
- **İşbirliği:** Yerel cazibe merkezleri, işletmeler ve turizm işletmecileri arasındaki işbirliği, bir işletmenin veya işletmecinin diğerinin performansından veya kalitesinden doğrudan etkilenebileceği göz önüne alındığında önemlidir.
- **İzleme ve Değerlendirme:** Topluların, turizm ürünlerinin temelini oluşturan kaynakları ve bu turizmin bağlı olduğu çevreyi korumaları isteniyorsa, koruma ve izleme stratejileri gerekmektedir.
- **Hesap Verebilirlik:** Su, hava ve ortak araziler gibi kamusal malların yönetimi ve kullanımı, bu kaynakların kötüye kullanılmamasını sağlamak için kullanıcılar adına hesap verebilirlik sağlanmalıdır.
- **Eğitim:** Sürdürülebilir Turizm gelişimi, halkın anlayışını ve ticareti geliştirmek için eğitim ve öğretim programlarının oluşturulmasını gerekmektedir. Eğitim, turizm, otel yönetimi, küçük işletmelerin kurulması ve işletilmesi ve diğer ilgili konulardaki kursları içermelidir.
- **Konumlandırma:** Sürdürülebilir Turizm gelişimi, yoksulluğu azaltmak ve peyzaj karakterinden, yer duygusundan, topluluk kimliğinden ve alan fırsatlarından yararlanmak ve bunları güçlendirmek için uygun kullanımların ve faaliyetlerin teşvik edilmesini içermektedir.

Turizm hem yerel hem de küresel çevresel etkileri dikkate alınmalıdır. Turizm, doğal alanların, yaşam alanlarının ve yaban hayatının korunmasını desteklemeye ve bunlara verilen zararı en aza indirmeye çalışmalıdır. Başarılı ve sürdürülebilir turizmin anahtarlarından biri, diğer rakip destinasyonlardan net bir farklılık duygusu elde etmektir. Başarılı olma ve kalıcı çekiciliğe sahip cazibe merkezleri, yerel tarih, endüstri, kültür, yaşam tarzı ve doğal kaynaklarla gerçekten ilgili olanlardır. Toplumsal değerlerin yansıtılması yani, yerel topluluğun geçmiş, şimdiki ve gelecekteki isteklerini canlı ve dinamik bir şekilde temsil edilmesi gerekmektedir. Geniş pazar eğilimlerini ve belirli segmentlerin ihtiyaç ve beklentilerini anlamak kritik önem taşımaktadır. Özelliklerin 'bir araya getirilmesi' bir yerin cazibesini ve ziyaret edilme olasılığını artırmaktadır. Mevcut niteliklere değer katmak daha zengin bir turizm deneyimi sağlamakta ve yerel ekonominin çeşitlendirilmesine yardımcı olabilmektedir. Hikayeyi anlatmak daha ödüllendirici bir deneyim sağlamakta ve nihayetinde destinasyonun korunmasına yardımcı olabilmektedir. İyi tasarım kaynağa saygı göstermeyi ve korumayı sağlamakta, toplum değerlerini yansıtmakta ve hikayenin anlatılmasında etkili olabilmektedir. Turizm bir ekonomik ve toplumsal kalkınma aracı olmakla birlikte hem ev sahibi toplumun hem de ziyaretçilerin elde etmek istediği faydaları dikkate alınmalıdır. İyi turizm işletmeleri topluma dahil olmalı, diğer işletmeler ve paydaşlarla işbirliği yapmalı ve yerel kapasitenin geliştirilmesine yardımcı olmalıdırlar (Sharpley, 2009).

Turizm sektöründe sürdürülebilirliğin sağlanması ve mevsimsel sorunların çözülmesi için turizm faaliyetlerinin dōnemsel ve bölgesel olarak dengeli bir şekilde dağıtılmasına ihtiyaç vardır. Bu çerçevede turizm faaliyetlerinin çeşitlendirilmesi yani alternatif turizm türlerinin yaratılması son derece değerlidir (TÜSİAD, 2014). Alternatif turizme olan talep yoğunluğunun zamansal ölçekte gelişmesi ve ülkelerin turistik potansiyellerini alternatif turizm faaliyetleri olarak pazarlamaya başlamasıyla birlikte hem kamu otoriteleri hem de bilim insanları alternatif turizmin kapsamı ve türleri konusunda farklı yaklaşımlar benimsemeye başlamışlardır. Örneğin; Türkiye’de alternatif turizm türleri arasında; akarsu turizmi, av turizmi, dağcılık, golf turizmi, hava sporları, inanç turizmi, ipek yolu turizmi, kış sporları turizmi, kongre turizmi, kuş gözlemciliği, mağara turizmi, sağlık-termal turizmi, su altı dalış turizmi, yat turizmi ve yayla turizmi yer almaktadır (Yıldız ve Gürhan, 2020).

KAYNAKÇA

- Azarya, V. (2004). Globalization and international tourism in developing countries: Marginality as a commercial commodity. *Current Sociology*, 52(6), 949-967.
- Banerjee, S., & Khana, D. (2021). Mass tourism, its challenges and sustainability: A study on Santiniketan. *IJARIE-ISSN(O)*, 7(1), 219-223.
- Begum, F. M. (2021). Sustainable Tourism. *International Journal of Tourism and Hospitality Management*.
- Belias, D., Velissariou, E., Kyriakou, D., Vasiliadis, L., Roditis, A., Varsanis, K., & Koustelios, A. (2017). The differences on consumer behavior between mass tourism and sustainable tourism in Greece. 5. *International Conference on Contemporary Marketing Issues (ICCM)*, 176-197.
- Bernini, C., Urbinati, E., & Vici, L. (2015). Visitor Expectations And Perceptions Of Sustainability In A Mass Tourism Destination. *ToSEE – Tourism in Southern and Eastern Europe*(3), 1-17.
- Bramwell, B. (2004). Mass Tourism, Diversification and Sustainability in Southern Europe's Coastal Regions. *Coastal Mass Tourism: Diversification and Sustainable Development in Southern Europe* (s. 1-31). içinde Clevedon: Channel View.
- Britton, S. (1991). Tourism, capital and place: Towards a critical geography of tourism. *Environ. Plan. Soc. Place*(9), 451-478.
- Brundtland, G. H. (1987). What is sustainable development. *Our common future*, 8(9), 1-27.
- Butler, R. (1991). Tourism, environment, and sustainable development. *Environ. Conserv*(18), 201-209.
- Cater, E. (1993). Ecotourism in the third world: Problems for sustainable development. *Tourism Manag*(14), 85-90.
- Čerović, S., Vukadinović, P., & Knežević, M. (2015). The Influence Of Globalization On Tourism And Impact Of Tourism On Other Activities With An Emphasis On Greenfield Investments In Tourism. *Sitcon*, 47-52.
- Christou, L. (2012). Is it possible to combine mass tourism with alternative forms of tourism: the case of Spain, Greece, Slovenia and Croatia. *Journal of Business Administration Online*, 1-8.

- Coccosis, H. (1996). Tourism and Sustainability: Perspectives and Implications. *Sustainable Tourism? European Experiences*. içinde U.K.: Cab International.
- Cohen, E. (2012). Globalization, global crises and tourism. *Tourism recreation research*, 37(2), 103-111.
- Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D., Fyall, A., & Wanhill, S. (2005). *Tourism: Principles and practice*. London: Pearson Education.
- Dodds, R. (2005). New Tourism Realities for Sustainable Tourism Policy? Implications and Recommendations for Stakeholders. *TTRA Canada Conference*. Kelowna: Journal of Business Administration.
- Dodds, R., & Butler, R. W. (2010). Barriers to Implementing Sustainable Tourism. *Mass Tourism Destinations Tourismos Journal*.
- Dreher, A. (2006). Does globalization affect growth? Evidence from a new index of globalization. *Applied Economics*, 38(10), 1091–1110.
- Dutescu, A., Popa, A. F., & Ponorica, A. G. (2014). Sustainability of the Tourism Industry, Based on Financial Key Performance Indicators. *Amfiteatru Economic Journal, The Bucharest University of Economic Studies*, 16(8), 1048-1062.
- Dwyer, L., Edwards, D., Mistilis, N., Roman, C., & Scott, N. (2009). Destination and enterprise management for a tourism future. *Tourism management*, 30(1), 63-74.
- Fayed, H., & Fletcher, J. (2002). Report: Globalisation of economic activity: issues for tourism. *Tourism Economics*, 8(2), 207-230.
- Fletcher, J., & Westlake, J. (2006). Globalisation. *International handbook on the economics of tourism* (s. 464-480.). içinde Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- GSTC. (2013). *Sustainable tourism destination criteria*. <http://www.gstcouncil.org>. adresinden alındı
- Gulcemal, T. (2020). The Globalization Indicators And Tourism Development: A Dynamic Panel-Data Analysis For Mediterranean Countries. *Journal of Business, Economics and Finance (JBEF)*, 9(3), 253-261.
- Holowiecka, B., Grzelak-Kostulska, E., & Kwatkowski, G. (2011). Impact of Globalization on Tourist Preferences and Activiti. *Scale of globalization* (s. 55-62). içinde Ostrava: University of Ostr.

- Hughes, G. (2004). Tourism, Sustainability and Social Theory. *A Companion to Tourism* (s. 498–509). içinde Oxford, UK: Blackwell.
- ILO. (2001). *Human Resources Development, Employment and Globalization in the Hotel, Catering and Tourism Sector, Report for discussion at the Tripartite Meeting on the Human Resources Development, Employment and Globalization in the Hotel* . Geneva: International Labor Organization Office.
- IVC. (2006). *The Economic Impact of Air Service Liberalization, Inter Vistas- Consulting*.
- Kosolapov, N. ... (2001). The international political organization of the globalized world: models for a medium-term prospect. *Social sciences and modernity*(6), 141-143.
- Mahon, R. (2010). After neo-liberalism? The OECD, the World Bank and the child. *Global Social Policy*, 10(2), 172-192.
- McCann, P. (2008). Globalization and economic geography: the world is curved, not flat. *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, 1(3), 351-370.
- McGrew, A. (2011). *The logics of economic globalisation" In Global political economy*. New York: Oxford University Press.
- Minciu, R., & Stanciu, P. (2010). Bukovina's tourism perspectives – a strategic approach. *Journal of Tourism*, 10(10), 81-90.
- Moscardo, G. (2001). Cultural and Heritage Tourism: The Great Debates in Tourism. *Tourism Twenty-First Century*. içinde London: Continuum.
- Mowforth, M., & Munt, I. (1998). *Tourism and Sustainability: A New Tourism in the Third World*. Routledge: London, UK.
- Mustafa, M. H. (2010). Tourism and Globalization in the Arab World. *International Journal of Business and Social Science*, 1(1), 37-48.
- Naumov, N., & Green, D. (2015). Mass tourism. *Encyclopedia of Tourism*. içinde New York: Springer.
- Ozili, K. P. (2022). *Sustainability and sustainable development research around the world*. Munich Personal RePEc Archive-MPRA.
- Page, S. (2012). *Tourism Management: An Introduction*. Oxford: Butterworth-Heinemann.

- Peric, V. (2005). *Tourism And Globalization. e 6th International Conference of the Faculty of Management Koper Congress Centre Bernardin*. Slovenia: Managing the Process of Globalisation in New and Upcoming EU Members.
- Pindzo, R., & Radulovic, D. (2017). *The Impact Of The Globalization On Tourism Industry. Organisational Behavior And Types Of Leadership Styles And Strategies In Terms Of Globalization*. içinde United Kingdom: Compass Publishing.
- Poon, A. (1993). *Tourism, Technology and Competitive Strategies*. Wallingford, UK: CAB International.
- Saarinen, J. (2014). Critical Sustainability: Setting the Limits to Growth and Responsibility in Tourism. *Sustainability*, 6(1), 1-17.
- Samarathunga, W. H., & Gamage, D. (2020). *Alternative Tourism as an Alternate to Mass Tourism during the Post-COVID-19 Recovery Phase: the Case of Sri Lanka*. Sage Submissions.
- Samarathunga, W., & Gnanaapala, W. K. (2016). Impact of All-inclusive Tour Packages with Special Reference to Bentota tourist Resort. *Sustainable Tourism in the Global South: Communities Environments and Management*. içinde Cambridge: Cambridge Scholars Publishing.
- Sezgin, E., & Yolal, M. (2012). Golden Age of Mass Tourism: Its History and Development. *Visions for Global Tourism Industry - Creating and Sustaining Competitive Strategies*. içinde intechopen.
- Sharpley, R. (2009). Sustainable Tourism Development: A Critique. *Tourism Development and the Environment: Beyond Sustainability?* içinde London, Sterling: Professor Richard Anthony John Sharpley.
- Smeral, E. (1998). The impact of globalization on small and medium enterprises: new challenges for tourism policies in European countries. *Tourism management*, 19(4), 371- 380.
- Smith, V. L., & Eadington, W. R. (1992). *Tourism Alternatives: Potentials and Problems In The Development Of Tourism*. New York: John Wiley.
- Song, H., Li, G., & Cao, Z. (2017). Tourism and Economic Globalization: An Emerging Research Agenda. *Journal of Travel Research*.

- Turner, L., & Ash, J. (1975). *The Golden Hordes: International Tourism and the Pleasure Periphery*. London: Constable.
- TÜSİAD. (2014). *Evaluation Towards an Alternative Tourism Development in Turkey*. Istanbul: TÜSİAD Publications.
- UNESCO. (1999). *Tourism and Culture: Rethinking the Mix, the UNESCO Courier*.
- Vukadinović, P., Knežević, G., & Mizdraković, V. (2013). Globalizacija istrane direktne investicijeu Srbiji. *Globalizacija i savremeno poslovanje* (s. 57-64). içinde Bijeljina: Univerzitet Sinergija.
- Wheeller, B. (1991). Tourism's troubled times: responsible tourism is not the answer. *Tourism Management, 12*(2), 91-96.
- Wheeller, B. (1993). Sustaining the ego. *J. Sustain. Tourism*(1), 121–129.
- Wolfe, R. (1982). Recreational travel: The new migration revisited. *Ont. Geogr*(19), 103–122.
- WTO. (1993). *Sustainable Tourism Development: Guide for Local Planners*. Madrid, Spain:
World Tourism Organization .
- Yazdi, S. k. (2012). Sustainable Tourism. *American International Journal of Social Science, 1*(1), 50-56.
- Yıldız, Ü., & Gürhan, N. (2020). The Effects of Alternative Tourism Activites on Sustainable Tourism Potential and Employment. *Revista Argentina de Clínica Psicológica, 29*(5), 1567-1581.

2. TÜRKİYE'DE KİTLE TURİZMİNİN GELİŞİMİ

GİRİŞ

Sanayi Devrimi sonrasında teknolojik gelişmelerin yaşanması, çalışanların yıllık izin hakları kazanmaları ile insanların boş vakitlerinin artması, turizmde maliyetlerin azalması ve turizm faaliyetinin sadece zenginlerin katılım gösterebilecekleri bir faaliyet olduğu algısının yıkılmasının bir sonucu olarak, uluslararası turizm hareketliliği hızlanmış ve bu hareketlilik kitlesel boyutlara ulaşmıştır (Dinç, 1996). Deniz, kum ve güneş diğer bir ifade ile kıyı turizmiyle özdeşleşen kitlesel turizm, konaklama, ulaşım, rekreasyon, yiyecek ve içecek vb. gibi turistik ürünlerin birleştirilerek bir paket halinde turistlere sunulduğu ‘Her Şey Dahil Sistem’ olarak ön plana çıkarak baskın turizm faaliyeti haline gelmiştir (Can ve Emir, 2021).

Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde kitle turizmi, daha zengin ve gelişmiş ülkelerin talep yapısına benzer şekilde şekillenmektedir. Bu süre zarfında ulaşım ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelerin yanı sıra sosyal turizmden ekonomiye yeterli katkıyı alabilmek için günümüzde de popülerliğini koruyan paket tur pazarlama yöntemi sayesinde giderek gelişmiştir. Sürekli gelişen ve çok sayıda lokasyonda benimsenen kitle turizmi, hızlı ulaşım ağları, kaliteli konaklama, yeterli kaynaklar (doğal) gibi faktörlerle turizm pazarında kendine yer bulmuş ve bunun sonucunda kendi pazarını oluşturmuştur. Kitle turizminin artması nedeniyle turizm destinasyonlarındaki tıkanıklıklar, çevresel hasarlar, üst yapı ve altyapı ihtiyaçları, mimari mekan kalitesi, vasıflı iş gücü, rekabet ortamı, pazar payı, reklam ve daha birçok faktör kitle turizminin sürdürülebilirliği ve gelecek nesillere aktarılması bağlamında tartışılmayı zorunlu kılmaktadır. Kitle turizmi modeli, devlet turizm planlama ofislerinin yetersiz tahminleri nedeniyle turistik destinasyon bölgelerindeki ekonomi, sosyal yapı ve ekoloji üzerinde de olumsuz etkiler yaratmıştır (Ozcan ve Ozcan, 2020).

2.1. Kitle Turizmi

Yaklaşık olarak geçtiğimiz 1960'lı yıllarının başından itibaren gelişmeye başlayan kitle turizmi, sadece bölgesel değil, ulusal ekonomilerin de gelişmesine önemli katkı sağlayan bir unsurdur ve genel olarak turizm destinasyonları tarafından sunulmaktadır. Bireysel turizme yönelik bazı tercih eğilimlerine rağmen, ekonomileri büyümeye dayalı olan ve turizmin sıklıkla turizm endüstrisi olarak değerlendirildiği bazı bölgelerde kitle turizmi destinasyonlarda baskın bir rol oynamaya devam etmesi beklenmektedir (Švajdová, 2019).

Son yıllarda turizmin kapsamının gelişmekte olan dünyayı kapsayacak şekilde büyük ölçüde genişlediği açıktır. Turizm endüstrisinden elde edilen gelir, gelişmekte olan ülkelerin gelir yaratma, istihdam ve döviz kazancı olmak üzere üç yüksek öncelikli hedefine olan katkısı nedeniyle büyük önem kazanmıştır. Turizm faaliyetlerinden elde edilen gelirler dikkate alındığında “Kitle Turizmi” kavramı her zaman ön plana çıkmaktadır. İnsanların tatil tesislerine ulaşabildiği veya çok sayıda kişinin yolculuk yaparak bir arada konakladığı ve tatil grubu olarak bütünleştiği bir turizm türü olarak tanımlanan kitle turizmi aynı zamanda çok sayıda insana aynı anda ve aynı yerde boş zaman etkinlikleri sağlamaktadır. Dünya turizm gelirinin büyük bir kısmı kitle turizminden gelmektedir. Kitle turizminin ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel etkileri olmaktadır. Kitle turizminin etkileri elbette hem yapıcı hem de yıkıcı olarak gözlemlenebilmektedir. Her ne kadar bazı yıkıcı etkileri bünyesinde barındırsa da kitle turizminin üstünlüğünü ve varlığını uzun süre inkar etmek zordur (Sayeda, 2017).

Poon (1993) kitle turizminin ancak tatilin 'standartlaştırılmış' ve 'katı bir şekilde paketlenmiş' olması, seri olarak üretilmesi, 'farklılaşmamış bir müşteri kitlesine' kitlesel olarak pazarlanması. ve turistler tarafından yerel normlar veya kültür dikkate alınmaksızın 'topluya tüketilmesi' gibi dört koşulun yerine getirilmesi durumunda var olabileceğini savunmaktadır. Kütle burada sadece niceliksel bir kavram değil, aynı zamanda onun farklı boyutlarının niteliğini de işaret etmektedir. Bu, turistlerin kitle turizmini uygulama şeklinin, ticarilik, gezi otobüsü veya plaj ile güçlü bir şekilde homojen bir şekilde karakterize edildiği anlamına gelmektedir (Vainikka, 2013).

Kitle turizmi, birçok insanın keşfetmek, rahatlamak ve kaliteli zaman geçirmek için ünlü destinasyonlara seyahat ettiği turizmi ifade etmektedir. Turizmin nispeten yeni olduğu gelişmekte olan ülkelerdeki insanların çoğunluğu kitle turizmiyle ilgilenmektedir. Kitle turizmi destinasyonları genellikle ziyaretçiler için yeterli konaklama, yeme-içme ve ulaşım olanaklarına sahiptir. Herhangi bir tur operatöründen veya seyahat acentesinden hazır bir paket almanın uygun, ucuz ve basit olması nedeniyle insanlar sıklıkla kitle turizmine katılmaktadır. Kitle turizmine katılan insanlar bunu genellikle kısa bir süre için sadece eğlenme amacıyla yapma eğilimindedirler. Ülkelerin turizm gelirinin büyük bir kısmı kitle turizminden gelmektedir. 2020 yılında turizm sektörü 447,4 milyar dolar gelir elde etmiş ve bunun büyük bir kısmı kitle turizminden elde edilmiştir (Khatun, Sukrana ve Jui, 2023).

2.2. Türkiye’de Kitle Turizmi

Türkiye’de uluslararası turizm sektörü 1980’li yıllardan bu yana hızla büyümüş ve Türkiye, turist gelişleri ve gelirleri açısından ilk on ülke arasında yer almaktadır. Türkiye’de turizm sektörü ülkenin öncelikli sektörlerinden biri haline gelmiş olup, uluslararası pazarlama avantajını önümüzdeki yıllarda da sürdürmesi beklenmektedir. Türkiye’de turizm üzerine yapılan akademik araştırmalarda sektörün döviz kazancı, istihdam yaratma ve ekonomik büyüme açısından önemi vurgulanmıştır. Türkiye turizminin gelişimi 1980’li yıllarda 1982 yılında yürürlüğe giren Turizmi Teşvik Kanunu ile hız kazanmıştır. Son 30 yılda uluslararası turist girişlerinde ve turizm gelirlerinde önemli bir artış yaşanmıştır (Yılancı ve Eris 2012). 1980’li yıllardan önce turizm gelirlerinin GSYİH içindeki payı %0,2 ile %0,7 arasında değişirken; 1983’te %1,7’ye yükselmiş; ve bugün neredeyse %5’tir. Türkiye’nin en önemli döviz gelir kaynağı ihracat gelirleridir ve bu gelirlerin içinde turizm gelirleri de önemli bir katkı sağlamaktadır. Turizm gelirlerinin ihracat gelirleri içindeki payı 1980 yılında %11,2 iken, 1990 yılında bu oranın %25’e yükselmesi turizmi teşvik politikalarının ulusal bir sonucu olarak değerlendirilebilir. Bu oran 2002 yılında %28,8 ile en yüksek noktasına ulaşmış, 2010 yılında ise %17’ye düşmüştür. 1992 yılında ülkeye gelen yabancı sayısı 7.076.096, turizm geliri ise 3.639 milyon ABD dolarıdır. Bu rakamlar 20 yılda ciddi bir artış göstermiştir. 2011 yılında yabancı turist sayısı bir önceki yıla göre %9,8 artışla 31.456.076’ya ulaşmış; turizm geliri ise bir önceki yıla göre %10,6 artışla 23.020 milyon ABD dolarına ulaşmıştır (Tanıl, 2012).

Son dönemlere bakıldığında zaman, 2019 yılında Türkiye turizm geliri 38.930.474 dolar, 2020 yılında 14.817.273 dolar, 2021 yılında 30.173.587 dolar, 2022 yılında 46.477.870 dolar ve 2023 yılında 54.315.542 dolar olarak gerçekleşmiştir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2024).

Kitle turizmi birbirleri ile hiçbir bağı olmadığı büyük grupların yaptıkları bir turizm biçimidir. Sanayi devrimi sonrasında gelir düzeyindeki artış ve boş zamanın artması, özellikle havayolu taşımacılığından yerel halkın faydalanabilir olması geniş kitlelerin seyahate yönelmelerine ve kitle turizmin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Kitlese turizmden yararlananların belirli özellikleri arasında bireylerin paket turları tercih etmeleri yer almaktadır (Göktaş, 2016). Türkiye, kitle turizminden yararlananlara tatilleri boyunca birbirinden farklı etkinliklere katılmalarını sağlaması açısından turizm çeşitliliğinin olması, konukseverliğe sahip olunması, açık hava müzelerine sahip olması, kültürel değerleri olması ve deniz, kum ve güneş destinasyonlarını güçlendirmektedir. Coğrafi konumu bakımından Türkiye kitle turizmi taleplerini oluşturan kaynak pazarlara olan yakınlığı ve kaynak pazarlardaki (Ukrayna, Rusya,

Bulgaristan, Almanya vb.) tur operatörleri ve hava yolu ulaşımı şirketlerinin Türk girişimcilerden oluşması, turizm aktörlerinin geç nüfusa sahip olmaları, Ege ve Akdeniz kıyılarında sezonun uzun sürmesi Türkiye'nin deniz, kum ve güneş turizmine yönelik arzını güçlendirebilmektedir (Yaşar, 2021).

Turizmin yerel, bölgesel ve ulusal ekonominin yanı sıra sosyo-kültürel değerlere ve çevreye de olumlu etkilerinin olabilmesi için planlı bir kalkınmaya ihtiyacı vardır. Bir bölge keşfedilirken, turistik bölge haline gelirken ve tanınır hale geldikten sonra belli süreçlerden geçmektedir. Bu da bölge sakinleri ve çevre üzerinde belirli etkiler yaratmaktadır (Çalışkan ve Tütüncü 2008). Turizm plansız gelişirse çevreye verilen zarar yoğunlaşacak, bu da yerel halk arasında huzursuzluğa ve o bölgeye olan talebin azalmasına neden olabilecektir. Dünya turizmindeki gelişmelere paralel olarak Türkiye'de de kitle turizmi öncelikli hale gelmiştir. Genel olarak bakıldığında yasal düzenlemeler, teşvikler ve pazarlama daha çok kitle turizmiyle ilgilidir. Akdeniz ve Ege kıyılarında deniz, kum ve güneşe dayalı kitle turizmi geliştirilmiş ve bu durum Türkiye ekonomisine uzun vadede büyük katkı sağlamıştır (Gülbahar 2009). Ancak teşvikler sonucunda sürdürülebilirliği gözetilmeyen plansız yapılar ve yoğunluklar, tarihi ve kültürel mirasın yanı sıra doğanın da zarar görmesine neden olmuştur. Maddi gücü yüksek olan uluslararası yabancı tur operatörlerinin baskısı da uzun yıllardır kitle turizmine yönelik ürünlerin üretilmesinde önemli bir faktördür (Gülbahar 2009). Türkiye'de kitle turizminin yoğun olarak yapıldığı 5 şehir ise Antalya, Muğla, İzmir, Aydın ve Nevşehir'dir (Güriş vd., 2016).

İkinci Dünya Savaşı sonrasında ülkelerin sosyo-ekonomik yapılarının iyileşmesiyle birlikte turizme olan talep hızla artmış ve kitle turizmi yaygınlaşmıştır. Kitle turizminin yaygınlaşması ve ülkelerin turizm yoluyla ekonomik kazanımlar elde etmesi nedeniyle turizm, ekonomik kalkınmanın bir aracı olarak görülmeye başlanmıştır. Bu dönemden itibaren turizm, dünya ekonomisinin en hızlı büyüyen ve genişleyen sektörlerinden biri haline gelmiştir. Turizmin hızla geliştiği bu dönemde, Türkiye gibi sınırlı kaynaklara sahip gelişmekte olan ülkeler, dünyanın ekonomik geleceği için yatırım kararlarını rasyonel olarak almak zorunda kalmıştır. Ülke ekonomisinin hızlı gelişmesi ve sınırlı kaynakların verimli kullanılması, en hızlı ve en fazla gelir getiren büyümeyi sağlayacak sektörlerin kararlı ve planlı olmasına bağlanmıştır (DPT, 1963). Bu amaçla Türkiye'de hükümetler 1960'lı yılların başından itibaren öncelikli sektörleri ve teşviklerini belirleyen kalkınma planları hazırlamaktadır. 1963 yılında başlayan beş yıllık kalkınma planlarında turizm ekonomik kalkınmada öncelikli sektör olarak

belirlenmiştir. Türkiye'nin kalkınması ve turizm politikasının temel ilkesi 1980'li yıllara kadar kitle turizmi olarak tanımlanmıştır. 1980'li yıllardan itibaren kalkınma planlarında bireysel turizm yatırımlarından bahsedilse de kitle turizmi yatırımlarına devam edilmiştir. Özellikle 1982 yılında çıkarılan 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu'ndan sonra turizme en uygun bölgeler olarak kabul edilen Akdeniz ve Ege kıyı bölgelerinde kitle turizmi yatırımları artırılmıştır (Şen ve Salman, 2018).

Türkiye'nin kitle turizm potansiyeli 1980 yılından sonra artmıştır. 1980 yılı sonrasında Türkiye'ye gelen turist sayısı 1999 yılı haricinde sürekli artış göstermiştir. Türkiye'nin çevresinde yer alan devletlerin aralarında savaşlar ve politik istikrarsızlıklar olmasına rağmen ülkemize gelen turist sayısının artması kitle turizmi haricinde gerçekleşmesi pek mümkün değildir. Deniz, kum ve güneş arayan turistlere yönelik yatak kapasitesindeki artış kitle turizmini olumlu yönde etkilemiştir. 2002 yılında ülkemize genel turistlerin toplamının %36'sı sadece Antalya'ya gelmiş ve Ege Bölgesine de %21'i gelmiştir. Antalya ve Ege Bölgeleri

%57'lik bir orayla ön plana çıkmışlardır. Turistlerin genel olarak %60'ı paket tatil satın almaktadırlar. Ülkemizi tekrar ziyaret eden turist oranı %25 ile %35 arasındadır. Türkiye'ye kültür turizmi için gelen turistlerin sayısı azdır. Bu doğrultuda Türkiye kitle turizmi kapsamında turistlerin tercih ettikleri destinasyonlara sahiptir. Türkiye'nin iç turizm taleplerini ve yurt dışı taleplerini kitle turizm etkilemektedir. Özellikle ülkemizde herşey dahil sistemler tercih edilmekte ve son dakika satışlar ile doluluk oranları artırılabilir. Avrupa ülkelerinde faaliyet gösteren Türk kökenli tur operatörleri ülkemize turistlerin gelmesi açısından önemli rol oynamaktadırlar (Azaltun, 2004).

Kısaca, deniz, kum ve güneş kitle turizmi 1980'li yıllara kadar popüler olmuştur. Türkiye'de kitle turizmi talebinde yaşanan sorunlar nedeniyle tüketiciler 1990'lı yıllarda alternatif turizm türleri aramaya başlamakla birlikte küreselleşmenin bir sonucu olarak alternatif turizm türleri ve ürünlerinin sayısı artmasına rağmen istenilen düzeyde olamamıştır. Türk turizm sektörünün itici gücü kıyı bölgelerindeki kitle turizmidir. Türk turizm sektörü, 1980'li yılların ikinci yarısında yapılan düzenlemeler sonucunda dünyada ekonomik ve niceliksel olarak önemli bir yere sahip olmuştur. Turizmi çeşitlendirme ve yıl boyu turist hareketliliğini teşvik etme çabaları 1990'lı yıllarda başlamış ancak bazı alternatif turizm türlerinde yaşanan gelişmelere rağmen turizm fırsat ve potansiyeli değerlendirilememiş olup, halen sezonluk turistik faaliyetlere yoğunlaşmaktadır. Bu noktada sektördeki bilinçli kurumsal yapının son yıllarda birçok sorunu çözdüğünü vurgulamak önemlidir. Türkiye gibi dünya turizm

sektöründe büyük paya sahip olan gelişmekte olan ülkeler, alternatif turizm türlerinin henüz gelişmediği kitle turizminin ekonomik ve sosyal avantajlarından yararlanmaya devam etmektedir (Ozcan ve Ozcan, 2020).

Dünya turizm pazarında yeterince büyük olmasa da Türkiye, rakip ülkelere göre önemli turizm istatistiklerine sahiptir. Birçok destinasyon her yıl milyonlarca turist tarafından ziyaret edilmektedir. Burada en önemli nokta Türkiye'ye gelen turistlerin tercih ettiği turizm türüdür. Türkiye'de kitle ve klasik turizm (deniz-kum-güneş) anlayışına dayalı turizm ürünlerinin tüketildiği bilinmektedir. Kitle turizminin uygulanması nedeniyle turizmin olumsuz ekonomik, sosyal ve çevresel etkileri gözlemlenmektedir. Sayıları her geçen yıl artan yatak kapasiteleri, turistlerin yoğun olarak geldikleri yaz ayları dışında atıl kalmakta ve bu bağlamda verimlilik zayıf kalmaktadır. Söz konusu kapasitenin düzenli ve verimli kullanılabilmesi için alternatif turizm ürünlerine yönelmek kaçınılmazdır. Bu sorunlarla mücadelenin en etkili çözümü turizmin sürdürülebilirliğinin sağlanması ve turistik ürünlerin çeşitlendirilmesidir. Deniz-kum- güneş ekseninde tercih edilen turizm ürünlerinin çeşitlendirilmesi gerekmektedir. Bu durum Türkiye'de sürdürülebilir turizm sektörü açısından kaçınılmazdır. Turist talebi kişiden kişiye değişmekte ve tek bir standart ürünle karşılanamamaktadır. Öte yandan gelişen ve değişen bu talepler, bu yeni talep ve beklentileri karşılayacak yeni ürünlerin geliştirilmesi için yeni fırsatların önünü açmaktadır. Bu noktada en çok tercih edilen turizm türlerinin (deniz-kum- güneş) farklılaştırılmasından kaçınılmalı ve farklı turizm ürünleri sunulmalıdır. Bu açıdan bakıldığında alternatif turizm bir zorunluluk olarak karşımıza çıkmaktadır (Karadağ, 2021).

Genel olarak turizmin pozitif etkilerinin gelişmiş ülkelerde görüldüğü, az gelişmiş ve yoksul ülkelerde ise daha çok, batıya yönelik kitle turizminin ortaya çıkarttığı negatif etkilerin görüldüğü düşünülmektedir. Özellikle son dönemlerde fordist üretimsel anlayış ile gerçekleştirilen kitle turizminin üretimi ve tüketimi, tarihi ve kültürel kaynaklara zarar verebilmekte ve turizmden elde edilen gelirlerin ülkede yıl boyunca yayılmasına engel teşkil etmektedir (Kozak, Evren ve Çakır, 2013). Gerçekten de kitlesel turizm, kısa sezon diliminde daha çok kıyı şeridi üzerinde yoğun turist akınının olması, yeme-içme, konaklama, gezi, eğlence ve para harcamaya dayalı politikalar kapasitenin aşmasına neden olmaktadır. Bununla birlikte tüketim ağırlıklı süreç turistler ile halk arasındaki olumlu ilişkilerin zedelenmesine, turistik şehrin betonlaşmasına, ekolojik çevrenin bozulmasına, görsel kirliliklerin oluşmasına kültürel bozulmalara ve yabancı tur operatörlerine daha bağımlı hale gelmeye neden olabilmektedir (Ovalı, 2007; Uçkun ve Türkay, 2003). Fakat tüm bu olumsuz durumlara

rağmen ne olursa olsun ekonomik açıdan büyüebilmek için turizme negatif etkileri göz ardı edilerek bağlanan ülkelerin olduğu görülmektedir (Bakır ve Çelik, 2020).

KAYNAKÇA

- Azaltun, M. (2004). Türkiye'de Kitle Turizmi Paneli. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 15(1), 82-88.
- Bakır, Z. N., & Çelik, H. C. (2020). Kitle ve Kültür Turizmi Bağlamında JollyTur ve EtsTur Seyahat Acentelerine Ait İnternet Reklamlarının İçerik Analizi. *Akdeniz İletişim Dergisi*(33), 318-337.
- Can, İ. I., & Emir, O. (2021). Beş Yıllık Kalkınma Planları Kapsamında Kitle Turizmine ve Alternatif Turizme Bakışın Değerlendirilmesi. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 125-155.
- Çalışkan, U., & Tütüncü, Ö. (2008). Turizmin Yerel Halk Üzerindeki Etkileri ve Kuşadası İlçesi Uygulaması. *IV. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi*. Belek, Antalya: İstanbul Teknik Üniversitesi/Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi.
- Dinç, H. (1996). Kitle Turizmine Dönüşük Politikaların Faturası ve Karşı Tepki: Alternatif Turizm Arayışları. *Sürdürülebilir Turizm: Turizm Planlamasına Ekolojik Yaklaşım* (s. 108- 117). içinde Alanya: MSÜ Şehir ve Bölge Planlama
- DPT. (1963). *First Development Plan*. Devlet Planlama Teşkilatı.
- Göktaş, L. S. (2016). *Şanlıurfa ve Konya İllerinin İnanç Turizmi Potansiyelleri ve Halkın İnanç Turizmine Bakışı Açısından İki İlin Karşılaştırılması*. Konya: Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği.
- Gülbahar, O. (2009). 1990'lerden Günümüze Türkiye'de Kitle Turizminin Gelişimi ve Alternatif Yönelimler. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14(1).
- Güriş, S., Akay, E. Ç., Zeytinoğlu, F. Ç., Saçıldı, İ. S., & Sadıç, C. (2016). The Perceptual Maps of the Regions in Turkey Where Mass Tourism is Implemented in Terms of Sustainable Tourism. *IISTE*, 6(6), 104-111.
- Karadağ, L. (2021). Alternative Types of Tourism that Can Be Applied for Sustainable Tourism in Turkey. *Tourism in Turkey*. içinde Apple Academic Press.
- Khatun, A., Sukrana, B., & Jui, F. I. (2023). The Role and Impact of Mass Tourism: A Study on the Mass Tourist Spots at Dhaka, Sylhet and Cox's Bazar, Bangladesh. *Quest Journals Journal of Research in Environmental and Earth Sciences*, 9(1), 83-90.

- Kozak, M., Evren, S., & Çakır, O. (2013). Tarihsel Süreç İçinde Turizm Paradigması. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 24(1), 7-22.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2024). *Turizm Gelirleri ve Giderleri, Turizm-geliri-2019-2023*. <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-201116/turizm-gelirleri-ve-giderleri.html> adresinden alındı
- Ovalı, P. (2007). Kitle Turizmi ve Ekolojik Turizmin Kavram, Mimari ve Çevresel Etkiler Bakımından Karşılaştırılması. *Yıldız Teknik Üniversitesi Mimarlık Fakültesi E-Dergisi*(2), 64-79.
- Ozcan, C. C., & Ozcan, G. (2020). Economic and Social Impact of Mass Tourism Developments in Turkey: A Theoretical Assesment. *Journal of Travel and Tourism Research*(17), 1-26.
- Poon, A. (1993). *Tourism, Technology and Competitive Strategies*. Oxon: CABI.
- Sayedā, T. (2017). The Effects of Mass Tourism: an Evaluative Study on Cox's Bazar, Bangladesh. *IOSR Journal Of Humanities And Social Science*, 22(5), 31-36.
- Švajdová, L. (2019). Modern Marketing Communication in Tourism. *Journal of International Business Research and Marketing*, 4(2), 20-23.
- Şen, Ş., & Salman, Y. (2018). The Impact of Tourism on the Cultural Environment in Turkey: The Case of Antalya. *The Academic Research Community Publication*, 2(2).
- Tanlı, G. (2012). How To Achieve Sustainable Tourism In Turkey? *Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*(6), 19-36.
- Uçkun, G., & Türkay, O. (2003). Alternatif Turizm Sürdürülebilirliği. *Ankara Üniversitesi Çankırı Meslek Yüksek Okulu Konferans Bildirileri*. Ankara.
- Vainikka, V. (2013). Rethinking Mass Tourism. *Tourist Studies*, 13(3), 268–286.
- Yaşar, İ. (2021). Türkiye'ye Gelen Yabancı Turistlerin Tatil Tercihleri ve Satın Alma Davranışları Üzerine Bir Değerlendirme. *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 4(3), 252-272.
- Yılancı, V., & Eris, Z. (2012). Are Tourism Markets of Turkey Converging or Not? A Fourier Stationary Analysis. *Anatolia- International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 23(2), 207-216.

3. ALTERNATİF TURİZMİN DÜNÜ BUGÜNÜ

GİRİŞ

Turizmin dünya çapında hızla büyümeyle kalmayıp, aynı zamanda destinasyondaki olumsuz etkilerinden endişe duyanların çoğunun bu sorunlardan büyük ölçüde kitlesel turizm biçimlerinin sorumlu olduğunu varsaydığı açıktır (Cooper ve Özdil, 1992). Alternatif turizm türlerine olan ilginin artması, özellikle gelişmekte olan ülkelerde kitle turizmiyle ilişkili sömürüye yapılan vurguya bir yanıt olarak algılanmaktadır. Farklı bir tatil deneyimi arayışı yeni bir olgu değildir. Kitle turizminin önemli ve kırılğan doğal çevreler üzerindeki olumsuz etkileri, turizmin daha duyarlı ve olumsuz etkilerin en aza indirilmesinin amaçlandığı, çevresel, sosyal, kültürel ve ekonomik maliyetleri azaltma ve faydaları en üst düzeye çıkarma doğrultusunda yeni bir turizm şeklinin ortaya çıkmasına yol açmıştır (Kilipiris ve Zardava, 2012).

Alternatif turizm, insani ve doğal çevrenin korunmasına ve geleneksel (kitlesel) turist gelişim kalıplarından kaynaklanan olumsuz etkilerin hafifletilmesine odaklanmaktadır. Sonsuz bir süre boyunca varlığını sürdürebilecek ve içinde bulunduğu çevreyi (insani ve fiziksel), diğer faaliyet ve süreçlerin başarılı bir şekilde gelişmesini ve refahını engelleyecek derecede bozmayacak veya değiştirmeyecek şekilde ve ölçekte gerçekleştirilebn turizm biçimi olarak görülmektedir (Butler, 1993). Günümüzde alternatif turist gelişim yollarının açılmasında hayati önem taşıyan doğal ve kültürel kaynakların etkin yönetimi, dünyanın birçok ülkesinde politika geliştirmede hayati öneme sahip olarak değerlendirilmektedir (Panagiotopoulou ve Stratigea, 2014).

Alternatif turizm kırsal, tarımsal (çiftlik), Eno (şarap), mutfak, spa, macera, arkeolojik, dini (manastır), mağaracılık, dağ, kayak, bisiklet, konferans ve mağara turizmi, tarihi ve kültürel miras, doğal öneme sahip yerleri ziyaret, yabancı kültür ve mezarlık kalıntıları, etnografya müzeleri, yerel el sanatları sergileri, geleneksel müzik festivallerini ziyaret etmek, vintage çaylar, meyveler vb. gibi turizm türlerini içermektedir (Peshevski ve Peshevski, 2016).

3.1. Alternatif Turizm

Turizm, eğlenme ve seyahatten keyif alma ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik modern insan yaşamının bir trendi haline gelmiştir. Ancak turizm ekonomi, sanat ve kültür gibi birçok başka faaliyete de yol açan bir faaliyet olarak görülmektedir (Afridho, 2018). Turizm, turistler için yeni yaşam tarzlarının şekillenmesinde çeşitli değişim süreçlerinden

geçmektedir. Çünkü her

turizm faaliyeti hızla artmakta, günümüz toplum kalkınması için bir trend haline getirilerek küresel anlamda çeşitli etkiler üretmektedir (Sukirno ve İrfan, 2019: 180). Kitle turizmi, 20. yüzyılın başlarında iletişim ve ulaşımda teknolojinin gelişmesiyle birlikte gelişmiştir. Çoğu insan boş zamanın avantajlarından yararlanmaya başlamış ve bu zamanı tatillerle doldurmuşlardır. Kitle turizminin ortaya çıkışı, 5 Temmuz 1841'de ilk Tur Paketini düzenleyen Thomas Cook tarafından başlatılmış ve ardından başka bir tur operasyonları gerçekleştirilmiştir. Böylece Thomas Cook dünyada tur paketleri düzenleyen ilk tur operatörü olmuştur. Kitle turizminin hızlı gelişimi, çeşitli faydalar sağlamakla birlikte turistik destinasyonları olumsuz yönde etkilemektedir. Bu olumsuz etkileri azaltmak için kitle turizminin olumsuz etkilerini en aza indirecek alternatif turizm ortaya çıkmıştır (Hermawan vd., 2021).

Alternatif turizm “biçimi”, en çok istenmeyen turizm türü olan “kitle turizmi”, “geleneksel turizm” veya “ticari turizme” alternatif bir çözüm olarak ortaya çıkmıştır. Çok sayıda ziyaretçiye, beceriksiz ve düzensiz gelişmeye, çevresel yıkıma, sosyal yabancılaşmaya ve homojenleşmeye alternatif olarak ortaya çıkmıştır. “Kitlesele turistler”, kendi seyahat düzenlemelerini yapmak zorunda olmamanın, büyük miktarda para veya zaman harcamak zorunda kalmamanın, turistik destinasyonda mal satın almak ve hizmetlerden yararlanmak için yabancı dil öğrenmek zorunda kalmamanın rahatlığından yararlanmaktadırlar. Bu tür turistler gerçek otantik yerel kültürel temastan vazgeçmeye hazırdırlar ve Üçüncü Dünya veya Eski Dünya onlara bu faydaları sağlıyor gibi görünmektedir (Butler, 1992). Sonunda, zorlu kitle turizminin üstesinden gelmek için 1970'ler ile 1980'lerin başı arasında gelişmekte olan ülkelerde "yeni" turizm biçimleri ortaya çıkmıştır. Bu turizm türleri, planlama ve kalkınmanın ön saflarında doğal ve kültürel kaynaklara öncelik veren daha duyarlı bir yaklaşıma hizmet etmektedir (Triarchi ve Karamanis, 2017).

“Alternatif turizm” terimi, düzenlenmemiş turizm gelişiminin istenmeyen yüksek ekonomik, çevresel ve sosyokültürel maliyetlere yol açacağı ideolojisinden doğmuştur. Kitle turizminin ve geleneksel turizm gelişiminin etkisinin farkına varılmasıyla birlikte birçok destinasyon ve yazar, turizm gelişiminin ölçeği ve hızı konusunda dikkatli olunması gerektiğini savunmuştur. Bu nedenle alternatif turizm, sürdürülebilirlik ideallerinin tanınması ve benimsenmesinin erken bir biçimi olarak kabul edilmektedir (Weaver, 2006). Kavram genellikle çevreye geleneksel kitle turizminden daha uygun olduğu düşünülen ürün ve faaliyetleri tanımlamak için kullanılmaktadır (Oriade ve Evans, 2011).

Albayrak (2013) alternatif turizmi; günümüze kadar yapılan turizm hareketlerinin ve turizm faaliyetlerinin olumsuz etkilerini ortadan kaldırmak, turizme kaynak oluşturacak yeni ürünler üretmek, diğer yandan kıyı turizmine alternatif olarak geliştirilen turistik faaliyetler olarak tanımlanmaktadır. Bu da ülkelerin turizmle ilgili kaynaklarını en üst düzeyde kullanarak gelirlerini en üst düzeye çıkarmalarına olanak tanımaktadır. Nitekim literatür incelendiğinde alternatif turizmin günümüzde kitle turizminin yarattığı sorunların çözümünde ve sürdürülebilir turizm iklimlerinin oluşturulmasında önemli bir role sahip olduğunu söylemek mümkündür. Günümüzde ülkeler kitle turizmine alternatif oluşturacak turistik arz kaynaklarını belirlemeye ve mevcut turistik potansiyellerini geliştirmeye yönelik adımlar atmaya başlamışlardır. Tüm bu çabalar sonucunda ve turistik talebin de etkisiyle artık pek çok farklı alternatif turizm türünden bahsetmek mümkün hale gelmiştir (Yildiz, 2021).

Kitle turizminin neden olduğu olumsuz etkiler ve geleneksel turistik faaliyetlerle bağlantılı eşitsizlikler, kökeni aynı zamanda insanın kendi kökenleriyle yeniden bağlantı kurma, doğal ortamlardan yararlanma isteği, çevre bilinci ve kültürel kültürün uyanışıyla da yakından ilişkili olan yeni turizm türlerinin ortaya çıkmasını güçlü bir şekilde etkilemiştir. Sonuç olarak alternatif turizm, ziyaret edilen yerin doğal, kültürel ve tarihi mirasına saygılı, doğayla ve kültürel ifadelerle temas halinde olan rekreasyonel faaliyetlere katılımı teşvik ettiği için bu yeni perspektifte görünürlük kazanmaktadır. Daha sorumlu turizm seçenekleri arayışında alternatif turizm, yerel kalkınmayı olumlu yönde etkileyen bir faaliyet olarak teşvik edilmektedir (Pérez, González ve León, 2020). Alternatif turizm, yerel insan topluluklarını, çevrelerini ve doğal kaynakları dikkate alarak tüm paydaşların uzun vadeli ilgisini ve olgunun kalitesini içermektedir (Christou ve Cyprus, 2012). Theng, Qiong ve Tatar (2015) alternatif turizm diğerlerinin yanı sıra doğa turizmi, ekoturizm, kırsal turizm, toplum temelli turizm, agroturizm, gönüllü turizm, sorumlu turizm, jeoturizm, macera turizmi, yumuşak turizm, sürdürülebilir turizm, küçük ölçekli turizm, yeşil turizm, entegre turizm, kültür turizmi ve yaratıcı turizm gibi kategorilere ayrılabilir (Medeiros vd., 2021).

Alternatif turizm, ev sahibi toplulukların ihtiyaçlarına duyarlı olduğu iddia edilen yaklaşımı nedeniyle sürdürülebilir kalkınma söyleminde giderek artan bir popülerlik kazanmıştır (Higgins-Desbiolles, 2008; Singh, 2002; Weaver, 2006). Alternatif turizm deneyimleri genellikle eğitim turlarını, gönüllü seyahatleri, çiftlik konaklamalarını, ekoturizmi ve küçük ölçekli, yerel olarak sahip olunan ve kontrol edilen operasyonlarla karakterize edilen diğer turizm türlerini içermektedir (Oriade ve Evans, 2011; Weaver, 2006). Alternatif turizm,

olumsuz çevresel ve sosyo-kültürel etkiler yaratmasının yanı sıra, aynı zamanda küçük girişimciler, bölge sakinleri ve çeşitli yerel paydaşlar için daha fazla katılımcı fırsatlar sağlamayı ve zenginliği yerel paydaşlara yaymayı amaçladığından önemli olarak görülmektedir (Scheyvens, 2012; Singh, 2002). Dolayısıyla alternatif turizm, daha küçük ölçekli ve daha hassas operasyonların yerel aşığıdan yukarıya kalkınmayı sağlamak için etkili bir şekilde kullanılabileceği bir sürdürülebilir turizm biçimi olarak düşünülmektedir (Prince ve Ioannides, 2017).

Cox (1985) alternatif turizmi ana akım turizmden ayıran özellikler bulunmaktadır. Bu kriterleri kullanarak alternatif turizm, ekonomik, sosyal ve kültürel hususları içerecek şekilde yeşil turizmi simgeleyen fiziksel çevreye duyulan ilginin ötesine geçmektedir. Çevrenin fiziksel, çevresel ve kültürel boyutları bütünleşik olarak ele alınırsa ve turizm daha önce gösterilen özelliklerle geliştirilirse, alternatif turizm sürdürülebilir turizm gelişimi kavramıyla eş anlamlı olarak değerlendirilebilir (Meler ve Ham, 2012);

- 1) Yüksek yerel sahiplik oranlarına sahip küçük ölçekli kalkınma,
- 2) Olumsuz çevresel ve sosyal etkilerin en aza indirilmesi,
- 3) Tarım gibi yerel ekonominin diğer sektörleriyle olan bağlantıların maksimum düzeye çıkarılması ve ithalata olan bağımlılığın azaltılması,
- 4) Turizmden elde edilen ekonomik harcamaların çoğunluğunun yerel halk tarafından tutulması,
- 5) Yerelleştirilmiş güç paylaşımı ve insanların karar alma sürecine katılımı,
- 6) Dış etkilerden ziyade yerel halk tarafından yönlendirilen ve kontrol edilen kalkınma hızı.

Kitle turizmi ile alternatif turizme arasındaki temel fark çevre üzerindeki etkidir. Kitle turizmi ile çok sayıda insan elde edilebilmekte ve çok sayıda insanla da çok miktarda çöp ve yıkım oluşabilmektedir. Alternatif turizm, kitle turizminin günümüze kadar gelen gelişiminin olumsuz etkisini en aza indiren turizmdir. Kitle turizminin veya büyük ölçekli turizmin olumsuz etkisi, kültürün özgünlüğü ve sürdürülebilirliğinden daha fazla ticarileştirildiği kültürel sürdürülebilirliğe yönelik bir tehdittir. Ayrıca zararlı olabilecek olumsuz etkileri arasında, doğal kaynakların yoğun şekilde sömürüldüğü doğal kaynakların yok olması yer almaktadır. Alternatif turizm, küçük ölçekli bir kalkınmayı ima eden bir düşünceye sahip olan veya aynı

zamanda turistlere hizmet veren, tüm etkinliklerinin toplumu kapsadığı bir turizm faaliyetidir. Bu alternatif turizmin gelişimi kitle turizminin olumsuz etkilerinin ortaya çıkmasına bir tepkidir. Böylece, bu alternatif turizmin varlığı, turizm gelişiminin olumsuz etkilerini en aza indirmek için hem kültürel, ekonomik hem de eğitimsel açıdan yerel toplum üzerinde daha olumlu etkiye sahip olma eğilimindedir. Ayrıca alternatif turizm, turistik destinasyona gelen turistlere eğitici bir değer de sağlamaktadır (Pratiwi ve Pribadi, 2019).

3.2. Alternatif Turizmin Faydaları

Alternatif Turizm, kutuplaşmaya karşı çıkan bir kavramdır ve bu nedenle kitle turizminin daha insani ve doğal bir alternatifidir (Weaver ve Lawton, 2002). Alternatif Turizm sınırlı ölçekli, düşük etkili, toplum temelli faaliyetleri teşvik etmektedir. Ev sahipleri ile turistlerin yanı sıra çevre arasındaki temas ve anlayışa vurgu yapmaktadır. Alternatif turizm türleri arasında, turizmi insani bir bakış açısıyla geliştirmeye çalışan, çevreye ve ekolojisine önem veren bir güç olarak değerlendirilebilecek Sürdürülebilir Turizm yer almaktadır (Leong, 2008). Alternatif turizmin nihai amacı, tüm insanlar için daha iyi bir yaşam kalitesi, ekonomik sürdürülebilirlik ve yapısal şiddetin azaltılmasıdır. Adalet turizmi ve uzlaşma turizmi, alternatif turizmin olumlu barış getirme potansiyeli taşıyan unsurlarıdır (Blanchard, 2005). Higgins (2008) alternatif turizm, kitle turizmini reddederek toplumların daha büyük bir alternatif küreselleşme hareketinin parçası olmalarına yardımcı olmaya çalışmaktadır (Jidda, 2023).

Dünya çapında turizmle ilgili faaliyetler gün geçtikçe değişik alanlara doğru kaymaktadır ve özellikle alternatif turizm başta olmak üzere yeni yerlere ve mekanlara turistlerin ilgileri artmaktadır. Bu doğrultuda turistler tarafından yeni bölgeler daha çok tercih edilmekte ve yeni turizm hizmet ve ürünlerine olan talep artmaktadır (Kılıç ve Kurnaz, 2010). Gün geçtikçe daha yaygın bir hale gelen alternatif turizmin birçok faydası bulunmaktadır (Çelik, 2018);

- Alternatif turizm, kitlesel turizm ile turistlerin kıyı bölgelerine sağlıksız ve dengesiz bir biçimde yığılmaları önlenmektedir.
- Alternatif turizmi tercih eden turist profili daha çok eğitilmiş, sosyal, daha bağımsız, meraklı, inceleme ve araştırma ruhuna sahip, gittikleri yerlerde daha çok zaman ve para harcayan, kültürel, doğal ve tarihi miraslara saygı gösteren ve onları koruyan, toplu gezileri benimseyen ve yerel halka yakın olan kişilerdir (Uygur ve Baykan, 2007).

- Alternatif turizm faaliyetlerinde kültürel geziler ön plana çıkmaktadır. Olağan üstü durumlar haricinde bu turlardan vazgeçilmemektedir.
- Alternatif turizm, öğrenmeyi, kültürel ve sosyal aktivitelere yönelik daha farklı etkinliklere katılmayı amaçlayan geleneksel turizme göre daha istikrarlı sahip olan bir yapıdadır.
- Alternatif turizm, küresel sermaye dalgalanmalarından ve negatif sosyal ortamlardan daha az etkilenmektedir.
- Alternatif turizm, doğal, yerel ve kültürel mirası koruyarak turizmin daha geniş alanlara yayılmasına yardımcı olmaktadır. Bu sayede daha geniş kitleler ekonomik, sosyal ve kültürel açıdan daha zenginleşebilmektedir.
- Alternatif turizm faaliyetleri yeni iş olanakları yaratarak hem ülke turizmine katkı sağlamakta hem de turizmde çalışan kişilerin sadece mevsimlik değil aynı zamanda sürekli çalışabilmelerine neden olabilmektedir.
- Alternatif turizm faaliyetlerine yönelik arz ve talep dengesinin oluşması sağlanabilmektedir. Sürekli bir şekilde kullanılan turizm kaynaklarının yok olmalarını önleyerek turizmin dengesini korumakta ve kaynakların ömrünü uzatmaktadır.
- Alternatif turizm, ülkeleri tüm yönleri ile tanıtabilmekte, turistlerle yerel halkın kaynaşmasını sağlamaktadır.
- Alternatif turizm faaliyetlerinde turistler, çevreye, doğaya, kültürel ve tarihi mirasa yönelik daha duyarlı davranmaktadırlar.
- Alternatif turizm ile ülkelerin ortak miraslarının korunması ve öğrenilmesine yönelik eğilim ve istekler daha çoktur.
- Alternatif turizmi tercih eden turistler, daha yüksek satın alma gücüne sahip kişilerdir ve gittikleri bölgelere katma değer sağlamaktadırlar.
- Alternatif turizm faaliyetleri, sürdürülebilirlik politika ve ilkeleriyle geliştirildiği zaman turizm değerlerinin globalleşme karşısında yo olmasının önüne geçilebilmektedir.

3.3. Alternatif Turizm Türleri

En çok tercih edilen alternatif turizm türleri arasında ekoturizm, sürdürülebilir turizm, toplum temelli turizm, gönüllü turizm, adalet turizmi, akarsu turizmi, dağcılık ve kış turizmi,

av turizmi ,foto safari turizmi, spor turizmi, sağlık ve termal turizm, golf turizmi, botanik turizmi, çiftlik turizmi, inanç turizmi, kongre turizmi, kuş gözlemciliği turizmi, mağara turizmi, yat turizmi, yayla turizmi, kültür turizmi yer almaktadır.

3.3.1. Ekoturizm

Eko turizm terimi, 1980'lerin sonlarında dünyanın sürdürülebilir uygulamalara ve küresel ekolojik uygulamalara yönelik farkındalığı ve tepkisinin doğrudan bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Tatil faaliyetlerinin doğaya dayalı unsuru ve turizmin çevre üzerindeki 'antagonistik' etkilerini (çevresel kaynakların sınırsız tüketimi anlamına gelen) en aza indirmeye yönelik farkındalığın artması, ekoturizm tatillerine olan talebin artmasına katkıda bulunmuştur. Genel anlamda ekoturizmin faaliyet gösterdiği zeminler, alternatif turizm biçimleri veya özel ilgi amaçlı seyahatler ve bu kesimlerden üretilen turizm ürünleri ile ilişkilidir (Diamantis, 1999).

Ekoturizm, turizm endüstrisinin bir alt kümesidir. Çevreye ve yerel kültürlere karşı sorumlu bir katılımı ifade etmektedir. Ekoturizm, doğa yürüyüşü, dalış, yaban hayatı izleme ve kültür turizmini içermekle birlikte bunlarla sınırlı değildir. Genellikle ekosisteme, biyolojik çeşitlilik eğitime veya sürdürülebilirliğe önem verilmektedir. Geçmişten günümüze ekoturizm, küresel turizmin en hızlı büyüyen sektörlerinden biri olmuştur. Ekoturizm, önemli bir koruma aracı ve insanların çevre üzerinde olumlu bir etkiye sahip olmalarının bir yolu olarak yaygın bir şekilde tanıtılmaktadır. Ekoturizm, kültürel ve biyolojik çeşitlilik konusunda halk eğitimini geliştirme, vahşi yaşam alanlarını koruma ve ev sahibi ülkeler için ekonomik koşulları iyileştirme potansiyeline sahiptir (Mckinney, 2016).

Ekoturizm, ekolojii ve ekosistemleri keşfederek ve çevreye yönelik deneyimler sunarak çevre bilincini artırmaya çalışmaktadır. Ekolojide aktif olarak yer almak ve ekosistemlerin nasıl çalıştığına dair ilk elden izlenimler edinmek, insanların düşünme biçimlerini etkilemekte ve bu da sonuçta koruma ve koruma bilincini artırmaktadır. Patterson'a (2002) göre bir ekoturizm işletmelerinin özellikleri şunlardır (Kiper, 2013):

- Korunan alanın doğal kaynakları ve rekreasyon teknikleri üzerinde düşük etkiye sahiptir.
- Planlama, geliştirme, uygulama ve izleme aşamalarına paydaşları (bireyler, topluluklar, eko turistler, tur operatörleri ve devlet kurumları) dahil edilmektedir.
- Grup boyutu sınırlandırılmakta veya bir sezonda bir alana götürülen grup sayısına göre alanlara ziyaret sınırlandırılmaktadır.

- Doğanın üzerinde bulunduğu doğal alanı koruyan koruma gruplarının çalışmalarını desteklemektedir.
- Deneyime dayalıdır.
- Müşteriler ziyaret edilecek bölgeye yönlendirilmektedir.
- Mümkün olduğunda yerel insanlar işe alınmakta ve malzemeler yerel olarak satın alınmaktadır.
- Doğanın turist deneyiminin merkezi bir unsuru olduğunu kabul edilmektedir.
- Bilimsel veya doğa tarihinin yorumlanması konusunda eğitilmiş rehberler kullanılmaktadır.
- Yabani hayvanların zarar görmemesi sağlanmaktadır.
- Yerel halkın mahremiyetine ve kültürüne saygı duyulmaktadır.

3.3.2. Sürdürülebilir Turizm

Bugün dünyada turizmin gelişimi, kültürel mirasın ve doğal çevrenin korunmasının sürdürülebilir yönleriyle ilgilidir. Birçok destinasyon turizm nedeniyle sosyal-kültürel etkileri ve çevreye olan etkiyi en aza indirmeye başlamıştır. Günümüzde turizm gelişimi artık kitlesel turizm gelişimine uyum sağlama eğiliminde değildir ve daha çok özel ilgi turizmi gelişimi şeklinde veya alternatif bir turizm gelişimi olarak ön plana çıkmaktadır. Bu turizmin gelişme aşaması daha çok doğal ve kültürel çevrenin taşıma kapasitesinin yanı sıra yerel toplulukların refahına duyulan ilgiyi de teşvik etmektedir (Amerta, Sara ve Bagiada, 2018).

Sürdürülebilir turizm, "mevcut ve gelecekteki ekonomik, sosyal ve çevresel etkilerini tam olarak dikkate alan, ziyaretçilerin, sektörün, çevrenin ve ev sahibi toplumların ihtiyaçlarını karşılayan turizm" olarak tanımlanabilir. Sürdürülebilir turizm geliştirme kılavuzları ve yönetim uygulamaları, kitle turizmi ve çeşitli niş turizm segmentleri de dahil olmak üzere her türlü destinasyondaki tüm turizm türleri için geçerlidir. Sürdürülebilirlik ilkeleri, turizm gelişiminin çevresel, ekonomik, sosyal ve kültürel yönlerine atıfta bulunmakta ve uzun vadeli sürdürülebilirliğini garanti altına almak için bu üç boyut arasında uygun bir denge sağlamaya çalışmaktadır (UNEP-WTO, 2005). Dolayısıyla, sürdürülebilir turizm şunları yapmalıdır (Sugiri ve Mahyuni, 2019):

- 1) Turizm gelişiminde kilit bir unsur teşkil eden çevresel kaynakların en iyi şekilde kullanılması, temel ekolojik süreçlerin sürdürülmesi ve doğal miras ile biyolojik çeşitliliğin korunmasına yardımcı olunması gerekmektedir.

- 2) Ev sahibi toplumların sosyal ve kültürel özgünlüğüne saygı göstermeli, binalarını, yaşayan kültürel miraslarını ve geleneksel değerlerini korumalı ve kültürler arası anlayış ve hoşgörüye katkıda bulunmalıdır.
- 3) İstikrarlı istihdam ve gelir getirici fırsatlar ve ev sahibi topluluklara sosyal hizmetler de dahil olmak üzere tüm paydaşlara adil bir şekilde dağıtılan sosyal ve ekonomik faydalar sağlayan ve yoksulluğun azaltılmasına katkıda bulunan uygulanabilir, uzun vadeli ekonomik faaliyetler gerçekleştirilmelidir.

3.3.3. Toplum Temelli Turizm

Toplum temelli turizmin izleri, öncelikle kitle turizmine alternatif bir yaklaşım olarak görüldüğü 1970'lere kadar gitmektedir (Telfer, 2009). Stone ve Stone (2011), toplum temelli turizmi sürdürülebilir bir kavram olarak açıklamıştır. Çünkü toplum temelli turizm sürekli yerel kalkınmayı sağlayabilecek aktif toplum katılımını teşvik etmektedir. Dodds, Ali ve Galaski (2018) toplum temelli turizmin birincil amacını, turizm kaynağının yerel halkın aktif katılımıyla yönetildiği sürdürülebilir toplumsal kalkınma olarak ifade etmektedir. Birçok çalışmada toplum temelli turizmin, diğer turizm türleriyle benzerlikler gösteren sürdürülebilir turizmin bir parçası olarak görülmektedir (Habiba ve Lina, 2023).

Toplum temelli turizm, "topluluk tarafından topluluk için planlanan, geliştirilen, sahiplenilen ve yönetilen, kolektif karar alma, sorumluluk, erişim, sahiplik ve faydalar tarafından yönlendirilen turizm" olarak tanımlanmaktadır (Tasci, Semrad ve Yılmaz, 2013, s. 9). Asker vd. (2010) toplum turizm gelişiminin ana faydalanıcılarıdır. Toplum turizm faaliyetlerinin ortak üreticisidir ve toplum yaşadıkları destinasyonun turizm gelişiminin planlayıcısı ve denetleyicisidir (Vo, 2020).

Toplum temelli turizm, "finansman, geliştirme, yönetim ve sahiplik konularında toplum katılımını teşvik eden bir turizm türü" olarak tanımlanmaktadır (Beeh, 2017:49). Briones, Yusay ve Valdez, (2017) ise toplumun toplum temelli turizmin ana aktörü ve odağı olduğunu, zira "işgücü deposu olarak rol oynayabileceklerini" belirtmektedir. Ayrıca, turizmle ilgili her türlü projede öncelikle topluma danışılması ve bu projelerin etkilerinden doğrudan etkilenecek ilk taraflar olacakları için bu projelerin kabul edilmesi gerektiği de unutulmamalıdır." Amerta (2017) toplum temelli turizm aşağıdaki özellikleri ve sınırlamaları içermektedir (Giampiccoli ve Saayman, 2018);

1. Yerel topluluklara turizmin yönetimini ve gelişimini kontrol etme ve aktif olarak dahil olma fırsatı sağlayan turizm yönetim biçimidir.
2. Turizm işletmelerinde doğrudan yer almayan kişilerin de mevcut turizmden faydalanabilmeleri için fırsatlar sağlayabilecek turizm yönetim biçimidir.
3. Bu turizm biçimi, destinasyonlardaki dezavantajlı toplulukların sistematik olarak güçlendirilmesini ve faydaların demokratik ve adil bir şekilde dağıtılmasını gerektirmektedir.

3.3.4. Gönüllü Turizm

Turistler paket gezilere ve tatil köylerine isyan ederek daha otantik bir deneyim yaşamak istemekte ve bunun için para ödemeye hazırdırlar. Ahlaki açıdan daha bilinçli olabilecek farklı bir seyahat deneyimi istemekle birlikte, bu tür deneyimlerin aracısı olarak hareket eden kuruluşlar için ekonomik kazanç fırsatları sunmaktadırlar (Tomazos ve Cooper, 2012). Gönüllü turizm; staj, eğitim turu, uluslararası boşluk yılı, öğrenci değişim programları, hayır işleri, hizmet öğrenimi programları ve kariyer molası için seyahat gibi çeşitli şekillerde gerçekleşmektedir. Otoo (2014) gönüllü turizmin aldığı biçimler ne olursa olsun, motivasyonlar seyahat için çok önemlidir (Abreu ve Ferreira, 2021).

Gönüllü turizmin merkezinde, turizm girişimlerinin ev sahibi destinasyonlardaki yerel halk üzerinde olumlu etkiler yaratabileceği ve yaratması gerektiği fikri yer almaktadır. Kitle turizmi, bağımlılıkları pekiştirirken, gelişmekte olan ülkelerde turizmi geliştirmenin vaat edilen faydalarını sağlayamaması nedeniyle sıklıkla eleştirilmektedir. Kitle turizmine yönelik eleştirilere yanıt olarak pek çok kişi, endüstriyi hastalıklarından arındırmak için turizmi yürütmenin yeni yollarını geliştirmeye çalışmıştır. Bu yollardan bazıları alternatif turizm (Weaver 1991) ve sürdürülebilir turizmdir (Butler 1990, 1991; Cohen 1987; Pearce 1987). Gönüllü turizmi, yerel toplum ve ekolojik çevre için daha iyi huylu veya faydalı bir seyahat biçimi geliştirme girişimlerinin yapıldığı bu tür paradigmalarda içinde yer almaktadır. Wearing (2001;2003), gönüllü turizmini alternatif turizm ve ekoturizm alanı içinde konumlandırmakta ve gönüllü turizminin değişim, özellikle de "değer değişimi ve bilinç değişimi" yaratma potansiyeline sahip olduğunu öne sürmektedir (Sin, 2009).

Gönüllü turizm terimi, "...çeşitli nedenlerle, toplumdaki bazı grupların maddi yoksulluklarının hafifletilmesi ya da yardım edilmesi, belirli çevrelerin restorasyonu ya da toplumun veya çevrenin bazı yönlerinin araştırılmasını içerebilecek tatilleri üstlenmek için

organize bir şekilde gönüllü olan bireyler" için geçerlidir (Wearing, 2001:1). Gönüllü turizmin tek ve kesin bir tanımı olmamakla birlikte, çoğu turizm türü gibi esnektir. Gönüllü turizm, kitle turizmi dışında, benzersiz deneyimler arayışının bir sonucudur (Wearing, Benson ve McGehee, 2016). Gönüllü turistlerin ayırt edici özelliği, boş zamanlarını ve harcayabilir gelirlerini seyahat etmek ve değerli amaçlara ve ihtiyaç sahibi insanlara yardım etmek için kullanmaktadırlar (Tomazos, 2020).

3.3.5. Adalet Turizmi

Adaletle ilgili kaygılar, iyi bir yaşamı ve adil bir toplumu neyin yarattığına dair düşüncelerin bin yıldır üzerinde düşünüldüğü felsefe alanından ortaya çıkmaktadır. İnsanlar, birlikte iyi yaşamının yollarını yaratması gereken sosyal varlıklar olduğundan, bu konular hayati önem taşımaktadır. Çağdaş bir bakış açısıyla bakıldığında, turizm, iyi bir yaşam ve adil bir toplumu neyin oluşturduğu hakkında felsefi olarak düşünmeye yardımcı bir girişim gibi görünmemektedir. Çünkü günümüzde turizm, bireysel, tüketimci, hazzı ve ticari bir arayış olarak sınıflandırılmaktadır. Ancak filozof Alain de Botton'un (2003) eserinin popülaritesi, turizm ve seyahatin gerçekten de felsefi düşünmeye değer olduğunu ve anlamlı bir yaşam sürmede rol oynadığını göstermiştir (Higgins-Desbiolles, 2018).

Sosyal adalet kavramı, küresel turizmin değerlendirilmesinde etik ve alternatif turizm biçimleri arayışını yansıtarak ön plana çıkmıştır (Lanfant ve Graburn, 1992). Sosyal adalet dağıtım adaleti, prosedür adaleti, tanınma adaleti ve onarıcı adaleti içermektedir. Dağıtıcı adalet, yoksulluğu, eşitsizliği ve dezavantajları azaltmayı amaçlayarak, turizm faydalarının ve yüklerinin paydaşlar arasında adil bir şekilde dağıtılmasına odaklanmaktadır. Turizm gelişiminde ekonomik ve sosyal eşitliği vurgulayarak yerel paydaşların kabulüne katkıda bulunmaktadır (Jamal ve Camargo, 2014). Prosedürel adalet, yerel toplulukların ve paydaşların katılımına ve güçlendirilmesine odaklanarak karar alma süreçlerinin adillliğini ve şeffaflığını vurgulayarak insan haklarına ve kültürel çeşitliliğe saygılı adil bir süreç sağlamaktadır (Higgins-Desbiolles ve Bigby, 2021). Usul adaleti, ilgili tüm tarafları dahil ederek daha kapsayıcı ve demokratik bir karar alma çerçevesi oluşturmayı amaçlamaktadır. Turizm faaliyetlerinde tanınma adaleti, paydaşlar arasındaki ilişkilerin ve etkileşimlerin kalitesini vurgulayarak karşılıklı saygıyı, güveni, empatiyi ve kültürel kimlik, miras ve değerlerin tanınmasını ve korunmasını vurgulamaktadır. Turizmde yeni bir kavramsallaştırma olan onarıcı adalet, haysiyet ve saygıya özellikle vurgu yaparak, adaletsizliğin etkilerini eski haline getirerek ve onararak zararı gidermeyi ve adaleti ve adaleti teşvik etmeyi amaçlamaktadır (Rastegar,

2022). Bu kavramsallaştırmaları bir araya getiren adil turizm, Rastegar ve Ruhanen'e (2022) göre, "potansiyel etkileri azaltacak politikalarla, karar almada daha fazla temsil edilebilirliğe katkıda bulunarak, bireylerin değerlerini ve dünya görüşlerini tanıyan maliyet ve faydaların adil bir şekilde dağıtılmasını" sağlamayı amaçlamaktadır (Seyfi vd., 2023).

Scheyvens (2002) tarafından tanımlanan adalet turizmi, misafirler ve ev sahipleri arasında dayanışmayı, karşılıklı tanınmayı ve eşitliği geliştiren, aynı zamanda yerel topluluklara ekonomik, sosyal ve kültürel faydalar sağlayan, onların kendi kaderini tayin etmelerini destekleyen ve turistlere özgürleştirici bir sürecin katılımcıları gibi hissetme fırsatını vermektedir. Aynı zamanda farklı insanlarla anlamlı karşılaşmalar yaşamayı ve yeni varoluş biçimlerine giden farklı yolları öğrenmeyi de gerektirmektedir. Adalet turizmine yönelik bu yaklaşım, sorumlu turizm, yoksul yanlısı turizm, gönüllü turizm ve daha birçok alternatif turizm biçimini kapsamaktadır (Guia, 2021).

3.3.6. Akarsu Turizmi

Akarsu turizmi, nehirleri ve nehir kenarlarını turizm destinasyonu olarak kullanan bir rekreasyondur. Akarsu turizmi, akarsu boyunca uzanan doğal ve yapay manzaraları ön plana çıkartmaktadır. Turizm faaliyetleri genel olarak su üzerinde veya akarsu kenarında gerçekleştirilmektedir. Lankia, Venesjärvi ve Puta (2022) akarsu ya da nehir turizmi; su raftingi, gemi gezileri, tekne tatilleri, kano, nehir kenarında yürüyüşler, nehir kenarında yemek yeme, balık tutma ve bisiklet sürmeyi içermektedir (Zou, 2023).

Akarsu turizminin temel özelliği, dinlenme ve rekreasyon için en popüler doğal ortamlardan biri olan sudur. Suyu yakın kısa süreli kalmaların bile çoğu insan üzerinde faydalı, sakinleştirici bir etkiye sahip olduğu düşünülmektedir (Frazier, 2000). Macera ve açık hava etkinliklerine olan talep arttığından su veya nehir turizm kaynağı olarak kullanılmaktadır. Nehir yolculukları, akarsu kanosu, akarsu raftingi, balık tutma ve yaban hayatı izleme gibi su akışında gerçekleştirilebilecek çeşitli aktivite türleri bulunmaktadır. Bruce ve Malcolm'a (2009) göre nehirler, muhteşem ortamlar, rekreasyon fırsatları, birçok turizm ilgi merkezinde kıyı manzaraları, bir ulaşım aracı ve insan tüketimi için temel bir su kaynağı sağlayan önemli bir turizm kaynağıdır. Dünyanın büyük nehirleri uzun zamandır turistlerin ilgisini çekmiş ve antik çağlarda bile seyahat için zemin oluşturmuştur (Nasarudin ve Bahar, 2013).

King'e (1993) göre ekoturizmin kırsal alanların gelişmesi ve yerel halkın gelirinin artması gibi birçok ekonomik faydası vardır. Nehir su kaynakları, su taşımacılığı ve su turizmi

destinasyonları önemlidir. Nehir aynı zamanda peyzajdaki önemli bir alan unsurudur ve önemli bir turizm kaynağıdır (Fachrudin ve Lubis, 2016). Fiziksel yönler, doğal kaynaklar ve sosyal çevre turistler için önemli çekiciliklerdir (Soemawoto, 2001). Su turizminin geliştirilmesi ve tanıtılması sosyal ve kültürel açıdan olumlu etki yaratmaktadır. Bu nedenle nehir temizliğinin de sürdürülmesi önemlidir ve doğal kaynakların korunması esastır (Eboay ve Lian, 2021).

3.3.7. Dağcılık ve Kış Turizmi

Dağ turizmi temel olarak manzara ve kar olmak üzere iki bölgesel kaynağa dayanmaktadır. Avrupa dağlarında, 18. yüzyılın sonlarından itibaren yaz turizminin geliştiği bir aşamadan sonra, kış sporları 20. yüzyılın başında Saint-Moritz'de (İsviçre) ortaya çıkmış ve ardından Alpler, Pireneler, Karpatlar, vb. gibi hemen hemen tüm dağ bölgelerine yayılmıştır. Alpler ve Pireneler'de kayak merkezlerinin geliştirilmesi, kırsal kesimdeki nüfusun azalmasını kısmen yavaşlatmış ve vadilerdeki işlerin, özellikle de en azından başlangıçta tarımsal faaliyeti tamamlayıcı olan mevsimlik işlerin sürdürülmesi gibi yararlı bir etkiye sahip olmuştur (Reynard, 2020).

Geniş anlamda dağ turizmi, dağ ortamında, ilgili bölgenin doğal ve beşeri çevresiyle yakın ilişki içinde gerçekleştirilen turistik faaliyetlerin bir araya getirilmesini içermektedir. Dağdaki turistik kaynakların çeşitliliği göz önüne alındığında, burası eğlence ve dinlenme, macera, sportif, kültürel veya kırsal vb. gibi çok çeşitli turistik biçimlerin gerçekleştirilebileceği alandır. Dağlık turizm, bölgedeki diğer faaliyetlerle doğrudan bağlantılı olduğundan karmaşık bir karaktere sahiptir. İçinde bulunduğu toplumun ekonomik, sosyal ve kültürel yaşamından ayrılmamaktadır. Dağ turizmi yaz ve kış olmak üzere iki mevsimde gerçekleştirilebilecek çeşitli aktiviteleri içermektedir. Dağ turizmi, dağlık turistik kaynakların (doğal, kültürel, beşeri) verimli hale getirilmesine, turistik yapının verimli hale getirilmesine (erişim yolları ve araçları, tatil köyleri, pansiyon ve konaklama ve tarımsal turistik çiftlikler) ve çeşitli konaklama alanlarının kurulmasına (hanlar, kırsal oteller, tatil evleri) öncülük etmektedir (Slusariuc ve Bică, 2015).

Kış sporlarıyla ilişkilendirilen dağ turizmi, hem kışın hem de ilkbahar-sonbaharda geliştirilen bir spor turizmi şekli olup, pratik olarak bu tatil yerleriyle ilgili olduğu için dağ tatil yerlerinde yapılan diğer etkinliklerle de yakından ilişkilidir. Kış sporlarının yapılmasını teşvik etmek için, ulaşım araçları ve özel olarak tasarlanmış pistlerden oluşan teknik bir altyapıya yatırım yapılması gerekmektedir. Kış sporları, insanların boş zamanlarını rekreasyonel faaliyetler veya dinlenme faaliyetleri yaparak geçirme isteği ve egzersiz yapma isteği nedeniyle

hızla gelişmiştir. Kış sporları turizminin boyutları, yapılabileceği kısıtlı dönemle sınırlı olabilmekle birlikte, bu sporun iyi bir şekilde gelişmesinde önemli bir faktör de elverişli doğal kar tabakasının yanı sıra kalınlığı, kalıcılığı ve dayanıklılığıdır (Bacoş ve Gabor, 2021).

3.3.8. Av Turizmi

Av turizmi, bir kişinin avlanmak amacıyla ikamet ettiği belediyenin dışına seyahat ettiği bir turizm şekli olarak tanımlanabilir (Lovelock, 2008). Dünyanın birçok ülkesinde kırsal kalkınma için önemli bir araç olarak görülen av turizmi, tehdit altındaki türlerin ve yaşam alanlarının korunmasına yardımcı olmakta ve yerel halkın sosyoekonomik kalkınmasının önünü açmaktadır (Erdoğan, 2003). Afrika'da 19. yüzyılın sonlarında başladığı düşünülen av turizmi Avrupa ülkelerinin bu kıtalara hakim olduğu dönemde birçok maceraperest avcının yeni hayvanlar bulmak ve avlamak için Afrika, Amerika ve Güney Asya'nın derinliklerine yaptığı seyahatlere dayanmaktadır (Çanakçıoğlu ve Mol, 1996; Başkaya, 1999). Daha sonra bu seferler, avcılarının topladıkları fildişi, timsah, leopar, kaplan ve aslan derilerinin ticareti yoluyla bir gelir kaynağı haline de gelmiştir. Av turizmi zaman içinde önemli ölçüde gelişmiş ve en hızlı büyüyen turizm türlerinden biri haline gelmiştir. Günümüzde, ekoturizmin bir türü olan rekreasyonel hayvan başı avcılığı, milyonlarca dolarlık küresel avcılık endüstrisini harekete geçiren bir motordur (Başkaya, Başkaya ve Arpacık, 2012).

Av turizmi aslında belirli bir destinasyonda (avlanmak amaçlı) eksiksiz bir turistik üründür ve potansiyel müşterilerin (turistler ve avcılar) av turizmi talebini karşılamak işlevinde sentezlenmiş bir ürün, hizmet ve diğer turistik değerlerin toplamını ve kırsal alanların sürdürülebilir kalkınmasının bir ölçüsünü varsaymaktadır (Riznić Filipović ve Milinčić, 2019). Av turizminin doğal kaynakları, av hayvanı ve bulunduğu habitatlardır, av hayvanı av turizminin ana kaynağıdır, çünkü doğrudan kullanılabilir. Marić'e (2003) göre dolaylı olarak, "ekonomik statülerine (sermaye veya kaynak) bakılmaksızın tüm doğal unsurlar ve fenomenler, doğal dengenin, yani besin zincirinin korunmasında bir yere ve önemli bir role sahiptir. Dolayısıyla avcılık kapsamına girmeyen yaban hayvanı türleri de av hayvanlarının yani av kaynaklarının sürdürülebilirliğinde önemli bir role sahiptir. Yine doğal bir kaynak olan yaban hayatı habitatları da avlamlar içerisinde yer almaktadır. Avlanma sahaları, üzerinde avlanmaya izin verilip verilmemesine göre, avlanma ve avlanma dışı alanlar olarak ikiye ayrılmaktadır (Pešić, 2021).

3.3.9. Foto Safari Turizmi

Eko turizmle ilgili faaliyetler genel olarak bozulmamış olan doğal ortamlarda yapılmaktadır ve insanlar hem doğal ortamı koruma bilinciyle hareket etmekte hem de doğal alanlarda farklı faaliyetleri gerçekleştirmeye çalışmaktadırlar (Clifton ve Benson, 2006). Bununla birlikte, doğal yerlerin hem deneyimlenmesi hem de ölümsüzleştirilmesi mantığından hareketle foto turizmi ya da foto safari turizmi, bireylere hem kültürel ve doğal kaynakları kullanmalarına hem de günlük alışkanlıklarını bir aktiviteye çevirmelerine olanak tanımaktadır. Fotoğraf turizmi kapsamında gerçekleştirilen faaliyetler eko turizmin özüne uygun olarak, doğal kaynakların sürdürülebilirliğine engel olmama, yerel üretime destek olma vb. gibi çevre dostu prensipleri içermektedir. Tüm bu yönleri ile foto turizm faaliyetlerine katılım gösteren turistlerin ekosistemi koruyucu davranışları, çevresel tahribata karşı gelmeleri gibi ekosistemi koruyucu tutum ve davranışlar içerisinde olmaları beklenmektedir. Ayrıca toplumsal değerlere zarar vermeyen bir tutum içinde aktivitelerini geçirmeleri öngörülmektedir (Kement, 2019).

Yaban hayatı izleme, çeşitli yaban hayatı türlerini görmek ve izlemek için gerçekleştirilen organize bir turizm gezisi olarak tanımlanmaktadır. Bu geniş tanım, turistlerin botanik bahçeleri, rekreasyon parkları, kuş gözlemciliği ve büyük hayvan izleme dahil olmak üzere fauna ve flora çeşitliliğini görüntüleme, etkileşim kurma ve deneyimleme konusundaki ilgisini dikkate almaktadır. Valentine ve Birtles (2004), Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü- UNWTO (2018), fotoğraf safarilerini turistlere doğal yaşam alanları, özellikle korunan alanlarda vahşi hayvanları gözleme, fotoğraflama ve deneyimleme fırsatı sunan yaban hayatı izleme turizmi olarak ifade etmektedir. Fotografik safarilerin ve av izlemenin, turistlerin heyecan, rahatlama, zevk ve eğitim kaynağı olarak dokunma, fotoğraf çekme ve beslenme yoluyla esaret altında veya doğal bir ortamda vahşi hayvanlarla, kuşlarla ve deniz veya tatlı su yaşamıyla etkileşime girmesini içermektedir (Kuguyo ve Gandiwa, 2023).

3.3.10. Spor Turizmi

Spor turizmi, rekreasyonel (ticari olmayan) nedenlerle, ikamet yeri dışında gerçekleştirilen spor faaliyetlerine katılmak veya bunları gözlemlemek için yapılan geziler olarak tanımlanmaktadır (Hall, 1992). Spor turizmi ilk etapta sadece turistik bir aktivite gibi görünse de günümüzde spor kültürünün bir deneyimi olarak görülmektedir. Farklı spor turizmi sınıflandırmalarında ortak unsurlar bulunmaktadır. Bu ortak unsurlardan hareketle mega-spor etkinlikleri, küçük ölçekli etkinlikler ve nostalji-spor-turizmi kategorileri ön plana çıkmaktadır. Spor turizmi nispeten yeni bir tipoloji olarak ortaya çıkmakla birlikte son zamanlarda önemli

bir büyüme göstermiştir. Dünya Turizm Örgütü'nün (DTÖ) verilerine göre spor turizminden dünya çapında yıllık 800 milyar dolar gelir elde edilmektedir. Bu da turistlerin yaklaşık yüzde 10'unu, turizmden elde edilen gelirin ise yüzde 25'ini oluşturmaktadır. Spor turizmi, daha aktif yaşam tarzlarını teşvik eden sağlık politikalarına da katkıda bulunmaktadır. Bu sektör, konaklama sektörü, eğitim tesisleri ve spor malzemeleri endüstrisi gibi çeşitli alt sektörleri tercih ederek etki alanlarında önemli bir ekonomik büyüme yaratabilmektedir. Önemli ekonomik etki yaratanlar yalnızca büyük spor etkinlikleri değil (Gratton, Dobson ve Shibli, 2000), aynı zamanda yerel spor etkinlikleridir (Wilson, 2006). Ayrıca bu turizm türünün sağlıklı görülmesi, uygulandığı bölgelerde halk arasında da kabul görmesine yol açmaktadır (Jiménez- García vd., 2020).

Spor turizmi olgusu ve bununla ilgili faaliyetler, ev sahibi destinasyon, toplum ve çevre üzerindeki potansiyel etkilerin bir sonucu olarak büyük ilgi görmektedir (Crompton, 1999; Daniels vd., 2004). Destinasyonlar, destinasyon pazarlama araçları olarak spor etkinliklerine ev sahipliği yapmak için giderek daha fazla rekabet etmektedir. Çoğu destinasyon için, spor turizmi etkinliklerine ev sahipliği yapmak, spor turizmini sürdürmek için birincil motivasyondur (Daniels, 2007). Bu etkinlikler aslında bir bölgedeki harcamaları artırsa da, birçok spor etkinliği aynı zamanda ev sahibi topluluklara uzun vadeli faydalar sağlayıp sağlamayabilecek önemli miktarda sermaye harcaması ve kamu yatırımı gerektirmektedir (Gratton, Shibli ve Coleman, 2005; Gürsoy ve Kendall, 2006). Düzenli ve daha küçük etkinliklerin genellikle düşük teklif maliyetleri, çok az veya hiç altyapı maliyeti ve kamu fonları üzerinde düşük bir yükü olmasına rağmen, mega spor etkinliklerine ev sahipliği yapmak için durum böyle değildir (Daniels, 2007; Daniels ve Norman, 2003). Spor etkinliklerinin ekonomik faydaları somut yönleri olarak kabul edilmekte ve spora yapılan yatırımlar, etkinlik altyapısı, istihdam, uzayan turizm sezonları, artan turizm ve vergi gelirleri gibi faydaları içerebilmektedir (Daniels ve Tichaawa, 2021).

3.3.11. Sağlık ve Termal Turizm

Sağlık Turizmi son yıllarda yükselen bir trend haline gelmektedir. Son yıllarda küreselleşmenin bir sonucu olarak sağlık turizminin popülaritesi artsa da tarihi kökenleri en az iki bin yılı bulmaktadır. Antik Yunan ve Romalıların şifa bulmak ve termal sularda banyo yapmak için uzak mesafelere gittiklerine dair birçok kayıt bulunmaktadır. Popülerliği hem sağlık turistlerinin hem de aktivitelerin sayısının artmasıyla ilişkilidir (Reisman, 2010: 1). Sağlık Bakanlığı (2012) kayıtlarına göre; sağlık turizminin tarihinin Sümerlerin sıcak suları

tıbbi bakım amacıyla kullandığı M.Ö. 4.000 yıllarına kadar dayanabileceğini göstermektedir (Omay ve Cengiz, 2013).

Sağlık turizmi, kişinin yaşadığı yerden başka bir yere, sağlığını korumak ve kişinin fiziksel ve psikolojik sağlığına yeniden erişmek amacıyla yapılan organize bir seyahattir (Carrera ve Bridges, 2008). Sağlık turizmi "medikal turizm", "hakikat turizmi" ve "önleyici turizm" kapsamaktadır (TRAM, 2006). Tedavi ve yeniden güç kazanmanın bir unsuru olarak seyahat, medikal turizmin en önemli amaçlarından biridir ve çoğu zaman tıbbi tedavi alınırken, hastanın sağlık durumuna bağlı olarak boş zaman aktiviteleri de olmaktadır (Harahsheh, 2002; Caballero ve Mugomba, 2006). Mevcut mali durum ve yaşam sorunları, yüksek düzeyde yaşam stresine yol açan ana faktörler olduğundan, sağlık turizmi, sağlık ve refahlarına daha fazla önem vererek günlük stresli yaşamlarından kaçınmaya karar verenler için bir seçimdir (VajiraKachorn, 2004). Ulusal bir strateji olarak sağlık turizminin geliştirilmesi, ülke gelirinin artırılması sürecinde yerli sermayenin verimli kullanılmasının yanı sıra ulusal güvenliğin bir kolu olarak da görülmektedir (Izadi vd., 2012).

Termal turizm; iklim kürü, fizik tedavi, psikoterapi, egzersiz, rehabilitasyon ve diyet gibi destekleyici tedavi yöntemlerinin yanı sıra termomineral su banyosu, çamur banyosu, içme, inhalasyon gibi çeşitli yöntemlerin bir araya getirilmesiyle oluşan çeşitli sağlık tedavilerinden (kür) oluşan bir turizm türüdür. Termal turizmin bir diğer amacı da termal suların eğlence ve dinlenme amacıyla kullanılmasıdır (Özdemir, 2015). Birey ve toplum sağlığını korumayı amaçlayan termal turizm, sağlıklı yaşamın sürdürülmesi, hastalıkların tedavi edilmesi, stres ve fiziksel yorgunluğun giderilmesi, fiziksel tedavi ve bakımın sağlanması amacıyla sağlık turizminin önemli parçalarından biridir (Sandıkçı ve Gürpınar, 2008). Coutinho-PiresdosSantos vd. (2016) herhangi bir turistik faaliyeti temsil eden özelliklere sahip olması ve çekiciliği nedeniyle büyüme fırsatlarına sahip olan termal turizm, hem sağlık hem de turizm değişkenlerini içeren bir model olarak ortaya çıkmaktadır (Korkmaz ve Arıkan, 2017).

3.3.12. Golf Turizmi

Golf turizmi, turizmle bağlantılı, hızla genişleyen bir özel ilgi etkinliğidir. Küresel olarak golf turizmi, hem doğrudan özel ilgi seyahati biçimi olarak hem de diğer seyahat türlerine ek olarak önemli bir turizm faaliyeti olarak kabul edilmektedir (Hall 1992:144). Golf turizmi, 100'den fazla ülkede tahmini 32.000 golf sahasının bazılarında oynamak için dünyayı dolaşan 60 milyondan fazla golf turistiyle birlikte 20 milyar ABD doları değerindedir (Hudson ve

Hudson, 2014). Dolayısıyla golf turizminin diğer turizm türleri ile ilişkili ve bağlantılı olduğu ve dolayısıyla önemli ölçüde gelir sağladığı söylenebilir (Klerk ve Haarhoff, 2015).

Hudson ve Hudson (2010) golf turisti ile ilgili en doğru ve geniş sınıflandırmalardan birini sunarak üç kategori oluşturmuştur: (a) seyahat için birincil motivasyonu golf oynamak olan turistler; (b) tatil veya iş seyahatlerinde ikincil bir faaliyet olarak golf oynayan turistler; ve (c) golf turnuvalarına izleyici olarak katılan veya golf ile ilgili turistik yerleri ziyaret eden turistler. Kısacası, golf oynamalarına ya da izlemeye adanmış olmalarına bağlı olarak aktif ve pasif golf turistleri olabilmektedir. Buna karşılık, aktif golf turistleri içinde, turistik seyahatlerindeki ana ya da ikincil motivasyona göre temel golf turistleri ve sıradan golf turistleri olarak tanımlanabilir. Golf sporunun popüleritesi ve bu sporla ilgili seyahatlerin motivasyonu turistler arasında artmış (Hutchinson, Wang ve Lai, 2010) ve turizm pazarının önemli segmentlerinden biri haline gelmiştir (Hudson ve Hudson, 2010). Ayrıca, golf sahaları bir turizm destinasyonu için çok önemli bir cazibe merkezi haline gelmiştir (Shani vd., 2010). Bu anlamda golf turistleri gezilerinde diğer turist türlerine göre daha yüksek ortalama harcama yapmaktadırlar (López-Bonilla, Reyes-Rodríguez ve López-Bonilla, 2020).

3.3.13. Botanik Turizmi

Botanik bahçeleri yüzlerce yıldır toplumun ayrılmaz bir parçası olmuştur. Avrupa'da ilk gerçek botanik bahçeleri, bitki türlerinin yeni keşfedilen topraklardan getirildiği 16. yüzyılda "fizik bahçeleri" olarak inşa edilmiştir. Bu botanik bahçeleri, yeni keşfedilen botanik zenginlik için bir depo olmuştur. Bu bitki türlerinin ekonomik (Ward, Parker ve Shackleton, 2010) ve estetik potansiyelleri açısından değerlendirildiği ve araştırıldığı ve topluluk üyelerinin bu bitkilerle etkileşime girebileceği bir yer olarak hizmet etmiştir. Avrupa'nın ilk botanik bahçeleri geliştirilirken aynı zamanda özel evler ve bahçeler halkın ziyaretine açılmıştır (Wassenberg, Goldenberg ve Soule, 2015).

Alternatif bir turizm türü olan botanik turizmi, doğaya zarar vermeden uygulanabilen ve doğayı korumayı amaçlayan doğa severlerin gerçekleştirebileceği bir turizm türüdür (Akkus ve Akkus, 2016). Botanik turizminin en önemli özelliklerinden biri de çok fazla yatırıma gerek kalmadan belli bir bölgenin turizme açılmasına olanak sağlamasıdır. Çünkü botanik turizminin turistik ürünü bölgenin doğal bitki örtüsü olduğundan çok fazla yatırım gerektirmemektedir. Botanik turizmi, bunlarla sınırlı olmamak üzere, bitki örtüsü öğrenme ve gezi faaliyetlerini içermektedir. Hepcan ve Özkan (2005) yaptıkları çalışmada botanik turizmde sergiler, bisiklet gezileri, konserler, festivaller, yürüyüşler, yoga ve jimnastik

programları, şenlikler, bitki satışı

ve bitki izleme etkinliklerinin gerçekleştirildiğini belirtmişlerdir. Özgenç ve Mesci (2020) botanik turizminin temel özelliklerini aşağıdaki gibi sıralamışlardır (Salvarcı ve Aylan, 2021);

- Çevreye duyarlı girişimcilere sahip olmak.
- Uzman rehberler eşliğinde gerçekleştirilmek.
- Yeterli bitki eğitimine sahip olmak.
- Küçük gruplar halinde gerçekleştirilmektedir.
- Belirlenen güzergahlarda gerçekleştirilecektir.
- Bölge halkının desteğini almak.
- Bölge halkına fayda sağlamak.

Botanik bahçesi turizmi, bilim, eğitim ve turizm amaçlı olarak çok çeşitli bitkilerin yetiştirildiği, genellikle halka açık olan bir turizm türü olarak, dünyanın her yerinde bahçeler her zaman bir yenilik alanı olmuştur (Downing ve Roberts, 2021). Her bahçe benzersizdir, tarihe tanıklık eder ve önemli bir kültürel belge kaynağıdır (Andrade, 2008). Botanik bahçesi turizmi yerli ve yabancı ziyaretçilerin ilgisini çekmekte, biyolojik çeşitlilik türlerinin korunmasını ve eğitimini teşvik etmekte, geniş bir yelpazedeki halkı korumayı desteklemeye teşvik etmekte, yerel halk için iş fırsatları yaratmakta ve bölgenin ekonomik kalkınmasını desteklemektedir (Faustin ve Claude, 2023).

3.3.14. Çiftlik Turizmi

Turizm, tanımlanmış ekonomik fırsatlara sahip çiftçilikten elde edilen gelirin düşük olduğu kırsal ekonomiler için önemli bir ekonomik faaliyettir (Talbot, 2013). Gelişmiş ekonomiler turizmi kırsal alanlardaki istihdam ve geçim açığına bir yanıt olarak görmektedirler (Sharpley ve Vass, 2006). Tarımın yaygın etkisi nedeniyle birçok ülkede turizm şu anda çiftlik çeşitlendirmesinin odak noktasıdır (Garrod, 2011). Dünya çapındaki hükümetler, kırsal alanların terk edilmesi ve tarımsal ihmal tehdidine karşı alternatif gelir kaynakları sağlayan çiftlik işletmelerini teşvik etme ihtiyacını kabul etmiş ve bu da çiftlik çeşitlendirmesine yol açmıştır (Hjalager, 1996). Busby ve Rendle (2000) çiftlik temelli turizm Avrupa'nın birçok yerinde çok başarılı olmuştur ve Kanada, ABD ve Yeni Zelanda'da popülerliği giderek artmaktadır (Yamagishi, Gantalao ve Ocampo, 2021).

"Tarım turizmi" olarak da bilinen çiftlik turizmi, turistlere "çiftliklerde ve bahçelerde ikamet etme ve bazen de çalışma faaliyetlerine katılma" fırsatları verilmesi olarak tanımlanmaktadır (Smith ve Long, 2000:222). Kırsal alanlarda turizm kısmen büyümektedir. Çünkü ekonomik geliştiriciler, yatırımlarını çeşitlendirmek ve çiftçilerin zenginliğini artırmak için turizmi ve küçük ev endüstrilerini yavaş yavaş benimsemektedirler. Kırsal arazi sahipleri aynı zamanda gelirlerini desteklemek, çocuklarını aile çiftliğinde çalıştırmaya devam etmek ve yiyecek kaynaklarından bağlantısı kesilmiş kentleşmiş ziyaretçiler için çiftçi topluluğunun elçisi olarak hareket etmek için bir araç arayışındadırlar (Garcia-Ramon, Cannoves ve Valdonvinos, 1995). Kırsal çiftlikler, daha fazla ziyaretçinin "daha basit" bir zamana nostaljik olması nedeniyle cazip turistik yerler haline gelmektedir. Şehir hayatının koşuşturmasından kaçmak, doğal ve kültürel mirasla bağlantı kurmak, daha zengin ve özgün bir eğlence deneyiminin tadını çıkarmak, öğrenmek, anlamla bağlantı kurmak ve kırsal/tarımsal yaşam tarzına dahil olan gerçek insanlarla tanışmak istemektedirler (Kline vd., 2007).

Çiftlik turizmi, ziyaretçilere sunulan her türlü çiftlik temelli aktiviteyi ifade etmektedir. Konaklama hizmetlerine ek olarak, bazı çiftlikler, ziyaretçilerin çiftlik ortamını deneyimleyebilecekleri ve hayvanları besleme, hasat ve sağım gibi faaliyetlere katılabilecekleri benzersiz bir niş sunabilirken, diğer çiftlikler çeşitli açık hava ve yaban hayatı etkinlikleri sunabilmektedir. Çiftlik turizmi operasyonları, çiftçi topluluğu ile diğerleri arasında bir köprü oluşturabilmektedir. Kentli ve kırsal kesimde yaşayanlar arasındaki etkileşimin yanı sıra kırsal kesimde yaşayanlar da çiftlik girişimlerini ziyaret etme deneyiminden keyif alabilmektedirler. Birçok çiftlik işletmesi konuklarına doğaya dayalı aktiviteler, huzur ve sessizlik sunma konusunda eşsiz bir fırsat verebilmektedir (Blekesaune, Bråndth ve Haugen, 2008).

3.3.15. İnanç Turizmi

Din ve turizm her zaman ayrılmaz bir şekilde bağlantılı olmuştur. Turizmin bu öncü biçimi, Hristiyanların Kudüs'e veya Müslümanların Mekke'ye seyahatleri gibi dini hac ziyaretleri şeklinde başlamıştır. Hac yolculukları her zaman insanları seyahat etmeye motive eden baskın faktörlerden biri olmuştur. Dini tarihe bakıldığında, büyük dinlerin, kendi dini inançlarının yayılmasına bir temel olarak küresel anlamda turizmi teşvik ettiği görülmektedir. Örneğin Kudüs, üç dinin (Hristiyanlık, Yahudilik ve İslam) beşiği olan kutsal şehir kavramının en ünlü örneklerinden biridir. Hristiyanlara göre Kudüs, İsa Mesih'in yaşadığı ve çarmıha gerildiği şehirdir. Yahudiler için Kudüs, Krallıklarının başkentidir, burada Kral Süleyman'ın Romalılar tarafından yıkılan tapınağını (M.S. 70) bulunmuş, bugün sadece Yahudilere hac

ziyaretini yaptığı bir Duvar vardır (Kurar, Akbaba ve Sanat, 2015). Ancak Kudüs Müslümanlar için de kutsal bir şehirdir, çünkü Muhammed bu şehirde yaşamış ve Allah ile temasa geçmiştir (Carmen, 2020).

Din turizmi en basit haliyle Yeoman'ın (2008) ifadesiyle şöyle açıklanabilir: “kutsal olan bir yeri, bir binayı veya bir türbeyi ziyaret etmek için seyahat etmek.” Bu seyahat türü ya gözlem yapmak ya da kişinin inancına göre katılımı ilgili olup, dini bir deneyimi birisiyle paylaşmak ve inanca tanık olmakla ilgilidir. (Kasim, 2011, 446; Yeoman, 2008, 181) Bununla birlikte, bir turizm paketi kilise veya katedral gibi dini bir mekana ziyareti de içerebilmekle birlikte bu, geziyi dini değil daha çok kültürel kılmaktadır. Çünkü insanlar seyahat programlarının bir parçası olarak kiliseyi ziyaret etmekte fakat dini amaçlarla seyahat etmiyebilmektedirler. Aslında kültürel gezilerin çoğu, bu tür dini mekanların ziyaretini içermektedir. (Richards, 2007). İnanç turizmi altında farklı kategoriler bulunmaktadır. Dini turizmin üç bölümlenmesi birleştirildiğinde, en popüler türlerin sınıflandırılması aşağıdaki gibidir (Nieminen, 2012);

1. Hac ve turlar,
2. Misyoner ve gönüllü seyahatleri,
3. Dini olaylar ve
4. Kardeşlik seyahati.

3.3.16. Kongre Turizmi

Kongre turizmi, seyahatin ana motivasyonunun tatil değil, bireylerin farklı karakterdeki konferans ve etkinliklere fikir alışverişinde bulunma, belirli mesajlar gönderme, bilimsel görüş alışverişinde bulunma, açık tartışma, belirli bir konu veya alanın tanıtımını yapma vb. gibi aktif veya pasif katılımı olduğu özel bir turizm şeklidir (Geić, 2011). Yani kongre, toplumsal yaşamın farklı alanlarından insanları bir araya getiren, çeşitli konularda tartışmak üzere yapılan ticari etkinlikler türüdür. Kongre turizmi günümüzde turizm pazarının büyüyen bir segmentidir. Aynı veya benzer ilgi alanlarına sahip kişiler, profesyonel olarak kendilerini geliştirmek, fikir veya görüş alışverişinde bulunmak veya yeni bir ürün (hizmet) sunmak amacıyla kendi alanlarında tanınmış uzmanları dinler ve konuşurlar (Dragičević 2008). Kongre turizmi, pazarın en talepkâr segmenti olarak bilinen iş amaçlı turistlere yönelik seyahat, konaklama ve en önemlisi organizasyon hizmetlerinin birleşimidir. Kongre faaliyeti spesifik ve tüm turizmin yanı sıra çok sayıda canlı emek ve kişisel sorumluluk gerektirmektedir (Šušić ve Mojić, 2014).

Kongre turizmi dünyadaki turizmden elde edilen gelirin neredeyse %30'unu oluşturmaktadır. Kongre turizmi, ana faaliyetten elde edilen gelirin yanı sıra çeşitli sektörlerde de çeşitli faydalar yaratmaktadır. Özellikle kentte düzenlenen konferanslara katılanlar ve konuşmacılar, kentteki diğer turistik ve yerel mekanları ziyaret ederek vakit geçirmektedirler. Bölgeye kongre veya fuar için gelenlerin konaklama, yeme-içme ve eğlence gelirleri kongre turizminden etkilenen farklı gelir alanlarından bazılarıdır. Aynı zamanda kongre turizmine ev sahipliği yapan ülke ve bölgelerin tanıtımı çok daha hızlı ve etkili yapılabilmektedir (Rustamovich, 2022).

3.3.17. Kuş Gözlemciliği Turizmi

Kuşları doğal ortamlarında gözlemlemek, kuş gözlemciliği veya av turizmi olarak bilinmektedir (Moss 2004). Bu uygulama çoğunlukla kişinin arka bahçesinde veya parkında kuşları gözlemleyerek yerel bir eğlenceden, daha uzaktaki kuşları gözlemlemeye kadar gelişim göstermiştir. Kuş gözlemciliği yapan turistlerin hedefi çeşitli türler veya destinasyonlardır (Higham 1998). Altyapı ve güvenliğe bağlı olarak kuş gözlemciliği yapan turistler genellikle organize turlarla veya bağımsız olarak seyahat etmektedirler. Alternatif olarak, varış noktasına vardıklarında yerel rehberlerden yardım alabilmektedirler. Bu uygulama, çeşitli kuş faunasına sahip daha az gelişmiş bazı bölgelere, düşük etkili turizmi geliştirme ve uzak topluluklarda kapasite geliştirme fırsatı sağlamaktadır (Steven ve Jones, 2016).

Kuş gözlemcilerini kuş gözlemciliğine iten motivasyonlar ve bu aktiviteden farklı beklentiler nedeniyle, kuş gözlemciliği her kuş gözlemcisi tarafından farklı şekilde tanımlanabilmektedir. Kuş gözlemciliği, "kuşların habitatlarında gözlemlenmesi ve tanımlanması" olarak tanımlanmaktadır (Şekercioğlu, 2002: 282). Kuş gözlemcilerinin kuş gözlemciliği sonucunda seyahat sayılarının ve kuş gözlemciliğinin etkilerinin artmasına neden olmuştur. Bu nedenle kuş gözlemciliği çevre kuruluşlarının, yerel yöneticilerin ve ulusal basının ilgisini çekmektedir. Yapılan gözlemlerde kuş türlerine diğer zamanlara göre daha yoğun olarak sabahın erken saatlerinde ve gün batımından hemen önce, rüzgarsız havalarda ve özellikle baharla birlikte rastlamanın mümkün olduğu görülmüştür. Ormanlar kuş yoğunluğunun en fazla olduğu alanlardır ancak bu tür alanlarda kuşları görmek pek kolay değildir (Özkan, 2023).

3.3.18. Mağara Turizmi

Mağara turizmi, turizmin gelişmesinde giderek daha önemli hale gelmekte ve bu nedenle turistler, doğal peyzaj özellikleri nedeniyle mağaraları ziyaret etmeye motive olmaktadır.

Mağaralar dünyanın farklı yerlerinden turist çekme kapasitesine sahip doğanın veya ekoturizmin bir parçasıdır (Rindam, 2014). Bu doğal manzaralar turistler için büyüleyici ve değerli bulunmaktadır. Doğal kaynaklar olarak mağaralar, turizmin gelişmesi için büyük bir potansiyel oluşturabilir ve bunun karşılığında turizmi artırabilmektedir. Ev sahibi sakinlerin ekonomisinin büyümesine (Rindam, 2014) yardımcı olmanın yanı sıra hükümetin çevre bilinci ve çevre kontrolü eğitimi almasına yardımcı olmaktadır. Knezeviç ve Zikovic'e (2011) göre mağaralar, turizm gelişimi için değerli morfolojik özelliklere sahiptir ve macera turistlerinin özel ilgisini çekmektedir. Mağaralar, uygun şekilde kullanılırsa ve geliştirilirse turizm endüstrisi için önemlidir. Çünkü mağaraların, ev sahibi topluluğa ekonomik, sosyal ve çevresel faydaları hızla artmaktadır (Okonkwo, Afoma ve Martha, 2017).

Rindam'a (2014) göre mağaralar, dünyanın çeşitli yerlerinden ziyaretçi çekebilen, turizmin gelişmesi için büyük bir fırsat olabilen ve bunun karşılığında ev sahibi sakinlerinin ekonomik büyümesini artıran ekoturizmin veya doğanın önemli bir parçasıdır. Doğal manzaralar gibi mağaralar ziyaretçiler için değerli ve büyüleyici kabul edilmektedir. Mağaralar, fiziksel çevrenin yüzeyine ve yeraltına müdahale eden ve dönüşüm süreçleriyle yaban hayatını barındıran karst ağının temel unsurlarıdır (Moretti ve Lobo, 2009). Turistler mağaraları eğitim, eğlence ve çoğunlukla macera gibi çeşitli amaçlarla ziyaret etmekte ve mağaralara giren kişiler bazen pil gücüyle çalışan fenerler ve sıklıkla da meşale ışıkları kullanmaktadırlar (Pandey, 2018).

3.3.19. Yat Turizmi

Yat turizminin çeşitli tanımları bulunmaktadır. Diakomihalis (2009) yatçılığı “özel deniz yolculuğu” olarak tanımlamakta ve yatçılığı, bir grup insandan hem konaklama ve dinlenme üssü hem de ulaşım aracı olarak yat kiralama işlemi olarak tanımlamaktadır. Bu kişiler rekreasyonel amaçlarla kendi rotalarını çizmekte ve kendi başlarına gezinmektedirler. Mikulić, Krešić ve Kožić (2015), yat turizmini özel ilgi turizminin bir türü olarak ele almakta ve yatçılığın daha geniş bir deniz turizmi kategorisine ait olduğunu savunmaktadır. Ayrıca yat turizmi ile eş anlamlı terimler olarak marina turizmi ve eğlence amaçlı tekne turizmi de bulunmaktadır. Deniz turizmi, yat tatilinin yanı sıra, birden fazla farklı deniz aktivitesini, deniz sporlarına katılmayı, balık tutmayı veya turistlerin su altı yaşamına yönelik eğitim ilgisini içeren daha geniş bir terimdir. Mylonopoulos ve Mira (2005)'ya göre “yat turizmi, turistlerin rekreasyon amacıyla ve bir destinasyonun birden fazla sahil bölgesini ziyaret etmek amacıyla yat kiraladığı bir deniz aktivitesidir.” Yat turizminin, finansal faydaların yanı sıra doğrudan veya

dolaylı sosyal faydaları olan, turizm destinasyonları için önemli ölçüde karlı bir faaliyettir (Ioannidis, 2019).

Genel olarak yat turizmi, özel ilgi turizminin bir biçimidir ve deniz turizminin temel bir sınıflandırması olan su taşıtlarının veya teknelerin eğlence amaçlı kullanımını ifade etmektedir (Casasnovas, 2016). Turistlere farklı destinasyonlara yelken açma ve eğlence dolu bir yaşam tarzının tadını çıkarma özgürlüğü veren yatlar, yelkenli tekneler, sürat tekneleri, motorlu tekneler, kanolar vb. gibi çeşitlere ayrılmaktadır. Yat turizmi, içeriğine deniz turizmi kaynaklarını alan ve deniz turistine hizmet veren kapsamlı bir sektördür (Yao, Zheng ve Parmak, 2022).

3.3.20. Yayla Turizmi

Yayla turizmi, "doğa ile iç içe yaşamak isteyen kişilerin genel olarak kısa süreli ve günü birlik konaklama amacıyla yüksek rakımlı yerlere seyahat etmelerini ifade etmektedir (Gündüz ve Topaloğlu, 2016). Dalgıç ve Birdir (2015: 4) ise yayla turizmini "doğa tutkunları veya macera tutkunları tarafından yüksek rakımlı yerlerde genellikle kısa süreli ya da günlük konaklama amacıyla gerçekleştirilen turizm faaliyeti" olarak tanımlamıştır. Yayla turizmi, geleneksel turizmden farklı özelliklere sahip, daha özel ürünlerin sunulduğu bir turizm türüdür. Dağlar, kış, doğa, yeşil, ormanlar, mağaralar, nehirler, doğal beslenme, farklı iklim, gürültü ve diğer kirliliklerden uzak olmak, spor, yürüyüş, yüzme, festivaller, avcılık, bisiklet ve kayak gibi turistik ürün bileşenleri; yayla turizmini çekici kılan faktörlerdir (Sezer ve Kılıç, 2015, Tekin, 2016). Doğal yapısı, geleneksel yaşam kültürü ve dinlendirici atmosferi Anadolu Yaylalarını turistik bir çekim merkezi haline getirmiştir. Özellikle yaz aylarında yaylalarda mevsimsel olarak serinleyen hava, şehrin boğucu, yorucu ve sıkıcı hayatından kurtulmak isteyenler için güzel ve eğlenceli bir boş zaman aktivitesi sunmaktadır. Böylece yaylalar geleneksel faaliyetlerini dönüştürerek yayla turizmi kapsamına geçmiş ve bu turizm türü özellikle yörede önem kazanmıştır (Dönmez ve Topaloğlu, 2018).

Alternatif turizm biçimlerinin gelişimi ile birlikte insanlar yaylalara turizm ve rekreasyon amaçlı gitmektedirler. Genel olarak turistler yaylalara, dinginlik ve sessilik hissi, doğayı deneyimleme, bitki çeşitlerini gözleme, doğa yürüyüşü yapma, foto-safari, yayla şenliklerine katılma, kış ve dağ sporları yapma, kırsal yaşamla ilgili ritimleri deneyimleme vb. gibi amaçlarla gitmektedirler (Kızılırmak, 2006). Tüm bunlarla birlikte yaylalar, etnolojik ve diğer çekicilikleri, doğal güzellikleri ile eko turizm olanaklarının gelişimine katkı sağlamaktadır. Yayla turizmi; şelaleler, göller, ormanlık alanlar, özgün coğrafi oluşumlar, yaban

yaşantısı, endemik bitki çeşitliliği, geleneksel mimarinin korunması vb. gibi hususlar nedeni ile ekoturizm özelliği göstermektedir (Akyol ve Çalık, 2022).

3.3.21. Kültür Turizmi

Kültür ve turizm her zaman ayrılmaz bir şekilde bağlantılı olmuştur. Kültürel manzaralar, turistik yerler ve etkinlikler seyahat için önemli bir motivasyon sağlamakta ve seyahatin kendisi kültürü oluşturmaktadır. Ancak kültür ve turizm arasındaki bağlantının belirli bir tüketim biçimi olarak daha açık bir şekilde tanımlanması ancak son yıllarda gerçekleşmiştir. Kültürel turizmin sosyal bir olgu ve olarak ortaya çıkışı, 2. Dünya Savaşı sonrası eğlence amaçlı seyahatlerdeki artışa kadar uzanmaktadır. Avrupa'da seyahat, kültürel anlayışın artmasına ve parçalanmış ekonomilerin yeniden inşasına yardımcı olmuştur. 1960'larda ve 1970'lerde gelir ve tüketim artmaya devam ettikçe, uluslararası seyahat ve kültür tüketimi de artmaya devam etmiştir. 1980'lere gelindiğinde uluslararası turistlerin önemli yerlere ve turistik mekanlara akışı, yeni ortaya çıkan niş bir pazara 'kültür turizmi' etiketinin eklenmesine yetecek kadar ilgi çekmeye başlamıştır (Richards, 2018).

Kültür turizmi kavramı genel olarak kültürel miras ve kültür etrafında dönmektedir. Günümüzde kültür turizmi, ulusal ve alt bölgesel kimliklerin korunması ve desteklenmesine yönelik artan ihtiyaçla uyumlu canlı bir ilgi yaratmaktadır. Kültürel mirasın kendisi, ziyaretçileri belirli bir destinasyona çekmede çok önemli bir rol oynamaktadır (Okharedia, 2020).

“Kültür turizmi, belirli bir bölgenin kültürünün bir veya daha fazla yönü tarafından motive edilen eğlence amaçlı seyahatlere atıfta bulunan genel terim.” Olarak ifade edilmektedir. 1990'lı yıllarda ICOMOS (Uluslararası Kültür Turizmi Bilimsel Komitesi) “Kültür turizmi, insanların diğer insanların farklı yaşam biçimlerini deneyimlemelerine, onların geleneklerini, geleneklerini, fiziksel çevrelerini, entelektüel fikirlerini ve eski zamanlardan kalan mimari, tarihi, arkeolojik veya diğer kültürel öneme sahip yerleri ilk elden anlamak dolayısıyla kazanç elde etmelerine olanak sağlayan faaliyet olarak tanımlanmaktadır. Kültür turizmi, ziyaret edilen yerin doğasına dair bir anlayış veya takdir kazanmayı amaçladığı için rekreasyonel turizmden farklıdır (Csapó, 2012).

KAYNAKÇA

- Abreu, J., & Ferreira, M. R. (2021). What we know about volunteer tourism – an approach to motivations and impacts. *Int. J. Sustainable Society*, 13(1), 16-33.
- Afridho, R. M. (2018). *Analisis Potensi Objek Wisata Alam di Kabupaten Batang. Skripsi S1, Jurusan Geografi*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Akkus, G., & Akkus, C. (2016). Investigation of potential touristic supply sources in Erzurum Province. *IUJEAS*, 1(1), 99-120.
- Akyol, C., & Çalik, İ. (2022). Türkiye’de Yayla Turizmi Üzerine Yapılmış Lisansüstü Araştırmaların Bibliyometrik Analizi. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 299-315.
- Albayrak, A. (2013). *Alternative Tourism*. Ankara: Detay Publishing.
- Amerta, I. M. (2017). Community based tourism development. *International Journal of Social Sciences and Humanities*, 1(3), 97-107.
- Amerta, M. S., Sara, M., & Bagiada, K. (2018). Sustainable Tourism Development. *International Research Journal of Management, IT & Social Sciences*, 5(2), 248-254.
- Andrade, I. (2008). Construção e desconstrução do conceito de jardim histórico. Risco. *Revista de Pesquisa em Arquitetura e Urbanismo*(8), 138-144.
- Asker, S., Boronyak, L., Carrard, N., & Paddon, M. (2010). Effective Based Community Tourism: A best practice manual. Sustainable Tourism. *Sustainable Tourism Cooperative Research Centre 2010*. Australia: Griffith University.
- Bacoş, I.-B., & Gabor, M. R. (2021). Tourism Economy. Mountain Tourism: Quantitative Analysis Of Winter Destinations In România. *Sciend Economics*, 9(1), 143-159.
- Başkaya, Ş. (1999). Hunting Tourism. *Forest and Hunting*(1), 19-21.
- Başkaya, Ş., Başkaya, E., & Arpacık, A. (2012). Relationship between forest protection and hunting tourism in Turkey. *African Journal of Agricultural Research*, 7(42), 5637 -5643.
- Beeh, Y. Y. (2017). The role of community in the development of Wae Rebo as a community- based tourism destination in east Nusa Tenggara. *Journal of Business on Hospitality and Tourism*, 13(1), 46-63.

- Blanchard, L. A. (2005). *Peace, Tourism and Conflict, Does Tourism make or break Peace?* . Routledge.
- Blekesaune, A., Brandth, B., & Haugen, M. S. (2008). Visiting a farm based tourist enterprise - who are the visitors and what is the future potential? *17th Nordic Symposium in Tourism and Hospitality Research*. Bygdeforskning.
- Botton, d. A. (2003). *The art of travel*. London: Penguin.
- Briones, Z. B., Yusay, R. M., & Valdez, S. (2017). Enhancing community based tourism programs of Gawad Kalinga Enchanted Farm towards sustainable tourism development. *Journal of Economic Development, Management, IT, Finance and Marketing*, 9(1), 51- 60.
- Bruce, P., & Malcolm, C. (2009). *River Tourism* . CABI.
- Busby, G., & Rendle, S. (2000). The transition from tourism on farms to farm tourism. *Tourism Management*, 21(6), 635-642.
- Butler, R. (1992). Alternative Tourism: The thin Edge of the Wedge . *Tourism Alternatives: Potentials and Problems of Tourism* (s. 31-46). içinde USA: International Academy for the Study of Tourism.
- Butler, R. W. (1990). Alternative Tourism: Pious Hope or Trojan Horse? *Journal of Travel Research*(3), 40–45.
- Butler, R. W. (1991). Tourism, Environment, and Sustainable Development. *Environmental Conservation*(18), 201–209.
- Butler, R. W. (1993). Tourism – an evolutionary perspective. *Tourism and sustainable development: monitoring, planning, managing*. içinde University of Waterloo, Department of Geography, Waterloo, Ontario, Publication.
- Caballero, S. D., & Mugomba, C. (2006). *Medical tourism and its entrepreneurial opportunities: A conceptual framework for entry to the industry [dissertation]*. Sweden: Goteborg University.
- Carmen, I. M. (2020). Religious Tourism - Between Content And Desire In Economic And Social Development. *The Journal Contemporary Economy*, 5(4), 170-179.
- Carrera, P., & Bridges, J. (2008). *Health and medical tourism: What they mean and imply for health care systems?* New York: HanserVerlag.

- Casasnovas, A. (2016). Yachting Tourism. *Encyclopedia of Tourism*. Cham, The Netherlands : Springer International Publishing.
- Christou, L., & Cyprus, N. (2012). Is it possible to combine mass tourism with alternative forms of tourism: The case of Spain, Greece, Slovenia and Croatia. *J. Bus. Adm*(11), 1–8.
- Cohen, E. (1987). Alternative Tourism: A Critique. *Tourism Recreation Research*(12), 13–18.
- Cooper, C. P., & Ozdil, I. (1992). From mass to responsible tourism. "The Turkish Experience". *Tourism Management*, 13(4), 377-386.
- Coutinho Pires dos Santos, B., Filomena Torres, M., Cunha, C., & Duran Sanchez, A. (2016). Thermal resorts of Extremadura and engagement with consumer in Facebook (Spain), Enlightening Tourism. *A Pathmaking Journal*, 6(1), 63-85.
- Cox, J. (1985). The resort concept: the good, the bad and the ugly. *Keynote paper presented to the National Conference on Tourist Resort Development* (s. 4-11). Sydney: Kuring-gai College of Advanced Education.
- Crompton, J. (1999). *Measuring the economic impact of visitors to sports tournaments and special events*. Ashburn: National Recreation and Park Association.
- Csápó, J. (2012). The Role and Importance of Cultural Tourism in Modern Tourism Industry. *Strategies for Tourism Industry – Micro and Macro Perspectives* . içinde IntechOpen.
- Çanakçıoğlu, H., & Mol, T. (1996). *Information on Wild Animals* . İstanbul: İÜ Faculty of Forestry Publication.
- Çelik, S. (2018). Alternatif Turizm. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11(56), 193-204.
- Dalgıç, A., & Birdir, K. (2015). Yayla turizmine katılan turistlerin seyahat motivasyonları, algılanan değer, tatmin düzeyleri ve sadakatleri üzerine bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(3), 3-17.
- Daniels, M. J. (2007). Central place theory and sport tourism impacts. *Annals of Tourism Research*(34), 332-347.
- Daniels, M. J., & Norman, W. C. (2003). Estimating the economic impacts of seven regular sport tourism events. *Journal of Sport Tourism*(8), 214-222.
- Daniels, M. J., Norman, W. C., & Henry, M. S. (2004). Estimating the income effects of a sport tourism event. *Annals of Tourism Research*, 3(1), 180-199.

- Daniels, T., & Tichaawa, T. M. (2021). Rethinking Sport Tourism Events in a Post-Covid-19 South Africa. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 10(4), 1241-1256.
- Diakomihalis, M. (2009). Ο Θαλασσιος Τουρισμος Και Οι Οικονομικες Επιδρασεις Του. *Nautical Tourism and its economic impacts*.
- Diamantis, D. (1999). The Concept of Ecotourism: Evolution and Trend. *Current Issues In Tourism*, 2(2), 93-122.
- Dodds, R., Ali, A., & Galaski, K. (2018). Mobilizing knowledge: Determining key elements for success and pitfalls in developing community-based tourism. *Current Issues in Tourism*, 21(13), 1547-1568.
- Downing, M., & Roberts, K. R. (2021). Estimating Visitor Use-Value of Arboreta: The Case of the University of Tennessee Arboretum. *Journal of Environmental Horticulture*, 9(4), 207- 210.
- Dönmez, F. G., & Topaloğlu, C. (2018). Swot Analysis Of Plateau Tourism Potential Of Karabağlar Plateau With Its Authentic Environment. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*(58), 223-238.
- Dragičević, V. (2008). Stanje i perspektive kongresnog turizma u Novom Sadu, Novi Sad: Departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo,. *PMF Univerzitet u Novom Sadu*.
- Eboy, O. V., & Lian, J. C. (2021). Application Of GIs In Identifying Potential Site For River Tourism Activities Along The Petagas River. *Elementary Education Online*, 20(4), 743-752.
- Erdoğan, N. (2003). *Environment and (eco)tourism*. Erk Publication : Ankara.
- Fachrudin, H. T., & Lubis, M. D. (2016). Planning for Riverside Area as Water Tourism Destination to Improve Quality of Life Local Residents, Case Study: Batuan – Sikambang River, Medan, Indonesia. *Procedia Social and Behavioral Sciences*(234), 434-441.
- Faustin, H., & Claude, H. J. (2023). Botanic Garden Tourism and its Potential as Tourist's Attraction in Karongi District. *Journal of Hospitality and Tourism*, 3(1), 1-13.
- García-Ramon, M., Cannoves, G., & Valdonvinos, N. (1995). Farm tourism gender and the environment in Spain. *Annals of Tourism Research*(22), 267-282.

- Garrod, B. (2011). *Diversification into farm tourism: Case studies from Wales*”, *Case Study and Student Material. Contemporary Cases Online*. Oxford: Retrieved Goodfellow Publishers Limited, Woodeaton.
- Geić, S. (2011). Menadžment selektivnih oblika turizma. *Split: Sveučilište u Splitu*.
- Giampiccoli, A., & Saayman, P. M. (2018). Community-based tourism development model and community participation. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 7(4), 1-27.
- Gratton, C., Dobson, N., & Shibli, S. (2000). The economic importance of major sports events: A case study of six events. *Manag. Leis.*(5), 17–28.
- Gratton, C., Shibli, S., & Coleman, R. (2005). The economics of sport tourism at major sports events. *Sport Tourism Destinations* . içinde Oxford: Butterworth: Heinemann.
- Guia, J. (2021). Conceptualizing justice tourism and the promise of posthumanism. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(2/3), 503-520.
- Gursoy, D., & Kendall, K. (2006). Hosting mega-events: Modelling locals’ support. *Annals of Tourism Research*(33), 603-623.
- Gündüz, C., & Topaloğlu, C. (2016). Alternatif turizm faaliyetleri kapsamında gelişmekte olan yayla turizm merkezlerine bir örnek: Niksar Çamiçi Yaylası. *Ulusal Alternatif Turizm Kongresi*. Erzincan.
- Habiba, M., & Lina, F. Y. (2023). Community-Based Tourism (CBT): A Community Development Tool. *European Journal of Business and Management*, 15(17), 1-9.
- Hall, C. M. (1992). Adventure, sport and health tourism. *Special Interest Tourism* (s. 141–158). içinde London, UK: Pluto Press.
- Harahsheh, S. (2002). *Curative tourism in Jordan and its potential development [dissertation]*. Bournemouth: Bournemouth University.
- Hepcan, C. C., & Ozkan, B. (2005). Determining the possibilities that botanical gardens offer to users as urban outdoor spaces. *Journal of Ege University Faculty of Agriculture*, 42(3), 159-170.
- Hermawan, H., Sholihah, T., Santosa, A., & Nugroho, D. S. (2021). The Effect Of Alternative Tourism Trends On The Visiting Decisions Of Millennial Tourists. *Jelajah: Journal Tourism and Hospitality*, 3(2), 1-12.

- Higgins, D. (2008). Engaging the Small Firm in Learning: practice based theorising on complex social knowledge in the SME Firm. *ISBE Conference*.
- Higgins-Desbiolles, F. (2008). Justice tourism and alternative globalisation. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(3), 345-364.
- Higgins-Desbiolles, F. (2018). The potential for justice through tourism. *Questions conceptuelles dans le champ du tourisme*(13).
- Higgins-Desbiolles, F., & Bigby, B. C. (2021). A local turn in tourism studies. *Annals of Tourism Research*.
- Higham, J. (1998). Tourists and Albatrosses: The Dynamics of Tourism at the Northern Royal Albatross Colony, Taiaroa Head. *New Zealand. Tourism Management*(19), 521-531.
- Hjalager, A. M. (1996). Agricultural diversification into tourism: evidence of a European community development programme. *Tourism Management*, 17(2), 103-111.
- Hudson, S., & Hudson, L. (2010). *Golf Tourism*. Oxford, UK: Goodfellow Publishing.
- Hudson, S., & Hudson, L. (2014). *Golf tourism*. Oxford, UK: Goodfellow.
- Hutchinson, J., Wang, Y., & Lai, F. (2010). The impact of satisfaction judgment on behavioral intentions: An investigation of golf travellers. *J. Vacat. Mark*(16), 45–59.
- Ioannidis, S. A. (2019). An Overview of Yachting Tourism and its role in the Development of Coastal Areas of Croatia. *Journal of Hospitality and Tourism Issues*, 1(1), 30-43.
- Izadi, M., Ayoobian, A., Nāsiri, T., Joneidi, N., Fazel, M., & Hosseinpourfard, M. J. (2012). Situation of health tourism in Iran; opportunity or threat. *Iranian Journal of Military Medicine*, 14(2), 69-75.
- Jamal, T., & Camargo, B. A. (2014). Sustainable tourism, justice and an ethic of care: Toward the just destination. *Journal of Sustainable Tourism*, 22(11), 11–30.
- Jidda, C. (2023). Assessing Tourists' Perception Of Alternatives To Mass Tourism In Bauchi State. *International Journal of Law, Politics & Humanities Research*, 29(6), 139-146.
- Jiménez-García, M., Ruiz-Chico, J., Peña-Sánchez, A. R., & López-Sánchez, J. A. (2020). A Bibliometric Analysis of Sports Tourism and Sustainability (2002–2019). *Sustainability*(12).

- Kasim, A. (2011). Journal of Hospitality Marketing & Management. *alancing Tourism and Religious Experience: Understanding Devotee's Perspectives on Thaipusan in Batu Caves*. içinde Selangor, Malaysia.
- Kement, Ü. (2019). Foto Safari Etkinliklerine Katılan Bireylerin Ekolojik Dünya Görüşlerinin İncelenmesi. *Business And Management Studies An International Journal*, 7(4), 1275- 1290.
- Kılıç, B., & Kurnaz, A. (2010). Alternatif Turizm ve Ürün Çeşitliliği Oluşturmada Ekolojik Çiftlikler: Pastoral Vadi Örneği. *İşletme araştırmaları Dergisi*, 2(4), 39-56.
- Kilipiris, F., & Zardava, S. (2012). Developing sustainable tourism in a changing environment: issues for the tourism enterprises (travel agencies and hospitality enterprises). *Procedia - Social and Behavioral Sciences*(44), 44-52.
- King, V. (1993). Tourism and Culture in Malaysia . *Tourism in South-East Asia* (s. 99-116). içinde London: Routledge.
- Kiper, T. (2013). Role of Ecotourism in Sustainable Development. *Advances in Landscape Architecture*. içinde InTech.
- Kızılırmak, İ. (2006). *Yayla Turizmi - Tanıtım Açısından Eko Turizm Türü Olan Yayla Turizminin İncelenmesi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Klerk, B. D., & Haarhoff, R. (2015). Green golf tourism: the golfer's perspective. *Journal of Contemporary Management*(12), 926-947.
- Kline, C., Cardenas, D., Leung, Y.-F., & Sanders, S. (2007). Sustainable Farm Tourism: Understanding And Managing Environmental Impacts Of Visitor Activities. *Journal of Extension*, 45(2).
- Knezevic, R., & Zikovic, R. G. (2016). Analysis of the condition and development opportunities of cave tourism in Primorsko Goranska Country. *Turizam Journal*(15).
- Korkmaz, S., & Arıkan, G. (2017). A Study Of Thermal Tourism Consumers' Perspectives Towards Thermal Tourism And Evaluations Of Service Quality Dimensions. *Int Journal Of Health%Manag.%And%Tourism*, 2(1), 49-61.
- Kuguyo, T. T., & Gandiwa, E. (2023). The influence of photographic safaris and game drives on tourism performance in Zimbabwe. *Cogent Social Science*, 9(2), 1-15.

- Kurur, I., Akbaba, A., & Inal, M. E. (2015). A Qualitative Study on Situation Analysis of Faith Tourism: The Case of Tarsus. *Tourism Academic Journal*, 2(1), 62- 76.
- Lanfant, M. F., & Graburn, N. H. (1992). International tourism reconsidered: The principle of the alternative. *Tourism alternatives* (s. 88–112). içinde Wiley.
- Lankia, T., Venesjärvi, R., & Pouta, E. (2022). Importance-Performance Analysis of the Fishing Tourism Service Structure: Recreational Anglers' Preferences on the Remote Salmon River of Teno in Finland . *Fisheries Research*.
- Leong, A. (2008). International Tourism and World Peace. *Journal of Macau University of Science and Technology*, 2(2), 38-44.
- López-Bonilla, L. M., Reyes-Rodríguez, M. d., & López-Bonilla, J. M. (2020). Golf Tourism and Sustainability: Content Analysis and Directions for Future Research. *Sustainability*, 12(9), 1-18.
- Lovelock, B. (2008). An introduction to consumptive wildlife tourism. *Tourism and the consumption of wildlife. Hunting, shooting and sport fishing* . içinde New York: Routledge.
- Marić, R. (2003). Hunting. *Institute of Economic Sciences* , Belgrade.
- Mckinney, T. (2016). Ecotourism. *The International Encyclopedia of Primatology*. içinde John Wiley & Sons, Inc.
- Medeiros, H. M., Guerreiro, Q. L., Vieira, T. A., Silva, S. M., Renda, A. I., & Oliveira-Junior, J. M. (2021). Alternative Tourism and Environmental Impacts: Perception of Residents of an Extractive Reserve in the Brazilian Amazonia. *Sustainability*, 13(2076), 1-29.
- Meler, M., & Ham, M. (2012). Green Marketing For Green Tourism. *Tourism & Hospitality Management, Conference Proceedings*, 130-139.
- Mikulić, J., Krešić, D., & Kožić, I. (2015). Critical factors of the maritime yachting tourism experience: an impact-asymmetry analysis of principal components. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 32(1), 30-41.
- Moretti, E. C., & Lobo, H. A. (2009). Tourism in caves and the conservation of the speleological heritage: The case of Serrada Bodoquena (.
- Moss, S. (2004). *A Bird in the Bush: A Social History of Birdwatching*. London: Aurum.

- Mylonopoulos, D., & Mira, P. (2005). *Nautical tourism Interbooks Θαλάσσιος Τουρισμός*. Interbooks Publishing.
- Nasarudin, M. H., & Bahar, A. M. (2013). River Tourism: A Potential in Pergau River, Jeli, Kelantan. *Journal of Tourism, Hospitality and Sports*(1), 1-17.
- Nieminen, K. (2012). *Religious Tourism - a Finnish Perspective*. Helsinki, Finland: Haaga-Helia University.
- Okharedia, A. A. (2020). The Concept of Cultural Tourism and its Significance in Developing Economies. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 9(2), 1-8.
- Okonkwo, E. E., Afoma, E., & Martha, I. (2017). Cave Tourism and its Implications to Tourism Development in Nigeria: A Case Study of Agu-Owuru Cave in Ezeagu. *International Journal of Research in Tourism and Hospitality (IJRTH)*, 3(3), 16-24.
- Omay, E. G., & Cengiz, E. (2013). Health Tourism in Turkey: Opportunities and Threats. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 4(10), 424-431.
- Oriade, A., & Evans, M. (2011). Sustainable and Alternative Tourism. *Research Themes for Tourism*. içinde CAB International .
- Otoo, F. E. (2014). Constraints of international volunteering: a study of volunteer tourists to Ghana. *Tourism Management Perspectives*(12).
- Ozgenç, C., & Mesci, M. (2020). Stakeholder views on the establishment of a botanical garden in the context of botanical tourism: The example of Gümüşova. *Sivas Cumhuriyet University Journal of Economics and Administrative Sciences*, 21(2), 238-257.
- Özdemir, Ş. (2015). Türkiye'nin Termal Sağlık Turizm Potansiyeli. *Termal Turizm*. içinde Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Özkan, N. (2023). Evaluation Of Bird Watching Tourism From Different Aspects. *Meriç Uluslararası Sosyal ve Stratejik Araştırmalar Dergisi*, 7(19), 202-221.
- Panagiotopoulou, M., & Stratigea, A. (2014). A participatory methodological framework for paving alternative local tourist development paths—the case of Sterea Ellada Region. *Eur J Futures Res*, 2(44), 1-15.
- Pandey, U. (2018). Cave Tourism in the Heart of India: A Study of Madhya Pradesh. *Journal of Emerging Technologies and Innovative Research*, 5(12), 831-840.

- Patterson, C. (2002). *The Business of Ecotourism: The Complete Guide for Nature and Culture-Based Tourism Operations*, Rhinelander. Explorer's Guide Publishing.
- Pearce, D. G. (1987). *Tourism Today: A Geographical Analysis*. New York: Wiley.
- Pérez, R. M., González, M. V., & León, E. J. (2020). Recuento de la inserción del turismo alternativo en la política pública en México. *Rev. Educ.*(25), 5–29.
- Peshevski, M., & Peshevski, D. (2016). The Alternative Tourism In The Republic Of Macedonia – The Case Of Municipality Of Kratovo. *The First International Scientific Conference "Spa Tourism in Serbia and Experiences of Other Countries"*. University Of Kragujevac.
- Pešić, B. (2021). Hunting Tourism as a Factor for Economic Development of Hunting Associations on the Territory of the City of Leskovac. *TURIZAM*, 25(1), 1-10.
- Pratiwi, A., & Pribadi, K. H. (2019). Alternative Tourism Development At Curug Cihérang. *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 1(2), 16-20.
- Prince, S., & Ioannides, D. (2017). Contextualizing the complexities of managing alternative tourism at the community-level: A case study of a nordic eco-village. *Tourism Management*(60), 348-356.
- Rastegar, R. (2022). Towards a just sustainability transition in tourism: A multispecies justice perspective. *Journal of Hospitality and Tourism Management*(52), 113–122.
- Rastegar, R., & Ruhanen, L. (2022). The injustices of rapid tourism growth: From recognition to restoration. *Annals of Tourism Research*.
- Reisman, D. (2010). *Health Tourism: Social Welfare Through International Trade*. Edward Elgar Publishing Limited, Cheltenham.
- Reynard, E. (2020). Mountain Tourism and Water and Snow Management in Climate Change Context. *Interdisciplinary Centre for Mountain Research (CIRM)*, 108(1).
- Richards, G. (2007). *Cultural Tourism. Global and Local Perspectives*. Binghamton, New York: The Haworth Hospitality Press.
- Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*(36), 12-21.
- Rindam, M. (2014). Cave Tourism: The Potentials of Ascar Cave as a Natural Tourism Asset At Lenggong Valley, Perak. *SHS of Conferences Centre for Distance Education*. Malaysia: University Sains .

- Riznić, D., Filipović, N., & Milinčić, U. (2019). Development of sustainable rural tourism in the function of environmental protection from catastrophic phenomena. *Ecologica*, 26(94), 146-152.
- Rustamovich, S. Z. (2022). The importance of congress tourism in the development of economic integration. *Zien Journal of Social Sciences and Humanities*(14), 167-168.
- Sağlık Bakanlığı. (2012). *Evaluation Report on Medical Tourism in Turkey 2012*. Republic of Turkey Ministry of Health Directorate General of Health Services Department.
- Salvarcı, S., & Aylan, K. F. (2021). Visitor Comments About Botanic Parks And Gardens In The Context Of Botanical Tourism. *Journal of Tourism Management Research*, 8(2), 173- 183.
- Sandıkçı, M., & Gürpınar, K. (2008). Termal Turizm İşletmelerinde Kür Hizmetlerinin Algılanan Önemi: Ege Bölgesi'nde Bir Araştırma. *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi*, 10(1), 103-121.
- Scheyvens, R. (2002). *Tourism for development: Empowering communities*. Pearson.
- Scheyvens, R. (2012). *Tourism and poverty*. London: Routledge.
- Sekercioglu, Ç. H. (2002). Impacts of Birdwatching on Human and Avian Communities. *Environmental Conversation*, 29(3), 282-289.
- Seyfi, S., Rastegar, R., Kuhzady, S., Hall, M., & Saarinen, J. (2023). Whose justice? Social (in)justice in tourism boycotts. *Annals of Tourism Research Empirical Insights*, 4(2).
- Sezer, İ., & Kılıç, M. (2015). Yayla turizmi ve rekreasyon amacıyla yaylara gelen ziyaretçilerin bakış açılarının değerlendirilmesi: Kulakkaya Yaylası Örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 5(2), 8-16.
- Shani, A., Wang, Y., Hutchinson, J., & Lai, F. (2010). Applying expenditure-based segmentation on special-interest tourists: The case of golf travelers. *J. Travel Res*(49), 337–350.
- Sharpley, R., & Vass, A. (2006). Tourism, farming and diversification: an attitudinal study. *Tourism Management*, 27(5), 1040-1052.
- Sin, H. L. (2009). Volunteer Tourism—“Involve Me And I Will Learn”?. *Annals of Tourism Research*, 36(3), 480–501.
- Singh, T. V. (2002). Altruistic tourism: Another shade of sustainable tourism. The case of Konda community. *Tourism (Zagreb)*, 50(4), 361-370.

- Slusariuc, G. C., & Bică, M. P. (2015). Mountain Tourism-Pleasure And Necessity. *ECOFORUM*, 4(2/7), 119-126.
- Smith, V., & Long, V. (2000). Farm tourism. *Encyclopedia of tourism*. içinde New York: Routledge.
- Soemarwoto, O. (2001). *Ekologi, Lingkungan Hidup, dan Pembangunan*. Jakarta: Penerbit Djambatan.
- Steven, R., & Jones, D. (2016). Birdwatching tourism. *Encyclopedia of Tourism* (s. 103-104). içinde
- Stone, L. S., & Stone, T. M. (2011). Community-based tourism enterprises: challenges and prospects for community participation; Khama Rhino Sanctuary Trust, Botswana. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(1), 97-114.
- Sugiri, K. G., & Mahyuni, L. P. (2019). Sustainable Tourism Practices As A Strategy To Enhance Corporate Brand. *International Journal of Business, Economics and Law*, 20(5), 7-17.
- Sukirno, Z. L., & Irfan, E. (2019). Teknologi Komunikasi Informasi dan Dekonstruksi Tren Pariwisata. *Journal of Tourism and Creativity*, 3(2), 179-192.
- Šušić, V., & Mojić, J. (2014). Congress Tourism As A Market Niche Of Business Tourism. *Economic Themes*, 52(4), 513-530.
- Talbot, M. (2013). Farm tourism in Wales. Products and markets, resources and capabilities. The experience of the six farm operators. *European Countryside*, 5(4), 275-294.
- Tasci, A. D., Semrad, K. J., & Yilmaz, S. (2013). Community based tourism finding the equilibrium. *COMCEC context: Setting the Pathway for the Future*. içinde Ankara: COMCEC Coordination Office.
- Tekin, Ö. F. (2016). *Alternatif bir turizm türü olarak yayla turizmi ve Bozkır İlçesi'nin potansiyelinin değerlendirilmesi*. Konya: Selçuk Üniversitesi.
- Telfer, D. J. (2009). Development studies and tourism. *The SAGE handbook of tourism studies*, 146-165.
- Theng, S., Qiong, X., & Tatar, C. (2015). Mass Tourism vs Alternative Tourism? Challenges and New Positionings. *Études Caribéennes*, 31-32.

- Tomazos, K. (2020). Volunteer Tourism And Making Choices: Reporting From The Field. *Journal of Tourism & Sports Management (JTSM)*, 2(3), 193-213.
- Tomazos, K., & Cooper, W. (2012). Volunteer tourism: at the crossroads of commercialisation and service?'. *Current Issues in Tourism*, 15(5), 405–423.
- TRAM. (2006). *Medical Tourism: A global analysis, a report by tourism research and marketing*. Netherlands: Atlas Publication.
- Triarchi, E., & Karamanis, K. (2017). Alternative Tourism Development: A Theoretical Background. *World Journal of Business and Management*, 3(1), 35-54.
- UNEP-WTO. (2005). *Making tourism more sustainable. A guide for policy makers*.
- UNWTO. (2018). *Sustainable mountain tourism: Opportunities for local communities*. United Nation World Tourism Organisation.
- Uygur, S. M., & Baykan, E. (2007). Kültür Turizmi ve Turizmin Kültürel Varlıklar Üzerindeki Etkileri. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*(2), 32-39.
- VajiraKachorn, T. (2004). *Implementation of an effective health tourism development plan of Thailand [dissertation]*. Thailand: University of Wisconsin-Stout.
- Valentine, P., & Birtles, A. (2004). *Wildlife watching (wildlife tourism impacts, management and planning)*. Common Ground Publishing Pty Ltd.
- Vo, Q. N. (2020). Community-Based Tourism and Destination Attractiveness: From Theory to Practice. *Journal of Tourism, Hospitality and Sports*(49), 24-36.
- Ward, C. D., Parker, C. M., & Shackleton, C. (2010). The use and appreciation of botanical gardens as urban green spaces in South Africa. *Urban Forestry & Urban Greening*, 9(1), 49-55.
- Wassenberg, C. L., Goldenberg, M. A., & Soule, K. E. (2015). Benefits of botanical garden visitation: A means-end study. *Urban Forestry & Urban Greening*, 14(1), 148-155.
- Wearing, S. (2001). *Volunteer Tourism: Experiences that Make a Difference*. London: CABI.
- Wearing, S. (2003). Special Issue on Volunteer Tourism. *Tourism Recreation Research*(28), 3– 4.
- Wearing, S. L., Benson, A. M., & McGehee, N. (2016). *The Palgrave Handbook of Volunteering, Civic Participation, and Non-profit Associations*. London: Palgrave Macmillan.

- Weaver, D. (2006). *Sustainable Tourism: Theory and Practice*. Butterworth-Heinemann. UK: Oxford.
- Weaver, D. B. (1991). Alternatives to Mass Tourism in Dominica. *Annals of Tourism Research*(18), 414–432.
- Weaver, D., & Lawton, L. (2002). *Tourism Management*. Milton. Australia: Wiley.
- Wilson, R. (2006). The economic impact of local sport events: Significant, limited or otherwise? A case study of four swimming events. *Manag. Leis*(11), 57–70.
- Yamagishi, K., Gantalao, C., & Ocampo, L. (2021). The future of farm tourism in the Philippines: challenges, strategies and insights. *Journal Of Tourism Futures*.
- Yao, Y., Zheng, R., & Parmak, M. (2022). Factors Influencing the Willingness to Pay in Yachting Tourism in the Context of COVID-19 Regular Prevention and Control: The Case of Dalian, China. *Sustainability*, 14(20).
- Yeoman, I. (2008). *Tomorrow's Tourist, Scenarios & Trends*. Oxford: Elsevier Ltd. .
- Yildiz, Ü. (2021). *Research On Alternative Tourism Activities: The Case Of Alanya*. Nicosia: Near East University Institute Of Graduate Studies.
- Zou, G.-l. (2023). An Initial Discussion on River Tourism Teaching. *Journal of Advances in Education and Philosophy*, 7(5), 170-172.

4. TÜRKİYE’DE ALTERNATİF TURİZM

GİRİŞ

Turistler değişen talepleri doğrultusunda kitle turizminden uzaklaşarak yeni arayışlara yönelmişlerdir. Dolayısıyla turizm hareketlerinde yeni arayışların ortaya çıkması ve kitle turizminin olumsuz etkileri, alternatif turizm türlerini ortaya çıkarmıştır. Dolayısıyla alternatif turizm kavramı, belirli destinasyonlara yoğunlaşmanın yol açtığı zararları önleme ve turistleri özel ilgi alanlarına yönlendirme çabalarını içermektedir (Uygur ve Baykan, 2007: 32-35). Alternatif turizm, “sosyal ve ekolojik uyumu ön planda tutan, yerli ve yabancı girişimcilerin iş birliğini ve iyileştirme amacıyla yerli malzemelerin kullanılmasını amaçlayan turizm türü” olarak tanımlanmaktadır. Tosun, Bilim ve Temizkan’a (2003) göre alternatif turizm, “geleneksel ve klasik kitle turizmi ile kent turizminin olumsuz etkilerini azaltmak amacıyla yeni turistik ürünlerin bir araya getirilmesiyle oluşturulan bir turizm türü” olarak ifade edilmektedir. Alternatif turizm anlayışı sayesinde belirli alan ve dönemlerde oluşan yığılmaların önüne geçilerek turizm faaliyetlerinin bir yıla yayılması ve turistlerin farklı destinasyonları tercih etmeleri sağlanmaktadır. Bu sayede hem yeni turizm merkezleri tanıtılmakta hem de kitle turizminden farklı olarak daha küçük gruplara hizmet verilmekte ve destinasyonlarda oluşabilecek zararlar en aza indirilmektedir. Bu nedenle alternatif turizm faaliyetlerinin hayata geçirilmesi turizm kaynaklarının korunarak gelecek nesillere miras bırakılması açısından önem taşımaktadır (Oğan ve Kıvılcım, 2021).

Türkiye’de turizm Batı Akdeniz ülkelerine göre daha geç başlamış olsa da son 30 yılda çok hızlı bir şekilde büyümüş ve bugün hem turist hem de gelir açısından dünyada ilk 10 ülke arasında yer almaktadır. Ancak turizm gelişiminin büyük kısmı kitle turizmi sektöründe veya güneş-deniz-kum turizmi olarak adlandırılan turizmde olmuştur. Kitle turizmi, Türkiye’nin ekonomik kalkınması için hayati öneme sahip olmakla birlikte, uygun planlama yapılmadığı takdirde gelişigüzel bir şekilde gerçekleşmekte ve birçok çevresel ve sosyo-kültürel soruna yol açmaktadır. Türkiye’nin alternatif turizm türlerinin geliştirilmesini teşvik etmesi önemlidir (Egresi, 2016).

4.1. Türkiye’de Alternatif Turizmin Gelişimi

Türkiye, ülke çapında farklı turizm faaliyetleri sunan dünyanın en popüler 10 destinasyonundan biridir. Doğal mirası, tarihi geçmişi, kültürel çeşitliliği ve hoş iklimi nedeniyle 2019 yılında çoğunluğu OECD ülkelerinden olmak üzere 48 milyonun üzerinde

turisti ağırlamıştır. Doğa, plaj, şehir, kültür ve alternatif turizm türlerinde çeşitli aktivitelerin yapıldığı en popüler turizm sezonu yaz mevsimidir. Turizm, Türkiye'nin en önemli ekonomik sektörlerinden biridir ve ulusal GSYİH'nin %3,1'ini oluşturmaktadır (Oğur ve Baycan, 2023).

Türkiye, Akdeniz, Ege ve Karadeniz sahillerinden yüksek kıyı ve iç dağlara, derin oyulmuş vadilerden geniş bozkırlara, verimli alüvyon ovalardan kurak, kayalık yamaçlara kadar çok çeşitli doğal yaşam alanlarını barındırmaktadır. Birçoğu endemik olan bitki ve hayvan türlerinin zengin bir karışımını içeren sayısız topluluk türü ve habitat mozaiğine sahiptir (Güçlü ve Karahan, 2004). Türkiye'nin biyolojik çeşitliliğinin küresel önemi, ikisi karasal (Kafkaslar ve İran-Anadolu) ve biri denizel (Akdeniz) olmak üzere üç ekolojik bölgenin, WWF (Dünya Doğayı Koruma Vakfı) tarafından dünyadaki en önemli ekolojik bölgeler olarak kabul edilen Küresel 200 Ekolojik Bölge olarak sınıflandırılması gerçeğiyle örneklendirilmektedir (UNDP, 2009). Türkiye'nin 3.649'u endemik olmak üzere yaklaşık 11.707 bitki taksonu, 450 kuş ve 413 kelebek türü ile ılıman kuşaktaki en zengin doğal miraslardan birine sahip olduğu ve yaşama alanı sağladığı bilimsel bir gerçektir. Ayrıca UNESCO Dünya Mirası listesinde 18 varlığı bulunmaktadır. Dolayısıyla Türkiye, kültür turizmi, ekoturizm, doğa turizmi, toplum temelli turizm, gastronomi turizmi, sağlık turizmi, inanç turizmi gibi birçok turizm türü açısından rekabet avantajı yüksek bir turizm destinasyonudur (Güneş, 2018).

Türkiye, küresel turizm endüstrisinin önemli oyuncularından biri olmuştur. Türkiye, 1980'lerin ortasından sonra küresel turizm arenasına nispeten geç giriş yapmış olmasına rağmen, rekabetçi bir destinasyon olduğunu kanıtlamıştır. Türk turizminin gelişiminin ilk dönemlerinde ziyaretçi profili ağırlıklı olarak Avrupalılardan (özellikle Almanya, İngiltere, Hollanda, Avusturya vb.) oluşmakla birlikte, bu görünüm giderek daha çeşitli bir yapıya dönüşmüştür. Sovyetler Birliği'nin dağılmasının ardından daha fazla Rus ve Asyalı ziyaretçi Türkiye'yi ziyaret etmeye başlamıştır. Ayrıca, 2000-2010 yılları arasındaki on yılda komşu ülkelerden artan bir akın kaydedilmiştir (Öter, 2013).

Türkiye yaklaşık 2000 yılından bu yana alternatif turizm kaynakları geliştirmeye çalışmaktadır. Ülke, coğrafi konumunun gücü, iklimi, doğal ve çeşitli bitki örtüsü, nehirler, göller vb. zengin bir kültür mozaiğidir (Bulut, Zaman ve Hadimli, 2007). Türkiye hükümeti, turizmdeki başarısının sadece gelirlere değil, aynı zamanda turizmi geleceğe taşıyacak çevreye duyarlı politikalarla da ölçülebileceğinin farkına varmış (Tezcan 2004) ve turizm ürünleri çeşitliliğini artırmak için büyük bir çaba başlatmıştır. yayla turizmi, dağcılık, mağaracılık (mağara keşfi), trekking, kuş gözlemciliği, bisiklet, kaplıca ve kaplıcalar, nehir rafting, kış

sporları, gezi ve yatçılık, golf gibi düşük sezonlarda kullanılacak bazı yan ürünlerin desteklenmesi, seminer, konferans ve kongre etkinlikleri ön plana çıkmaya başlamıştır (Turanlıgil, 2016).

Türk hükümeti, turizmin faydalarını Ege ve Akdeniz kıyılarından diğer illere yaymak için, her ilin kendine özgü çekiciliklerine ve kaynaklarına dayanan niş turizm biçimlerine odaklanması gerektiğine inanmaktadır (Pinar, 1996). Bu strateji, eğer başarılı olursa, geri kalmış bölgelerin ve dezavantajlı grupların sosyal ve ekonomik kalkınmasını teşvik etmeyi vaat etmektedir. Üstelik kitle turizmini alternatif turizm biçimleriyle tamamlamak, Türkiye'nin turizm teklifini rakiplerinden daha iyi farklılaştırabilmektedir (Okumuş vd., 2012). Hükümetin belgesinde alternatif turizmin iki biçimi özellikle vurgulanmıştır: kültürel turizm ve inanç turizmi. Güney ve Güneydoğu Anadolu, bir kısmı UNESCO listesinde yer alan çok zengin bir kültürel ve dini yapı ve gelenek mirasına sahip olduğundan, bu iki turizm türünden özellikle faydalanabilir. Türkiye'nin 2023 yılı turizm stratejisinde ayrıca Zeytin, Kış, İnanç Turizmi, İpek Yolu Turizmi, Karadeniz, Yayla, Trakya Kültür Koridorları gibi yedi turizm gelişim koridorunun oluşturulması da önerilmiştir (Okumuş vd., 2012). Ayrıca bazı iç bölgeler termal turizm, kültür turizmi, kırsal turizm, kış turizmi, golf turizmi, dağ turizmi, yat turizmi, kongre turizmi ve ekoturizm gibi alternatif turizm türlerinin geliştirilmesi açısından yüksek potansiyele sahiptir (Tezcan, 2004). Hükümetin planının uygulanmasındaki en büyük engellerden biri, Batılı turistleri çekmek ve ağırlamak için yeterli altyapının bulunmamasıdır (Tosun, Timothy ve Öztürk, 2003). Ancak Kültür ve Turizm Bakanlığı'na (2007) göre hükümet, yeni yollar inşa ederek, havalimanlarını iyileştirerek ve restore edilmiş tarihi binaları konuk evlerine ve ailelere ait küçük otellere dönüştürerek bu durumu çözmeye kararlıdır (Egresi, 2016).

4.2. Türkiye'de Alternatif Turizm Çeşitleri

Türkiye'de alternatif turizm çeşitleri arasında kırsal turizm, tarım ve çiftlik turizmi, gastronomi turizmi, kültürel turizm, sağlık turizmi, spor turizmi, inanç turizmi, kış ve dağ turizmi, akarsu turizmi, av turizmi, golf turizmi ön plana çıkmaktadır.

4.2.1. Kırsal Turizm

Kentleşmenin artması, tarımsal modernleşme ve çevreye bakış açısının değişmesi kırsal alanların popülerleşmesinde önemli rol oynamıştır. Kırsal turizm zorlu, kırsal alan olarak adlandırılan bu alanlarda, bölgenin ekonomik, sosyopolitik, kültürel, tarihi, coğrafi ve beşeri

yapısına göre gelişen alternatif bir turizm türü olarak dikkat çekmekte ve geliştirilmesi de teşvik edilmektedir (Kuşat, 2016).

Kırsal turizmin 2023 Türkiye Turizm Stratejisi'ne dahil edilmesinin ardından Tarım ve Köyişleri Bakanlığı da AB'nin sağladığı destek programlarına dahil edilerek bu konuda girişimler başlatılmıştır. IPARD programı iki aşamaya ayrılarak üyelik sürecinde Bakanlık tarafından hazırlanmıştır. Birinci aşama 2007-2009, ikinci aşama ise 2011-2013 yıllarını kapsamaktadır. İlk aşamada kırsal turizmin destekleneceği iller Amasya, Çorum, Diyarbakır, Erzurum, Hatay, Kahramanmaraş, Kars, Konya, Samsun, Sivas, Şanlıurfa, Tokat ve Trabzon'un yanı sıra Afyon, Ağrı, Burdur, Çankırı, Erzincan, Giresun, Isparta, Kastamonu, Kütahya, Mardin, Nevşehir, Ordu, Uşak, Van ve Yozgat'a da destek verilmiştir. ikinci aşama Türkiye'de yürütülen kırsal turizm projeleridir (Şengül, Türkay ve Hatipoğlu, 2012).

Türkiye, birçok ülke gibi tarımsal ve coğrafi bölgelerine göre çok önemli bir potansiyele sahiptir. Bu nedenle özellikle orta dönemde yerli turistler, uzun dönemde ise uluslararası turistler açısından büyük bir potansiyele sahiptir. Türkiye kırsal turizm sektörünün SWOT analizi şöyledir (Ozcatalbas vd., 2010);

Güçlü Yanları: Doğal güzellikler, manzara, kirlenmemiş çevre ve kaynaklar, farklı coğrafi ve topografik yapıya sahip olması, farklı iklim koşullarına ve mikro iklim bölgesine sahip olması, kırsal tarih ve kültürel miras, kırsal mimari özellikler, zengin sosyal ve kültürel karakterler, lider ve yenilikçi çiftçilerin sahipleri, yüz yüze iletişimin olması, el sanatları üretim merkezi, zengin geleneksel el sanatları (halı, kilim, el örgüsü, ağaç işleme, boncuk işleme, sepet, metal ve seramik işleri, yöresel oyuncaklar, tencere tava), zengin tarih ve halk oyunları ile geleneksel törenler (düğünler, bayramlar, özel günler), köyün doğal zenginliklerinin koruyucusu olması, doğa ile iç içe ortam olması, şehirlilerin dinlenme mekanı, sıcak sosyal ilişkilerin varlığı, köyün tarımsal üretiminin merkezi olması, zengin rekreasyon alanının varlığı, geleneksel Türk misafirperverliği, dürüst, güvenilir ve samimi bir ortam, kırsal ve kentsel alanlarda gizli işsizliğin olması, kırsal alanda bilgi ve iletişim tekniklerinin geliştirilmesi gibi unsurlar güçlü yanları arasında yer almaktadır.

Zayıf Yönleri: Finansman ve devlet desteği eksikliği, kırsal kesimde yaşayanların eğitim seviyesinin düşük olması, yetersiz planlama, sağlık ve ilk yardım hizmetlerinin eksikliği, yaşam tarzı ve zamanın etkileri, altyapı, yol ve ulaşım eksikliği, çiftçi birliği ve örgütlenmesinin olmayışı, turizme yönelik iş ve sermaye kullanımı deneyimi eksikliği, kamu ve özel sektör

arasında zayıf koordinasyonu, çiftçiler arasında zayıf ilişkiler, kırsal halkın zayıf örgütlenme kapasitesi, kırsal kesimde yaşayanların turizm ve hizmet sektörlerindeki beceri eksikliği, zayıf pazarlama ve halkla ilişkiler, kötü konfor ve yaşam koşulları, kırsal halkın motivasyonunun düşük olması, kırsal kesimdeki çocuklara yönelik turizm eğitimi eksikliği, yetişkinlere yönelik turizm uzantısı eksikliği, vergi gelirleri, hizmet sektöründe çalışmama, düşük kişisel gelişim fikri, dünyadaki ilişkiler ve yetersiz tanınma gibi unsurlar zayıf yönleri arasında yer almaktadır.

Fırsatlar: Alternatif turizm faaliyetlerinin geliştirilmesi, eğitilmiş ve eğitilmiş kırsal insan kaynakları, özel sektörün kırsal turizme yönelik yatırımları, kırsal halkın turizm konusunda farkındalığı, uluslararası turizm firmasının kırsal turizme yönelik organizasyon yapması, ilde yüksek işsizlik oranı ve gençlerin kırsal alana göç etme ihtimali, kırsal kesime demiryolu sistemi kurma, tarımsal desteğin devlet tarafından düşük maliyet ve fiyatla yapılması, kırsal alanın turistlere açılması, göç nedeniyle kırsal nüfusun kaybı, doğadan uzaklaşıp kentte ve kırsalda yaşamak özelemlerinin artmasına neden olması, sanayi ve hizmet sektörü istihdamını artırması, kırsal turizmin öne çıkmasıyla uluslararası turizm hareketliliği, kırsal turizme öncelik veren turizm geliştirme politikaları, tarım politikasında alternatif geçim kaynağı olarak kırsal turizmin desteklenmesi, ülkeye gelen yabancı turistlere yönelik tur programı organizasyonunun geliştirilmesi gibi unsurlar fırsatlar arasında yer almaktadır.

Tehditler: Yüksek enflasyon oranı, Yerli turistlerin satın alma gücünün düşmesi, Kırsal alanda turist olmanın maliyet ve fiyatının yüksek olması, Küresel ısınma ve iklim koşullarının değişmesi, Yüksek gübre ve kimyasal kullanımı ve yanlış tarım uygulamaları nedeniyle toprağın, malzemenin ve kırsal çevrenin kirlenmesi, Kırsal turizmi geliştirme politikalarının eksikliği, Toplam kalite yönetimi uygulama standartlarının ve deneyiminin olmayışı, Yaşlı çiftçilerin yüksek ortalaması ve yaşlanan nüfus, Tarımsal üretim faaliyetlerinin artırılmasının önemi, Kirlilik ve kırsal alanların çekiciliğinin kaybolması gibi unsurlar tehditler arasında yer almaktadır.

4.2.2. Tarım ve Çiftlik Turizmi

Son otuz yıldır tarım sektöründe girdi maliyetlerinin artması, üretilen ürünlerin satış fiyatlarının düşük olması, iklim değişikliği, küreselleşme, hükümetlerin uyguladığı olumsuz tarım politikaları, çiftlik sahiplerini ürünlerini çeşitlendirmeye yöneltmiştir. Tarım turizmi bu tür ürün çeşitlerinden biridir (McGehee, Kim ve Jennigs, 2007; Yang, 2012). Uzun bir süredir tarım turizminin kırsal bölgelerin sosyal ve ekonomik kalkınmasında ve rönesansında önemli bir unsur olduğu düşünülmektedir. Türkiye'de tarım turizmi 2004 yılında Birleşmiş Milletler

Kalkınma Programı'nın desteğiyle Buğday Ekolojik Yaşamı Destekleme Derneği tarafından başlatılmıştır (Artuğer ve Kendir, 2013).

Tarımsal turizm, İstanbul ve İzmir gibi büyük şehirlerin, Muğla ve Antalya gibi turistik merkezlerin, Bursa, Safranbolu ve diğer tarihi ve kültürel zenginliklerin çevresinde gelişmiştir. Muğla, Samsun, Çanakkale, Burdur, Artvin, Erzurum ve Antalya tarımsal turizmin yoğun olduğu şehirlerdir. Muğla'da tarım turizminin yapıldığı Fethiye, Köyceğiz ve Datça'da çiftlikler bulunmaktadır. İzmir'in Selçuk ilçesine bağlı Şirince Köyü tarımsal turizm açısından çok önemli bir turizm destinasyonudur (Türkben, Gül ve Uzar, 2012: 47-50). Türkiye'deki tarım turizmi örnekleri genellikle fuar ve festivaller şeklindedir. Demirezen (2018) Tekirdağ, Çanakkale, Kırklareli ve Nevşehir'de bağbozumu festivalleri bulunmaktadır. Türkiye'de ağaç budama, kesim ayarı, tohum ekimi, sarımsak ve soğan ekimi, yazlık sebze ekimi, kurutmalık çiçek toplama, koyun otlatma, kabak festivali, bağbozumu festivali, meyve/sebze toplama, inek sağımı, reçel yapımı gibi etkinlikler yapılmaktadır (Demirezen, 2020).

4.2.3. Gastronomi Turizmi

Türkiye zengin mutfak kültürüyle gastronomi turizmi potansiyeline sahip bir destinasyondur. Türkiye coğrafi ve iklimsel çeşitliliğe sahip olup birçok kültüre ev sahipliği yapmış, bu sayede Türk mutfağı da her zaman çeşitlilik göstermiştir (Aksoy ve Sezgi, 2015). Gastronomi turizmi kapsamındaki faaliyetler turistlere eşsiz deneyimler yaşatmanın yanı sıra dünya insanları arasındaki kültürel alışverişe ve şehirlerin gelişmesine katkı sağlamaktadır. Gastronomi turizmi diğer turizm türleri kadar doğaya zarar vermemekte ve bölgelerin kalkınmasına yardımcı olmaktadır. Türkiye'de birçok coğrafi işaretli ürün bulunmaktadır (Şahin ve Meral, 2012: 89). Türk Patent Enstitüsü, (2019) bunlar genel olarak meyve, sebze, peynir, zeytin ve zeytinyağı, unlu mamuller, tatlılar, geleneksel yemekler, alkollü içecekler, halılardır. Örnek olarak Giresun Fındığı, Isparta Gülü, Antep Baklavası, Adana Kebabı, Antakya Künefesi, Antep Fıstığı, Van Otlı Peyniri vb. gösterilebilir (Kurt ve Dłużewska, 2018).

Türkiye'de 2020 yılında 478 coğrafi işaret başvurusu yapılmış ve 161 coğrafi işaret tescil edilmiştir. 2021 yılında 577 coğrafi işaret başvurusu yapılmış ve 352 coğrafi işaret tescil edilmiştir. 2022 yılında 523 coğrafi işaret başvurusu yapılmış ve 317 coğrafi işaret tescil edilmiştir. 2023 yılında 209 coğrafi işaret başvurusu yapılmış ve 317 coğrafi işaret tescil edilmiştir (Türk Patent Enstitüsü, 2024). Türkiye'de gastronomi turizminin SWOT analizi (Sahin, 2015);

Güçlü Yönleri: Gıda ürününün yüksek nitelikleri, çeşitleri ve değerleri, başarılı şefler ve yerel ürünler, mutfak dört mevsim ürünü olarak kullanma, türkiye turizm endüstrisinin güçlü yönleri gibi unsurlar güçlü yönleri arasında yer almaktadır. Gastronomi turizminin Türkiye turizmi açısından önemi şu şekilde sıralanabilir (Sahin, 2015):

- Gastronomi turizmi sürdürülebilir kırsal kalkınmanın en önemli araçlarından biridir.
- Gastronomi turizmi hedeflerine sürdürülebilir gastronomi (eko gastronomi) ile ulaşılabilir olacaktır.
- Gastronomi turizmi her mevsim yapılabilmektedir.
- Gastronomi turizmi, turizmin coğrafi yayılımında bir denge unsurudur.
- Gastronomi turizmi birçok turizm türüne entegre edilebilmektedir.
- Gastronomi turizminde rekreasyonel faaliyetler oldukça çeşitli ve bölgeye özeldir.
- Gastronomi turizminde turist profili oldukça farklıdır.
- Gastronomi turizmi doğal çevrenin ve kültürel mirasın korunmasına katkı sağlamaktadır.
- Gastronomi turizmi sürdürülebilir turizm hedeflerinin gerçekleştirilmesinde etkilidir.
- Gastronomi turizmi bir ülkenin pazarlanmasında önemli bir araçtır.

Fırsatlar: Slow Food Hareketi, TAF, seyahat acenteleri, TAFED gibi kuruluşlarla çalışma imkanı, türkiye çapında ürünler geliştirmek için yerel ve bölgesel ürünler aracılığıyla bağlantıların kurulması, mutfak çeşitlerine ilişkin tanıtım faaliyetleri ve ortaklıkların kurulması, üniversitelerde aşçılık eğitimi programları gibi unsurlar fırsatlar arasında yer almaktadır.

Zayıf Yönleri: Türkiye’de dünya mutfak algısının zayıflığı, tüketiciler için yemek pişirme ve yemek konusunda teorik tanımların olmayışı, mutfakları turizm ürünü olarak geliştirmeye odaklanan ulusal kuruluşların eksikliği, mutfak turizmi paketlerinin eksikliği, kamu ve özel sektör arasında işbirliklerinin gerekliliği, uluslararası pazarlara ilişkin mevcut bilgi ihtiyacı, şarap turizmine yönelik tanıtım faaliyetlerinin ve ortaklıkların eksikliği, şeflerin eğitim altyapılarının iyileştirilmesi gibi unsurlar zayıf yönleri arasında yer almaktadır.

Tehditler: Mutfak turizmine yönelik mali sınırlamalar, pazara hazır mutfak bölgesel sınırlamaları, tanıtım zorlukları, türkiye’de mutfak algısı

4.2.4. Kültürel Turizm

Türkiye, kültürün her şeklinin yetişmiş olduğu ve topraklarında yaşam bulduğu önemli bir destinasyon olarak görülmektedir. Kültürle ilişkili tüm değerler günümüzde turizm açısından pazarlama konusu olabilmektedir. Türkiye kültürel turizm açısından nadir ülkeler arasında yer almaktadır. Türkiye kültürel turizm ile birlikte tarihi, doğal, eğlence ve dinlenme temelli turizm açısından da çok önemli bir yere sahiptir. Günümüzde en hızlı gelişim gösteren turizm şekillerinden birisi kültür turizmidir (Yıldız ve Alaeddinoglu, 2011).

Dünyada eşi ve benzeri bulunmayan zenginliklere sahip olan ve aynı zamanda medeniyetlere beşiklik eden Anadolu toprakları Urartular, Sümerler, Likyalılar, Hititler, İyonlar, Bizanslılar, Romalılar, Selçuklular, Osmanlı İmparatorluğu gibi bir çok medeniyetin kalıntıları ve izlerine sahiptir. Türkiye dünya çapında en önemli sualtı zenginliklerine sahiptir. Türkiye’de yüzlerce antik kent ve kalıntıları bulunmaktadır. Türkiye’de birçok ören ve müzeler bulunmaktadır. Türkiye örfleri, adetleri, tarihi, dini, resmi, el sanatları, mimari yapıları, gastronomisi ve giyim tarzı ile de ön plana çıkmaktadır. Türkiye yedi coğrafi bölgesiyle ve herbirinin sahip olduğu çekicilikleri, doğal güzellikleri, tarihi, kentsel ve kırsal alanları, farklı yerleşim dokuları, eski ve günümüzdeki uygarlık ürünleri diğer bir ifade ile kültürü ve kültürel çekicilikleri ile çok önemli bir yere sahiptir. Kitle turizminin yavaş yavaş etkisini kaybetmesiyle kültür turizminin hızlı bir yükseliş içine girmesi beklenmektedir (Bandoğlu, 2015).

4.2.5. Sağlık Turizmi

Türkiye’de sağlık turizmi ya kuruluşların bireysel çabalarıyla ya da yabancı hastaların araştırmaları sonucunda ülkemizi tercih etmeye başlamasıyla başlamıştır. Ülkemizde sağlık turizmi sadece termal ve SPA uygulamalarından ibaretmiş gibi bir algı olmakla birlikte, sağlık turizmi termal, yaşlılık ve medikal turizm olarak üçe ayrılmaktadır. Türkiye termal, yaşlılık ve medikal turizmde özellikle rehabilitasyon, huzurevleri ve topluluklar alanında önemli bir destinasyon olma yolunda ilerlemektedir. Sağlık turizmine sadece tıbbi tedavi olarak bakılmamalıdır. Aynı derecede önemli olan termal kaplıcalar, rehabilitasyon ve emeklilik toplulukları ve yaşlı nüfusa yönelik hizmetlerdir. Türkiye bu tesis ve hizmetleri geliştirme konusunda önemli adımlar atmış ve atmaktadır (İştar, 2016).

Türkiye’de sağlık turizmi bir devlet politikası haline gelmiş ve bunun sonucunda 2011 yılından itibaren sağlık turizmi yasal düzenlemelerde yer almaya başlamıştır. Ayrıca sağlık

turizmi konularında Sağlık Bakanlığı da sorumlu hale gelmiştir. Bu nedenle Bakanlık yeniden organize olmuş ve sağlık turizminin ulusal bazda düzenlenmesi amacıyla merkezi bir birim (Sağlık Turizmi Dairesi Başkanlığı) kurulmuştur. Öte yandan Türkiye, 2002 yılından bu yana ciddi bir sağlık sistemi yeniden yapılanmasına uğramıştır. Yeniden yapılanmanın amacı, sağlık sistemini modernizasyon ve kalite standartlarının yükseltilmesiyle daha verimli, daha etkin ve kullanılabilir hale getirmektir (Özer ve Songur, 2012: 76). Son dönemde yapılan araştırmalar, “Dünyanın her yerinden yabancı hastaların plastik cerrahi, göz ameliyatları, saç ekimi, doğurganlık, açık kalp ameliyatları, dermatoloji, kanser tedavileri, beyin cerrahisi, ortopedi, diş operasyonları vb. tedaviler için sağlık kuruluşlarına Türkiye'ye gelmesiyle birlikte sağlık sisteminin yeniden düzenlenmesinin olumlu sonuçlar vermeye başladığını ve yüksek teknoloji standartlarında daha düşük fiyatlara sunulduğunu” göstermektedir (BAKA, 2011: 16). Yüksek teknoloji standartlarında daha düşük fiyatlara sahip olmak, Türk sağlık turizmi endüstrisi için gerçek bir rekabet avantajı sağlayacak gibi görünmektedir (Omay ve Cengiz, 2013).

Türkiye'de Bursa, Denizli ve Afyon şehirleri doğal güzellikleri ve kaplıcalarıyla ünlüdür. İstanbul tarihi bir merkez olmasının yanı sıra modern ve donanımlı sağlık tesislerine de sahiptir. Böylelikle Bursa ve Afyon gibi şehirlerde termal turizm daha gelişmiş olurken, medikal turizm de İstanbul ve Ankara gibi Türkiye'nin büyük şehirlerine daha fazla insan çekmektedir. Ayrıca Antalya şehri yaşlılara yönelik hizmetler sunmaktadır ve İzmir spa ve sağlıklı yaşam turizmi ile tanınmaktadır (Ozkan, 2020). 2021 yılında yaklaşık 670.000 turist sağlık turizmi için Türkiye'yi ziyaret etmiştir (USHAS, 2022). Türkiye'de Sağlık Turizminin SWOT Analizi şöyledir (Aydogdu ve Kose, 2022);

Fırsatlar: Avrupa ülkelerinde yaşam beklentisinin artması, İslamofobi nedeniyle varlıklı Müslümanların sağlık hizmetlerini İslam ülkelerinde almayı tercih etmeleri, Avrupa'da yaşayan ve Türkiye'de sağlık hizmeti almayı tercih edebilecek çok sayıda Türk'ün varlığı, Yabancılarla muamele yoluyla elde edilen gelire %50 vergi muafiyeti, Sağlık Bakanlığı'nın stratejik eylem planında sağlık turizminin yer alması, İnternet sayesinde bilginin yurtdışına yayılmasının kolaylığı, Sağlık Turizmi Koordinasyon Kurulunun oluşturulması, Sağlık turizmi sertifikası veren eğitim programlarının olması

Tehditler: Sağlık hizmetlerinin maliyetinde artış, Yanlış fiyatlandırma politikaları, Sağlık yasa ve yönetmeliklerinde sürekli değişiklikler, Hasta haklarına ve yanlış tıbbi uygulamalara gereken önem verilmemesi, Sağlık turizmi alanında standartların olmayışı, Doktorların ve diğer sağlık profesyonellerinin artan göçü, Diğer ülkelerin sağlık turizmi konusunda daha kaliteli ve

ilgi çekici tanıtım ve reklamlar yapması, Ülkede terörle ilgili haberlerin yarattığı olumsuzluklar, Komşu ülkelerde yaşanan sorunların (savaş, terör) olumsuz etkileri, Deprem ve sel gibi doğal afetler, Büyük şehirlerde trafik sıkışıklığı, Ekonomik kriz

Güçlü Yönleri: Türkiye'yi her yıl çok sayıda turistin ziyaret etmesi, Kaliteli turistik tesisler, Sağlık turizmiyle bağlantılı diğer turizm türlerinin sunulması, Turizm sektöründe deneyim, Jeotermal kaynaklar, Turizm için çeşitli fırsatlar (diğerlerinin yanı sıra din, doğa ve kültür turizmi), İyi bir ulaşım ağı, Sağlık turizmine vize kolaylığı, Sağlık turizmine ilişkin yasal düzenleme ve devlet desteği, Coğrafi konum, Ilıman hava, Genç ve dinamik sağlık iş gücü, Nitelikli doktorlar, Sağlık sektöründe ileri teknoloji, Birçok JCI onaylı sağlık tesisi, Uygun fiyatlı sağlık hizmetleri, Ameliyatlara için minimum bekleme süresi, Türklerin iletişimsel, yardımsever ve dost canlısı insanlar olmaları.

Zayıf Yönleri: Sağlık turizminin tam anlamıyla organize edilememesi, Sağlık, turizm, pazarlama, lojistik, ulaşım ve sigorta arasında entegrasyonun yetersiz olması, Sağlık turizminde aktif olarak çalışan kurum sayısının az olması, Yöneticilerin ve sağlık çalışanlarının gelişime açık olmamaları, Yabancı sağlık mevzuatı ve hasta hakları konusunda çok az bilgisi olan yöneticiler ve sağlık profesyonelleri, Yabancı dil bilen az sayıda sağlık çalışanı, Sağlık turizmi amacıyla ülkeye gelen hastalara ilişkin belge eksikliği, Sağlık çalışanlarının yetersizliği.

4.2.6. Spor Turizmi

Spor turizmi Türk turizmini çeşitlendirmek için güçlü bir adaydır. Türkiye toprakları, iklimi ve coğrafyası nedeniyle tüm yıl boyunca spor turizmine olanak sağlamaktadır. Türkiye'de spor turizmi ile ilgili yapılan sınırlı sayıdaki çalışmalar, spor turizmi aktivitelerinin başında su sporları ve doğa sporlarının geldiğini göstermektedir. Son yıllarda popüler spor kültürüne alternatif olarak ekstrem sporlar Türk spor turizmi açısından potansiyel taşımaktadır. Alternatif sporlar arasında rafting, yamaç paraşütü, binicilik, su altı ve su sporları, mağaracılık, kış sporları, dağcılık ve kaya tırmanışı yer almaktadır. Türkiye'nin birçok bölgesi ekstrem sporlara katılıma uygun bir yapıya sahiptir (Yıldız ve Mavi, 2008).

Türkiye'de turizm ve spor sektörlerinde yaşanan önemli gelişmelere, gerçekleştirilen spor etkinliklerine ve bunların turizme olan yansımalarına bakıldığı zaman, turizm sektörünün alt kademesi olan spor turizminin, tüm dünyada olduğu gibi, ülkemizde de önemli bir potansiyele sahip olduğu söylenebilir. Türkiye'de spor turizmi kapsamında aşağıda sıralanan önemli gelişmeler yaşanmıştır (Uysal, 2017);

- Uluslararası spor turnuvaları,
- 2005-2011 yılları arasında İstanbul şehrinde düzenlenen Formula 1 yarışması,
- Antalya'da 2009-2010 yılları arasında gerçekleştirilen halter, judo, voleybol, eskrim, atıcılık, bisiklet, badminton, tenis vb. gibi sporları kapsayan 177 adet spor etkinliği,
- 2011 yılında Erzurum'da gerçekleştirilen üniversiteler arası kış olimpiyatları oyunları,
- 2012 yılında İstanbul'un Avrupa spor başkenti ünvanını alması,
- 2012 yılında gerçekleştirilen Dünya salon atletizm şampiyonası,
- 2012 yılında gerçekleştirilen kısa kulvar yüzme şampiyonası,
- 2013 yılında :Mersin'de gerçekleştirilen Akdeniz olimpiyatları,
- 2013 yılında ülkemizin 7 farklı kentinde oynanan FIFA-20 Dünya Kupası,
- Türkiye'de 2017 yılına kadar 104 tane uluslararası tenis turnuvası gerçekleştirilmiştir.

4.2.7. İnanç Turizmi

Tarihsel olarak üç ana din Anadolu'da bir arada yaşamıştır. Bu tarihi ve bir ölçüde de modern zamanların bir arada yaşaması nedeniyle, Türkiye şu anda çeşitli 822 dini anıt ve derin kültürel değere sahip kalıntılara ev sahipliği yapmaktadır. Türkiye, Yahudilik ve Hıristiyanlık tarihinde önemli bir rol oynamış olup, tarihsel açıdan önemli dini mekanlarıyla da bunu kanıtlamaktadır: İbrahim'in doğum yeri olan Harran, Ağrı Dağı; Nuh'un gemisinin karaya oturduğu yer, Efes, Tarsus ve Kapadokya bölgesi örnek gösterilebilir. Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı, 1993 yılında hayata geçirdiği İnanç Turizmi Projesi ile Türk topraklarında yüzyıllar boyunca bir arada yaşayan üç semavi dinin (Musevilik, Hristiyanlık ve İslam) miras bıraktığı kutsal mekanların büyük bir envanterini çıkarmıştır. Türkiye'nin dört bir yanında yüzyıllar boyunca üç semavi dinin anısına inşa edilen tarihi öneme sahip kutsal mekanların mimari yapılarının, kalıntılarının ve çevresinin güzelleştirilmesi ve korunması için tüm hazırlıklar yapılmıştır. Çevre düzenlemesi, aydınlatma ve ulaşım konularında planlanan iyileştirmelerle tanıtım yapılarak ziyaretçi sayısının artırılması ve bu değerli kalıtsal kalıntıların gelecek nesillere aktarılması amaçlanmaktadır (Yener ve Onurlubaş, 2019).

Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın 1993 yılında yaptığı çalışmaya göre üç büyük dine ait 316 mekan tespit edilmiştir. 1993 yılında yapılan bu çalışmada Türkiye'de ziyaret edilmesi gereken başlıca Hıristiyan mekanları;

- Hatay-Merkez St. Pierre Anıt Müzesi

- Mersin-Tarsus St. Paul Kuyusu
- İzmir-Selçuk Meryem Ana Evi
- Antalya-Demre Aziz Nicholas Kilisesi
- Bursa-İznik Ayasofya Camii
- Manisa-Sard Sardes Sinagogu
- Manisa-Alaşehir St. Jean Kilisesi
- Manisa-Akhisar Thyateira Kilisesi
- Isparta-Yalvaç Pisidia Antakyası
- Nevşehir-Derinkuyu Ortodoks Kilisesi
- Denizli-Pamukkale Laodikya Antik Kenti

4.2.8. Kış ve Dağ Turizmi

Alpleri Himalayalara bağlayan Toroslar ve Kuzey Anadolu Dağları ile Türkiye kış turizmine oldukça uygun alanlara sahip olmasına rağmen bu potansiyelden uzun yıllardır yeterince yararlanılamamıştır (Doğanay ve Zaman, 2013). Ancak son yıllarda bu alana yatırımlar yapılmış ve kış turizmi açısından önemli ilerlemeler kaydedilmiştir (Altaş, Çavuş ve Zaman, 2015). Türkiye ılıman bölge ülkesi olmasına rağmen sahip olduğu özel konum ayrıcalıkları nedeniyle ulusal ve uluslararası öneme sahip kış turizmi merkezlerine sahiptir. Bursa Uludağ, Erzurum Palandöken ve Konaklı, Kayseri Erciyes, Bolu Kartalkaya ve Kars Sarıkamış kış turizmi merkezleri olarak ön plana çıkmaktadır (Ağger, 2011). Bununla birlikte 2011 yılında 25. Dünya Üniversiteler Kış Oyunları'nın ve 2017 yılında Avrupa Gençlik Kış Festivali'nin Erzurum'da yapılması bölgenin özellikle bu alanda önemli bir kış turizmi merkezi potansiyeline sahip olduğunu kanıtlamıştır (Aksoy ve Bilgiç, 2019).

Ülkemizde Kültür ve Turizm Bakanlığınca belirlenen kış turizmi koridorları bulunmaktadır. Bunlar Erzincan, Erzurum, Kars, Ağrı ve Ardahan illeridir. Bu illerde kış turizminin geliştirilmesi ve kış turizmi merkezlerinin daha işlevsel hale getirilmesi amaçlanmaktadır. Bu bağlamda kış turizmine büyük önem veren Türkiye, 2026 yılında yapılacak Kış Olimpiyatları'na adaydır. Ancak tesis sayısı ve kalite konusunda sadece devlet

desteğiyle ilerleme kaydedebilmektedir. Japonya 547 kayak merkeziyle dünyada birinci sırada yer almaktadır. Türkiye ise 51 kayak merkeziyle dünyada 18'inci sırada yer almaktadır. Türkiye'de toplam 11459 yatak kapasiteli 14 tesis bulunmaktadır. Bu tesislerden en yüksek kapasiteye sahip olanı Bursa-Uludağ'dır. Gümüşhane-Zigana'daki tesisler ise en düşük kapasiteye sahiptir. Bu bakımdan Uludağ, Bursa'nın ve Türkiye'nin en önemli kış turizmi merkezi haline gelmiştir (Buyukipekci, Sarı ve Şenel, 2019).

4.2.9. Akarsu Turizmi

Türkiye çeşitli doğal ve kültürel değerlere sahip bir ülkedir. Ülkede alternatif turizm türlerinin birçoğuna yönelik belli potansiyeller bulunmaktadır. Yıl boyu çalışan ve modern şehir yaşamının stres ve yorgunluğundan uzaklaşmak isteyen insanlar doğa yürüyüşleri, kış sporları, su sporları gibi turizm faaliyetlerine yönelmektedir. Bu alternatif turizm taleplerinden nehirler de etkilenmektedir. Akarsular, nehir turizmi şeklinde ifade edilen rafting, kano ve nehir kayağı gibi spor faaliyetleriyle turizm sektöründe ön plana çıkmaktadır. Türkiye'deki akarsuların büyük bir kısmı nehir sporları turizmine uygundur. Türkiye'de bu turizm türünün başladığı nehir Çoruh Nehri'dir. Nehir sporları ilk kez burada başlamıştır. Uzun yıllardır yabancı tur organizasyonları sayesinde bu nehirde rafting yapılmaktadır. Dünyanın en hızlı akan nehirlerinden biri olarak bilinen Çoruh Nehri dünyaca ünlüdür. Türkiye'deki nehirlerin çoğu rafting, kano ve "nehir turizmi" olarak tanımlanan nehir kanosuna oldukça elverişlidir. Akarsu turizmi açısından bu büyük potansiyelin geliştirilip geniş kitlelere hitap edecek şekilde tanıtılması önemlidir. Nehir turizmi büyük yatırımlar gerektirmemektedir. Tarihi, arkeolojik, kültürel, otantik değerleri ve diğer turizm türleri ile çevresinin ayrılmaz bir parçasını oluşturmaktadır (Tekin, 2017).

Türkiye'de kano, rafting ve nehirle ilişkili gerçekleştirilen başlıca akarsular arasında, Çoruh Nehri (Artvin), Fırtına Deresi (Rize), Altıparmak Çayı (Artvin), Büyük Melen Çayı (Düzce), Manavgat Çayı (Antalya), Dalaman Çayı ve Göksu Nehri (Mersin), Köprüçay (Antalya) yer almaktadır. Ülkemizdeki akarsularda 15 yıldan daha fazla zamandır rafting yapılmakta ve birçok turist rafting yapabilmek için Türkiye'yi ve akarsularını ziyaret etmektedir (Çankaya, 1996; Koç, 2019: 19). Özellikle Kızılırmak, Manavgat Çayı, Yeşil Irmak ve Göksu Nehri üzerinde gerçekleştirilen tekne turları da turistlerin ilgilerini çekmektedir (Doğaner, 2019: 449). Türkiye'de turizm amacı ile rafting yapmaya yönelik en popüler yerlerin başında Antalya ilinde Köprülü Kanyon Milli Parkı içerisinde yer alan Köprüçayı gelmektedir.

Burada senede ortalama 1 milyon kişi rafting yapmakta ve turizm faaliyetlerine katılım göstermektedir (Meriç ve Orhun, 2021).

4.2.10. Av Turizmi

Türkiye farklı coğrafi ve iklim özelliklerine sahip bir ülke olup, çok sayıda av ve yabani hayvanın yaşaması ve barınması için uygun bir ortama sahiptir (Unur, 2000). Özer (2020) farklı iklim özelliklerine sahip coğrafi bölgelere sahip olması, bitki örtüsünün diğer Orta Doğu ülkelerine göre daha zengin olması ve 850 cins altında toplanmış 9.000 bitki türünün bulunması da bir diğer önemli etkidir. Dolayısıyla iklim ve beslenme ihtiyaçları farklı olan pek çok hayvan türü kendilerine uygun yaşam alanlarını bulabilmektedir. Başkaya vd. (2012) Türkiye'de avcılığın tarihi yüzlerce yıl öncesine dayanmasına ve avcılık Türkler için önemli bir beslenme ve eğlence kaynağı olmasına rağmen av turizmi oldukça yeni bir konudur (Aksoy ve Seven, 2022).

Türkiye, avcılığın düzenlenmesi, geliştirilmesi, av hayvanlarının ve yaşam ortamlarının korunması amacıyla kurulan Uluslararası Av ve Yaban Hayatı Koruma Konseyi'ne 1967 yılında üye olmuştur. Türkiye'de avcılık seyahat acentelerinin faaliyetlerini düzenlemek amacıyla 1973 yılında "Av Turizmi Yönetmeliği" çıkarılmış ve av turizmine yönelik çeşitli düzenlemeler yapılmıştır (Demir vd., 2012, s. 28). 1977 yılında yabancı turist avcılara seyahat acenteleri aracılığıyla ücret ödenmesi uygulaması getirilmiş ve Türkiye'de ilk resmi av turizmi 1977 yılında yaban domuzu avcılığıyla başlamıştır. Avcılık ve Yaban Hayatı Koruma Dairesi Başkanlığı, Türkiye'de av turizmine yönelik av hayvanlarının avlanmasını düzenlemektedir. Uygulama ve planlamada, av hayvanlarının üreme sırasında rahatsız edilmemesi ve yavru iken avlanmaması esas alınmaktadır. Bu sayede doğal yaşamın dengesi korunabilmektedir. Bu aynı zamanda sürdürülebilir av turizmi ve av hayvanları popülasyonunun arttırılması ve istikrara kavuşturulması açısından da önemlidir. Denge sağlanamadığı ve av hayvanları korunamadığı takdirde av hayvanlarının nesli tükenecektir. Hayvan türlerinin yok olmasının birinci nedeni kaçak avcılık olduğundan, kaçak avcılar yasal işlemlere tabi tutulmakta ve suçlu bulunmaları halinde hapis ve para cezasına çarptırılmaktadırlar. Tüm avcılar belirli avlanma tarihlerinde kurallara uymak zorundadır. Tüm talimatlar her av yılında komisyon tarafından belirlenmektedir (Yayla, Yayla ve Aktaş, 2020).

4.2.11. Golf Turizmi

Katma değerli pazarlardan biri olan Golf Turizmi, golf turistlerinin harcamalarının yüksek olması nedeniyle birçok destinasyon tarafından tercih edilmektedir (Moital, Dias ve Machado, 2013). Dünyada Golf Turizminde ilk üç ülke; Sırasıyla İspanya, Portekiz ve İrlanda'dır. En popüler 10 ülke arasında Türkiye 5. Sırada yer almaktadır. Avrupa'nın yanı sıra Asya, Orta Doğu ve Meksika gibi büyüyen golf pazarları da doğal olarak Golf Turizminin dünyada büyümesini destekleyecektir. Tayvan, Malezya, Çin ve Tayland gelişmekte olan pazarlar olarak değerlendirilebilirken, Golf Turizminde ABD, İrlanda, İngiltere, Japonya, Avustralya ve İskandinavya ana rakip destinasyonlar olarak değerlendirilebilir. Türkiye'deki mevcut golf sahalarının çoğu Antalya, Muğla ve İstanbul'da bulunmaktadır. 2016 yılında sadece Antalya'nın Belek ilçesinde 15 golf sahası bulunmaktadır (Aksu, Uçar, ve Kılıçarslan, 2016).

Türkiye, iyi tasarlanmış sahalarda 12 ay golf oynatabilen elverişli iklime sahip Belek'te bulunan golf sahalarıyla golf turizmi açısından önde gelen ülkelerden biri olmayı başarmıştır. Bunun sonucunda bölge, Uluslararası Golf Tur Operatörleri Birliği (IAGTO) tarafından 2008 yılında Avrupa'nın en iyi golf bölgesi seçilmiştir (Kasap ve Faiz, 2008: 40). 38 ülkeden 110 golf turu operatörü ile gerçekleştirilen Golf Travel Trends 2013'e göre bölge, Küresel bir denetim, vergi ve danışmanlık firması olan KPMG turizm departmanı tarafından farklı ülkelerde yürütülen araştırmada Türkiye, İspanya, Portekiz ve İskoçya'nın ardından dünyanın en popüler dördüncü destinasyonu olarak belirlenmiştir. Ayrıca dünyanın en ünlü golf oyuncusu Tiger Woods, Belek'te düzenlenen Turkish Airlines World Golf Final turnuvasına katılarak bölgenin tanıtımına önemli katkılarda bulunmuştur (Ersoy ve Gülmez, 2014).

KAYNAKÇA

- Ağger, V. (2011). *Üniversite 2011 Kış Oyunlarının Erzurum Kış Turizmi Potansiyeline Etkileri*. Erzurum: Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Coğrafya Anabilim Dalı.
- Aksoy, A., & Bilgiç, A. (2019). Determining The Factors Taking Role In Ski/Snowboard Preferences. *Turizm ve Arastırma Dergisi*, 8(2), 42-55.
- Aksoy, M., & Sezgi, G. (2015). Gastronomy tourism and Southeastern Anatolia Region gastronomic elements. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(3), 79-89.
- Aksoy, Z., & Seven, E. (2022). The Descriptive Overview of Hunting Tourism: General Reviews for Turkey. *Journal Of Current Debates In Social Sciences*, 5(1), 110-122.
- Aksu, A., Uçar, Ö., & Kılıçarslan, D. (2016). Golf Tourism: A Research Profile and Security Perceptions in Belek, Antalya, Turkey. *International Journal of Business and Social Research*, 6(12), 1-12.
- Altaş, N. T., Çavuş, A., & Zaman, N. (2015). A New Winter Tourism Center in Turkey's Winter Tourism Corridor: Konaklı. *Marmara Coğrafya Dergisi*(31), 345-365.
- Artuğer, S., & Kendir, H. (2013). Agritourist Motivations: The Case of Turkey. *International Journal of Business and Management*, 8(21), 63-69.
- Aydogdu, A. L., & Kose, K. A. (2022). A Brief Comparison of Health Tourism in Brazil and Turkey. *World Academics Journal of Management*, 10(3), 28-34.
- BAKA. (2011). *Health Report Tourism Sector Report*. Western Mediterranean Development Agency.
- Bandoğlu, Z. (2015). Türkiye’de Kültür Turizmi Potansiyeli Üzerine Bir Değerlendirme. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(2), 155-168.
- Bulut, I., Zaman, M., & Hadimli, H. (2007). Alternative tourism activities for the riviera of Turkey (Akseki). *Paper presented at the Geo Med international symposium on geography environment and culture in the mediterranean region*. içinde Kemer/Antalya: Balıkesir University and Dokuz Eylul University,.
- Buyukipekci, S., Sarı, Ş., & Şenel, G. (2019). Winter Tourism As A Sample Of Touristic Product Diversification And The Situation Of The Bursa-Uludağ Region In Turkey With Regard

- To Culture Tourism. *ÇATALHÖYÜK Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*(4), 41-50.
- Çankaya, C. (1996). *Türk Turizm Ekonomisine katkıları doğrultusunda Rafting Sporü ve Turizminin başarısı ve geleceğinin değeriendirilmesi*. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Demir, M., Okutucu, M. A., Ağyürek, C., & Güven, M. (2012). Av turizminin alternatif turizmkapsamında Erzurum ili turizmine etkisi. *Enstitüler Araştırma Dergisi Serileri*, 23–40.
- Demirezen, B. (2018). Tüm Yönleri İle Kırsal Turizm ve Kayseri İli Üzerine Bir SWOT Analizi Çalışması. *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 79-101.
- Demirezen, B. (2020). Agro Tourism In Turkey. *Int Journal Of Health Manag. And Tourism*, 5(1), 64-75.
- Doğanay, H., & Zaman, S. (2013). *Türkiye Turizm Coğrafiyası*. Ankara: Pegem Akademi Yayınları.
- Doğaner, S. (2019). Türkiye turizm coğrafiyası literatür incelemesi. *Türkiye Araştırmaları Literatür Dergisi*, 17(34), 441-476.
- Egresi, I. (2016). Alternative Tourism: Definition and Characteristics. *Alternative Tourism in Turkey Role, Potential Development and Sustainability*. içinde İstanbul: Springer.
- Ersoy, A., & Gülmez, M. (2014). A Research Towards The Development Of Golf Tourism In Belek Region. 954-969.
- Güçlü, K., & Karahan, F. (2004). A review: the History of Conservation Programs and Development of National Parks Concept in Turkey. *Biodiversity and Conservation*(13), 1373–1390.
- Güneş, S. G. (2018). Experiences on sustainable tourism development in Turkey. 4. *International Conference on Environmental Science and Technology*. Kiev: ICOEST .
- İştar, E. (2016). Health Tourism In Turkey: A Study On Newspapers. *Uluslararası Sağlık Yönetimi ve Stratejileri Araştırma Dergisi*, 1(3), 26-35.
- Kasap, A. A., & Faiz, G. (2008). *Bir Endüstri Olarak Golf*. İstanbul: Türkiye Golf Federasyonu Yayınları.

- Koç, D. (2019). *Rafting turizminin bölgesel ekonomiye etkileri: Antalya Köprülü Kanyon örneği*. Konya: Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kurt, G., & Dłużewska, A. (2018). Gastro Tourism Potential And Perspectives For Turkey – A Theoretical Approach. *Czasopismo Geograficzne*, 89(1/2), 121-137.
- Kuşat, N. (2016). The Role Of Rural Tourism In Rural Development: The Case Of Turkey. *Journal of Economics and Administrative Sciences*, 18(2), 11-21.
- McGehee, G. N., Kim, K., & Jennigs, R. G. (2007). Gender and motivation for agri-tourism entrepreneurship. *Tourism Management*(28), 280–289.
- Meriç, S., & Orhun, B. N. (2021). Akarsu Turizmi. *Alternatif Turizm Kapsamında Güncel Konular ve Araştırmalar*. içinde Konya: Çizgi Kitabevi Yayınları.
- Moital, M., Dias, N. R., & Machado, D. F. (2013). A Cross National Study of Golf Tourists' Satisfaction. *Journal of Destination Marketing & Management*, 2(1), 39-45.
- Oğan, Y., & Kıvılcım, B. (2021). Alternative Tourism And Gastronomic Tourism. *Economic, Social and Business Issues: Evidence From Developing World*. içinde IJOPEC Publication.
- Oğur, A. A., & Baycan, T. (2023). Assessing climate change impacts on tourism demand in Turkey. *Environment, Development and Sustainability*(25), 2905–2935.
- Okumus, F., Avcı, U., Kilic, I., & Walls, A. R. (2012). Cultural tourism in Turkey: A missed opportunity. *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 21(6), 638–658.
- Omay, E. G., & Cengiz, E. (2013). Health Tourism in Turkey: Opportunities and Threats. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 4(10), 424-431.
- Ozcatalbas, O., Mansuroğlu, S., Ceylan, C., Akcaoz, H., & Kutlar, I. (2010). The Evaluation Of The Importance Of Rural Tourism Extension For Community Development And Turkey. *Journal of Food, Agriculture & Environment*, 8(3/4), 973-975.
- Ozkan, O. (2020). *Saglik Turizmi*. Turkey: IKSAD Publishing House.
- Öter, Z. (2013). Alternative Tourism Types Between Turkey And GCC Countries: Towards A Regional Win-Win Strategy. *III. Arap-Türk Sosyal Bilimler kongresi*. ATCOSS.
- Özer, Ö., & Songur, C. (2012). “Türkiye'nin Dünya Savaş Ök Turizmindeki Yeri ve Ekonomik Boyutu”. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(7).
- Pirnar, I. (1996). Asia Minor majors in tourism. *World's Eye View*, 10(4), 25–28.

- Sahin, A., & Meral, Y. (2012). Turkey's geographical marking and local product. *Turkish Journal of Scientific Compilations*, 5(2), 88-92.
- Sahin, G. G. (2015). Gastronomy Tourism as an Alternative Tourism: An Assessment on the Gastronomy Tourism Potential of Turkey. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 5(9), 79-105.
- Şengül, S., Türkay, O., & Hatipoğlu, A. (2012). Türkiye'de Kırsal Turizmin Avrupa Birliği Politikaları Kapsamında Desteklenmesi. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 2(2), 37-42.
- Tekin, Ö. F. (2017). Development And Sustainability Of River Tourism In Turkey: The Case Of Antalya. *Tourism And Development 2017: Active & Sports Tourism: Feel The Freedom Of The Water*. içinde University of Maribor Press.
- Tezcan, B. (2004). *Developing alternative modes of tourism in Turkey*. Ankara: Middle East Technical University.
- Tosun, C., Bilim, Y., & Temizkan, R. (2003). Alternatif Turizm ve Turistik Ürün Çeşitlendirme Stratejileri: Hatay Örneği., (s. Türkiye'nin Alternatif Turizm Potansiyeli ve Güncel Sorunları Konferansı).
- Tosun, C., Timothy, D. J., & Öztürk, Y. (2003). Tourism growth, national development and regional inequality in Turkey. *Journal of Sustainable Tourism*, 11(2/3), 133-161.
- Turanlıgil, F. G. (2016). Public Policy and Sustainable Alternative Tourism. *Alternative Tourism in Turkey-Role, Potential Development and Sustainability*. içinde Springer.
- Türk Patent Enstitüsü. (2024). *Tescil Ve Başvuru Sayıları*. <https://ci.turkpatent.gov.tr/Statistics/RegistrationAndApplication> adresinden alındı
- Türk Patent Enstitüsü. (2019). *Geographical Registered List*. <https://www.turkpatent.gov.tr/> adresinden alındı
- Türkben, C., Gül, F., & Uzar, Y. (2012). Türkiye'de Bağcılığın Tarım Turizmi (Agro-Turizm). *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(23), 47-50.
- UNDP. (2009). *Turkey Monthly Newsletter. Special Edition*.
- USHAS. (2022). *Sağlık turizmi verileri*. Turkey: Uluslararası Sağlık Hizmetleri.
- Uygur, M. S., & Aykan, E. (2007). Kültür Turizmi ve Turizmin Kültürel Varlıklar Üzerindeki Etkileri. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*(2), 32-39.

- Uysal, M. (2017). Turizm Sektöründe Spor Turizmi Potansiyeli: Spor Turizminin Türkiye'deki Gelişiminin Değerlendirilmesi. 3. *Turizm Şurası, Kültür ve Turizm Bakanlığı*.
- Yang, L. (2012). Impacts and challenges in agritourism development in Yunnan, China. *Tourism Planning & Development*(9), 369–381.
- Yayla, Ö., Yayla, S., & Aktaş, S. G. (2020). Geographical Distribution of Hunting Tourism Areas in Turkey. *Travel and Tourism: Sustainability, Economics, and Management*, 207-221.
- Yener, D., & Onurlubaş, E. (2019). Religious Tourism And Turkey. *Social Sciences Studies Journal*, 5(30), 818-824.
- Yıldız, M. Z., & Alæddinoglu, F. (2011). Türkiye'de Kültür Turizmi ve Algılanışı. 38. *ICANAS*. Ankara: Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu.
- Yıldız, Y., & Mavi, H. F. (2008). Examination of Secondary Data to Portray the Status of Sport Tourism in Turkey. *The 4th World Conference for Graduate Research in Tourism, Hospitality and Leisure*, (s. 707-717). Antalya, Turkey.

5. TÜRKİYE'DE YAYLA TURİZMİ

GİRİŞ

Turistler deniz-kum ve güneş turizminden daha çok çevre ve doğayla iç içe olabilecekleri alternatif turizm çeşitlerine yönelmişlerdir. Doğa yapıları farklı olan yerleri gеме istekliliği ve doğaya kaçma arzusu gibi nedenlerden dolayı ünlenen ve gelişim gösteren alternatif turizm çeşitlerinden birisi de yayla turizmidir. Yayla turizmi, tatilin alışagelmış şekilde değil, bol oksijen, temiz hava ve kaynak suların olduğu doğal yerlerde yapılmasını arzulayanların bu gereksinimlerini karşılayabilecek olan yaylalara giderek gerçekleştirdikleri gezilerdir (Tekin, 2016). Özellikle Türkiye güzel manzaraları, iklim özellikleri, kırsal öğeleri içerisinde barındıran yaşam şekilleri, doğa gezileri, dağcılık, safari, yamaç paraşütü, yürüyüş ve doğa sporlarına elverişli alanlara sahip olması ile yayla turizmine en uygun ülkelerden birisi olarak ön plana çıkmaktadır (Özhasar ve Yordam, 2019).

Alternatif turizm çeşitlerinin artış göstermesi ile birlikte turistler yaylaları turizm amaçları ve rekreasyon faaliyetleri için tercih etmeye başlamışlardır. Genel olarak turistler yaylalara, dinginlik ve sessizlik isteği, doğayı deneyimleme, bitki çeşitlerini gözlemleme, foto-safari, yayla şenlikleri, kış ve dağ sporları, doğa yürüyüşleri, kırsal yaşam ritüelleri vb. gibi faaliyetlere katılma amacıyla gitmektedirler (Kızılırmak, 2006:15-20). Tüm bunlarla birlikte yaylalar, Erdoğan'a (2003) göre; doğal güzellikleri, etnolojik ve diğer güzellikleriyle eko turizmin gelişimine katkı sağlamaktadır. Yaylalar geleneksel kullanımının yanı sıra yayla etkinlikleri, bozulmamış doğası ve yayla kültürüyle turistlerin ilgilerini üzerine çekerek alternatif turizm şekli olarak ortaya çıkmıştır (Akyol ve Çalik, 2022).

Türkiye'de en önemli yaylacılık faaliyetleri Doğu Karadeniz Bölgesi'nde gerçekleşmektedir. Sislerin yaylaları tamamen kapladığı ve yağışların şiddetlendiği ya da ufaktan karlar düşmeye başladığında yayladan inişler başlamaktadır (Tunçdilek, 1964). Doğu Karadeniz Kıyı Dağları'ndaki yaylalar, yazın gündüzlerin sıcak ve ılıman, geceleri serin hava şartlarıyla insanlara elverişli bir yaşam alanı sunmaktadır (Doğanay, 2010).

5.1. Türkiye ve Yayla Turizmi

Fiziki coğrafyada düz ve yüksek yerler olarak tanımlanan yaylalar, orman veya doğal dağ çayırlarındaki açık alanlar olarak tanımlanmaktadır. Ağaç ve hayvanların sınırında bulunan ve genellikle yaz aylarında otlatılan, kışın ulaşılamayan bir yerdir. Ancak çevrenin ve çevresel

değerlerin öneminin anlaşılmasıyla birlikte tüketici tercihlerindeki değişikliklere göre turizm için de yararlanılmaya başlanmıştır (Kızılırmak, 2006:720). Günümüzde turizm talebi, monotonluktan kaçış, doğa ve sessizlik için değişim ve rekreasyon faaliyetlerine duyulan gereksinim nedeniyle yaylaların tercih edilmesinde gelişme göstermektedir. Yayla turizmi, temel olarak yaylalarda geleneksel mekanlarda konaklama, dinlenme, çevre gezileri ve doğa gözlem aktivitelerini içermektedir. Bu etkinlikler arasında farklı kültürlerle bir arada olmak, yılın belirli günlerinde düzenlenen ve geleneksel kültürü ve geleneksel kültürü tanıtan etkinlik veya festivalleri izlemek, geleneksel yayla yaşamını izlemek veya katılmak ve yaylalarda üretilen ürünleri satın almak ve tatmak gibi bir dizi etkinlik yer almaktadır (Kızılırmak, 2011).

Yaylalar, geçmişten günümüze dinlenme, tatil gibi rekreasyonel amaçlarla kullanılan, orman sınırının üzerinde veya orman içinde yer alan temiz çevre ve doğal güzelliğe sahip alanlardır (Köse, 2001). Yaylalar, geçici ve mevsimlik yapılaşmaya uygun, kışın ulaşılamayan, kalıcı olmayan konut alanlarıdır. Kendine özgü bir yapıya sahip olup doğal dağ mera görevi görmektedir (Balıkcı 2002). Yüksek yaylalar rakım açısından sınıflandırılmaktadır (Leidenfrost ve Parcher 1969):

- Alçak rakımlı yüksek yaylalar: Deniz seviyesinden 900-1200 m yükseklikte, daimi konutlara ve tarım alanlarına komşu olan yüksek yaylalardır.
- Orta rakımlı yüksek yaylalar: Deniz seviyesinden 1200-1600 m yükseklikte, daimi konutlara ve tarım alanlarına komşu olan yüksek yaylalardır.
- Yüksek rakımlı yüksek yaylalar: Deniz seviyesinden 1600 m'den daha yüksek, ormanlık alan üzerinde bulunan yüksek yaylalardır.

Doğaner (2001) insan sağlığı açısından bakıldığında 800-2000 m yükseklikteki alanlar sıcaklık ve basınç koşulları dikkate alındığında yayla turizmi için en uygun alanlardır. Orta Rakımlı Yüksek Yaylalar konaklama tesisleri ile rekreasyonel faaliyetlere olanak sağlarken, insan sağlığı açısından bakıldığında 2000 m'nin üzerindeki yayla alanlarının yalnızca bir günlük rekreasyonel faaliyetlere olanak tanıdığı gerçeği ortaya çıkmaktadır (Batman, Kurtaslan ve Demirel, 2019).

Özellikle 1950'li yıllardan itibaren ulaşım, eğitim, altyapı hizmetlerindeki gelişmelere bağlı olarak sanayileşme ve kentleşme konusunda önemli gelişmeler yaşanmıştır. Bu gelişmeler yayla gezilerini de etkilemiş ve yaylalarda dramatik işlevsel değişiklikler ortaya çıkmıştır. Hayvancılığın önemini kaybetmesi nedeniyle pek çok yayla asıl işlevini değiştirmiş ve

günümüzde rekreasyon amaçlı kullanılmaya başlanmıştır (Tapur, 2009: 475). Yayla turizmi, doğada vakit geçirmekten hoşlanan kişilerin, gününbirlik veya kısa süreli konaklama amacıyla yüksek rakımlı yerlerde gerçekleştirdiği turizm faaliyetidir (Ulusın ve Batman, 2010: 248). Yayla turizmi diğer turizm türleriyle ilişkili ancak tamamlayıcı bir turizm ürünü olarak değerlendirilmektedir (Mısırlı, 2018).

Özellikle Karadeniz (Ayder, Hemçin, Uzungöl, Kümbet Yaylası vb.) ve Akdeniz (Zorkun, Tekir, Gözne, Belen, Söğüt, Abanoz vb.) yerleşim şekilleri turizm merkezi ilan edilmiş ve kalıcı hale getirilmiştir (Tapur, 2009: 475-476). Ülkemizdeki yaylalar kullanım şekillerine göre geleneksel, geleneksel-rekreasyonel ve sadece dinlenme-turizm amaçlı olmak üzere üç grupta incelenebilir. Geleneksel ve rekreasyonel yayla faaliyetleri benzer olmakla birlikte, kullanım amacı, yaylada ikamet ve kalış süresine göre farklılık göstermektedir (Yıldız, 2017).

Yayla turizmi, geleneksel turizmden farklı özelliklere sahip, daha özel ürünlerin sunulduğu bir turizm türüdür. Dağlar, kış, doğa, yeşil, ormanlar, mağaralar, nehirler, doğal beslenme, farklı iklim, gürültü ve diğer kirliliklerden uzak olmak, spor, yürüyüş, yüzmeye, festivaller, avcılık, bisiklet ve kayak gibi turistik ürün bileşenleri yayla turizmini çekici kılan faktörlerdir (Sezer ve Kılıç, 2015, Tekin, 2016). Doğal yapısı, geleneksel yaşam kültürü ve dinlendirici atmosferi Anadolu Yaylalarını turistik bir çekim merkezi haline getirmiştir. Özellikle yaz aylarında yaylalarda mevsimsel olarak serinleyen hava, şehrin boğucu, yorucu ve sıkıcı hayatından kurtulmak isteyenler için güzel ve eğlenceli bir boş zaman aktivitesi sunmaktadır. Böylece yaylalar geleneksel faaliyetlerini dönüştürerek yayla turizmi kapsamına geçmiş ve bu turizm türü özellikle Anadolu'nun Karadeniz, Akdeniz ve Ege bölgelerinde önem kazanmıştır. Anadolu'da yayla faaliyetinin en yaygın olduğu alanlardan biri Doğu Karadeniz Bölgesi'dir (Atasoy, Reis ve Sancar, 2009). Öte yandan Türkiye'nin dağlık bölgelerinin yüksek ve geniş düzlüklere sahip diğer ülke tarafları da yayla faaliyetlerine uygundur (Sözer, 1990). Ancak Türkiye'de yayla faaliyetlerine uygun her bölge eşsiz manzara ve doğal güzelliklere, zengin flora ve faunaya sahip olmasına rağmen henüz yayla turizmi kapsamında değerlendirilmemektedir. Bunun nedeni yerel yönetim ile bu bölgelerde yaşayan yerel halk arasındaki etkileşimin olmaması ve kentsel bölge planlamasının yapılmamasıdır (Özgen, 2010). Bu bağlamda yayla turizminin diğer bölgelerde de geliştirilmesi 2023 turizm strateji planları arasında yer almaktadır (Dönmez ve Topaloğlu, 2018). Türkiye'nin Doğu Karadeniz Bölgesinde yüksek yayla turizmi SWOT analizi şöyledir (Batman, Kurtaslan ve Demirel, 2019);

Güçlü Yanları:

- Zengin doğal değerlere sahip olması; diğer jeolojik oluşumlar (mağara, oyuk, zirveler vb.), geniş ovalar, doğal dağ meraları, peyzaj değerleri, iklim, hidroloji (akarsular, nehirler, göller, sıcak su kaynakları, kaplıcalar vb.), flora, faunalara sahip olması.
- Zengin sosyal ve kültürel değerlere sahip olması; tarım, çimenlik, mezralar, büyükbaş hayvancılık, mevsimlik konutlar, geleneksel ev mimarisi, geleneksel şenlikler, folklorik değerlere sahip olması.
- Tarihi değerlere sahip olması; tarihi kalıntılar, zengin dinlenme ve turizm olanakları, trekking, yürüyüş, tırmanma, kempçilik, piknik, binicilik, yamaç paraşütü, flora ve fauna incelemesine sahip olması.

Zayıf Yönleri:

- Tarım ürünlerinin azalması
- Altyapı hizmetlerinin yetersizliği
- Güneş ışığının olmadığı günler
- Erişim zorluğu
- Mevcut kanunların kaçak yerleşimi engellemede yetersiz kalması
- Yayıllarda mülkiyet sorununun çözülememesi
- Yetersiz reklam faaliyetleri
- Bölgedeki şehirler arasında iletişim eksikliği
- Yerel planlama yaklaşımları

Fırsatlar:

- Farklı rekreasyonel ve turistik faaliyetlerin fizibilitesi
- Yeni iş fırsatlarıyla yerel halkın geliştirilmesi
- Geleneksel el sanatları
- Geleneksel yemek kültürü

- Turizm merkezlerinde yapılan planlamaların diğer yaylalarda yapılacak turizm faaliyetlerine örnek teşkil etmesi.

Tehditler:

- Plansız yerleşim
- Planlama yapmak için alan analizinin yapılmaması
- Bölgenin doğal, kültürel ve tarihi değerlerinin öncüsü olan ekolojik planlama yaklaşımının eksikliği
- Yayla kültürünün ortadan kalkması
- Gereksiz ve plansız yol ağları
- Yayla geleneklerinin ortadan kalkması
- Muhtarlık, köy halkı ve kamu işletmeleri arasındaki ilişkinin zayıf olması
- Planlama yapılmadan rekreatif ve turistik faaliyetlere başlanması

5.2. Türkiye'nin En Popüler Yaylası (Ayder Yaylası)

Ayder, Rize ilinin Çamlıhemşin ilçesi sınırları içerisinde yer alan yüksek bir yayladır. Yüksek plato, Doğu Karadeniz Bölgesi'nde 40°54'- 40°58' kuzey enlemleri ile 41°04'-41°09' doğu boylamları arasında yer almaktadır. Bölge genel olarak çeşitli bitki türlerinin oluşturduğu ormanlarla kaplıdır. Türkiye'nin en yağışlı bölgeleri arasında yer almaktadır. Yıllık yağış genellikle 2300 mm'nin üzerinde olup yıllık ortalama sıcaklık 14 °C civarındadır (Keleş vd., 2014).

Ayder Yaylası, doğal güzellikleri, bölgenin özgün mimarisi ve birçok hastalığa şifa olduğu bilimsel olarak kanıtlanmış termal kaplıcalarıyla yerli ve yabancı turistlerin ilgi odağı haline gelmiştir. Ayrıca ülkemizde ilk kez 2004 yılında gerçekleştirilen Heliski sporu ile çekiciliği daha da artmıştır. Fırtına Vadisi'nin sol kolunda yer alan Ayder Yaylası, 1500-2300 m yüksekliktedir (Kanbur ve Atamov, 2022).

Ayder Yaylası kış aylarında 6 bin kişilik bir nüfusa sahipken, ya aylarında bu rakam 60 binlere kadar çıkmaktadır (Sağsöz ve Akçam, 2019). Ayder Yaylasına yönelik gösterilen bu büyük ilginin temelinde genel olarak yayladaki modern kaplıcalar, yayla ve etrafının turizm özellikleri yer almaktadır (Şenkaya, Demirel ve Özkır, 2012). 1987 yılında Ayder Yaylası'nın

turizm merkezi olarak kabul edilmesi ile birlikte yayla bölgesinde alt yapı ve ulaşım hizmetleri hızlanmıştır. Bu hizmetlerle birlikte Ayder Yaylası'na olan ilgi her geçen gün artmış ancak diğer yönden plansız yapılaşma ve ekonomik bir rantın oluşması da kaçınılmaz olmuştur (Yıldız, Güzel ve Yeşil, 2023).

Ayder Yaylası 1990 yılından sonra daha gelişim göstermeye başlamış ve dağ turizmi için önemli bir yere sahip olmuştur. Ayder Yaylası alternatif turizm kapsamında hemen hemen her alanda (treking, rafting, termal turizm, helikopteri, kuş gözlemciliği vb.) gelişim göstermiştir ve iç turizm açısından talep edilen önemli yayla turizmi bölgesi olmuştur. Bu yoğun taleple birlikte ortaya çıkan hizmet sektörü, bölgeye istihdam ve tanınırlılık sağlamıştır (Şenkaya, Demirel ve Özkir, 2012).

KAYNAKÇA

- Akyol, C., & Çalik, İ. (2022). Türkiye’de Yayla Turizmi Üzerine Yapılmış Lisansüstü Araştırmaların Bibliyometrik Analizi. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 299-315.
- Atasoy, M., Reis, S., & Sancar, C. (2009). Sürdürülebilir turizm gelişmesi ve yayla turizmi: Ayder Yaylası. *12. Türkiye Harita Bilimsel ve Teknik Kurultayı*. Ankara: TMMOB Harita ve Kadastro Mühendisleri Odası .
- Balıkçı, G. (2002). Kavron’da yaylacılığın dünü, bugünü ve Vartivor senlikleri. Türkiye Dağları. *1. Ulusal Sempozyumu Bildiriler Kitabı* , (s. 236-240). Ilgaz Dagi-Kastamonu.
- Batman, Z. P., Kurtaslan, B. Ö., & Demirel, Ö. (2019). Türkiye’nin Doğu Karadeniz Bölgesi’nde yayla turizminin değerlendirilmesi. *Artvin Çoruh Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 20(1), 125-133.
- Doğanay, S. (2010). İşlevsel değişim sürecinde Çakırgöl çevresinde yaylalar ve yaylacılık. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 611-639.
- Doğaner, S. (2011). *Türkiye Turizm Coğrafyası*. İstanbul: Çantay Kitapevi.
- Dönmez, F. G., & Topaloğlu, C. (2018). SWOT Analysis Of Plateau Tourism Potential Of Karabağlar Plateau With Its Authentic Environment. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*(58), 223-238.
- Erdoğan, N. (2003). *Çevre ve (Eko) Turizm*. Ankara: Erk Yayınları.
- Kanbur, E. D., & Atamov, V. (2022). Ayder (Çamlıhemşin/Rize) Ballarının Kimyasal ve Palinolojik Özellikleri. *Apiterapi ve Doğa Dergisi*, 5(2), 119-132.
- Keleş, A., Demirel, K., Uzun, Y., & Kaya, A. (2014). Macrofungi of Ayder (Rize/Turkey) high plateau. *Biological Diversity and Conservation*, 7(3), 177-183.
- Kızılırmak, İ. (2006). *Plateau Tourism*. Ankara: Detay Publications.
- Kızılırmak, İ. (2011). Examination Of Eastern Black Sea Region Tour Programmes Organized By Travel Agencies For Plateau Tourism. *Sosyal Bilimler Dergisi*(2), 84-90.
- Köse, O. (2001). *Trabzon’da Yaylacılık ve Yayla Hayatı*. Sakarya: Yüksek Lisans Tezi .
- Leidenfrost, K., & Parcher, O. (1969). *Yaylacılık* . Ankara: Ormancılık Araştırma Enstitüsü Yayınları.

- Mısırlı, İ. (2018). A Study on the Perception of Plateau Tourism of the Ilgaz Kırkpınar Plateau Community. *Social Sciences Researches in the Globalizing World*. içinde Sofia: Kliment Ohridski University Press.
- Özgen, N. (2010). Doğu Anadolu Bölgesi'nin doğal turizm potansiyelinin belirlenmesi ve planlamaya yönelik öneriler. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 7(2), 1407-1438.
- Özhasar, Y., & Yordam, S. (2019). Yayla Turizmi: Karadeniz Bölgesi'Ne Düzenlenen Turlar Üzerine Bir İnceleme. *II. International Congress on Geographical Education*. Eskişehir: Eskişehir Osmangazi Üniversitesi.
- Sağsöz, A., & Akçam, S. (2019). Koruma Planlama ve Uygulamalarında Yetki Karmaşası Üzerine Pilot Bir Çalışma: Rize-Ayder Yerleşmesi. *Electronic Turkish Studies*, 14(7), 3903-3917.
- Sezer, İ., & Kılıç, M. (2015). Yayla turizmi ve rekreasyon amacıyla yaylara gelen ziyaretçilerin bakış açılarının değerlendirilmesi: Kulakkaya Yaylası Örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 5(2), 8-16.
- Sözer, A. N. (1990). Kozak Yayılacılığı üzerine bazı gözlemler ve notlar. *Ege Coğrafya Dergisi*, 5(1), 1-9.
- Şenkaya, B. F., Demirel, Ö., & Özkır, D. (2012). Ayder (Çamlıhemşin-Rize/Türkiye) Termal ve Yayla Turizm Bölgesinin Termal Koruma ve Turizm Gelişimi Açısından Değerlendirilmesi. *İnönü Üniversitesi Sanat Ve Tasarım Dergisi*, 2(5), 151-164.
- Şenkaya, B. F., Demirel, Ö., & Özkır, D. (2012). Ayder (Çamlıhemşin-Rize/Türkiye) Termal ve Yayla Turizm Bölgesinin Termal Koruma ve Turizm Gelişimi Açısından Değerlendirilmesi. *İnönü Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi*, 2(5), 151-164.
- Tapur, T. (2009). Abanoz Yaylası(Mersin). *Selçuk Üniversitesi SosyalBilimler Enstitüsü Dergisi*(21), 471-485.
- Tekin, Ö. F. (2016). *Alternatif bir turizm türü olarak yayla turizmi ve Bozkır İlçesi'nin potansiyelinin değerlendirilmesi*. *Uluslararası Sempozyum: Geçmişten Günümüze Bozkır Bildiriler Kitabı*. Konya: Selçuk Üniversitesi.
- Tunçdilek, N. (1964). Türkiye'de Yaylalar ve Yayılacılık. *İstanbul Üniv. Coğrafya Enst. Dergisi*, 7(14), 15-28.

Ulusın, Y., & Batman, O. (2010). Alternatif Turizm Çeşitlerinin Konya Turizmine Etkisi Üzerine Bir Araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enst.Dergisi*(23).

Yıldız, K. U., Güzel, M., & Yeşil, P. (2023). Ayder Yaylası (Rize) Örneğinde Yapılaşma Baskısının Değerlendirilmesi. *Peyzaj Araştırmaları III.* içinde France: Livre de Lyon.

Yıldız, U. (2017). Plateau Tourism Of Alternative Types Oftourism: Alanya Sample. *Hestourex World Health Sports Tourism Congress & Exhibition-2017.* Bakü.

6. TÜRKİYE'DE TERMAL TURİZM

GİRİŞ

Sağlık ve sağlıkla ilgili konulardan kaynaklanan turizm hareketlerinin yükselişte olduğu konusunda giderek artan bir görüş birliği var. (Hudson ve Li, 2012). Dolayısıyla diğer ülkelerde olduğu gibi Türkiye'de de termal tesislerin pek çok insanın ilgisini çekmesi şaşırtıcı değildir. Kozak (1992) termal turizm tesisleri, konaklama, yeme-içme, dinlenme ve eğlence gibi diğer konaklama tesislerinin sunduğu hizmetlerin yanı sıra, bu işletmelerin temel amacını oluşturan termal tesisler ile tamamlayıcı tedaviler gibi hizmetleri de içermektedir. Termal turizm tesisleri kendilerini diğer işletmelerden ayıran farklı özellikleri bünyesinde barındırdığından, modern bir görünüme sahip olması önemlidir. Termal turizm sadece fiziksel rahatsızlıklara çare olarak değil, aynı zamanda sağlığı koruma, gençleşme ve fizyolojik beslenme aracı olarak da değerlendirilmektedir (Emir ve Paşaoğlu, 2013).

Termal sağlık turizmi, termal suların eğlence ve dinlenme amaçlı kullanımının yanı sıra, termominerali sıcak su banyosu, çamur banyosu vb. çeşitli yöntemlerini, iklim kürü, fizik tedavi ve rehabilitasyon, egzersiz, psikoterapi ve diyet vb. destekleyici tedavilerin bir araya getirilmesiyle yapılan kür tedavi uygulamalarını kapsamaktadır. Genel olarak su ile sağlık hizmeti veren merkezler SPA olarak tanımlanmaktadır (Şeker ve Solak, 2020).

Türkiye termal kaynaklar açısından zengin bir ülkedir. Türkiye Sağlık Turizmi Derneği'nin verilerine göre Türkiye'de 1800'den fazla kaplıca bulunmaktadır. Bunların ise sadece %6'sı turistik amaçlı kullanılmaktadır (Sayılı vd., 2007: 625). Türkiye'nin termal kaynaklarının zenginliğine rağmen Türkiye'de termal turizm yeterince gelişmemiştir. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın istatistiklerine göre Türkiye'de sağlık turizmine olan talebin büyük bir kısmı dışarıdan gelmektedir. Ayrıca yabancı ziyaretçilerin bildiği termal destinasyonlar da Türkiye'de sınırlı bir bölgede bulunmaktadır. En popüler termal destinasyonlar Pamukkale, Afyonkarahisar, Balıkesir ve Kızılcahamam'dır (Avcikurt, Giritlioglu ve Şahin, 2011).

6.1. Türkiye ve Termal Turizm

Termal turizm, iklim kürü, fizik tedavi, psikoterapi, egzersiz, rehabilitasyon ve diyet gibi destekleyici tedavi yöntemlerinin yanı sıra termal su banyosu, çamur banyosu, içme, soluma gibi çeşitli yöntemlerin bir araya getirilmesiyle oluşan çeşitli sağlık tedavilerinden (kür) oluşan bir turizm türüdür. Termal turizmin bir diğer amacı da termal suların eğlence ve dinlenme

amacıyla kullanılmasıdır (Özdemir, 2015). Birey ve toplum sağlığını korumayı amaçlayan termal turizm, sağlıklı yaşamın sürdürülmesi, hastalıkların çoğunun tedavi edilmesi, stres ve fiziksel yorgunluğun giderilmesi, fiziksel tedavi ve bakımın sağlanması amacıyla sağlık turizminin önemli parçalarından biridir (Sarıoğlu ve Gürpınar, 2008). Herhangi bir turistik faaliyeti temsil eden özelliklere sahip olması nedeniyle çekiciliği nedeniyle büyüme fırsatlarına sahip olan termal turizm, hem sağlık hem de turizm değişkenlerini içeren bir model olarak ortaya çıkmaktadır (Korkmaz ve Arıkan, 2017).

Termal turizmde insanların tedavilerini desteklemek ve sağlıklarına daha hızlı kavuşmalarını sağlamak amacıyla şifalı su kürleri, balneoterapi, peloidterapi, klimaterapi vb. iyileştirici yöntemler uygulanmaktadır (Aydın, 2014). Termal turizm kapsamında değerlendirilen Spa-Wellness Turizmi, dünyanın çeşitli bölgelerinde oldukça gelişmiş olup Türkiye'de yeni yeni yaygınlaşmaya başlamıştır. Suyun sağladığı şifa olarak adlandırılan SPA, ruhen ve bedenen iyi olma amacıyla gerçekleştirilen uygulamalardır. Fiziksel ve zihinsel iyilik halinin kazanılması ve yaşam kalitesinin artırılması anlamına gelen Wellness, her türlü canlılık sağlayan uygulamaları (cilt bakımı, masaj, doğal kökenli bakım hizmetleri, sosyalleşme aktiviteleri vb.) içermektedir (Özsanlı ve Kartana, 2013). Türksoy ve Türksoy (2010) Türkiye'deki jeotermal suların özellikleri çıkış debisinin yüksek, geliş derinliğinin ve sıcaklığının yüksek, mineral içeriğinin yüksek olmasıdır. Ayrıca, termal kaynakların bulunduğu bölgelerin deniz iklimine, temiz havaya ve ormanlık alanlara sahip olması da çekiciliğini artırmaktadır (Aslan vd., 2022).

Zengin bir tarihe, jeotermal kaynak zenginliği ve potansiyeli açısından çeşitli medeniyetlere ev sahipliği yapan Türkiye, dünya ölçeğinde yedinci, doğrudan kullanım açısından beşinci ve Avrupa'da birinci sırada yer almaktadır (Sağlık Bakanlığı, 2012: 118). Ülkemiz topraklarında kaplıcaların sağlık ve tedavi amaçlı kullanılmasının geçmişi bin yıl öncesine dayanan ve halen devam eden bir gelenektir (Karagülle ve Doğan, 2002: 1). Sonuç olarak Türkiye, 31.500 megavat termal olduğu düşünülen jeotermal potansiyelin ancak %3'lük bir kısmını kullanabilmektedir. Bu potansiyel, 5 milyon hanenin ısıtma eşdeğeri veya 1 milyonun üzerinde termal yatak kapasitesi anlamına gelmektedir (Gawell ve Greenberg, 2007; Karamustafa vd., 2009: 497). Bu termal kaynakların en önemli avantajları doğal olarak ortaya çıkması, mineral bakımından zengin olması, kükürt ve mineralizasyon açısından zengin olmasıdır (Bayat ve Yalman, 2020).

Termal turizmin çekiciliğinin en önemli nedeni jeotermal sularda bulunan zengin minerallerdir. Önceleri gelenek olarak Türk hamamlarını, ardından tedavi amaçlı kaplıca ve hamamları ziyaret eden turistler, halen bu mekânları beğenmekle birlikte son yıllarda daha gelişmiş ve modern tesisleri tercih etmektedirler. Son yıllarda değişmeye başlayan turist profili, turizm işletmelerini turistlerin talepleri doğrultusunda yatırım yapmaya yönlendirmektedir. Devletin termal turizme teşvik vermesi bu tesislerin sayısının artmasında önemli bir etkidir. Termal Turizm Master Planında da belirtildiği üzere termal turizmin aşağıdaki avantajları bulunmaktadır (Kervankıran, 2016):

- Termal turizm yıl boyunca açıktır.
- Termal turizmde tesisler yüksek doluluk oranına ulaşmaktadır.
- Termal turizmde sürekli istihdam sağlanabilmektedir.
- Termal turizm bölgesel kalkınmanın bir aracıdır.
- Termal turizmin bölge turizminin dengeli gelişimini sağlamak için diğer alternatif turizm türleriyle entegrasyonu kolaydır.
- Termal turizm yüksek iç turizm talebine sahiptir.
- Termal turizmde entegre tedavi merkezlerine sahip tesisler kârlıdır ve yatırımlar tesislerin maliyetini hızla karşılayabilmektedir.
- Yaşlanan Avrupa nüfusu termal turizmi tercih etmektedir.
- Ortadoğu pazarına sahip olması gibi avantajlı yönleri, Türkiye'de termal turizme yönelik yatırımların ve talebin artmasında önemli etkiye sahiptir.

Türkiye, jeotermal kuşak açısından dikkat çekici konumu nedeniyle zengin termal su ve sağlık tesislerine sahiptir (Özbek ve Özbek, 2018). Literatürde kaplıca adı olarak 529'a yakın termomineral kaynak bulunmakla birlikte bir kısmının Sağlık Bakanlığından izni vardır. Yaygın olarak bilinen mineralli termal su kaynaklarından bazıları Ankara, Afyonkarahisar, Konya, Denizli, Aydın, Yalova, İzmir, Muğla, İstanbul, Manisa, Tokat, Tuzla, Bingöl, Nevşehir, Kahramanmaraş, Amasya, Şanlıurfa, Rize, Kırşehir'dir. Bu kaplıcalardaki suların sıcaklığı fiziksel, kimyasal ve mikrobiyolojik özellikler açısından farklılık göstermektedir (Aslan, 2009). Su kaynaklarının ve maden sularının insan beslenmesinde, özellikle yaşamın farklı evrelerinde, fiziksel aktivitede ve bazı hastalık durumlarının varlığında kullanılması büyük önem taşımaktadır (Petraccia vd., 2006). Gerek kaplıcaların ve termal turizmin hammaddesi olan

termal kaynak suları, gerekse ilgili suların insan sağlığına olumlu etkileri üzerine pek çok çalışma bulunmaktadır (Sönmez, 2021).

Ege bölgesinde bulunan termaller genel olarak ekonomik fayda sağlayan termallerin başında gelmektedir. Özellikle Balçova, Kızıldere ve Seferihisar vb. gibi termaller günümüzde buldukları bölgeye önemli ekonomik katkılar sunmaktadır. Ege bölgesi ile birlikte İç anadolulu ve Marmara bölgeleri de sahiptirler. Genel olarak kaplıcalar termal turizm içerisinde görülmekle birlikte kür anlayışının dışında olan kaplıcalarda günübirlik ziyaretler ön plana çıkmaktadır. Fakat Türkiye’de bulunan kaplıcalar sürekli kaynak oluşturabilecek potanssiyele sahiptirler. Termal turizmi kapsamında kaplıcalarda kalış süresinin uzatılması, istenilen gelire ve turist sayısına ulaşılabilmesi için bazı düzenleme ve uygulamaların da hayata geçirilmesi gerekmektedir (Akbulut, 2010).

Türkiye'deki termal tesisler Kültür ve Turizm Bakanlığı (1988) tarafından banyo amaçlı termal tesisler; tıbbi amaçlı olanlar ve tıbbi ve turizm amaçlı olmak üzere üç kategoriye ayrılmıştır. Ancak termal otellere Yerel yönetimler, Sağlık Bakanlığı ve Kültür ve Turizm Bakanlığı kuruluşları tarafından lisans verilebilmektedir. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın Türkiye'yi 2023 yılına kadar termal turizmde dünyanın en iyi destinasyonu haline getirme stratejisinin ana hedeflerinden olan Termal Turizm Kentleri Projesi'nde (TTCP) önemli bir yere sahiptir. Türkiye'nin bu alanda 50.000 yatağa ulaşması beklenmektedir (Toprak, Mahmood ve Elsayed, 2014).

Termal su kaynakları açısından Türkiye çok zengin bir ülke konumunda bulunmaktadır. Karadeniz ve akdeniz bölgelerinde az olmakla birlikte tüm coğrafi bölgede termal su kaynaklarına rastlanabilmektedir. Bölgelere göre termal su kaynaklarının bir değerlendirmesi yapıldığında (Sağlık Bakanlığı, 2024);

Marmara Bölgesi: Ulaşım çeşitliliği, turist sayısı, kültürel çeşitlilik ve mirası ve konaklama tesislerinin varlığı ile termal turizmde önemli bir yere sahiptir. Özellikle Cumhuret'in ilanı ile birlikte marmara bölgesinde termal turizmin gelişimi için adımlar atılmıştır. Ülkemizin ilk modern kaplıcaları da Yalova'da faaliyete geçmiştir ve Sağlık Bakanlığı'na işletilmektedir. Bursa, İstanbul, Yalova, Sakarya, Balıkesir ve Çanakkale'deki modern tesislerle birlikte hem iç hem de dış turizme hizmet edilmektedir.

Ege Bölgesi: Bu bölge termal su kaynakları açısından zengin bir bölge olarak ön plana çıkmaktadır. Hemen hemen bölgenin her ilinde termal kaynaklar bulunmaktadır. Günümüzde

daha çok Afyon, İzmir, Kütahya ve Denizli'deki termal tesislerde modern hizmetler verilmektedir. Özellikle Afyon'daki çamur banyoları birçok kaplıcadan farklı hizmetin sunulmasını sağlamaktadır. Bununla birlikte UNESCO'nun Dünya Mirası Listesi içerisinde yer alan Pamukkale de turistlere farklı olanaklar ve hizmetler sunmaktadır.

İç Anadolu Bölgesi: Nevşehir, Ankara, Eskişehir ve Sivas'ta yer alan termal kaynak açısından zengin özelliklere sahip kaplıcalar bulunmaktadır. Fakat sermaye yetersizliği ve fiziksel donanım eksikliği, tanıtım ve uzman personel yetersizliği, ulaşım sorunları gibi nedenlerden dolayı potansiyelleri tam anlamıyla kullanılamamaktadır. Bölgede genel olarak günübirlik ziyaretler ön plana çıkmakta ve kaplıcalardan daha çok yörenin vatandaşları yararlanmaktadır. Diğer turizm entegrasyonlarının da hem Ege Bölgesi hem de Marmara Bölgesi'ne göre zayıftır.

Karadeniz ve Doğu Anadolu Bölgesi: Bu bölgelerde termal kaynaklardan yeterince faydalanılamamaktadır. Sermaye yetersizliği ve fiziksel donanım eksikliği, tanıtım ve uzman personel yetersizliği, ulaşım sorunları gibi sorunlarla potansiyel kullanılamamaktadır. Bölgede genel olarak günübirlik ziyaretler ön plana çıkmaktadır.

Akdeniz Bölgesi: Bu bölgedeki termal kaynaklar sınırlıdır ve diğer turizm şekillerine göre arka planda kalmaktadır.

Güneydoğu Anadolu Bölgesi: Bölgede hem tesisler hem de termal su kaynakları yetersizdir. Bundan dolayı da genel olarak günübirlik ziyaretler ön plana çıkmaktadır.

6.2. Termal Turizmde Afyonkarahisar

Afyonkarahisar, termal turizmin geleceği açısından Türkiye'nin önde gelen merkezlerinden biri olmaya adaydır. Afyonkarahisar ilinin en eski kaplıcalarından biri Hüdai ve Gazlıgöl bölgeleridir. Kaplıcalar ve kaplıca alanları eski çağlarda hekimlerin ve dönemlerin tavsiye ettiği tıbbi tedavilerde kullanılmıştır. Antik kentlerin kaplıcalara yakın bölgelerinde ibadethaneler kurulmuş ve bu bölgelere yerleşmek hızla artmıştır. Bu nedenle antik kent birçok kaplıca merkezinin yanında da bulunmaktadır. Afyonkarahisar, Türkiye'deki zengin kaplıca kaynaklarına sahip bölgesidir. Ayrıca ilin turizm çekiciliği doğrultusunda en önemli kaplıcalar da hizmet vermektedir. 2000 yılından sonra Afyonkarahisar ilinde modern kaplıca tesislerinin artmaya başladığı görülmektedir. Yerel otoritelerin bu konudaki çalışmaları ile bölgedeki tesisler, oda ve yatak sayısı arttırılmış ve klasik hamam işletmesi, fizik tedavi, rehabilitasyon,

hidroterapi, psikoterapi, egzersiz, diyet, cilt bakımı gibi tedavi ünitelerinin de desteklendiği tedavi ünitesi yatırımı kurulmuş modern termal turizm merkezlerinden oluşmaktadır. Afyonkarahisar'da Gazlıgöl, Sandıklı- Hüdayi, Heybeli ve Ömer-Gecek olmak üzere dört kaplıca bulunmaktadır ve bunların tamamı Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından "Turizm Merkezi" ilan edilmiştir (Baş, 2016);

Gazlıgöl Turizm Merkezi: Türkiye'nin en eski kaplıcalarından biridir. Afyonkarahisar termal turizmin gelişmesinde önemli bir yere sahiptir. Gazlıgöl kaynağı Frigler ve Romalılar zamanından beri kullanılmaktadır.

Ömer-Gecek Kaplıcaları: Afyonkarahisar ilin en büyük termal turizm merkezidir. Kentte ve bölgede termal turizmin gelişmesi, modern görünümüne kavuşmasında önemli bir role sahiptir. Banyo terapisi ve içme olarak kullanılmaktadır. Türker ve diğerleri (2008) Ömer ve Gecek kaynak suyu başta romatizmal hastalıklar, solunum yolu hastalıkları, cilt hastalıkları, kadın hastalıkları, beslenme bozuklukları, kemik ve kireçlenme bozuklukları, ortopedik rahatsızlıklar olmak üzere birçok hastalığın tedavisinde kullanılmakta, sinir ve kas yorgunluğuna iyi gelmektedir.

Bolvadin-Heybeli Termal Turizm Merkezi: Afyon şehrine ait Bolvadin Heybeli Kaplıcası il merkezine 30 km, Afyonkarahisar-Konya karayolu üzerinde bulunmaktadır. Bölgede kaliteli tesislerin bulunmaması, hijyen sorunları ve yeterli altyapının bulunmaması gibi sorunlar yer almaktadır.

Sandıklı-Hüdayi Termal Turizm Merkezi: Antalya-Afyonkarahisar karayolu, ilçe merkezine yakın bir bölgede yer almaktadır. En ünlü çamur banyolarından biri burdadır. Bu çamur banyosunun her türlü romatizma, nevrit, nevralji, polinevrit, kırıklı çıkıklar, çocuk felci ve kadın hastalıkları tedavisinde faydalı olduğu doktor raporuyla teyit edilmiştir.

Sandıkçı ve Özgen (2013), Afyonkarahisar ilinin turizm SWOT analizini, turizm işletme belgesine sahip otellerde çalışan personelin görüşleri doğrultusunda gerçekleştirmiştir. Buna göre bölgenin termal turizm imajı ve sağlık turizmi açısından zengin doğal kaynakların varlığı Afyonkarahisar'ın güçlü yönleri olarak bulunmuştur. Ancak Afyonkarahisar'ın zayıf yönlerinin devlet teşviklerinden yeterince yararlanamaması ve seyahat acentalarının görevlerini yerine getirmedeki yetersizlikleri olduğu ortaya çıkmıştır. Öte yandan sonuçlar, bölgeye yakın bir yerde kurulan havalimanının ve termal turizmin tüm yıl boyunca yapılmasının fırsat olduğunu,

müşterilerin artan pazarlık gücünün ve bu pazara yönelik yeni termal destinasyon yatırımlarının ise tehdit unsuru olarak görüldüğünü ortaya koymuştur (Emir ve Arslanturk, 2015).

KAYNAKÇA

- Akbulut, G. (2010). Türkiye’de Kaplıca Turizmi ve Sorunları. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(1), 35-54.
- Aslan, H., Mete, B., Şimşir, I., & Örgev, C. (2022). Sakarya Akyazı İlçesinin Termal Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi. *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 25(2), 301-318.
- Aslan, R. (2009). *Determination of the effect of long-term consumption of hot spring water on oxidant antioxidant balance and some biochemical parameters in rats*. Afyon Kocatepe University Scintific Research Project Report.
- Avcikurt, C., Giritlioglu, I., & Sahin, S. (2011). An evaluation of thermal hotel websites and the use/non-use of the Internet as a marketing tool by thermal hotels in Turkey. *African Journal of Business Management*, 5(7), 2817-2827.
- Aydın, D. (2014). *Türkiye sağlık turizmi cep kitabı*. T.C. Sağlık Bakanlığı: <http://www.ipsa.org.tr/upload/kitap/visitturkeyforhealthcare-pocket-book-tr.pdf>. adresinden alındı
- Baş, L. İ. (2016). Sustainable Thermal Tourism In Turkey: Afyonkarahisar Example. *The 2nd International Conference on the Changing World and Social Research*. Barcelona-Spain.
- Bayat, M., & Yalman, F. (2020). Güney Ege Termal Turizm Gelişim Bölgesinin Termal Sağlık Turizmi Sektörünün Rekabetçilik Düzeyinin Ve Rekabetçilik Faktörlerinin Tespit Edilmesi. *Business & Management Studies: An International Journal*, 8(4), 551-578.
- Emir, O., & Arslanturk, Y. (2015). Perceptions of tourism students on thermal tourism in Afyonkarahisar. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*(176), 565-570.
- Emir, O., & Paşaoğlu, D. (2013). Impact Of The Service Quality Of Turkish Thermal Hotel Enterprises On Customer Loyalty. *Balikesir University The Journal of Social Sciences Institute*(16), 185-202.
- Hudson, S., & Li, X. (2012). Domestic Medical Tourism: A Neglected Dimension of Medical Tourism Research. *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 21(3), 227 - 246.
- Kervankıran, İ. (2016). Between Traditional and Modern:Thermal Tourism in Turkey. *Alternative Tourism in Turkey* (s. 109-124). içinde Springer International Publishing.

- Korkmaz, S., & Arıkan, G. (2017). A Study Of Thermal Tourism Consumers' Perspectives Towards Thermal Tourism And Evaluations Of Service Quality Dimensions. *International Journal Health Management and Tourism*, 2(1), 49-61.
- Kozak, N. (1992). Termal Turizm İşletmeciliği ve Önemi. *Anatolia Turizm Çevre ve Kültür Dergisi*, 3(3), 33-38.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (1988). *Turizm Genel Politikası*. Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı .
- Özbek, D., & Özbek, T. (2018). *Integration of geother?mal resources into health and thermal tourism*.
- Özdemir, Ş. (2015). Türkiye'nin Termal Sağlık Turizm Potansiyeli. *Termal Turizm*. içinde Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Özsarı, S. H., & Karatana, Ö. (2013). Health tourism situation of Turkey. *The Journal of Kartal Training and Research Hospital*, 24(2), 136-144.
- Petraccia, L., Liberati, G., Masciullo, S. G., Grassi, B., & Fraioli, A. (2006). Water, mineral waters and health. *Clin Nutr*(3), 377-385.
- Sağlık Bakanlığı. (2024). *Türkiye'de Sağlık Turizmi*. <https://shgmturizmdb.saglik.gov.tr/Eklenti/10949/0/07pdf.pdf> adresinden alındı
- Sandıkçı, M., & Gürpınar, K. (2008). *Termal Turizm İşletmelerinde Kür Hizmetlerinin Algılanan Önemi: Ege Bölgesi'nde Bir Araştırma*. Afyon: Afyon Kocatepe Üniversitesi.
- Sandıkçı, M., & Özgen, Ü. (2013). Afyonkarahisar İlinin Termal Turizm Açısından SWOT Analizi ile Değerlendirilmesi. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(3), 51-79.
- Sayılı, M., Akca, H., Duman, T., & Esengun, K. (2007). Psoriasis Treatment via Doctor Fishes as Part of Health Tourism: A Case Study of Kangal Fish Spring. *Turkey. Tour. Manage*(28), 625-629.
- Sönmez, P. E. (2021). Balneotherapy Features of Natural Thermal Source from Pertek (Turkey- Tunceli) Due to Its Some Chemical, Radioactivity and Biological Parameters. *Progress in Nutrition*, 23(4), 1-10.
- Şeker, M., & Solak, M. (2020). The Collapse in Tourism during the Pandemic: Expectations and Opportunities for the Health Tourism. *Reflections on the Pandemic*, 599-622.

Toprak, L., Mahmood, S. A., & Elsayed, H. H. (2014). An Evaluation Of Spa Websites And Perception Of Thermal Hotels Guests To Develop Historical Regions In South-East Of Turkey. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 24(2), 345-360.

Türksoy, A., & Türksoy, S. S. (2010). Termal turizmin geliştirilmesi kapsamında Çeşme ilçesi termal kaynaklarının değerlendirilmesi. *Ege Akademik Bakış*, 10(2), 701–726.

7. TÜRKİYE'DE İNANÇ TURİZMİ

GİRİŞ

Din, turizmle ilgili faaliyetleri vurgulayan, seyahat için önemli bir motivasyon kaynağı olarak değerlendirilmektedir (Heidari, Yazdani, ve Jalilvand, 2016). Dini turizm, kişinin kendi inancına veya başkalarının inancına uygun olduğu düşünülen dini ortamlara yapılan ziyaretleri içermektedir (Raj ve Morpeth, 2007). Katedraller, tapınaklar ve camiler gibi dini alanlar, yalnızca manevi değerleri nedeniyle değil aynı zamanda eğlence, eğitim ve kültürel amaçlarla da dünya çapında giderek artan sayıda ziyaretçi çekmektedir (Woodward, 2004). Dünya Turizm Örgütü'ne (2014) göre, her yıl 300 ila 330 milyon arasında turist dünyanın en önemli dini yerlerini ziyaret etmektedir. Bu da dünyadaki Budist, Hindu, Yahudi, Müslüman ve Hıristiyan hac yerlerine yaklaşık 600 milyon ulusal ve uluslararası dini seyahat anlamına gelmektedir (Heidari ve Yazdan, 2018). İnanç turizmi, insanların bir inanç sorunu nedeniyle yolculuğa başladıkları andan itibaren başlamaktadır. Hacıların dini motivasyona sahip bir turist olarak kabul edildiği dini bir tezahürle (hac) başlamaktadır (Digance, 2003). Geniş anlamda din turizmi, tamamen veya kısmen dini nedenlerle motive edilen herhangi bir gezidir (Rinschede, 1992). Son yıllarda geleneksel hac destinasyonlarının aynı zamanda dini inançlarından hareket edenleri ve tarihi mirasları veya mimari, kültürel veya sanatsal değerleriyle ilgilenenleri hoş karşılayan çok işlevli doğaya sahip turistik yerler haline getirmektedir (Durán-Sánchez vd., 2018).

Literatürde din temelli turizm türleri olan din, inanç, hac, helal ve İslam turizmi temel olarak farklı seyahat amaçlarını niteliksel ve davranışsal amaçlar olarak iki grup altında açıklamaktadır (Tekin, 2014: 751). Bu turizm türlerinin sınıflandırılmasında, birinci grupta turistler kutsal bir yeri ziyaret etmek amacıyla yolculuğa çıkmaktadırlar. Bu ziyaretlerin temelinde hac yapmak veya dini açıdan çok önemli olan diğer kutsal mekanları ziyaret etmek yer almaktadır. Bu formda önemli olan ziyaret edilen yerin özellikleridir. İkinci formda bireylerin nereye gittikleri önemli değildir. En önemli nokta ne tür turistik faaliyete katılırsa katılsın dini kural ve yükümlülüklerine uygun davranmaktır. Bu formda turistik faaliyete katılan bireyin dini inançlarının turistik tüketici davranışlarını etkilediğini de unutmamak gerekmektedir (Küpeli, Koc ve Hassan, 2017).

7.1. Türkiye ve İnanç Turizmi

İlk çağlardan bu yana insanları seyahate yönlendiren pek çok faktör olmuştur. Bu faktörler arasında özellikle dini olanlar orta çağdan itibaren ön plana çıkmaktadır. Dolayısıyla seyahatler arasında dini amaçlı seyahatler de önem kazanmaya başlamıştır. Dini yolculukların amaçlarından biri de kişinin bu yerlerde ibadet etme isteğidir. Diğer önemli amaç ise kişinin hangi dine mensup olursa olsun kutsal yerleri ve kutsal türbeleri ziyaret etme isteğidir. Bu amaçlar doğrultusunda tarih boyunca insanlar dini ve bilimsel açıdan ilgi çekici birçok farklı yeri ziyaret etmişlerdir. Bu anlamda İslam'da Mekke ve Medine, Hristiyanlıkta Kudüs, Roma ve Efes, Yahudilikte yine Kudüs kitlesel din turizminin kutsal mekânlarıdır (Sargın, 2006: 3). Turizm açısından bu yerleri ziyaret etmek amacıyla yapılan faaliyet ve etkinliklere “inanç turizmi” adı verilmektedir. Türkiye'de 1990'lı yıllardan itibaren Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından inanç turizminin geliştirilmesine yönelik çalışmalara önem verilmiş ve 1993 yılında üç büyük dinin ve ibadet merkezlerinin günümüze ulaşan eserlerinin envanteri oluşturulmuştur (Kuter, 2008: 518). Dini açıdan önemli olduğu düşünülen ve en çok ziyaret edilen, sanat tarihi açısından önemli görülen, türünün ilk örneği olan ve mimari özellikleri nedeniyle ilgi çekici olan, kolay ulaşılabilir bir bölgede yer alan ve bu nedenle de ziyaret edilen merkezler kendilerini daha ön plana çıkartmaktadırlar (Özer, Sop ve Avcı, 2013).

Alaşehir Kilisesi ve Manisa ilindeki Akhisar Kilisesi Yedi Kilise inanç turizmi açısından önemlidir. Türkiye'de 1995 yılında inanç turizmi adı altında daha geniş çaplı faaliyetlerin başladığı görülmektedir. 1995-1998 yılları arasındaki üç yıllık dönemde Türkiye'deki inanç turizmi potansiyeli konusunda uluslararası farkındalığı artırmak amacıyla çok sayıda tur operatörü, basın mensubu ve ilgili uzmanın katılımıyla "Din Turizmi" turları düzenlenmiştir (Sargın, 2006). Türkiye'de inanç turizmine yönelik çalışmalar sürdürülmektedir. Yedi Kilise'nin bulunduğu Denizli, İzmir ve Manisa İl Kültür ve Turizm Müdürlükleri tarafından hazırlanan broşürlerde ve tanıtımlarda Yedi Kilise'nin inanç turizmi açısından önemli bir çekim merkezi olduğu ifade edilmektedir (Kunt ve Uygur, 2019).

Hıristiyanlığın ilk yıllarında yaşamış, Hıristiyan ideolojisinin ve ritüellerinin babaları ve anaları sayılan azizler Anadolu'da yaşamıştır. Trakya'da ve Anadolu'da yüzlerce kilise bulunmaktadır. Ancak bugün birçoğunun restorasyona ihtiyacı vardır. Hıristiyanlık Anadolu'da yayılarak Avrupa'ya ulaşmış olup, Avrupa'da Anadolu'dakiler kadar eski Hıristiyanlık sanat eserleri ve ibadethaneleri bulmak mümkün değildir (Bartholomeos, 2002). Yedi Kıyamet Kilisesi veya Asya'nın Yedi Kilisesi olarak da bilinen Yedi Vahiy Kilisesi Türkiye sınırları

içindedir. Bu tarihi veriler Türkiye'yi Hıristiyan dünyası için bir çekim merkezi haline getirmektedir. Hacı olmak için kişinin her zaman Vatikan'a veya Kudüs'e gitmesine gerek yoktur. Önde gelen azizlerin, dini liderlerin ve ilâhiyatçıların yaşadığı yerleri ziyaret etmek kutsal kabul edilmektedir. Yürüdükleri yollarda yürümek, soludukları havayı solumak Hıristiyanlıkta hacı olmanın yoludur. Yenipınar (2002) bu nedenle kutsal kitaplarda pek çok azizin ve liderin ayak izlerini taşıyan Türkiye, Hıristiyan hacılar için olağanüstü bir potansiyele sahiptir (Temizel ve Attar, 2015).

Bununla birlikte yıllara yayılan uzun bir geçmişi olan İstanbul, üç semavi dinin (Hıristiyanlık, İslam ve Yahudilik) önemli bir merkezi olmuştur. İstanbul'da yaklaşık 444 cami bulunmaktadır. Turistlerin en çok ziyaret ettiği yerler arasında Sultanahmet Camii, Beyazıt Camii, Süleyman Camii, Fatih Camii, Yeni Cami ve Eyüp Sultan Camii yer almaktadır. Caminin yanı sıra medrese (dini okul), imarethane ve 1609-1616 yılları arasında caminin inşasını yaptıran kurucusu Sultan I. Ahmed'in türbeleri de bulunmaktadır. İstanbul'un en çok ziyaret edilen hedefleri ve simgelerinden biridir. Süleyman Camii şehrin ikinci büyük camisi ve en çok ziyaret edilen camilerinden biridir. 1550-1558 yılları arasında Kanuni Sultan Süleyman tarafından yaptırılmıştır. Külliyyede birçok camide olduğu gibi darüşşifa, sıbyan mektebi, tıp fakültesi, medrese, hamamlar, kervansaray ve kervansaray da bulunmaktadır. Kurucunun, ailesinin ve diğer iki padişahın mezarı da dahil olmak üzere birçok mezar ve Mimar Sinan'ın eseri burada bulunmaktadır. Fatih Camii, 1463-1470 yılları arasında İstanbul'da inşa edilen Türk İslam mimarisinin en büyük örneklerinden biridir. Cami birçok kez hasar görmüş ve günümüze kadar gelmiştir. 1766 yılındaki depremde tamamen yıkılan yapı, 1771 yılında farklı bir planla yeniden inşa edilmiştir. Komplekste okullar, kütüphane, darülaceze, kervansaray ve çok sayıda bina bulunmaktadır (Egresi vd., 2012).

İnancın insanlık tarihinde ve çağdaş toplumun sosyal yaşamında önemli bir rol oynadığı açıktır. Bu yönüyle Anadolu, büyük dinlerin neredeyse tamamına ‘ev sahipliği yapmış’ ve farklı inançların bir arada barış içinde yaşadığı bir yerdir. Bu yönüyle inanç turizmi açısından dünyanın en ilgi çekici alanlarından biridir. Bu nedenle, İslam'a ait anıtlar bir yana, günümüzde önemli sayıda kilise, havra ve diğer mabetler, medreseler ve din eğitimi veren vakıflar da mevcuttur. Bu vakıf ve anıtların tarihinin canlı tanığı olmanın Türkiye'yi inanç turizmi açısından diğer ülkelere göre potansiyel olarak çok daha rekabetçi kıldığı söylenebilir. Türk hükümeti, Turizm Bakanlığı aracılığıyla, Türk turizmini çeşitlendirmek amacıyla bir 'İnanç Turizmi Projesi' uygulamaya girişmiştir (Aktaş ve Ekin, 2007);

- Potansiyelini değerlendirme,
- Üç ana dinin (İslam, Yahudilik, Hıristiyanlık) 'dini merkezleri' olarak değerlendirilen mekânların restorasyonu, çevresi, aydınlanması vb. yeniden düşünülerek tespit edilmesi,
- Ziyaretçi sayısını ve döviz gelirini artırmak amacıyla bu sitelerin tanıtımını yapma gibi maddelere önem verilmesi planlanmıştır.

Türkiye Seyahat Acentaları Birliği'ne (TURSAB, 2013) göre Türkiye'de inanç turizmi alanında uzmanlaşmış 200 seyahat acentası bulunmaktadır. Bu acenteler özellikle Hıristiyanlar için en önemli kutsal mekânlardan oluşan İncil tur paketleri sunmaktadır. Türkiye'nin dini kaynakları şu şekilde sınıflandırılabilir (Türker, 2016);

1. Hıristiyanlığın kutsal mekânları;
2. İslam'ın kutsal mekânları;
3. Yahudilik için kutsal yerler.

Hıristiyanlık İçin Kutsal Yerler

Yedi Vahiy Kilisesi: Smyrna'daki (İzmir) Aziz Polikarp Kilisesi, Philadelphia'daki (Alaşehir) kiliseler, Laodikya (Denizli), Tiyatira (Akhisar), Bergama (Bergama), Sardes (Salihli), Meryem Ana ve Efes'teki St. John Bazilikası.

Aziz Yuhanna Bazilikası: İsa'nın en sevdiği müjde yazarı olan genç havari Aziz Yuhanna'ya adanan Bazilika, Efes Antik Kenti'nde yer almaktadır.

Meryem Ana Evi: Selçuk'ta bulunan bu kutsal mekân, İsa'nın Yahya'ya annesine bakması yönündeki öğüdüne uyarak, İsa'nın ölümünden sonra Meryem'i Efes'e getirmiştir.

Yedi Ekümenik Konsil: Bu konsillerin Hıristiyanlık tarihinde çok önemli rolleri olmuştur.

St. Irene Kilisesi: Bu kilise Hıristiyanlık tarihinde önemli bir yapıdır.

Ayasofya Müzesi: Bu müze hem Hıristiyanlar hem de Müslümanlar için kutsal bir yapıdır.

Aziz Paul Kilisesi: Hıristiyanlığın önemli hac merkezlerinden biri olan St. Paul Kilisesi, Mersin ilinin Tarsus ilçesinde bulunmaktadır.

Aziz Petrus Mağara Kilisesi (Pierre): Hatay ilinde bulunan bu kilise, Hıristiyanlığın en önemli merkezlerinden biridir.

Pamukkale (Hierapolis): Hierapolis antik kentinin adı olan Pamukkale, “Kutsal Şehir” anlamına gelmektedir. Şehir, İsa'nın havarilerinden Aziz Philip'in ölümünden sonra dini önem kazanmış ve kutsal kabul edilmiştir.

Ağrı Dağı ve Nuh'un Gemisi: Nuh'un hikayesi hem İncil'de hem de Kur'an'da anlatılmaktadır. Nuh'un Gemisi'nin, Büyük Tufan'dan sonra Anadolu'nun en yüksek dağı olan Ağrı Dağı'nda karaya oturduğu sanılmaktadır.

Sümela Manastırı: İncil'deki sahnelerin tasvirleriyle dolu olan Sümela Manastırı, ilk olarak dördüncü yüzyılda Trabzon'un Maçka ilçesinde kurulmuştur.

Aziz Paul Bazilikası (Yalvaç): Aziz Paul, Anadolu'ya yaptığı misyonerlik gezileri sırasında bir sinagogda vaaz vermiştir.

Sardes (Sart): Manisa ili Salihli ilçesinde bulunan Sardes Antik Kenti, sinagog ve kiliseleriyle önemli bir dini mekandır.

Küçük Ayasofya: İznik'te (Nicaea) bulunan Küçük Ayasofya, Bizans döneminde bazilika olarak inşa edilmiştir.

St. Nicolas (Noel Baba) Kilisesi: St. Nicholas Kilisesi Antalya'nın Demre ilçesinde bulunmaktadır. Kilise, altıncı yüzyılda, ölümünden sonra Aziz Nikolaos'un anısına inşa edilmiştir.

Kapadokya: İlk kez Paleolitik çağda yerleşen bölge, Roma döneminde Hıristiyanlığın yaşadığı bölgelerden biri olmuştur.

Yedi Uyurlar Mağarası: Mersin ilinin Tarsus ilçesinde bulunmaktadır. Hem Hıristiyan hem de Müslüman toplumlar tarafından kutsal sayılmaktadır.

Fener Rum Ortodoks Patrikhanesi (Konstantinopolis Ekümenik Patrikhanesi): MS 37 yılında Havarî Andrea tarafından kurulmuştur.

Kutsal Teslis Manastırı: 857 yılında kurulan bu manastır İstanbul Heybeliada'da bulunmaktadır.

Ermeni Ortodoks Patrikhanesi (Ermeni Apostolik Kilisesi): Bu Patrikhane İstanbul Kumkapı'da bulunmaktadır.

Akdamar Kilisesi: İlk olarak Keşiş Manuel tarafından kurulmuştur. Kutsal Haç'a adanmıştır. Bölge Ermeni Ortodoks dini açısından oldukça önemlidir.

Ani Kiliseleri: "Bin bir kilisenin şehri" olarak da bilinen Ani, Kars ilinin Ermenistan sınırına yakın bir orta çağ Ermeni kentiydi. Bölge Ermeni Ortodoks dini açısından kutsaldır.

Dicle ve Fırat Nehirleri: Üç semavi din için kutsaldır, çünkü bunların Cennet tarafından gönderildiğine inanılmaktadır.

İslam İçin Kutsal Yerler

Mevlana Külliyesi: Konya, mutasavvıf, şair ve hümanist filozof Mevlana Celaleddin Rumi'nin on üçüncü yüzyılda burada yaşamış olması nedeniyle Müslümanlar için önemli bir dini merkezdir.

Eyüp Sultan Camii: İslam inancının en kutsal mekânları arasında sayılan Eyüp Sultan Camii, Konstantinopolis'in fethinden sonra 1458 yılında İstanbul'da inşa edilen ilk camidir.

Hacı Bektaşî Veli Külliyesi: 12. yüzyılda yaşamış Bektaşî tarikatının ünlü derviş lideri Hacı Bektaşî Veli, çok sayıda talebesine İslam inancını öğretmiş ve bu yere defnedilmiştir. Nevşehir ilinde yer almaktadır.

Ulu Camii: Osmanlı camii mimarisinin klasik bir örneği olan Ulu Camii, Bursa ilinde bulunmaktadır.

Yeşil Camii: Osmanlı İmparatorluğu'nun ilk mimari örneklerinden biri olan Yeşil Camii, 1419 yılında Bursa'da inşa edilmiştir.

Süleymaniye Camii: 16. yüzyılda inşa edilen bu camii, Mimâr Sinan'ın şaheserlerinden biridir. Kanuni Sultan Süleyman ve eşi Hürrem Sultan caminin bahçesine türbelerini yaptırırken, Sinan da kendi türbesini yaptırmıştır.

Sultanahmet Camii: Bu camii, 1617 yılında Mimâr Sinan'ın öğrencilerinden mimar Sedefkar Mehmet Ağa tarafından Sultan I. Ahmet için yaptırılmıştır.

Selimiye Cami: İstanbul'dan önce Osmanlı İmparatorluğu'nun başkenti olan Edirne ilinde bulunmaktadır. 1575 yılında Sultan II. Selim adına yaptırılan cami, ünlü Mimar Sinan'ın eseridir.

Hacı Bayram Veli Külliyesi: Hacı Bayram Veli, hoşgörüsüyle tanınan önemli bir tasavvuf lideridir. Komplekste on beşinci yüzyıldan kalma bir cami ve anıt türbe bulunmaktadır.

Yuşa Tepesi: İstanbul Beykoz'un kuzeyinde yer alan bu tepede mezar ve cami bulunmaktadır ve Müslümanlar için kutsal bir mekandır.

Topkapı Sarayı ve Hırka-i Saadet Köşkü: Bu sarayın özel bir bölümünde Halife Ebu Bekir, Ali, Ömer ve Osman'ın kılıçları, ahşap oluklar dahil olmak üzere Hz. Muhammed ile ilgili birçok Müslüman hatırası bulunmaktadır.

Hırka-i Şerif: Hz. Muhammed'in miracı sırasında giydiği ikinci mübarek hırka, İstanbul Fatih'teki Hırka-i Şerif Camii'nde sergilenmektedir.

Habib-ün Naccar Cami ve Türbesi: Hatay'da bulunmakta ve MS 636 yılında inşa edilmiştir. İslam'ın Anadolu'da bu camiden yayılmaya başladığına inanılmaktadır.

Urfa ve Halil Ul Rahman Gölü: Efsaneye göre İbrahim bu yerde doğmuş ve pagan Kral Nemrut'tan saklanmıştır. İbrahim daha sonra Kral tarafından oradaki ateşe atılır, ancak bir mucize eseri ateş bir havuza, gül bahçesine ve balık tutulacak oduna dönüşür.

Yahudilik İçin Kutsal Yerler

İtalyan Sinagogu: Bu sinagoga ağırlıklı olarak İtalya ve Avusturya'dan gelip Osmanlı İmparatorluğu döneminde yerleşen Yahudiler katılmaktadır. 1886 yılında hizmete başlamıştır.

Askenazi Sinagogu: Askenaz cemaatine ait olan bu sinagog, halen hizmet veren tek sinagogdur. Galata semtinde bulunan sinagog Avusturya asıllı Askenazlılar tarafından yaptırılmıştır.

Zülfaris Sinagogu: Galata Mahallesi'nde bulunan bu sinagog 17. yüzyılda inşa edilmiştir.

Ahrida Sinagogu: Bu sinagog İstanbul'un Balat semtinde bulunmaktadır. On beşinci yüzyılda Makedonya'nın Ohri kentinden göç edenler tarafından yaptırılmıştır.

Yanbol Sinagogu: İstanbul'un Balat ilçesinde bulunan bu sinagog, Bulgaristan'ın Yanbolu kasabasından göç eden halk tarafından inşa edilmiştir.

Haydarpaşa Hemedat İsrail Sinagogu: Haydarpaşa Mahallesi'nde yer alan bu sinagog 1899 yılında hizmete açılmıştır.

Etz Ahayim Sinagogu (Ortaköy): Bu sinagog, Yahudilerin eski çağlardan beri yaşadığı Ortaköy'de bulunmaktadır. Sinagogun tarihi on yedinci yüzyıla kadar uzanmaktadır. 1941 yılında çıkan bir yangının ardından yeniden inşa edilmiştir.

Harran-Urfa: İbrahim'in Tanrı'nın çağrısını duyduğunda yaşadığı ev olduğuna inanılan Harran, Yahudilik, Hıristiyanlık ve İslam için önemli bir mekandır. İbrahim “birçok milletin babası” ve “Tanrının dostu”dur.

KAYNAKÇA

- Aktaş, A., & Ekin, Y. (2007). The İmportance And The Role of Faith (Religious) Tourism and Alternative Tourism Resources in Turkey. *Religious Tourism and Pilgrimage Festivals Management: an International Perspective*. içinde CAB International.
- Bartholomeos, I. (2002). The Greek Patriarch of İstanbul. Turkey is the center of attraction of the Christian world. *Faith Tourism Days*. Kusadasi.
- Digance, J. (2003). Pilgrimage at Contested Sites. *Annals of Tourism Research*(30), 143–59.
- Durán-Sánchez, A., Álvarez-García, J., Río-Rama, M. d., & Oliveira, C. (2018). Religious Tourism and Pilgrimage: Bibliometric Overview. *Religions*, 9(249), 1-15.
- Egresi, I., Bayram, B., Kara, F., & Kesik, O. A. (2012). Unlocking The Potential Of Religious Tourism In Turkey. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 1(9), 63-80.
- Heidari, A., & Yazdan, H. R. (2018). The perspective of religious and spiritual tourism research: a systematic mapping study. *Journal of Islamic Marketing*.
- Heidari, A., Yazdani, H. R., & Jalilvand, M. R. (2016). A typology of strategic relationships in a religious tourism business network. *5th International Conference of Strategic Management, Faculty of Management*. University of Tehran.
- Kunt, S., & Uygur, S. M. (2019). Seven Churches Of The Revelation Vısited In Route Tourism In Turkey. *Intern. Journal of Profess. Bus. Review*, 4(1), 32-52.
- Kuter, N. (2008). İnanç Turizmi ve Isparta-Yalvaç, Pisidia Antiocheia Antik Kenti. 'IV. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi', (s. 517-531). Antalya.
- Küpeli, T. Ş., Koc, B., & Hassan, A. (2017). Understanding religion-based tourism terminology in the context of the hotel industry. *An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 1-15.
- Özer, Ö., Sop, S. A., & Avcı, U. (2013). A Comparison of Museum Visitors' Expectations within the Context of Faith Tourism. *International Conference on Religious Tourism and Tolerance*. Konya.
- Raj, R., & Morpeth, N. D. (2007). *Religious Tourism and Pilgrimage Festivals Management: An International Perspective*. Wallingford, Oxfordshire: CABI Publishing.
- Rinschede, G. (1992). Forms of Religious Tourism. *Annals of Tounrm Research*(19), 51–67.

- Sargın, S. (2006). Yalvaç'ta İnanç Turizmi. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(2), 1-18.
- Tekin, Ö. A. (2014). İslami turizm: Dünyadaki ve Türkiye'deki genel durum üzerine bir inceleme. *The Journal of International Social Research*, 7(29), 750–766.
- Temizel, G., & Attar, M. (2015). Faith Tourism Potential Of Konya In Terms Of Christian Sacred Sites. *European Scientific Journal*, 127-146.
- TURSAB. (2013). Turkish Travel Agencies Association: <https://www.tursab.org.tr/> adresinden alındı
- Türker, N. (2016). Religious Tourism in Turkey. *Alternative Tourism in Turkey Role, Potential Development and Sustainability*. içinde Springer.
- Woodward, S. (2004). Faith and tourism: planning tourism in relation to places of worship. *Tourism and Hospitality Planning and Development*, 1(2), 173-186.
- Yenipinar, U. (2002). Advertising is crucial for faith tourism. *Faith Tourism Days*. Kusadasi.

8. TÜRKİYE’DE SAĞLIK TURİZMİ

GİRİŞ

Malların, hizmetlerin, sermayenin ve insanların uluslararası hareketi sağlık hizmetleri bağlamında kabul gören ve güncel bir olgudur. Bir sağlık sorununu iyileştirmek veya daha sağlıklı olmak için uluslararası sağlık hizmeti talep eden kişilere “uluslararası hasta” denmektedir. Sağlık turizmi sadece cerrahi müdahale ile sınırlı olmayıp, check-uplardan, nitelikli tıbbi müdahale gerektiren özel uygulamalara kadar pek çok farklı boyutu kapsayabilmektedir. Milenyum değişimine kadar, gelişmekte olan ülkelere gelen insanlar, sağlık tesisleri ve altyapılarının olgunlaşmaması nedeniyle kendi ülkelerinde uygulanamayan tıbbi işlemler için gelişmiş ülkelere seyahat etmektedir. Ancak son yıllarda gelişmiş ülke insanları da bekleme süresi olmadan, uygun maliyetli tıbbi hizmet alabilmek için gelişmekte olan ülkelere seyahat etmeye başlamışlardır. Uluslararası hasta hareketinin çeşitli nedenlerle artan eğilimi son yirmi yılı kapsamaktadır (Salmon, 2008). Ayrıca medikal turizm günümüzün en hızlı gelişen sanayi sektörlerinden biridir. Medikal turizm, sağlık hizmetlerinin küreselleşmesinin bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır ve kesinlikle küresel olarak güçlü bir büyüme potansiyeli sergilemektedir (Tontus ve Nebioglu, 2018).

Türkiye coğrafi konumu, iklimi, termal kaynakları, doğal güzellikleri ve nitelikli sağlık personeli ile sağlık turizmi açısından büyük bir potansiyele sahiptir. Sağlık turizmi son 20 yılda çok hızlı gelişim göstermiştir. Türkiye’de sağlık turizminin planlanması ve teşvikinden Kalkınma Bakanlığı sorumludur. Kültür ve Turizm Bakanlığı konaklamadan sorumludur, sağlık turizmi sektöründe görevliler kuralları düzenler, hastalara ve işverenlere yol gösterir ve kontrol eder. Sağlık Bakanlığı hastane, dispanser, kaynak suyu vb. kurulmasından, sağlık hizmeti verenlerin eğitiminden ve çalıştırılmasından, sistemin kontrolünden sorumludur (Altın vd., 2012).

Sağlık turizmi açısından Türkiye bazı özellikleriyle rakiplerinden ayrılmaktadır. Ancak Türkiye’de bu potansiyel yeterince kullanılamamaktadır. Türkiye’nin coğrafi konumu, teknolojik altyapıya ve nitelikli sağlık personeline sahip olması, gelişmiş ülke standartlarında sağlık hizmeti sunması, fiyat avantajının yanında, sağlık kuruluşlarında ortalama bekleme sürelerinin diğer ülkelere göre daha kısa olması, JCI tarafından akredite edilen sağlık kuruluşu sayısı, genç işgücünün varlığı, sağlık turizmi ile entegre edilebilecek yüksek kalitede farklı turizm olanaklarının varlığı (inanç, kültür vb.) açısından ABD’den sonra dünyada ikinci sırada

yer almaktadır. Bunlar yanı sıra son yıllarda yapılan organ nakillerinde dünya çapında ses getiren başarı ve Türkiye'de sağlık turizminin ulusal stratejik planlar arasında yer alma noktasına ulaşması potansiyeli de itici güç olmaktadır (Uslu vd., 2021).

8.1. Türkiye ve Sağlık Turizmi

Günümüzde insanların seyahat imkanlarının artmasının yanı sıra teknolojinin getirdiği yenilik ve fırsatlar, küresel pazarda birçok unsurun dolaşımına girmesini sağlamaktadır. Öte yandan sağlıkları için seyahat eden ve sağlıkları için en iyi ya da en uygun tedavi olanağına ulaşmak için hareket halinde olan kişiler vardır. Dolayısıyla sağlık turizmi önemli bir sektör haline gelmiştir. Günümüzde geleneksel dönemlerden farklı olarak bu seyahat biçimlerinin önemli ölçüde kurumsallaştığını ve ülkelerin sağlık ve turizm politikalarının bir parçası haline geldiğini söylemek mümkündür (Turancı, 2019).

Türkiye'de sağlık turizmi son yıllarda giderek önem kazanmaktadır. Sadece termal hizmetle bilinen sağlık turizminin kapsamı ve büyüklüğü anlaşıldığında değerli bir sektör olduğu anlaşılmaktadır. Sağlık turizminde gelirin son yıllarda 3 milyar dolara ulaştığı Türkiye'de bu alanda çeşitli girişim ve yatırımlar artış göstermiştir (Aydın, 2012: 91). Kültür ve Sağlık Bakanlıklarının ortak çalışmayla üreteceği bilgiler sağlık turizminin geleceği açısından da önemlidir. Türkiye'nin coğrafi konumu ve doğal özellikleri, onu sağlık turizmi açısından merkez ülke haline getirmektedir. Farklı kıtalara yakınlığı ve yer altı suları gibi doğal kaynaklara sahip olması Türkiye için eşsiz bir durumdur. Bu durumun ve pazarın büyüklüğünün bilincinde olan yatırımcılar gerekli sağlık yatırımlarını yaparak bu işe başlamışlardır. Ancak yüksek maliyetler sektörün hızlı gelişimini yavaşlatmıştır. Daha hızlı gelişme için farklı pazarlara açılma yeteneğinin geliştirilmesi gerekli olmuştur. Sağlık Bakanlığı bünyesinde kurulan bir birim, sağlık turizmi alanında araştırma yapma görevini üstlenmiştir. Gerçek şu ki, Türkiye'nin Turizm Stratejisi sağlık turizmine geniş bir yelpazede yer vermektedir (Yazan, Girgin ve Karadağ, 2017).

Sağlık Bakanlığı'nın 2010-2014 dönemini kapsayan stratejik planında koruyucu ve temel sağlık hizmetleri kapsamında sağlık turizmi ve turistin sağlığı konusu olarak sağlık turizmi yer almıştır. Ayrıca bu plan kapsamında termal turizm ve medikal turizme destek verilmesi, Türkiye'nin sağlık hizmeti sunumunda çekim merkezi haline getirilmesi stratejilerinden biri olarak değerlendirilmiştir. Stratejik bir amaç olarak, dile getirilmeden “gerekli sağlık hizmetlerinin güvenli ve kaliteli bir şekilde sunulması” başlığı altında sağlık turizmine değinilmiştir. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından hazırlanan Türkiye Turizm Stratejisi 2023

çerçevesinde sağlık turizmi ve termal turizmi “Turizm Çeşitlendirmesi ve Stratejileri” başlığı altında yer almış ve “Türkiye Turizm Stratejisi 2007 Faaliyet Planı”na eklenmiştir. 10. Kalkınma Planı (2014-2018) öncelikli dönüşüm programları arasında yer alan “Sağlık Turizmini Geliştirme Programı” eylem planı, “Sağlık Turizminin Kurumsal ve Yasal Altyapısının Geliştirilmesi” konusunu içermektedir. Bu organizasyon yapısının geliştirilmesi amacıyla Başbakanlık tarafından 7 Şubat 2015 tarihinde Resmi Gazete’de yayımlanan genelge ile Sağlık Turizmi Koordinasyon Kurulu oluşturulmuştur (Kara, 2020).

Tedavi turizmi Türkiye'nin en fazla gelire ve turist sayısına sahip turizmdir. Tedavi turizmi açısından kardiyotorasik ve kanser tedavileri, tıbbi amaçlı seyahat edenlerin en popüler iki amacıdır. Teşhis turizmi, göz ameliyatı ve doğurganlık tedavileri diğer popüler tedavi turizmi türleridir. Bu tür medikal turizm türlerinin Türkiye tarafından sunulması çok önemlidir, çünkü bu tür hizmetler ABD gibi ülkelerde son derece pahalıdır. Türkiye’de termal turizm, yaşlı ve engelli turistlere sunulan başlıca alanlardan biridir. En önemli destinasyonlardan biri Denizli yakınlarındaki Pamukkale’dir. Bölgedeki tarihi mekan ve destinasyonların yanı sıra termal su banyoları, havuzlar ve buna bağlı diğer tesisler de medikal turizmin misafirlerine istenilen amaçlara ulaşabilmesi açısından oldukça önemlidir. Türkiye’de SPA ve ilgili medikal turizm açısından İstanbul, İzmir ve özellikle Ege ve Akdeniz kıyılarına yakın bölgeler gibi çeşitli destinasyonlar bulunmaktadır. Bu tür medikal turizm hizmetleri genellikle özellikle Avrupa ülkeleri, ABD ve Kanada’dan emekliler tarafından tercih edilmektedir (Al-Natour, 2020). 2018 ile 2023 yılları arasında Türkiye sağlık turizmi geliri şöyledir (TUIK, 2024);

- 2018 yılında Türkiye sağlık turizmi geliri 863.307 dolardır.
- 2019 yılında Türkiye sağlık turizmi geliri 1.492.438 dolardır.
- 2020 yılında Türkiye sağlık turizmi geliri 1.164.779 dolardır.
- 2021 yılında Türkiye sağlık turizmi geliri 1.726.973 dolardır.
- 2022 yılında Türkiye sağlık turizmi geliri 2.119.059 dolardır.
- 2023 yılında Türkiye sağlık turizmi geliri 2.307.130 dolardır.
- Sağlık Bakanlığı’na (2024) göre; 2032’de 350 milyar dolar sağlık turizmi beklentisi bulunmaktadır.

Türkiye her yaşta insana hitap edecek niteliklere sahiptir. Ayrıca coğrafi yakınlık, doğa ve iklim koşulları ile kültürel benzerlik faktörleri de dikkate alındığında Türkiye, Orta Doğu ülkeleri için önemli bir sağlık ve termal turizm destinasyonudur. Ülkemizde sağlık turizminin

gelişmesiyle birlikte bu sektöre yönelik yatırımlar da ivme kazanmaya başlamıştır. Yabancı turistlerin özellikle lazer göz cerrahisine olan ilgisi, Akdeniz ve Ege'deki birçok göz hastanesinin yeni projelere başlamasına yol açmıştır (İçöz, 2009). Son yıllarda devlet destekli yatırımlar ve modern teknolojilerin gelişmesi, kaliteyi artırmıştır. İstanbul, Ankara ve İzmir'de sunulan ulusal sağlık hizmetleri ile ön plana çıkmıştır. Bu durumun doğal sonucu olarak Avrupa ve Orta Doğu ülkeleri ile Rusya, Türkiye'nin medikal turizm pazarı haline gelmiştir. Ayrıca Türkiye'deki medikal turizm, Arnavutluk gibi Avrupa'nın düşük gelirli ülkeleri ile Gürcistan, Azerbaycan, Türkmenistan, Özbekistan ve Kazakistan gibi eski Sovyet Bloğu ülkelerinin de ilgisini çekmektedir (Zengingönül vd., 2012). Türkiye'ye medikal turizm amacıyla en çok turist geldiği ülkeleri beş gruba ayırmaktadır (Sengul ve Çora, 2020);

1. Çeşitli nedenlerle hatırı sayılır sayıda Türk diasporasına ev sahipliği yapan veya diasporaya sahip olan ülkeler (Almanya, Hollanda, Fransa gibi),
2. Altyapı ve doktor eksikliği nedeniyle sağlık hizmetlerinin sunumunda zorluk yaşayan gelişmekte olan ülkeler (Balkan Ülkeleri, Orta Asya'daki Türk Cumhuriyetleri),
3. Sağlık hizmetlerinin pahalı olduğu ve vatandaşların sağlık sigortaları kapsamına girmeyen sağlık hizmeti talep ettiği ülkeler (Amerika, İngiltere, Almanya gibi),
4. Sağlık hizmetlerinin arzının talebi karşılamaması nedeniyle bekleme süreleri uzun olan ülkeler (İngiltere, Hollanda ve Kanada gibi),
5. İkili anlaşmalar çerçevesinde belirli sayıda hastayı ücretsiz tedavi almak üzere Türkiye'ye gönderen ülkeler (Afganistan, Yemen Sudan gibi)

1970 yılında kurulan, estetik ve kozmetik cerrahi alanında lider olan ve küresel otorite olarak kabul edilen Uluslararası Estetik Plastik Cerrahi Derneği'nin (ISAPS) 2019 raporuna göre, sağlık turizminde küresel estetik operasyonlar gerçekleştiren ülkeler arasında yer alıyor. Dünyada yüzde 15'lik payla Amerika birinci sırada yer alırken, onu yakından takip eden ikinci ülke Brezilya'dır. Ardından Çin, Japonya, Güney Kore, Hindistan, Meksika, Rusya ve Türkiye sıralanıyor. Küresel ölçekteki bu kapsamlı raporda Türkiye tüm kategorilerde ilk 10'da yer almaktadır (ISAPS, 2019). Türkiye'de sağlık turizmi denilince ilk akla termal/spa turizmi gelse de son 20 yılda bu alanda oldukça ilerleme kaydedilmiştir. Sağlık turizmi ekosistemi, büyüme aşamalarıyla birlikte turistlere hem estetik hem de termal turizm/SPA/Wellness tedavi seçenekleri sunarak kapsamını genişletmiştir. Termal turizm,

teknolojilerdeki tedavi merkezleri, kısırlık, estetik cerrahi sağlık turizmi ile ilgilenen kuruluşların çalışma alanları arasındadır. Sağlık turizmi, saç ekimi, diş tedavisi, tüp bebek tedavisi, plastik cerrahi gibi çok çeşitli alanları kapsamakla birlikte hastane, otel, kaplıca, kaplıca, spa merkezi, sağlık kürü gibi yerlerde de hizmet vermektedir. USHAŞ (2021) uluslararası hastaların tercih ettiği klinik dallar arasında öne çıkanlar; kadın doğum, dahiliye, göz, tıbbi biyokimya, genel cerrahi, diş hekimliği, ortopedi ve travmatoloji, enfeksiyon hastalıkları ve kulak burun boğaz branşlarıdır (İldaş, 2022).

8.2. Türkiye Sağlık Turizmi SWOT Analizi

Sağlık turizmi tüm dünyada yeni olduğu gibi Türkiye için de yeni bir kavram ve yeni bir çalışma alanıdır. Kısa bir geçmişe sahip olmasına rağmen sektörün tüm paydaşlarının ilgisini çeken medikal turizm, Türkiye'nin önüne yeni fırsatlar sunmaktadır. Sağlık turizminde estetik operasyonlar, küçük cerrahi müdahaleler ve göz başta olmak üzere büyük potansiyel olarak üzerinde durulması gereken dental girişimsel operasyonlar, medikal turizm, onkoloji, ortopedi, kardiyoloji ve beyin cerrahisinin alt konuları içermektedir. Bu branşların tamamının hekim odaklı olduğu unutulmamalıdır. Türkiye Sağlık Turizmi SWOT Analizi şöyledir (Kılıçarslan, 2019; Omay ve Cengiz, 2013);

Türkiye Sağlık Turizminin Güçlü Yönleri;

- Türkiye'deki özel sağlık kuruluşlarının çoğu batıyla rekabet edebilecek durumdadır.
- JCI'ya akredite olan hastanelerin sayısı her geçen gün artmaktadır.
- Sağlık turizmi mevzuat düzenlemesi yapılmaktadır.
- Zengin termal kaynaklara sahiptir.
- Ülkemiz uygun iklime, tarihi ve turistik medeniyetlere sahip merkezlere sahiptir.
- Ülkemize yakın nüfusa hitap edebilecek merkezi bir lokasyondadır.
- Ülkemiz genç nüfusu ve eğitilebilirlik ile güçlü bir iş potansiyeline sahiptir.
- Sağlık hizmetlerini nitelikli insan kaynağıyla sunmaktadır.
- Sağlık bakım maliyeti düşüktür.
- AB ülkelerinin Türkiye'ye bakış açısı olumlu yönde değişmekte ve AB ülkelerine giriş süreci başlamaktadır.

- Üniversite ve özel hastanelerin teknolojik ve fiziki altyapısı, yatak kapasitesi ve hekim nitelikleri yeterlidir.
- Dünyada sağlık sektörünün lider ülkesi,
- Alternatif turistik imkanların çok fazla olması,
- Nitelikli hizmet sektörü,
- Sağlık turizminin öncüsü ve sağlık turizmi konusunda birçok deneyim kazanmış,
- Diğerleriyle karşılaştırıldığında nispeten ucuz sağlık hizmetleri.
- Gelişmiş yasal düzenlemeler ve devlet desteği.

Türkiye Sağlık Turizminin Zayıf Yönleri;

- Sağlık personeli (doktor, hemşire vb.) sayısı azdır.
- Sağlık turizmi politikaları yeni ortaya çıkmıştır.
- Sağlık turizmi açısından kurumsal bir üretim bulunmamaktadır.
- Önümüzdeki dönemde yabancı doktor istihdamı imkanı gerçekleşebilir.
- Kaçırılan eğitilmiş genç stajyerler.
- Yabancı dil eğitimi zayıftır ve dil bilen personel azdır.
- Sağlık turizminde devlet, STK ve sektör temsilcilerinin iş birliği tam olarak sağlanamamaktadır.
- Sağlık turizmi tesislerimizin yurt dışında tanıtımı yetersizdir.
- Üretime fazla odaklanıp pazarlamanın önemini ihmal etmek,
- Çok az sayıda kuruluşun sağlık turizmini desteklemesi,
- Sağlık turizmi işletmeleri arasındaki iş birliğinin zayıf olması,

Türkiye Sağlık Turizminin Fırsatları;

- Ülkeye bilgi ve tecrübe aktarımının kolay olması.
- İstihdam (sağlık personeli ve diğer personel)
- Ekonomik kazanç (ülkeye döviz girişi)
- Yeni yatırımlar (tatil köyleri, hastaneler vb.)

- Yurt dışında sosyal ve politik enerji üretimi (Lobi Gücü)
- Özel sağlık sektörünün mali yapısının güçlendirilmesi
- Ülkeye yabancı sermaye girişi
- Sağlık turizmi trendinin tüm dünyada artması,
- Gelişen bilgi teknolojileri sayesinde yurt dışı sağlık hizmetlerine ilişkin bilgiye ulaşmanın daha kolay ve ücretsiz hale gelmesi,
- Türkiye'nin uluslararası alanda bilinirliğinin artması,
- Sağlık hizmetleri ihracatına devlet desteği,
- Türkiye'nin coğrafi ve sosyo-politik konumu,
- Sağlık kuruluşlarının sağlık turizmini destekleme konusundaki istekliliği,
- Sağlık turizmine yönelik vergi ayrıcalıkları,
- Bazı üçüncü dünya ülkeleri vatandaşlarının sağlık bakımına yönelik yardım kuruluşları, Türkiye'nin sağlık turizmini teşvik etmeleri,
- Konuyu kapsayan ileri yasal düzenlemelere devletin desteğinin artırılması,
- Sağlık turizminin Türkiye'nin stratejik planları arasında yer alması.

Türkiye Sağlık Turizmindeki Tehditler;

- Sağlık profesyonellerinin (özellikle doktorların) büyüyen özel sağlık sektörüne yönelmeleri.
- Özel sağlık kuruluşlarına talebin artması (sağlık hizmetlerinin maliyetinin artması)
- Bulaşıcı hastalıkların yurt dışından yayılabilir olması ve AIDS hastalarının ülkemize gelebilme olasılığı.
- Özel sağlık sektörünün kendi halkına hizmet vermeyi reddetme olasılığı.
- Yanlış uygulamalarda yasal yaptırımların etkili olmaması.
- Rakip ülkelere gelen rekabet baskısı,
- Türkiye'nin komşu ülkelerindeki siyasi istikrarsızlığın olumsuz etkileri,
- Türk tıp çalışanlarının beyin göçü,

- Yüksek derecede bürokrasi,
- Uluslararası standartlara yönelik yerli akreditasyon kurumlarının bulunmaması,
- Sağlık turizminde hizmet standartlarının olmaması.

KAYNAKÇA

- Al-Natour, D. (2020). A review on efforts of health tourism in Turkey. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 7(59), 2739-2744.
- Altın, U., Bektaş, G., Antep, Z., & İrbay, A. (2012). The International Patient's Portfolio And Marketing of Turkish Health Tourism. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*(58), 1004-1007.
- Aydın, O. (2012). Türkiye'de Alternatif Bir Turizm; Sağlık Turizmi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*(14).
- İçöz, O. (2009). Sağlık Turizmi Kapsamında Medikal (Tıbbi) Turizm ve Türkiye'nin Olanakları. *Journal of Yaşar University*(4), 2257-2279.
- İldaş, G. (2022). Ülke Markalaşmasında Turizm Sektörü: Türkiye'de Sağlık Turizmi Üzerine Bir Değerlendirme. *Kent Akademisi Dergisi*, 15(1), 155-176.
- ISAPS. (2019). *Isaps International Survey On Aesthetic/Cosmetic Procedures performed in 2019*. <https://www.isaps.org/wp-content/uploads/2020/12/Global-Survey-2019.pdf> adresinden alındı
- Kara, T. (2020). Health Tourism And Concept Complexity Of Health %0d%0atourism In Turkey. *Int Journal Of Health Manag. And Tourism*, 5(3), 264-290.
- Kılıçarslan, M. (2019). Türkiye'de Sağlık Turizmi Swot Analizi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(71), 1135-1145.
- Omay, E. G., & Cengiz, E. (2013). Health Tourism in Turkey: Opportunities and Threats. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 4(10), 424-431.
- Sağlık Bakanlığı. (2024). *2032'de 350 Milyar Dolar Sağlık Turizmi Beklentisi Var*. <https://www.saglik.gov.tr/TR-101214/2032de-350-milyar-dolar-saglik-turizmi-beklentisi-var.html> adresinden alındı
- Salmon, J. W. (2008). *Emerging Trends in Outsourcing Healthcare*. Medical Tourism.
- Sengul, C., & Çora, H. (2020). Healthcare Tourism in Second Decade of 21st Century- A Review of Turkey as the New Global Center for International Patients. *Journal of Health Systems and Policies*, 2(1), 56-86.
- Tontus, O. H., & Nebioglu, S. (2018). Turkey as a Health Tourism Destination: Reviewing of 2015-2016 Data. *Journal of Tourism & Hospitality*, 1-7.

- TUİK. (2024). *Harcama Türlerine Göre Turizm Geliri*. <http://www.data.tuik.gov.tr> adresinden alındı
- Turancı, E. (2019). The Use Of Instagram As A Public Relations Tool In Health Tourism: An Analysis On “Health Tourism Turkey” Hashtag. *Int Journal Of Health Manag. And Tourism*, 4(1), 44-60.
- USHAŞ. (2021). *Sağlık Turizmi Verileri*. <https://www.ushas.com.tr/saglik-turizmi?verileri/> adresinden alındı
- Uslu, Y. D., Gedikli, E., Yılmaz, E., Çiçek, A., Karataş, M., & Aydın, S. (2021). Türkiye'nin Sağlık Turizmi Pazar Payını Arttırıcı Stratejilerin Bulanık AHP Yöntemi Kullanılarak Geliştirilmesi. *Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 10(2), 159-171.
- Yazan, T., Girgin, A., & Karadağ, E. (2017). Health Tourism in Turkey. *Khazar Journal of Humanities and Social Sciences*, 196-208.
- Zengingönül, O., Emeç, H., İyilikçi, D., & Bingöl, P. (2012). *Sağlık Turizmi: İstanbul'a Yönelik Bir Değerlendirme*. İstanbul: Ekonomistler Platformu.

9. ALTERNATİF TURİZM VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

GİRİŞ

Sürdürülebilirlik, insanlık tarihi boyunca farklı şekillerde giderek daha önemli bir konu haline gelmiştir. (Kuhlman ve Farrington, 2010). Kaynakların sınırlı olması, sürdürülebilirlik çerçevesinde kalkınmanın ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu kavramdan yola çıkarak 1972 yılında Stockholm'de düzenlenen Birleşmiş Milletler İnsan Çevresi Konferansı'nda Brundtland Raporu olarak bilinen bir rapor yayımlanmıştır. Bu raporda sürdürülebilir kalkınma kavramı, gelecek nesillerin ihtiyaçlarını karşılama yeteneğinden ödün vermeden mevcut neslin korunmasını sağlama ve toplumun ihtiyaçlarını karşılayan bir gelişme olarak öne çıkmıştır (Sardianou vd., 2016). Sonraki dönemde sürdürülebilirlik kavramı turizm sektörüne uygulanmış, sürdürülebilir turizm kavramı ortaya çıkmıştır. Yavuz'a (2010) göre sürdürülebilirlik, ekolojik sistem ve süreçlerin sürekliliğini sağlama yeteneği olarak görülmektedir. Kuter ve Ünal'ın (2009) çalışmasına göre turizmde sürdürülebilirlik; doğal tarihin, kültürel ve estetik değerlerin korunması ve çekiciliğinin artması olarak ifade edilmektedir. Tüm bu tanımların ortak noktası kaynakların çevreye ve doğal özelliklerine zarar vermeden kullanılmasıdır (Tuncer, 2018).

Küresel düzeyde gelişen teknolojiler, mevcut ve potansiyel turist tüketicilerinin artan eğitim düzeyleri ve artan refah düzeyleri, turistik seyahate çıkmaya karar veren kişilerin farklı beklentiler talep etmesine yol açmaktadır. Dünyada sürekli ve dinamik olarak gelişen turizm faaliyetlerinde, turistik tüketicilerin beklenti ve talepleri farklılaşmakta ve değişmektedir. Günümüz turisti daha bilinçli davranmakta, kaliteye daha duyarlı, çevre kalitesine ve turist güvenliğine önem veren, doğayla bütünleşmek isteyen, sık seyahat etme alışkanlığına sahip, farklı arayışlar içerisine girmektedir. (Ege ve Demir, 2002; Fennell, 2002). Küresel turizmde turistik tüketicilerin seyahat destinasyonlarına yönelik eğilimlerindeki değişimler, turistik destinasyonları bu değişimleri karşılayabilmek için yeni ve alternatif turistik ürünler geliştirmeye zorlamaktadır. Bu bağlamda alternatif turizm, doğayla, toplumsal değerlerle ve yerel halkın değerleriyle uyumlu, hem ziyaretçilerin hem de yerel halkın olumlu ilişkiler kurmasına olanak tanıyan, deneyimlerini paylaşmalarını sağlayan bir turizm biçimi olarak tanımlanmaktadır (Wearing ve Neil, 2009; Günlü ve Şahin, 2007). Özetle alternatif turizm, bir turizm destinasyonunda mevcut turizm türlerine alternatif olarak oluşturulduğu düşünülen turizm çeşitlendirme faaliyeti olarak tanımlanabilir. Alternatif turizmin, mevcut turizm arz

potansiyelini değerlendirerek bölgede yeni turizm türleri yaratması amaçlanmaktadır (Özer, Avcı ve Karakuş, 2016).

9.1. Sürdürülebilirlik ve Turizm

Sürdürülebilirlik kavramı ilk olarak 20. yüzyılda İngilizce Oxford Sözlüğünde kullanılmaya başlanmıştır. Avrupa'da odun kıtlığı 18. yüzyılda aşırı odun kullanımından dolayı başlamıştır. Bu sorun nedeniyle Alman Ormancılık Çevresinde sürdürülebilirlik terimi ortaya çıkmıştır. Daha sonra 1848 yılında yayınlanan Ekonomi Politğin İlkeleri kitabında ekonomik sermayenin ve nüfusun sabit durumu anlamına gelen 'Durağan durum' hakkında kısa bir bölüm vardır. Teknolojideki ilerlemelerin çevre tahribatına büyük zararlar verdiği düşünülebilir. 1970'li yıllarda Roma Kulübü'nün "Büyümenin Sınırları" başlıklı raporunda, dünya gezegeninin sınırlı fiziksel ve enerji kaynaklarına sahip olduğu ve bu kaynakların aşırı kullanımının felakete dönüşeceği belirtilmiştir. Daha sonra ilerlemenin sürdürülebilir olması gerektiği anlaşılmıştır. Yalnızca ekonomik ve sosyal konulara odaklanmak gelecekteki sürdürülebilir kalkınmaya fayda sağlamayacaktır; aynı zamanda doğal konulara da odaklanmak gerektiği düşüncesi oluşmuştur (Dixit ve Chaudhary, 2020).

Basit bir ifadeyle sürdürülebilirlik, doğaya zarar vermeden sonsuza kadar yaşamaktır. Uzun vadede seçtiğimiz enerji seçeneklerinin sürdürülebilir olması gerekmektedir. Çünkü enerji, sıcaklık, hareketlilik ve mekanik güç, aydınlatma ve elektronik gibi hizmetler için hayati önem taşımaktadır. Aynı zamanda madencilik ve rafine etme, sentez ve geri dönüşüm yoluyla malzeme elde etmek için de gereklidir. Sürdürülebilirliğin doğadan enerji ve malzeme toplanabilmesi ve enerji ve malzeme kullanımından kaynaklanan ürün ve atıkların doğaya dönüşü olmak üzere iki gerekliliği vardır (Bossel, 2003). 'Sürdürülebilir kalkınma' Brundtland Komisyonu tarafından en iyi şekilde "şartları karşılayan kalkınma" olarak tanımlanmıştır. Gelecek nesillerin kendi ihtiyaçlarını karşılamak kabiliyetinden ödün vermeden bugünün ihtiyaçlarını karşılamalıdır (Yazdi, 2012). Sürdürülebilirliğin anlamını sosyal ve ekolojik kriter olarak destekleyen ifadeler (Salas-Zapata ve Ortiz-Muñoz, 2019):

- Tehlikeli maddelerin (CO2 emisyonları) kullanımını azaltan veya ortadan kaldıran kimyasal ürün ve süreçlerin tasarımı.
- Enerji üretimi; sera gazı emisyonlarına neden olmayan yenilenebilir kaynaklar kullanmak.

- Çevresel etkileri en aza indiren, ekonomik açıdan sürdürülebilir ve toplumsal fayda üreten tarımsal üretim.
- İnşaat ve işletme süreçleri çevre dostu, sorumlu ve enerji açısından verimli olan binalar.
- Çevresel ve sosyal kriterler ve değerlere göre yönlendirilen sermaye yatırımı.
- Doğal kaynakların en iyi şekilde kullanılmasını sağlayan, kültürel özgünlüğe saygı duyan ve ekonomik sürdürülebilirliği sağlayan turizm.
- Verimli ve bozulmaya neden olmayan orman kullanımı.
- İnsanların refahını artıran, enerji tüketimini azaltan ve ekosistemlerin kalitesini koruyan ekonomik kalkınma.
- Kârdan ödün vermeden sosyal ve çevresel hususları faaliyetlerine dahil eden şirketler.
- Sürdürülebilir kalkınmayla ilgili kavramları derslerine, araştırmalarına, kurslarına ve kampüslerine dahil eden üniversiteler.
- Ekosistemler üzerindeki olumsuz etkileri önleyen ve sosyal ve ekonomik faydalar sağlayan balıkçılık endüstrisi.

Sürdürülebilirliğin insanlığın hedefi olduğunu destekleyen ifadeler (Salas-Zapata ve Ortiz-Muñoz, 2019):

- Sosyal, ekonomik ve çevresel açıdan en iyiyi sağlayan bir sistem.
- Mevcut ve gelecek nesillerin sağlığını, güvenliğini ve refahını artıran kentsel süreçler.
- Kentsel sürdürülebilir kalkınma, refahı, sosyal, politik ve ekonomik eşitliği ve uzun vadede ekolojik dengeyi destekleyen kentsel sosyo-ekolojik sisteme geçişler.
- Toplumla ilgili olarak sürdürülebilir kalkınma, çevresel, ekonomik ve sosyal hesapları bütünleştiren bir kalkınma amacı.
- Turistlerin ve ev sahiplerinin ihtiyaçlarını karşılarken, gelecekteki fırsatları koruyup geliştiren turizm. Bu, kültürel bütünlüğün korunmasını, insan ihtiyaçlarının karşılanmasını ve ekosistemlerin ekolojik ve biyolojik süreçlerinin korunmasını içermektedir.
- Korunan doğal alanlarla ilgili olarak sürdürülebilir bir arazi kullanımı yönetimi, çevresel hedeflerin sosyal ekonomik kalkınma süreçlerine dahil edilmesini

gerektirmektedir. Bu durum da kültürel mirasın ve peyzajın korunması anlamına gelmektedir.

- Çevrenin ve kaynakların bugün ve yarın korunmasını garanti edebilecek gelişmeler. Aynı zamanda kendi kendini idame ettirebilen, şimdiki ve gelecek kuşakların ihtiyaçlarını karşılayan bir yapı.
- Şirketlerin sürdürülebilir kalkınma hedeflerini, sosyal eşitliği, yani ekonomik verimliliği ve çevresel performansı içeren faaliyetleri.
- Çevre koruma ve pozitif üretim ile madencilik sosyo-ekonomik etkiler.

Sürdürülebilir turizm kavramı, kaynakların bugün ve yarın için bilinçli ve dikkatli kullanılmasını gerektiren sürdürülebilir kalkınma paradigmasının doğal bir sonucu olarak kabul edilmektedir. Sürdürülebilir turizm, “mevcut ve gelecekteki ekonomik, sosyal ve çevresel etkilerini tam olarak hesaba katan, ziyaretçilerin, endüstrinin, çevrenin ve ev sahibi toplulukların ihtiyaçlarını karşılayan turizm” olarak tanımlanmaktadır. Turizmi daha sorumlu hale getirmeye yönelik söylem, yaklaşık elli yıl önce kitle turizmi olarak adlandırılan turizmin turistik destinasyonların ekolojik, sosyokültürel ve ekonomik çevreleri üzerindeki olumsuz etkilerinin farkına varılmasıyla başlamıştır. Turizmin doğal veya fiziksel çevre üzerindeki zararlı etkileri arasında bitki örtüsünün zarar görmesi, ormansızlaşma, yaban hayatı popülasyonunun kaybı, toprak erozyonu ve yapı mirasının bozulması yer almaktadır. Suç, göç, sosyal dışlanma, kültürleşme, dilencilik, kültürel alanlara zarar verme, vandalizm ve izinsiz girme, turizmin en belirgin sosyokültürel etkileri arasındadır. Turizmin olumsuz etkilerine ilişkin artan endişeler ve turizm sistemlerindeki kaynakların sürdürülebilir kullanımının, sürdürülebilir turizm kavramının temelini oluşturan gelişen bir turizm endüstrisi için esas olduğunun anlaşılmasını sağlamıştır (Nyaupane, Poudel ve Timothy, 2018).

9.2. Alternatif Turizm ve Sürdürülebilirlik

Seyahat ve turizm endüstrisi dünyanın en büyük endüstrileri arasında yer almaktadır. Ancak turizmin olumsuz etkileri büyük bir endişe kaynağı haline gelmeye başlamıştır. Turizmin geliştirilmesinde arzu edilen ve politik olarak uygun bir yaklaşım olarak neredeyse evrensel olarak kabul edilen turizm faaliyetlerinin olumsuz etkilerini azaltmak amacıyla sürdürülebilir turizm kavramı ortaya çıkmıştır (Sharpley, 2003). Sürdürülebilirlik, eksiksiz bir turizm deneyimini oluşturan tüm unsurları kapsamaktadır. Bilim adamlarının çoğunluğuna göre “sürdürülebilir turizm gelişimi” ekonomik, sosyal ve çevresel bir konu ile ilgilidir.

Sürdürülebilir turizmin amacı, çevreyi korumak, kültürel bütünlüğü sürdürmek, sosyal adaleti sağlamak ve ekonomik faydaları teşvik etmek, hem kısa hem de uzun vadede ev sahibi nüfusun iyileştirilmiş yaşam standartları açısından ihtiyaçlarını karşılamak arasında bir denge kurmaktır (Zolfani vd., 2015). Sonuç olarak sürdürülebilir turizm, aşağıdaki ilkelere dayanan bir alternatif turizm şeklidir (DumbrăVeanu, 2007):

- a) Gelirlerin bir kısmının korunan alana geri dönmesi yoluyla korumanın sürdürülmesine ve geliştirilmesine katkıda bulunarak, ekolojik sürdürülebilirliğin sağlanması amacıyla turizm faaliyetinin çevre üzerindeki etkisini en aza indirmek.
- b) Sosyal sürdürülebilirliğin sağlanması amacıyla turizm faaliyetinin yerel toplum ve onun üyeleri üzerindeki olumsuz etkisinin en aza indirilmesi. Turist destinasyonundaki nüfusun günlük yaşamını rahatsız etmeyen turizm biçimlerinin geliştirilmesi.
- c) Kültürel sürdürülebilirliğin sağlanması amacıyla turizm faaliyetinin yerel halkın kültürü/gelenekleri/göreneklere üzerindeki olumsuz etkisinin en aza indirilmesi. Korunacak yerel kültürlerin özgünlüğünü ve bireyselliğini belirleyebilecek ve bunların “dış” kültürel etkilerle doymasını önleyebilecek bir turizmin geliştirilmesi.
- d) Ekonomik sürdürülebilirliği sağlamak amacıyla turizmin gelişmesi sonucunda yerel halkın ekonomik faydalarını en üst düzeye çıkarmak.
- e) Sürdürülebilir turizmin en önemli ilkelerinden biri, yerel toplulukların ve korunan alanların korunmasına ve ekonomik kalkınmasına hizmet etmektir.
- f) Çevreye karşı kişisel tutumu geliştirmek ve etkiyi azaltmak için turisti üstün bir farkındalık ve yarattığı etkiyi göz önünde bulundurarak eğitmek.
- g) Sürdürülebilir turizm gelişimini içeren her konuda yerel topluluk katılmakta ve onlara danışılmaktadır. Buradaki kilit unsur, turizm altyapı unsurları (örn. konaklama yapıları) ve diğerleri üzerindeki yerel mülkiyettir. Yerel topluluk ve yerel yönetimler işin içindedir ve özellikle mali araçlar aracılığıyla kontrole sahiptirler.

Kitle turizminin neden olduğu olumsuz etkiler ve geleneksel turistik faaliyetlerle bağlantılı eşitsizlikler, aynı zamanda insanın kendi kökenleriyle yeniden bağlantı kurma, doğal ortamlardan ve doğal çevreden keyif alma arzusu, daha büyük bir çevre bilincinin uyanması ile yakından ilişkili olan yeni turizm türlerinin ortaya çıkmasını güçlü bir şekilde etkilemiştir. Sonuç olarak alternatif turizm, ziyaret edilen yerin doğal, kültürel ve tarihi mirasına saygılı, doğayla ve kültürel ifadelerle temas halinde olan rekreasyonel faaliyetlere katılımı teşvik ettiği

için bu yeni perspektifte görünürlük kazanmaktadır. Daha sorumlu turizm seçenekleri arayışında alternatif turizm, yerel kalkınmayı olumlu yönde etkileyen bir faaliyet olarak teşvik edilmektedir (Pérez, González ve León, 2020). Alternatif turizm, yerel insan topluluklarını, çevrelerini ve doğal kaynaklarını göz önünde bulundurarak tüm paydaşların uzun vadeli ilgisini ve olgunun kalitesini içermektedir. Diğerlerinin yanı sıra doğa turizmi, ekoturizm, kırsal turizm, toplum temelli turizm, agroturizm, gönüllü turizm, sorumlu turizm, entegre turizm, kültür turizmi, yaratıcı turizm, jeoturizm, macera turizmi, yumuşak turizm, sürdürülebilir turizm, küçük ölçekli turizm, yeşil turizm gibi kategorilere ayrılabilir (Christou ve Cyprus, 2012; Theng, Qiong ve Tatar, 2015). Arzu edilmeyen turizm türü olan kitle turizmi veya geleneksel turizme alternatif amaçlarla, uyumlu ve sürdürülebilir turizmi geliştirmeye yönelik özellikler ve yaklaşımlarla alternatif turizm, turizm olgusunun olumsuz etkilerini kontrol etmenin mümkün olduğu topluluklarda veya yerlerde küçük ölçekli rekreasyonel faaliyetlerin geliştirilmesi için bir seçenektir (Medeiros vd., 2021).

KAYNAKÇA

- Bossel, U. (2003). *Sustainability and Energy*", *European Fuel Cell Forum Morgenacherstrasse*. Switzerland Oberrohrdorf.
- Christou, L., & Cyprus, N. (2012). Is it possible to combine mass tourism with alternative forms of tourism: The case of Spain, Greece, Slovenia and Croatia. *J. Bus. Adm.*(11), 1–8.
- Dixit, A., & Chaudhary, R. (2020). Sustainability: An Essential Concept For Current And Upcoming Technological Practices. *International Symposium on Fusion of Science and Technology*(804), 1-7.
- DumbrăVeanu, D. (2007). Principles And Practice Of Sustainable Tourism Planning. *Human Geographies*, 1(1), 77-80.
- Ege, Z., & Demir, O. (2002). Turistik Ürün Çeşitlendirme Kapsamında Kültür Turizmi ve Aydın İlinin Kültürel Varlıkları. *First Tourism Congress of Mediterreanean Countries*. Antalya.
- Fennel, D. A. (2002). *Ecotourism Programme Planning*. UK: Cabi Publishing.
- Günlü, E., & Şahin, N. (2007). Turizmde Ürün Geliştirme ve Alternatif Turizm. *Genel Turizm*. içinde Ankara: Turhan Kitabevi.
- Kuhlman, T., & Farrington, J. (2010). What Is Sustainability? *Sustainability*, 2(11), 3436-3448.
- Kuter, N., & Ünal, H. E. (2009). Sürdürülebilirlik Kapsamında Ekoturizmin Çevresel, Ekonomik Ve Sosyo-Kültürel Etkileri. *Kastamonu Üniversitesi, Orman Fakültesi Dergisi*, 9(2), 146- 156.
- Medeiros, H. M., Guerreiro, Q. L., Vieira, T. A., Silva, S. M., Renda, A. I., & Oliveira-Junior, J. M. (2021). Alternative Tourism and Environmental Impacts: Perception of Residents of an Extractive Reserve in the Brazilian Amazonia. *Sustainability*, 13(2076), 1-31.
- Nyaupane, G. P., Poudel, S., & Timothy, D. J. (2018). Assessing The Sustainability Of Tourism Systems: A Social–Ecological Approach. *Tourism Review International*(22), 49–66.
- Özer, Ö., Avcı, M., & Karakuş, N. (2016). A Study For the Evaluation of Alternative Tourism Opportunities in Fethiye Destination. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(1), 21-26.
- Pérez, R. M., González, M. V., & León, E. J. (2020). Recuento de la inserción del turismo alternativo en la política pública en México. *Rev. Educ.*(25), 5–29.

- Salas-Zapata, W. A., & Ortiz-Muñoz, S. M. (2019). Analysis of Meanings of The Concept Of Sustainability. *Sustainable Development*(27), 153–161.
- Sardianou, E., Kostakis, I., Mitoula, R., Gkaragkani, V., Lalioti, E., & Theodoropoulou, E. (2016). Understanding The Entrepreneurs' Behavioural Intentions Towards Sustainable Tourism: A Case Study From Greece. *Environment, Development And Sustainability*, 18(3), 857-879.
- Sharpley, R. (2003). Rural tourism and sustainability –A Critique . *New directions in rural tourism* (s. 38–53). içinde Aldershot: Ashgate Publishing Limited.
- Theng, S., Qiong, X., & Tatar, C. (2015). Mass Tourism vs Alternative Tourism? Challenges and New Positionings. *Études Caribéennes*, 31–32.
- Tuncer, M. (2018). A Theoretical Research on Sustainable Tourism in Aksaray. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(1), 444-450.
- Wearing, S., & Neil, J. (2009). *Ecotourism: Impacts, Potentials and Possibilities*. Great Britain: Butterworth-Heinemann.
- Yavuz, V. A. (2010). Sürdürülebilirlik Kavramı Ve İşletmeler Açısından Sürdürülebilir Üretim Stratejileri. *Mustafa Kemal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitü Dergisi*, 7(14), 63-86.
- Yazdi, S. K. (2012). Energy and Sustainability. *American International Journal of Social Science*, 1(2), 52-58.
- Zolfani, S. H., Sedaghat, M., Maknoon, R., & Zavadskas, E. K. (2015). Sustainable tourism: a comprehensive literature review on frameworks and applications. *Economic Research*, 28(1), 1-30.

10. SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMA OLARAK TOPLUM TEMELLİ TURİZM

GİRİŞ

Sürdürülebilir turizm destinasyonlarının geliştirilmesinde yerel halkın katılımının önemini, turizmin geliştirilmesi için diğer seçeneklerin geliştirilmesini teşvik etmiştir. Tosun ve Timothy (2003) sürdürülebilir turizm gelişiminde önemli bir hususun toplum temelli turizme yapılan vurgu olduğunu vurgulamaktadır. Bu yaklaşım daha çok yerel toplulukların turizm planlama ve geliştirme sürecine aktif olarak katılmalarını sağlamaya odaklanmaktadır. Her ne kadar kavramsal olarak yerel halkın turizme katılımının sürdürülebilir turizm destinasyonlarının gelişimini gerçekleştirebileceğine inanılsa da uygulamada zorluklar ve engeller olabilmektedir (Bağus, Nyoman ve Putu, 2019).

Toplum temelli turizm ve topluluk merkezli sürdürülebilir turizmin diğer alt dalları, çevre bölgelerdeki kırsal kalkınmanın araçları olarak yaygın şekilde uygulanmaktadır. Başlangıçları, toplum temelli turizmin Güney'deki kırsal insanlar için bir alternatif (Weaver, 2010) ve yoksulluğun azaltılması, koruma (WWF, 2001) ve kırsal ekonomik kalkınma (Hall, 2005) için fırsatlar sunan geçerli bir araç olduğuna inanıldığı 1980'lere kadar uzanmaktadır. Bu faydalardan dolayı, birçok toplum temelli turizm girişimi, gelişmekte olan ülkelerde toplum geliştirme projeleri haline gelmiştir (Stronza ve Gordillo, 2008). Yıllar boyunca, toplum temelli turizmin başarılı bir şekilde uygulanmasını kolaylaştırmak için çeşitli kuruluşlar tarafından önemli sayıda kılavuz ve proje raporu yayınlanmıştır. Birçoğu resmi kalkınma yardımları yoluyla turizmin gelişimini desteklemek üzere tasarlanmıştır. Turizmin toplumlara refah sağlamanın yanı sıra uzun vadede sosyal, ekonomik ve kültürel faydalar sağlama potansiyeli bulunmaktadır (Zielinski vd., 2020).

Toplum temelli turizm, yerel toplulukların sosyal organizasyonunu teşvik eden bir stratejidir (López-Guzmán, Borges ve Cerezo, 2011). Toplum temelli turizm, yerel turizm paydaşlarının aktif katılımına güvenmektedir. Yerel paydaşların kaynaklarını paylaşmaları ve ortak hedefler doğrultusunda birlikte çalışmalarını beklenmektedir (Strydom, Mangope ve Henama, 2017). Toplum temelli turizm yaklaşımları, yerel topluluktan üyeleri turizmin geliştirilmesine ilişkin karar alma süreçlerine dahil etmektedir. Toplum temelli turizm sürdürülebilir turizme benzetmekle birlikte, kendi geleceklerini belirlemede yerel halkın güçlendirilmesine öncelik verme konusunda benzersizdir (Taşçı, Semrad ve Yılmaz, 2013:9).

Toplum temelli turizm aynı zamanda doğası gereği katılımcıdır. Topluluklar turizmin gelişimi için kendi yörüngelerini çizmeye yetkilendirildikçe güven ve bilgi oluşturmının ötesine geçmektedir (Mtapuri, Camilleri ve Dlużewska, 2021).

10.1. Sürdürülebilir Kalkınma ve Turizm

Sürdürülebilir kalkınma kavramının gelişiminde pek çok kilometre taşı olmasına rağmen, 1972'de Meadows Raporu'nun yayınlanmasının, ekonomik faaliyetlerin çevre üzerindeki etkisi konusunda insanlığın ilgisinin başlangıcına işaret eden bir referans noktası olarak hizmet ettiği unutulmamalıdır. Club of Rome tarafından yaptırılan bu belge, ekonomik büyüme hızının ve doğal kaynakların kullanılabilirliğinin uzun vadede sürdürülemeyeceğini öne sürmektedir. Bu nedenle, ekonomik büyüme ve nüfus artışı ile birlikte kirlilik ve çevresel bozulma, gerekli önlemlerin alınmaması durumunda insanların yaşam kalitesini olumsuz yönde etkileyebilecek uzun vadeli dengesizliklere yol açabilmektedir. Öte yandan, 1987 yılında yayınlanan "Ortak Geleceğimiz" olarak da bilinen Brundtland Raporu, ekonomik büyüme, sosyal kalkınma ve çevresel bakımın, gelecek nesillerin ihtiyaçlarını tehlikeye atmadan mevcut ihtiyaçları karşılayacak şekilde dengelenmesi ihtiyacını ele almaktadır. Ayrıca, küresel nüfusun büyük bir bölümünü etkileyen aşırı yoksulluk gibi önemli toplumsal sorunlara odaklanmanın gerekliliğini de içermektedir (WCED, 1987). Bir diğer önemli etkinlik ise 1992 yılında Brezilya'nın Rio de Janeiro kentinde düzenlenen Dünya Zirvesi'dir. Bu etkinlik, çevrenin korunmasını ve toplumsal kalkınmaya yönelik alternatiflerin hayata geçirilmesini amaçlayan kamu politikalarının uygulanmasına hükümetlerin dahil edilmesinin önemini altını çizmiştir. Biyolojik çeşitliliğin kaybı, çölleşme, iklim değişikliği gibi konular tartışılmıştır (García-García vd., 2023).

Sürdürülebilir kalkınma, gelecek nesillerin kendi ihtiyaçlarını karşılayabilme yeteneğini tehlikeye atmadan, mevcut neslin ihtiyaçlarını karşılayan kalkınmadır. Bu tanım, sürdürülebilirliğin temel ilkelerini tanımlamaktadır. Örneğin: planlama ve stratejiye bütünsel bir yaklaşım getirmekte, çevreyi (biyolojik çeşitliliği) ve insan yapımı mirası korumakta, temel ekolojik süreçleri korumakta, halkın katılımını kolaylaştırmakta ve katılımını sağlamaktadır. Verimliliğin uzun vadeli gelecekte de sürdürülebilmesi, farklı ülkeler arasında daha iyi düzeyde adalet ve fırsat sağlayabilmektedir. (Cooper vd., 2008). Sürdürülebilir kalkınma ekonomik kalkınma çevrenin korunması ve sosyal kalkınma olmak üzere üç temele dayanmaktadır (Niedziółka, 2012).

Yirmi birinci yüzyıl, çevre sorunları, sosyal adalet ve gelir eşitliği ile ilgili artan endişeler, finansman ve değerli kaynakların kapasitesi, ekonomik ve sosyal durumlara

deva olarak turizm beklentileri de dahil olmak üzere turizmin gelişimi için yeni zorluklar ve fırsatlar getirmiştir. Sürdürülebilirlik, turistik destinasyonların rekabet edebilirliğinde önemli bir değişken haline gelmiş ve dolayısıyla kamu yöneticilerinin öncelikli hedefi haline gelmiştir. Ancak turizmi sürdürülebilir kılmak kolay değildir (Torres-Delgado ve Palomeque, 2014). Sürdürülebilir turizmin geleneksel tanımları, onu sıklıkla aynı zamanda çevresel olarak uygun, sosyal olarak kabul edilebilir ve ekonomik olarak uygulanabilir olan faaliyetlerin kesişim noktasına yerleştirmektedir. Bu nedenle son yirmi yılda turizm gelişiminin olumlu ve olumsuz çevresel etkilerinin araştırılması birincil araştırma konusu haline gelmiştir. Birleşmiş Milletler Çevre Programı (UNEP, 2005) ve Dünya Turizm Örgütü (UNWTO, 2005). sürdürülebilir turizmi, mevcut ve gelecekteki ekonomik, sosyal ve çevresel etkilerini tam olarak dikkate alan, ziyaretçilerin, sektörün, çevrenin ve ev sahibi toplumların ihtiyaçlarını karşılayan bir turizm şekli olarak görmektedir (Pivcevic ve Mandi, 2020).

Kitle turizmi birçok bölgede plansız gelişmeye yol açarak doğal, sosyal ve kültürel kaynakların bozulmasına neden olmaktadır. Bu kontrolsüz genişlemenin bir sonucu olarak turizm endüstrisindeki müşteri davranışları değişmiştir. Sosyal gruplaşmaların sayısı arttıkça turizm pazarı giderek daha fazla bölümlenmiş ve çeşitlenmiştir (Munster, 2008). Olumsuz sonuçlardan kaçınırken çevre, toplum ve ekonomi üzerinde iyi bir etki yaratma hedefiyle seyahat etmek, sürdürülebilir turizm olarak bilinmektedir. Sürdürülebilir turizmin amaçlarından bazıları şunlardır (Olowookere, Eke ve Ayeni, 2022):

- Çevrenin korunması, doğal kaynakların korunması ve topluluk mirasının korunması,
- Yerel toplumun temel ihtiyaçlarının karşılanması ve yaşam standartlarının yükseltilmesi,
- Çevresel kaynakların kullanılması ve gelirin dağıtılması amacıyla adalet ilkesinin hem şimdiki nesil hem de gelecek nesiller düzeyinde uygulanması,
- Çevresel muhasebe standartlarının sağlanması ve çevre turizmi üzerinde kontrol sağlanması,
- Temel çevre ve yerel topluluklarda hizmetlerin geliştirilmesi,
- Yerel topluluğa gelir ve iş sağlamak amacıyla yatırım ortamı yaratılması,
- Turistler, çalışanlar ve yerel topluluklar arasında çevre bilincini geliştirme ve yerel ürünler için yeni pazarlar sağlanması.

Sürdürülebilir turizm, yeni işyerlerinin yaratılması, gelirin yeniden dağıtılması ve yoksulluğun azaltılması yoluyla sosyal kalkınmayı destekleme potansiyeline sahiptir. (Ştefănică, 2010) Ekonomik açıdan bakıldığında, sürdürülebilir turizmin temel avantajları döviz kazancı, Devlet gelirine katkı, işgücü ve iş mesleği ile ilgili fırsatların yaratılması ile ilgilidir. Sosyal açıdan bakıldığında sürdürülebilir turizm uygulamasının avantajlar şu şekilde sıralanabilir (Butnaru ve Ștefanica, 2014);

- Turizm barışın korunmasına yönelik bir gücü temsil etmesi; insanlar seyahat ederek birbirleriyle iletişim kurabilmektedir. Sürdürülebilir turizmin eğitimsel bir bileşeni olması nedeniyle insanlar ve kültürler arasındaki anlayışı geliştirebilmekte ve ev sahipleri ile ziyaretçiler arasında kültürel alışveriş olanağı sunabilmektedir.
- Toplulukların güçlendirilmesi; sürdürülebilir turizm, toplumlara birçok yönden canlılık getirebilmektedir. Yerel halkın ana katılımcı olduğu, aynı zamanda seyirci olduğu etkinlikler ve festivaller buna bir örnek olabilir.
- Tesislerin yerel topluluğa fayda sağlayacak şekilde geliştirilmesi; turizm endüstrisinin topluma yararlı daha iyi bir altyapı, sağlık sistemi ve ulaşım ağının iyileştirilmesi, yeni dinlenme ve spor tesisleri, restoranlar ve kamusal alanların yanı sıra yüksek kaliteli gıda ve tüketim mallarının akışını sağlayabilmektedir.
- Kültür ve geleneklerin canlandırılması; sürdürülebilir turizm, kültürel ve tarihi geleneklerin korunmasını ve aktarılmasını geliştirme potansiyeline sahiptir. Doğal kaynakların sürdürülebilir korunmasına ve yönetimine katkıda bulunarak, genel olarak yerel kültürel mirasın korunmasına veya kültürel sanat ve zanaatların yenilenmesi yoluyla yerel kültürlerin yeniden canlandırılması olasılığına yol açabilmektedir.
- Turizmin, sivil etkiyi ve gurur duygusunu teşvik etmesi; bazı durumlarda sürdürülebilir turizm, doğal ve kültürel mekanların mali değeri konusunda yerel bilinç düzeyinin yükselmesine katkıda bulunmaktadır. Bu, yerel ve ulusal mirasa ilişkin gurur duygusunu harekete geçirebilmekte ve onun korunmasına yönelik ilgiyi geliştirebilmektedir.
- Sürdürülebilir turizmin turistlere faydala sağlaması; turistler doğal çevrenin ve manzaraların bozulmamış güzelliğinden, çevre kalitesinden (temiz hava ve sular), düşük suç oranlarına sahip sağlıklı bir topluluktan, gelişen yerel geleneklerin özgünlüğünden ve yerel geleneklerin özgünlüğünden keyif alabilirler.

Sürdürülebilir turizmin temel ekonomik avantaj ve faydaları aşağıdaki gibi sıralanabilir (Butnaru ve Stefanica, 2014);

- Dövizden elde edilen gelirler; turistlerin harcadığı para, mal ve hizmetlerin ithalatı ve ihracatı, ev sahibi ekonomi için gelir yaratmaktadır.
- Devlet gelirlerine katkı; devletin turizm sektörü nedeniyle elde ettiği gelirler doğrudan ve dolaylı gelirler olarak sınıflandırılabilir. Doğrudan gelir, turizm çalışanlarının gelirleri üzerinden alınan vergiler, turizmle ilgili ticari faaliyetler ve doğrudan turistlere uygulanan ekolojik ücretler veya çıktı vergileri gibi ücretlerden elde edilmektedir. Dolaylı katkılar, halka sunulan mal ve hizmetlere uygulanan vergi ve harçlardan kaynaklanmaktadır.
- İşyerlerinin oluşturulması; turizmin hızla yaygınlaşması, önemli sayıda iş yerinin oluşmasına yol açmıştır. Turizm, oteller, restoranlar, taksiler, hediyelik eşya satışı yoluyla doğrudan ve bu sektörde gerekli ticari faaliyetler olan mal ve hizmetlerin sağlanması yoluyla dolaylı olarak iş yerleri yaratabilmektedir.
- Altyapı yatırımlarının teşvik edilmesi; turizm, daha iyi su temini ve kanalizasyon sistemleri, yollar, elektrik enerjisi tedarik sistemleri, telefon ve toplu taşıma ağları oluşturarak altyapıyı iyileştirme konusunda önemli bir yere sahiptir.
- Yerel ekonominin gelişmesine katkı; turizmden elde edilen gelirin döngüsel olarak devreye girmesi, yerel ekonomiye geri dönmesi ciddi bir çarpan etkisi yaratmaktadır.
- Doğanın korunmasına yönelik doğrudan mali katkı; turizm, hassas alanların ve yaşam alanlarının korunmasına doğrudan katkıda bulunabilmektedir. Park giriş ücretleri veya benzeri kaynaklardan elde edilen gelirler özellikle çevresel açıdan hassas alanların korunması ve yönetiminin finansmanına da ayrılabilir.
- Rekabetin sunduğu avantaj; giderek daha fazla sayıda tur operatörü sürdürülebilirlik konusunda aktif bir yaklaşımı benimsemektedir. Giderek daha fazla sayıda tur operatörü, örneğin su ve enerji tasarrufu, yerel kültürü gözlemleme ve ev sahibi topluluğa yardım etme gibi sürdürülebilir bir şekilde hareket eden sağlayıcılarla çalışmayı tercih etmeye başlamışlardır.

10.2. Toplum Temelli Turizm

Gelişmekte olan ülkelerde turizm, kırsal ve uzak bölgelerde, dış destek olmadan turizmin geliştirilmesinde yer alacak bilgi ve finansal kaynaklara sahip olmayan topluluklara çok ihtiyaç duyulan ekonomik faydaları sağlayabilecek bir sektör olarak görülmektedir. Sürdürülebilirlik çatısı altında oluşturulan yeni kalkınma paradigmaları, kendi kendine yetmeyi, kendine güvenmeyi ve toplulukların güçlendirilmesini destekleyen ve teşvik eden ilkeleri ortaya çıkarmıştır. Sürdürülebilir turizm, geleneksel turizmin yerini alacak yeni bir küresel standart olarak tanıtıldığında, birçok ülke bu değişimi yansıtan politikalar tasarlamaya başlamışlardır. Sonuç olarak, topluluk katılımı, yetkilendirme, şeffaflık, adalet, hakkaniyet ve eşitlik gibi kavramlar ulusal düzenlemelere ve kalkınma stratejilerine entegre edilmiştir (Yanes vd., 2019).

Topluluk turizmi, az gelişmiş bölgelerde dış kaynaklı turizm stratejilerine içsel bir alternatif olup, yerel toplulukların geleneksel baskın olanın yerine asla ikame edilmeyen yeni bir tamamlayıcı etkinlikle zenginlik yaratmasına olanak tanıyan belirli destinasyonların yaratılmasına olanak sağlayabilmektedir. Bu nedenle, turistik destinasyonda yaşayan veya ziyaret eden gelecek nesillerin ihtiyaçlarından ödün vermeden hem bölge sakinlerinin hem de mevcut turistlerin ihtiyaçlarını karşılamayı amaçlayan, topluma dayalı bir sürdürülebilir turizm şekli ön plana çıkmaya başlamıştır. Bu nedenle, sürdürülebilir bir yapıya sahip olan toplum turizmi, yerel ekonomik faydaları optimize ederken, turizmin olumsuz etkilerini en aza indirirken, doğal ve yapılı çevreyi koruyarak ve ziyaretçilere kaliteli bir deneyim sunarken, bölge sakinlerinin yaşam standartlarını iyileştirmeyi amaçlamalıdır. Bu doğrultuda, karar alma sürecinin tüm paydaşları kapsadığı ve faydaların toplumun kendisini etkilediği turizm planlama sürecine toplumun katılımının teşvik edilmesi esastır. Amaç yerli toplulukların etnik kimliğini, değerlerini ve kültürel mirasını korumak, değişime uyum sağlamalarına ve zihniyetlerini açmalarına yardımcı olarak onları turizm ürününün önemli bir parçası haline getirmektir (Álvarez-García, Durán-Sánchez ve Del Río-Rama, 2018).

Toplum temelli turizm çok çeşitli farklı turizm modellerini tanımlamak için kullanılmakla birlikte genellikle topluluk katılımını içeren ve turistlerin bu toplulukları ziyaret etmelerine ve kültürleri ve yerel çevre hakkında bilgi edinmelerine olanak tanıyarak geliştirmekte olan dünyadaki yerel topluluklar için fayda sağlamayı amaçlayan turizmi ifade etmektedir. Turizm girişiminde toplumun katılımı, kooperatif veya bireysel olarak sahip olunan ve yönetilen işletmelerden topluluk ve özel sektör arasındaki ortak girişimlere kadar tüm tanımların merkezinde yer almaktadır. Diğer ortak temalar, bir bağışçı kuruluştan veya STK'dan dış

desteğin dahil edilmesi, topluluk içinde bireysel ve kolektif faydaların yaratılması ve üçlü kârlılık yaklaşımıdır (Lucchetti ve Font, 2013).

Toplum temelli turizm yerel topluluğun aktif katılımına dayanmaktadır. Bu tür turizmi destekleyebilecek ve aynı zamanda yerel halk ile ziyaretçiler arasında bir ilişki kurulmasına yardımcı olabilecek topluluk etkinliklerinin yaratılmasının bu kadar önemli olmasının nedeni budur. Bunu kolaylaştırmak için farklı kamu idarelerinin, Sivil Toplum Kuruluşlarının, özel kurumların ve yerel halkın bizzat devreye girmesi ve birlikte çalışması gerekmektedir. Nyaupane, Morais ve Dowler (2006), yerel toplulukların turizm projelerini uygularken karşılaştıkları ana sınırlamalar arasında mali kaynak, altyapı veya teknik bilgi eksikliği; kültürel türden sınırlamalar ve farklı kamu idareleri arasındaki potansiyel çatışmalar yer almaktadır. Aynı zamanda Toplum temelli turizmin uygulanması için paydaşların dahil edilmesi, bireysel ve kolektif faydaların değerlendirilmesi, hedeflerin belirlenmesi ve uygulanacak kararların analizi gibi faktörlerin son derece önemli olduğu belirtilmektedir (Kibicho, 2008). Topluluk turizminin temel faydaları aileler üzerindeki doğrudan ekonomik etki, sosyoekonomik gelişmeler ve yaşam tarzlarının sürdürülebilir çeşitlendirilmesidir (Manyara ve Jones, 2007; Rastegar, 2010). Toplum temelli turizm kesinlikle politika koordinasyonunu uygulamanın, turizmdeki farklı aktörler arasındaki çatışmalardan kaçınmanın ve toplumun tüm üyeleri arasında bilgi, analiz ve yetenek alışverişine dayalı sinerji elde etmenin etkili bir yoludur (López-Guzmán, Sánchez-Cañizares ve Pavón, 2011).

Toplum temelli turizmin, yalnızca finansal faydalar sunarak değil, aynı zamanda kendi alanlarındaki turizm planlamasına ve gelişimine yenilikçi yollarla katılımlarını artırarak topluluklara bazı benzersiz fırsatlar sağlama potansiyeline sahip olduğuna inanılmaktadır (Harwood, 2010; Häusler ve Strasdass, 2003; Vanagas ve Jagminas, 2011). Turizmin geliştirilmesinde ve organize edilmesinde yerel üyeler, kendi topluluklarının yararına turizm yönetiminde sahipler ve karar vericilerdir. Kültürel ve doğal mirasın korunmasını desteklemekte ve turizmin toplulukları ve çevre üzerindeki etkisiyle ilgilenmektedirler. Bölge sakinleri, mülk sahibi, girişimci ve ürün ve hizmet sağlayıcı olarak gelir elde etmektedirler. Normalde turizm gelirinin en azından bir kısmını topluma fayda sağlayan proje ve girişimlere ayırmaya çalışmaktadırlar (Asker vd., 2010). Toplum temelli turizmin ilkeleri şöyledir (Nitikasetsoontorn, 2014);

- 1) Toplulukların turizm planlamasına, devam eden karar alma süreçlerine, kalkınmaya ve operasyonlara dahil edilmeleri,

- 2) Turizmin toplumsal mülkiyetini tanıma, destekleme ve teşvik etme,
- 3) Kültürlerarası öğrenmeyi teşvik etme ve eğitimi turizm hizmetinin bir parçası olarak dahil etme,
- 4) Kültürel farklılıklara ve insan onuruna saygı gösterme,
- 5) Yerel topluluklara, özellikle de kırsal alanlardaki yerli halklara fayda sağlama, yaşam kalitesini artırma ve kültürel ve çevresel varlıkların refahına katkıda bulunmayı hedefleme,
- 6) Faydaları topluluk üyeleri arasında adil bir şekilde paylaşma,
- 7) Kârın veya kaynakların bir kısmını, topluluğun kültürel veya doğal miras varlığını sürdürmek ve korumak amacıyla toplumsal kalkınma için kullanma,
- 8) Kültürel ve doğal mirasın korunması konusunda yerel ve ziyaretçilerin farkındalığını artırma,
- 9) Sosyo-kültürel çevre ve doğal kaynaklar üzerindeki olumsuz etkiyi en aza indirmek ve çevresel sürdürülebilirliği sağlama.

Tamir (2015: 51), toplum temelli turizmin katılımcı ve kalkınma yaklaşımının yerel toplulukları, topluluk kaynaklarını yönetme ve bunlar üzerinde kontrol sahibi olma konusunda bilgi, beceri ve güvenlerini artırarak güçlendirdiğini ileri sürmektedir; ve “Eğer etkili ve başarılı olursa, toplum temelli turizmin sağlıklı ekonomik kalkınmayı, kültürel ve çevresel farkındalığı, kültürler arası anlayışı, barışı ve sürdürülebilir destinasyon gelişimini sağlayabilir.” Yoopetch'e (2015: 573) göre toplum temelli turizm işbirlikçi faaliyetleri, sosyal sermaye oluşumunu ve sürdürülebilir kalkınmayla ilgili “ekonomik yaşayabilirlik; ekolojik sürdürülebilirlik; maliyet ve faydaların adil dağılımı; ve iyi yönetim” dört boyutu da içeren gücün yeniden dağıtımını içermektedir (Yoopetch 2015: 574). Toplum temelli turizmin özellikleri şöyledir (Giampiccoli ve Mtapuri, 2017);

- Toplum temelli bir turizm projeleri, hem yerel halkın hem de ziyaretçilerin deneyimine değer katarken aynı zamanda çevreyi güzelleştiren karlı ve sürdürülebilir bir faaliyettir.
- Toplumu doğrudan ilgilendirerek hem sosyal hem de ekonomik faydalar sağlar.
- Nihai hedefi, toplum çıkarlarına zarar vermeden tüketici beklentilerini karşılamaktır.

- Pazar odaklıdır ve sürdürülebilir olabilmesi için yüksek standartları karşılaması gerekir.
- Özel girişimciler, topluluk grupları ve/veya kuruluşlar buna sahip olabilir. Profesyonel hizmet sunumuna yönelik olarak toplum içindeki her türlü beceriyi ve insan potansiyelini eğitmeyi, geliştirmeyi, teşvik etmeyi ve kullanmayı amaçlamalıdır.
- Devlet düzenlemelerine, mali yükümlülüklere, iyi çalışma ilişkilerine ve sağlam yönetim sistemlerine bağlı bir iş yapısı içerisinde işletilmelidir.
- Sahiplerin/kuruluşların fırsatları, tuzakları ve riskleri anlamasını sağlamak ve projenin uzun vadeli uygulanabilirliğini göstermek için tüm iş planları incelenmelidir.
- Çevre duyarlılığı ve sürdürülebilirlik birinci öncelik olmalıdır. Temiz, sağlıklı bir çevre sağlamak toplumun sorumluluğundadır.
- Projenin bütünlüğünü sağlamak için topluluk üyelerinin kendi aralarında ve ziyaretçiyle olan ilişkilerinde dostluk, dürüstlük ve profesyonellik sergilemeleri beklenmektedir.

KAYNAKÇA

- Álvarez-García, J., Durán-Sánchez, A., & Del Río-Rama, M. D. (2018). Scientific Coverage in Community-Based Tourism: Sustainable Tourism and Strategy for Social Development. *Sustainability*, 10(1158).
- Asker, S., Boronyak, L., Carrard, N., & Paddon, P. (2010). *Effective Community Based Tourism : Best Practice Manual. Gold Coast*. Sustainable Tourism Cooperative Research Center.
- Bagus, S. I., Nyoman, A., & Putu, W. S. (2019). Community Based Tourism As Sustainable Tourism Support. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 94(10), 70-78.
- Butnaru, G. L., & Stefanica, M. (2014). Tourism and Sustainable Development. *CES Working Papers, Alexandru Ioan Cuza University of Iasi, Centre for European Studies*, 6(2), 32- 45.
- Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., & Wanhill, S. (2008). *Tourism Principles and Practice*. England: Pearsons Education Limited.
- García-García, A. R., Jacobo-Hernández, C. A., Ochoa-Jiménez, S., & Valdez-delRío, S. (2023). Sustainable Development and Tourism: A Review of the Literature in WoS from 2001 to 2020. *Sustainability*, 15(24).
- Giampiccoli, A., & Mtapuri, O. (2017). Beyond community-based tourism. Towards a new tourism sector classification system. *Gazeta de Antropologia*, 33(1), 1-14.
- Hall, C. M. (2005). *Tourism: Rethinking the Social Science of Obility*. Harlow, UK: Prentice-Hall.
- Harwood, S. (2010). Planning for Community Based Tourism in a Remote Location. *Sustainability*, 1909-1923.
- Kibicho, W. (2008). Community-based tourism: A factor-cluster segmentation approach. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(2), 211-231.
- López-Guzmán, T., Borges, O., & Cerezo, J. M. (2011). Community-based tourism and local socio-economic development: A case study in Cape Verde. *African Journal of Business Management*, 5(5), 1608-1617.

- López-Guzmán, T., Sánchez-Cañizares, S., & Pavón, V. (2011). Community - Based Tourism In Developing Countries: A Case Study. *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal Of Tourism*, 6(1), 69-84.
- Lucchetti, V. G., & Font, X. (2013). *Community Based Tourism: Critical Success Factors*. The International Centre of Responsible Tourism.
- Manyara, G., & Jones, E. (2007). Community-based tourism enterprises development in Kenya: An exploration of their potential as avenues of poverty reduction. *Journal of Sustainable Tourism*, 15(6), 628- 644.
- Mtapuri, O., Camilleri, M. A., & Dłużewska, A. (2021). Advancing community-based tourism approaches for the sustainable development of destinations. *Sustainable Development*, 1- 24.
- Munster, C. K. (2008). Postmodern tourism and experience economies in the Ruhr Valley as a strategy for structural change. 2008 *Regional Studies Association International Conference-The dilemmas of integration and competition* . Prague.
- Niedziółka, I. (2012). Sustainable Tourism Development. *Alcide De Gasperi University of Euroregional Economy in Józefów*.
- Nitikasetsoontorn, S. (2014). *The Success Factors Of Community-Based Tourism In Thailand*. Thailand: National Institute of Development Administration (NIDA).
- Nyaupane, G. P., Morais, D. B., & Dowler, L. (2006). The role of community involvement and number/type of visitors on tourism impacts: A controlled comparison of Annapurna, Nepal and Northwest Yunnan, China. *Tourism Management*, 27(6), 1373-1385.
- Olowookere, C. A., Eke, E. C., & Ayeṅ, F. O. (2022). Tourism And Sustainable Development: Effects On The Localcommunities. *International Journal of Innovative Research in Science Engineering and Technology Volume*, 7(3), 824-828.
- Pivcevic, S., & Mandi, L. P. (2020). Sustainability of Tourism Development in the Mediterranean—Interregional Similarities and Differences. *Sustainability*, 12(7641), 15- 31.
- Rastegar, H. (2010). Tourism development and residents' attitude: A case study of Yazd, Iran. *Tourismos*, 5(2), 203-211.

- Ștefănică, M. (2010). *Strategii de protejare a mediului natural în industria turismului*. Iași: Doctoral Thesis.
- Stronza, A., & Gordillo, J. (2008). Community views of ecotourism. *Ann. Tour. Res.*(35), 448–468.
- Strydom, A. J., Māngope, D., & Henama, U. S. (2017). Economic sustainability guidelines for a Community-Based Tourism Project: The Case of Thabo Mofutsanyane, Free State Province. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 6(3), 1-17.
- Tamir, M. (2015). Challenges and Opportunities of Community based Tourism Development in Awi Zone: A Case Study in Guagusa and Banja Woredas, Ethiopia. *Journal of Tourism, Hospitality and Sports*(11), 50-78.
- Tasci, A., Semrad, K., & Yilmaz, S. (2013). *Community based tourism finding the equilibrium in COMCEC context: Setting the Pathway for the Future*. Ankara: COMCEC Coordination Office.
- Torres-Delgado, A., & Palomeque, F. L. (2014). Measuring sustainable tourism at the municipal level. *Ann. Tour. Res.*(49), 122–137.
- Tosun, C., & Timothy, D. J. (2003). Arguments for Community Participation in the Tourism Development Process. *The Journal of Tourism Studies*(14), 1-15.
- UNEP. (2005). *Making Tourism more Sustainable—A Guide for Policy Makers* . France: United Nations Environmental Programme .
- UNWTO. (2005). *Making Tourism more Sustainable—A Guide for Policy Makers*. Madrid, Spain: World Tourism Organization.
- Vanagas, N., & Jagminas, J. (2011). The Potential of Community-Based Tourism Development in Vilnius District Municipality. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*(28), 157-163.
- WCED. (1987). *Our Common Future; World Commission on Environment and Development*. New York/USA: World Commission on Environment and Development.
- Weaver, D. (2010). Community-based tourism as strategic dead-end. *Tour. Recreat. Res.*(35), 206–208.
- WWF. (2001). *Guidelines for Community-Based Ecotourism Development*. Switzerland: WWF International: Gland.

- Yanes, A., Zielinski, S., Diaz, C. M., & Kim, S. i. (2019). Community-Based Tourism in Developing Countries: A Framework for Policy Evaluation. *Sustainability*, 11(9).
- Yoopetch, C. (2015). Sustaining Community-Based Cultural Tourism in Thailand. *Proceedings of the Third International Conference on Hospitality, Leisure, Sport, and Tourism* (s. 572- 582). Tokyo, Japan.: Waseda University.
- Zielinski, S., Jeong, Y., Kim, S. i., & Milonés, B. C. (2020). Why Community-Based Tourism and Rural Tourism in Developing and Developed Nations are Treated Differently? A Review. *Sustainability*, 12(5938).

11. TÜRKİYE'DE KISA SÜRELİ BİR TURİZM ÇEKİCİLİĞİ OLARAK FESTİVALLER

GİRİŞ

Festivaller çağlardan beri insanların hayatında yer almış ve bunlar geniş çapta insan kültürünün bir yansımasıdır (Falassi, 1987). Mevcut festivallerden bazıları yüzlerce yıl önce ortaya çıkmıştır. Festivaller son birkaç yüzyılda dünyada meydana gelen sosyal ve ekonomik değişimler bağlamında gelişmiştir (Frey 1994). Çok sayıda yeni festival etkinliğinin ortaya çıktığı İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra gelişmişlerdir. Arcodia ve Whitford (2006) festivallerin günümüzde eğlence ve turizmle ilgili en dinamik unsurlar arasında yer aldığını iddia etmektedir. Festivallerin bu kadar hızlı gelişmesindeki faktörler, diğer boş zaman geçirme biçimlerinin (tiyatro, opera, tiyatro, tiyatro, sinema, turistik geziler) gelişmesine yol açan faktörlerle kısmen örtüşmektedir (Cudny, 2014).

Festivaller ve diğer etkinlikler, katılımcılara benzersiz deneyimler sunan önemli geçici çekimlerdir. Etkinlikler bir destinasyonun temel çekicilikleri olarak düşünülebilir; ancak aslında belirli bir olayın kapsamı ve uzunluğu nedeniyle esas olarak kısa vadeli çekimler olarak anılmaktadırlar. Bu nedenle, etkinliğin iyileştirilmesine yönelik çabaların yönlendirilmesi, etkinlik takviminin ve gerçekleştirilen etkinliklerin planlanması için, etkinliğe katılanların motivasyonunun anlaşılması ve insanların bir etkinliğe neden katıldığını ve nasıl bir deneyim arzuladıklarını incelenmesi önemlidir. ve böylece festivalin genel kalitesi artırılabilir (Bayrak, 2011).

Türkiye'de son yıllarda hızlı bir büyüme ivmesi kazanan festival pazarı önemli bir potansiyele sahiptir. Çünkü dünya çapında festival pazarının büyüklüğü 50 milyar dolardır. Turizmi harekete geçiren festivaller bölgede ve içinde bulunduğu yan sanayide ciddi hareketliliğe neden olmaktadır. Sanat, kültür, bilim, ekonomik faaliyet, ürün, dönem gibi tek veya seri halinde düzenlenen gösteri ve etkinlikler dizisi veya belirli bir programda nitelikleri belirtilen ve ortam, konu gibi nitelikleri festivalleri tanımlayan belirli bir tema; kültürel, sanatsal, sportif organizasyonlar gibi özel etkinlikler, modern turizm imajının oluşturulmasında kullanılan en önemli araçlardan biri olarak değerlendirilmektedir (Acar, 2018).

11.1. Turizm Kapsamında Festivaller

Festivaller, bir bölgenin simgesi haline gelerek gelenekselleşen, toplumun zihninde yer alan ve belirli bir dönemde belirli bir isimle düzenlenen etkinlikler olarak tanımlanmaktadır (Yıldız ve Polat, 2016: 42). Literatürde yapılan ilk çalışmalarda festivaller, etkinliklerin bir alt türü olarak satın alınan ve tüketilen bir turizm türü olarak değerlendirilse de, festivaller farklı toplumsal anlamlara sahiptir (Picard ve Robinson, 2006: 1). Etkinlikler ve şenlikler, içinde yer aldığı toplumun temel yapısını, oluşumunu ve düzenini ortaya koyan etkinliklerdir. Bu bağlamda insanlık tarihini ve toplumu yansıtan, insanları bir araya getiren önemli bir durumdur (Bezirgan ve Yetginer, 2020).

Festivaller turist çekmekte ve festival turizmi yaratmaktadır. Turistler pek çok unsurdan etkilenmektedir. Bunların en önemlisi etkinlikler sırasında sunulan ilginç, bazen de egzotik kültürdür (Quinn 2010). Ayrıca turistler alışılmadık atmosfere sahip etkinliklere katılmak, benzer ilgi alanlarına sahip insanlarla tanışmak ve dünya hakkında daha fazla bilgi edinmek istemektedir. Festivaller turist trafiği yarattığı için çevredeki birçok unsuru da etkilemektedir. Günümüzde Orta ve Doğu Avrupa ülkelerinde festivaller gözle görülür şekilde gelişmekte ve festival turizminin önemi artmaktadır (Cudny, 2013).

Festival turizmi en hızlı büyüyen ve popülaritesi yüksek turizm dallarından biridir. Özel etkinliklerle birlikte uluslararası, ulusal ve yerel ölçekte kültür alışverişi ön plana çıkmaktadır. Çeşitlilikleriyle festivaller hem sanatçıları hem de ziyaretçileri tarih ve gelenekten, mutfak ve içeceklerden, müzik ve dansın kaynaklanan belirli kültürel algıları paylaşan katılımcılar olarak buluşturmaktadır. Ancak varoluşsal tutumları, benzersiz ve akılda kalıcı deneyimleri teşvik etmek büyük önem taşımaktadır. Kuşkusuz dünya çapında festivaller ve yerel özel etkinlikler, bölgesel kalkınma stratejilerinin temel unsurları olarak kullanılmaktadır. Üstelik, turizm teşviki, ticari sonuçlar ve ev sahibi bölgelerdeki iç yatırımları artırma fırsatları sağlamakta, yerel bölgelerinin ekonomik kalkınmasına önemli bir katkıda buldukları yaygın olarak kabul edilmektedir (Stankova ve Vassenska, 2015).

11.2. Türkiye’de Festivaller

Türkiye’de zengin Anadolu kültürünü yaşatmak ve yaşatmak amacıyla her ilde, ilçede ve hatta bazı köylerde çeşitli geleneksel şenlikler ve toplantılar düzenlenmektedir. Aynı zamanda bu amacı desteklemek amacıyla ulusal ve uluslararası bazı festivaller de düzenlenmektedir. Geleneksel Türk kültürünü temsil eden şenlikler, toplumdaki birlik ruhunu artırmanın yanı sıra,

bu törenlerin yapıldığı yerlerin kültürel zenginliklerini de tanıtmayı amaçlamaktadır. Bir ürün tanıtmayı amaçlayan ve ekonomik unsuru güçlü olan bazı festivaller (Malatya'da Kayısı Festivali, Eşme'de Halı Festivali, Aksu'da Kiraz Festivali vb.), tek başına kültürü tanıtmayı amaçlayan festivaller ise Anadolu'da daha yaygın olarak düzenlenmektedir (Uluslararası Kültür Hacı Bektaş Veli anısına Sanat Etkinlikleri, Abdal Musa toplantıları, Kadırga Törenleri vb.). Uzun yıllar toplumsal hayata sağladığı katkının ardından gelenek haline gelen bu şenliklerin bir diğer önemli katkısı da insanların bir araya gelip eğlenmesi için uygun bir ortam yaratmasıdır. Örneğin Karadeniz'de 16-18 Temmuz tarihleri arasında düzenlenen "Savşat sahra Pancarı Şenliği" özellikle kadınların katkılarıyla çevrenin en prestijli buluşmalarından biridir. Festival günlerinin en önemli etkinlikleri arasında oyunlar yer almaktadır. Festival ve kutlamaların ortak özelliği hem toplumdaki işbirliğini artırması hem de fikir ve eylem birliği yaratmasıdır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2024).

Türkiye'de özellikle gastronomi festivalleri ön plana çıkmaktadır. Gastronomi festivallerinin yaygınlaşmasıyla birlikte turistlerin seyahat ettikleri bölgenin mutfak kültürünü tanımaları temel amacı haline gelmiştir. Bunun farkına varan destinasyonların birçoğu mutfak kültürünü çekim gücü olarak kullanmaya başlamışlardır (Hornig ve Chen-Tsang, 2012). Son yıllarda gastronominin öneminin farkına varılan Türkiye turizmi, gastronomi alanında önemli bir gelişme göstermektedir. Bu gelişimin önemli alanlarından biri de festivallerdir. Özellikle gastronomi konulu festivaller dünyanın ilgisini çekmektedir. Türkiye'de bilinen 100'e yakın gastronomi festivalinin olduğu bilinmektedir. Bu festivaller tanıtım durumlarına göre ulusal ya da uluslararası medyada seslerini duyurabilmektedir. Özellikle İstanbul, İzmir, Antalya ve Ankara gibi şehirlerde düzenlenen festivallerin daha fazla ilgi gördüğü ve medyada yer aldığı görülmektedir. UNESCO sayesinde Gaziantep'in yaratıcı şehirler ağına katılmasıyla şehrin mutfak kültürü, yemek çeşitleri ve sofrada adabı öne çıkmış ve dünyada tanınır hale gelmiştir. Bu nedenle Gaziantep'te düzenlenen 'Gaziantep Uluslararası Gastronomi Festivali'ne her yıl dünyanın ve Türkiye'nin dört bir yanından on binlerce kişi katılmaktadır (Seçim, 2020).

Türkiye'de çok fazla festival düzenlenmekle beraber, devamlılık gösteren ve en popüler festival örnekleri bazıları şöyledir (Odynovo, 2024; (Tarinç ve Keleş, 2021));

- İstanbul Uluslararası Dans Festivali
- İstanbul Film Festivali
- Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı

- Uluslararası Urla Enginar Festivali
- Alaçatı Ot Festivali
- Altın Portakal Film Festivali
- Kuşadası Gençlik Festivali
- İzmir Dünya Fuarı
- İstanbul Lale Festivali
- Hava Balonu Festivali
- Deve Güreşi Festivali
- Yağlı Güreş Festivali
- Kappadoks Festivali
- İstanbul Caz Festivali
- Rock'n'Coke
- Mesir Macunu Festivali
- Ramazan

KAYNAKÇA

- Acar, Y. (2018). Festival Tourism and Its Contribution to Country Promotions: The Case of Turkey. *Social Sciences Researches in the Globalizing World*. içinde Sofia: ST. Kliment Ohridski University Press .
- Arcodia, C. V., & Whitford, M. (2006). Festival Attendance and the Development of Social Capital. *Journal of Convention & Event Tourism*, 8(2), 1–18.
- Bayrak, G. Ö. (2011). Festival motivators and consequences: a case of Efes Pilsen Blues Festival, Turkey. *Anatolia-An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 22(3), 378–389.
- Bezirgan, M., & Yetginer, S. (2020). The Effect of the Festivals on the Development of Tourism With the Support of Residents: The Case Study of Zeytinli Rockfest in Edremit. *Strategic Business Models to Support Demand, Supply, and Destination Management in the Tourism and Hospitality Industry* (s. 111-132). içinde
- Cudny, W. (2013). Festival Tourism – The Concept, Key Functions And Dysfunctions In The Context Of Tourism Geography Studies. *Geographical Journal*, 65(2), 105-118.
- Cudny, W. (2014). The Phenomenon of Festivals. *Berichte und Kommentare*, 640-656.
- Falassi, A. (1987). Festival. Definition and Morphology. *Time out of time. Essays on the Festival* (s. 1–10). içinde Albuquerque: University of New Mexico Press.
- Frey, B. S. (1994). The Economics of Music Festivals. *Journal of Cultural Economics*, 18(1), 29–39.
- Hong, J. S., & Chen-Tsang, T. (2012). Culinary Tourism Strategic Development: An Asia-Pacific Perspective. *International Tourism of Journal Research*(14), 40–55.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2024). *Festivals*. <https://www.ktb.gov.tr/EN-98563/festivals.html> adresinden alındı
- Odynovo. (2024). *10 Most Famous Traditional Festivals in Turkey*. <https://www.odynovotours.com/turkey/holidays-festivals.html> adresinden alındı
- Picard, D., & Robinson, M. (2006). Remaking worlds: Festivals, tourism and change. *Festivals, Tourism and Social Change: Remaking Worlds*, 1-31.
- Quinn, B. (2010). Arts festivals, urban tourism and cultural policy. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure & Events*(2), 264-279.

- Seçim, Y. (2020). Gastronomy Festivals in Turkey. *Selected Academic Studies From Turkish Tourism Sector*. içinde Berlin: Peter Lang GmbH.
- Stankova, M., & Vassenska, I. (2015). Raising cultural awareness of local traditions through festival tourism. *Tourism & Management Studies*, 11(1), 120-127.
- Tarınc, A., & Keleş, H. (2021). Alternatif Turizm Türü Kapsamında Festivaller . *Rekreasyon ve Turizm Araştırmaları* (s. 97-117). içinde Konya: Çizgi Kitabevi Yayınları.
- Yıldız, S. B., & Polat, E. (2016). Yerel halkın Eskişehir’de düzenlenen festivallerin etkilerine yönelik algıları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(2), 40–62.

12. ALTERNATİF TURİZM VE MÜZELER

GİRİŞ

Küresel kitle turizmi gelişiminin hızlı bir şekilde artmasına rağmen, kitle turizminin olumsuz etkilerini azaltmaya yönelik bir karşı hareket olarak, maliyetleri de olsa alternatif turizm ön plana çıkmaktadır (Cohen, 1987; Butler, 1990). Alternatif turizm, olumsuz etkileri en aza indiren, özel kesimlere özel ilgi turizmi sağlayan ve bu niş kesimlere kişiye özel hizmetler sunarak müşteri memnuniyetine odaklanan farklı bir turizm türüdür (Belias vd., 2018). Alternatif turizm çeşitlerinin her biri kendine özgüdür, kendine özgü özellikler sunmakta ve kitle turizminden niş ve benzer özellikleriyle ayrılmaktadırlar. İş turizmi, sağlık turizmi, hedonik turizm, yaşam tarzı turizmi, doğa ve spor turizmi, kültür ve miras turizmi alternatif turizmde ön plana çıkmaktadırlar (Pınar, Kurtural ve Eriş, 2019).

Kültür, insanların yaşam tarzları ve alışkanlıklarından oluşan bir bütündür. Kültür; din, dil, müzik, dans, mimari, sanat, el sanatları, mutfak, kostüm, folklor, gelenek ve yerel şenliklerle zenginleşen ve farklı bir kültürel etkinliğin etkileşimiyle derinlik kazanan bir kavramdır. Dolayısıyla kültür ve turizm arasında simbiyotik bir ilişki vardır. Bu açıdan bakıldığında kültür turizmi, değişim arayışını tatmin etme ve kültürel düzeylerini yükseltme ihtiyacından kaynaklanan yeni bilgi, deneyim ve kazanımlara yönelik arzuyu gidermek için insanlar tarafından gerçekleştirilen tüm eylemler olarak tanımlanabilir. Kültür turizmi kapsamında müze turizmi, gelir getirmesi ve farklı bir rekreasyonel faaliyet olması nedeniyle önem taşımaktadır. Turizm ve müzeler arasındaki ilişki geliştirildiğinde turizm gelişmekte ve müzeler yeni ziyaretçiler kazanmaktadır (Jolliffe ve Smith, 2001). Uluslararası evrenselleşme ve kültürler arasında arayış içinde olan insanoğlu sürekli değişimden etkilenmektedir. Bu nedenle onun girişimi geçmişle geleceği yeni arayışlarla buluşturmalıdır. Bu girişimlerin sergilendiği mekânlar ise müzelerdir (Kervankıran, Temurcin ve Yakar, 2016).

12.1. Turizm Kapsamında Müzeler

Dünyada müze fikri Rönesans ile Aydınlanma Dönemi arasında başlamıştır (Sezgin ve Karaman, 2009, s.5). Müzeler, toplumları geçmişten günümüze onları yaratan tarihi ve kültürel değerlerini sergilemektedirler. Müzeler, toplumların geçmişini öğrenme ve algılama, tarih bilincini canlı tutma ve insanları ortak değerler etrafında birleştirme amaçlarına hizmet etmektedir. Müzeler, milletin kolektif hafızasının şekillenmesine katkıda bulunan eserlerin toplanması ve korunmasına adanmış kurumlardır (Posocco, 2018, s.35). Bu doğrultuda müzeler

varlığımızın temellerini, maddi ve manevi değerlerimizi gelecek nesillere aktarma ve koruma görevini üstlenmiştir. Bu misyonu yerine getirmek için bir eğitim kurumu gibi görev ve uygulamalarını titizlikle yürütmektedirler. Çağımızın başlangıcından bu yana müzelerin çeşitleri ve sayıları sürekli olarak artmaktadır (Büyükşalvarci, Yetiş ve Arican, 2021).

Uluslararası Müze Konseyi (ICOM, 2013) müzeyi, insanlığın ve çevresinin somut ve somut olmayan mirasını eğitim, çalışma ve eğlenme amacıyla birlikte koruyan, araştıran, ileten ve sergileyen, kamuya açık, toplumun ve gelişiminin hizmetinde olan, kar amacı gütmeyen, kalıcı bir kurum olarak tanımlamaktadır. Dünya Turizm Örgütü, kültür turizminin, ziyaretçilere geçmişlerini ve miraslarını olduğu kadar çağdaş yaşam tarzlarını da öğretebilecek turizmin tüm yönlerini içerdiğini belirtmektedir (Maria ve Lemy, 2018).

Müzeler hemen hemen herkesin seyahat planlarında büyük rol oynamaktadır. İnsanların bu yerleri ziyaret etmesinin pek çok nedeni olmakla birlikte eğitim muhtemelen listenin başında yer almaktadır. Bu bakımdan müzeler bir kültür deposudur. Müze, insanlığa hem ilham veren hem de korkutan kültürel hikâyelere açılan bir kapı olarak düşünülebilir. Müzeler insanlara yabancılaşsalar da, insanlara günlük koşuşturmacadan bir soluklanma imkanı sunabilmektedir. En azından şimdilik önemli ama aynı zamanda gizemli veya kutsal bir şeyin parçası olduklarına inanabilmektedirler (Durkheim, 1915). Müze gezisi, kişisel zenginleşme ve kültürün yayılması vaadini taşımaktadır (Murphy ve Schlaerth, 2015).

Müze ziyaretçileri çok daha bilinçli ve anlayışlı, aktif ve özerk ve çeşitli hale gelmektedir (MacDonald, 1993; McLean, 2005). İnsanlar daha yüksek bir eğitim düzeyine ulaştılar ve teknolojilere, multimedya ve etkileşime çok daha fazla güven duyuyorlar. Sonuç olarak, müzeler artık seçilmiş ziyaretçilere hitap eden, konumsal değerlerden yararlanan özel kurumlar olmakla birlikte hizmet odaklılık, bire bir pazarlama, ilişki pazarlaması ve yaşam boyu öğrenme gibi yeni önemli konuları hedeflemeleri gerekmektedir (Alcaraz, Hume ve Sullivan Mort, 2009). Bir müzenin çıktısının yalnızca kültürel sermayeye fiziksel erişilebilirlik (koleksiyonlarının doğrudan sergilenmesi) değil, aynı zamanda tarihi ve coğrafi bağlam içinde gelişmesi gereken karmaşık bir deneyim olduğunun da farkına varılması gerekmektedir. Müze açısından hizmet, yalnızca sergi hazırlamak, eğitim faaliyetleri planlamak, müze kitapçıları veya hediyelik eşya dükkanları işletmek veya yiyecek hizmetleri sağlamak anlamına gelmemektedir. Planlanmamış konularda halkın soru, şikayet ve tesis taleplerinin hızlı ve güvenilir bir şekilde ele alınmasını da içermektedir (Cerquetti ve Montella, 2015).

Müzeler kültürel-tarihsel ulusal mirası biriktirmekte, yönetmekte ve sunmakta, bilgiyi kaydetmekte, üretmekte ve iletmektedir. Müzeler bu görevi kapsamında kültürel mirası belgelemek, korumak, bununla ilgili araştırma, eğitim ve iletişimi yürütmek, sergileme ve yayınlama faaliyetlerini yürütmektedir. Müze, bir kültür ve araştırma kurumu olmasının yanı sıra misafirlerine çok yönlü hizmetler sunan bir koruma kurumudur. Müze, bu belirtilen temel görevi yerine getirmenin yanı sıra, ekonominin bir parçası olarak da faaliyet göstermektedir. Hizmeti öncelikle kültürel mirasın korunması ve sunumuyla ilgilidir ancak başka görevleri, hedefleri ve etkileri de olabilmektedir. Pek çok müze önemli turizm destinasyonları olup bu nedenle turizm sektörü ve perakende ticaret ile ilgili etkiler sağlamaktadır. (Frey ve Meier, 2006). Çoğu durumda müzeler turizm endüstrisinin bir parçası olarak kabul edilememekle birlikte yine de turizm endüstrisine katılım ve konumu üzerinde önemli bir etkiye sahiptirler. Pek çok turist için müzeler en önemli çekim yerleridir ve onlar olmadan pek çok gezi gerçekleştirilememekte veya daha kısa sürebilmektedir. Dolayısıyla müzeler turizmin arttırılmasında rol oynamakta ve buldukları bölgedeki turizm endüstrisini ve bunun sağladığı ekonomik etkileri etkilemektedir. Daha önceki çalışmalara göre müzeler, kendi satış harcamalarının (giriş ücretleri, kafeteryalar, ikincil satışlar ve diğer hizmetler) harcamalarının kat kat fazlasını destinasyon dışında üretmektedir. Bu, ziyaretçinin genellikle yiyecek ve içecek, doğrudan seyahat masrafları ve konaklama masraflarından oluşan müze gezisine yaptığı harcamalarla yaratılmaktadır. Müze gezilerinde, ziyaretçilerin normalde evde veya başka bir yerden alışveriş yapacakları ürünleri müzenin bulunduğu bölgeden alışveriş yapmaları nedeniyle başka harcamalar da söz konusudur (Piekkola, Suojanen ve Vainio, 2014).

12.2. Alternatif Turizm ve Müzeler

Küresel düzeyde gelişen teknolojiler, mevcut ve potansiyel turist tüketicilerinin artan eğitim ve refah düzeyleri, turistik seyahat yapmaya karar veren kişilerin farklı beklentiler talep etmesine yol açmaktadır. Dünyada sürekli ve dinamik olarak gelişen turizm faaliyetlerinde, turistik tüketicilerin beklenti ve talepleri bu istikrarsız zaman diliminde farklılaşmakta ve değişmektedir. Günümüz turistleri daha bilinçli davranmakta, kaliteye daha duyarlı, çevre kalitesine ve turist güvenliğine önem veren, doğa ile iç içe olmak isteyen, sık seyahat etme alışkanlığı içinde ve farklı arayışlar içerisine girmektedirler (Ege ve Demir, 2002; Fennell, 2002:12). Küresel turizmde turistik tüketicilerin seyahat destinasyonlarına yönelik eğilimlerindeki değişimler, turistik destinasyonları bu değişimleri karşılayabilmek için yeni ve alternatif turistik ürünler geliştirmeye zorlamaktadır. Bu bağlamda alternatif turizm, doğayla, toplumsal değerlerle ve yerel halkın değerleriyle uyumlu, hem ziyaretçilerin hem de yerel

halkın olumlu ilişkiler kurmasına olanak tanıyan, deneyimlerini paylaşımlarını sağlayan bir turizm biçimi olarak ön plana çıkmaktadır (Özer, Avcı ve Karakuş, 2016).

Alternatif turizm biçimleri arasında ziyaret edilen yerin kendine özgü kimliğine dayalı olarak Kültürel ve Tarihi turizm yer almaktadır. Alternatif bir turizm türü olarak kültür turizmi, kitle turizmine bir tepki olarak ortaya çıkmıştır. Anıtlar, tarihi ve sanatsal açıdan ilgi çekici yerler hakkında daha fazla şey keşfetmek ve öğrenmek için yapılan seyahati ifade etmektedir. Kültür, turizminin en büyük ve en hızlı büyüyen küresel turizm pazarlarından biri olduğunu ortaya koymaktadır. Seyahat ve turizm endüstrisinde önemli bir olgu ve turizm sisteminin temel bir unsuru haline gelecek şekilde gelişmiştir. Geçmişte kültür, bir eğlence aracı olarak kabul edilen turizmle güçlü bir şekilde ilişkili olmamakla birlikte 20. yüzyılda turistlerin daha eğitilmiş hale gelmesi ve tatil zamanlarında yeni deneyimler aramaya başlamasıyla değişmiştir. Buna ek olarak, daha fazla bölge, turizm yaratmanın potansiyel bir aracı olarak kültürün değerini tanımaya başlamıştır (Richards ve Wilson, 2007). Günümüzde turizm ve kültür birbirinden ayrılmaz bir bütündür. Kültürel turistlerin çekim noktası olarak kabul edilen yerler veya çekicilikler arasında aşağıdakiler yer almaktadır (Triarchi ve Karamanis, 2017);

- Arkeolojik alanlar ve müzeler
- Mimari (harabeler, ünlü binalar, tüm kasabalar)
- Sanat, heykel, el sanatları, galeriler, festivaller, etkinlikler
- Müzik ve dans (klasik, halk, çağdaş)
- Drama (tiyatro, sinema, oyun yazarları)
- Dil ve edebiyat çalışmaları, turlar, etkinlikler
- Dini bayramlar, hacılar
- Tam (halk veya ilkel) kültürler ve alt kültürler.

Kültür turizminin önemli bir bileşeni olan miras turizmi binlerce yıldır varlığını sürdürmekte ve en eski seyahat biçimlerinden biri olduğu söylenmektedir (Timothy ve Boyd, 2006). Miras toplumun dokusunun bir parçasıdır ve “miras” önceki nesillerin bıraktığı alanların ve hikâyeleri içermektedir ve turizminin ayrılmaz bir parçasıdır. Uluslararası aşamada, “bir destinasyonu diğerinden ayıran ve potansiyel turistler için çekici hale getiren tam olarak kültürel çeşitlilik ve zengin bir mirastır” (Schouten, 1998, s. 27). Kültüre olan bu ilgi, uzun ve kısa süreli tatillerin yanı sıra günlük dinlenme gezileri ve kısa geziler için destinasyonların

seçiminde karar verme sürecinde giderek daha önemli bir unsur haline gelmektedir (Culley, 2010).

Müzelerin faaliyet gösterdiği ortam son yıllarda önemli ölçüde değişmiştir. Müzeler genişleyen bir eğlence pazarında rekabet etmektedir (Kotler 2001, s. 418). Kotler ve Kotler (2000) tarafından da vurgulandığı gibi, müze yöneticilerinin önündeki zorluk, müze misyonunu korurken, aynı zamanda daha geniş bir izleyici kitlesine ulaşmak ve daha zengin bir müzeye gitme deneyimi sunmaktır. Turizm, birden fazla ürün ve hizmet içermesi ve birden fazla pazarın işbirliğini içermesi nedeniyle onu farklı ürün ve hizmetlere sahip diğer sektörlerden ayıran benzersiz özelliklere sahiptir. Müzelerin rolü, şehirlerin kendilerini ziyaretçilere ve turistlere kültür merkezi olarak tanıtmalarını desteklemeleri ve yerel mal ve hizmet tüketicileri, turistler için çekim merkezleri ve yerel halk için iş kaynakları dahil olmak üzere ekonomik etkileri olması nedeniyle önemlidir (Mavragani, 2015).

12.3. Gastronomi Müzeleri

Ülkemizde son yıllarda gastronomi turizmi ile ilgili yeni faaliyetler yapılmaya başlanmıştır. Hatay gastronomi turları, Gökçeada eko turları, Gaziantep, Adana ve Mersin gastronomi turlarına örnek olarak gösterilenbilir. Farklı kültür ve tatlar arayanlar için cazip bir turizm alternatifi olarak bölgesel lezzetlere ulaşmayı amaçlayan gastronomi turları geliştirilebilmektedir (Bekar ve Belpınar 2015). Ayrıca şehirlerin turizm pazarında rekabet edebilmesi için öncelikle gastronomiye yönelmesi gerekmektedir. Kitle turizminin alternatiflerinden biri olan turizmi teşvik etmek ve sahip oldukları gastronomik ürünleri kullanarak markalaştırma önemlidir (Serçeoğlu, Boztoprak, Tırak 2016). Müzeler destinasyon pazarlamasında da oldukça çekici bir faktördür. Dünyadaki gastronomik temalar baz alınarak yapılan araştırmalarla bu unsurların iyileştirilmesi, yenilenmesi ve dünyaya tanıtılmasının ülkedeki turist çekiciliğini ve kaliteli turist sayısını artıracığı değerlendirilmektedir. Müzeler geçmişten geleceğe köprüdür. Bu anlamda gastronomi müzeleri mutfak geleneğini yansıtan en güzel yöntemlerden biri olarak değerlendirilebilmektedir (Mankan, 2017).

Yerel ürünler veya yemek kültürü destinasyonun temel çekicilik unsurları arasında yer almakta ve yerli ve yabancı turistlerde merak uyandıran bir çekiciliğe dönüşmektedir. Kültürel çekicilikler arasında oldukça önemli bir yer tutan gastronomi, bir yörenin yemeklerini deneyimlemenin ve o yöreye ait yemeklerin deneyimini tanımının en iyi yollarından biri olarak kabul edilmektedir. Turistler artık gittikleri yerde yöresel ürünlere yönelmektedirler. Yöresel ürünler o destinasyona özgüdür ve özgün olan insanlarda her zaman ilgi uyandırmaktadır. Bir

destinasyonun yerel mutfağının özgünlüğünün ön plana çıkarılması mutfak kültürünün daha çekici olmasına katkı sağlamaktadır. Nitekim bir destinasyonu ziyaret etmede yiyecek ve içeceklerin önemli bir faktör olarak görülmesi yine gastronominin güçlü çekicilik unsurunu göstermektedir. Gastronomi alanında düzenlenen etkinliklerin önemli bir çekim unsuru olmasında önemli bir yeri vardır. Bu etkinlikler arasında gastronomi turları, festivaller, yemek kursları ve gastronomi müzeleri yer almaktadır (Tekeli ve Bozkurt, 2021).

Gastronomi müzeleri, bir bölgenin sahip olduğu mutfak kültürünü koruma altına alan, bölgenin mutfak sanatları, tarihi ve bilimi ile ilgili fikirler veren, eğiten, yerel gıdaların paylaşımı ile sürdürülebilirlikle ilişkisi olan ve bölgenin turizm faaliyetlerine katkı sunan mekanlar olarak ön plana çıkmaktadırlar (Llerena, 2009; Kim, Park ve Xu, 2020). Gastronomi müzeleri, mekan ile birey arasındaki etkileşimle birlikte birleştirici bir kaynak görevi üstlenmektedir. Yerel tedarikçinin önemini vurgulayan, yerel mutfakları sergileyen önemli bir mekan olarak görülmektedir. Günümüzde dünyanın birçok bölgesinde pek çok gastronomi müzesi bulunmaktadır. Dünyada en büyük gastronomi kütüphanesini içerisinde barındıran İsviçre Gastronomi Müzesi, Tayland Pastacılık Müzesi 1993 senesinde yılın en iyi müzesi ödülü alan İtalya Zeytinyağı Müzesi, Belçika Patates Kızartma Müzesi vb. gibi bir çok gastronomi temalı müze bulunmaktadır (Kırbaç ve Bucak, 2022).

Gastronomi müzeleri bir bölgenin mutfak kültürünü koruyan, mutfak kültürüne dair bilgiler veren ve o bölgenin mutfak kültürünü en iyi şekilde aktaran mekanlar olarak da nitelendirilebilir. Kültür ve Turizm Bakanlığı Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü'nün Türkiye'de hizmet veren 331 ziyaret edilebilir birimi bulunmaktadır; Bunlardan 193'ü müze, 138'i ise organize ören yeridir. Ayrıca genellikle belediyeler, ticaret odaları, valilikler, kaymakamlıklar ve özel girişimciler tarafından işletilen özel müze statüsündeki müzeler de bulunmaktadır. Gastronomi müzeleri bir destinasyonda gastronomi turizminin geliştiğine işaret eden önemli bir göstergedir. Gastronomi amaçlı seyahat eden turistler, gittikleri destinasyonlarda yiyeceklerin tarihi, yiyecek ve içeceklere ilişkin gelenekler ve üretim teknikleri hakkında bilgi edinebilecekleri bu gastronomi müzelerini ziyaret etmek istemektedirler (Küçükkömürler, Şirvan ve Sezgin, 2018: 83). Gastronomi müzeleri, mutfak kültürünün turistik bir pazarlama ürünü haline gelmesine yardımcı olması açısından destinasyonlarda önemli bir çekim kaynağı oluşturmaktadır (Bekar, Arman, ve Sürücü, 2017: 468). Yılmaz ve Şenel (2014) gastronomi müzelerini kültürel mirasa dayalı, endüstriyel mirasa

dayalı, kırsal turizme dayalı ve popüler kültüre dayalı olmak üzere dört başlık altında incelemiştir (Akyürek ve Erdem, 2019).

- 1) Tarımsal odaklı gastronomi müzeleri: Bu tür müzelerin içeriği genel olarak tarım ürünleri, tarımsal ürün ekipmanları ve tarımsal ürün alanlarından oluşmaktadır.
- 2) İçecek odaklı gastronomi müzeleri: Ziyaretçilere şarap üretimi başta olmak üzere çay, kahve, elma suyu, kola, bira gibi içeceklerin üretim, paketlenme ve depolama aşamaları hakkında bilgi veren müzelerdir.
- 3) Mutfak kültürüne odaklı gastronomi müzeleri: Buldukları bölgenin mutfak kültürünü (mutfak araç ve gereçleri, yiyecekler, sofrası vb.) yansıtan müzelerdir.
- 4) Üretim alanlarına odaklanan müzeler: Genellikle yiyecek ve içecek üretim alanlarının müzeye dönüştürülmesidir. Bu tür müzelere örnek olarak tuz ocakları, zeytinyağı fabrikaları, rüzgar suyu değirmenleri, bal üretimi vb. gösterilebilir.

Gastronomi turizmi son dönemde en popüler ve lezzetli turizm türlerinden biri haline gelmiştir. Türk mutfağı olunca ülkenin gastronomi konusunda ne kadar zengin olduğu bilinmektedir. Hem şehirlerin birbirinden güzel yerlerini gezmek hem de özel tatlar yapmak ve mutfaklarını öğrenmek isteyenler için Türkiye tam bir gastronomi cennetidir. Türk gastronomi müzelerinden başlıcaları şöyledir (Flyista, 2022);

Emine Göğüş Mutfak Müzesi-Gaziantep: Gastronomi deyince hemen hemen herkesin aklına gelen bir lezzet durağıdır olarak Gaziantep listemizin başında gelmektedir. Hem turistik yerleri hem de çeşitli ve lezzetli yöresel yiyecek ve içecek seçenekleriyle Gaziantep harika bir şehirdir. Bu noktada Emine Göğüş Aşçılık Müzesi, sizi, Gaziantep mutfağının sayısız lezzetinin deneyimlenebileceği, pişirme teknikleri, yuvalama, kahve-mırıldama teknikleri gibi animasyonlara katılım gösterip bunların yapımında kullanılan araçlar tanıtabilmektedir.

Tarihi Erzurum Evleri-Erzurum: Türkiye'de gastronomi alanında en önemli müzelerden biri olan Tarihi Erzurum Evleri, hem restoran hem de müze olması nedeniyle yeme-içme açısından ilgi çekmektedir. 1850'li yıllara dayanan tarihi ve Erzurum mutfağının lezzetleriyle burası yeme-içmeye meraklı olanlar için görülmeye değer bir yerdir.

Hacıbanlar Evi Mutfak Müzesi, Şanlıurfa: 2011 yılında kurulan Hacıbanlar Evi Aşçılık Müzesi'nde geçmişten günümüze mutfak gereçleri, Urfa yöresine özgü kıyafetler ve mutfak

kültürüne ilişkin canlandırmalar yer almaktadır. Hatta bu deneyimi bir adım daha ileri taşımak isteyenlere müzede düzenlenen yemek kursları bulunmaktadır.

Tıbbi ve Aromatik Bitkiler Müzesi-Hatay: Adeta bir gastronomi cenneti olan Hatay'daki bu müzeyi diğerlerinden ayıran en önemli özellik, Türkiye'nin ilk tıbbi ve aromatik bitkiler müzesi olmasıdır. Burayı ziyarete gelenler şifanın ve dinlendirici bir dünyanın kapılarını aralayan özel bir gastronomi müzesinin yanı sıra bazı özel bitkilerle de tanışmaktadırlar.

Pelit Çikolata Müzesi-İstanbul: Pelit Çikolata Müzesi, 1957 yılından bu yana ziyaretçilerine sunduğu çikolataya dair leziz içerikleriyle özellikle çikolata severler için bir cennettir.

Özel Muğla Arıcılık Müzesi, Muğla: Arı ve bal üretiminde ilk sırada yer alan Muğla, 1909 yılından bu yana arıcılık faaliyetleriyle uğraşmaktadır. Geleneksel arıcılık kültürünün tarihsel sürecini gelecek nesillere aktarmak amacıyla 2012 yılında Muğla ili arıcılık derneği tarafından kurulmuştur. Müzede bal yapan arıların bulunduğu şeffaf kovan ziyaretçilerin ilgisini çekmektedir. Bal üretiminde 100 yıllık malzemelerin sergilendiği müzede, şeffaf kovanlarda bal üretimi canlı olarak gösterilmektedir.

Edremit Evren Ertür Tarihi Zeytinyağı Araçları Müzesi-Balıkesir: Zeytin denince akla Ege Bölgesi'nin en güzel ürünlerinin geldiği bu müzede, Ege'den toplanan, zeytinyağı üretiminde kullanılan aletler görülebilmekte, zeytinyağı üretim tarihine tanıklık edilebilmektedir.

MSA Mutfak Sanatları Akademisi-İstanbul: Akademi ortamında yeme-içme kültürleriyle tanışan ziyaretçiler aynı zamanda dolaşırken antik çağlara doğru bir yolculuğa çıkmaktadırlar. Burada ziyaretçiler Türk tarihinin gastronomi kültürüne yakından tanıklık ederken, zamanla kullanılan araç ve tekniklerle tanışmaktadırlar.

Türk Lezzetleri Müzesi-İstanbul: 81 ilin yiyecek ve içeceklerini tanıtmak amacıyla yola çıkan bu müze, 2016 yılından bu yana ziyaretçilerine enfes bir gastronomi keyfi yaşatmaktadır. Türkiye'nin farklı bölgelerini tanıtan 36 restoran ve mağazanın yer aldığı müzede, alkolden kebab çeşitlerine ve çok daha fazlasına Türk mutfağından pek çok detay yer almaktadır.

Zavot Peynir Müzesi-Kars: Kars'ın Boğatepe Köyü'ndeki bu enfes peynir müzesine gisildiğinde yurt dışıyla yarışan ürünlerle karşılaşılabilir. Ziyaretçiler Kars'ın enfes

salçası ve kaşar peynirleri başta olmak üzere tulum, cecil ve daha birçok peynirin yapılışına yakından şahit olabilmektedirler.

Adatepe Zeytinyağı Müzesi-Çanakkale: Türkiye'nin ilk zeytinyağı müzesi olma özelliğini taşıyan Adatepe Zeytinyağı Müzesinde, zeytin ağaçları ve yağlarına dair her türlü şey bulunmaktadır.

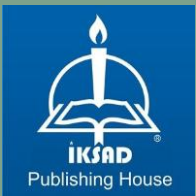
KAYNAKÇA

- Akyürek, S., & Erdem, B. (2019). Gastronomy museums as sustainable hangouts in gastronomy tourism: A gastronomy museum proposal for Gümüşhane City. *Turkey. Turizam*, 23(1), 17–33.
- Alcaraz, C., Hume, M., & Sullivan Mort, G. (2009). Creating sustainable practice in a museum context: Adopting service-centricity in non-profit museums. *Australasia Marketing Journal*, 17(4), 219-225.
- Bekar, A., & Belpınar, A. (2015). Turistlerin gastronomi turizmine ilişkin görüşlerinin değerlendirilmesi. *Journal of Yaşar University*, 10(38), 6478-6554.
- Bekar, A., Arman, M. S., & Sürücü, Ç. (2017). Turizmde Çekicilik Unsuru Olarak Gastronomi Müzeleri: Marmaris Bal Evi Örneği. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(42), 468- 477.
- Belias, D., Velissariou, E., Kyriakou, D., Varsanis, K., Vasiliadis, L., Mantas, C., & Koustelios, A. (2018). Tourism consumer behavior and alternative tourism: the case of agrotourism in Greece. *Innovative Approaches to Tourism and Leisure* (s. 465-478). içinde Cham: Springer.
- Butler, R. W. (1990). Alternative tourism: Pious hope or Trojan horse? *Journal of Travel Research*, 28(3), 40-45.
- Büyükalvarci, A., Yetiş, Z., & Arıcan, Ç. (2021). Panorama Konya Museum From The Tourist Guides'Point of View. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 8(2), 185-209.
- Cerquetti, M., & Montella, M. M. (2015). Museum Networks And Sustainable Tourism Management. The Case Study Of Marche Region'S Museums (Italy). *Enlightening Tourism. A Pathmaking Journal*, 5(1), 100- 125.
- Cohen, E. (1987). Alternative tourism - a critique. *Tourism Recreation Research*, 12(2), 13-18.
- Culley, S. (2010). *Museums and Tourists: A Quantitative Look at Curator Perceptions of Tourism*. Canada: University of Waterloo.
- Durkheim, E. (1915). *The Elementar y Forms of Religious Life*. New York: The Free Press.
- Ege, Z., & Demir, O. (2002). Turistik Ürün Çeşitlendirme Kapsamında Kültür Turizmi ve Aydın İlinin Kültürel Varlıkları. *First Tourism Congress of Mediterranean Countries*. Antalya.
- Fennel, D. A. (2002). *Ecotourism Programme Planning*. UK: Cabi Publishing.

- Flyista. (2022). *Gastronomy Museums of Turkey*. <https://flyista.com/en/blog/gastronomy-museums-turkey> adresinden alındı
- Frey, B. S., & Meier, S. (2006). *The Economics of Museums. Handbook of the Economics of Art and Culture*. Amsterdam: Elsevier.
- ICOM. (2013). *Code of Ethics: ICOM Code of Ethics for Museums*. International Council of Museums.
- Jollife, L., & Smith, R. (2001). Heritage, Tourism and Museums: The Case of the North Atlantic Islands of Skye, Scotland and Prince Edward Island, Canada. *International Journal of Heritage Studies*, 7(2), 149--172.
- Kervankiran, I., Temurcin, K., & Yakar, M. (2016). The Development of Museology in Turkey, a Spatial Analysis of Museums and their Contribution to Tourism in Turkey. *Journal of Tourism, Culture and Territorial Development*, 1-22.
- Kim, S., Park, E., & Xu, M. (2020). Beyond The Authentic Taste: The tourist Experience At A Food Museum Restaurant. *Tourism Management Perspectives*(36).
- Kırbaç, K., & Bucak, T. (2022). The Importance of Gastronomy Museums in the Sustainability of Local Food Products: The Case of Kars Zavot Eco-Museum. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 573-595.
- Kotler, N. (2001). New ways of experiencing culture: the role of museums and marketing implications. *Journal of Museum Management and Curatorship*, 19(4), 417–425.
- Kotler, N., & Kotler, P. (2000). Can museums be all things to all people?: missions, goals and marketing's role. *Journal of Museum Management and Curatorship*, 18(3), 271–287.
- Küçükkömürlü, S., Şirvan, N. B., & Sezgin, A. C. (2018). Dünyada ve Türkiye'de Gastronomi Turizmi. *International Journal of Tourism, Economic and Business Sciences*, 2(2), 78-85.
- Llerena, Z. (2009). Food Conjures Memory: Making Memory in The Museum. *Faculty of Information Quarterly*, 1(2).
- Macdonald, S. (1993). Un nouveau corps de visiteurs: musées et changements culturels Publics et musées. *Revue Internationale de Muséologie. Du public aux visiteurs*(3), 13-25.
- Mankan, E. (2017). Dünyadaki Gastronomi Müzeleri Üzerine Genel Bir Değerlendirme. *Turkish Studies, International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 12(1), 157-176.

- Maria, T., & Lemy, D. M. (2018). The Local Tourist Interest on Museum: A Study in Bandung, West Java. *Advances in Economics, Business and Management Research (AEBMR)*(52), 332-343.
- Mavragani, E. (2015). Greek Museums and Tourists' Perceptions: an Empirical Research. *Journal of the Knowledge Economy*, 1-14.
- McLean, F. (2005). Creating a Synergy between the Museum's Collection and Audience. *Museum Ireland*(15), 42-47.
- Murphy, J. W., & Schlaerth, C. A. (2015). Tourism At The Museum And The Life-World. *Creativity Studies*, 8(2), 115-123.
- Özer, Ö., Avci, M., & Karakuş, N. (2016). A Study For the Evaluation of Alternative Tourism Opportunities in Fethiye Destination. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(1), 21-26.
- Piekkola, H., Suojanen, O., & Vainio, A. (2014). *Economic impact of museums*. Vaasa, Finland: University of Vaasa Levón Institute.
- Pırnar, İ., Kurtural, S., & Eriş, E. D. (2019). Swot - Tows Analysis Of Urla Destination'S Alternative Tourism Development. *International Journal of Contemporary Tourism Research*(2), 235-244.
- Posocco, L. (2018). Nationalism, Politics, and Museums in Turkey under the Justice and Development Party (AKP): The Case of the Panorama Museum 1453. *Contemporary Southeastern Europe*, 5(1), 35-55.
- Richards, G., & Wilson, J. (2007). Tourism development trajectories: From culture to creativity? *Tourism, Creativity and Development* (s. 1-34). içinde Routledge.
- Schouten, F. (1998). Professionals and visitors: closing the gap. *Museum International*, 50(4), 27-30.
- Serçeoğlu, N., Boztoprak, F., & Tırak, L. (2016). Gastronomi Turizmi İle Şehir Markalaşması İlişkisi: Atatürk Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Gastronomy and Tourism Studies*, 94-114.
- Sezgin, M., & Karaman, A. (2009). *MüzeYönetimi ve Pazarlaması*. Konya: Sebat Ofset Matbaacılık.

- Tekeli, E. K., & Bozkurt, İ. (2021). Gastronomy Museums as an Attractiveness Element. *Academic Turkish World Studies: Tourism, Culture, Art and Architecture*. içinde Peter Lang GmbH .
- Timothy, D. J., & Boyd, S. W. (2006). Heritage Tourism in the 21st Century: Valued Traditions and New Perspectives. *Journal of Heritage Tourism*, 1(1), 1-16.
- Triarchi, E., & Karamanis, K. (2017). Alternative Tourism Development: A Theoretical Background. *World Journal of Business and Management*, 3(1), 35-54.
- Yılmaz, H., & Şenel, P. (2014). *Turistik Bir Çekicilik Olarak Gastronomi Müzeleri*. 15. Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı. Ankara: Gazi Üniversitesi.



ISBN: 978-625-367-747-3