



İSKENDERUN TEKNİK

ÜNİVERSİTESİ

LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

**YÜKSEK
LİSANS
TEZİ**

**ALTERNATİF TURİZM
ÇEŞİTLERİ VE BÖLGE
EKONOMİSİNE ETKİSİ;
HATAY ÖRNEÇİ**

Volkan BAYRAK

EKONOMİ VE FİNANS ANABİLİM DALI

ŞUBAT 2023



**ALTERNATİF TURİZM ÇEŞİTLERİ VE BÖLGE EKONOMİSİNE ETKİSİ;
HATAY ÖRNEĞİ**

Volkan BAYRAK

**YÜKSEK LİSANS TEZİ
TURİZM ANABİLİM DALI**

**İSKENDERUN TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

OCAK 2023

Volkan BAYRAK tarafından hazırlanan “ALTERNATİF TURİZM ÇEŞİTLERİ VE BÖLGE EKONOMİSİNE ETKİSİ; HATAY ÖRNEĞİ” adlı tez çalışması aşağıdaki jüri tarafından OY BİRLİĞİ ile İskenderun Teknik Üniversitesi Turizm Anabilim Dalında YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir.

Danışman: Prof. Dr. Nazif ÇALIŞ

Ekonomi ve Finans Anabilim Dalı, İskenderun Teknik Üniversitesi

Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu onaylıyorum/onaylamıyorum.

Başkan: Dr. Öğr. Üyesi Samiye EKİM DERTLİ

Ekonomi ve Finans Anabilim Dalı, İskenderun Teknik Üniversitesi

Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu onaylıyorum/onaylamıyorum.

Üye: Doç. Dr. Özlem AKAY

Biyoistatistik Anabilim Dalı, Gaziantep İslam Bilim ve Teknoloji Üniversitesi

Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu onaylıyorum/onaylamıyorum.

Tez Savunma

Tarihi:/...../...

Jüri tarafından kabul edilen bu tezin Yüksek Lisans Tezi olması için gerekli şartları yerine getirdiğini onaylıyorum.

.....

Doç. Dr. Ersin BAHÇECİ

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürü

ETİK BEYAN

İskenderun Teknik Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmasında;

- Tez üzerinde Yükseköğretim Kurulu tarafından hiçbir değişiklik yapılamayacağı için tezin bilgisayar ekranında görüntülediğinde asıl nüsha ile aynı olması sorumluluğunun tarafıma ait olduğunu,
- Tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Tez çalışmasında yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
- Kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı,
- Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu,

bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

İmza

Ad SOYAD

...../...../.....

ALTERNATİF TURİZM ÇEŞİTLERİ VE BÖLGE EKONOMİSİNE ETKİSİ; HATAY
ÖRNEĞİ
(Yüksek Lisans Tezi)

Volkan BAYRAK

İSKENDERUN TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Ocak 2023

ÖZET

Bu tez çalışmasında Alternatif turizm çeşitleri ve alternatif turizmin ekonomik etkisi Türkiye'nin Hatay ili özelinde incelenmesi amaçlanmıştır. Turizm kavramı, turizm türleri olarak sınıflandırılarak incelenmiştir. Alternatif turizm ve çeşitleri sınıflandırılarak incelenmiştir. Turizm Türleri arasındaki ilişkiler incelenmiştir. 450 katılımcı ile gerçekleştirilen anket çalışması sonucunda elde edilen verilere Bartlett Testi uygulanmış, güvenilirlik analizi, Pearson korelasyon testi ve Demografik Değişkenler için Anova Testi kullanılmıştır. Son olarak sonuç bölümünde Hatay bölgesi örneğinde yapılan bu çalışmada elde edilen bulgular ortaya konmuş, bölgenin avantajları ve potansiyeli ifade edilmiş ve bu potansiyelden faydalanmak için gerekli aksiyon önerilerinde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler : Turizm, alternatif turizm, turist, ekonomi,

Sayfa Adedi : 85

Danışman : Prof. Dr. Nazif ÇALIŞ

Danışman : Dr. Öğr. Üyesi Gamze ERYILMAZ

TYPES OF ALTERNATIVE TOURISM AND ITS IMPACT ON THE REGIONAL
ECONOMY; HATAY EXAMPLE
(M. Sc. Thesis)

Volkan BAYRAK

ISKENDERUN TECHNICAL UNIVERSITY
INSTITUTE OF SOCIAL SCIENCES

January 2023

ABSTRACT

This thesis, it is aimed to examine alternative tourism types and the economic impact of alternative tourism in Turkey's Hatay province. The concept of tourism has been examined by classifying them as types of tourism. Alternative tourism and its types were classified and examined. Relationships between types of tourism were examined. The Bartlett Test was applied to the data obtained as a result of the survey conducted with 450 participants, reliability analysis, Pearson correlation test and Anova Test for Demographic Variables were used. Finally, in the conclusion part, the findings obtained in this study in the case of Hatay region are presented, the advantages and potential of the region are expressed and the necessary action suggestions are made to benefit from this potential.

Key Words : Tourism, tourist, alternative tourism, economy

Page Number : 85

Supervisor : Prof. Dr. Nazif ÇALIŞ

Supervisor : Ass. Prof. Gamze ERYILMAZ

TEŞEKKÜR

Bu alıőmanın gerekleőtirilmesinde, iki yıl boyunca değerli bilgilerini bizlerle payőalaőan, kullandığı her kelimenin hayatıma kattığı önemini asla unutmayacağım saygıdeğer danışman hocam; Prof. Dr. Nazif ÇALIŞ'a, 2. Danışman hocam olan Dr. Öğr. Üyesi Gamze ERYILMAZ hocama, çalıőmam boyunca benden bir an olsun yardımlarını esirgemeyen arkadaşlarım Müğe AKYOL ve Yunus Emre CAMBAZ'a çalışma süresince tüm zorlukları benimle göğüsleyen ve hayatımın her evresinde bana destek olan değerli aileme ve çocuklarıma sonsuz teőekkürlerimi sunarım.



İÇİNDEKİLER

	Sayfa
ÖZET	iv
ABSTRACT	v
TEŞEKKÜR	vi
İÇİNDEKİLER.....	vii
ÇİZELGELERİN LİSTESİ	ix
HARİTALARIN LİSTESİ	xi
SİMGELER VE KISALTMALAR.....	xii
1. GİRİŞ.....	1
2. TURİZM VE ALTERNATİF TURİZM	2
2.1. Alternatif Turizm Açıklaması	2
2.2. Farklı Referanslara Göre Alternatif Turizm Türlerinin Sınıflandırılması.....	4
2.2.1. Katılan kişi sayısına göre turizm türleri.....	5
2.2.2. Ziyaret edilen yere göre turizm türleri	6
2.2.3. Katılanların amaçlarına göre turizm türleri.....	7
2.2.4. Katılanların sosyo-ekonomik durumlarına göre turizm türleri	8
2.2.5. Katılımcıların yaşlarına göre turizm türleri	9
2.3. Özel İlgiye Dayalı Turizm Türleri	12
2.3.1. Kültüre dayalı özel ilgi turizmi	13
2.3.2. Doğaya dayalı özel ilgi turizmi.....	13
2.3.3. Eğitime dayalı özel ilgi turizm.....	14
2.3.4. Hobiye dayalı özel ilgi turizmi	15
2.3.5. Spora dayalı özel ilgi turizmi	15

2.4. Alternatif Turizm Alt Türleri	16
2.4.1. Eko turizm (kırsal turizm).....	16
2.4.2. Sağlık turizmi.....	29
2.4.3. Kongre turizmi	33
2.4.4. Kültür turizmi.....	50
2.4.5. İnanç turizmi	53
2.4.6. Gastronomi turizmi	55
2.5. Turizm Türleri Arasındaki İlişkilerin Yorumu.....	57
3. LİTERATÜR TARAMASI.....	58
4. ARAŞTIRMA BULGULARIN ANALİZİ VE DEĞERLENDİRİLMESİ	62
4.1. Araştırma Problem İfadesi	62
4.2. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı	62
4.3. Araştırma Soruları	62
4.4. Araştırmanın Önemi	62
4.5. Teorik Çerçeve ve Hipotezler	63
4.6. Araştırma Metodolojisi	63
4.6.1. Örneklem.....	63
4.6.2. Veri kaynakları.....	63
4.6.3. Değişkenler	63
4.6.4. Analiz yöntemi.....	63
4.7. Tanımlayıcı İstatistiksel Analizler	64
4.7.1. Hatay ilinin kalkınmasında alternatif turizmin muhtemel etkilerine ilişkin veriler	64
5. SONUÇ	79
KAYNAKLAR	80

ÇİZELGELERİN LİSTESİ

Çizelge	Sayfa
Çizelge 2.1. Turizm türlerinin sınıflandırılması.	5
Çizelge 2.2. Yıllara göre Türkiye'ye gelen yabancı turistlerin yaşlara göre sınıflandırılması	Hata! Yer işareti tanımlanmamış.
Çizelge 2.3. Yıllara göre Türkiye'deki yerli turistlerin yaşlara göre sınıflandırılması.....	10
Çizelge 2.4. Dünyada kış turizmi merkezleri.....	21
Çizelge 2.5. 1991-2001 yılları arasında Türkiye'de avlanan hayvan sayısı ve türleri.....	25
Çizelge 2.6. 1991-2001 yılları arasında Türkiye'deki izinli avcı sayıları.....	26
Çizelge 2.7. 1991-2001 yılları arasında Türkiye Av Turizmi geliri	27
Çizelge 2.8. İstanbul atıcılık ve avcılık kulüpleri	28
Çizelge 2.9. Sağlık turizmi kapsamındaki sektörlerin sınıflandırılması	30
Çizelge 2.10. Geçmişten günümüze kongre sayısı verileri	35
Çizelge 2.11. 2010 Yılı Konulara Göre Ulusal Çapta Gerçekleştirilen Toplantıların Adedinin Dağılımı	48
Çizelge 2.12. 1999-2016 Arası Türkiye'de Gerçekleştirilen Kongre Sayısı	50
Çizelge 2.13. 2021 yılı St. Pierre Kilisesi'nin ziyaretçi sayısının aylara göre dağılımının grafığı.....	53
Çizelge 4.1. KMO and Bartlett's Test	65
Çizelge 4.2. Güvenilirlik Analizi Sonuçları.....	65
Çizelge 4.3. Alternatif Turizme Etki eden Faktörler	66
Çizelge 4.4. Extraction Method: Principal Component Analysis.....	74
Çizelge 4.5. Faktörlerin öncelik sıralaması.....	76

Çizelge 4.6. Faktörler arası korelasyonlar	77
Çizelge 4.7. Demografik Değişkenler için Anova Testi(One Way Anova)	77



HARİTALARIN LİSTESİ

Harita	Sayfa
Harita 2.1. Türkiye Jeotermal Kaynaklar Dağılımı ve Uygulama Haritası.	32



SİMGELER VE KISALTMALAR

Bu çalışmada kullanılmış simgeler ve kısaltmalar, açıklamaları ile birlikte aşağıda sunulmuştur.

Kısaltmalar	Açıklamalar
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
AR-GE:	Araştırma-Geliştirme
DKMPG	Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü
EFCT	European Federation of Conference Towns
GSYH:	Gayri Safi Yurtiçi Hasıla
IAPCO	The International Association Of Professional Congress
ICCA	The International Congress And Convention Association
ICOMOS	International Council on Monuments and Sites
KMO	Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy
SPSS	Statistical Package for the Social Sciences
SWOT	Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats
TC	Türkiye Cumhuriyeti
TÜRSAB	Türkiye Seyahat Acentaları Birliği
UIA	Union of International Associations
UNESCO	The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
UNICEF	United Nations International Children's Emergency Fund
UNIDO	The United Nations Industrial Development Organization
UNWTO	The United Nations World Tourism Organization

1. GİRİŞ

Turizm sektörünün önceki yıllara oranla daha fazla gelişme gösterdiği bilinen bir gerçektir. Turizm gelişimi ülkelere çok büyük ekonomik katkılar sağlamaktadır. Özellikle ekonomik anlamda daha fazla gelir elde etmek isteyen ülkelerin turizme bakış açıları farklılaşmıştır. Ülkeler turizmi bir kazanç kapısı görerek alternatif turizmlere yönelmişlerdir. Hatay ili, 6.500 yıl öncesine dayanan tarihi, yaz turizmine elverişli iklimi ve Akdeniz kıyılarında uzanan kumsalları ile önemli bir turizm potansiyeline sahip (TKB, 2014), eski çağlardan beri yerleşim merkezi konumunda bulunan ve çok sayıda medeniyete ev sahipliği yapmış bir şehir olması sebebiyle çeşitli tarihi dönemlere ait tarihi eserlere sıkça rastlanılır (Açıcı, 2008). Bu sebeple Hatay bölgesindeki turizm faaliyetlerinin gelişmesi bölge halkı ve turistlerin ihtiyaçlarını karşılar, geleceğe yönelik ekonomik büyüme için fırsatlar yaratır (Akkiprik, 2011). Hatay bölgesindeki alternatif turizm çeşitliliğinin değerinin bilinmesi ve bu çeşitliliğin avantaja çevrilmesi gerekmektedir.

Alternatif turizm; sosyal ve ekolojik olarak uyumlu olan, yerli ve yabancı girişimcilerin işbirliği ile gelişen, gelişiminde yerli ürün kullanılmasına özen gösterilen ve bu amacı güden turizm çeşididir. Başka bir ifadeyle alternatif turizm Güneş-Deniz-Kum turizmi olarak bilinen ve sadece kıyı bölgelerine yoğunlaşan turizm türünden farklı (Çelik, 2018), birçok hizmet kollarını içerisinde barındırıp farklı sektörle ilişkisi kurarak endüstrileşen (Özçoban, 2019), turizm etkinliklerinin dar kalıplara sığdırılmasından ve bunun yol açtığı olumsuzluklardan kurtararak özel ilgi alanlarına yönlendiren (Çelik, 2018), sosyal ilişki üzerinde duran, turizme tepki olarak geliştirilmiş, özel tercihlere dayanan bir turizm türüdür (Çontu, 2006).

2. TURİZM VE ALTERNATİF TURİZM

Turizm kelimesinin Latince kökeninde dönmek kelimesinden türemiştir. “Tornus” kelimesinden İngilizceye “Tour” olarak değişerek kabul edilmiş olup kullanılmaktadır. Turizm başlangıcından sonra başladığı noktaya yönelecek şekilde bir aksiyonu belirtmektedir sonuna gelen -izm eki ise bu aksiyona bir hareket katması olarak değerlendirilmektedir. Tam bir tanım olarak: Başlamasının ardından başladığı noktada son bulan hareket bütünlerine turizm denmektedir (Erdavletov, 2003).

Ulaşım sektöründeki gelişmekte olan teknolojiye doğru orantılı olarak değişimler insan yaşamında oldukça büyük değişimlere yol açmıştır. Ulaşım sürelerin kısalmasıyla yıllar öncesinde günler hatta aylarla belki yılları alan ulaşım süreleri günümüzde saatlere indirgenmiştir. Kısalan mesafeler dolayısıyla geçmişten günümüze birçok farklı amaçla gerçekleştirilen seyahatlere talep artmıştır. Bu seyahatlerin turizm olarak adlandırılması da turizm sektörünün oluşmasındaki görüntü olarak ifade edilebilir. Kendi içerisinde farklılıkların bulunmasıyla da turizm ana başlığı farklı türlere ayrılarak tanımlanmış ve çeşitlenmiştir (Durgun, 2006).

2.1. Alternatif Turizm Açıklaması

Gelişen dünya ekonomisinde paralel olarak kişi başına düşen ekonomik gelirin yükselmesi buna bağlı olarak da eğitim seviyelerinde, refah düzeylerinde ve değerlendirilebilecek potansiyel boş vakitlerdeki artış kişilerin farklı sebeplerden dolayı (örneğin ticari, dini, eğlence amaçlı, eğitim amaçlı) seyahate daha fazla vakit ayırabilmelerine imkan sağlamıştır. Turizmin gelişmeye uğramasıyla geleneksel turizm ve alternatif turizm ayrımı gelişmiş ve ortaya konan değişik turizm etkinlikleri alternatif yapısı itibari ile de farklı olan bu etkinlikler alternatif turizm olarak sınıflandırılmıştır. Bir turizm alt çeşidi olarak değerlendirilen alternatif turizm, kişilerin değişen ve yükselen taleplerini daha verimli bir şekilde karşılamak ile birlikte turizmin gerçekleştirildiği bölgenin bu alandan en verimli şekilde gerek kültürel gerek sosyal gerek ekonomik anlamda fayda sağlamasına dayanmaktadır (Albayrak, 2011).

“Günümüzde en geniş ve en hızlı şekilde gelişen sektörlerden biri turizmdir. Ürünlerin ve alanlarının çeşitlendirilmesi bu hızlı büyümeyi oluşturmaktadır” (Sezgin ve Karaman, 2008).

Alternatif turizmin ihtiyacını gitgide artan turizm talebi ve döviz girdisinin daha iyi değerlendirilmesi yönünde duymaktayız (Oktayer, vd., 2007).

Günümüzde bireylerin turizm beklentisi standart kum-deniz veyahut kafa dinleyebilecekleri imkanlardan ziyade daha farklı olduğundan dolayı farklı turizm aktivitelerinin gelişmesi taleplerin karşılanması açısından önemli bir noktadır. Günlük iş hayatının monotonluğunun yanı sıra sosyal bilincin gelişmesi ve kişi başına düşen gelirin artması ve günlük hayattaki stres ve yük kişileri Alternatif Turizm'in altında toplamaktadır (Öztürk ve Yazıcıoğlu, 2002).

Standart turizm türleri olan Geleneksel Turizm, klasik Turizm ve Yerel Turizm; Alternatif turizme kıyasla daha kalıplara dayalı işlediğinden dolayı olumsuz yönlerinin tolere edildiği daha esnek olan alternatif turizm ile daha potansiyelli ve ilgi çekiciliği yüksek bir turizm türü oluşmuştur (Hacıoğlu ve Avcıkurt, 2008).

“Geleneksel turizmden farklı bir çeşidin sunumunu ele alan turizm alternatif turizmi yaratmaktadır” (Altınay, 1996).

Şimdiye kadar standart turizm faaliyetlerinin negatif yönlerini ortadan kaldırmak amacı ile sunulmuş olan ve yeni ürünlerle turizm sektörünü destekleyici olarak geliştirilmiş olan alternatif turizm, sürdürülebilir turizm tanımının yanı sıra turizmden sağlanacak ekonomik gelirin daha verimli hale getirilmesi yönünde turizme katkıda bulunmuştur. Bölgelerin turizm potansiyellerinin en iyi şekilde kullanılması, büyütülmesi; kaynaklarının keşfedilmesi ve keşfedilmiş olanların tespit edilerek kullanılması amacıyla gerçekleştirilen faaliyetlerle sürdürülebilir turizm mantığının altında yetişen ve çeşitlilikleri ve ilgi çekiciliğinin alternatif olduğu Alternatif Turizm, günümüzün turizm taleplerini karşılamaktadır (Albayrak, 2013).

Başka bir açıdan ele alınması gerekirse günümüz turizm faaliyetlerinde geçmiş turizm faaliyetlerine kıyasla katılımcıların beklentilerinin değişmesi, bilinen turizm beklentilerine kıyasla çeşitli aktivitelerin ;öğrenme, dinlenme, eğlence, kişisel gelişim odağında etkinliklerin dahil olduğu çeşitlik ve ilgi çekicilik barındıran aktiviteler; talep edilmesiyle turizm acentaları hizmetlerine getirdikleri spor turizmi, kültür turizmi, inanç turizmi, macera turizmi, doğa turizmi, benzeri çeşitlilikle turistlerin taleplerini karşılamaya çalışmışlardır. Değişen tatil eğilimlerinin yarattığı bu etkiyle çeşitlenmeler turizm

sektöründe köklenmiştir (Yıldız ve Kalağan, 2005).

Turistlerin yaşantılarını doğrudan etkileyebilen bir turizm türü olmasıyla Alternatif turizm etkileyebilirliğinin ne kadar yüksek olduğunu ortaya koymaktadır zira gerçekleştirilen turistik faaliyetlerde kişilerin öğrenme ve deneyimleme yeteneklerine hitap ettiğinden dolayı anılar oluşturmasıyla yaşantılarda iz bırakma potansiyeli yüksektir. İlk defa yaşanan olayların insan belleğinde oluşturduğu izlenimler kişinin bireysel yapısına işlemektedir. Bu açıdan bakıldığında alternatif turizm faaliyetleri insanların sosyal açıdan etkilenmesine ve yeni deneyimler yamasına açık bir ortam sağlamaktadır (Burton, 1998).

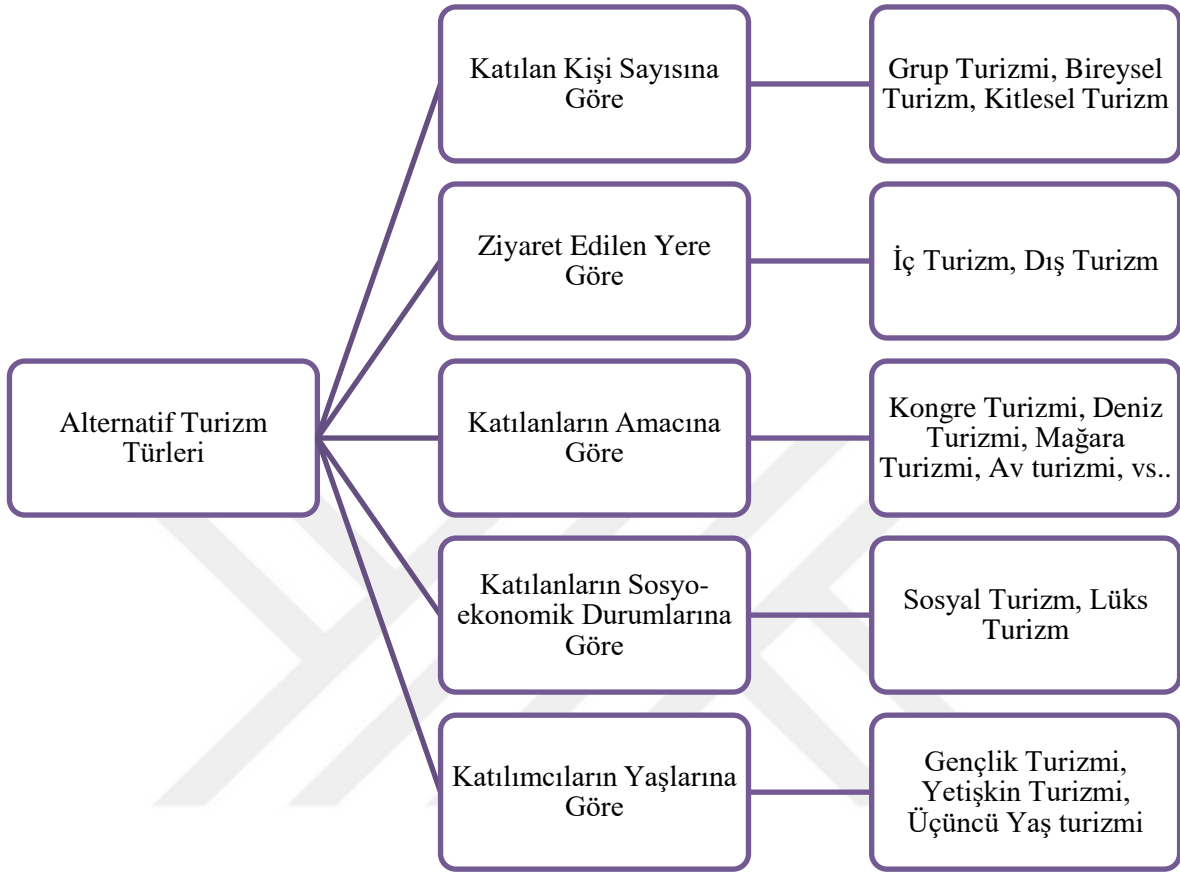
2.2. Farklı Referanslara Göre Alternatif Turizm Türlerinin Sınıflandırılması

Turizm girdilerinin yılın bütün bölümünde sağlanabilmesi için turizm faaliyetlerinin yılın bütün bölümlerine dağıtılması fikri ile gündeminin yaşandığı Alternatif Turizm döviz girdisini tüm yıl içinde sağlayabileceğine olan düşüncesiyle de değerlendirilmiştir.

Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin turizme önem vermesindeki önemli sebeplerden biri de bu döviz girdisinin sağlanabilmesi amacıdır. Turizmin geliştirilmesi sürecinde karşılaşılan sorunların çözümündeki yöntem de turizm faaliyetlerinin çeşitlendirilmesiyle çözmeye odaklanılmıştır ki gayet etkili olduğu tespit edilen bir yöntem olarak uygulanmaktadır.

Çeşitlendirilen turizm türlerinin taleplere yönelik olduğu düşünüldüğünde istenilen çoğu talebe göre bir alternatif turizm çeşitlendirilmiştir. Kişilerin talepleri yeri geldiğinde yeni kültürleri tanıma yeri geldiğinde yeni yerler keşfetme yeri geldiğinde sağlık ve siyasi sebeplerden ötürü oluşabilmektedir bu yüzden de alternatif turizm çeşitleri kişilerin ihtiyaç ve taleplerine göre çok farklı alanlarda şekil alabilmektedir (Uspanova, 2017).

Çizelge 2.1.Turizm türlerinin sınıflandırılması.



Kaynak: Kozak (2008: 30)

2.2.1. Katılan kişi sayısına göre turizm türleri

Grup turizmi

Grup turizmi, bir ila on iki kişiden oluşan grupların koordine bir şekilde aynı rota ve amaç çerçevesinde gezi işlemini gerçekleştirmesi olarak kısaca tanımlanabilir. Grup turizmi değinileceği gibi kitlesele turizme benzese de sayısal azlık itibariyle daha basit ve kolay koordinasyonlu bir şekilde gerçekleştirilebilir. Örnek olarak vakıf gezileri, iş gezileri arkadaş grubuyla yapılan bağımsız geziler veya bağımlı bir rota ve güzergah izleyen bu turizm sınıfı bir çok değişkene açık vaziyette olabilir ya da olmayabilir. Mali, mesafe, güzergah vb. etkenler grubun seçimi çerçevesinde belirlenebilir. Toplu yapılan bir gezi durumu özellikle mali açıdan avantajlı olabildiği gibi isteğe göre değişimlere de maruz kalabilir.

Grup turizmi, bireysel turizm ve kitlesele turizm olarak üçe ayrılan bu sınıflandırma türüne

göre insanların turizm olayında izledikleri yöntem esas noktadır. Temel prensipte sayının baz alınmasının yanı sıra birbirinden farklı şekillerde gezmenin yaşanması bu şekilde bir ayırım yapılabilmesini doğal kılmaktadır

Kitlesel turizm

Günümüzdeki turizm faaliyetlerinde en belirleyici turizm sınıfıdır. Kitlesel turizm, yüksek kişi sayılı topluluklarca koordineli olarak yürütülen turizm faaliyetleridir. Tercih edilmesi bakımından bireysel ve grup turizmiyle karşılaştırıldığında daha çok tercih edilmekte olduğu bir gerçektir. Paket tur mantığı içerisinde çok sayıda turizm acentasının düzenlediği birçok farklı veyahut benzer tur vardır ve yüksek rağbet görmektedir. Sürü mantığı içerisinde yürütüldüğünden ve çoğunlukla kişiye fazla sorumluluk düşmediğinden bireysel ve grup turizminden daha az yorucu ve daha az maliyetli olabilmektedir. Yüksek tercih oranına sahip olmasındaki asıl neden de burada yatmaktadır. İnsanlar planlı ve programlı olarak yürütülen turizm faaliyetlerini kısa zamanda çok yeri, ek olarak rehber aracılığında, uygun bütçede sunduğu için kamusal turizm kapsamındaki gezi acentalarını tercih etmektedir. Bireysel faydaları yanı sıra toplu yapılan geziler devlet ve turizm kuruluşları için sıcak mali gelir demektir. Bu yüzden de bu alana büyük yatırımlar gerçekleştirilmektedir.

Yararlarına kıyasla sürdürülebilir turizm mantığına çelişir zira yoğun ziyaret, doğal ve tarihi güzelliklerin tahribatını da yanında getirir. Bu durum kitlesel turizmin mali ve popüler faydalarının gündeme getirildiği gibi zararlarının da gündeme getirilerek kontrol altında bir düzenlemeye tabi tutulmasının gerekliliğini göstermektedir

2.2.2. Ziyaret edilen yere göre turizm türleri

İç ve dış turizm olarak iki dalda değerlendirilen ziyaret edilen yere göre turizm türleri sınıflandırılması, gayet basit bir sınıflandırmadır. Yurt içi turizm faaliyetleri ve yurt dışı turizm faaliyetleri hedefteki konum itibarıyla birbirinden ayrılır iç turizm ulusal sınırlar içerisindeki gezi ve keşif faaliyetleri oldukları için çoğunlukla ülkenin kendi vatandaşları arasında bir mali döngü sağlar dış turizm ise döviz girdisine katkıda bulunur. Çoğu ülke için dış turizm yolu ile ülkesine gelen turistlerden memnundur zira hem ülkesinin popülaritesinin artmasına bir potansiyel yaratmış olacağı gibi mali bir girdi de elde etmiş olacaktır.

İç turizm

İç turizm, kişinin kendi ülkesini içerisinde turizm faaliyetlerinde bulunması olarak dar bir şekilde tanımlanabilir. Döviz girdisi sağlamaz ama ekonomik açıdan döngüye katkı sağlayacak etkinliklere kapı açar.

Kişinin kendi milli doğal ve tarihi özelliklerini tanınması da sosyal bilincin artması açısından verimli bir faaliyettir. Kendi değerlerini tanıyan bir birey onlara sahip çıkar, korur ve katkıda bulunur. Günümüzde neredeyse her ilkokul, lise ve üniversite öğrencileri için iç turizm sınıfında kabul edilebilecek geziler düzenlenmektedir. Öğrencilerin gelişimi ve öğrenimi açısından oldukça verimli bir düzenleme olduğu gibi ülke sosyal yapısı ve ekonomisi bakımından, gelişime atılan küçük veya büyük adımlar olarak görülebilir.

Dış turizm

Kişilerin ülke sınırları dışında veya dışına gerçekleştirdiği turizm faaliyetleridir. Bu turizm faaliyetlerinde pasaport ve vize gereklilik oluşturabilir. Özellikle ülkelerde ekonomik açıdan döviz girdisi gözüyle bakılan yabancı turistler kaldıkları süreç boyunca o ülkenin güzelliklerini ve tarihini keşfederler. Kazan kazan durumundaki bu faaliyet. Kültür reklamı ve döviz girdisi açısından ciddi bir pazar niteliğinde olduğu için çoğunlukla ülkeler bu alana yatırım yapmaktan geri durmazlar. Kültürünü ve değerlerini iyi tanıtan ülkelerinin turist akınına uğraması güdülen politikanın verimli bir sonucudur. Fakat zararları da bulunabilir bilinçsiz yabancı turistlerin kitlesel olarak ziyaretleri tarihi ve doğal güzelliklerin tahribatına çok uzak bir pozisyonda değildir ve denetimlerin elden bırakılmaması ciddi ehemmiyet taşır.

2.2.3. Katılanların amaçlarına göre turizm türleri

Katılanların amaçlarına göre turizm sınıflandırmasına baktığımızda çok fazla çeşitlilikle karşılaşırız. Turizm faaliyetleri konusunda tercih seçenekleri çok çeşitlidir. İnsanların yaşadıkları yere kişiliklerine maddi durumlarına iş durumlarına ve sağlık durumlarına göre farklı turizm sektörlerini tercih edebilmektedir. Bu değişkenler alternatif turizmin temelini oluşturduğu gibi turizm sektörünün dallanmasını ve yayılmasını sağlamıştır.

Ülkelerin ve bölgelerin doğal ve siyasi durumları çerçevesinde ünlendikleri turizm türleri değişmektedir. Türkiye örneğinden yola çıkarsak karstik araziye sahip Akdeniz bölgesinin bir kısmı, mağara turizmine elverişli olduğu; Ankara siyasi olarak başkent konumunda

olduğu için kongre turizmi açısından önemli bir bölgedir. Sadece ülke içi bile turizm çeşitleri dallanmışken uluslararası alanda bir çerçeveden baktığımızda bizi çok daha geniş bir perspektif beklemektedir.

2.2.4. Katılanların sosyo-ekonomik durumlarına göre turizm türleri

Kişilerin iktisadi durumları ve sosyal yaşantıları arasındaki bağlantı gerekçesiyle, etkileyen-etkilenen ilişkisi içerisinde gerçekleşen etkileşimin kişideki sonucuna sosyo-ekonomik durum denebilir. Bireylerin sosyo-ekonomik durumlarının yaşantıları üzerinde çok büyük etkisi vardır zira kişilerin maddiyat ve zaman kaynaklarını ne alanlara ve ne miktarlarda harcadığı sosyo-ekonomik durumuna göre değişiklik göstermektedir. Kişinin yaşam koşulları doğal olarak da turizm amacıyla gerçekleştirdiği faaliyetlere de yansımaktadır. “Turizm faaliyetlerine ayırdığı zaman ve maddiyat ne derecededir? Ne alanlarda turizm faaliyetleri gerçekleştirir?” gibi soruların cevaplarını turizm faaliyetlerine katılanların sosyo-ekonomik durumlarına göre turizm türlerinin sınıflandırmasıyla net olarak görebiliriz.

Sosyal turizm

Genellikle tatil kavramı bir hak olarak görülürken bazı ülkelerde tatil bir ayrıcalık olarak görülebilmektedir. Zira sosyo-ekonomik durumun sonucu olarak tatile çıkmak maddiyat ve zaman açısından zorlu bir aktivite olabilmektedir. Sosyal turizm burada devreye girer. Satın alım gücü düşük olanlar da dahil her bireyin dinlenmeye izin almaya ve tatile çıkmaya hakkı vardır (Bıçkı, 2013 s.50). Avrupa Ekonomik ve Sosyal Komitesi de sosyal turizmin bir hak olduğunu ve her bireyin buna erişim sağlayabilmesi gerektiğini tasdik etmektedir.

“Sosyal turizm, iktisadi güçleri nispeten zayıf olan kitlelerin birtakım kolaylaştırıcılar yoluyla turizm hareketine katılmaları ve bundan doğan ilişkilerin tümüdür” (Usta, 1982: 7). Bu tanım itibarıyla sosyal turizmin temelini sosyo-ekonomik durumu düşük seviyede olan bireylere hitaben olduğu söylenebilir.

Sosyal turizm kapsamında bir turizmin gerçekleştirilebilmesi için kişinin bulunduğu yaşam şartlarının turizme elverişli olmaması misal; ekonomik, fiziksel, zihinsel veyahut yaşadığı yer itibarıyla engel teşkil edebilecek durumlara sahip olması gibi sebeplerle turizm faaliyetinin kısıtlanması gerekmektedir. Ve bu engellerin bir kişi, kurum, özel kuruluşlar

veyahut bir şirket tarafın kaldırılmasına yönelik çalışmalarla turizmin gerçekleştirilebilir duruma getirilmesi gerekmektedir.

Lüks turizm

İktisadi açıdan yüksek seviyedeki insanların orta ve düşük iktisadi seviyedeki insanlardan daha kaliteli veyahut pahalı turizm faaliyetlerini gerçekleştirmesi beklenir. Sosyal turizmin aksine çoğunluğun katılması beklenmeyen Lüks Turizm'deki harcamalar standart turizm faaliyetlerinden oldukça yüksektir. İktisadi açıdan yüksek seviyedeki kişilerin gerçekleştirdiği bu tarz turizm faaliyetleri lüks turizm kapsamını ve tanımını oluşturur.

Lüks Turizm, sadece maliyet açısından yüksek olmasıyla sosyal turizmden ayrılmaz Lüks Turizm kapsamında gerçekleştirilen turizm aktivitelerinden bazıları çoğunlukla bu kategoride turizm faaliyeti gerçekleştirilen kişilere hitabendir. Misal: kruvaziyer turizmi, golf turizmi, kumar turizmi, av turizmi gibi turizm türleri çoğunlukla lüks turizm kitlesine hitaben gerçekleştirilmektedir.

2.2.5. Katılımcıların yaşlarına göre turizm türleri

Farklı bir sınıflandırma da turizm faaliyetlerini gerçekleştiren kişilerin yaşlarına göre sınıflandırmadır. Bu sınıflandırmada üç farklı yaş grubu turizmi şeklinde bir ayırım yaptığımızda bunlar: Gençlik turizmi, Yetişkin Turizmi ve Üçüncü Yaş Turizmidir. Bu turizm türlerinde en belirleyici unsur yaş olmakla beraber başka etmenler de söz konusudur. Aşağıda TÜRSAB Gençlik Turizmi 2015 Raporundan alınan verilere göre Türkiye'ye gelen yabancı turistlerin yaş aralığına göre dağılımının bulunduğu bir tablo verilmiştir.

Çizelge 2.2. Yıllara göre Türkiye'ye gelen yabancı turistlerin yaşlara göre sınıflandırılması

Yıl	Yaş Gruplarına Göre Yabancı turist sayısı(bin)					
	0-14	15-24	25-44	45-64	65+	Toplam
2008	4.700	2.989	10.743	6.616	1.381	26.431
2009	4.222	3.027	10.973	7.376	1.714	27.314
2010	4.292	3.285	11.432	7.782	1.715	28.510
2011	4.713	3.656	12.399	8.360	2.195	31.324
2012	5.198	3.581	12.551	8.259	2.063	31.655
2013	5.651	3.802	13.746	8.571	2.056	33.827

Kaynak: TURSAB (2015)

Aşağıda TÜRSAB Gençlik Turizmi 2015 Raporundan alınan verilere göre yıllar içindeki yerli seyahatlerin yaşlara göre sınıflandırılmasının bulunduğu bir tablo verilmiştir.

Çizelge 2.3. Yıllara göre Türkiye'deki yerli turistlerin yaşlara göre sınıflandırılması

Yıl	Yaş gruplarına göre yerli turistin yurtiçi seyahat sayısı (bin)					
	0-14	15-24	25-44	45-64	65+	Toplam
2008	5.786	3.132	8.593	4.682	1.457	23.650
2009	13.360	8.078	22.506	13.630	3.314	60.888
2010	14.847	9.284	24.997	15.343	3.901	68.373
2011	14.173	8.284	24.999	14.851	3.548	65.854
2012	14.095	8.386	24.312	14.738	3.391	64.922
2013	14.754	8.248	25.807	15.937	3.706	68.452

Kaynak: TURSAB (2015)

Gençlik turizmi

Gençlik turizmi genç bireylerin veliden bağımsız bireysel veya kendi gibi genç bireylerle birlikte grup olarak gerçekleştirdiği turizm faaliyetleri olarak basitçe tanımlanabilir. Gençlik turizminin hitabındaki bireyler öğrenci veya öğrenci olmayan 16 ila 29 yaş arasındaki gençlerdir. Bu sayısal kısıtlama duruma göre değişebilmektedir fakat temelinde gençlik turizmi gençleri kapsamına almaktadır.

Genç bireylerin aktif sosyal iletişim ve yaşantısı, keşfetmeye ve yeni tecrübeler kazanmaya yönelik yapısı sebebiyle yoğun bir turizm odağı bulunmaktadır. Bu yoğun turizm odağının bir sonucu olarak Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü' ne (UNWTO) göre dünyadaki turistlerin %20'si genç nüfustan oluşuyor. Türkiye Seyahat Acentaları Birliği'nin (TÜRSAB) 'Gençlik Turizmi 2015 Raporu'na göre 2013 yılında Türkiye'ye gelen yabancı turistlerden 8.5 milyonu genç turistlerdir.

Genç turistlerin turizm faaliyetlerine katkısı da inkar edilemeyecek seviyededir zira turizm trendini belirlemesi turizmde öncü bir etken olduklarının bir örneğidir. Gençler seyahat ettikleri zaman çoğunlukla keşfedilmemiş yerleri veya daha az bilinen yerleri popüler mekanlara tercih etmektedirler ayrıca seyahatleri sırasında konfor odaklı olmadıklarından ekstrem ve üst yaşlılarına kıyasla daha az tercih edilen türdeki turizm faaliyetlerine fırsat tanımaktadırlar. Bu seyahatleri sırasında da sosyal ve online mecralarda paylaşımlar yaparak gittikleri yerlerin yaptıkları etkinliklerin reklamını gerçekleştirmiş oluyorlar.

Yetişkin turizmi

Ayrıca "orta yaş turizmi" olarak da bilinen yetişkin turizmi 25 ila 60 yaş aralığındaki bireyleri kapsayan turizm türüdür. Yetişkin turizmi çalışan, maaş sahibi, aile sahibi bir kitleyi alakadar ettiği için en aktif olduğu dönemler tatil zamanları olmaktadır. Bu dönemlerde yetişkin turizmi faaliyetleri etkin ve baskındır.

Yetişkin turizmde beklentiler çalışma düzenine uygunluğu, eş ve çocuk seyahatinde uygunluk yeri geldiğinde konfor ve ekonomik olması yönünde olabilmektedir. 25-60 yaş aralığında çalışma alanında aktif bir yaşam sürdürülmesi sebebiyle bu turizm türü ağırlıklı olarak dinlenme amacı içerisinde gerçekleştirilmektedir.

Turizmde en yüksek turist sayısı ile yetişkin turizmi baskın olarak faaliyet göstermektedir zira bu yaş aralığındaki nüfus büyüklüğü diğer yaş aralıklarına kıyasla daha yüksektir.

Üstelik belirli bir gelire sahip olma yönünden turizm faaliyeti gerçekleştirmeye maddi açıdan uygundur. TÜRSAB Gençlik Turizmi 2015 Raporuna göre 2013 yılında Türkiye'ye gelen yabancı turistlerin yaklaşık 41% ini yetişkin turizminin yaş kapsamındaki turistler oluşturmaktadır. Bu sayılar yetişkin turizminin turizm sektöründeki çoğunluk kitlenin hangi yaş kriterinde olduğunu bize basitçe göstermektedir. Finansal olarak turizme ayrılan bütçe de yetişkin turizmi kapsamındaki turistlerce daha yüksek olduğundan turizm faaliyetlerinde birinci gelir kaynağının orta yaştaki kişiler olmasına neden olmaktadır. Bu yüzden de yetişkin turizmi faaliyetleri diğer yaş itibariyle sınıflandırılmış turizm türlerine kıyasla daha pahalı olmaktadır.

Sonuç olarak temelinde yüksek orandaki turist potansiyeli, ve gelire sahip potansiyel turistlerin bünyesinde bulunması sebebiyle yetişkin turizmi önemli bir alan olarak kendini göstermektedir beraberinde ciddi yatırımların döndüğü bir turizm alanı olarak günümüzde bu turizm sınıflandırmasında yer almaktadır

Üçüncü yaş turizmi

“Yaşlı turizmi” olarak da bilinen Üçüncü Yaş Turizmi 60-65 yaş üzerindeki bireylerin dahil olduğu turizm türüdür. İnsan yaşının ilerlemesi, emeklilik yaşamına başlanması bu turizm türünde temel alınan noktalardır. Üçüncü yaş turizmi kapsamındaki turistlerin beklentileri çoğunlukla konfor odaklı olmakla beraber daha yavaş ve aksiyondan uzak bir turizm isteğinin beklendiği görülür. Ayrıca sağlık alanında beklentilerin de oluşması üçüncü yaş turizminin sağlık turizmiyle alakalı olmasını kaçınılmaz kılar zira yaşlılığın kendini göstermesinden sonra 60+ yaşlarda sık sık sağlık sorunları yaşanmaktadır. Bu sağlık sorunlarının çözümü yolunda gerçekleştirilen turizm faaliyetleri hem sağlık turizmi altında hem de Yaşlı Turizmi kapsamında incelenmektedir. Fakat yaşlı turizmi sadece sağlık etmenleri sebebiyle seyahatlerden oluşmaz. Yaşça ileri bireylerin farklı amaçlarla bireysel veya grupsal olarak gerçekleştirdiği turizm faaliyetlerinin tamamı yaşlı turizminin kapsamına girmektedir. Bu yüzden sadece sağlık alanıyla yaşlı turizmini sınırlandırmak mümkün değildir

2.3. Özel İlgiye Dayalı Turizm Türleri

Özel ilgi turizmi herhangi bir turizm faaliyetinin bireysel ilgiler çerçevesinde şekillendirilerek gerçekleştirilmesini esas alan turizm sınıflandırmasıdır. Bu sınıflandırmaya dahil olan turizm türleri spesifik bir alan ilgisine yoğunlaşmış veyahut

spesifik bir aktiviteyi turizm faaliyeti kapsamında gerçekleştirmektedir. Bu nedenledir ki ilgi alanına göre alt sınıflara ayrılarak gruplandırılabilirler. Özel ilgiye dayalı turizm türlerinin sınıflandırılması belirli alanlara özgü turistik aktivitelerin incelenmesi yönünden değerlidir.

2.3.1. Kültüre dayalı özel ilgi turizmi

Kültüre dayalı özel ilgi turizminin temeli Bir toplumun sahip olduğu kültürel birikim, günlük yaşantı, mimari birikim, etnik köken gibi özelliklerin turizm faaliyetlerine kaynaklık etmesine dayanmaktadır. Bu nitelik ve birikimlerin ortak noktası hepsinin kültür çatısı altında birleşerek tek bir dal olarak indirgenebilmesidir. Turizmi sürdürülen faaliyetlerin özel ilgi alanının kültüre dayalı olması o yörenin insanların da bu turizm faaliyetlerinde hem maddi hem yaşayışı açısından büyük bir paya sahip olması demektir. Bölge kamuoyunun bu turizm faaliyetleri üzerinde söz hakkının bulunması ve bu turistik faaliyetlerden gelir elde etmesi beklenen bir durumdur. Örnek olarak verilebilecek Kültüre Dayalı Özel İlgi Turizm Çeşitleri şunlardır:

- Etnografik Turizm
- Nostaljik Turizm:
- Etnik ve Ekolojik Turizm
- Etnik ve Eğitsel Turizm
- Etnik ve Antropolojik Turizm
- Mimari Turizm
- İnanç Turizmi
- Etkinlik Turizmi
- İpek Yolu Turizmi
- Diaspora Turizmi
- Hüzün Turizmi

2.3.2. Doğaya dayalı özel ilgi turizmi

Doğaya dayalı özel ilgi turizmi temelinde doğal çevrede veya doğa ile iç içe olarak gerçekleştirilen spesifik bir ilgiye bağlı olan turizm aktivitesinin sınıflandırılmasında kullanılır. Sahip olduğu aktivite hacmi oldukça geniş olmakla beraber kişilerin doğaya dayalı her alandaki ilgi turizm faaliyetlerini kapsamaktadır. Gerek doğaya dayanan spor

aktiviteleri trekking, rafting gibi gerekse diğer doğaya dayanan turizm türleri olarak örnek olarak mağara turizmi doğal güzelliklerin turizm avantajına kullanılması verilebilir. Doğaya Dayalı Özel İlgi Turizmi Kategorisinde yer alan turizm türlerinden bir kısmı aşağıda verilmiştir:

- Akarsu Turizmi (Rafting-Kano)
- Botanik Turizmi
- Mağara Turizmi
- Av Turizmi
- Tarım Turizmi & Çiftlik Turizmi
- Kuş Gözlemciliği (Ornitoloji)
- Kruvaziyer Turizmi & Yat Turizmi
- Sağlık Turizmi (Termal ve SPA)
- Hava Sporları Turizmi
- Deniz Turizmi
- Gemi Gezileri
- Safari
- Yayla Turizmi
- Sportif olta balıkçılığı
- Trekking Bisiklet Turizmi
- Dağcılık turizmi
- Yamaç paraşütü
- Yelken(delta), Kanat,
- Mikrolayt, Planör,
- Yön Bulma
- Kamp-Karavana

2.3.3. Eğitime dayalı özel ilgi turizm

Eğitime Dayalı Özel İlgi Turizmi Eğitim, bilgi paylaşımı, ve tecrübe kazanma amacı ile gerçekleştirilen turizm faaliyetlerinden oluşmaktadır. Bu alandaki turizm türlerinin birkaç örneği aşağıda verilmiştir. Aynı zamanda aşağıda verilen turizm türleri ayrıntılı olarak kendi alt başlıklarında tanımlanmış ve açıklanmıştır.

- Eğitim Turizmi
- Kongre Turizmi
- Gençlik Turizmi

2.3.4. Hobiye dayalı özel ilgi turizmi

Hobiye dayalı özel ilgi turizmi bireyin ilgi duyduğu spesifik bir veya birden fazla alanda gerçekleştireceği turizm faaliyetlerinin genel kapsamıdır. Bu kapsam insanların merak duydukları, ilk kez deneyimledikleri, düzenli veyahut profesyonel olarak yaptıkları bir aktivite ile oluşturulabilir. Bu nedenle bireyin “hobisi” olarak tanımlanan herhangi bir aktivitenin turizm faaliyeti özelliklerini gerçekleştirecek şekilde icra edilmesi durumunda bu turizm faaliyetleri hobiye dayalı özel ilgi turizmi kapsamına alınabilmektedir. Aşağıda verilen turizm türleri Hobiye Dayalı Özel ilgi Turizmi kapsamına dahil edilebilmektedir

- Golf Turizmi
- Şarap Turizmi
- Av Turizmi
- Seks Turizmi
- Alışveriş Turizmi
- Mağara Turizmi
- Macera Turizmi
- Kruvaziyer Turizmi & Yat Turizmi
- Kumar Turizmi
- Yayla Turizmi
- Tematik parklar
- Festival turizmi

2.3.5. Spora dayalı özel ilgi turizmi

Bireyleri fiziksel aktivitelere katılmak, izlemek veya bu aktivitelerle ilgili çekim merkezlerini görmek amacıyla geçici olarak evlerinin dışına çıkaran seyahate denir. Spor turizmi olarak da adlandırılabilen gibi spor aktivitelerinin gerçekleştirilirken, seyahatin söz konusu olması ve gerçekleştirilen icraatın bir turizm faaliyetine de dönüşmesi durumunda bu aktiviteler spor turizmi olarak adlandırılabilir. Ayrıca özel bir ilgi veyahut hobi ile desteklendiğinden dolayı özel ilgi turizmi dahilinde sınıflandırmaya sokulabilir.

Hobi turizmi ile kesişen noktaları da bulunmaktadır. Birkaç Spor Turizmi örneği aşağıda verilmiştir:

- Hava Sporları Turizmi
- Akarsu Sporları Turizmi
- Deniz ve Okyanus Sporları Turizmi
- Av Turizmi
- Basketbol Turizmi
- Futbol Turizmi
- Dağ Turizmi (Trekking, Bisiklet, Dağcılık... Turizmi)
- Okçuluk Turizmi
- Sportif Balıkçılık Turizmi
- Gaming Turizmi

2.4. Alternatif Turizm Alt Türleri

Alternatif turizm Yeşil, kırsal ve eko turizm olarak da adlandırılır (Tekeli, 2001) (Boz, 2004). Yaygın olarak alternatif turizm başlığı altında isimlendirilen; ekoturizm, yeşil turizm, doğa turizmi, yayla turizmi, çiftlik turizmi, kırsal turizm, dağ turizmi, toplum temelli turizm, düşük etkili turizm türleri olarak anılmaya başlanmıştır (Kurdoğlu, 2008). Doğa temelli alternatif turizm, ekoturizm olarak adlandırılabilir (Batman, 2013)

2.4.1. Eko turizm (kırsal turizm)

Doğaya dayalı turizm olarak adlandırılır. Doğayla ilişkili olan Tüm turizm türleri Eko turizm başlığı altında da sınıflandırılabilir. Eko turizmin alt dalları:

Yayla turizmi

Doğayla iç içe yaşamının getirilerinden biri de doğal güzelliklerin turizm kaynağı olarak değerlendirilmesidir. Bu değerler günümüzde birçok insan için geçer bir çekiciliğe sahiptir ve çoğu turizm faaliyetlerinde eko turizm kapsamında değerlendirilir.

Yayla turizmi, yaylalarda turizm faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi olarak kısaca tanımlanabilir. Yaylalarda yapılan turizm faaliyetleri şunlardır:

- Yaylada doğa yürüyüşü

- Fotoğrafçılık
- Camping
- Trekking
- Oryantiring
- Yayla şenlikleri
- Bisiklet faaliyetleri

Yaylaların doğal özellikleri itibariyle yürütülen turistik faaliyetler turistler için yüksek çekiciliğe sahiptir. Talebin yoğun olduğu bir sektör olması itibariyle dikkat çeken bir turizm alanıdır. Fakat turist taşıma kapasitesi itibariyle destekçi bir turizm dalı olarak ülkemizde yatırım görmektedir. Destekçi bir turizm dalı olmasına rağmen doğal alanlarından dolayı Türkiye’de de ciddi yatırımları söz konusudur.

Dağ turizmi

Çevresindeki alanlardan daha yüksekte bulunan kara bütünü “Dağ” olarak tanımlanır. Dağlar birbirlerinden farklı şekillerde oluşabilmektedir. Yeryüzündeki tabakaların birbirlerini sıkıştırması ile yükselen platformlardan oluşan dağlar ve magmatik hareketler sonucu biriken lavlardan oluşan dağlar mevcuttur. Dünyanın karasal alanlarının %23 ünden fazlasını dağlık alanlar oluşturmaktadır. Dağların; Tektonik dağlar, volkanik dağlar veya tek dağlar, sıra dağlar olarak farklı sınıflandırmaları yapılmaktadır. (Emekli, Gözde)

Gerek doğal biyom gerek turizm anlamında insanlar dağlara bağımlı bir yaşam sürmektedirler. İnsanların tatlı su kaynaklarının büyük bölümünü dağlardaki kaynaklar sağlamaktadır. Dağlardan gelen sular tesislerce işlem görerek tatlı su ihtiyacımızı karşılar. İnsanların en temelinde dağlara karşı bağımlılığı burada başlamaktadır.

Dağlar kendi içerisinde veyahut bütününde biyomlara sahip olduklarından dolayı doğal anlamda çeşitliliklere sahip yaşam alanlarıdır bu yaşam alanları birçok canlıya ev sahipliği yapmaktadır. Doğal güzellikleri ve keşfedilmeyi bekleyen tabiatı itibariyle insanlar açısından bu yönleriyle çekiciliğe sahip alanlardır.

Dünya nüfusunun yaklaşık %14 ü ünün yaşadığı yerler olan dağların pek çok alan gibi turizme olan ilişkisi gözler önündedir. Küresel turizmin %25 ine yakını dağ turizmi üzerinden dönmektedir. Bireysel geziler turlar düzenlenen dağlardaki turizm faaliyetleri aynı zamanda kış turizmi ile de kesişmektedir. Kış turizminin faaliyet gösterdiği en önemli

yerlerden biridir. Dağlarda gerçekleştirilen aktivitelerden bazıları şunlardır:

- Avcılık
- Doğa fotoğrafçılığı
- Festivaller
- Kış turizmi
- Vahşi yaşam gözlemi
- Hiking
- Trekking
- Expedition
- Feratta

Mağara turizmi

Mağaralar farklı sebeplerden ötürü oluşmuş yer altındaki doğal yapılanmalardır. İçlerinde sarkıt, dikit, sütun, traverten gibi oluşumlar bulundurulur. Farklı mağara türleri vardır bunlar

- Lav Tüpü Mağaraları
- Karstik Mağaralar
- Buzul Mağaralar
- Buz Mağaraları
- Tuz Mağaraları
- Rüzgar Mağaraları
- Deniz Mağaraları

olarak adlandırılır.

Lav tüpü mağaraları, lav kütlelerinin dış kısmının soğuması ardından iç kısmındaki lavın akarak içerisinde boşluk bırakması sonucu oluşmaktadır. Zehirli gaz çıkışları olabilmesi ihtimali nedeniyle girilmesi tehlikeli olarak belirtilir.

Karstik mağaralar, yeraltı suları ile erimeye uygun karbonat ve veya sülfat içerikli kaya türlerinin erimesi ile oluşan mağara türleridir. En çok rastlanan mağara türleri olmakla beraber içlerinde oluşabilecek yaşam ortamı bazı canlılara ev niteliği sağlamaktadır.

Buzul mağaraları, buzullar içerisinde oluşan boşlukların mağara niteliği taşımasıyla tanınmaktadır.

Buz Mağaraları, bir mağaranın içinde oluşan buz sebebiyle buz mağaraları olarak adlandırılır.

Tuz mağaraları, mağaranın tabakalı kaya tuzlarından oluşmuş olması itibariyle bu mağaralar tuz mağaraları olarak adlandırılır.

Rüzgar Mağaraları, rüzgarın aşındırma yoluyla kayalar içerisinde açtığı mağaralardır.

Deniz mağaraları, dalgaların aşındırma etkisiyle kayalarda açtığı mağaralara denir. Kimi zaman girişlerinin su altından olduğu da rastlanmıştır.

Kapsamı eko-turizm içinde yer alan mağara turizmi, doğal olarak oluşmuş güzelliklerin turistik faaliyetlere açılmasının bir alt dalıdır. Mağaraların turizm faaliyetlerinde kullanılması temeli esas olmakla beraber bu faaliyetlerin getireceği yeme içme eğlenme konaklama gibi faaliyetleri de kapsamına almaktadır. Doğal İçme'lerin de içerisinde yer alabileceği mağara turizminin sağlık turizmi ve termal turizm ile kesiştiği noktaları da bulunmaktadır.

Deniz turizmi

Deniz turizmi büyük bölümü sularla kaplı dünyada yeri oldukça önemli bir turizm türüdür. Gerek su altı gerekse su üstü faaliyetleri kapsamında bulunduran bu turizm türü insanların turizm ihtiyacının bir bölümünü karşılamaktadır. Kıyı odaklı yapılan turizm faaliyetleri de bu turizm türü kapsamında değerlendirilir. Deniz turizmini tanımlamamız gerekirse deniz turizmi; su üstü, su altı ve kıyılarda araçlar ve araçlar muafiyetinde gerçekleştirilen faaliyetler ve ek olarak bu amaca hizmet eden mal ve hizmet aktivitelerinin tamamı olarak tanımlanabilir.

Deniz kapsamında gerçekleştirilen ticari faaliyetler, hobi, eğlence amaçlı gerçekleştirilen faaliyetler, denizin dahil olduğu faaliyetler aracılığı ile gerçekleştirilen konaklama, yeme, içme gibi tüketim ve barınma faaliyetleri, spor amaçlı gerçekleştirilen dalış, rüzgar sörfü, balıkçılık, su kayağı, yelkencilik gibi faaliyetlerin hepsi deniz turizmi dahilinde yer almaktadır.

Üç tarafı denizlerle çevrili olan ülkemiz deniz turizminden ciddi bir pay kapmış durumdadır. İç ve dış turizm kapsamında yüksek sayıda turiste bu alanda hizmet vermektedir. Birçok ülkeden turistik faaliyet amacıyla gelen turistler ülkemizde bu alandaki alt dallarda faaliyetler gerçekleştirmektedir.

Deniz turizminin çeşitlendirebilir yapısından dolayı alt dalları mevcuttur bu dallara en azından ismen değinmek gerekir. Bunlar:

- Yat Turizmi
- Tüplü-Tüpsüz Dalış
- Balıkçılık Faaliyetleri
- Kutup ve Buzul Turları
- Denizaltı Araştırma Faaliyetleri
- Denizdeki Vahşi Yaşamı Gözleme Faaliyetleri
- Mavi Tur
- Günübürlük Tekne Turları
- Eğlence ve Spor Faaliyetleri

Bu faaliyetler ve benzer özellikteki faaliyetlerin tümü deniz turizminin dahilindedir ve deniz turizminin tanımında rol alır.

Kış turizmi

Kış turizmi, ortamın durumuna bağlı olarak genellikle kış şartlarında spor faaliyetlerine elverişli durumdaki mekanlarda konaklama hizmeti, yeme içme hizmeti gibi ek olarak temel ihtiyaçların karşılanmasını dahiline alan turizm faaliyetleridir. Kış Turizminin birçok odak noktası bulunduğu gibi bu odak noktalarının ortak özelliği eğimli ve karlı bir arazide gerçekleştirilen faaliyetler olmasıdır.

Kış turizmi etkinliklerini sıralamak gerekirse bunlardan bazıları şunlardır:

- Snowboard
- Kar kızıağı
- Buz pateni
- Kar motoru
- Helikopter kayağı
- Alp disiplini Teleferik ve Telesiyej gezintileri
- Toplu Etkinlikler ve Festivaller

Türkiye kış turizmi yönünde oldukça turist çeken bir ülke olmakla birlikte bünyesindeki tesislerle her dönem kış sporları ve etkinlikleri kapsamında faaliyetler ve etkinlikler düzenlemektedir. Türkiye’de kış turizminin başlıca etkin olduğu yerler

- Erzurum-Palandöken
- Bursa- Uludağ
- Bolu- Köroğlu

illeri ve dağlarıdır.

Küresel anlamda kış turizmi birçok merkezde faaliyet göstermektedir. Bölgesel olarak kış turizminin yürütüldüğü yerler Alpler, Batı Avrupa, Doğu Avrupa ve Orta Asya, Amerika Kıtası, Asya-Pasifik, Ortadoğu ve Afrika olarak sınıflandırılmıştır. Aşağıdaki grafikte küresel kış turizmi kapasite özellikleri; bölgeler, ülkeler, kaynak alanları ve ortalama kaynak ziyaretçi sayısı gruplandırmalarıyla belirtilmiştir.

Çizelge 2.4. Dünyada kış turizmi merkezleri

BÖLGELER	ÜLKELER	KAYNAK ALANLARI	ORTALAMA KAYAK ZİYARETÇİSİ SAYISI
ALPLER	Avusturya	253	52.540.600
	Fransa	1	52.809.000
	İtalya	349	27.749.000
	Litvanya	317	90.000
	Slovenya	44	1.212.000
	İsviçre	186	22.769.000
	Andorra	3	2.244.000
	Belçika	7	100.000

Çizelge 2.4. (devam) Dünyada kış turizmi merkezleri

BATI AVRUPA	Danimarka	5	50.000
	Finlandiya	76	2.546.000
	Almanya	498	9.153.000
	İzlanda	13	177.000
	Norveç	213	7.559.000
	Portekiz	1	50.000
	İspanya	32	5.151.000
	İsveç	228	9.300.000
	İngiltere	10	159.000
	Arnavutluk	10	10.000
	Ermenistan	3	90.000
	Azerbaycan	2	100.000
	Belarus	6	150.000
	Bosna Hersek	18	400.000
	Bulgaristan	32	1.200.000
	Hırvatistan	13	150.000
	Çekya	191	6.185.000
	Estonya	9	125.000
	Gürcistan	8	400.000
	Yunanistan	22	800.000

Çizelge 2.4. (devam) Dünyada kış turizmi merkezleri

Doğu Avrupa ve Orta Asya	Macaristan	15	400.000
	Kazakistan	19	250.000
	Kosova	3	100.000
	Kırgızistan	19	200.000
	Letonya	26	800.000
	Litvanya	11	200.000
	Makedonya	8	300.000
	Karadağ	4	250.000
	Polonya	182	5.000.000
	Romanya	47	1.200.000
	Rusya	354	8.168.000
	Sırbistan	31	750.000
	Slovakya	107	5.000.000
	Ukrayna	54	1.400.000
Özbekistan	3	100.000	
Amerika Kıtası	Arjantin	22	1.500.00
	Kanada	280	18.463.000
	Şili	21	907.000
	ABD	481	54.749.000
	Avusturalya	12	2.187.000

Çizelge 2.4. (devam) Dünyada kış turizmi merkezleri

Asya-Pasifik	Çin	770	17.140.000
	Hindistan	15	200.000
	Japonya	547	30.432.000
	Nepal	1	5.000
	Yeni Zelanda	23	1.675.000
	Güney Kore	18	4.728.000
Orta Doğu ve Afrika	İran	22	750.000
	Lübnan	6	350.000
	Fas	5	100.000
	Türkiye	60	1.200.000

Kaynak: (Vanat, 2020)

Av turizmi

İnsanlar yaratılışından bu yana doğadan ihtiyaç duyduklarını karşılama eğilimindedirler. Temelinde avcılık ve toplayıcılıkla başlayan bu aktiviteler İnsanlığın hayatta kalma sürecinde gerçekleştirdiği eylemlerdi. Günümüzde üretim ve tüketim kavramları çerçevesinde toplum yaşamını sürdürmektedir. Yani kendine yetebilen bir pozisyona gelme amacı içerisinde gelişim göstermektedir. Lakin spor amacı içinde veya üretimin sağlanamadığı durumlarda hala doğaya döndüğümüz bir gerçektir.

Avcılık günümüzde spor ve doğal yaşamı kontrol amacı içinde gerçekleştirilen bir faaliyettir. Bu faaliyetler hükümetler tarafından ciddi kurallar çerçevesine alınmıştır zira kontrolsüzce avcılık yapılan zamanlarda birçok türün aşırı avlanması nedeniyle neslinin tükenmesine veya neslinin tehlikeye girmesine sebep olunmuştur. Bu sonuçlar görüldükten sonra ciddi yaptırımlar ve kurallarla süreçleri belirlenen avcılık bir altyapıya ve işleyişe oturtulmuştur. Türkiye örneğine bakıldığında: TC Kültür ve Turizm bakanlığı resmi sitesinde belirtildiği gibi “Türkiye'nin coğrafi yapısı, bitki örtüsü ve yaban hayatı

bakımından av turizminin gelişmesine elverişli konumdadır. Ülkemiz ormanlarında düzenlenecek Av Turizmi için, 4915 sayılı "Kara Avcılığı Kanunu" ve bu Kanuna dayanılarak çıkartılan 08.01.2005 tarih ve 25694 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan "Yerli ve Yabancı Avcıların Av Turizmi Kapsamında Avlanmalarına ilişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik" ile 6831 sayılı "Orman Kanunu" hükümleri kapsamında Orman ve Su İşleri Bakanlığı Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğüne belirlenen esaslar dahilinde yürütülmektedir." (Şafak, 2009).

Avcılık faaliyetlerinin altyapısının oturtulmasının ardından bu kurallar çerçevesinde faaliyetlerini sürdüren avcıların seyahatlerinin söz konusu olması avcılık turizminin ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Günümüzde birçok ülke av turizmi kapsamındaki gelirlerden göze değer kazançlar elde etmektedir. Bu kazançlar avcılık için gerekli ve zorunlu olan giderlerle birlikte avcıların av amacı çerçevesinde harcadığı giderleri de kapsamaktadır. Bu giderler av turizminin gelirini oluşturmaktadır.

Çizelge 2.5. 1991-2001 yılları arasında Türkiye’de avlanan hayvan sayısı ve türleri

Av Dönemi	Vurulan Hayvan Sayısı			
	Yaban Keçisi	Ayı**	Yaban Domuzu	ÇBDK*
1991-92	36	10	271	1
1992-93	45	6	247	2
1993-94	42	9	288	5
1994-95	46	9	342	11
1995-96	50	13	308	9
1996-97	31	7	373	10
1997-98	17		313	5
1998-99	6		238	11
1999-00	24		354	3

Çizelge 2.5. (devam) Dünyada kış turizmi merkezleri

2000-01	27		417	0
2001-02	25		338	1
Av dönemi Ortalaması**	32	9	317	5

Kaynak: (DKMPG, 2002)

Çizelge 2.6. 1991-2001 yılları arasında Türkiye'deki izinli avcı sayıları

Av Dönemi	İzin Verilen Avlanan Avcı Sayısı(kişi)			
	İzin Verilen Yabancı Avlanan Avcı Sayısı	Avlanan yabancı avcı sayısı	İzin Verilen Yerli Avcı Sayısı	Avlanan yerli avcı sayısı
1991-92	510		182	
1992-93	530		182	
1993-94	521		157	
1994-95	514		106	
1995-96	526		213	
1996-97	533		193	
1997-98	515		156	
1998-99	402	217	155	62
1999-00	484	356	136	74
2000-01	498	426	124	53
2001-02	395	315	182	99
Av dönemi Ortalaması**	493	329	162	72

Kaynak: DKMPG (2002)

Çizelge 2.7. 1991-2001 yılları arasında Türkiye av turizmi geliri

Av Dönemi	DKMPG'NCE Sağlanan Gelir (TL/USD)				Köy Tüzel Kişiliğince Sağlanan Gelir (1000tl)***
	Yabancı Avcıdan (USD)	Yabancı Avcı başına (USD)	Yerli Avcıdan (1000 TL)	Yerli Avcı Başına (1000 TL)	
1991-92	USD 110.000,00	USD 216,00	₺190.500,00	₺107,00	
1992-93	USD 115.000,00	USD 217,00	₺47.510,00	₺261,00	
1993-94	USD 180.000,00	USD 346,00	₺200.000,00	₺1.274,00	
1994-95	USD 160.000,00	USD 311,00	₺325.000,00	₺3.066,00	₺779.075,00
1995-96	USD 177.000,00	USD 337,00	₺821.000,00	₺3.855,00	₺1.148.304,00
1996-97	USD 170.000,00	USD 319,00	₺1.397.710,00	₺7.242,00	₺4.252.000,00
1997-98	USD 105.000,00	USD 205,00	₺1.112.465,00	₺7.131,00	₺5.219.560,00
1998-99	USD 95.000,00	USD 440,00	₺1.535.997,00	₺24.774,00	₺9.619.623,00
1999-00	USD 121.000,00	USD 341,00	₺3.308.875,00	₺44.715,00	₺24.400.319,00
2000-01	USD 205.000,00	USD 481,00	₺4.633.260,00	₺87.420,00	₺76.354.826,00
2001-02	USD 141.000,00	USD 450,00	₺19.438.080,00	₺196.344,00	₺111.950.227,00
Av dönemi Ortalaması**	USD 143.727,00	USD 333,00	₺2.985.400,00	₺34.199,00	₺29.215.492,00

Kaynak: Şafak (2009)

Çizelge 2.8. İstanbul atıcılık ve avcılık kulüpleri

İstanbul	Avcılık ve Atıcılık İhtisas Spor Kulübü
İstanbul	Bayrampaşa Merkez Avcılar ve Atıcılar Der. Kul.
İstanbul	Beykoz Avcılık Atıcılık İhtisas Kulübü
İstanbul	Dereşeki Atıcılık Avcılık Spor Kulübü
İstanbul	Erenköy Avcılık ve Atıcılık İhtisas Kulübü Derneği
İstanbul	Gaziosmanpaşa Doğa Avcılık ve Atıcılık İhtisas Spor Kulübü
İstanbul	Kazasker Avcılık Atıcılık İhtisas Kulübü
İstanbul	Küçükçekmece Avcılar ve Atıcılar Spor Kulübü
İstanbul	Mecidiyeköy Avcılar Atıcılar İhtisas Kulübü
İstanbul	Özkavakpınar Avcılar ve Atıcılar Derneği
İstanbul	Pazarıcı Mah. Avcılık ve Atıcılık İhtisas Spor Kulübü
İstanbul	Sefaköy Avcılık ve Atıcılık Derneği
İstanbul	Ümraniye Avcılık ve Atıcılık İhtisas Spor Kulübü
İstanbul	Yakacık Avcılık ve Atıcılık Derneği
İstanbul	Mıldırım Mah. Avcılar ve Atıcılar İhtisas Kulübü

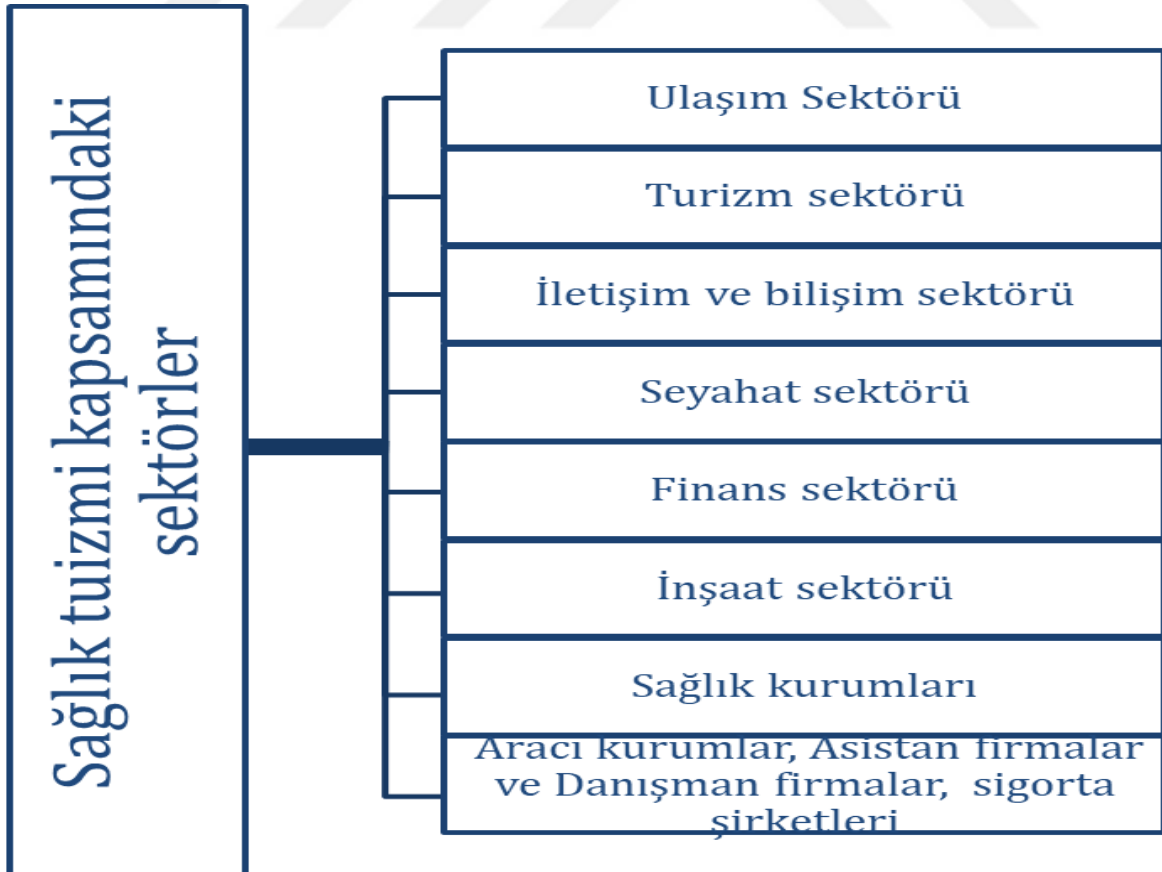
Kaynak: Türkiye Atıcılık ve Avcılık Federasyonu

2.4.2. Sağlık turizmi

Kendi yaşadığı yerden başka yerlere sağlık hizmeti almak amacı ile seyahat eden kişilerin oluşturmuş olduğu turizm türüne denmektedir (TC. Sağlık Bakanlığı).

Sağlık hizmetlerinin teknolojiye paralel olarak geliştiği dünyada gelecek kavramı bir kat daha önem kazanmıştır. Çünkü zamanla gelişen teknolojinin ve nüfus artışının yarattığı sanayileşme ve kentleşme durumu yeni sağlık sorunlarını ortaya çıkartmıştır. Bu durum sağlık sektörünün öneminin daha net bir şekilde görünmesine de neden olmuştur. Zamanla hastalıklar hakkında edinilen daha çok bilgi ve tedavi olarak gelişim insanlar için bu sektörün zaten büyük olan önemini daha da büyütmüş aynı zamanda çözüm arayışı amacıyla gelişen talebin sayısını da ciddi ölçüde arttırmıştır. İnsanların sağlık problemlerinin çözümü git gide kolaylaşmış ve alternatif yolları çoğalmıştır. İlk başvuru modern tıp bilimi ve doğal çözümler amacıyla ikincil olarak başvuru alternatif tıp, insanların aldıkları iki temel sağlık hizmetleridir.

Çizelge 2.9. Sağlık turizmi kapsamındaki sektörlerin sınıflandırılması.



Kaynak: Tontuş (2019)

Yeri geldiğinde tedavi hizmetlerini sağlık kuruluşları veya sağlık çalışanları kişinin yaşadığı alanda verememektedir. Kişinin bireysel imkanları veyahut kurum-kuruluşlar desteğinde seyahati söz konusu olabilmektedir. Sağlık Turizmi terimi tam da bu noktada anlam kazanır. Bu amaç doğrultusunda gerçekleştirilen faaliyetler Sağlık Turizminin Kapsama alanını oluşturur.

Tedavi, rehabilitasyon, sağlık geliştirici hizmetler ve koruma hizmetlerini alabilme amacı ile kişinin seyahatinin söz konusu olduğu durumlar kısaca sağlık turizmi olarak değerlendirilir. Kendi içinde başka alt dallara ayrılan sağlık turizmi geniş bir sektör olmasından dolayı hem toplum faydası açısından olumlu sonuçlar vermekte hem de ekonomik anlamdaki tarafı hizmet sunanlara faydalar sağlamaktadır.

Sağlık turizminin alt dalları:

Medikal turizm

Medikal turizmin temeli sağlık hizmetlerinin temini yönünde olmakla birlikte bu amaç doğrultusunda seyahatin gerçekleşmesi ile yan olarak diğer hizmetlerin kapsam alanını oluşturduğu bir turizm çeşidi olarak karşımıza çıkmaktadır.

Tanımı itibari ile: “Sağlık Turizmi, Sağlık Bakanlığın tanımı ile kısaca bireylerin koruyucu, tedavi edici, rehabilite edici veya sağlığı geliştirici hizmetleri almak amacıyla yaşadıkları ülkeden farklı bir ülkeyi ziyaret edilmesidir.” (Akyürek, 2019) bu hizmetin alınacağı konuma seyahat söz konusudur. Bundan dolayı bu kapsamdaki faaliyetler Medikal Turizm Kapsamında değerlendirilir. Özellikle Gelişmekte olan ülkelerin daha ucuz ve daha kaliteli sağlık hizmetlerine sahip olmasından dolayı Medikal turizmden en çok yararlananlar gelişmekte olan ülkelerin sağlık sektörleridir. Türkiye örneği incelendiğinde bunu bariz olarak görebiliriz. Zira Dünyanın her yanındaki özellikle Amerika ve Avrupa'daki yüksek Teknoloji sağlık hizmetlerini Türkiye profesyonel bir şekilde çok daha ucuza gerçekleştirilebilmektedir. Ayrıca saç ekimi, diş sağlığı, estetik cerrahi gibi alanlarda dünya çapında bilinen ve başarısını ispatlamış doktorlara ve sağlık çalışanlarına sahip olan Türkiye'nin sağlık sektörü, bu hizmetleri ülkemizde halka ve medikal turizm konuklarına sunmaktadır.

Termal(kaplıca) turizmi

Günümüz dünyasında sağlık sektörünün alt dallarından biri olan termal sağlık alanı gerek tedavi amaçlı gerek daha sağlıklı bir yaşam amacı için tercih edilmektedir. Termal kaynakların ülkemizde bolluğu olumsuz bir özelliğin olumlu yan etkilerinden biridir. Türkiye'nin üzerine kurulu olduğu fay hatları ve magmatik aktif alanlar termal su, termal buhar ve termal su kaynaklarının çıkış noktasıdır. Bu kaynaklar insanlık adına kullanıma alındığında termal sağlık sektörünün temelini oluşturur.

Yararlanılan termal kaynaklar insanların bedensel aktivitelerinin dengesinin sağlanması yönünde düzenleyici etkide bulunmaktadır. Gerek içine girilebilen termal havuzlar gerek içmeler vs. insanların kullanımına açıldıktan sonra yüksek bir taleple karşılanmıştır.

Termal su, yerin derinliklerinde yüzeye ulaşan en az 20 derece sıcaklıktaki yüksek mineral içerikli ve insanların sağlığı açısından faydalı olan sulardır. Bu suların yüzeye çıkış noktalarına kurulan kaplıca veyahut ılıca olarak adlandırılan tesislerle halkın kullanımına açılmaktadır. Bu tesislerle termal sular yapay veya doğal olarak birikerek termal havuzları oluşturmaktadır. Türkiye'nin birçok yerinde bu tesisler işletilmekte ve halkın kullanımına açıktır. Başlıca bu sektörde başı çeken şehirler:

- Afyon,
- Ankara,
- Balıkesir,
- Bolu,
- Bursa,
- Denizli,
- Kütahya,
- Manisa,
- Yalova,

Türkiye Jeotermal Kaynaklar dağılımı ve Uygulama Haritasını Maden Teknik ve Arama Genel Müdürlüğü'nün Resmi sitesinden herkesin erişebileceği şekilde paylaşılmaktadır.

Harita 2.1. Türkiye Jeotermal Kaynaklar Dağılımı ve Uygulama Haritası.



Kaynak: TC Maden Tetkik ve Arama Genel Müdürlüğü

Termal sağlık turizmi termal sağlık sektörünün işleyişi içerisinde gelişen doğal bir turizm alanıdır. Bu sektör kapsamını şu şekilde değerlendirebiliriz; Termal sağlık hizmeti almak amacı ile yapılan seyahat, konaklama, yeme, içme, gibi temel faaliyetlere yan olarak eğlence, gezme vs. gibi alanlarda yerli ve yabancı turistlere sunulan imkanlar Termal Sağlık Turizminin kapsamını oluşturmaktadır. Belirtilen amaçlar doğrultusunda sağlık turizmi altında oluşturulan bu sektör milyonlarca insanın hizmet aldığı bir turizm koludur

Yaşlı bakım ve engelli turizmi

Yaşlı turizmi temeli itibari ile Sosyal Turizm ve Sağlık Turizmine dayanmaktadır. Giderek sanayileşen dünya çevresinde toplumun sağlık açısından zayıflaması, sağlık turizminin bireysel ve toplumsal önemini giderek arttırmış bulunmaktadır. Bireylerin rehabilitasyon, tedavi amacı veyahut benzer sebepler nedeniyle seyahat etmesini kapsayan Sağlık Turizminin alt başlıklarından biri olan yaşlı turizmi Adı üzerinde üçüncü yaş bireylerin sağlık turizmi kapsamında gerçekleştirdikleri Turizm faaliyetlerini kapsamaktadır. Üçüncü yaş turizminin farklı isimlendirmeleri de mevcuttur. Üçüncü yaş turizmi belirtmek için kullanılan kavramlardan bazıları şu şekilde belirtilmiştir: “third age tourism”, “mature tourism”, “silver tourism”, “age friendly tourism”, “active aging tourism”, “elderly tourism”, “grey tourism”, “senior tourism” ve “gümüş turizm” (silver tourism) (Aydemir ve Kılıç, 2017).

1 milyarı aşkın insanın dünya üzerinde fiziksel veyahut psikolojik engellerden muzdarip olduğu belirtilmektedir. Engelli olmak, engelli doğmak istemsiz bir zorunluluktur. Bu zorunluluk engelli bireylerin sahip olduğu haklardan yararlanmasını engelleyemez. Yasal düzenlemelerle korunan engelli hakları her ülkede farklı olsa da amaç itibariyle aynı yola hizmet etmektedir (Akdu ve Uğur, 2018).

2.4.3. Kongre turizmi

Kongre turizmi kişilerin sürekli yaşadıkları yerlerden ya da çalıştıkları yerler dışında bilgi paylaşımı için, yaşanılan bölge ya da coğrafya dışına, belirli bir dalda, uzmanlık gerektiren bir konuda veya belirli meslek grubunu bilgilendirmek amacıyla gerçekleştirilen faaliyetlerin tamamıdır (Çakıcı, 2009). “Kişilerin daimi konakladıkları veya çalıştıkları yerler dışında, uzmanlık gerektiren bilimsel alanlarda veya meslek kollarında, belirli bir konuda bilgi alışverişi yapmak amacıyla bir araya gelmelerinden ortaya çıkan seyahat, konaklama olay ve ilişkilerinin tümüdür” (Karasu, 1990). Bu tanımlara göre kongre amacıyla yaşanan turizm faaliyetine “kongre turizmi” diyebiliriz.

“Congressus” Latince kökenli kelimesinden gelen kongre sözcük anlamı itibariyle “toplanma, buluşma” demektir. Uluslararası literatüre göre kongrelerin genel olarak adlandırılmasında “convention” terimi kullanıldığı belirtilir. (Erdoğan, 2006: 31). Kongre turizminin bir tanımı: “Kişilerin daimi konakladıkları veya çalıştıkları yerler dışında, uzmanlık gerektiren bilimsel alanlarda veya meslek kollarında, belirli bir konuda bilgi alışverişi yapmak amacıyla bir araya gelmelerinden ortaya çıkan seyahat, konaklama olay ve ilişkilerinin tümüdür” (Karasu, 1990). Bu tanıma göre kongre amacıyla yaşanan turizm faaliyetine “kongre turizmi” diyebiliriz.

Başka bir kongre turizmi tanımına göre katılımcıların belirli bir bilimsel, sosyal, kurumsal, siyasi bir amaç doğrultusunda normalde ikamet ettiği yerlerden farklı bir konuma seyahatinin söz konusu olduğu toplanma, buluşma eylemine sonucunda meydana gelen aktivitelerin tamamının içerisine alındığı turizm türüdür. (Aksoy, 2001).

Kongre turizminde faaliyet gösteren katılımcılar çeşitli sosyal gruplardan geliyor olabilir. Bunlar örnek bilimsel araştırmalar konusu itibariyle toplanılan kongrelerin katılımcıları araştırma görevlileri, bilim insanları ve öğrenciler olabilirken siyasi konularda toplanan

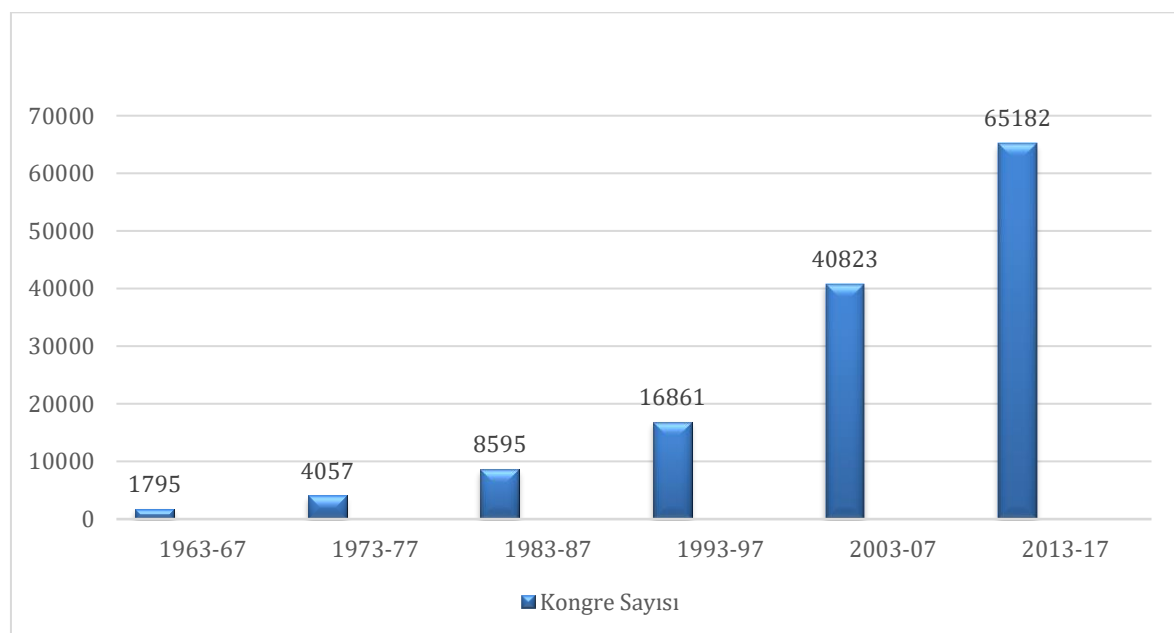
kongrelerin katılımcıları politikacılar ve yöneticiler olabilmektedir. Kongre turizmi kapsamında turist kategorisine alınan bu katılımcılar gösterdikleri faaliyetlerle turizm işini gerçekleştirmiş olmaktadır.

Kongre turizminin ciddi faaliyet gösteren turistlerinden biri de politikacılarıdır. Politikacıların mesleki olarak gerçekleştirdikleri kongre seyahatleri ciddi bir turizm-gelir kaynağı yaratır. Yazıcıoğlu ve Öztürk (2002), Kongre turizmini havada uçan bir politik liderin bulunduğu, uğradığı yerleşkeye para dağıtması şeklinde yorumlar. Zira politikacıların bu şekilde bir tavır gütmesi örnek alınabilecek bir konumda bulunmasından kaynaklı olarak gerçekleştireceği akışın başlangıcı veyahut destekçisi olmasını sağlayacaktır.

Genellikle başkentlerin önü çektiği bölgeler kongre turizminin siyasi ayağında en aktif olarak yaşandığı bölge konumundadırlar. Ülkemizde Ankara bu açıdan önemli bir merkezdir. Ülkenin başkenti olması siyasi kongreler için genellikle seçilen ilk şehir olmasının nedenidir.

Yoğun nüfuslu bölgelerin kongre turizmi açısından değerli olması da göz ardı edilemeyecek bir noktadır. Zira ulaşılabilecek maksimum insan sayısına yoğun nüfuslu bölgelerde ulaşılması daha mümkündür.

Çizelge 2.10. Geçmişten günümüze kongre sayısı verileri



Kaynak: ICCA (2017)

Kongre faaliyetlerinin yaygınlaşması sayesinde kongre turizmine olan talep zaman içerisinde artmıştır. Kongre turizminin belirli bir sezonu olmaması nedeniyle yıl içerisinde herhangi bir zaman dilimi Kongre turizmi için uygun olabilmektedir. Kongre turizmi, tüm zaman dilimlerinde gerçekleştirilebilen ve yılın tamamını etkileyen bir turizm türü olmasından dolayı turizm gelirleri arasında önemli bir paya sahip olmaktadır. Katılımcıların giderleri (ulaşım ücretleri, konaklama ücretleri katılım giderleri vs), dahil oldukları kurum veya kuruluşlar tarafından karşılanıyor olduğundan dolayı turizm geliri kapsamında getiriye sahip bir turizm türüdür (Tunç ve Saç, 1998:17). Mali getirisi yanında bilimsel alanda bilgi alışverişinin, tartışmaların gerçekleştirildiği yeri geldiğinde bu alanlarda kararların verildiği ortamların oluşturulması kongre turizminin gerçekleştirildiği ülkeye sağlayacağı getirilerden bir diğeridir.

Toplantı

İnsanların belirli sebeplerden dolayı ortak bir amaç doğrultusunda bir araya gelmesi toplantı olarak tanımlanabilir. Bir diğer tanımda toplantı, belirli amaçlarla bir araya gelmiş bir grup insan için kullanılacak en kapsayıcı kavram şeklide tanımlanmaktadır (Getz, 1997, s.9). Toplantı hem günlük hayat hem de iş hayatında gerçekleştirilen bir faaliyet olduğu için sıklıkla karşımıza çıkan bir kavramdır. Toplantılar birçok sebepten toplanabilmektedir, bu sebepleri belirtmek gerekirse bunlardan bazıları:

- Karar kılınan bir konunun aydınlatılması gerektiğinde
- Üstünde karar kılınan bir sorunun çözülmesi gerektiğinde
- Bir konuda karar alınmak istendiğinde
- Katılımcılar arasında veri alışverişinin gerektiğinde
- Bir isteğin veya ihtiyacın belirtilmesi istendiğinde
- Bir düşüncenin paylaşılması istendiğinde

olarak belirtilebilir.

Toplantılar farklı gerekçeler ve koşullarda toplandığında farklı isimler alabilir. Ayrıca toplantıların gerçekleştiği kademeler de değişebilir örneğin arkadaşlar arasında toplantılar olabildiği gibi şirket içerisinde, şirketler arasında toplantılar veya uluslararası toplantılar da gerçekleşebilmektedir. Bunlar toplantının insan nezdinde önemli bir yer teşkil ettiğini gösterir insan sosyal bir canlı olduğundan dolayı diğer türdeşleriyle ortaklaşa yürüttüğü işler için ortak bir ortamda bulunmasının gereğini duyar ve gerekçelerine göre toplantının

ilerleyişini ve sonucunu belirler.

Sonuç olarak toplantı insanların ihtiyacını duyduğu ve sürekli olarak gerçekleştirilen bir faaliyettir. Yüzyıllardır yapılmakla beraber formatının değişikliklere uğramasına rağmen hala toplumdaki yerini korumaktadır.

Kongre turizmi dahilindeki toplantı türleri

Sadece kongre amacıyla yapılan seyahat faaliyetleri kongre turizminin tamamı olarak değerlendirilmez, farklı toplantı türleri de kongre turizmi kategorisi içerisinde yer almaktadır. Toplantıların niteliklerine göre ayrılan bu toplantı türleri kendi içerisinde farklı kriterlerin sağlandığı ve farklı amaçlar doğrultusunda gerçekleştirilen toplantı faaliyetleri olarak sınıflandırılmaktadır.

Kongre:

Birçok farklı “kongre” tanımıyla karşılaşılabilir. Basit bir kongre tanımına göre, Oktay (1997), “Kongre; bilgilenmek, bilgilendirmek, müzakere etmek ve tartışmak gibi amaçlarla yapılan toplantılar ve bileşimlerdir.” Der. Tanımı itibariyle kongrenin belirli bir veya birden fazla amaç doğrultusunda yapılmış spesifik bir toplantı olduğu belirtilebilir. Bu amaçların bilgilenmek daha detaylı olarak dinleyiciler için yeni şeyler öğrenmek amacı içerisinde gerçekleştirilebileceği; bilgilendirmek yani anlatıcı veya anlatıcılar açısından dinleyicilerle yeni veyahut bilinirliği olmayan bir bilginin paylaşımını sağlamak amacı içerisinde gerçekleştirilebileceği; müzakere etmek yani tarafların bir konuya dair fikir alışverişinde bulunması amacı içerisinde gerçekleştirilebileceği ; tartışma belirli kriterler çerçevesinde doğruyu bulma amacıyla yapılan karşılıklı iddiaların konuşulması amacıyla gerçekleştirilebileceği tanımdan anlaşılmaktadır.

Kongre kelimesi incelendiğinde Latince bir kelime olan “Congressus”dan türemiştir. Anlamı “toplanma ve buluşma” ya dayanan Kongre günümüzle sempozyum, konferans, buluşma, seminer kelimeleri yerine de kullanılabilir. Amerika Birleşik Devletleri parlamentosunun belirli bir bölümü “kongre” olarak adlandırıldığından dolayı, uluslararası olarak literatürde tüm kongreler için “convention” kelimesi kullanılmaktadır (Aymankuy, 2003:4).

Politika, bilgi alışverişi, eğitim ve ekonomi gibi birçok konuda kongre düzenlenebilmektedir (Erdoğan, 2006). “Uluslararası Kongre ve Toplantılar Birliği”

(ICCA) verileri incelendiğinde Kongre sayılarının artışı ortalama olarak yılda %10 değerinde bir artışa tekabül etmektedir. Özellikle 2000 li yıllar itibari ile seyahat ve konaklama olanaklarının artması ve bilgi paylaşım ihtiyacının eski dönemlere kıyasla yükselmesi nedeniyle gerçekleştirilen kongrelerin sayısındaki artışın olumlu yönde etkilendiği belirtilmektedir (ICCA, 2017).

Kongreler birçok farklı alanda gerçekleştirildiğinden farklı meslek türleri içerisinde de düzenlenmektedir. Alanında uzman veya gelişmekte olan kişilerce mesleki alanda bir devinim ortamı olduğundan bilgi ve fikir paylaşımları yoğunluklu olarak söz konusudur. Küresel anlamda kongrelerin önemi de burada belirmektedir. Bilgi ve fikir paylaşımının yapıldığı yerler olduğu için insan doğasının bir parçası olan gelişim ve değişim süreçlerine ciddi katkı sağlamaktadır. Güncelliğini koruyan toplumların gerileme yaşaması düşük bir ihtimaldir gelişim ve değişim süreçlerine yapılan bu paylaşım sürecinde sağlanacak yeni fikirlere fırsat sunulmuş olacaktır veyahut mevcut olan sorunların çözümüne odaklı ilerlemeler kaydedilecektir.

Fuar:

Fuar, amacı itibariyle bir veya birden fazla ürünün tanıtımının yapıldığı belirli zaman aralıklarıyla ve belirli mekanlarda gerçekleştirilen bir toplanma türüdür. Ayrıca konsept bir Pazar niteliği taşımaktadır. Belirli zaman aralıklarında gerçekleştirilmesi konusunda fuarlar bir takvime bağlı kalınarak yılın seçilen dönemlerinde uygun belirlenen konumda gerçekleştirilmektedir. (Ünsaldı Mehmet) Fuar için seçilen konumlar çoğunlukla aynı yerlerdir zira konseptine ve büyüklüğüne uygun olarak seçilen bir yer fuarın tekrar açılacağı zaman yine kullanılmaktadır. Fuarlar tüketicilere yeniliklerin veyahut klasiklerin topluca sunulduğu bir yer olduğundan dolayı satış ve ürün tanıtımı açısından oldukça verimli sayılabilecek etkinliklerdir. Alıcının da bu verimi yakalaması beklenir zira çeşitliliğin iç içe olduğu ortamlardır.

Kongre turizmine dahil olarak alabileceğimiz fuar etkinlikleri toplanma türü olarak bir çok insanın seyahatine ve harcamalarına neden olmaktadır. Gerçekleştirilen etkinliklerin yoğun rağbet görmesi fuarın insanlar için çekici özellikleri olmasından kaynaklıdır. Bu özellikleriyle fuar turizm yolunu farklı bir kapıdan açmaktadır.

Forum:

Forum, 3 ila 6 civarı kadar katılımcının ve dinleyicilerin dahil olduğu bir başkan tarafından

yönetilen; sorular, cevaplar ve düşünce paylaşımı çevresinde gerçekleştirilen oturumlar şeklinde tanımlanabilir. Panel türüne benzemesine rağmen dinleyicilerin sorular ve cevaplarla dahil olduğu bir ortama sahip olması yönünden forum, panelden ayrılmaktadır.

Konusu bakımından değerlendirildiğinde toplumu alakadar eden herhangi bir konu forumun konusu olabilmektedir. Tarihi eski Roma'da yönetim ve kamu ile alakalı konuların tartışıldığı toplanmalara dayanmaktadır. Günümüzde ise ilgili konu alanı oldukça geniş olmakla beraber izleyicilerin dahil olduğu bir tartışma ve toplanma ortamı olduğu için konular izleyicilerin de görüş belirtebileceği şekilde düzenlenmektedir.

Turizm açısından değerlendirildiğinde forumların gerek katılımcıları gerek izleyicilerinin forumun yapılacağı yere seyahati söz konusu olduğundan kongre turizminin kapsamına forumun dahil edilmesi yerinde olacaktır. Forumun yapılacağı konum birden fazla etmene bağlı olduğundan katılımcılar ve izleyicilerin seyahatini zorunlu kılabilir. Turizm çerçevesine alınırken katılımcılar ve izleyicilerin forum sırasında ve çerçevesinde gerçekleştirdiği aktiviteler kongre turizminin kapsamına dahil olmaktadır.

Panel:

Panel, hem bir tartışma hem bir toplantı türü olarak karşımıza çıkmaktadır. 3 ila 6 katılımcı ile bir başkan yönetiminde gerçekleştirilmekle beraber bir topluluk önünde bilimsel, politik veyahut sosyal konular gibi konuların tartışıldığı, konuşulduğu, bilgi alışverişi yapıldığı oturumlardır. İzleyicilerin katılımının söz konusu olmadığı oturumlardır eğer ki izleyicilerin katılımın söz konusu olması durumunda bu oturumlara forum adı verilir. Katılan konuşmacıların alanlarında uzman kişiler olması beklenir. Yapısı itibariyle konuşmacılar ve dinleyicilerin birbirinden ayrı olduğu göz önüne alındığında kelime anlamının İngilizceden "parça, bölüm" terim anlamıyla Türkçeye geçmesinin karşılığının gerçekleştirildiği belirtilebilir. Başkan tarafından konunun belirlenmesinin ardından sırayla konuşmacılara söz hakkı verilir ve konuşma tartışma kuralları çerçevesinde gerçekleştirilir. Farklı görüş ve düşüncelerin belirtildiği bu toplantı ve tartışma türünde konuşmacıların konuşmalarını uzatmamaları ve kurallara uygun şekilde konuşmalarını gerçekleştirmesi başkan tarafından denetlenir.

Turizm çerçevesinde incelendiğinde konuşmacıların alanında uzman kişililer arasından seçildiği göz önüne alınmalı ve söz konusu bir seyahatin olması ve turizm faaliyetlerine bu toplantı türünün dahil edilmesi gerekmektedir. Ayrıca dinleyicilerin panele katılımının

gerçekleşmesi için de söz konusu bir seyahat var olabilmektedir. Seyahatin var olduğu durumlar turizm dahilinde değerlendirilebilmektedir bu yüzden kongre turizmi çerçevesinde paneller incelenebilmektedir.

Çalıştay:

Çalıştay, konuya göre katılımcıların seçildiği, problem çözme sürecine önem vererek analiz ve sentez yöntemlerinin kullanıldığı, sonucunda sonuç raporunun çıkarıldığı, bir çalışmanın ön hazırlığının ve değerlendirmelerinin yapıldığı bir toplantı türüdür. 1 Ortak bir konu üzerine çalışılan çalıştayda kişiler düşünce ve öğrenme yoluyla problemlerin çözümüne odaklanırlar (Şahan vd, 2014). Kendi alanlarında yetkin bilim insanlarıncı toplanılması gereği çalıştayın standart bir toplantı olmadığına göstergesi olmaktadır.

Çalıştayın turizm açısından değerlendirmesi yönünde yapılacak bir çıkarım ortaya koymak gerekirse; alanında uzmanlaşmış bilim adamlarıncı yapılan bir toplantı ve çözümleme türü olması, katılımcıların seyahatlerini gerektirebilecektir zira gerek duyulan katılımcıların hepsinin belirli bir bölgede yaşadığını farz etmek ekstrem bir durumun örneğidir. Sonuç olarak çalıştayın bir toplantı türü olarak kongre turizmi dahilinde incelenebileceği sonucuna varılacaktır.

Konvansiyon:

Konvansiyon bir anlaşmanın söz konusu olduğu bir durumda; bir kanun, anayasa düzenlemesi veyahut oluşturulması söz konusu olduğu bir durumda yapılan toplantılara verilen isim olarak tanımlanabilmektedir. Fransızcadan Türkçeye geçmiş bir kelimedir.

Konvansiyonun turizm açısından değerlendirilmesi gerekirse: Konvansiyona dahil olacak katılımcıların toplanması durumu mecburi bir seyahatin söz konusu olması demektir. Resmi bir toplantının gerçekleştirilmesi mevzu bahis olduğundan toplantının yapılacağı yerin alelade olamayacağı barizdir. Ancak olağanüstü durumlarda şartların değişimi söz konusu olabilir. Bu durumda katılımcılar için seyahatin mevzu bahis olduğu durumda konvansiyon toplantı türü kongre turizmi dahilinde ele alınabilmekte ve değerlendirilebilmektedir.

Sempozyum:

Alanıncı uzman kişilerce katılımcıların seçildiği bu toplantı türünde bilimsel konuların farklı açılardan değerlendirildiği üzerine konuşulduğu konuşmalardır. Nispeten

dinleyicilerin konuşmalara katılması durumu mevcut olsa da genellikle konuşmacılar arasında dönen bir konuşma ortamı hakimdir. Konu, konuşmacılar ve başkan tarafından ortaklaşa bir biçimde belirlenmektedir. Başkan tarafından izleyicilere konu hakkında bilgilendirmelerde bulunulduktan sonra konuşmacılar konuşmalarına başlar ve sempozyum sonunda alınan kararlar kamuoyu ile basılı bir şekilde paylaşılır. İzleyiciler özel olarak davet edildiklerinden diğer tartışma türlerinden bu yönüyle ayrılmaktadır. Sempozyumun amacı bir konunun çözüme ulaşması olduğundan konuşulan konu katılımcılar tarafından uzmanlık alanları çerçevesinde olumlu ve olumsuz yönleriyle beraber bir bütün olarak ele alınır ve çözüme ulaşma çabası içerisinde etkinlik sürdürülür. Sempozyum ilerleyişi itibariyle konuşmaların ardından konuşmacıların birbirlerine sorular sorabilir bu soruların sorulmasıyla sempozyumdan panele geçiş yapılmış olur ardından izleyicilerinde konuşmacılara katılmasının söz konusu olması durumunda ise panelden forum formatına geçilir. Bu yönüyle sempozyum resmi başlayan fakat sohbet havasında devam edebilen bir toplantı ve tartışma türüdür.

Sempozyumun turizm çerçevesinde incelememiz gerekirse. Sempozyum gerçekleştirilirken katılımcılar ve dinleyicilerin toplandığı bir ortamın kurulabilmesi için seyahatin söz konusu olması sempozyumun kongre turizmi dahilinde incelenebilmesine yol açmaktadır. Zira toplanmanın gerçekleştirilmesi için alanında yetkin kişilerce katılımcıların ve özel olarak davet edilen dinleyicilerin dahilinde bulunduğu bu etkinlik süreci seyahati söz konusu yapması kaçınılmazdır.

Seminer:

Bir konu hakkında bilgilendirme yapmak amacı içerisinde bir veya birden fazla konuşmacının ve dinleyicilerin dahil olduğu bir toplantı türüdür. Seminer sonunda istenilirse dinleyiciler konuşmacıya veya konuşmacılara sorular yöneltebilirler. Seminer başlangıcındaki ilerleyişte temelinde tek yönlü bir bilgi aktarımı söz konusudur, ders niteliğinde gerçekleşirken anlatıcının anlatılan konu hakkında yetkin ve iyi hazırlanmış olması beklenir, bir sunum hazırlanmış, slaytlar ve materyallerle anlatım çeşitlendirilmeli ve anlaşılabilir maksimum verimde gerçekleştirilmelidir. Ardından gelen süreçte dinleyicilere soru sorma sırası geldiğinde anlatıcılar kısa, net, anlaşılır ve açıklayıcı cevaplar vermelilerdir. Seminerin sonlandırılması sürecinde net bir şekilde seminerin sona erdiği belirtilmelidir. Ve kapanış yapılmalıdır. Seminerin kapanışı yapıldıktan sonra dinleyiciler arasında konu tartışmaya sunulur açıklığa kavuşturulamayan konular bu yolla

açıklığa kavuşturulur.

Turizm kapsamında semineri incelediğimizde dinleyicilerin seyahatinin ağırlıkta olmadığı fakat anlatıcıların seyahatinin söz konusu olabileceği görülebilir. Bu açıdan seyahatin söz konusu olduğu bir toplanma eyleminin turizm kapsamında değerlendirdiğimizde kongre turizminin çerçevesinde gelişen faaliyetler olabileceği göz ardı edilemez. Sonuç olarak seminerlerde kongre turizminin kapsamında değerlendirilebilmektedir.

Zirve:

Zirve, uluslararası olarak yapılan ve katılımcı devletlerin en üst düzey yetkililerinin toplandığı bir toplantı türüdür. Tanımı itibariyle ülkeler arası ilişkilerin ve görüşmelerin söz konusu olduğu zirveler, büyük çaplı kararların ve konuların görüşüldüğü toplantı ortamlardır. Devlet meseleleri ve devletler arası mevzuların dile getirildiği bu toplantılar katılımcı ülkelerin tamamını az veya çok etkilemektedir. Bu etkilenmeler yeri geldiğinde hafif etkilerle görülebilirken alınan kararların olması veyahut ciddi durumların mevzu bahis olması durumunda olumlu veyahut olumsuz büyük etkilere yol açabilmektedir.

Turizm kapsamında değerlendirildiğinde zirvelerin düzenlendiği durumlarda yüksek yetkiden devlet diplomatlarının seyahati söz konusu olduğu ve gidilen yerlere yüksek miktarlarda harcamalar yapılacağı için kongre turizmi kapsamına alınarak zirvelerin turizm yönü değerlendirilebilir.

Kolokyum:

Kolokyum, bilim insanları tarafından düzenlenen küçük bir grup halinde toplanılan ve belirli bilimsel konularda veyahut projelerle alakalı sunum veyahut açıklama yapıldığı bir toplantı türüdür. Bilimsel bir ortam hakim olmakla beraber tartışmanın da içerisinde bulunabileceği bir bilgi alışverişi faaliyetidir. Dinleyiciler de düşünce ve fikirlerini belirtebilir. Bu toplantılar küçük gruplarla yapıldığı ve katılımcıların hepsi ilgili ve uzman kişiler olduğundan net ve hızlı ilerleyen bir süreç mevcut olup spesifik konularda tartışma, soru-cevap ve açıklamalarla süreç katılımcıların tamamının aktif olması ile ilerler.

Turizm çerçevesinde kolokyumu değerlendirmek gerekirse; kolokyum, tanımı itibariyle alanında uzman kişilerce belirlenmiş bir konumda toplanmayı gerektirdiğinden seyahatin söz konusu olması kaçınılmazdır. Zira çalışmalarını yürüten bilim insanlarının tamamının yakın konumlarda kalıyor olmaması beklenebilecek bir durumdur. Bu durum mevcut

olduğu varsayıldığında katılımcıların seyahatinin söz konusu olması kolokyumu turizm alanında değerlendirilebilecek bir toplantı türü yapmaktadır ve kongre turizmi altında değerlendirilebilir ve turizme etkisi incelenebilir.

Kongre turizminin özellikleri ve etkileri

Kongre turizmi, dahilindeki toplantı türlerine değinildiği gibi birçok daldan toplantı türüyle gerçekleştirilmektedir. Dahilindeki çeşitli toplanma türlerinden dolayı geniş çaplı bir turist kitlesine sahip olduğu gibi kongre turizmi dahilinde gerçekleştirilen aktiviteler de genel bağlamda toplanma amacı içerisinde gerçekleştirilse de yöntemleri anlamında çeşitlilik göstermektedir. Birbirinden farklı toplantı türlerinde katılımcıların türleri, toplantının sürecine göre devam eden turizm aktivite süreleri, sosyo-ekonomik duruma göre harcanan para ve gerçekleştirilen yan eylemler turizm faaliyetinin bölgesel ve bireysel etkilerinde farklılıklara neden olmaktadır. Misal olarak Forum, Fuar gibi katılımcısı yüksel ve genel kitleyi dahiline alan toplantı türlerinde kongre turizmi katılımcılarının daha fazla olacağı ve toplanma eylemi için tercih edilen bölgelerin genellikle kalabalık bölgeler olacağı öngörülebilir. Fakat zirve veyahut kolokyum gibi özel çaplı toplantı türlerinde seçilen ortam katılımcılara değil eylemin özelliğine göre değişebilmektedir, katılımcı sayısı daha az ve genel kitleye değil özel katılımcılara hitaben toplanma eylemi gerçekleştirilmektedir.

Kongre turizminin farklı şekillerde icra edilmesi diğer turizm türleriyle bağlantıları beraberinde getirmektedir. Konusu itibariyle sağlık sektörü ile alakalı gerçekleştirilen bir toplanma eyleminin sağlık turizmi dahiline de alınabileceğini göz önüne aldığımızda kongre turizminin gerçekleştirilen toplantının özelliklerine göre diğer turizm türlerini destekleyici konumlara da oturabildiğini belirtebiliriz.

Turizm türleri arasındaki ilişkiler göz önüne alındığında tüm turizm türlerinin arasındaki etkileşim, türler arasındaki faydalanmanın oluşturacağı ekonomik faydaya da sirayet etmektedir. Turizmde en büyük faydanın da ekonomik fayda olarak baz alınması da turizm türlerinin birbirleriyle koordine olduğunda daha verimli olacağı gerçeğini bize gösterir. Kongre turizmi açısından bu etkilenme durumunun değerlendirilmesi ise şu şekilde olabilir: Bilimsel, meslek odaklı, veyahut siyasi odaklı gerçekleştirilen kongre turizmi kapsamındaki turizm faaliyetlerinin yani kongre turizmi amacı için gerçekleştirilen seyahat, konaklama ve diğer temel ihtiyaçların giderilmesinin yanı sıra ek olarak diğer faaliyetler alakalı oldukları diğer turizm türlerine olan ilişkisiyle bu alakalı turizm türlerine

yeri geldiğinde kapasitesini arttırıcı yeri geldiğinde ekonomik açıdan gelirini arttırıcı yeri geldiğinde bilinçli turizmin gerçekleştirilmesine katkıda bulunarak turizm bilincini arttırıcı etkide bulunabilmektedir. Kongre turizminin etkisi diğer turizm türlerine kıyasla daha göz önüne alınabilir zira kongre turizmini gerçekleştiren kişilerin fenomen şahıslar olması durumu toplum ve diğer turizm türleri üzerindeki etkiyi daha belirgin bir hale getirmektedir. (Eminoğlu, 2019: s.8)

Dünya Turizm Örgütü'nün (UNWTO) verilerine göre 2020 yılı Uluslararası Turizm gelirlerinin toplamı yaklaşık olarak 2 trilyon ABD dolarıdır. Bu gelir miktarının 1/3 lük bölümünün Kongre ve Fuar Turizminin payı olduğunun ve bu gelir kapsamında kongre turizminin ekonomik etkisinin 37 farklı sektörü kapsamakta olduğunu belirtilmektedir (Mustafazade, 2015:112).

Kongre turizmi bilgi paylaşımı ve ekonomik getiri sağlama amacı taşımaktadır bu nedenle de ülke tarafında bu alana gerekli yatırımların gerçekleştirilmesi gerek bölgesel gerek ulusal anlamda fayda sağlayacak bir aksiyondur. Kongre turizminin ekonomik etkileri ise maddesel olarak aşağıda verilmiştir:

- Doğrudan olarak döviz getirisi sağlamaktadır
- Sektörler arası desteklenme oluşmasını, dolayısıyla da bu sektörlerde istihdam imkanı sağlamaktadır.
- Yoğun Turizm sezonları dışında turizm faaliyetlerinin devamının sağlanması.
- Doğrudan olarak gelir kaynağı sağlamaktadır.

Mekan veyahut sezon fark etmeksizin kongre turizminin gerçekleştirilebiliyor oluşu ülkelerin Kongre turizminden coğrafi veyahut mevsimsel koşullara bağlı kalmadan sürekli olarak döviz getirisi elde edilmesine imkan tanımaktadır (Erdoğan, 2006:43) (Anadolu Üniversitesi Turizm Ekonomisi Kitabı 2013:173-177).

Avrupa bazında değerlendirildiğinde kongre turizmi sektöründe rekabetin mevcut olması ve alanda bilgi sahibi olan bölgelerin finansal olarak kongre turizmi için gerekli altyapı hizmetlerine yatırım yapması bu alandaki getirinin önemli olduğunu göstermektedir. Kongrelerin gerçekleştirileceği bölgelere yapılan yatırımlarla söz konusu bölgelerin turizm kapsamında; hizmet, sağlık, gıda, ulaşım gibi sektörlerde kalkındırılacağı ve bölgesel ekonominin canlandırılacağı belirtilmektedir (Andela vd., 2015:119).

Avrupa'daki uluslararası kongre turizm pazarında, daha fazla kongre katılımcısı çekmek ve kongre düzenlemek için çok büyük rekabet vardır. Bu tür alternatif turizmin faydalarından haberdar olan destinasyonların sayısı gün geçtikçe artmakta ve gelişmektedir. bu destinasyonların gelişimi, kongre turizminin gelişimi için ihtiyaç duyulan altyapıya ciddi miktarda finansal kaynak sağlamaktadır (Andela ve ark., 2015:119). Kısaca şöyle söyleyebiliriz; kongre turizmi sayesinde kongre yapılacak bölgeye, kaliteli ve ziyaretçi talebine uygun hastaneler, oteller, restoranlar alışveriş merkezleri, kafeteryalar ve bunlar destekleyen kamu kuruluşları açılarak bölgenin gelişmesine ve ekonominin canlanmasına katkı sağlar.

Dünyada yaklaşık olarak 100 milyon kişi, Kongre turizmi amacı ile seyahatler gerçekleştirmektedir. Gerçekleştirilen bu turizm aktivitesinden getiri elde etmek isteniyorsa bölgesel yatırımlara önem verilmesi gerekmektedir. Kongre Turizmi katılımcılarının standart turizm katılımcılarına nazaran getiri potansiyelinin daha yüksek olması söz konusudur zira katılımcıların çoğunlukla standart turistlere nazaran alım güçlerinin bir miktar daha yüksek olduğu belirtilmektedir. Gerçekleştirilen bölgesel yatırımların sonucu olarak kongre turizmi katılımcılarının söz konusu bölgedeki harcamalarının getirisi bölge ve ulusal ekonomiye ciddi oranda katkı sağlayacaktır (Eryılmaz, 2011) (Erdoğan, 2006).

Turizm etkinliklerinin planlanması ve faaliyete geçirilmesi sürecinde belirli giderlerin bulunması ve bu giderlerin karşılanması ardından kar marjı bırakması turizmin ekonomik getirisinin temel prensibini oluşturmaktadır. Zira ekonomik getirisi bulunmayan bir alana yatırımcı veyahut yatırımcılar tarafından yatırım yapılması mantıksız olacaktır. Sürdürülebilir bir turizm habitatu yaratılması ise daha oturmuş bir düzenin varlığını gerektirmektedir. Oturmuş düzenli sürdürülebilir bir turizm habitatının oluşturulabilmesi, söz konusu bölgenin gerçekleştirilecek turizm türünün ve tamamlayıcı turizm türlerinin ortam ve topluma uyumluluğunun var olması şartını koşar.

Gerekli şartların sağlanmadığı durumlarda gelir geçer turizm aktivitelerinin varlığı gözlemlenebilir lakin bu aktiviteler sürdürülebilir olmadığından dolayı istatistiksel olarak değerlendirilemeyecektir. Etkilerinin makro seviyede mümkün mertebe gözlemlenebileceği turizm faaliyetleri gerek şartların sağlandığı yani altyapısının oturduğu turizm aktiviteleri olarak kısıtlanabilir.

Kongre turizminin ekonomik etkilerinin değerlendirilebileceği durumlar düzenli ve sürdürülebilir bir turizm habitatinin var olduğu alanlarda karşımıza çıkar. Bu etkiler alakalı alanlara doğrudan etkilerde bulunacağı gibi alakasız etkilere de sebebiyet verebilir.

İlk olarak belirtilebilecek makro seviyedeki ekonomik etkide, konaklama sektörünün ekonomik olarak etkilendiğini açıkça belirtebiliriz zira kongre turizmi faaliyetlerinin aktif görüldüğü bölgelerde kongre turizmi her turizm faaliyetinin şartı olan seyahat faktörü nedeniyle konaklama sektörüne müşteri potansiyeli yaratmaktadır. Gününbirlik seyahatler söz konusu olabileceği göz önüne alınabilir fakat gününbirlik seyahatler konaklamalı seyahatlerin ağırlıklı olarak gerçekleştirilmesinin önüne geçememektedir. Konaklamalı seyahatlerin yarattığı müşteri potansiyeli mali açıdan gelirin oluşmasına neden olacağı için kongre turizminin ekonomik etkilerinden biri konaklama sektöründe müşteri potansiyeli oluşturmaktadır.

İkinci olarak makro seviyede belirtilebilecek ekonomik etkileri ulaşım sektöründe görülmektedir. Kişisel araçların kullanılmadan yapıldığı belirlenen ulaşımlarda yolcular hava, kara ve demir yolları aracılığıyla yolculuk etmektedir. En çok tercih edilen ulaşım araçları yüksek hızlı trenler, uçak ve otobüs olmak üzere şehir içi ulaşımda toplu taşıma araçlarının yanı sıra taksi hizmetidir. Kongre turizmi dahilinde gerçekleştirilen seyahatlerde kullanılan ulaşım araçlarına ayrılan giderler ulaşım sektöründe girdi oluşmasını sağlayarak kongre turizminin ekonomik etkilerinden birini oluşturmaktadır.

Diğer bir makro seviyede belirtilebilecek kongre turizminin ekonomik etkisi ise bölgedeki market-gıda-alışveriş sektöründe gerçekleşir. Seyahat edilen bölgede ihtiyaçların karşılanması zorunluluğundan dolayı bu sektörlerde yapılan harcamalarla bölgenin ekonomisine girdi oluşacaktır. Kongre turizmi gerçekleştirilen bölgede gıda-market ve alışveriş sektörüne girdi sağlaması yönüyle bir ekonomik etkide bulunmaktadır.

Bir diğer makro seviyede belirtilebilecek kongre turizminin ekonomik etkisi de bölgenin tanınırlığının artmasına bağlı olarak tamamlayıcı veya bölgenin hakim diğer turizm türlerinde turist artışına sebebiyet vermesidir. Bu sayeden turizm sektörünün kendi içerisinde bir yardımlaşma oluşturduğunu belirtmek yanlış olmayacaktır. Turizm faaliyetlerinin artması ekonomik açıdan değerlendirildiğinde bölgedeki ekonomik döngünün yani para akışının hızlanması demektir. Bu durumda kongre turizminin bölgenin tanınırlığını arttırması yoluyla turizm sektöründe hareketlenmeye yol açarak ekonomik

etkide bulunduğu belirtilebilir.

Kongre turizminin ekonomik etkilerinin makro seviyede incelenebilirken mikro etkileri de bulunduğundan ekonomik etkilerinin sınırlandırılması net bir çizgiyle çizilmemelidir. En belirgin ekonomik etkilerinden bazılarını yukarıda değinilmiştir. Bölgesel olarak değışebilen demografik ve iktisadi yapılara göre kongre turizminin ekonomik etkileri genişleyebilmekte ve çeşitlenebilmektedir.

Kongre turizminin sosyal anlamdaki etkilerinin bölgesel olarak incelenebilmesi için belirli bölgenin sosyolojik profilinin incelenmesi gerekmektedir. Genel bir bakış açısıyla belirtilmesi durumunda kongre turizminin sosyal etkilerinin kongre turizminin ekonomik etkilerinin çeşitliliğine ulaşamadığını görebiliriz. Fakat çeşitlilik oluşmaması kongre turizminin etki kapasitesinin düşük çaplı olduğu anlamına gelmez zira kongre turizmi sosyal açıdan bölgenin tanınırlığının artırılması üzerinden ekonomik açılarda etkilerde bulunabildiği gibi bölgenin sosyal imkanlarının genişlemesine sebebiyet verir. Kongre turizminin geliştiği bölgelerde kültürel çeşitlenmeler, sanatsal imkanların gelişimi, eğlence sektöründe çeşitlenme ve gelişmeler gibi sosyal açıdan yararlanılabilecek imkanlarda gelişmeler görülmektedir. Ayrıca kongre turizminin sürekli olarak gerçekleştirildiği bölgelerin ikamet eden nüfus ve turist nüfusu artacağından o bölgeye yapılacak yatırımların artması doğal olarak beklenmektedir. Giderek gelişmiş bir bölge yapısına doğru orantılı olarak bölgedeki eğitim seviyesi ve iş istihdamı da yükselecektir. Türkiye'nin başkenti olan Ankara ili buna verilebilecek en iyi örneklerden biridir.

Uluslararası olarak gerçekleştirilen ilk kongrenin 1681 yılı 10 Mart 8 haziran tarihleri arasında tıp alanında Roma'da gerçekleştirildiği Uluslararası Dernekler Birliği (UIA) raporlarında belirtilmektedir. Günümüzdeki kongrelere en yakın özellikte gerçekleştirilen en eski kongre Viyana Kongresi 18.07.1914-09.06.1915 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. "Napolyon sonrası yeni Avrupa" konulu bu kongre ye Avrupa'nın önde gelenlerinin katılımıyla gerçekleştirilmiştir. 1900'lerden 1950'lere kadar uluslararası olarak gerçekleştirilen kongrelerin sayısı 3 kattan fazla artarak yedi yüzlere varmıştır. Giderek daha profesyonel ve geniş kapsamlı bir hal alan kongrelerden dolayı kongre alanında zamanla uluslararası organizasyonlar oluşmuştur. Bunlardan bazıları Uluslararası Kongre ve Toplanma Birliği (ICCA) (1963), Avrupa Konferans Şehirleri Federasyonu (EFCT) (1964), Uluslararası Profesyonel Kongre Organizatörleri Birliği (IAPCO) (1968) olarak belirtilebilir. Sektörleşen kongre alanında yapılan yatırımların, katılımcıların ve

organizasyonun büyüklüğünün artması yönünde yükselmesi bu alandaki koordinasyonun gelişmesine sebebiyet vermiştir. “Avrupa'daki kongre alanlarının arzındaki değişim, katılımcıların salon, hizmet ve fiyata yönelik beklentilerini tatmin etmek adına, mevcut alan ve salonların revize edilmesini de beraberinde getirmiştir” (Kaleci, Bozbaş ve Dağlıoğlugil, 2017: 14)

Kongre turizminin etkin olduğu alanlar oldukça geniş bir skaladadır ve küresel anlamdaki kongre turizminin değerlendirilmesine yardımcı olacak şekilde aşağıda ICCA’ın 2010 raporundan alınmış olan ulusal çapta gerçekleştirilen toplantıların adedinin konulara göre dağılımının tablosu verilmiştir.

Çizelge 2.11. 2010 yılı konulara göre ulusal çapta gerçekleştirilen toplantıların adedinin dağılımı

2010 YILI KONULARA GÖRE ULUSAL ÇAPTA GERÇEKLEŞTİRİLEN TOPLANTILARIN ADEDİNİN DAĞILIMI			
RANK	SUBJECT	MEETINGS	%
1.	Medical Sciences	2,026	18.1
2.	Technology	1,626	14.5
3.	Science	1,498	13.4
4.	Industry	759	6.9
5.	Education	649	5.8
6.	Social Sciences	597	5.3
7.	Economics	449	4
8.	Management	414	3.7
9.	Transport & Communication	390	3.5
10.	Commerce	346	3.1
11.	Culture & Ideas	324	2.9

Çizelge 2.11. (devam) 2010 yılı konulara göre ulusal çapta gerçekleştirilen toplantıların adedinin dağılımı

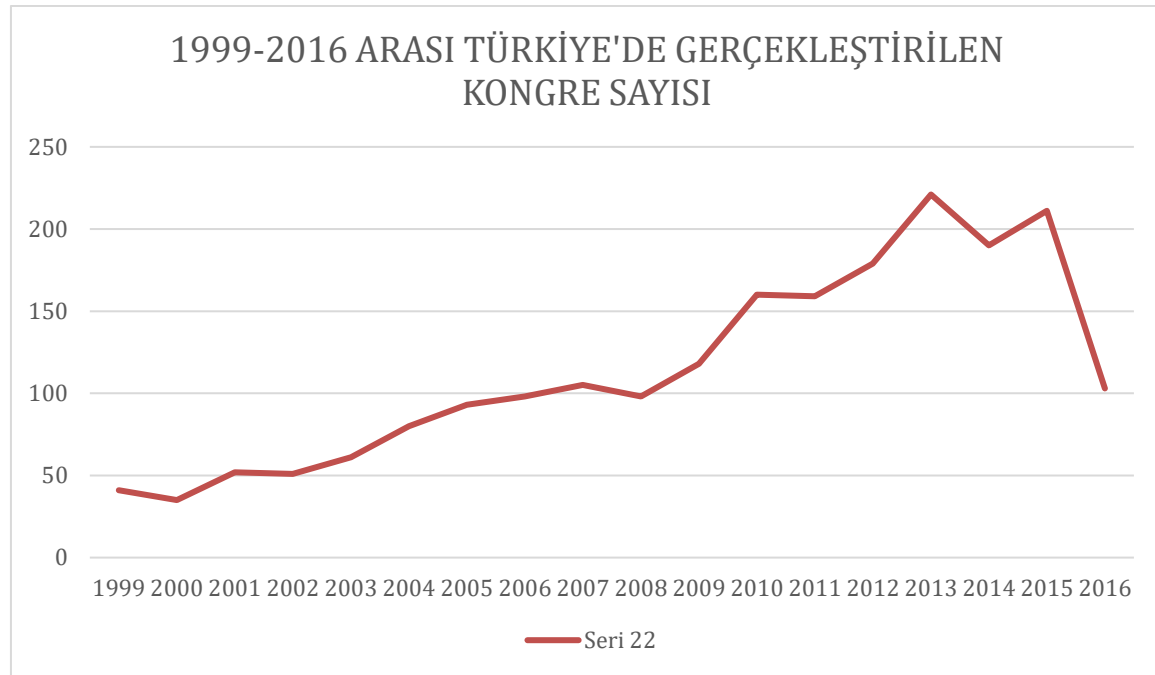
12.	Agriculture	313	2.8
13.	Law	259	2.3
14.	Ecology & Environment	235	2.1
15.	Sports & Leisure	195	1.7
16.	Arts	182	1.6
17.	Linguistics	161	1.4
18.	Safety & Security	151	1.3
19.	Mathematics & Statistics	149	1.3
20.	Library & Information	128	1.1
21.	Architecture	106	0.9
22.	Literature	94	0.8
23.	Historical Sciences	88	0.8
24.	Geography	40	0.4
25.	General	17	0.2
	TOTAL	111,206	100.0%

Kaynak: ICCA (2010)

Türkiye’de kongre turizminin uluslararası alandaki başlangıcının 1969 senesi olarak baz alabiliriz. 1200’den fazla katılımcının Turist Seyahat Anonim Şirketi aracılığı ile “Dünya Kızılhaç Kongresi” ne katılması ve Turizm Seyahat Acentesi aracılığı ile “Dünya Ticaret Odaları Uluslararası Kongresi” nin gerçekleştirilmesi Türkiye’de uluslararası alanda gerçekleştirilen etkinliklerdir. Bilimsel, mesleki ve siyasal alanlarda gerçekleştirilen toplantıların seyahat ve konaklama etkinliklerine dahil olmasıyla Türkiye’deki kongre turizmi küresel bir etkinlik kazanmıştır. 1996 senesinde kullanıma açılan Lütfi Kırdar Kongre Merkezi sayesinde 2400 kontenjanlık dinleyici, 12 dilde eş zamanlı çeviri potansiyeli, 25 toplantı salonu ile Türkiye’nin en büyük konferans salonu olarak hizmet vermekteydi. Uluslararası alanda kongre turizmi faaliyetine girmiş olan Türkiye bu

alanda hizmet vermeye o dönemin en yüksek teknolojik araçlarıyla güçlü bir giriş yapmıştır (Engin ve Oğuz, 2012: 4).

Çizelge 2.12. 1999-2016 arası Türkiye’de gerçekleştirilen kongre sayısı



Kaynak: ICCA (2017)

Haziran 1996’da İstanbul’da gerçekleştirilen “Birleşmiş Milletler İnsan Yerleşimleri Konferansı” ulusal çapta Türkiye’nin kongre alanında çok büyük bir adımıdır bu kongreye BM’lere dahil olan ülkelerin resmi olarak temsilcileri dahil olmak üzere “Birleşmiş Milletler Çocuklara Yardım Fonu (UNICEF)”, “Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü (UNESCO)”, “Birleşmiş Milletler Sınai Kalkınma Örgütü (UNIDO)” gibi örgütlerin başını çektiği yapılanmalar, Sivil Toplum Kuruluşları, mahalli idareler, özel sektörden katılımcı gruplar, işçi toplulukları ve akademisyenler de katılım göstermiştir. 25 000 katılımcının İstanbul’daki iki haftalık programı İstanbul ve Türkiye açısından kongre turizmi bağlamında çok önemli bir referans noktasıdır (Şengel vd., 2017: 6).

Toplantı turizm ilişkisi

Toplantı tarzı organizasyonlar toplanma faaliyeti ile oluşturulduğu için uzun mesafeli veya kısa mesafeli seyahatler söz konusudur. Bu açıdan turizm ile bir bağlantı içerisine girmesi gayet doğal bir sonuç olacaktır. Kişilerin bu organizasyonlar içerisinde veya dışarısında gerçekleştirdiği harcamalar yani yeme içme konaklama ve eğlence amacıyla buldukları harcamalarda işin içine katıldığında yaşanan turizm faaliyeti toplanma amacıyla ilinti

sağlamış olacak ve ortaya “kongre turizmi” adlı bir turizm alt başlığı ortaya çıkacaktır bu yüzden Toplantı-Turizm ilişkisinin doğduğu nokta tam da burasıdır. Turizm faaliyetleri geniş çaplı bir alan olmakla beraber girintili olduğu alanlar, gerçekleştirilen turizm tipinin çerçevesini belirlemektedir. Belirlenen çerçevelerde faaliyet gösteren turizm türleri alınca göre bölgelere ve işletmelere pay edilmektedir. Temelinde dayandığı nokta turizm olmakla beraber sınıflandırılmalar bir yana kapsamında olduğu turizm kavramına şekil verir. Toplantı-turizm ilişkisinde Kongre Turizmi de turizmin tüm özelliklerini taşıması yönüyle bir turizm türü olup kendi içerisinde özel koşullara sahip bir turizm türüdür ve bu iki kavramı birbirine bağlayan bir zincir kavramdır.

2.4.4. Kültür turizmi

Doğal ve tarihsel kültür değerlerini, kültürel etkinlikleri ve mevcut sanat eserlerini, sosyoloji ürünleri turistik bir yöntemle ziyaretçilerle paylaşan turizm türüdür. Hem tarihsel hem de günümüz olguları dahilindedir yani “Kültür” kavramı altındaki tüm öğeleri kapsamına dahil etmektedir.

Etnik turizm

Toplumların geçmişten günümüze var olan özgün ve spesifik özelliklerinin turizm kapsamında değerlendirilmesiyle ortaya konan bir terimdir. Etnik turizm toplumların kendine has etnik özelliklerini temele alarak bu özelliklerin turizmini gerçekleştirmesidir. “Etnik turizm olarak adlandırılan bu seyahatler, etnik grupların yaşam tarzları, örf, adet, gelenek ve göreneklerini deneyimleme amacıyla gerçekleştirilen seyahatler olarak tanımlanmaktadır.” (DİKER, 2019:672).

Bu zamana kadar insanlar farklı kültürlere olan merakı ve ilgisini tetikleyen unsurlar seyahatin kapısını aralamıştır. Oluşan ilginin sonucu olarak bu farklılıkları bir turizm temeli yapan unsur da merak ve ilginin insan üzerindeki tetikleyici etkisidir. Bu etmenler ışığında etnik turizm temelini atarak bir turizm türü olarak anılmaya başlamıştır.

“Kültür turizmi, herhangi bir ülkenin ya da bölgenin tarihi, sanatsal, bilimsel ya da kültürel mirasına yönelik ilginin motivasyonu ile yapılan seyahatlerdir” (Silberberg, 1995: 361). Kültürel motivasyonların, gerek popüler gerek geleneksel alanda yarattığı keşfedilebilirlik potansiyeli sayesinde turizm etkinliklerinin çevresinde şekillenmesiyle var olan durumun çeşitlenmesine ve gelişen bir etnik turizme şahit olunmaktadır.

Etnik Turizmin alt türleri olarak belirtilen turizm türleri vardır bu turizm türleri aşağıda verilmiştir.

- Etnografik Turizm:
Bir topluluğun günlük rutinlerinin. Örf-adet, gelenek ve göreneklerinin, dilinin vb. özelliklerinin dikkate alındığı turizm türüdür.
- Nostaljik Turizm:
Turizm aktivitesi yapan kişinin kendi sahip olduğu etnik yapının kaynağına yaptığı ziyaretler sayesinde kültürel miraslarını ve kültürel özellikleri hakkında bilgilenmesinin sağlandığı turizm türüdür.
- Etnik ve Ekolojik Turizm:
Doğal ortam ile etkileşime giren etnik kültür özelliklerinin yarattığı ilişkinin turizmini gerçekleştiren turizm türüdür.
- Etnik ve Eğitsel Turizm:
Bir toplumun kültürel yapısı ve etnik özelliklerinin öğrenilmesine yönelik yürütülen turizm türüdür.
- Etnik ve Antropolojik Turizm:
Bir etnik toplumun sahip olduğu biyo-kültürel özelliklerinin değişimi ve gelişimi üzerine veyahut bu alanlara olan ilgi üzerinden turizm yürütülmesini sağlayan turizm türüdür.

Yukarıda belirtilen etnik turizm alt sınıflandırılması Aleksandrova ve Aigina, 2014: 1037'den uyarlanmıştır.

Mimari turizm

Turizm gelirin yüksek olduğu kültürel turizmin yaygın olarak gerçekleştirildiği ülkeler ve bölgeler, sahip oldukları kültürel mirasın dikkatini çekmek ve reklamını yapmak suretiyle bu çabanın turizmden kazanılan geliri artıracaklarını öngörmektedirler (Çapar ve Yenipınar, 2016:106). Bu nedendir ki Mimari Turizm günümüzde oldukça talep gören ve reklamının yapıldığı turizm türlerinden biridir.

Geçmişten kalan mimari değer taşıyan yapıların restorasyonunun yapılmasının ardından toplumun ziyaretine açılması gibi basit bir süreç içerisinde ilerleyen mimari turizm yeri geldiğinde bu sürecin önemini basitliğinden dolayı hafife alınmasına yol açmaktadır. Mimari ve tarihi özelliğe sahip yapıların restorasyonunun yapılması yönündeki amaçlara

rağmen dikkatsizlik sonucu tarihi eserlerin tahribine kendi elleriyle yol açan turizm yapıcı etkinlikler bulunmaktadır. 1987 yılında Uluslararası Anıtlar ve Sitler Konseyi (ICOMOS) tarafından karışıklık olarak değinilen kültürel mirasa sahip çıkılması ve kültürel mirasın turizminin yapılması görüşleri ortaya konmuştur. Bu çatışmaların ortadan kaldırılmasına yönelik yapılan çalışmalarda sürdürülebilir turizm üzerine olmaktadır zira sürdürülebilir turizmin amacı da bu çelişkileri ortadan kaldırarak maksimum verimlilikte turizm faaliyeti gerçekleştirmektir.

Mimari turizmin oldukça yüksek oranda gerçekleştirildiğini belirtmek için oldukça basit birçak istatistikten yararlanmak yeterli olacaktır. Aşağıda 1 yıl içerisinde Hatay St. Pierre Kilisesi'nin ziyaretçi sayısının aylara göre dağılımı gösterilmektedir.

Çizelge 2.13. 2021 yılı St. Pierre Kilisesi'nin ziyaretçi sayısının aylara göre dağılımının grafiği.

2021	St. Pierre Kilisesi'nin ziyaretçi sayısı	
	Ücretli Giriş	Ücretsiz giriş
OCAK	517	216
ŞUBAT	893	387
MART	3.539	857
NİSAN	1.966	415
MAYIS	902	261
HAZİRAN	6.150	2.376
TEMMUZ	10.239	5.492
AĞUSTOS	8.795	4.221
EYLÜL	11.338	2.610
EKİM	18.499	4.569
KASIM	-	-
ARALIK	-	-
Toplam	62.832	21.407

Kaynak: TC Kültür ve Turizm Bakanlığı

2.4.5. İnanç turizmi

İnanç kavramı insanlığın varoluşundan beri süregelen bir kavramdır. Bu nedenle zaman içerisinde insanların inandıkları dinler veyahut içinde buldukları inanç grupları nedeniyle seyahatler gerçekleştirmiş ve gerçekleştirmektedirler. Bu bireysel veya kitlesel seyahatlerin sonucunda ise inanç turizmi oluşmuştur (Güzel, 2010).

İnsanlığın varoluşuyla eşdeğer bir varoluşla günümüze gelen inanç kavramı her dönemde insanlarla birlikte olmuştur. Bu süreç içerisinde birden fazla dinin toplumlar içinde yer alması ve kitlelerce kabul edilen bir çok kutsal yerlerin oluşmasının ardından bu kitlelerin kutsal mekanlara yapacağı seyahatler, ziyaretler inanç turizminin tanımını oluşturmaktadır. Sürekli olarak ikamet edilen yerlerden günlük ihtiyaçları dışında, dini inançları çerçevesinde gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerin turizm terimi ile değerlendirilmesine “inanç turizmi” denmektedir (TC Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2022).

Türklerin Anadolu’ya yerleşmesinin ardından Anadolu’nun sosyo-kültürel yapısı oturmaya başlamıştır. Birçok dinin bulunduğu bu coğrafyada dini inançlar çerçevesinde gerçekleşen yaşayış farklılıkları, farklı din ve inanış sistemleri birbirlerinden etkilenen bir birleşim örneği olarak varlığını gelişim içerisinde sürdürmektedir. (Erginer,1997:137) İnanç merkezleri olarak anılan bazı noktalar günümüzde de varlığını ve üstündeki yoğun ilgiyi devam ettirmektedir.

Yatırımlar yapılan dini bakımdan çekiciliğe sahip alanlar inanç turizmi kapsamında korumaya alınmış, restore edilmiş, gerek altyapısal gerek maddi anlamda desteklenmiş ve inanç turizmine kazandırılmıştır ve kazandırılmaktadır.

İnanç turizminin Hristiyanlık açısından önemli Türkiye merkezleri aşağıda verilmiştir:

- Hatay-Antakya: St. St.Pierre Anıt Müzesi
- Mersin-Tarsus: St.Paul Anıt Müzesi
- Denizli-Pamukkale: Laodikya Antik Kenti
- Nevşehir-Derinkuyu: Ortodoks Kilisesi
- Manisa-Akhisar: Akhisar Kilisesi
- Manisa-Alaşehir: Alaşehir Kilisesi
- Manisa-Sard: Sard Sinagogu
- İzmir-Selçuk: Meryem Ana Evi

- Isparta-Yalvaç: Pisidia Antik Kenti
- Bursa-İznik: Ayasofya Cami
- Antalya-Demre: St. Nicola Kilisesi

Hatay bölgesinde inanç turizmi

Hatay Bölgesi, kozmopolitik yapısı itibariyle karışık bir kültürel birikime sahiptir bu nedenle de insanların birbirlerinden farklı inançları günlük hayatında yaşaması bölgenin inanç turizmine etkide bulunmaktadır. Gelmiş geçmiş ve oturmuş inanç merkezlerinin bulunması da geçmişten gelen bu kültürel çeşitlilikten kaynaklanmaktadır. İnanç turizmi kapsamında Hatay bölgesinin çekiciliği sadece yerel halk tarafına değil ulusal ve küresel alana mal edilebilir zira bu turizm merkezlerine gerek farklı şehirlerden gerekse farklı ülkelerden ziyaretler gerçekleşmektedir. Gerçekleşen ziyaretler sayesinde bölgenin hem turizm sektörü düzenli bir şekilde işleyişte kaldığı gibi tanınırlığı da artmaktadır. Hatay bölgesinin önde gelen inanç merkezlerinden birkaçına aşağıda açıklamalı olarak değinilmiştir.

St. St.Pierre Anıt Müzesi:

Antakya ilçesinde St. St.Pierre Anıt Müzesi en çok bilinen inanç turizmi noktalarından biridir. Antakya- Reyhanlı yolu üzerinde şehre yaklaşık olarak 2 kilometre mesafede Habib-i Neccar Dağı civarında bulunmaktadır. Hz. İsa'nın 12 havarisinden biri olan Aziz Petrus'un İlk vaaz verdiği ve Hristiyan adının ilk olarak kullanıldığı yer olarak Hristiyanlığın ilk kilisesi olarak kabul edilmektedir. Roma döneminde Hristiyanlığın resmi din olarak kabul edilmesinin ardından mağara kilise halini almıştır. Papa olarak Aziz Petrus kabul edildikten sonra da Hristiyanlığın merkezi konumuna alınmıştır. Papa VI. Paul tarafından 1983 yılında Hristiyanlık için Hac yeri olarak kabul edilmiştir. Her yılın 29 Haziran gününde ayin düzenlenmektedir. Bu nedenle yıl içerisinde birçok turisti ağırlarken inanç turizmi sektöründe önemli merkezlerden biri olma özelliğini taşımaktadır.

Habib-i Neccar Camii:

7. yy. da Roma dönemine ait bir pagan tapınağının üzerine inşa edilen camii bugün Türkiye sınırlarının dahil olduğu bölgede inşa edilen ilk camii olduğu bilinmektedir. Osmanlı Döneminde Restore edilen caminin avlusunda 19. Yy dan kalma bir şadırvan ve birçok medrese odası bulunmaktadır. Minarenin sağ tarafında Habib Neccar türbesi, sol tarafında ise Yunus(Pavlos) ve Yahya(Barnabas) türbeleri bulunmaktadır.

Yaklaşık olarak M.S. 37-40 civarlarında Hz. İsa'nın havarilerinden olan Pavlos ve Barnabas Antakya'ya gelerek ilahi dini insanlara tanıtmaya çalışmıştır. Havarilerin dönemin yöneticisi tarafından alıkonulmalarının ardından arkalarına Aziz Petrus(Şem'un-Sefa) gelerek dönemin yöneticisini ikna etmiştir. O dönemdeki Pagan halk havarilere öfkelenmiş, aralarından onlar inananların başında gelen bir marangoz öfkeli halkı sakinleştirmeye çalışırken öldürülmüştür bu öldürülen kişinin de Habib-i Neccar olduğu iddia edilmektedir. Rivayete göre kafası kesilmesinin ardından Habib-i Neccar dağının tepesinden yuvarlanarak şu anki türbesinin olduğu yere varmıştır. Hikayesinden dolayı hem Hristiyan hem de İslam alemi açısından değerli olan Habib-i Neccar camii inanç turizmi açısından değerli bir merkez olmakla beraber her dönemde turistlerin akınına uğramaktadır.

Aziz Simon Manastırı:

Hatay Samandağı-Defne ilçeleri arasında 6. yy. da kurulan manastır içerisinde vaftizhane, sarnıç ve kiliseye sahiptir kesme taşların oyulması ile oluşturulmuştur. St. Simon öncülüğünde oluşan Stylites akımının başlangıç noktasıdır. St. Simon burada 45 yıl boyunca 10 metre uzunluğundaki bir sütunun üzerinde inzivaya çekilmiştir. Her kültürden insanın hikayesi nedeniyle ilgisini çeken bu tarihi ve dini mekan inanç turizmi açısından önemli noktalardan biridir.

2.4.6. Gastronomi turizmi

Gıda bazında gerçekleştirilen bir turizm türüdür. Yeni bir yemek veyahut içecek deneyimlemek amacı ile seyahat gerçekleştirilmesi gastronomi turizminin oluşumunu sağlayan ilk nedendir. Bölgenin yemek kültürü o bölgenin gastronomik yapısını oluşturmakla birlikte bölgeye özgü yemekler bölgenin sahip olduğu kültürü yansıtmaktadır. "Turistlerin bir ülkeyi ziyaret etmelerinde önemli faktörlerden bir tanesinin o ülkenin mutfak kültürünü tanımak isteği olduğu bilinmektedir." (Pekyaman,2008, s.19).

Yemek konusu bir kültürün sahip olduğu çok değerli miraslarından biridir. Gastronomi Turizmi bu nedenle ciddiye alınan bir konu olmakla beraber insanların çok uzun süredir akınına uğrayan bir turizm sektörü olmayı korumaktadır. Her kültürün kendi etki alanındaki gastronomi yapısı diğer kültürlere geçişlerde ve oluşumundan kaynaklı olarak farklılıklara ve çeşitliliklere sahiptir. Bu çeşitlilikle küçük bir coğrafi bölgede bile yemek çeşitliliklerinin oluşmasına sebep olmuş ve yemek kültürünü gelişimine katkı sağlamıştır

bunun en güzel örneğini Türkiye’de görmekteyiz zira Türkiye topraklarının içinde oldukça çeşitli bir yemek kültürü bulunmaktadır. Gerek orta doğu yemek kültürünün etkisi ile şekillenen yemekler olsun ister Akdeniz mutfağında sunduğumuz lezzetler gerek balkan bölgeleriyle içine girdiğimiz etkileşim olsun zaten sağlam bir mutfak kültürüne sahip olan Anadolu’da Mutfak zenginliğinin ve çeşitliliğinin gelişmesine oldukça katkı sağlamıştır.

Turizm etkinliklerinde kültür ve geleneksel değerler diğer alanlara göre turistlerin daha çok ilgisini çeken ve yönelimin daha fazla olduğu alanlardır ve kültürel ve geleneksel değerlerine daha çok sahip çıkan yerleşkelerin ziyaret oranı yükselmektedir (Sünnetçioğlu, Can, Özkaya, 2012).

Hatay bölgesinde gastronomi turizmi

Hatay Türkiye’nin en güneyinde, Suriye sınırında Akdeniz’in doğu kıyısında bulunmaktadır. Tarihi çok eskilere dayandığı ve oldukça önemli bir ticari geçiş noktası olduğundan dolayı aktif bir kültür alışverişi noktası olmuştur. İlerleyen tarihlerde farklı kültürlerden insanların da ikamet ettikleri bir konum haline gelmesinin ardından bu çeşitlilik oldukça doğal görülerek bölgenin yapısının çeşitlilik ve farklılıklara hoşgörü üzerine kurulmasını sağlamıştır. Bu yaşananlar sonucunda da bu Kültür karmaşası içerisinde gelişen Hatay mutfağı Anadolu, Akdeniz ve Ortadoğu Mutfağının Kesişimi olarak insanların karşısına çıkmaktadır. Bu bölgede yaşamış olan Akadlar, Hurriler, Mısırlar, Persler, Roma ve Bizans, Haçlılar, Memlukler ve Osmanlılar bölgenin mutfağına ciddi etkilerle izlerini bırakmıştır. Hatay resmen Türkiye’nin içinde bulunduğu kozmopolitik vaziyetin küçük örneği olarak incelenebilir bu nedenle de Mutfak yapısı da bu duruma uyum sağlamıştır.

Aşağıda Hatay bölgesinde yapılan yemeklerden birkaçı verilmiştir:

- Tuzlu Yoğurt Çorbası
- Oruk ve İçli Köfte
- Kaytaç Böreği
- Tavuklu Dövmeye
- İspanaklı Börek
- Ebegümeci (Kömeç)
- Humus
- Zahter

- Abugannuş
- Sini Kebabı (Tepsi Kebabı)
- Semirsek
- Künefe

2.5. Turizm Türleri Arasındaki İlişkilerin Yorumu

Turizm genel geçer tanımları itibariyle seyahat temeline oturtulan bir sektör olarak karşımıza çıkmaktadır fakat sadece seyahat koşuluna bağlı kalmamakla beraber gelişen ilerleyen ve alternatiflerinin üretildiği yaşayan bir sektördür. Yaşayan sektörden manası gün geçtikçe ortam ve zamanın koşullarına göre değişen, gelişen, şekil alan olarak belirtilebilir.

Turizm türleri arasındaki ilişkinin ortaya çıkışı turizmin alt dalları içerisinde gelişen turizm türlerinin ortak noktalarının bulunuşudur ve bu ortak noktalarının bulunuşu üstünde birleştiği kavram olan Turizminden gelmektedir. Bir sektörün, kişilerin bir amaç doğrultusunda seyahatinin söz konusu olması turizmin alt dalına alınması için gerek ve yeter şart olarak kabul edilebilir. Turizm türlerinin spesifik özellikleri kendi içerisinde anımlanmakla beraber iki veya ikiden fazla turizm türünün paydaş olarak bulunduğu durumlar söz konusu olabilir. Bunlara örnek olarak Yaşlı Turizminin, Sağlık Turizmi ve Katılımcıların Yaşlarına Göre Turizm alt başlıklarında bulunması örnek olarak verilebilir. Ayrıca birbirinden bağımsız turizm türleri çıkış noktası itibariyle aynı turizm sınıflandırmasında bulunabilmektedir bu duruma Katılanların Amaçlarına Göre Turizm kavramı olarak örnek verilebilir, faaliyet olarak ortak noktası bulunmayan turizm türleri tek bir başlıkta toplanmıştır.

Turizm türleri arasındaki ilişkilerin dayandığı noktalar farklı konularda olabilmekle birlikte farklılıklar ve benzerlikler içerisinde değerlendirilmektedir. Turizm kavramının gerekliliklerini karşılama halinde turizm türleri arasında kombine yürütülen veyahut koşul zıtlıklarından dolayı bağımsız zaman ve mekanlarda gerçekleştirilmesi zorunlu olan faaliyetler, turizm türlerinin arasında birbirine etkiye açık bir ilişkinin olduğu belirtilebilir.

3. LİTERATÜR TARAMASI

Çelik (2018) çalışmasında turizmin zaman, mekân yoğunluğu ve sıkışıklığını gidermeyi; ve bu sıkışıklığın yol açtığı çevre kirliliğini en aza indirerek gelen turistlerin sağlığına özen gösterilmesini amaçlamıştır. Ayrıca kültürlerin olumlu yönde gelişmesine katkıda bulunarak farklı türdeki turizm etkinliklerine yoğunlaşp, turizmin gelişmesine engel olan olumsuzlukların ortadan kaldırılması için önerilerde bulunmuştur.

Özçoban (2019) çalışmasında farklı sektörlerle ilişki halinde bulunan alternatif turizmin endüstrileşmesinden bahsetmiştir ve kış turizminin genel hatları ve geniş yelpazesi incelemiştir. Turizme yeterli özenin gösterilmesi durumunda bölgesel kalkınmaya etki edeceği görüşü üzerinde durmuştur.

Çontu (2006) çalışmasında, ilk olarak alternatif turizm türlerinin incelenmesinin ardından Kızılcahamam bölgesinde faaliyet gösteren termal turizm işletmelerinde çalışanların ve müşterilerin "hijyen", "fiyat" ve "hizmet kalitesi" konularında beklentilerini karşılaştırmıştır. Bu çalışmada, faaliyet gösteren işletmelerdeki farklılıklar incelenmiş ve anketler aracılığıyla veri toplanmıştır. Anketler, Çalışan ve Müşteri olarak iki farklı şekilde hazırlanmış ve katılımcılara uygulanmıştır. Toplanan verilerin incelenmesi sonucunda, çalışanların hijyen ve hizmet kalitesi konularına ağırlıklı olarak odaklandığı, müşterilerin ise fiyat konusuna ağırlıklı olarak odaklandığı sonucuna varılmıştır.

Arslan (2018), çalışmasında turizm sektörünün bölgeler üzerindeki ekonomik etkileri incelemiş olup bölgelerin bu kapsamda mevcut olan farklılıklarının neler olduğu ve bu farklılıkların turizm etkisi ile bağlantısı üzerinde durmuştur. Çalışmada 54 farklı işletmenin katılımı ile gerçekleştirilen bir anket çalışması ile veri toplanmış ve SPSS programı kullanılarak incelenmiştir. Faktör analizi, güvenilirlik analizi, Pearson korelasyon testi, t-testi ve Anova ile veriler değerlendirilmiştir. Gerçekleştirilen analiz sürecinin ardından Alternatif Turizmin, bölgesel kalkınmanın sağlanması ve bölgenin turistik potansiyelinin arttırılmasına yönelik olumlu etkilerinin mevcut olduğu sonucuna varılmıştır.

Yıldız (2007) çalışmasında bölge ve ülke ekonomisinin ve bölgeler arasında mevcut olan dengesizliklerin üzerinde turizmin etkisinin ne derecede olduğu üzerine durmuştur. Çalışmada Göller Bölgesi'nde mevcut olan alternatif turizm potansiyelinin bu bölgenin kalkınması amacıyla kullanılması fikri üzerine değinilmiştir. Ana kitlesini Antalya A

Grubu Seyahat acentelerinin oluşturduğu bir anket çalışması aracılığı ile gerekli verilerin toplanmasının ardından SPSS programı kullanılarak “güvenilirlik analizi”, “faktör analizi” ve “korelasyon analizi” gerçekleştirilmiştir.

Şamata (2016) çalışmasında Safranbolu bölgesindeki butik oteller özelinde kongre turizminin ekonomik kalkınma üzerindeki etkisini araştırmaktır. Çalışmasında bu amaçla, Safranbolu'da bulunan butik otel işletmelerinin yöneticilerine erişilerek, konu hakkında görüşlerine başvurulmuştur. Yine bu amaç doğrultusunda, anket yöntemi kullanılarak toplam 81 butik otel işletme yöneticisinden veri toplanmıştır. Bu veriler analiz edilirken "SPSS 20 for Windows" yazılımı kullanılmıştır. Safranbolu bölgesinde etkinlikte bulunan butik otellerin yöneticilerinin kongre turizminin ekonomik kalkınma üzerindeki etkisi hakkındaki düşünceleri demografik ve işletme bilgilerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği araştırılmıştır. Analizler sonucunda, kongre turizmi ile butik otellerin ekonomik kalkınma arasında çeşitli düzeylerde ilişki ve etkilerinin bulunduğu tespit edilmiştir.

Tuban (2019) bu araştırmada, Tekirdağ ili Uçmakdere köyü merkez almış ve yapılan yamaç paraşütü faaliyetlerinin potansiyelinden yeterince yararlanılamamış olmasının neden olduğu bir durumdan yola çıkmıştır. Çalışmada veriler üzerinden yapılan SWOT analizi sonucunda, güçlü ve zayıf yönler belirlenmiştir. Uygun aksiyonların alınması durumunda, bölgenin ekonomik potansiyelinin artması ve alternatif turizm gelirlerinin de artış göstermesi beklenmektedir.

Bala (2019), bu araştırma kapsamında, Konya ilinde yer alan 4 adet el yazması kütüphanesi alternatif turizm açısından değerlendirmiştir. Çalışmanın temel varsayımı, Konya'daki el yazması kütüphanelerinin yerli/yabancı turistler açısından bir potansiyel barındırdığıdır. Bu araştırmada, kütüphanelerin hangi açılardan ve hangi kesimler için önemli olduğu açıklanmıştır. Bu amaçla, "derinlemesine görüşme" yöntemi kullanılarak 8 katılımcı ile görüşülmüş ve 12 adet açık uçlu soru sorulmuştur. Bu soruların cevapları not edilerek, QSR NVİVO 10 programı ile analizi gerçekleştirilmiştir.

Tarınç (2019) bu araştırmada, Türkiye'de yaşayan insanların gönüllü turizm katılım eğilimleri ile nedenlerini incelemek amacıyla yapmıştır. Ayrıca bu çalışmada, Türkiye'de yaşayan insanların gönüllü turizm hakkındaki bilgi, tutum ve bakış açılarının ölçülmesiyle mevcut durumun değerlendirilmesi ve Türkiye'de alternatif turizm olarak gönüllü turizmin

uygulanabilirliğinin belirlenmesi; çalışmanın amaçları arasında yer almaktadır. İlişkisel tarama modeli kullanılarak, 12 farklı bölgeden 1226 kişiye uygulanan bir anket aracılığı ile elde edilen veriler t-testi, ANOVA, Pearson korelasyon analizi ve çoklu doğrusal regresyon analizleriyle incelenmiştir.

Kahraman (2019) bu çalışmada, alternatif turizm kavramının tanımı, önemi, özellikleri, eleştirileri ve türlerini incelemiştir. Bu kapsamda, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından Türkiye'de gerçekleştirilen alternatif turizm türleri yanı sıra diğer alternatif turizm türlerini de incelemiştir. Ayrıca bu çalışmada turist deneyimi, tekrar ziyaret niyeti ve alternatif turizm ile turist deneyimi arasındaki ilişkiler açıklanmıştır. Çalışmada, deneyimin ortaya çıkışı ve işletmeler açısından önemi vurgulanmış, deneyim oluşturan boyutlar ve turizm deneyimi kavramı incelenmiştir. Tekrar ziyaret niyeti açıklanmış ve alternatif turizm türlerinin unutulmaz turizm deneyimi ile olan ilişkisi literatür taraması yöntemiyle araştırılmıştır.

Deniz (2019), İzmir/Balçova ilçesindeki termal turizmin katılımcılarının bölgesel gelişim üzerindeki etkisinin incelemiştir. Dört bölümden oluşan araştırmanın ilk bölümü, alternatif turizm uygulamalarını kapsamaktadır ve alt başlıkları açıklanmaktadır. İkinci bölüm, alternatif turizm çerçevesinde termal turizm ve bölgesel kalkınma kavramlarını ele almaktadır ve detaylarını açıklamaktadır. Üçüncü bölüm, Balçova Agamemnon Kaplıcaları termal turizm bölgesi ve termal turizm potansiyelini incelemektedir. Son bölümde ise araştırmanın sonuçları belirtilmiş, değerlendirilmiş ve bu konuya bağlı önerilerde bulunulmuştur.

Yurdakul (2019) bu çalışmada, alternatif turizm türlerinin yanı sıra, antik ticaret rotalarının özellikleri ve durumları incelemiştir. Dağlık Frigya Bölgesinin fiziksel, coğrafi, kültürel ve turistik yönlerini de araştırmıştır. Bu bölge ve Kral Yolu'nun turizm değerlerine dönüştürülmesine yönelik öneriler oluşturmayı amaçlamıştır. Bu çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden gözlem ve mülakat teknikleriyle veriler toplanmış ve paydaş teorisini göz önünde bulundurularak analiz edilmiştir. Analiz yöntemi olarak, stratejik planlama süreci kapsamında durum analizi ve SWOT analizi uygulanmıştır. Sonuç olarak, bölgenin altyapı, üstyapı ve envanter çalışmalarında eksikliklerin olduğu ve bu eksikliklerin turistik destinasyon olma potansiyelini sınırladığı tespit edilmiştir. Bu veriler doğrultusunda, Dağlık Frigya Bölgesinin turistik değere dönüştürülmesine yönelik bir model önerisi

sunulmuştur.

Kan (2019), Burdur Kent Ormanı ve çevresinin turizm sektöründe nasıl kullanılabileceği üzerine odaklanmıştır. Çalışmalar, bölgenin alternatif turizm potansiyelinin yüksek olduğunu ancak bu potansiyelin yeterince değerlendirilemediğini göstermiştir. Bu durumun nedenleri; yöneticilerin alternatif turizme yeterince önem vermemesi, bölgede yeterli alternatif faaliyetlerin olmaması ve bölgedeki doğal yaşam alanlarının turizm amaçlı olarak değerlendirilmemesi olarak belirtilebilmektedir. Bu problemlerin çözülmesi için Burdur Kent Ormanı ve çevresinde önerilen 8 alternatif turizm faaliyetinin yapılması gerekmektedir. Bunlar yapıldıktan sonra, bölge turizmi ulusal ve uluslararası öneme sahip olabileceği belirtilmektedir.

Tapkı (2020) çalışmasında turizmin kırsal yerleşimlerin gelişimine katkıda bulunabileceğini varsayarak, kırsal yerleşimlerin gelişimine alternatif turizm olanaklarından yararlanılmasını hedeflemektedir. Çalışmanın amacı, alternatif turizm kapsamında kırsal yerleşimlerin gelişimine yönelik bir model ortaya koymaktır. Model, bilgi geliştirme ve gelişim modeli oluşturma, uygulama ve değerlendirme adımlarından oluşmaktadır. Bu adımlar arasında, ilk olarak mevcut durum değerlendirilir ve kırsal yerleşimlerin turizm olanakları incelenir. Daha sonra, kırsal yerleşimlerin gelişimine yönelik alternatif turizm olanakları belirlenir ve bir model oluşturulur. Bu model, Türkiye'deki diğer kırsal yerleşimler için de uygulanabilir hale getirilir. Son bölüm ise verilerin analizi, değerlendirilmesi ve yorumlanmasını içermektedir. Bu bölümde, ortaya konulan modelin uygulanması ve sonuçlarının değerlendirilmesi yapılmaktadır. Çalışmanın son bölümünde ise, sonuçların yorumlanmış ve öneriler sunulmuştur.

Kaleci vd, (2017) Konya'da kongre turizminin fizibilitesinin araştırmıştır. Bu kapsamda, kongre turizmi Dünya ve Türkiye genelinde incelenmiş ve Türkiye'nin bu alandaki büyüme hızının 2,5 katı olduğu tespit etmiştir. Çalışmada İstanbul'un son 15 yılda en çok kongre düzenlenen şehirler arasında 10. sırada olduğu ifade edilmektedir. Bu çalışmanın sonucunda, Konya'da kongre turizminin şehrin marka değerini artırıp ekonomik açıdan olumlu etki yaratacağı, ancak Konya'da kongre turizmine yönelik tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin yetersiz olduğu ve altyapı ve üstyapı imkânlarının geliştirilmesine ihtiyaç duyulduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, Konya'da kongre turizmine yönelik stratejik adımların atılmasının şehrin turizm gelirini artırıp ekonomik açıdan katkı sağlayacağı belirlenmiştir.

4. ARAŞTIRMA BULGULARIN ANALİZİ VE DEĞERLENDİRİLMESİ

4.1. Araştırma Problem İfadesi

Alternatif turizmin bölge ekonomisi üzerindeki etkisinin ne olduğu araştırmanın problemini oluşturmaktadır.

4.2. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Alternatif turizm potansiyeli yüksek olan Hatay bölgesinin, bölge ekonomisine katkılarının araştırılması amaçlanmıştır.

4.3. Araştırma Soruları

Hatay bölgesindeki en önemli alternatif turizm faaliyetleri nelerdir?

Alternatif turizmin Bölge ekonomisine katkısı var mıdır?

Alternatif turizme etki eden faktörlerden bölgesel kalkınmanın bölge ekonomisine katkısı var mıdır?

Alternatif turizme etki eden faktörlerden turistik talebin bölge ekonomisine katkısı var mıdır?

Alternatif turizme etki eden faktörlerden turizmin gelişmesine yönelik avantaj ve dezavantajların bölge ekonomisine katkısı var mıdır?

4.4. Araştırmanın Önemi

Alternatif turizmin Türkiye ekonomisine katkısı, bölgesel kalkınma üzerindeki etkisinin incelenmesi bu çalışmayı önemli kılmaktadır. Literatüre ve alana katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Aynı zamanda Hatay bölgesinde daha önce böyle bir çalışma yapılmamış olması ve bölge için turizmin ekonomik etkisini halkın bakış açısıyla sunan ilk araştırma olması sebebi ile çalışmanın yerel yönetim, turizm işletmeleri ve turizm paydaşları için farkındalık yaratacağı düşünülmektedir.

4.5. Teorik Çerçeve ve Hipotezler

H0 hipotezi(yokluk hipotezi): alternatif turizmin Türkiye ekonomisine katkısı yoktur.

H1 hipotezi(alternatif hipotez): alternatif turizmin Türkiye ekonomisine katkısı vardır.

4.6. Araştırma Metodolojisi

4.6.1. Örneklem

Yıldız'ın (2007) 'Turizmin bölgesel kalkınmaya sağladığı katkılar ve göller bölgesi uygulaması' adlı doktora çalışması ve Aslan'ın (2018) 'Alternatif Turizmin Bölge Ekonomisi Üzerindeki Etkisi: Samsun Örneği' adlı yüksek lisans çalışmasında kullanmış olduğu ölçekten yararlanılarak bu araştırmanın veri toplama formu geliştirilecektir. Araştırmada hedeflenen örneklem sayısı, 10000000 ve üzeri sınırsız evren için önerilen 384'tür (Sekeran, 1984).

4.6.2. Veri kaynakları

Veri kaynakları olarak birincil veri kaynakları doğrudan Alternatif turizm etkinliklerine katılan ve bölgedeki etkinliklerden haberdar olan bireylerden anket yoluyla elde edilecektir.

İkincil veri kaynakları ise kitap, makale, bildiriler, raporlar, tezler ve internet kaynaklarından elde edilecektir.

4.6.3. Değişkenler

Hatay bölgesinin ekonomik katkılarının araştırılması amacı doğrultusunda Bağımsız değişken 'Hatay bölgesinin alternatif turizm potansiyeli', Bağımlı değişken ise 'Hatay bölgesinin sosyo-ekonomik kalkınması'dır.

4.6.4. Analiz yöntemi

Tanımlayıcı türde tasarlanan araştırmada üç kısımdan 33 sorudan oluşan anket formu ile veriler toplanacaktır. katılımcılara ilişkin demografik sorulara yer verdikten sonra ilk bölümde alternatif turizmin muhtemel etkilerini ölçmeye yönelik, ikinci bölümde alternatif turizm talebine yönelik, son bölümde ise alternatif turizmin avantajları ve dezavantajlarını ölçmeye yönelik sorulardan oluşmaktadır. Hatay bölgesi alternatif turizm potansiyeli ile

bölge ekonomisi arasındaki ilişkinin incelendiği bu çalışmada sırasıyla güvenilirlik analizi, faktör analizi ve korelasyon analizine tabi tutulmuştur. Analizler spss paket programı ile yapılmaktadır.

Sonuç: Alternatif turizmin geliştirilmesi için neler yapılması gerekmektedir.

4.7. Tanımlayıcı İstatistiksel Analizler

4.7.1. Hatay ilinin kalkınmasında alternatif turizmin muhtemel etkilerine ilişkin veriler

450 katılımcının %52'sinin kadın, %60'ının evli ve %66'sının 30 yaş ve üzeri olduğu görülmektedir. Anket katılımcılarının eğitim durumları dikkate alındığında %74 oranında üniversite ve üstü eğitim alan kişilerin alternatif turizm tercihleri göz önüne çıkmaktadır. Ayrıca meslek bilgisi olarak bakıldığında %8 oranında öğrenci, %41 oranında kamu personeli, %52 oranında özel sektör ve diğer meslek gruplarından katılımcıların olduğu tespit edilmiştir. Anket katılımcılarının gelir grubunun %49 oranında 6000 TL ve üzeri gelire sahip olduğu anlaşılmaktadır. Anket sorularına ilişkin yaş, meslek ve gelir grubu dikkate alındığında katılımcıların tamamının demografik soruları doğru şekilde yanıtladığı görülmektedir.

Faktör analizinde, değişkenler arasında yüksek korelasyon ilişkisi aranır. Değişkenler arasında korelasyon azaldıkça, faktör analizinin sonuçlarına olan güven de o denli azalır. Faktör analizi yapılabilmesi için uygunluğunun araştırılması gerekir. Bu sebeple Bartlett Testi (Bartlett Test of Sphericity) testi uygulanmış ve sonuçlar aşağıya çıkarılmıştır. Bu test sonucunda katsayı düşük çıkarsa sıfır hipotezi, yüksek çıkarsa da alternatif hipotez kabul edilir. Sıfır hipotezi red edilmezse, faktör analizine devam edilmez.

Test İçin hipotezler;

H_0 : Değişkenler arasında ilişki yoktur.(Korelasyon matrisi birim matristir.)

H_1 : Değişkenler arasında ilişki vardır.

Yapılan faktör analizi sonuçlarına baktığımızda $p(\text{sign.})=0,000<0,05$ olduğundan Bartlett testinin sonucu anlamlıdır. Dolayısıyla sıfır hipotezi reddedilerek alternatif hipotezi kabul edilir. Yani, değişkenler arasında yüksek korelasyonlar mevcuttur ve veriler çoklu normal dağılımdan gelmiş demektir. KMO katsayısı 0,955 olduğundan sonuç mükemmeldir. Bu

sebeple, araştırmada örnek büyüklüğü yeterlidir. KMO değerinin yüksek sig değerinin düşük çıkması verilerin faktör analizi yapmaya uygun olduğunu göstermektedir. Eldeki veri miktarının faktör analizi için yeterli olup olmadığının incelenmesi için yapılan KMO testi sonucu 0,955 çıkmıştır. Bu değer de istatistiksel olarak yeterli bir örneklem miktarının olduğu sonucunu ortaya çıkarmaktadır ($p < 0,05$).

Çizelge 4. 1. KMO and Bartlett's Test

	Alternatif Turizm
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	,955
Bartlett's Test of Sphericity Approx. Chi-Square	11879,758
df	528
Sig.	,000

Güvenilirlik analizi bütün soruların katılımcılar tarafından aynı düzeyde algılanıp algılanmadığını ölçmek amacıyla yapılmış olup, soruların birbirleri ile yakınlıklarının derecesini ortaya koymak için yapılır. Dolayısıyla güvenilirliğe bakmamız gerekir.

Çizelge 4. 2. Güvenilirlik analizi sonuçları

	BK(Bölgesel Kalkınma)	TT(Turistik Talepler)	TG(Turizmin Gelişmesi)
Cronbach's Alpha	,944	,920	,926
Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	,945	,920	,927
N of Items	12	9	12

Genel olarak kabul gören değerler;

- $0,00 < \alpha < 0,40$ ise ölçek güvenilir değil,
- $0,40 < \alpha < 0,60$ ise ölçek düşük güvenilirlikte,
- $0,60 < \alpha < 0,80$ ise ölçek oldukça güvenilir,
- $0,80 < \alpha < 1,00$ ise ölçek yüksek güvenilirlikte olarak kabul edilmektedir.

Cronbach Alpha değeri 0,739, 0,736 ve 0,602 olduğundan, ölçek oldukça güvenilir diyebiliriz.

Çizelge 4.2'ye bakıldığında alternatif turizmin ortaya çıkardığı etkilerin güvenilirlik düzeylerinin yüksek çıktığı görülmektedir. Bölgesel kalkınma için 0,944, turistik talep etkisi için 0,920 ve turizmin gelişmesine olan etki için de 0,926 değerleri elde edilmiştir.

Çizelge 4. 3. Alternatif turizme etki eden faktörler

Bölgesel Kalkınma (Cronbach $\alpha = 0,944$)	Faktör Yüğü	Kesinlikle Katılıyorrum	Katılıyorrum	Kısmen Katılıyorrum	Katılmıyorrum	Kesinlikle Katılmıyorrum
1. Hatay Bölgesinde Alternatif Turizmin gelişmesi, bölgeye döviz girişini arttırarak bölgesel kalkınmayı olumlu yönde etkiler.	0,573	5	4	3	2	1
2. Hatay Bölgesinde Alternatif Turizmin gelişmesi, bölgeye yabancı sermaye girişi sağladığı için bölgesel kalkınmayı olumlu yönde etkiler.	0,587	5	4	3	2	1

Çizelge 4. 3. (devam) Alternatif turizme etki eden faktörler

3. Hatay Bölgesinde Alternatif Turizmin gelişmesi, bölgeye yönelik yatırım artışı sağlayarak bölgesel kalkınmayı olumlu yönde etkiler.	0,605	5	4	3	2	1
4. Hatay Bölgesinde Alternatif Turizmin gelişmesi, kişi başına düşen geliri arttırdığı için bölgesel kalkınmayı olumlu yönde etkiler.	0,656	5	4	3	2	1
5. Hatay Bölgesinde Alternatif Turizmin gelişmesi, bölgede yeni istihdam olanaklarının yaratılmasını sağlayarak bölgesel kalkınmayı olumlu yönde etkiler.	0,657	5	4	3	2	1
6. Hatay Bölgesinde Alternatif Turizmin gelişmesi, bölgenin alt ve üst yapı olanaklarını gelişmesini sağladığı için bölgesel kalkınmayı olumlu yönde etkiler.	0,700	5	4	3	2	1

Çizelge 4. 3. (devam) Alternatif turizme etki eden faktörler

7. Hatay Bölgesinde Alternatif Turizmin gelişmesi, bölgedeki tarım ve sanayi sektörlerinin de gelişmesine katkıda bulunarak bölgesel kalkınmayı olumlu yönde etkiler.	0,581	5	4	3	2	1
8. Hatay Bölgesinde Alternatif Turizmin gelişmesi, bölgenin diğer bölgelerle arasındaki gelişmişlik farkının azalmasını sağlar.	0,502	5	4	3	2	1
9. Hatay Bölgesinde Alternatif Turizmin gelişmesi, bölgede kültürler arası etkileşimi sağlayarak bölgenin sosyal açıdan kalkınmasını olumlu yönde etkiler.	0,661	5	4	3	2	1
10. Hatay Bölgesinde Alternatif Turizm doğal alanların korunması açısından bölge halkının duyarlılığını artırır.	0,649	5	4	3	2	1

Çizelge 4. 3. (devam) Alternatif turizme etki eden faktörler

11. Hatay Bölgesinde Alternatif Turizmin gelişmesi, bölge halkının arkeolojik, tarihi ve mimari varlıklarının korunmasına yönelik bilincini artırır.	0,681	5	4	3	2	1
12. Hatay Bölgesinde Alternatif Turizmin gelişmesi, bölgeye yönelik çevre bilinci ve kalitesinin artmasını sağlar	0,644	5	4	3	2	1
Turistik Talepler (Cronbach $\alpha = 0,920$)						
1. Yeterli tanıtım yapıldığı takdirde Hatay Bölgesine yönelik turistik talep artar	0,590	5	4	3	2	1
2. Ulaşım imkânları geliştirildiği takdirde Hatay Bölgesine yönelik turistik talep artar	0,675	5	4	3	2	1
3. Altyapı olanakları geliştirildiği takdirde Hatay Bölgesine yönelik turistik talep artar.	0,633	5	4	3	2	1

Çizelge 4. 3. (devam) Alternatif turizme etki eden faktörler

4. Turistlere yönelik eğlence olanakları geliştirildiği takdirde Hatay Bölgesine yönelik turistik talep artar	0,594	5	4	3	2	1
5. Turistik tesis arzı olanakları artırıldığı takdirde Hatay Bölgesine yönelik turistik talep artar	0,520	5	4	3	2	1
6. Turistik tesislerde hizmet kalitesinin artırılması ile Hatay Bölgesine yönelik turistik talep artar.	0,656	5	4	3	2	1
7. Nitelikli personel istihdamının artırılması ile Hatay Bölgesine yönelik turistik talep artar	0,638	5	4	3	2	1
8. Bölgede turizme yönelik eğitim kurumlarının varlığı Alternatif Turizmin nitelikli işgücü talebini karşılayarak Hatay Bölgesine yönelik turistik talebin artmasını sağlar	0,635	5	4	3	2	1

Çizelge 4. 3. (devam) Alternatif turizme etki eden faktörler

9. Bölge halkı alternatif turizm konusunda bilinçlendirildiği takdirde Hatay Bölgesine yönelik turistik talep artar	0,559	5	4	3	2	1
Turizmin Gelişmesi (Cronbach $\alpha = 0,926$)						
1. Denize yakın olması Hatay Bölgesinde Alternatif Turizmin gelişmesi açısından bir avantajdır	0,392	5	4	3	2	1
2. Bölgede çarpık kentleşme ve trafik sorunu olmaması Hatay Bölgesinde Alternatif Turizmin gelişmesi açısından bir avantajdır.	0,418	5	4	3	2	1
3. Zengin tarihi ve kültürel değerlere sahip olması Hatay Bölgesinde Alternatif Turizmin gelişmesi açısından bir avantajdır	0,462	5	4	3	2	1
4. Hatay Bölgesinin Bozulmamış doğal bir çevreye sahip olması Alternatif Turizmin gelişmesi açısından bir avantajdır	0,533	5	4	3	2	1

Çizelge 4. 3. (devam) Alternatif turizme etki eden faktörler

5. üniversite kenti olması Hatay Bölgesinde Alternatif Turizmin gelişmesi açısından bir avantajdır.	0,636	5	4	3	2	1
6. Altyapı sorunu olmaması Hatay Bölgesinde Alternatif Turizmin gelişmesi açısından bir avantajdır	0,613	5	4	3	2	1
7.Ulaşımın kolay olması Hatay Bölgesinde Alternatif Turizmin gelişmesi açısından bir avantajdır	0,616	5	4	3	2	1
8.Bölgede turizm yatırımlarının yetersizliği Hatay Bölgesinde Alternatif Turizmin gelişmesi açısından bir <u>dezavantajdır</u>	0,651	5	4	3	2	1
9. Bölgede turistik tesis sayısının azlığı Hatay Bölgesinde Alternatif Turizmin gelişmesi açısından bir <u>dezavantajdır</u>	0,633	5	4	3	2	1

Çizelge 4. 3. (devam) Alternatif turizme etki eden faktörler

10. Bölgenin yeterince tanınmaması Hatay Bölgesinde Alternatif Turizmin gelişmesi açısından bir <u>dezavantajdır.</u>	0,641	5	4	3	2	1
11. Turistik ürün çeşitliliğinin (standart otel yapısının dışında etnik kültürü ön plana çıkaran hizmetler gibi) az olması Hatay Bölgesinde Alternatif Turizmin gelişmesi açısından bir <u>dezavantajdır.</u>	0,563	5	4	3	2	1
12. Otellere turlarla gelen turistlere uygulanan “Her Şey Dâhil” sisteminin bölgeye yönelik ekonomik katkıyı olumsuz yönde etkilemesi Hatay Bölgesinde Alternatif Turizmin gelişmesi açısından bir <u>dezavantajdır.</u>	0,525	5	4	3	2	1

Çizelge 4. 5. (devam) Extraction Method: Principal Component Analysis.

16	,406	1,230	87,462				
17	,373	1,130	88,592				
18	,365	1,107	89,699				
19	,357	1,081	90,780				
20	,333	1,010	91,790				
21	,306	,926	92,716				
22	,293	,887	93,603				
23	,256	,775	94,378				
24	,247	,749	95,127				
25	,236	,714	95,841				
26	,226	,684	96,525				
27	,206	,623	97,148				
28	,201	,609	97,757				
29	,173	,525	98,282				
30	,168	,510	98,792				
31	,147	,447	99,239				
32	,134	,407	99,647				
33	,117	,353	100,000				

Faktör analizi sonuçlarını değerlendirmede temel ölçüt, ölçütte yer alan ve değişkenlerle faktörler arasındaki korelasyonlar olarak yorumlanabilen faktör yükleridir. Faktör yüklerinin yüksek olması, değişkenin söz konusu faktör altında yer alabileceğinin bir

göstergesi olarak görülür. Açıklanan varyans oranının %30'un üzerinde olması davranış bilimlerinde yapılan test geliştirme çalışmalarında yeterli görülmektedir (Büyüköztürk, 2004). Çizelge 4.4. incelendiğinde; açıklanan toplam varyans, dönüşümden önceki ve sonraki özdeğerleri vermekte ve 3 faktörün çıktığını göstermektedir. Faktörler, Bölgesel Kalkınma, Turistik Talepler ve Turizmin Geliştirilmesi olarak tanımlanmıştır. Özdeğerlerin açıkladıkları birikimli varyans miktarı, toplam varyansın %64'üdür.

Alternatif turizmin faktörlerden hangisine etki ettiğinin belirlenebilmesi için Friedman Testi uygulanmıştır. (Çizelge 4.5.)

Çizelge 4.6. Faktörlerin öncelik sıralaması

	Ortalama Sıralaması	Test
Bölgesel Kalkınma	2,06	$X^2 = 12,265$
Turistik Talepler	2,06	sd=2
Turizmin Gelişmesi	1,88	p=0,002

*Friedman Testi

Test sonucuna göre alternatif turizmin en fazla bölgesel kalkınma ve turistik taleplere etkisi olduğu ortaya çıkarken en az turizmin gelişmesine olan etkisi vardır ($p < 0,05$).

Çoklu regresyon analizin varsayımlarından biri de, iki bağımsız değişken arasında benzeşiklik probleminin olmamasıdır. Birbirine benzeyen bağımsız değişkenler birbirini kontrol ederek bağımlı değişkeni açıklamakta yetersiz kalırlar. Örneğin; insanlar çalışmıyorlarsa fakir olacaklardır ve gelir düzeyleri düşük olacaktır. Bu iki değişken birbiri ile çok benzer olduğu için bağımlı değişkeni açıklamada yetersiz kalırlar. Benzeşiklik problemini korelasyon analizi ile test edebiliriz. Aşağıdaki tabloda bağımsız değişkenler arasında benzeşiklik problemi olmadığı görülmektedir.

Çizelge 4.6. Faktörler arası korelasyonlar

	Bölgesel Kalkınma	Turistik Talepler	Turizmin Gelişmesi
Bölgesel Kalkınma	1	.806*	.728*
Turistik Talepler	.806*	1	.804*
Turizmin Gelişmesi	.728*	.804*	1

**p<0.01 level (2-tailed).

Burada bölgesel kalkınma ile turistik talepler arasındaki Pearson korelasyon katsayısı $r=0.806$ turizmin gelişmesi arasındaki Pearson korelasyon katsayısı $r=0.728$, turistik talepler ile turizmin gelişmesi arasındaki Pearson korelasyon katsayısı ise $r=0.804$ olarak bulunmuştur. Elde edilen katsayının anlamlılık testinde kullanılacak p değeri de sırasıyla 0,000, 0,000 ve 0,000 olarak elde edilmiştir. Bu p değeri korelasyon katsayısının anlamlı olduğunu yani sıfırdan farklı olduğunu göstermektedir. Eğer p değeri 0.05'den büyük çıksaydı bu durumda korelasyon katsayısının anlamsız yani sıfıra eşit olduğunu söyleyebilirdik. Bu sonuçlara göre bölgesel kalkınma ile turistik talepler doyumu ve turizmin gelişmesi arasında güçlü pozitif yönde bir ilişki vardır.

Çizelge 4. 7. Demografik değişkenler için Anova testi(One Way Anova)

	Bölgesel Kalkınma	Turistik Talepler	Turizmin Gelişmesi
Yaşa göre (Sig.)	0,554	0,365	0,072
Öğrenim durumuna göre	0,202	0,350	0,148
Mesleğe göre	0,015	0,000	0,011
Ortalama aylık gelire göre	0,008	0,000	0,007

Demografik değişkenlere göre faktörlerin durumu yukarıdaki tabloda verilmiştir. Tabloya göre turistik talepler mesleğe ve ortalama aylık gelire göre farklılık göstermemekte, diğer gruplarda farklılık göstermektedir.



5. SONUÇ

Ülkelerin kalkınmasında ciddi bir role sahip olan turizm faaliyetleri günümüzde yerel oluşumlar tarafından önemsendiği gibi günden güne artan aktif turist kapasitesiyle insanların yüksek oranda rağbet ettiği bir sektör olarak gelişimi sürdürmektedir. Rağbet edilen bölgelerden beklentilerin ziyaretçilerin profilinin etkisi altında şekillendiği göz önüne alındığında turist profilinin şekillendirilmesinin söz konusu bölgedeki turizm faaliyetlerini olumlu yönde etkileyeceği aşikardır. Turizmin etkisinde bölgenin kalkınması yönünde açılan yöntemler kişilerin talepleri doğrultusunda şekillendirilerek oluşturulmalıdır. Oluşturulan yöntemlerin olumlu etkileri zaman içerisinde görülecektir. Sayısal anlamda etkisinin sonucu olarak da destinasyonların turizm kapasitelerinde artışa gidiş; zaman içinde tanınırlığının sağlanması ve arz-talep ilişkisini iyi tahlil etme ile bir araya getirildiğinde ise kapasitenin turist yoğunluğu ile karşılanması yönünde bir büyümenin sağlanacağı belirtilir. İşleyen bir turistik bölgede ekonomik akışın hızlanması bölgenin iktisadi kalkınmasını sağlayacaktır. Bu nedenle de turizm yatırımları birçok taraf açısından önemlidir. Yatırımın yapıldığı bölgelerde kontrollü bir gelişim çizgisi izlendiğinde, bölge halkının refahının artmasıyla beraber bu bölgede turizm gerçekleştirecek turistlerin isteklerini ve ihtiyaçlarını gerçekleştirmesi mutualist bir eylem içerisinde gerçekleştirilir. Alternatif turizm bu mutualist ilişkinin oluşturulmasındaki fraksiyon çeşitliliğinin temel dayanağını oluşturarak bölgenin ihtiyaçlarının analizleri çerçevesinde veyahut doğal bir ilerleyiş durumu içerisinde turizm faaliyetlerinin en verimli biçimde gerçekleştirilebilmesine olanak sağlamaktadır. Hatay bölgesi örneğinde kişiler çerçevesinde yapılan analizin ortaya koyduğu gibi turistik talepler, turizm gelişimi ve bölgesel kalkınma değişkenlerinin pozitif yönlü bağ içerisinde gelişim gösterdiği belirtilmiştir. Bu gelişim desteklenmesi açısından bölgenin ihtiyaçları değerlendirilerek alternatif turizm çerçevesinde gerek tekil gerek kompozit yöntemler ortaya koyarak turizmin talepler göz önüne alınarak desteklenmesi gerekmektedir. Hatay bölgesi açısından bir sonuca varmak gerekirse: gastronomik, kültürel-tarihi, inanç turizmi potansiyeli yüksek olduğu için gelişime açıktır bölgenin ihtiyaçlarının doğru analizi ile bölgedeki turizmin gelişiminin devam ettirilmesi, desteklenmesi gerekmektedir. Alternatif turizm kaynaklarına yeterli yatırımların sağlanması ile de bölgedeki turizmin ekonomik ihtiyaçlarına destek olunmalıdır. Hatay bölgesinde gerçekleştirilecek gelecek faaliyetlerde belirtilen etkenlerin ve ihtiyaçların göz önüne alınması faydalı olacaktır.

KAYNAKLAR

- Açcı, Y. (2008). Hatay İlinin Sosyo-Ekonomik Yapısı ve Gelişme Potansiyeli. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.*, 113.
- Ak, D. Bıçkı, D. ve Özgökçeler, S. (2013). Avrupa’da ve Türkiye’de Sosyal Turizm. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (31), 49–73.
- Akdu, Uğur. (2018). Engelli Turizmi: Yasal Düzenlemeler ve Uygulamalar. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi*. 9. 99-123.
- Akkiprik, A. (2011). Hatay İli Samandağ İlçesi Ekoturizm Kullanımına Yönelik Peyzaj Potansiyelinin Saptanması. *Selçuk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü*, 29.
- Albayrak, A. (2011). Türk Turizminde Sürdürülebilir Rekabet Avantajı Elde Etmenin Ön Koşulu: Ülke İmajı. *12. Ulusal Turizm Kongresi*, 42.
- Albayrak, A. (2013). Alternatif turizm. *Detay Yayıncılık*.
- Altınay, M. (1996). KKTC-Çukurova işbirliğinin bölge turizmine etkileri. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*. 7(2). 56-57.
- Arslan Kalay, H., Şahin, S. ve Meriç, S. (2018). Mimari Mirasın Turizme Açılmasının Mimari Mirasın Korunmasına Etkisi: Sanat Tarihi ve Turizm Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 8 (1), 65-78.
- Artun, E. (2009). Hatay İnanç Merkezlerinin Hatay'ın Tanıtılmasına Katkısı Üzerine Görüşler. *Çukurova Üniversitesi Türkoloji Araştırmaları Merkezi*.
- Bougie, R. Sekaran, U. (1984). Research Methods For Business: A Skill Building Approach. *John Wiley & Sons, Inc.* Hoboken, NJ.
- Boz, M. (2004). Turizmin Gelişmesinde Alternatif Turizm Pazarlamasının Önemi. Yayımlanmamış Doktora Tezi. *Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*. 85. İstanbul.
- Burton, D. (1998). Measuring Competitive State Anxiety. *Advances in Sport and Exercise Psychology Measurement*. 129-148. Morgantown.

- Cömert, M. (2014). Turizm pazarlamasında yöresel mutfakların önemi ve Hatay mutfağı örneği. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 2(1), 64-70.
- Çakıcı, A. C. (2009). Toplantı Yönetimi, Kongre, Konferans, Seminer ve Fuar Organizasyonları. *Detay Yayıncılık*. Ankara.
- Çelik, S. (2018). Kilis'te Turizm. *Journal Of International Social Research*, 11(59):329-343. 129-204.
- Çontu, M. (2006). Alternatif Turizm Çeşitleri ve Kızılcahamam Termal Turizmi Örneği. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*. Bolu.
- Diker, O. (2019). Somut Olmayan Kültürel Miras ile İlişkisi Bağlamında Etnik Turizm. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 8 (1), 671-684.
- Durgun, A. (2006). Bölgesel Kalkınmada Turizmin Rolü: Isparta Örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*. Isparta.
- Eminoğlu, E. (2019). Katılımcı Algılarının Kongre Turizminin Geliştirilmesine Etkileri; Antalya İlinde Bir Araştırma. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Antalya.
- Erdavletov, S. (2003). Turizm Tarihi: Gelişimi ve Bilimsel Araştırılması. *Rauan Yayınları*. Almatı.
- Güzel, Ö. (2010). Turistik Ürün Çeşitlendirmesi Kapsamında Yeni Bir Dinamik: İnanç Turizmi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 2(2), 87-100.
- Hacıoğlu, N. ve Avcıkurt, C. (2008). Turistik ürün çeşitlendirmesi. *Nobel Yayın Dağıtım*. Ankara.
- İnternet: DOĞAKA(Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansı) (2014). Lojistik Sektör Raporu 2014. URL: https://www.dogaka.gov.tr/assets/upload/dosyalar/www.dogaka.gov.tr_444_ZU5L89_VC_Lojistik-Sektor-Raporu-2014.pdf, Son Erişim Tarihi: 13.11.2022
- İnternet: Ekşioğlu, A. G. Toplantı Türleri ve Kongrelerin Nitelik ve Sınıfları [PowerPoint slayt]. URL: <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&u>

[act=8&ved=2ahUKEwjOrPXj14eAAxW4SPEDHU8CA04QFnoECBYQAQ&url=https%3A%2F%2Favys.omu.edu.tr%2Fstorage%2Fapp%2Fpublic%2Faysengonul.eksioglu%2F132956%2F1.%2520Hafta%2520TOPLANTI%2520T%25C3%259CRLER%25C4%25B0%2520-Kongrelerin%2520Nitelik%2520ve%2520S%25C4%25B1n%25C4%25B1rlar%25C4%25B1.pptx&usg=AOvVaw2h1LCddEHVrr4-Wx2XtGiU&opi=89978449](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&act=8&ved=2ahUKEwjOrPXj14eAAxW4SPEDHU8CA04QFnoECBYQAQ&url=https%3A%2F%2Favys.omu.edu.tr%2Fstorage%2Fapp%2Fpublic%2Faysengonul.eksioglu%2F132956%2F1.%2520Hafta%2520TOPLANTI%2520T%25C3%259CRLER%25C4%25B0%2520-Kongrelerin%2520Nitelik%2520ve%2520S%25C4%25B1n%25C4%25B1rlar%25C4%25B1.pptx&usg=AOvVaw2h1LCddEHVrr4-Wx2XtGiU&opi=89978449), Son Erişim Tarihi: 07.10.2022

İnternet: Ekşioğlu, A. G. Turizm Türleri ve İlgili Mevzuat [PowerPoint slayt]. URL: <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&act=8&ved=2ahUKEwiowMij2oeAAxVybpEDHcrKBCYQFnoECBcQAQ&url=https%3A%2F%2Favys.omu.edu.tr%2Fstorage%2Fapp%2Fpublic%2Faysengonul.eksioglu%2F133051%2F6.%2520hafta%2520TUR%25C4%25B0ZM%2520T%25C3%259CRLER%25C4%25B0%2520VE%2520%25C4%25B0LG%25C4%25B0L%25C4%25B0%2520MEVZUAT.pptx&usg=AOvVaw18WwsvYw9XggEv0LOHqi3l&opi=89978449>, Son Erişim Tarihi: 07.10.2022

İnternet: Emekli, G. (2015). Dağlar, dağcılık ve turizm. Coğrafyada Yeni Yaklaşımlar. 205, 217. URL: https://www.academia.edu/download/39425041/Gozde_Emekli-Atalay.pdf, Son Erişim Tarihi: 14.10.2022

İnternet: ICCA (International Congress and Convention Association) (2016), 2016 ICCA Statistics Report–Public Abstract. URL: <http://icpb.in/wp-content/uploads/ICCA-Statistics-Report-2016-Public-Abstract.pdf>, Son Erişim Tarihi: 21.05.2022

İnternet: Kaleci, F., Boztaş G., Dağlıoğlugil, Ö. F. (2017). Kongre Turizminin Artırılmasına İlişkin Fizibilite Raporu. URL: <https://www.konyadayatirim.gov.tr/assets/upload/dosyalar/kongre-turizminin-artirilmasina-iliskin-fizibilite-raporu.pdf>, Son Erişim Tarihi: 22.05.2022

İnternet: TC. Kültür ve Turizm Bakanlığı. Hatay İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Müze ve Ören Yerlerini Ziyaret Eden Yerli ve Yabancı Ziyaretçi İstatistiği. URL: <https://hatay.ktb.gov.tr/TR-60904/muze-istatistikleri.html>, Son Erişim Tarihi: 09.11.2022

İnternet: TC. Maden Tetkik ve Arama Genel Müdürlüğü. Türkiye Jeotermal Kaynaklar

- Dağılımı ve Uygulama Haritası [jpg dosyası] URL: <https://www.mta.gov.tr/v3.0/sayfalar/hizmetler/jeotermal-harita/images/1.jpg>, Son Erişim Tarihi: 02.11.2022
- İnternet: TC. Sağlık Bakanlığı. Türkiye’de Termal Sağlık Turizmi [pdf dosyası]. URL: <https://Shgmturizmdb.Saglik.Gov.Tr/Eklenti/10949/0/07pdf.Pdf>, Son Son Erişim Tarihi: 23.09.2022
- İnternet: TC. Sağlık Bakanlığı. URL: <https://www.saglik.gov.tr>, Son Erişim Tarihi: 23.09.2022
- İnternet: TC. Teknoloji ve Sanayi Bakanlığı (2012). *TC. Teknoloji ve Sanayi Bakanlığı 2012 İl Durum Raporu*. Ankara. Ankara Sanayi Genel Müdürlüğü. <https://www.sanayi.gov.tr/plan-program-raporlar-ve-yayinlar/81-il-sanayi-durum-raporlari>, Son Erişim Tarihi: 02.11.2022
- İnternet: TKB, (2014). Hatay İli Uygun Yatırım Alanları Araştırması. 68. http://www.hatay.gov.tr/kurumlar/hatay.gov.tr/belgeler/ekitaplar/isgucu_piyasasi_analiz_calismasi.pdf, Son Erişim Tarihi: 18.11.2022
- İnternet: Tontus, H. Ö. (2019). Sağlık Turizmi Nedir?. *SATURK yayınları*. [https://Shgmturizmdb.Saglik.Gov.Tr/Eklenti/10944/0/02pdf.Pdf#:~:Text=1\)%20medikal%20turizm%20\(T%C4%B1p%20turizmi\)&Text=Sa%C4%9flık%C4%B1k%20hizmetlerini%20almakt%C4%B1r.-](https://Shgmturizmdb.Saglik.Gov.Tr/Eklenti/10944/0/02pdf.Pdf#:~:Text=1)%20medikal%20turizm%20(T%C4%B1p%20turizmi)&Text=Sa%C4%9flık%C4%B1k%20hizmetlerini%20almakt%C4%B1r.-), Son Erişim Tarihi: 24.09.2022
- İnternet: TÜRSAB (2016). Türsab Gençlik Turizmi 2015 Raporu. http://Www.Tursab.Org.Tr/Dosya/12191/Tursab-Genclik-Turizmi-2015-Raporu117755463808_12191_560578.Pdf, Son Erişim Tarihi: 15.10.2022
- Karaman, A. ve Sezgin, M. (2008). Turizm Sektöründe Pazarlama Aracı Olarak Sevahat Acenteleri ve İnsan Kaynakları (Konya'da Bir Uygulama). *Journal of Travel & Tourism Research*, 8.
- Korkmaz, S. (1988). Turizmin Ekonomik ve Sosyal Etkileri. *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası*, 46(-).
- Kurdoğlu, O. (2008). Turizmin Yeşil Şapkası: Ekoturizm ve Diğer Turizm Kavramları. *Kırsal Çevre Yıllığı 2008*, 73-92.

- Oktayer, N., Susam, N. ve Çak, M. (2007). Türkiye’de turizm ekonomisi. *İstanbul Ticaret Odası*, İstanbul.
- Özçoban, E. (2019). Türkiye’de Kış Turizmi ve Erciyes Kayak Merkezi Üzerine Bir Değerlendirme. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 7(3), 1606-1625.
- Öztürk, Y. ve Yazıcıoğlu, İ. (2002). Gelişmekte olan ülkeler için alternatif turizm faaliyetleri üzerine teorik bir çalışma. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2(10), 183-195.
- Pirselimoğlu Batman, Z., & Demirel, Ö. (2015). Ecology-based tourism potential with regard to alternative tourism activities in Altındere Valley (Trabzon–Maçka). *International Journal of Sustainable Development & World Ecology*, 22(1), 39-49.
- Şafak, İ. (2009). Türkiye’deki Av Turizmi Uygulamalarının Özel Avlak İşletmelerine Etkileri. *Turkish Journal Of Forestry*, 4(2), 133–148.
- Şahan, H., Uyangör, N. ve Işıtan, S. (2014). Öğrenme-Öğretme Strateji ve Modelleri. Öğrenme Öğretme Kuram ve Yaklaşımları (pp.283-324). *Pegem Akademi*.
- Tekeli, H. (2001). Turizm Pazarlaması ve Planlaması. *Detay Yayıncılık*, 4.
- Uspanova, B. (2017). Kazakistan’ın Turizm Potansiyeli ve Geliştirilebilir Turizm Çeşidi Olarak Kültür Turizminin İncelenmesi. *Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*. 122. Antalya.
- Ünsaldı, M. (2007). Fuarçılık ve Türkiye’de Fuarçılıkla İlgili Faaliyetler. *Fırat Üniversitesi Doğu Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 153-156.
- Ünüvar, Ş. ve Atalay, R. (2019). Yerli Ziyaretçilerin ve Halkın Alternatif Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Etkisine Yönelik Algısı: Beyşehir Örneği. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 22(2), 469-480.
- Vanat, L. (2020). 2020 International Report on Snow & Mountain Tourism Overview of the key industry figures for ski resorts.
- Yaşar, O. (2015). Hatay ve Osmaniye İllerinde Demir-Çelik Sanayi Kümelenmesi. O. Sanayi Coğrafyası Açısından Bir Araştırma. *Mediterranean Journal of Humanities*, V/1, 387-412.

Yıldız, Z. (2007). Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Sağladığı Katkılar ve Göller Bölgesi Uygulaması. Yayımlanmamış doktora tezi. *İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, İstanbul.

Yıldız, Z. ve Kalağan, G. (2005). Alternatif Turizm Kavramı ve Çevresel Etkileri. *Yerel Siyaset Dergisi*





TEKNOVERSITE



teknoversite **AYRICALIĞINDASINIZ**

İSTE

