

ALTERNATİF TURİZM KAVRAMININ ORTAYA ÇIKIŞI

İnsanlar ilk çağlardan bu yana çeşitli nedenlerle seyahat etmişlerdir. İlk çağlarda, insanların seyahat nedeni sadece yiyecek-içecek bulma ihtiyacını karşılamaya yönelikken, daha sonraları inanç, sağlık, spor, ticaret, kültür vb. durumlar seyahat nedeni hâline gelmiştir. Günümüzde ise insanlar, bunların dışında daha farklı deneyimler yaşamak için seyahat etmektedir. Turizm hareketlerinin tam olarak ne zaman başladığı bilinmemekle beraber, Sümerlerin yazı, tekerlek, para ve ticareti keşfetmeleri nedeniyle MÖ 4000 yılında ilk turizm hareketlerini başlattığı düşünülmektedir. Sümerlerden sonra Mısır uygarlığının gelişmiş bir uygarlık olması ve Mısır'da Menfis çevresinde bulunan Piramitlerin birçok ziyaretçi tarafından ziyaret edilmesi, ayrıca o dönemde burayı ziyaret edenler için barınma-konaklama tesislerinin inşa edilmiş olması Mısır'da turistik faaliyetlerin olduğunun göstergesidir. Günümüzdeki turizm faaliyetlerine benzer turistik faaliyetlere ise İlk Çağ Yunan ve Roma dönemlerinde rastlamak mümkündür. Antik Roma ve Yunan döneminde insanların seyahat amaçları değişerek, sportif, zevk, sağlık, ticari amaçlı olmaya başlamıştır. Özellikle Antik Yunan Uygarlığı tarafından MÖ 700 yıllarında Antik Yunan Olimpiyat Oyunlarının düzenlenmesi, çok sayıda insanın olimpiyatları izlemek amacıyla başka kentlerden gelmesine neden olmuştur. Orta Çağ ile beraber Roma İmparatorluğu'nun çöküş dönemine girmesi, seyahatlerin azalmasına ve seyahat amaçlarının değişmesine neden olmuştur. Orta Çağ döneminde Kudüs, Mekke, Medine gibi inanç merkezlerine olan ziyaretlerin arttığı gözlemlenmektedir. Ayrıca dönemin gezginlerinden olan Marco Polo'nun Venedik'ten Çin'e kadar yapmış olduğu seyahatleri bir kitapta kapsamlı bir şekilde yazması, yine dönemin seyyahlarından olan Vasco de Gama, Christoph Colomb, Magellan ve Evliya Çelebi tarafından yapılan seyahatler insanlarda merak uyandırmıştır. Bunu izleyen dönemde, I. Dünya Savaşı öncesinde ve sonrasında çalışan insanların ücretli tatil hakkı gibi birtakım haklar elde etmesi ve ulaşım imkanlarının gelişmesi ile daha fazla insanın seyahat edebilmesine imkân sağlamıştır. II. Dünya Savaşı döneminde turizm hareketleri altı yıllık bir kesintiye uğramış olmasına rağmen, savaş için geliştirilen teknolojiler ve askerlerin dünya çapındaki seyahatleri daha sonraki dönemlerde turizm hareketlerine önemli katkılar sağlamıştır. Savaş sırasında uçakların geliştirilmesi, jet motorunun icadı ve savaş sonrasında savaş esnasında kullanılan uçakların yolcu taşınmasında kullanılmaya başlaması ile hava yolu ulaşımı bu dönemde başlamıştır. Savaş sonrasında askerlerin ve yakınlarının savaş yaptıkları yerleri görmek istemeleri, farklı turizm çeşitlerinin gelişmesine ve uluslararası seyahatlerin büyük oranda artmasına sebep olmuştur. II. Dünya Savaşı'ndan sonraki dönemde turizm; istihdam ve gelir yaratma, döviz kazandırma özelliği ile özellikle az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin ekonomik kalkınmalarına katkı sağlamıştır. II. Dünya Savaşı sırasında ulaşım ve iletişimde gelişmeler yaşanmasıyla ulaşım ve iletişim araçları daha fazla kişi tarafından kullanılmaya başlamıştır. Savaş sonrasında savaşta kullanılan uçakların toplu taşımada kullanılabilmesi, iletişimde yaşanan gelişimlerle birlikte insanların diğer ülkelerden haberdar olması daha fazla sayıda insanda seyahat etme isteği uyandırmıştır. Bu dönemde öncülüğünü Thomas Cook'un yaptığı paket turlar düzenlenmiştir. Ekonomik olan ve daha fazla insanın seyahat etmesini sağlayan bu paket turlar daha fazla sayıda insanın turizm hareketlerine katılmasını sağlamıştır. Bu gelişmelerin sonunda ise seyahat eden insanların ihtiyacını karşılamaya yönelik büyük kapasiteli ve zincir işletmeler açılmaya başlamıştır. Daha fazla kişinin seyahat edebilmesi için çok sayıda insan taşınmasına imkân verebilecek ulaşım araçları geliştirilmiştir. Dünyada 1950'li yıllardan sonra turizm talebi hızlı bir şekilde artış göstermiştir. Bu yıllarda turizm talebi kıyı kesimleri üzerinde yoğunlaşmış deniz-kum-güneş üçlüsü turizme katılma amacı hâline gelmiştir. Turizmin belirli zamanlarda ve belirli bölgelerde yoğunlaşması çevreye düzeltilmesi zor zararlar vermiştir. Bu etkileri azaltabilme, turizm hareketlerinin belirli yerlerde ve belirli zamanlarda yapılabilmesini önleme, turistlerin değişen beklentilerini karşılayabilme hedefi alternatif turizm kavramını ortaya çıkarmıştır. Alternatif turizm, kitle turizminin karşıtı olarak değerlendirilirken olumlu ekonomik etkiler sağlayan ve çok az olumsuz etkileye neden olan ideal bir turizm formu olarak görülmektedir. Kaynakların azalması ve niteliklerinin bozulması; sürdürülebilir turizm anlayışının ortaya çıkması; turizmin bütün yıla yayılması anlayışının gelişmesi; tüketicilerin klasik turizm anlayışından sıkılması ve farklı beklentilere girmesi; tüketiciler için farklı ve heyecan dolu tatillerin yaratılması alternatif turizmin çıkış nedenlerinden bazıları olarak tanımlanmaktadır.

ALTERNATİF TURİZM KAVRAMININ TANIMI

Alternatif turizm kavramı dünyada 1980'li yıllarda konuşulmaya başlanmıştır ve 1984 yılında Tayland Chiangmai'de Üçüncü Dünya Turizmi Ekümenik Koalisyon (Ecumenical Coalition on Third World Tourism, ECTWT) toplantısında farklı bir seyahat biçimini teşvik eden bir süreç olarak tanımlanmıştır. Bu komisyon, alternatif turizmle ilgili bir kitap yayımlayarak alternatif turizmin şu özelliklere sahip olması gerektiğini belirtmiştir:

- Yerel halkla kısa süreli temaslar kurulmalı,
- Ticari olmayan öğrenme seçenekler sunmalı (çalışma gezileri, çalışma kampları, değişim ziyaretleri),
- Yerel halkın yaşam biçimine ait fikir edinebilmek için ev sahibi ülke ve topluluklara uzun süreli seyahat etme imkânı sağlamalıdır. Cohen'e (1987) göre alternatif turizm; modern tüketime karşı olan, maceracı, gezgin, doğal ya da romantik bir yer arayan kişilerin kitle turizmine olan tepkileri olarak ortaya çıkmıştır. Ayrıca Cohen alternatif turizm kavramını, kaynakların tüketilmesine tepki olarak "adil" bir turizm fikrini vurgulayan, "karşılıklı anlayışı ilerletmeye çalışarak çevresel ve kültürel bozulmaları önleyebilmek için yapılan tüm çabaların toplamı" olarak tanımlamaktadır. Başka bir tanıma göre alternatif turizm; doğal kaynak stoklarını koruyarak kaliteli bir çevre oluşturmayı ve yöre halkının turizm ile ilgili aktivitelerini kontrol ederek bu yönde ekonomik fayda sağlamayı amaçlamaktadır. Bu nedenle sürdürülebilir gelişimin temelleri ile alternatif turizm kavramları arasında yakın bir ilişki bulunmaktadır (Dowling, 1993).

ALTERNATİF TURİZM KAVRAMININ ÖZELLİKLERİ

Alternatif turizmin kendine has özellikleri bulunmaktadır. Alternatif turizm; küçük ölçekli, bireyselliğe önem veren, yerel halka öncelik veren, sürdürülebilirlik ilkesi ve taşıma kapasitesini dikkate alan, tüm paydaşların katılımını sağlayan, yerel halka ve tüketicinin yaşam kalitesine öncelik veren, yerel halk ile ziyaretçiler arasında pozitif iletişimi öngören bir yapıda olması gerekmektedir (Kozak ve Bahçe, 2009).

ALTERNATİF TURİZM PAZARI

Alternatif turizm pazarı, turistleri pasif hâle getiren kitle turizminin sunmuş olduğu paket turların aksine turistlerin aktif katılımını sağlayan farklı bir turizm modeli önermektedir. Burada bahsedilen aktif kavramı şu şekilde açıklanabilir; alternatif turizme katılanların ziyaret ettikleri bölgelerin özelliklerine ve gittikleri bölgelerdeki doğal çevreye ve kültürel yaşam tarzına aktif olarak katılma isteği göstermeleridir. Alternatif turizm, tüketicilere daha kişiselleştirilmiş bir seyahat deneyimi sağlamak için post-fordizmden türetilen "niş" pazardır. Niş pazarlama; "göreceli olarak benzer niteliklerde mal veya hizmetlere gereksinim duyan, bir ya da daha çok benzer özelliği paylaşan, küçük bir tüketici kitlesinin isteklerini daha iyi karşılamak amacıyla geliştirilen pazarlama faaliyetleri" olarak tanımlanmaktadır.

ALTERNATİF TURİZME YÖNELİK ELEŞTİRİLER

Alternatif turizm kitle turizminin olumsuz etkilerini azaltmaya yönelik çözüm önerileri ortaya koymaya çalışsa da alternatif turizme yönelik bazı eleştiriler de yapılmaktadır. Kozak ve Bahçe (2009) alternatif turizme yönelik eleştirilerini şöyle sıralamaktadır:

- Alternatif turizmin kontrol edilemediğinde kitle turizmine benzer bir özellik kazanması,
- Bazı alternatif turizm türlerinin kontrol edilemediğinde çevresel tahribatlara ve sorunlara neden olabilmesi,
- Turizm yatırımlarında güçlü yerel seçkinlerin kontrol yeteneğinin artması gibi sorunlara neden olabilmesi,
- Yerel halkın ekonomik kaygıları ve rekabette öne geçebilme çabalarının, yerel halkı ve yatırımcıları bu kuralları ihlal eden davranışlara yönlendirebilmesidir.

ALTERNATİF TURİZM TÜRLERİ

Alternatif turizm, müşteri istek ve beklentilerinde oluşan değişimleri göz önünde bulundurarak yeni turizm türleri sunmayı amaçlamaktadır. Alternatif turizm ürünü, yavaş gelişim gösteren turizm faaliyetlerini, optimum karlılığı, uzun vadede turistik gelişmeyi temsil etmektedir. Alternatif turizm; kültür, spor, doğa, gastronomi, kongre, festival, inanç, kumar, alışveriş, intihar, sanal, vb. turizm türleri gibi çok çeşitli turizm türleri sunmaktadır.

KÜLTÜR TEMELLİ ALTERNATİF TURİZM TÜRLERİ

Bu ünite de kültür temelli alternatif turizm türleri olan kültürel miras turizmi, dark turizm, diaspora turizmi, etnik turizm ve ipek yolu turizmi kavramları açıklanmaya çalışılmıştır. Kültürel Miras Turizmi Kültür turizmi oldukça geniş kapsamlı olan bir turizm çeşididir. Kültür turizmi denince ilk akla gelen bir bölgenin hâlihazırdaki, o an yaşanan kültürünün turistler tarafından yaşanmasıdır. Başka bir deyişle, bir destinasyonda kültür turistleri tarafından kültürün deneyimlenmesidir. Kültür turistleri, gittikleri destinasyonlarda yaşayan insanların yaşam biçimlerini, tarihini, sanatını, rekreatif hareketlerini öğrenmek istemekte ve ona göre hareket etmektedir. Kültür turizminin amaçları arasında hâlihazırdaki kültürel değerleri korumak ve yeniden hareketlendirmek, canlandırmak, yaşatmak, kültürel değerleri koruma bilincini yerel halkta oluşturmak, fiziksel yapıları kültürüne göre geliştirmek ve oluşturmak, yerel halkın öncelikli olduğu destinasyonlar oluşturmak yer almaktadır. Diğer taraftan, kültür turizmi ile kültürel miras turizmi arasında farklılıklar bulunmaktadır. Kültür turizmi bir toplumun tüm kültürel varlıklarına odaklanmaktadır. Kültürel miras turizmi, özellikle miras alanları gibi bir destinasyonu diğer destinasyonlardan ayıran kendine özgü somut ve soyut unsurları kapsamaktadır. Kültür turizmine katılan turistler, destinasyon seçimlerinde doğal ve kültürel çekiciliklere sahip miras alanlarını öncelikli olarak tercih etmektedir. Aynı zamanda, kültür turizmine katılan turistler için seçmiş oldukları destinasyonlarda somut ve soyut olan kültürel ve doğal miras alanları çekicilik unsurudur. Ayrıca, turistlerin bir alanı dünya mirası alanı olarak algılaması, ilgili alanı ziyaret etmeye, giriş ücreti ödemeye, rehberli bir tura katılmaya veya alana ulaşmak için daha fazla zaman harcamaya istekli olmalarını sağlamaktadır. Diğer taraftan, ülkelerin miras alanları ya da kuşdili gibi somut veya soyut kültürel unsurların korunmasına, geliştirilmesine ve yönetilmesine önem vermelerine rağmen kaynakları yetersiz kalabilmektedir. Devlet kaynaklarının yanında yerel halkın, yerel işletmelerin, yerel yönetimlerin de bu konuda desteğine ihtiyaç vardır. Bu konulara odaklanan bir kuruluş olan UNESCO, miras alanları listeleri ve somut olmayan kültürel miras listeleri oluşturarak dünyadaki kültürel varlıklara gerekli önemi vermeye başlamıştır. Dark Turizm Dark turizm kelime anlamı olarak karanlık turizmi çağrıştırmaktadır. Dark turizm olarak değerlendirilen alanlar arasında özellikle savaş alanları, toplu cinayet alanları, büyük trajedilerin yaşandığı yerler, yaşamayan ünlü kişilerin evleri, türbeler, suikast veya terör ile bağlantılı saldırı alanları, soykırım bölgeleri, felaket bölgeleri gibi birçok alan yer almaktadır. Bütün bu alanlara yapılan ziyaretler dark turizm kapsamında değerlendirilmektedir. Dark turizmi tanımlayacak genel kabul görmüş bir tanım bulunmamaktadır. Diğer taraftan, dark turizmi kısaca; ölüm, trajedi ve acıyı içeren yerlere yapılan turistik hareket olarak tanımlamak mümkündür. Dark turizmi tanımlayacak genel kabul görmüş bir tanım bulunmamaktadır. Diğer taraftan, dark turizmi kısaca; ölüm, trajedi ve acıyı içeren yerlere yapılan turistik hareket olarak tanımlamak mümkündür. Dark turizmin temelinde yatan motivasyonlar arasında insanların ilgili mekân/destinasyonlara giderek orada yaşanan anları gözünde canlandırmak, yaşananları hissetmek ve hüznün, acı, keder gibi hisleri yaşama isteği bulunmaktadır. Dark turizm olarak değerlendirilen trajedi turizmi, morbid turizm, thana turizm gibi birçok alternatif turizm türü bulunmaktadır. Diaspora Turizmi Diaspora turizmi, özetle insanların kökenlerini bulmak için anavatanlarına gitmesi anlamına gelmektedir. Pasifik ve Karayip Adaları'ndan Filipinler'e, Çin'den Gana'ya, Bangladeş'ten Hindistan'a kadar geniş bir yelpazede önemli bir turizm türü olan diaspora turizmi (Scheyvens, 2007), günümüzde önemli bir alternatif turizm türü hâline gelmiştir. Dünyada birçok ülke bu alternatif turizm türü için destinasyonlarını tasarlamakta, hazırlamakta ve pazarlamaktadır. Diaspora turizmi, nispeten yeni bir alternatif turizm türü olması sebebiyle tanımlanması zordur. Bu yüzden anavatan turizmi, ata toprakları turizmi, geri dönüş turizmi, akraba ve arkadaşları ziyaret etme turizmi gibi farklı şekillerde tanımlanmaya çalışılmıştır. Diaspora turizminin kültür temelli alternatif turizm türleri içerisinde yakın ilişkili olduğu türler, kültürel miras turizmi, dark turizm, inanç turizmi ve etnik turizmdir. Diaspora turizmi, bu alternatif turizm türlerinin içerisinde veya altında bir turizm türü gibi algılsa da anavatanlardan uzaklaşarak başka ülkelerde azınlık olarak yaşamaları olarak tanımlanan diasporanın içindeki derin anlamdan dolayı diaspora turizmi farklı bir alternatif turizm türü olarak değerlendirilmektedir. Diğer Kültür Temelli Alternatif Turizm Türleri Etnik turizm, özetle kültürel ve egzotik deneyim yaşamak ve özel etnik gruplarla iletişime geçmek için yapılan ziyaretler olarak adlandırılabilir. Turistik ziyaretler esnasında, insanların dans ya da tören gibi performansları ve etnik gruplar ile ilgili ürünleri deneyimlemek ve tüketmek etnik turizmin motivasyonları veya faaliyetleri

arasında önemli bir yere sahiptir. Etnik grup ile kasıt ortak tarihî, kültürü, dinî, dili ve yaşam tarzını paylaşan farklı sosyokültürel insanlardır. İpek Yolu, Asya'yı Avrupa'ya bağlayan bir ticaret yolu olmasının ötesinde, 2000 yıldan beri bölgede yaşayan kültürlerin, dinlerin, ırkların da izlerini taşımakta ve olağanüstü bir tarihi ve kültürel zenginlik sunmaktadır. Orta Asya Türk cumhuriyetlerinin bağımsızlıklarını kazanmalarından sonra, İpek Yolu'nun hem bir ticaret yolu, hem de tarihî ve kültürel değer olarak yeniden canlandırılması gündeme gelmiş, bu yol boyunca inşa edilmiş ve artık kullanılmayan yapıların, yeni işlevler kazandırılarak korunmaları ve yaşatılmaları için çalışmalar başlatılmıştır. İpek Yolu üzerinde ülkemizde yer alan 11 kervansaray bulunmaktadır. Bu bölgelere yapılan ziyaretler İpek Yolu Turizmi kapsamında değerlendirilmektedir. Kültür temelli alternatif turizm türleri arasında yer alan "İnanç Turizmi" ve "Etkinlik Turizmi", geniş bir biçimde ele alınmak üzere diğer ünitelerde yer almaktadır.

SAĞLIK TURİZMİ

İnsanoğlunun varoluşundan itibaren sağlık sorunları yaşaması ve özellikle antik çağlarda bu sorunlarını genellikle bitkilerle tedavi etmeleri ilkeliliğin bir göstergesi iken günümüzde sağlık sorunlarının tedavisinin turizm faaliyetleri kapsamına alınmasıyla tedaviler daha modern bir hâle getirilmiştir. Bir ülkede yaşayan insanların uzun ve sağlıklı yaşamaları, hastalığa yakalanma oranlarının düşük olması veya salgın hastalıkların kısa sürede önlenabilir olması, o ülkenin sağlık standartları ve kalitesi hakkında bilgi vermektedir. Sağlıklı yaşam standartları belirleyerek bunu sürdürülebilir hâle getirmeye çalışan ülkeler bu konuda ciddi harcamalar ve yatırımlar gerçekleştirmektedirler. Dünyanın da küresel bir hâle gelmesiyle uluslararası alanda sürekli bir gelişim söz konusu olmuştur. Ancak bu gelişimin özellikle ülkelerin sağlık turizminin farkına varmasıyla gerçekleştiği söylenebilir. Sağlık turizmi tedavi olmak amacıyla seyahat eden insanların sağlık, konaklama, yeme-içme, eğlence ve diğer ihtiyaçlarını kapsayan bir alternatif turizm türü olarak tanımlanmaktadır. Sağlık turizmi, tedavi olmak amacıyla sağlık merkezlerine giden insanların fiziksel olarak sağlık durumunu daha iyi hâle getirmek veya organ nakli, estetik operasyon, fizik tedavi, diş tedavisi, rehabilitasyon vb. ihtiyaçları olan insanlarla birlikte uluslararası hasta potansiyelini temel bir şekilde kullanarak sağlık merkezlerinin büyümesine ve gelişmesine sebep olmaktadır. Türkiye; stratejik konumu, ulaşım kolaylıkları, binlerce yıllık tarihi, altyapısı, uluslararası düzeyde akredite hastaneleri, uzman doktorları ve destekleyici diğer kaynakları ile önemli bir sağlık turizm destinasyonudur. Türkiye'nin sağlık turizminde diğer ülkeler ile kıyaslandığı zaman sahip olduğu bazı avantajlar bulunmaktadır. Bu avantajlar; sağlık hizmetleri alanında yeterli altyapıya sahip olmak, sağlık hizmetlerinin diğer ülkelere göre daha ekonomik olmasından dolayı fiyat avantajına sahip olmak, sağlık hizmetleri alanında eğitilmiş ve nitelikli yetişmiş insan kaynağına sahip olmak, Avrupa ülkeleri ve Orta Doğu ülkeleri arasında bir köprü konumunda olduğundan dolayı hem batı hem de doğu ülkelerinden hasta çekebilme potansiyeline sahip olmak, dünya standartlarında hizmet sunabilecek altyapı ve üstyapı olanaklarına sahip olmaktır. Uluslararası ve ulusal düzeyde önemli bir turizm payına sahip olduğu görülen sağlık turizminin çok geniş bir alanı kapsadığı ifade edilebilir. İnsanların evlerinden ayrılıp, farklı destinasyonlarda tedavi görme istekleri ve farklı hastalıklara yakalanmaları, farklı sağlık turizmi türlerinin doğmasına sebep olmuştur. Sağlık turizminin türleri; medikal turizm, termal turizm, spa ve wellness turizmi, geriatri turizmi ve engelli (engelsiz) turizmdir. Medikal Turizm Medikal turizm, insanların yaşadıkları ülkede talep ettikleri sağlık hizmetlerinin verilmediği durumlarda veya hizmetin verilmesine rağmen fiyatlarının çok yüksek olduğu ya da sigortalarının kapsamında olmadığı durumlarda tedavi olmak amacıyla yurt dışına gitmeleri sonucu gerçekleştirilen turizmdir. İlgili yazında tıp turizmi olarak da ifade edilmektedir. Medikal turizm ile ilgili yapılan tanımlamaların ortak noktası medikal turizmin maliyeti düşük ve prosedürlerinin az olmasıdır. Medikal turizm insanların tedavi olmak veya cerrahi müdahale amacıyla deniz aşırı yaptıkları seyahatlerin artması ile birlikte hızlı bir şekilde gelişmekte olan bir niş pazar olarak ortaya çıkmış ve dünya genelinde oldukça hızlı bir gelişme göstermiştir. Bu bağlamda dünyanın farklı ülkelerinde yaşayan insanların başka ülkelerdeki tıp biliminin birçok farklı alanından sağlık hizmeti alabilmek için medikal turizm merkezlerine seyahat etmektedirler. Medikal turizm kapsamında gerçekleştirilen sağlık hizmetleri; plastik cerrahi ameliyatları, göz ameliyatları, diş tedavileri, tüp bebek uygulamaları, kalp cerrahisi, her türlü kanser tedavisi ve organ nakli ameliyatları gibi çeşitli tedavilerdir Termal Turizm Termal turizm, insanların tedavi amacıyla termal hizmetlerin sunulduğu işletmelere giderek kaplıca, deniz ve iklim değerleriyle birlikte konaklama, yiyecek-içecek, fiziksel ve zihinsel rekreasyon hizmetlerinden faydalanmaları sonucu gelişen bir turizm çeşididir. Kültür ve Turizm Bakanlığı termal turizmi; termomineral su banyosu, içme, inhalasyon, çamur banyosu gibi farklı türdeki yöntemlerin yanı sıra iklim, kür, fizik tedavi, rehabilitasyon, egzersiz, psikoterapi, diyet gibi destek tedavilerinin birleştirilmesi ile yapılan kür ve tedavi uygulamalarının yanında termal suların eğlence ve rekreasyon amacıyla kullanımı ile meydana gelen bir alternatif turizm türü olarak tanımlanmaktadır. Termal turizm belirli bir ölçüdeki sıcaklık oranında ortaya çıkan faydalı mineralleri içeren şifalı su, çamur ve buharın bulunduğu bölgelerde ortaya çıkmaktadır. Termal kaynaklardaki suların bileşimindeki madeni tuz ve minerallerin özelliklerine göre pek çok hastalığın tedavisinde, kas ve asabi yorgunlukların tedavi edilerek vücudun zindelik ve gücünü tekrar geri kazanmasında önemli rol oynamaktadır. Spa ve Wellness Turizmi Uluslararası Spa Birliğinin yaptığı tanıma göre; spa birçok farklı profesyonel uygulamaların insan

bedenini harekete geçirerek, ruhunu dinlendirerek ve zihnini uyararak bütüncül sağlığın artırıldığı mekânlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Wellness; insan bedenini, ruhunu ve zihin sağlığını dengede tutarak artırmayı öngören bir yaşam felsefesidir. Bütüncül ve sürekli olarak gelişen ve değişen bir sağlık anlayışını temsil eden wellness well-being ve fitness sözcüklerinin birleşmesinden oluşan yapay bir sözcük olarak karşımıza çıkmaktadır. Wellness turizmi; spa ziyaretleri, fitness programları, diş veya güzellik uygulamaları, hafif tıbbi uygulamalar, ruhsal terapiler, beslenme uygulamaları ve çeşitli kültürlerden gelen birçok farklı alternatif terapilerin bir veya birden fazlasını kapsamaktadır. Geriatri Turizmi Geriatri, toplumun yaşlı kesiminin ihtiyaç duyduğu tedavi imkanlarını sunan hizmetleri kapsayan bir alan olarak nitelendirilmektedir. Geriatri turizmi ise belli bir yaşın üzerindeki insanların yaşadıkları sağlık problemlerinin giderilmesini turizm faaliyetleriyle gerçekleştirmek anlamına gelmektedir. Bir başka ifadeyle, genel olarak yaşlı insanların sağlığının korunması, muhtemel çıkabilecek rahatsızlıkların önlenmesi, tanı ve tedavilere yönelik gerçekleştirilen seyahatler olarak tanımlanmaktadır. Dünya’da hızla artmakta olan geriatri turizmi sağlık turizmi açısından medikal turizm ve termal turizm gibi önemli bir potansiyele sahiptir. Sağlık hizmetlerinde son gelişmeler ışığında gerçekleşen gelişmeler sağlık hizmetlerine ulaşılabilirliği daha kolay hale getirmekte, bunun yanı sıra dünya nüfusunun yaşlanması ve özellikle gelişmiş ülkelerde insan ömrünün uzaması turizm alanındaki yatırımcıların genelde yaşlıların katıldığı geriatri turizmine yönelmelerini sağlamaktadır. Engelli (Engelsiz) Turizmi Engelli turizm; insanların birlikte seyahat edebildiği, tatil yapabildiği, konaklayabildiği, sosyal mekânlardan faydalanabildiği, başka insanların yardımına muhtaç olmadan özgür ve eşit olanaklar sunan sağlık turizmi kapsamında değerlendirilen bir turizm türüdür. Bu turizm insanların doğuştan elde ettikleri haklardan özgürce yararlanabilmeleri için önlerinde herhangi bir engel olmaksızın sürdürülebilir bir şekilde hak ve hizmetlere erişebilmesini öngörmektedir. Engelli insanların turizm aktivitelerine katılabilmesi, bu insanların topluma kazandırılmasında destek sağlayıcı bir unsur niteliğindedir. Engelli turizmi engelli insanlara yönelik gerekli düzenlemelerin yapılması sonucunda gerçekleştirilebilecek bir turizm çeşididir. Engelli insanlara yönelik yapılacak düzenlemelerin maliyeti diğer turizm türlerine göre maliyet açısından daha yüksektir. Ancak engelli insanların tek başına veya refakatçi eşliğinde turizm amaçlı seyahat etmeleri hem engelli insanların gelişimini ve özgüvenini artırmakta ve diğer insanlara bağımlılıklarını azaltmakta hem de engelli turizminin gelişmesine büyük ölçüde katkı yapması açısından önem taşımaktadır. Bu bağlamda engelli turizm kapsamında seyahatlerin gerçekleştirilmesi ülkelerin turizmden elde ettiği gelirlerde dramatik ölçülerde artış meydana getirecek ve engelli turizmine yönelik yapılan tüm harcamalar uzun dönemde kar sağlayıcı olacaktır.

DOĞA TEMELLİ ALTERNATİF TURİZM TÜRLERİ

Deniz-kum-güneş üçgeninde yürütülen turizm faaliyetlerinin olumsuz çevresel etkileri ve farklı alternatifler arayan insanların değişen yaşam koşulları sonucunda (şehrin gürültüsü ve koşuşturmacası gibi) doğaya yönelmesiyle doğa temelli turizm türleri ortaya çıkmıştır. Doğa temelli alternatif turizm türleri doğada gerçekleşmektedir ancak uygulama alanları ve uygulama şekilleriyle birbirlerinden farklı özelliklere sahiptir. Alternatif turizm kavramı, özellikle doğa temelli alternatif turizm türleri sürdürülebilir turizm, yeşil turizm, soft turizm ve ekoturizm gibi kavramlarla zaman zaman birbirinin yerine kullanılabilir. Literatürde sıklıkla ekoturizm yerine kullanılan doğa temelli turizm kavramı için bazı araştırmacılar bu iki terim arasında önemli farklılıklar olduğuna değinmektedir. Dolayısıyla bu bölümde doğa temelli alternatif turizm türleri açıklanmadan önce kavramlar incelenecek, daha sonra da çiftlik turizmi, agro/tarım turizmi, “ yayla turizmi, akarsu turizmi, dağ ve kış turizmi, deniz turizmi ve mağara turizmi gibi doğa temelli alternatif turizm türleri açıklanacaktır. Doğa Temelli Turizm Doğa temelli alternatif turizm faaliyetleri eğitim, macera ve rekreasyon gibi üç önemli unsurdan oluşmaktadır. Doğa temelli alternatif turizm türleri doğal kaynakların korunmasını, kültürel ve ekolojik açıdan daha duyarlı seyahatlerin yapılmasını teşvik etmektedir. Doğa temelli turizmi, doğa ve doğayla ilgili olguların, bu alanları ziyaret etmek için temel güdülenme olduğu, doğal alanlara yapılan seyahattir. Doğa temelli turizm, turizm faaliyetleri arasında özellikle gelişmekte olan ülkeler açısından ekonomik önemi nedeniyle gün geçtikçe daha popüler hâle gelmektedir. Doğa temelli turizmin büyük bir pazar yarattığı ve dünya genelinde doğa turistlerinin yaban hayatı izlemek, gördüklerini fotoğraflamak ve doğal ortamları görmek için yıllık ortalama 14 milyar dolar harcadığı vurgulanmaktadır. Türkiye de özellikle Doğu Karadeniz Bölgesi zengin coğrafyası ve doğal kaynaklarının çeşitliliğiyle doğa temelli turizm merkezli bir yapılanma için en uygun bölgelerden biridir. Bu bağlamda bu turizm türlerinin geliştirilmesi yöre halkı ve ülke açısından hem sosyal hem çevresel hem de ekonomik anlamda oldukça önemlidir. Sürdürülebilir Turizm Dünya Turizm Örgütü (WTO) tarafından yapılan sürdürülebilir turizm tanımı şu şekildedir: “Ziyaretçilerin, endüstrinin, çevrenin ve ev sahibi toplulukların ihtiyaçlarını karşılayan, mevcut ve gelecekteki ekonomik, sosyal ve çevresel etkileri tam olarak dikkate alan turizmdir.” Sürdürülebilir turizm kavramının temelinde doğal ve toplumsal değerlerin korunmasını ön plana çıkararak turistik faaliyetlerin uzun vadede kalıcı olması sağlamak vardır. Sürdürülebilir turizm kavramının kökeni Dasmann, Milton ve Freeman’ın 1973 yılında yayınladığı Ecological Principles For Economic Development adlı esere dayanmaktadır. Sürdürülebilir turizm yaklaşımı; Turizmin geliştirilmesinde kilit bir unsur olan çevresel kaynakların en iyi şekilde kullanılması, Gerekli ekolojik süreçlerin sürdürülmesi ve doğal mirasın ve biyolojik çeşitliliğin korunmasına yardımcı olunması, Ev sahibi toplulukların sosyokültürel özgünlüğüne saygı gösterilmesi, İnşa edilmiş ve yaşayan kültürel mirasların ve geleneksel değerlerin korunması ve kültürler arası anlayışa ve hoşgörüyü katkıda bulunulması, Tüm paydaşlara adilce dağıtılan sosyoekonomik fayda sağlanması, Yoksulluğun azaltılmasına katkıda bulunması, Ev sahibi topluluklara sosyal hizmetler ve gelir yaratıcı fırsatlar ve istikrarlı istihdamı kapsayan uzun vadeli ekonomik işlemlerin sağlanmasını içermelidir. Sürdürülebilir otel kavramı; enerji ve suyu daha az tüketen, CO2 emisyonları azaltılmış olan, küresel iklim değişikliği üzerindeki olumsuz etkiyi en aza indirgeyen, inşasında geri dönüştürülebilir malzemeler kullanan ve yatırımcısının sosyal ve çevresel sorumluluğunu üstlendiği bir kavram olarak ortaya çıkmaktadır. Sürdürülebilir oteller için geliştirilmiş değerlendirme programları dünyada Green Globe, Green Key, Eu Eco Label; Türkiye’de ise “Yeşil Yıldız” - Turizm Bakanlığı ve “Beyaz Yıldız” - TÜROFED tarafından geliştirilen sertifikalar, bir otel yapısının sürdürülebilirliğini değerlendirmek için yapılmış çalışmalardır. . Ekoturizm Eko-turizm kavramı 1983 yılında Hector Ceballos-Lascrain tarafından ortaya atılmıştır. Ceballos-Lascrain ekoturizmi, bir yerdeki geçmiş ve şimdi var olan kültürel ifadeler kadar, doğayı, yaban hayatını ve doğal bitkisini inceleme, doğa hayranlığı, görünüşünden zevk alma gibi belli amaçlarla kısmen bozulmamış veya kirletilmemiş doğal alanlara yapılan seyahat” şeklinde tanımlamıştır. Ekoturizm, sürdürülebilirlik ilkesini de içermektedir. Ekoturizm seyahatlerine olan talebi artıran unsurlar; uluslararası turizm talebinin yapısında oluşan farklılıklar, eğitim düzeyindeki artış, çevreye karşı artan ilgi ve bilinçtir. Bu nedenle Birleşmiş Milletler 2002 yılını ekoturizmin küresel önemine değinmek için ‘Uluslararası Ekoturizm Yılı’ olarak ilan etmiştir. Türkiye’deki ekoturizm uygulamalarına örnek olarak, Şirince Köyü verilebilir. Ekoturizm için başka bir örnek de, Karadeniz Çevre Derneği koordinatörlüğünde Avrupa Birliğinin de desteklemiş

olduğu EKODİYALOG projesidir. Türkiye’de ekoturizm denildiğinde ilk akla gelen yerler Erzurum-Palandöken Dağları, Kastamonu-Zümrüt Köyü, Artvin-Kaçkar Dağları, Kazdağı Millî Parkı-Tahta Kuşlar Etnografya Galerisi’dir. . Soft Turizm Soft turizm, 1980’lerin sonu ve 1990’ların başında, sürdürülebilir turizmin birden fazla şekillerinden biri olarak ortaya çıkmıştır. Soft turizm (yumuşak turizm) turizmin çevreye duyarlı bilinçli bir şekilde yapılması gerektiğini ifade etmektedir. Soft turizmde; hem yerel örf ve adetlere saygı gösterilmeli, hem de çevre ve doğa korumaya önem verilmelidir. Soft turizm; yeşil turizm, doğa turizmi, alternatif turizm, ekoturizm, yayla turizmi, çiftlik turizmi, bilinçli turizm vb. gibi terimlerle anılmaktadır. . Yeşil Turizm Yeşil turizm, özellikle geleneksel ya da kitle turizminden ziyade daha çok çevreye dost olarak düşünülen turizm olarak algılanmaktadır. Yeşil turizm olgusu için sürdürülebilirlik çok önemlidir. Dünyadaki ilk sürdürülebilir turizm sertifikasyon programlarından biri olan Yeşil turizm, en çok aranan eko-etiket ve sertifikasyon programlarından biri olmayı sürdürmüştür. Yeşil Turizm, şu anda ve gelecekte çevrenin, yerel sakinlerin, işletmelerin ve ziyaretçilerin ihtiyaçlarını dikkate alan bir turizm anlayışıdır. . Doğa Temelli Alternatif Turizm Türleri Çiftlik turizmi, agro/tarım turizmi, yayla turizmi, akarsu turizmi, dağ ve kış turizmi, deniz turizmi ve mağara turizmi; doğa temelli alternatif turizm türleridir. . Çiftlik Turizmi Kırsal alanlardaki köy yerinde yapılan konaklama ve etkinlikler çiftlik turizmi olarak adlandırılmaktadır. Çiftlik turizmi insanların sürekli ikamet ettikleri, çalıştıkları ve sosyal temel ihtiyaçlarını karşıladıkları yerler dışında, faaliyette olan bir çiftliğe gününbirlik veya konaklamalı olarak gelmelerinden ve çiftlikteki faaliyetlere katılmalarından doğan turizm türüdür. Çiftlik turizminin yapıldığı tatil çiftlikleri, tarımsal büyük çiftlikler, özel çiftlikler, tarih yöre çiftlikleri, çalışma çiftlikleri, sportif ve rekreasyonel çiftlikler ve çiftlik orman işletmeleridir. Çiftlik turizmi, tarımsal çeşitlilik yaratarak çiftçi ailelerine iş imkânı, aynı zamanda işlerini ve kendilerini gerçekten çiftlik turizmine odaklamış olanlara da işletmecilik faaliyetleri sunmaktadır. . Agro/Tarım Turizmi Doğa temelli alternatif turizm türlerinden biri olan agro turizm (Türkçesi tarım turizmi) çevreye duyarlı ve kaynakları koruma-kullanma düşüncesiyle sürdürülebilirlik sağlamaktadır. Agro /tarım turizmi, doğrudan tarımsal çevreye, tarım ürünlerine ve tarım alanlarındaki konaklamalara bağlı turizm türüdür. Agro/tarım turizmi çiftlik turizminden farklı olarak evde yapılan ürünlerin tadılması (konserve, hamur işi, peynir vb.), çiftlik ürünlerinin satın alınması, gündelik tarım faaliyetlerine katılma, yöresel kültürü ve gelenekleri görme (dans, müzik, kıyafet vb.) gibi yapılan faaliyetleri içermektedir. Agro/tarım turizmi faaliyetleri İtalya, Amerika Birleşik Devletleri, Almanya, Avustralya, Gürcistan ve Türkiye’de görülmektedir. Türkiye’de agro/tarım turizmi ile ilgili uygulamaya örnek olarak Buğday Derneği tarafından yürütülen “Ekolojik Çiftliklerde Tarım Turizmi ve Gönüllü Bilgi Tecrübe Takası”, projesi verilebilir. . Yayla Turizmi Yayla turizmi, tatillerini alışılmadık şekilde, temiz hava, bol oksijen, kaynak suyu içeren tabii ortamlarda geçirmek isteyenlerin yaylalara giderek yaptıkları seyahatleri ifade etmektedir. Yayla turizmi, doğal bir ortamda insanların dinlenme ve rahatlama imkânı sunmaktadır. Yayla turizmi, kırsal turizmin özellikleri ile benzerlik göstermektedir. Türkiye’de özellikle Karadeniz Bölgesi zengin bitki örtüsü, krater gölleri, dereleri ve ırmakları, dağ ve doğa yürüyüş alanları, rafting, av ve olta balıkçılığına elverişli yapısıyla yayla turizmi açısından çok önemli elverişli bir bölgedir. . Akarsu Turizmi Akarsu turizmi akarsuların rafting, kano veya nehir kayağı yardımıyla geçilmesi olarak tanımlanan bir turizm türüdür. Akarsu turizmi genellikle küçük gruplar hâlinde gerçekleştirilen ve akarsu üzerinde çeşitli sportif faaliyetlerle turistlere macera, eğlenme gibi deneyimler sunan bir turizm türüdür. Rafting, kano ve nehir kayağı için oldukça elverişli olan Türkiye’deki akarsuların büyük bölümünde "akarsu turizmi" gerçekleştirilmektedir. Türkiye’de rafting yapılan akarsular; Çoruh Nehri/ Karadeniz Bölgesi’nin en doğusu, Dalaman Çayı/Muğla, Köprüçay/Antalya, Manavgat Çayı/Antalya, Dim Çayı/Antalya, Feke-Göksu Nehri/Adana, Zamantı Irmağı/Kayseri, Fırtına Deresi/Rize, Altıparmak (Barhal) Çayı/Artvin, Anamur (Dragon) Çayı/Mersin, Göksu Nehri/Mersin ve Fırat Nehri/Elâzığ şeklinde sıralanabilir. . Dağ ve Kış Turizmi Dağ turizmi, dağlık ortamda bulunma, dinlenme ve tatil amaçlı dağ sporlarını içeren bir turizm türüdür. Kış turizmi ise genellikle karlı ortamlarda gerçekleşen ve kış sporu uygulamalarının ağırlıklı olarak geliştirildiği merkez/alanlar üzerinde yoğunlaşan bir turizm hareketidir. Dağ ve kış turizmi genellikle alpizim ve sportif tırmanış olarak ikiye ayrılmaktadır. Turizm açısından her kesimin katıldığı tür olarak alpizim, içerisinde kaya, buzul, kar, tırmanış özelliklerini kapsayan dağcılık teknik ve malzemelerini kullanarak zirveye ulaşmaktır. Sportif tırmanış ise, genellikle belirli bir düzeyde tecrübesi olan meraklı ve profesyonellerin katıldığı kaya üzerinde ya da yapay duvarlarda yapılan tırmanıştır. Türkiye'nin en büyük dağı olan Ağrı Dağı’na (5165 m.) tırmanış için en uygun zaman Temmuz, Ağustos ve Eylül aylarıdır. Tırmanış amacıyla diğer dağlar: Beydağlar-Antalya, Erciyes Dağı-Kayseri, Bolkar Dağları-Mersin, Aladağlar-Niğde, Kaçkar Sıradağları-Rize, Mercan (Munzur) Dağları-Tunceli ve Süphan Dağı-Van’dır. Türkiye’deki en popüler kış sporları kayak merkezleri: Erzurum-Palandöken, Kocaeli-Kartepe, Bursa-Uludağ, Bolu-Kartalkaya, Kastamonu-Ilgaz, Kars-Sarıkamış, Erzincan-Bolkar, Kayseri-Erciyes ve Isparta-Davraz’dır. . Deniz Turizmi Deniz turizmi bir kişinin ikamet ettiği yerden uzak bir yere seyahat etmesini kapsayan, ayrıca odağı ya da ev sahibi deniz çevresi (tuzlu ve gelgitten etkilenen sular) olan eğlence ve dinlenme faaliyetleri içermektedir. Bu sebeple birçok aktivite deni

z turizmi kapsamında yer almaktadır. Bunlar arasında tüplü ve şnorkelli dalış, rüzgâr sörfü, balıkçılık, deniz canlılarını ve kuşlarını gözleme, kruvaziyer turizmi ve feribot endüstrisi, yelkencilik, yat turizmi, kutup turizmi, deniz müzeleri, tüm kumsal aktiviteleri ve daha fazlası sayılabilir. . Mağara Turizmi Mağara turizmi, özellikle resmedilmeye değer ve olağanüstü mağara manzaralarını ve çevresini merak eden kişiler ile jeolojik yer şekillerinin veya özelliklerin korunmasıyla ilgilenen kişiler tarafından tercih edilen bir turizm türüdür. Dünya üzerinde birçok mağara turizm amaçlı kullanılmakta ve pek çoğu da işletilmek üzere projelendirilmektedir. Mağaraların turizme açılmasındaki en önemli özellik, damlama, akma, buharlaşma, durgun su ortamı gibi çökme oluşumları sebebiyle speleotem (mağara oluşumu) adı verilen şekillerin renk, biçim, yoğunluk ve boyutları açısından sundukları görselliklerdir. Türkiye’de 2017 yılı itibarıyla yaklaşık olarak 40.000 adet mağara olduğu bilinmektedir. Ancak bunlardan sadece 31 tanesi turizme açıktır.

SPOR TURİZMİ

Spor turizmi genel olarak; sportif aktiviteler ve faaliyetler amacıyla seyahate çıkan turistlerin oluşturduğu bir alternatif turizm türü olarak tanımlanmaktadır. Alışılmış turizm çeşitleri yerine, bugün turistler farklı sportif etkinliklere katılmak, önemli spor organizasyonlarını izlemek ve bireysel veya profesyonel olarak spor yapmak için seyahat etmekte ve farklı turizm bölgelerine ziyaret gerçekleştirmektedir. Toplumsal dayanışmaya ön ayak olan ve farklı kültürlerin tanınmasına olanak veren spor evrensel nitelikler taşımaktadır. Sporun evrenselliği ise toplumlarda insanların birbirinden dil, din, ırk, eğitim, kültür vb. özelliklerle ayrılmalarını engellemektedir. Bu durumda sporla herkese eşit bir tutum sergilendiğini söylemek mümkündür. Farklı özelliklerde insanlar tarafından yapılabilen spor turizmi, yapılış amacına göre, gerçekleştiği yere göre vb. sebeplerle değişik biçimlerde sınıflandırılabilir. Spor turizmi yaygın şekilde futbol turizmi, golf turizmi, akarsu turizmi, dağ turizmi, hava sporları turizmi, deniz turizmi ve su altı dalış turizmi olarak yediye ayrılmaktadır. Futbol Turizmi Futbol 21. yüzyılda büyük kitleleri oluşturan milyonlarca insan tarafından seyredilen aktif bir spor dalı olmanın yanı sıra ekonomik önemi giderek artan yüksek oranda ticari bir hacme sahip bir etkinlik türü olarak karşımıza çıkmaktadır. Futbol turizmi genel olarak; insanların futbol oynamak veya futbol takımlarının maçlarını izlemek için turizm hareketlerine katılmak suretiyle seyahat etmelerinden kaynaklanan ve spor turizmi içerisinde değerlendirilen bir turizm türü olarak tanımlanmaktadır. Futbol turizmini diğer turizm türlerinden ayıran en temel özellik, futbol turizminde katılımcıların aktif bir şekilde yer almasıdır. Ayrıca futbol takımlarının ve futbolcuların özelliklerinden dolayı doğrudan bölgeye ve dolaylı olarak ülkeye turist olarak takım taraftarlarını ve diğer futbol severleri çekerek ek turizm talebi de sağlamasıdır. Futbol dünya genelinde milyonlarca insanı ilgilendiren bir spor olmakla beraber, ünlü futbol takımlarının sezon hazırlık kamplarını nerede yaptıkları her zaman futbol severler için merak konusu olmuş ve ülke tanıtımında önemli rol oynamıştır. Futbol takımlarının kamp süreci boyunca yapmış oldukları harcamalar turizm hareketlerine farklı bir boyut kazandırmıştır. Aynı zamanda organize edilen turnuvalar ve seyirci ile taraftarların bu sürece dâhil edilmesi de hareketliliği sağlamıştır. Ayrıca futbol maçları televizyonlarda yayınlanarak kampın yapıldığı ülkenin de tanıtımına vesile olunmuştur. Golf Turizmi Golf turizmi; uçları kıvrık şekilde ve clup olarak adlandırılan 14 farklı metal veya tahta sopa ile küçük sert bir topa doğada özel olarak yapılmış birçok doğal ve yapay engelin bulunduğu ortalama 750.000 metre karelik bir sahada oynanan bir açık hava sporu olarak tanımlanmaktadır. Golf sporunda saha içerisinde önceden belirlenmiş 18 parkur (çukur) bulunmaktadır. Golf sopaları ile golf topuna vurularak top belirlenen deliklere en az vuruş yapılarak oyun tamamlanmaktadır. Golf turizminin yapıldığı bölge itibarıyla tarım arazilerinin golf sahası inşasında kullanılması, bu sahaların yapımı sırasında kullanılan yüksek oranda kimyasal gübre, su ve ilaç kullanılmasından dolayı bölge insanının yaşam kalitesinin düşmesi gibi bazı olumsuz sonuçlara neden olabilmektedir. Buna rağmen golf turizmi, spor turizmi kapsamında değerlendirilen spor turizmi çeşitleri içerisinde üzerinde önemle durulması gereken yatırım maliyeti yüksek ancak sağladığı gelirler ile yatırımın çok kısa süre içerisinde karşılandığı alanlardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Akarsu Turizmi Akarsu turizmi akan nehre uygun bir yerinden şişme botlarla girilerek hızla akan suların ve çağlayanların geçilmesi olarak tanımlanmakta ve genelde iki farklı şekilde yapılmaktadır. Bunlar; beş veya dokuz kişilik şişme botlarla yapılan rafting ve bir veya iki kişilik şişme botlarla yapılan kano olarak karşımıza çıkmaktadır. Akarsu turizmi tamamen doğal şartlarda gerçekleştiğinden dolayı çevreyle uyumlu ve çevre kirliliğine neden olmayan ve doğal güzellikleri ön plana çıkarması yönüyle macera ve doğa tutkunlarının artan talepleriyle karşılaşacak ve bu bağlamda turizmin geleceğinde önemli bir konumda olacaktır. Akarsu turizmi, doğa turizminin öne çıkan türlerinden biri olarak, Türkiye'nin sunduğu bu büyük potansiyelin geliştirilmesi ve geniş kitlelere hitap edecek bir şekilde tanıtımının yapılması önem arz etmektedir. Büyük oranda yatırım gerektirmeyen akarsu turizmi bölge tarihi, arkeolojik, kültürel ve otantik değerleri ve diğer turizm türleriyle bir bütünü oluşturmaktadır. Akarsu turizminde kullanılan parkurların uzunluğu yaklaşık 12-20 km arasında değişmektedir. Dağ Turizmi Dağ turizmi; hem sezon içi hem de sezon dışı dağlık ortamlarda bulunma, dinlenme ve tatil ile dağ ve doğa spor faaliyetleri gibi birçok aktiviteyi kapsayan bir alternatif turizm türü olarak tanımlanmaktadır. Genel olarak İngilizcede "Alpinizm" olarak bilinen dağcılık turizmi yapıldığı dağlara göre adlandırılmakta iken, Türkçede bu spora verilen isim herhangi bir dağ tercihi yapmadan dağcılık sözüyle benimsenmiştir. Dağ turizmi katılımcılarına

doğayla mücadele etme imkânı verirken aynı zamanda katılımcıların sürekli aktif hâlde bulunması ve hareket hâlinde bile dinlenme ve yenilenmeyi yapabilmelerini gerektirmektedir. Turizm sektörü açısından bakıldığında dağ turizmi hızla gelişme göstererek ülkelerin ulusal ekonomilerine turizm aracılığıyla katkı sağlamakta ve dağlık bölgeler kıyı alanlarından sonra en fazla tercih edilen yerler olarak karşımıza çıkmaktadır. Dağ turizmi ülkelerin turizmden elde ettiği gelirleri artırarak ulusal ekonomilerine katkı yapmakta ve dağlık alanların da gelişmesini sağlamaktadır. Dağ turizminin sağladığı yararların yanında eğer kontrolsüz bir şekilde uygulanırsa dağlık alanın hem doğal hem de kültürel değerlerinin bozulması gibi olumsuz sonuçlar da ortaya çıkabilmektedir. Bu nedenle dağların uzun dönemde olumlu etkilerinin ve çekiciliğin sürdürülebilmesi, kaynaklarının istikrarlı bir şekilde yönetilmesi gerekmektedir. Hava Sporları Turizmi Hava sporları turizmi; insanların herhangi bir ticari amaç olmaksızın sürekli yaşadıkları yerlerden ayrılarak hava araçlarından birini veya birden fazlasını kullanarak, sportif aktivitelere katılmak, bu aktiviteleri izlemek veya bu aktivitelerin organizasyonlarına katılabilmek için gerçekleştirdikleri seyahatler olarak tanımlanmaktadır. Hava sporları hava araçları ile gerçekleştirilmektedir. Hava araçları ise havalanabilme ve havada seyredebilme özeliğine sahip her çeşit araca verilen isimdir. Hava sporları turizmi çevreye saygılı bir turizm türü olması bakımından da önem arz etmektedir. Bu turizm türü kapsamında yapılan faaliyetler ve aktiviteler diğer turizm çeşitleri ile kıyaslandığı zaman doğal çevreye karşı daha az olumsuz etkilere neden olduğu görülmektedir. Hava sporlarının çevreye olumsuz etkileri sadece ağır motorlu araçların kullanılması sonucu hava kirliliği, gürültü ve gökyüzünde yaşayan hayvan türlerinin rahatsız edilmesi gibi sonuçları doğurmaktadır. Ancak, hava sporları turizmi kapsamında genellikle hafif motorlu veya motorsuz araçlar kullanılmakta ve bu durum minimum veya sıfır düzeyde emisyon oranına neden olmaktadır. Bu bağlamda hava sporları turizmi kapsamında gerçekleştirilen bu faaliyetlerin çevre dostu olması nedeniyle hava sporları sürdürülebilir turizme de katkı sağlamaktadır. Hava turizmi sporları kapsamında kullanılan araçlar katılımcıların ilgi alanlarına göre farklı çeşitlerde olabilmektedir. Kültür ve Turizm Bakanlığına göre hava sporları turizminde kullanılan araçlar; Yamaç paraşütü, yelken (delta) kanat, sıcak hava balonu, mikrolayt, planör, model uçak ve paraşüt olarak karşımıza çıkmaktadır. Deniz Turizmi Deniz Turizmi, deniz araçları ile denizin üzerinde, altında veya kıyısında yapılan dinlenme ve eğlenme faaliyetlerini içeren bir turizm türüdür. Deniz turizmi turizm sektörünün temel unsurlarından biri olan denizin ortaya çıkardığı bir turizm türü olmakla beraber giderek sektördeki önemini artırmaktadır. Turizm açısından bakıldığı zaman deniz her zaman çekiciliği olan unsurlardan biri olmuştur. İnsanların turizm denince genellikle akıllarına deniz, güneş ve kum üçlüsünün gelmesi deniz turizminin ne kadar önemli olduğunu gösteren ayrı bir husustur. Deniz turizmi deniz aşırı seyahat eden insanların büyük bir bölümü için motivasyon kaynağı oluşturmakta ve ülkelerin turizmden elde ettikleri gelirlerin önemli bir kısmını oluşturmaktadır. Örnek olarak; Türkiye turizm gelirlerin yaklaşık olarak % 20'sini deniz turizmi aracılığıyla elde etmektedir. Ayrıca, Türkiye'ye gelen yabancı turistlerin % 90'ı deniz turizmi amaçlı olarak gelmektedir. Bu bağlamda deniz turizminin talebin en yüksek olduğu turizm türü olduğu söylenebilir. Su Altı Dalış Turizmi Su altı dalış turizmi genel olarak su altı dünyasının flora ve fauna ve arkeolojik kültür objelerini görme, bu unsurları fotoğraflama ve filme alma ve spor amaçlı balık avlama amacıyla gerçekleştirilen tanıtım, eğitim ve sportif amaçlı dalışlar ile deniz kıyısında sağlanan konaklama ve ağırlama hizmetlerini kapsayan faaliyetler bütünü olarak değerlendirilmektedir. Su altı dalış turizminin gelişmesini sağlayan birçok neden bulunmaktadır. Bu nedenler; kıyı ve su altı jeomorfolojisi, deniz flora ve faunası, iklim, su altı arkeolojisi, liman hizmetleri ve konaklama gibi fiziki ve beşerî altyapı olarak sıralanmaktadır. Türkiye üç tarafı denizlerle çevrili ve doğal kaynaklar açısından çok zengin bir ülke olduğu düşünüldüğü zaman su altı dalış turizmi önemli bir turizm arz potansiyeli olarak ortaya çıkmaktadır. Türkiye'nin tarih boyunca önemini kaybetmemiş coğrafi konumu su altı dalış turizmi açısından destinasyonlarının özel bir konumda olmasını sağlamaktadır. Türkiye dört mevsim dalış yapabileceği imkânı veren ılıman iklimi, zengin su altı coğrafyası ve batıkları sayesinde su altı dalış sporu yapan turistlerin dikkatini çekmektedir.

GASTRONOMİ TURİZMİ

İnsanların yaşadığı bütün dönemlerde, beslenme hayatı bir öneme sahip olmuş ve insanlar; rahat beslenmek için göç etmişler, savaşmışlar ve sahip oldukları verimli toprakları korumak için gayret göstermişlerdir. Geçmişte olduğu gibi günümüzde de beslenme önemli bir konu olmaya devam etmektedir. Beslenme; bir ihtiyaç olmanın da ötesine geçerek sosyolojik bir hâl almaya başlamış, bunun sonucunda gastronomi kavramı doğmuştur. İnsanların yeme içme alışkanlıklarını, kültürlerini ve davranışlarını inceleyen gastronomi, kavram olarak geçmişi milattan önce dördüncü yüzyıllara kadar uzansa da popülerliği günümüzde artırmaya başlamış ve dünya üzerinde önemli bir disiplin olmuştur. Gastronomi kavramının gelişmesiyle birlikte ülkeler ve bölgeler yemek kültürlerine önem vermeye başlamıştır. Gastronomiye verilen bu önem, ülke veya bölgelerin mutfaklarına olan ilgiyi artırarak insanların gastronomi turizmine yönelmelerini sağlamış ve özel ilgi turizmi kapsamlı gastronomi turizmi gelişmeye başlayarak yapılan seyahatlerin önemli nedenlerinden biri olmuştur. Gastronominin bu öneminden dolayı bu bölümde gastronomi kavramının ne olduğundan, gastronomi ve turizm ilişkisinden ve gastronomi tabanlı yapılan etkinliklerden söz edilmiştir. Gastronomi Kavramı Gastronomi; terimsel olarak mide (gaster) ve yasa (nomas) sözcüklerinin birleşiminden meydana gelen, ülkelerin veya bölgelerin mutfaklarının birbirinden farklılaşmasına yardımcı olan yiyeceklerin belirlenmesine katkı sağlayan ve insanların sahip olduğu yeme içme alışkanlıklarını inceleyen bunun yanı sıra yiyecek ve içeceklerin hazırlama tekniklerini de araştıran bilim dalı olarak nitelendirilmektedir. Gastronomi yiyecek ve içecekleri hazırlamada geçen zamanı tanımlamanın ötesinde bölge veya ülkelerin ideolojik, ekonomik, kültürel ve sosyolojik yapılarını da inceleyen bir bilim dalıdır. Yeme ve içme sanatı olarak tanımlanan gastronomi yiyecek ve içeceklerin tarihsel süreç içinde gelişmesinden başlayarak sahip olduğu bütün özelliklerinin anlaşılması ve günümüz şartlarında uygulanmasını sağlayan bir bilim dalı olarak MÖ 4. yüzyılda Antik Yunan'da Akdeniz bölgesi için yazılan yiyecek ve şarap rehberi olarak tanımlanan Gastronomia kitabında yer almıştır. Ortaya çıkışının MÖ 4. yüzyıl olduğu ifade edilmekle birlikte, gastronomi sözcüğü Joseph Berchoux tarafından 1801'de yazılan Gastronomie ou L'Homme des Champs a Table (Gastronomi Tarladan Sofraya İnsan) isimli kitap ile birlikte ilk kez literatüre girmiştir. 1804 yılında Parislilere en iyi yiyeceklerin hangileri olduğu konusunda bilgi veren ve bu yiyeceklerin hazırlanma aşamalarını anlatan Almanachs Des Gourmands adlı eser, gastronomi gazetesinin kurucusu olan Grimod De La Reyniere tarafından kaleme alınmıştır. 1814 yılında gastronomi terimi İngiltere'de hızla benimsenmeye başlayarak The School For Good Living yayınlanmıştır. 1825'te ise Jean Anthelme Brillat-Savarin tarafından yayımlanan "Tadın Fizyolojisi" kitabıyla da gastronominin pratik ve teorik bağlantıları oluşturularak gelişmesine hız kazandırılmıştır. Gastronomi Turizmi Toplumların kültürel değerleri, geçim kaynakları ve sahip olduğu özellikler, onların yaşam biçimlerini etkileyen unsurlar arasındadır. Kültürel değerler arasında yer alan beslenme alışkanlıkları ve beslenme şekilleri de toplumları birbirinden farklılaştıran önemli unsurlardan biridir. Toplumların sahip olduğu beslenme alışkanlıkları, yemek yeme stilleri ve yemek kültürleri toplumları birbirinden ayırtıran önemli unsurlardan biridir. Toplumlar sahip oldukları beslenme tarzları vasıtasıyla da farklılaşmakta ve diğer toplumlardan ayrılmaktadır. Toplumların birbirinden farklılaşmasına neden olan beslenme alışkanlıkları; besinlerin alınmasından pişirilmesine, pişirilmesinden sunulmasına, sunulmasından depolanmasına ve birçok konuda farklılıklar yaratmasına neden olmaktadır. Meydana gelen bu değişimler ise yeme-içme kültürü olarak ifade edilmektedir. Bireylerin yaşamış oldukları yerlerden farklı yerlere gitmesi ve o yerlerde konaklama, yeme-içme ve diğer hizmetlerden faydalanması olarak nitelendirilen turizm, farklı türlere sahip çok boyutlu bir unsurdur. Turizmin sahip olduğu bu unsurların temel amacı konukları mutlu etmek ve ülkeye geldikleri ilk günden gidecekleri son güne kadar rahat ettirmek ve farklı deneyimler yaşamalarını sağlamaktır. Bu nedenle turizm, konukların ihtiyaç ve isteklerinin en üst seviyede karşılamaya çalışan bir hizmet sektörüdür. Bu sektörde konaklamadan ulaşım, ulaşımından yeme-içmeye kadar her yönden en üst seviyede hizmet sağlamak çok önemlidir. İnsanları seyahate yönlendiren ve turistik faaliyetlere katılmalarını sağlayan çok sayıda neden olmakla birlikte, günümüzde gastronomik değerlere olan ilginin de artmış olması ve insanların bu nedenle seyahat etmeye motive olmaları sonucunda gastronomi turizmi önem kazanmaya başlamıştır. Gastronomi turizmi en genel şekliyle, insanların diğer toplumların kültürlerini yiyecekleri aracılığıyla öğrenmelerini ifade etmektedir. Literatürde yemek turizmi, gastronomi turizmi ya da mutfak turizmi

olarak adlandırılan bu turizm türü yalnızca yöresel yemekleri değil, o yöreye ait içeceklerle birlikte, bu yiyecek ve içeceklerin yapımında kullanılan araç gereçleri, gelenek ve sunuş biçimleri ile şekillendiği toplumun kültür öğelerini de kapsamaktadır. Gastronomi turizminde insanları seyahate yönlendiren temel güdüler yerel, otantik, nostaljik, insan sağlığı için yararlı, besin değeri yüksek, çevreye duyarlı şekilde üretilen, hazırlanan ve tüketilen yiyecek ve içeceklerdir. Gastronomi Turizmi Bileşenleri Gastronomi turizmi kapsamında yiyecek-içecek üreticilerini ve yeme-içme festivallerini ziyaret etmek, yiyecek ve içecekleriyle ünlü destinasyonlarda bulunan konaklama tesislerinde ve restoranlarda yeme-içme faaliyeti gerçekleştirmek ve destinasyonun yeme-içme kültürünü tanımak maksadıyla yapılan seyahatler günümüz dünyasında oldukça önemli turistik faaliyet olarak düşünülmektedir. Bu bağlamda gastronomi turizmini; yöresel mutfak kültürünü tanımak, yöreye özgü bir lezzetin tadımını yapmak, bölge coğrafyasına ait ürünlerin yetiştirilmesini ve toplanmasını görmek, mutfağa ait folklorik araç ve gereçleri tanımak, ünlü restoranların yemeklerini yemek amacıyla gerçekleştirilen bir turizm türü olarak tanımlamak mümkündür.

Bütün bu unsurlardan hareketle, gastronomi turizmi bileşenlerini şu şekilde sıralamak mümkündür:

- Özel restoranlar
- Yerel olarak üretilmiş yiyecekler
- Özel yemek üretim sistemleri
- Yemek festivalleri
- Özel yemek organizasyonları
- Doğal alışveriş merkezleri
- Doğal ve tarihi alışveriş mekânları
- Yerel yaşam kültürü
- Organik tarım ve organik ürünler
- Yerel yemek üretimi
- Geleneksel üretim Gastronomi turizminde turistlerin katıldığı faaliyetlerin destinasyonlara ekonomik katkıları oldukça yüksektir. Çünkü bu turizm türü içerisinde seyahat eden turist, gittiği bölgenin yeme içme kültürünü öğrenmek amacıyla bölge restoranlarında para harcamakta, yeme-içme festivallerine katılmakta, özel yemekleri o işin ustalarına yaptırmakta ve bu nedenle de gittiği bölgeye artı bir ekonomik değer katmaktadır. Gastronomi turizmini diğer turizm türlerinden ayıran belli başlı özellikler şu şekilde sıralanabilir:
- Turistler yöresel yemekleri ve insanları tanıma fırsatı elde etmek için seyahatleri esnasında dışarıda yemek yerler.
- Yemek pişirme ya da gastronomi sanatı ve şarap tadımı, beş insan duyusunu da görme, ses, koku, tat ve dokunma- etkileyen bir sanattır.
- Seyahat esnasında mutfağa duyulan ilgi belirli bir yaş grubu, cinsiyet ya da etnik grupla sınırlı değildir.
- Diğer seyahat aktiviteleri ve çekiciliklerinden farklı olarak gastronomi turizmine katılım her hava koşulunda, günün her anı ve yıl boyu mümkündür.
- Gastronomi turistleri keşif odaklı turistlerdir.
- Gastronomi, her yeni turistin etkileşim yoluyla, yaşayarak deneyimleme talebini karşılayabildiğinden deneyimseldir. Gastronomi Turizmi Gelişmişlik Göstergeleri Gastronomi turizmi hem toplumsal hem ekonomik hem de kültürler arası kalkınmada son derece önemli bir güce sahiptir. Ülkeler veya bölgeler sahip oldukları gastronomik değerler ile destinasyonlarını pazarlamada önemli bir güç elde etmektedirler. Araştırmalar turistlerin ziyaret ettikleri bölgelere ait yemeklerin seyahatler açısından oldukça önemli olduğunu ve yaptıkları seyahatlerde ziyaret edilen destinasyona ait yemekleri tatmadan o destinasyonun kültürünü tanımanın mümkün olmayacağını ifade etmişlerdir. Bu nedenle gastronomi turizmi kültürel bir faaliyet olarak ifade edilmektedir. Kültür turizmine yönelmiş olan turistlerin gastronomi unsurlarına ilgisinin bu denli yüksek olması göz önüne alındığında, gastronomik değerlerin pazarlanması son derece önemlidir. Gastronomi turizminde, farklı kültürlerle ait zengin mutfak kültürlerinin, yerel lezzetlerin tanınması ve pazarlanması sağlanmaktadır. Yeme içme kültürü üzerine kurulu bu turizm türünde, kültürün bu anlamdaki zenginliği turizm talebi potansiyelini yükseltmektedir. Gastronomi Turizmi Kapsamında Yapılan Etkinlikler Etkinlikler, turistik ürünün önemli unsurlarından biridir. Turizm sektörünün gelişmesine katkı sağlayan etkinlik temaları, içerikleri ve faaliyetleri açısından birbirinden farklılaşmaktadırlar. Turizm sektörüne önemli bir hareketlilik kazandıran, sosyal ve toplumsal etkileri yüksek olan etkinlikler, bölgeye ve bölge halkına da fayda sağlamaktadır. Bununla birlikte, destinasyonlarda düzenlenen etkinliklerin gerçekleştirildiği yerlere sağladığı avantajlar şu şekilde sıralanabilir:
- Turizm sezonunun uzamasına katkı sağlar.
- Turizmi çeşitlendirerek destinasyonun çekiciliğinin artmasına katkı sağlar.
- Turizm talebinin destinasyonlara eşit dağılımını sağlar.
- Destinasyonların turizm gelirlerinin artmasına katkı sağlar.
- Destinasyonların çekiciliğini artırarak turistik talebin artmasını sağlar.

- Destinasyondaki belediyeçilik hizmetlerinin iyileşmesine katkı sağlar.
- Destinasyonun kültürel değerlerinin ön plana çıkmasına katkı sağlar.
- Destinasyon markalaşmasına katkı sağlar.
- Destinasyonun tanıtımının yapılmasına katkı sağlar.
- Destinasyonun yeni gelir kaynakları elde etmesini sağlar. Yukarıda da ifade edildiği üzere bir bölge, turizm ile ilgili etkinliklere sahipse bu etkinlikler destinasyon çekiciliği ve bilinirliğinin artırılmasında çok önemli bir güce sahiptir. Gastronomi turizmine yönelik yapılan bu etkinlikler, destinasyonu ön plana çıkarmakta ve destinasyonların rekabet gücünü artırmaktadır. Bu nedenle hem dünya da hem de Türkiye’de pek çok destinasyon bu avantajlardan yararlanmak için sahip olduğu mutfak kültürlerini veya kendilerine has yiyecekleri (şarap, mantar, sarımsak, ot, çubuk turşusu gibi) bir festival temasına dönüştürmekte ve çeşitli gastronomi festivalleri düzenlemektedir.

Dünyada düzenlenen bu festivallerden bazıları şunlardır:

- Napa Trüf Mantarı Festivali- California/ Amerika
- Melbourne Yiyecek ve Şarap Festivali- Melbourne/ Avustralya
- Veg Food Fest- Toronto/ Kanada
- Alba Trüf Festivali- İtalya
- Maine İstakoz Festivali- Amerika
- Hokitika Vahşi Yaşam Yemek Festivali- Yeni Zelanda
- Lezzet Zirvesi (Dünya Gurme Zirvesi)- Singapur
- Yemek ve Şarap Festivali- Hawai/ Amerika Bununla birlikte gastronomi alanında gerek üniversiteler gibi akademik kuruluşlar, gerek alandaki sivil toplum kuruluşları, gerekse özel sektör tarafından düzenlenen sempozyum, konferans, panel gibi etkinlikler de gastronomi turizminde önemli bir yer tutmaktadır. Türkiye sahip olduğu bölgesel avantaj ile çok fazla yiyecek ve içeceğe sahip olan, farklı bölgelerde farklı yeme içme kültürüne ev sahipliği yapan ve mutfak kültürü çok boyutlu olan bir ülkedir. Dolayısıyla bu durum gastronomi turizmi kapsamında düzenlenecek etkinlikler konusunda da avantaj yaratmaktadır. Türkiye’de hemen hemen birçok şehirde yemek festivalleri, yeme içme etkinlikleri ve yiyecek içecek şenlikleri adı altında çeşitli festivaller düzenlenmektedir. Türkiye genelinde gastronomi turizmi kapsamında ele alınabilecek bazı festival etkinliklerinden bazıları aşağıdaki şekilde sıralanabilir:

- Uluslararası Bağ Bozumu Festivali (Nevşehir)
- Mesir Macunu Festivali (Manisa)
- Uluslararası Urla Enginar Festivali (İzmir)
- Kuşburnu Pestili Festivali (Gümüşhane)
- Hermias Deniz Şenliği ve Balıkçılık Festivali (Muğla)
- Uluslararası Kayısı Festivali (Malatya)
- Altın Fındık Festivali (Ordu)
- Karpuz Festivali (Diyarbakır)
- Sultan Divani ve Şifalı Aşure Günü (Afyon)
- Uluslararası Mutfak Günleri (İstanbul)
- Kiraz Festivali (Tekirdağ)
- Tarihi Evler El Sanatları Havuç ve Güveç Festivali (Ankara)
- Kaymak Festivali (Bolvadin-Afyon) Yukarıdaki örneklerde de görüldüğü üzere bu festivaller, destinasyona özgü tarımsal üretime veya bir ürüne bağlı tema ile düzenlenmektedir. Söz konusu bu festivaller üreticileri teşvik etmekte, destinasyonlara ekonomik ve kültürel olarak canlılık kazandırmakta ve farklı kültürler ile kaynaşmayı sağlamaktadır. Ayrıca destinasyonun tanıtımında önemli bir rol oynamaktadır.

ETKİNLİK KAVRAMI

Etkinlikler; insanların bireysel ya da toplumsal birtakım gereksinimleri karşılamak, bireysel olarak gerçekleştirilmesi mümkün olmayan amaçları grup ya da örgüt olarak gerçekleştirmek, ortak bir gayeyi paylaşmak ya da toplumsal yaşam içinde sosyal bir varlık olabilmek vb. amaçlarla bir arada hareket ettikleri olaylardır. Daha yalın bir tanımla etkinlik; belirlenmiş bir zamanda ve yerde, belirli koşullar altında gerçekleşen dikkate değer bir olaydır. Etkinlikler; çekicilik, ulaşılabilirlik, turizm işletmeleri, imaj ile birlikte turistik ürünü meydana getiren unsurları oluşturmaktadır. Etkinliklerin temel özelliklerini şu şekilde sıralamak mümkündür:

- Etkinlikler geçici niteliğe sahiptir.
- Etkinlik programı genellikle birden fazla aktiviteden meydana gelmektedir.
- Etkinlikler, benzer görevleri ya da ilgi alanları olan ve benzer şeylerden zevk alan insanları bir araya getirmektedir.
- Etkinliklerin bir temaları ve ritüelleri vardır.
- Etkinlikler türüne göre ücretli ya da ücretsiz olabilmektedir.
- Etkinlikler katılımcılarına daha önce yaşamadıkları, eşsiz bir deneyim sunmaktadır.

ETKİNLİK TÜRLERİ

Etkinlikler; kültürel etkinlikler, politik ve resmî etkinlikler, sanat ve eğlence etkinlikleri, iş ve ticaret etkinlikleri, spor etkinlikleri, eğitim ve bilim etkinlikleri, rekreatif etkinlikler ve özel etkinlikler olmak üzere sekiz ana gruba ayrılmaktadır. Kültürel Etkinlikler Kültürel etkinlikler bir toplumun geçmişten günümüze kadar yaratmış olduğu değerlerle bezenen ve bu değerlerin çeşitli şekillerde dışa vurumunu temel alan olaylar olarak değerlendirilebilir. Kültürel etkinlikler başlığı altında festivaller, karnavallar, dinî etkinlikler ve anma törenleri ele alınmıştır. Festivaller yılın belirli bir zaman diliminde düzenlenen, tematik kutlama özelliklerini bünyesinde barındıran ve belirli bir ücret karşılığı ya da ücretsiz olarak ziyaretçilerin ve yerel halkın katılımına açık olan aktiviteler bütünüdür. Karnaval, Hristiyanların belli dönemlerde renkli, komik ve şaşırtıcı kılıklara girerek yaptıkları şenlik ve eğlenceye verilen addır. Dinî etkinlikler, yeryüzünde farklı inançlara sahip insan topluluklarının dinî ritüelleri yerine getirmek, hacı olmak vb. amaçlarla katıldıkları etkinliklerdir. Anma törenleri, toplumların geçmişte yaşanan olayları hatırlamalarını, bu olaylar üzerine derinlikli düşüncelerini ve günümüz ile geçmiş arasında bağ kurmalarını sağlayan etkinliklerdir. Politik ve Resmî Etkinlikler Politik ve resmî etkinlikler kapsamda ele alınan etkinlikler; zirveler, VIP ziyaretler, devlet törenleri ve politik etkinliklerdir. Zirve, devlet liderlerinin önceden belirlenmiş bir yer ve gündemle bir araya geldikleri üst düzey katılımlı toplantılardır. VIP ziyaretler, bir ülke liderinin ya da bir uluslararası kuruluş tarafından yetkili kılınan bir kişinin başka bir ülkeye ya da bölgeye gerçekleştirdiği, üst düzey özen ve ihtimamın gösterildiği etkinliklerdir. Devlet törenleri, devletlerin kuruluşu, geçmişi açısından ulusal önem taşıyan günlerin çeşitli törenlerle kutlanması ya da anılması olarak ifade edilebilir. Politik etkinlikler ise çeşitli politik amaçlarla, farklı yerlerde, siyasi partiler, bu partilerin başkanları ya da adayları tarafından düzenlenen etkinliklerdir. Sanat ve Eğlence Etkinlikleri Tiyatro, konser, bienal, oratoryo, halk oyunları vb. etkinlikler sanatsal etkinlikler arasında yer almaktadır. Turistik anlamda talep yaratan en önemli sanat etkinliği ise konserler olarak karşımıza çıkmaktadır. İnsanlar beğendikleri, takip ettikleri sanatçıların canlı performanslarına şahit olmak, onları dinlemek ve izlemek amacıyla sürekli yaşadıkları yerlerden konserin gerçekleştiği bölgeye seyahat etmektedirler. Ödül törenleri, sanat ve eğlence etkinlikleri kategorisinde ele alacağımız ikinci etkinlik türüdür. Herhangi bir sanat dalında gerçekleşen yarışmaya bağlı olarak dereceye giren sanatçılara ve eserlere ödül verilmek amacıyla düzenlenen etkinliklere ödül töreni denmektedir. İş ve Ticaret Etkinlikleri İş ve ticari amaçlı etkinlikler, ticari fayda elde etmek için bilgilenecek ve bilgilendirmek amacıyla katılım gösterilen etkinliklerdir. Bu etkinlikler arasında toplantılar, ticari kongreler ve ticari fuarlar yer almaktadır. Toplantı, gündemi önceden belirlenmiş konuları görüşmek, ele almak ve konuyla ilgili istişarelerde bulunmak amacıyla konunun paydaşları olan tarafların katıldıkları etkinliklerdir. Ticari kongreler de bir toplantı türü olmakla birlikte katılımcı sayısı toplantılara göre daha geniştir. Bu kongrelere, kongrenin konusu ve temasıyla ilgili alanda faaliyet gösteren işletmeler ve bu işletmelerin paydaşları (tedarikçiler, bayiler, tüketiciler vb.) katılım göstererek bilgi alışverişinde bulunmaktadır. Ticari fuarlar, belirli bir zamanda, belirli bir yerde ve belirli sürelerde bir mal ya da hizmetin sergilenmesi, tanıtılması ve ticari bağlantıların kurulması amacıyla gerçekleştirilen etkinliklerdir.

Spor Etkinlikleri Spor müsabakalarına katılmak ya da müsabakaları izlemek amacıyla her yıl milyonlarca insan yaşadıkları yerlerden farklı yerlere seyahat etmektedir. Bu etkinlikler arasında ulusal müsabakalar bulunduğu gibi uluslararası niteliğe sahip etkinlikler de bulunmaktadır. Bireyler spor etkinliklerine katılımcı (sporcu) ya da izleyici olarak katılabilmektedir. Olimpiyat Oyunları, Formula 1, FIFA Dünya Kupası, Euroleague, Tour de France, Wimbledon Tenis Şampiyonası, Dünya Atletizm Şampiyonası ve Universiade gibi organizasyonlar günümüzün en popüler ve prestijli spor etkinlikleridir. Eğitim ve Bilim Etkinlikleri Eğitim ve bilim temelli yapılan etkinlikler arasında bilimsel toplantılar, kongreler ve klinik çalışmaları ön plana çıkmaktadır. Bu toplantı türlerinden seminer, bir konu ile ilgili bilgi vermek ve bu bilgiler üzerinde tartışmak amacıyla birkaç yetkilinin yönetimi altında düzenlenen toplantıdır. Konferans etkinliğinde seminerden farklı olarak tek yönlü bir bilgi verme süreci işlemektedir. Bilimsel kongrelerde ise belli bir bilim dalı üzerine çalışan bilim insanları tarafından hazırlanan çalışmalar katılım gösteren diğer bilim insanlarıyla paylaşmakta ve araştırmaların sonuçları tartışılmaktadır. Bilim insanlarının belirli bir konu üzerinde bilimsel çalışma yapmak amacıyla laboratuvar ya da laboratuvar dışı ortamda bir araya geldikleri bilimsel etkinlikleri klinik çalışmaları olarak tanımlamak mümkündür. Rekreatif Etkinlikler Günümüzde geçmişe kıyasla çalışma sürelerinin kısalması, eğitim, gelir ve kültür düzeyinin artması ile birlikte insanlar, çalışma sürelerinden arta kalan zamanlarını haz duyabilecekleri faaliyetlere katılarak geçirme fırsatı bulmuşlardır. Bu faaliyetler arasında; sinema ya da tiyatroya gitmek, bisiklete binmek, yürüyüş yapmak gibi görece az emek isteyen ve düşük maliyetli faaliyetler olduğu gibi seyahate çıkmak, alışveriş yapmak, eğlence parklarına gitmek ya da dağ tırmanışı yapmak gibi daha fazla zaman ve maliyete neden olan etkinlikler de bulunmaktadır. İnsanların boş zamanlarında, eğlence ve spor amacı ile gönüllü olarak katıldıkları bu etkinlikleri rekreatif etkinlikler olarak tanımlamak mümkündür. Ancak bu etkinliklerin tamamın turizme konu olduğunu söylemek mümkün değildir. Özel Etkinlikler Özel etkinlikler diğer etkinliklerden farklı olarak insanların kişisel ilişkide buldukları bireylerle sosyalleşme, eğlenme, hoşça vakit geçirme vb. amaçlarla, önceden belirlenmiş bir program dâhilinde katıldıkları çeşitli temalara sahip küçük ölçekli etkinliklerdir. Arkadaş grubu arasında düzenlenen eğlence partileri ya da iş arkadaşları ile gerçekleştirilen çeşitli sosyal etkinlikler bu kapsamda değerlendirilebilir.

ETKİNLİK TURİZMİ

Etkinlik turizmi, insanların devamlı ikamet ettikleri yerlerden etkinliklerin düzenlendiği destinasyonlara seyahatleri ve daha sonra ikamet ettikleri yerlere geri dönene kadar gerçekleşen olaylar bütünü olarak tanımlanabilir. Etkinlik turizmi destinasyonlar açısından önemli potansiyelleri beraberinde getirmektedir. Bu potansiyel, etkinlik turizminin sahip olduğu bazı işlevlerden kaynaklanmaktadır. Bu işlevleri şu şekilde sıralamak mümkündür:

- Destinasyon pazarlama işlevi
- Turizm çekiciliği işlevi
- İmaj yaratma işlevi
- Destekleyici işlev
- Teşvik edici işlev

ETKİNLİK TURİZMİNİN ETKİLERİ

Etkinlik turizminin etkileri ekonomik, sosyokültürel ve fiziksel çevre üzerinden olumlu ve olumsuz temelde ele alınmaktadır. Etkinlik turizmi kapsamında yapılan harcamalar; doğrudan (bilet fiyatı, ulaşım vb.), dolaylı (etkinlik gelirin dolaşımı vb.) ve uyarılmış (ücret etkileri vb.) olumlu ekonomik etkiler arasında ayrı bir öneme sahiptir. Ayrıca etkinliklerin destinasyon tanıtımında rol oynaması ile birlikte bölgeye yeni yatırımlar yapılabilecek ve mülk değerlerinde artış yaşanabilecektir. Diğer taraftan etkinlik turizminin bir takım olası olumsuz etkileri de söz konusudur. Bu etkiler arasında etkinliklerin düzenlendikleri destinasyonlarda dönemsel fiyat artışlarının yaşanması sonucu bölgesel enflasyonun ortaya çıkması en fazla göze çarpan husustur. Bununla birlikte etkinliklerin başarısızlıkla sonuçlanmasının da hem yerel hem de ulusal ekonomi açısından bir takım olumsuz sonuçları olabilecektir. Etkinliklerin bölgenin uzun vadeli tanıtımına etki ederek toplumsal kalkınmada rol oynaması ve istihdam olanakları yaratması yerel halk açısından öne çıkan potansiyel olumlu etkilerdir. Katılımcılar açısından ise etkinliğin düzenlendiği destinasyona yönelik hayranlık oluşması bir başka olumlu sosyokültürel etki olarak karşımıza çıkmaktadır. Etkinliklerin iyi planlanmaması ve yönetilmemesi ise olumsuz sosyokültürel etkilerin ortaya çıkmasına neden olabilecektir. Yerel halkın yaşam tarzında değişiklikler meydana gelmesine bağlı olarak toplumun etkinliklere karşı ilgisizliği ya da karşıtlığı oluşabilecektir. Ayrıca katılımcı sayısının fazla olmasına bağlı olarak güvenlik sorunlarının meydana gelmesi de kaçınılmaz olabilecektir. Bu olumsuzlukların yaşanmaması için etkinliklerin yerel halk başta olmak üzere çeşitli paydaşların katılımıyla planlanması ve geliştirilmesi gerekmektedir. Turizme katılan bireylerin bilinçli olması, turizm hareketlerinin planlı bir şekilde sürdürülüyor olması fiziksel çevre üzerinde olumlu etkileri ön plana çıkarabilmektedir. Ancak tersi durumda turizm hareketleri yüzünden fiziksel çevre üzerinde çeşitli tahribatlar meydana gelebilmektedir. Etkinlik turizmi içinde benzer şeyleri söylemek mümkündür. Katılımcıların bilinçli

olması, dönem, kapasite ve ulaşım planlarının doğru yapılmış olması, etkinlik planlayıcılarının ve destinasyon yöneticilerin bu konudaki hassasiyeti, tıpkı ekonomik ve sosyokültürel çevre üzerinde olduğu gibi fiziksel çevre üzerinde de olumsuz etkilerin bertaraf edilmesinde önemli rol oynayacaktır.

TOPLUM TEMELLİ TURİZM

Toplum temelli turizm, son yıllarda turizm aracılığıyla yerel toplulukların sosyal, çevresel ve ekonomik ihtiyaçlarının karşılandığı bir kalkınma aracı olarak ortaya çıkmıştır. Kısaca yerel bir toplum içinde yine o yerel toplumu oluşturan unsurların iş birliği ile hem bölgenin doğal kaynaklarını korumak hem de bu iş birliği sonucu ortaya çıkan ekonomik kârlılığı sağlamak amaçlanır. Bu durum toplum temelli turizm olgusunu yerel kalkınmada bir araç olarak gösterdiği gibi aynı zamanda o bölgenin unsurlarının katılımıyla sürdürülebilir bir hâle gelmesine de olanak sağlar.

TOPLUM TEMELLİ TURİZM KAVRAMI

1980'li yıllardan itibaren özellikle turizm arzındaki kontrolsüz artış ve buna bağlı olarak kitle turizminin yıkıcı etkileri ile birlikte mevcut kaynakların devamlılığını sağlama adına bazı politikalar ortaya çıkmıştır. Bunların başında ise kaynakların sürdürülebilirliğinin sağlanması gelmektedir. Bu nedenle turizm olgusunun daha geniş bir alanda ve kaynakların yenilenmesine imkân tanıyacak türlerle zenginleştirilmesi amaçlanmaktadır. Bu doğrultuda eko turizm, gönüllü turizmi, sorumlu turizm vb. yaklaşımlar ortaya çıkmıştır. Bu yaklaşımlardan biri de toplum temelli turizm (TTT)'dir.

TOPLUM TEMELLİ TURİZMİN ÖZELLİKLERİ

Toplum temelli turizmi oluşturan ana etmenler doğal ve kültürel kaynaklar, toplumsal örgütler, yönetim becerisi ve öğrenme olarak sıralanabilir. Bu özellikler başarılı bir TTT faaliyetinin oluşmasında beklenen yeterliliklerdir. Doğal ve Kültürel Kaynaklar Kaynaklar açısından bakıldığında öncelikle iyi korunmuş doğal kaynakların varlığı gereklidir. Aynı zamanda bölgenin ekonomisi ve bu ekonominin oluşmasındaki üretim biçimleri bu doğal kaynakların sürdürülebilir kullanımına bağlıdır. Bölgenin gelenek ve kültürleri ise o destinasyona özgü olmalıdır. Toplumsal Örgütler Topluluğun birbirleriyle ortak görüş ve yaklaşımları benimsemesi gerekir. Yani toplumsal bir bilinç oluşmalıdır. Bu bilincin oluşmasında ise topluluk içinde öne çıkan ve diğerlerine nazaran hem yaş hem de tecrübe olarak bölge hakkında daha fazla bilgi sahibi olan kanaat liderlerine ihtiyaç vardır. Bu nedenle topluluk içinde insanlar arasında ortak noktaları bulacak ve insanları ortak hedeflere kanalize edecek kişilere ihtiyaç vardır. Bu sayede kişiler topluluğun içinde bulunan faaliyetlerde toplumun bir parçası olduğunun farkında olur ve aidiyet hissi taşırlar. Yönetim Becerisi Turistik faaliyetleri turizmi ve kalkınmayı birbirine bağlayabilme becerisi ile yönetmek için yerel bir organizasyon veya bir mekanizma oluşturulması gerekmektedir. Elde edilen faydalar topluluğu oluşturan bireyler arasında açık bir şekilde paylaşılmalıdır. Bu durum topluluğu oluşturan bireylerin aidiyetini koruma adına önemlidir. Bununla birlikte elde edilen faydalar sadece bireyler arasında değil, aynı zamanda belirli bir kısmı topluluğun ekonomik ve sosyal gelişimi için ortak bir fon olarak ayrılmalıdır. Öğrenme Turizm faaliyetleri gerçekleştirilirken öncelikli amaç, ev sahipleri ile konuklar arasında bir öğrenme sürecinin teşvik edilmesi olmalıdır. Bu yolla farklı yaşam kültürlerinin öğrenilmesi ve edinilen bilgilerin paylaşılması sağlanabilir.

TOPLUM TEMELLİ TURİZMİN FAYDALARI

Toplum temelli turizm sayesinde sürdürülebilirliğin kolaylaştırılması sağlanır. Doğal kaynakların korunması sağlanır. Yönetimin ortak bir örgütlenme ile yapılmasını sağlar. Ayrıca bölge halkına hareket kabiliyeti kazandırarak yerel halkın kültürel devamlılığının korunmasını sağlar.

TOPLUM TEMELLİ TURİZMİN ZAYIF NOKTALARI

Toplum temelli turizm kavramı yeni bir kavram olup, dünya genelinde henüz emekleme aşamasındadır. Bu nedenle evrensel bir standart yoktur. Bu durum özellikle yönetim problemlerini doğurmaktadır. TTT yaklaşımında topluluğun kendi turizm yönetiminde söz sahibi olması kendileri için en iyi tercihleri yapacağı düşüncesiyle desteklenir. Fakat bu durum çok büyük bir alanda birbirinden farklı çok küçük grupların yönetimi anlamına gelir. Yani her lokal grup kendi kararlarını kendi bildiği yöntemlerle yapacak demektir. Fakat bunun en iyi yöntem olacağına bir garantisi yoktur. Bu nedenle konunun yerelliği başarı için genel çıkarımlar oluşturmayı zorlaştırır.

TOPLUM TEMELLİ TURİZME KATILAN TURİSTLERİN PROFİLLERİ

Zorlu turistler: Bu grup TTT turistlerinin küçük bir kısmını oluşturur. Beklentileri gerçek bir kültürel deneyime ulaşmaktır. Onun için mevcut hayat standartlarını geride bırakıp katıldığı bölgenin tüm yerel hayatını yaşamaya çalışır. **Rahat turistler:** Bu grup TTT'nin en büyük turist grubunu oluşturur. Genellikle yerel halkla iletişim kurma, kültürlerini tanıma ve macera yaşama beklentileri yoğunluktadır. Zorlu grubun aksine konforlarına daha düşkünlüdürler. **Yaşlı turistler:** Özellikle Avrupalı

nüfusun en büyük grubunu 50-70 yaş arası insanlar oluşturmaktadır. Bu da önemli bir hedef kitlesi demektir. Bu yaş grubunun en önemli özelliği daha fazla zaman ve paraya sahip olmalarıdır. Birçoğu emeklilik döneminde olduklarından sadece yoğun sezonlarda değil düşük sezonlarda da tatil yapabilirler. Genç nesil turistler: Bu turist grubunu 18-30 yaş ve 31-50 yaş olarak iki bölümde incelemek mümkündür. 18-30 yaş grubundaki gençler “backpackers” diye tabir edilen “sırt çantalı gezgin” ifadesinin karşılığını oluştururlar. Genellikle düşük bütçe ile yüksek konfor beklentisi olmadan topluluğun içinde zaman geçirmeyi hedeflerler. 31-50 yaş arası gençler ise yüksek kazançla sahip fakat tatil için sınırlı zamana sahip olan bir kitledir. Genellikle eşleriyle birlikte TTT’ye katılırlar ve “hayatta bir kez yaşanacak bir deneyim” elde etmeyi amaçlarlar. Konfor beklentileri vardır. Çocuklu aileler: TTT içerisinde fazla yer almamakla birlikte gün geçtikçe artan bir potansiyele sahiptirler. Zira bu tip deneyimler özellikle gelişmiş ülkelerdeki ebeveynler tarafından çocuklarının eğitiminde bir parça olarak görülmektedir.

TOPLUM TEMELLİ TURİZMİN BAŞARI KOŞULLARI

Faaliyet Çeşitliliği Özellikle uzun süreli tatillerde TTT’ye katılan gezginlere sıkılmalarını engelleyecek çeşitlilik sağlanmalıdır. Genellikle aşırıya kaçmayan macera etkinlikleri veya doğa ya da kültür turları bunların başında gelir. Destinasyon Kültürü ve Doğası İle İlgili Bilgiler Turistlerin ziyaret ettiği bölgeler yaşadıkları coğrafyadan farklı özellikler gösterebilir. Farklı flora ve fauna çeşitleri olabileceği gibi, farklı kültürler de söz konusu olabilir. Kültürel farklılıklardan doğabilecek sorunları engellemek adına bölgeye ziyaretçi getiren özellikle seyahat acenteleri ve ona bağlı tur rehberleri bu konuda bilgi sahibi olmalıdır. Sağlık ve Güvenlik Önlemleri TTT katılımcıları için sağlık ve güvenlik önlemleri çok önemlidir. Her ne kadar farklı yaşamları görme ve macera yaşama eğilimi gösterebilir de turistlerin büyük bir bölümü yüksek risk ile karşılaşmak istemez. Dolayısıyla gerek ulaşım esnasında gerekse destinasyon içinde tüm güvenlik tedbirlerinin alındığından emin olmak ister. Otantik Konaklama TTT gezginleri gittikleri destinasyonlarda özellikle o hayatın bir parçası olmak isterler. Kalınacak konaklama tesisleri de bu bağlamda önemlidir. Özellikle bölgenin kültürel yaşamını temsil eden temalar ile konaklama seçenekleri bulunması misafirin ilgisini artırabilir. Örneğin; yerel çadırlar, geleneksel konaklar gibi. Sürdürülebilirlik TTT gezginlerinin sosyoekonomik konuları dolayısıyla doğaya ve yerel topluma bakışı olumludur. Ziyaret ettiği bölgede de bunu görmek ister. Bu nedenle yerel toplumun yaşadığı bölgenin kültürüne, doğasına saygılı olduklarını görmek tutumlarını olumlu yönde etkiler. Dolayısıyla bölge halkının turizmin sürdürülebilirliği konusundaki katkıları çok önemlidir. İnternet Erişimi Her ne kadar yerel halkla bütünleşmek ve hayatın yoğunluğundan kaçmak için TTT’ye katılınsa da internet artık birçok insanın hayatının parçası hâline gelmiştir. Uzun süre bu imkândan mahrum kalmak ziyaretçilerin psikolojilerini olumsuz yönde etkileyebilir. Bu nedenle bölgenin internet altyapısının bulunması önem arz etmektedir. Politik İstikrar Ülkelerdeki siyasi konjonktür turistik talebi doğrudan etkiler. Zira birçok tur operatörü bu gibi durumlarda o bölgeyi tur programlarından çıkarıp satmak istemez. Bu nedenle mevcut altyapı ve hizmetler ne kadar iyi olursa olsun ülkenin politik istikrarsızlığı turistik talebi kolayca olumsuz yönde etkileyebilir.

DÜNYADA TOPLUM TEMELLİ TURİZM ÖRNEKLERİ

Tayland Toplum Temelli Turizm Enstitüsü Tayland Toplum Temelli Turizm Enstitüsü (CBT-I) Tayland’da yaşayan yerel toplulukların kapasitelerini artırmak adına iş birliği sağlayarak sürdürülebilir bir geçim kaynağı elde etmeleri düşüncesiyle 2006 yılında kurulmuştur. Bu doğrultuda günümüze kadar 40’den fazla proje ile 1000’den fazla topluluk üyesine turizm ve sürdürülebilirlik konularında çeşitli eğitimler verilmiştir. Eğitimler sonucunda yerel halkın içinde bulunmaktan ve turistlerle paylaşmaktan memnuniyet duyacağı turistik ürünler ortaya çıkarılmıştır. Bunlar tapınak gezilerinden avlanmaya kadar birçok çeşitliliği içermektedir. Vietnam Toplum Temelli Turizm Örgütü Vietnam’ın üç farklı köyünde yerel halkın kapasitesini geliştirme adına turizm, pazarlama, yönetim, sürdürülebilirlik ve birçok konuda eğitimler verilmiştir. Bu eğitimlere toplam 450 kişi katılmış, 40 adet otantik ev konaklama hizmetine açılmış ve yerel halktan 60 kişi rehberlik hizmeti verebilme düzeyine erişmiştir. Proje ile birlikte yerel halkın gelir düzeyinin eskisine nazaran yaklaşık beş kat arttığı görülmüştür. Proje sonunda elde edilen çıktılar birçok ülkeye ve programa ilham kaynağı olmuş aynı zamanda birçok ödüle layık görülmüştür. Namibya Toplum Temelli Turizm Destekleme Vakfı Namibya’da onlarca kamu ve sivil toplum kuruluşunun bir araya gelmesi ile 1995 yılında kurulan Namibya Toplum Temelli Turizm Destekleme Vakfı, ülke çapında TTT faaliyetlerine ilişkin bilgi, kaynak, eğitim ve danışmanlık hizmetleri vermeyi amaçlamaktadır. Bu doğrultuda 40’den fazla projeyi destekleyen örgüt, yaklaşık 20 adet eğitim ve semineri organize etmiştir. Ağırlıklı olarak kadın istihdamı ve girişimcilik eğilimli motivasyon eğitimlerinin yanı sıra satış-pazarlama ve tanıtım konularında da yerel topluluklara desteğini sürdürmektedir. Kırgız Toplum Temelli Turizm Birliği İlk kez 2000 yılında Kochkor köyünde tek bir proje ile başlayan Kırgızistan’ın TTT serüveni, bu gelişimi daha geniş alana yayarak iş birliğini artırmak adına 2003 yılında Kırgız Toplum Temelli Turizm Birliği (KCBTA) adı ile bir birliğe dönüşmüştür. Günümüze kadar 15’den fazla başarılı proje yürütmüş olan birlik her bölgenin kendine has özelliklerini ortaya çıkaran kültür temelli çalışmalar ortaya koymuştur. Geleneksel kültürel ritüeller,

doğa temelli rehberlik hizmetleri ve otantik deneyimlere dayalı projeler sadece Kırgızistan’da değil geniş bir Orta Asya coğrafyasında adından söz ettirmeyi başarmıştır.

TÜRKİYE’DE TOPLUM TEMELLİ TURİZM ÖRNEKLERİ

Doğu Anadolu Turizm Geliştirme Projesi (DATUR) Türkiye’de gerçekleştirilen projeler içerisinde ilk olması bakımından önemlidir. Pilot olarak 2007-2012 yılları arasında Çoruh havzası içerisinde yer alan (İspir, Uzundere ve Yusufeli) ilçelerde uygulanmıştır. Projenin genel amacı söz konusu ilçeler ve ona bağlı köylerin kültür değerlerini korumak ve bunları turistik bir ürün hâline gelmesini sağlamaktır. Ayrıca buna bağlı olarak ekonomik kalkınma hedeflenmiştir. Bu amaç doğrultusunda onlarca eğitim, seminer ve kampanya düzenlenmiştir. % 100 Mısıra Projesi 2013-2014 yılları arasında Bursa’nın 2000 yıllık geçmişe sahip, tarihî Mısı köyünde gerçekleştirilen projede, köyün tarihî geçim kaynağı olan ipekböcekçiliği zanaatını yeniden canlandırmak hedeflenmiştir. Proje ile birlikte sürecin tüm inisiyatifi Nilüfer Mısı Köyü Kadınları Kültür ve Yardımlaşma Derneğinde bulunan kadınlara verilmiş ve ipeğin işlenmesindeki ilk aşamadan son aşamasına kadar bölgedeki halktan yararlanılmıştır. TTT amaçlarına uygun bir şekilde elde edilen gelirin bir kısmı bölgenin kalkınmasına ayrılmış ve bu sayede bazı tarihî binaların restorasyonu gerçekleştirilmiştir. Seferihisar’ın Geleneksel Mutfağı Projesi Aynı zamanda “Yavaş Şehir” statüsünde olan Seferihisar ilçesinde üyelerinin tamamı kadınlardan oluşan Kooperatifi tarafından yürütülen Seferihisar’ın Geleneksel Mutfağı Projesi kapsamında bölgenin yerel mutfağına özgü yiyeceklerin gün yüzüne çıkarılması, tanıtılması ve satışı ile gelir yaratması amaçlanmıştır. Bu kapsamda hem birlikte üretim için çeşitli atölyeler kurulmuş hem de aynı noktalarda insanlara sunulması amaçlı restoranlar yapılmıştır.

GÖNÜLLÜLÜK KAVRAMI

Gönüllülük, kâr amacı gütmeyen ve kişinin yakın çevresi dışındaki bireyler, topluluklar ya da çevre için fayda sağlamak amacı ile maddi bir karşılık beklemek ve almaksızın yaptığı faaliyetlerdir. Gönüllülük esasına dayalı faaliyetlerin geçmişi oldukça eskiye dayanmaktadır. İnsanlar eğitim, sağlık ya da manevi hizmet sağlamak adına çeşitli kuruluşlar aracılığıyla zaman zaman yurt dışına gönderilmiştir. Özellikle yoksulluğu yok etmek ya da yoksul çocukların eğitimine katkıda bulunmak amacıyla misyonlarına uygun olarak kiliseler gönüllülük faaliyetlerine büyük önem vermiştir. Bu tarz gönüllülük faaliyetleri günümüzde de devam etmekte olup, bu faaliyetlere katılan bireyler “kilise gönüllüleri” olarak adlandırılmaktadır. Bununla birlikte, Balkan Savaşı ve Birinci Dünya Savaşı sırasında Avrupa’da ve Türkiye’de sosyokültürel düzeyi yüksek birçok kadın gerek cephe gerekse cephe gerisinde yaralılara yardım etmek amacıyla gönüllü hasta bakıcılık yapmıştır. Türkiye’de özellikle Balkan Harbi ile birlikte kadınlar gönüllü olarak hastanelerde çalışmaya başlamıştır. İlk Türk hemşiresi olarak bilinen Safiye Hüseyin Elbi de açılan kurslara katılarak Balkan Savaşı’nda gönüllü hemşire olarak çalışmıştır. Birinci Dünya Savaşı ardından gelen İkinci Dünya Savaşı ile birlikte birçok hükümetin desteğiyle gönüllü faaliyetlerinin yürütüldüğü kuruluş sayısında önemli bir artış yaşanmıştır. Özellikle Birinci Dünya Savaşı’nın yarattığı olumsuz yönde fiziksel ve psikolojik etkiler gönüllü turizminin ortaya çıkmasına önemli bir zemin hazırlamıştır.

GÖNÜLLÜ TURİZMİ

Bireylerin belirli zamanlarını ayırarak, ikamet ettikleri bölgenin dışında, isteğe bağlı olarak maddi gelirlerini kullanarak ihtiyacı olan kişilere yardım etmek amacıyla seyahat etmeleri gönüllü turizmi olarak tanımlanmaktadır. Gönüllü turizminin ana konusu, toplum ve çevre şartlarının iyileştirilmesidir. Bu kapsamda bireyler toplum refahının artması için iyi niyet etkinliklerine katılır. Ayrıca, yerel halk ile ziyaretçilerin turizmden eşit fayda sağlamaları ve doğal kaynakların kalitesinin artırılması için sürdürülebilir turizm gelişimi stratejilerinden biri olarak da değerlendirilebilir. 20. yüzyılda ivme kazanan gönüllü turizmi, akademik açıdan ilk defa 1970’li yıllarda Amerika ve Avrupa’daki araştırmacılar tarafından ele alınmıştır. Günümüzde dünya genelinde birçok gönüllü kuruluş bulunmakta ve bu kuruluşlar çok çeşitli faaliyetler yürütmektedir. Ancak özellikle küçük gönüllü kuruluşları yaptıkları faaliyetlere ilişkin veri paylaşmadığı için, genel anlamda gönüllü turizmi pazarına ilişkin tam bilgi elde edilememektedir.

GÖNÜLLÜ TURİZMİNİN ÖZELLİKLERİ

Gönüllü turizmi alternatif bir turizm türü olması yanı sıra, diğer turizm türlerinden oldukça farklıdır. Özellikle çok çeşitli faaliyetleri kapsamı, bireylerin diğer turizm faaliyetlerinden çok daha uzun zaman ayrılması, gönüllülük esasına dayalı olsa da katılım ücreti alınması gibi bir takım nitelikler sebebiyle ayrılmaktadır. Gönüllü turizmine katılanlar eğitimden sağlığa, çevre korumadan mimari projelere kadar çok çeşitli bir faaliyet yelpazesinde katılım sağlamaktadır. Genel olarak turist tanımlarına bakıldığında, kişinin ikamet ettiği yerden ayrılması ve bu durumun bir yıldan az süreli olması gerektiğine değinilir. Ancak gönüllü turizmi söz konusu olduğunda süre kısıtı 6 ila 18 ay arasında değişmektedir. Bunun en önemli sebebi, gönüllü turizmi faaliyetlerinin çalışma ve seyahat deneyimini bir arada sunmasından kaynaklanmaktadır. Bireyler gittikleri bölgede daha kalıcı bir etki yaratabilmek adına normal turizm faaliyetlerinden daha yoğun bir turizm deneyimi yaşamaktadır. Genel olarak gönüllü turizmine ilişkin faaliyetler düzenleyen kuruluşlar, katılımcılardan ücret talep etmektedir. Aslında tamamen gönüllülük esasına dayalı bir turizm türü olsa da gönüllü projelerinin devamlılığının sağlanabilmesi için bu durum gerekli görülmektedir. Belirlenen ücretler, oranları ve tahsil edilme biçimleri kurumdan kuruma değişiklik göstermektedir.

GÖNÜLLÜ TURİZMİNE KATILANLARIN PROFİLİ VE MOTİVASYON UNSURLARI

Yapılan araştırmalar sonucu bu turizm türüne katılanlara ilişkin bir profil çıkarılmıştır. Öncelikle gönüllü turizmi öğrencilerden emeklilere kadar çok geniş bir yelpazeye hitap etmektedir. Ancak genç bireyler büyük çoğunluğu oluşturmaktadır. Özellikle boş yıl öğrencileri, üniversite öğrencileri ya da yeni mezunlar ve lise son sınıf öğrencileri hedef kitleyi oluşturmaktadır. Başta Birleşik Krallık, Kanada, Amerika, Avustralya, Yeni Zelanda ve batı Avrupa ülkeleri olmak üzere boş yıl yapanların sayısının yüksek olduğu ülkelerde gönüllü turist sayısının da yüksek olduğu görülmektedir. Genç bireyler olmaları yanı sıra gönüllü turistlerde aranan bazı sosyal ve fiziksel özellikler de şu şekilde sıralanabilir:

- Ortalama bilgi ve beceriye sahip,
- Yüksek güç sarf edebilen ve fiziksel olarak dayanıklı olan,
- Yüksek motivasyona sahip,
- Gönüllü deneyimi ve uluslararası deneyimi az olan,
- Sıkı çalışan,
- Hızlı öğrenen,
- Uyum sağlayabilen ve sosyalleşebilen,
- Espri anlayışı olan bireyler olmalıdır. Yapılan araştırmalarda gönüllü turistleri etkileyen ya da motive eden unsurların başında fedakârlık gelmektedir.

GÖNÜLLÜ TURİZMİNİN BİREY VE TOPLUMA KAZANDIRDIKLARI

İnsanların gönüllülük faaliyetleri çerçevesinde bir araya gelmesinin hem birey üzerinde hem de toplum üzerinde birçok olumlu etkisi bulunmaktadır. Gönüllü turizminin bu faaliyetlere katılım gösteren turistlere yani bireylere kazandırdığı olumlu yaklaşımlar maddeler hâlinde özetlenmiştir.

- Gönüllü faaliyetler, bireylerin takım çalışmasını ve yardımlaşmayı öğrenmesine olanak sağlamaktadır.
- Bireyler yeni yaşam deneyimleri kazanmaktadır.
- Gönüllü turistler ile yardım edilen bölgedeki insanlar arasındaki kültürler arası etkileşim karşılıklı anlayışın artmasını sağlamaktadır.
- Gönüllü turistler, bölgede yaşanan olaylar ve bunların küresel etkileri arasındaki bağlantıyı daha açık bir şekilde görmektedir.
- Gönüllü turistlerin, uluslararası sorunları doğrudan görebilme şansını yakaladığı için çevresel ya da sınırlara ilişkin sorunlara yönelik anlayışı artmaktadır.
- Gönüllü turistler evlerine döndüğünde birtakım sorunları çözmeye yönelik başlatılan projelere katılma konusunda daha cesaretli davranmaktadır.
- Gönüllülük faaliyetleri bireylerin yaşadıkları toplumda söz sahibi olmasını sağlamaktadır. Gönüllü turizmi gönüllülerin yardımından faydalanacak toplumlar için önemli bir araçtır. Yaygınlığı gitgide artan bu turizm türü, ortak bir içgüdü ile bazı değerlere sahip çıkma amacıyla gerçekleştirilmesi nedeniyle özellikle yerel halkın yaşamını önemli derecede etkilemektedir. Gönüllü turizminin toplumlara kazandırdıkları şu şekilde özetlenebilir:
- Gönüllü turizmi, toplumun ortak sorunlarına çözüm bulunması sebebiyle toplumsal güven ve dayanışma duygusunu geliştirmektedir.
- Gönüllü turizmi ile fayda sağlanan toplumların ve bireylerin yaşam kalitesinin artmasına katkıda bulunmaktadır.
- Gönüllü turistler, kitle turizmi turistlerine nazaran ev sahibi topluma doğrudan kaynak girdisi sağlayarak daha pozitif ekonomik etkide bulunmaktadır.
- Gönüllü turistler, yerel halk arasında gönüllülük kültürü olmayan bölgelere de hizmet sağlamaktadır.
- Gönüllülük, dezavantajlı kişilerin içinde buldukları topluma katılımlarını sağlayan toplumsal bir sermayedir.

TÜRKİYE'DE GÖNÜLLÜ TURİZMİNİN GENEL DURUMU

Gönüllü turizmi faaliyetleri Türkiye'de henüz yeterli düzeyde değildir. Yasal olarak sadece 8 organizasyon ve toplamda 17 gönüllülük programı bulunmaktadır. Bu organizasyonlar şu şekilde sıralanabilir:

- Çevre ve Kültür Değerlerini Koruma ve Tanıtma Vakfı (ÇEKÜL)
- Doğal Hayatı Koruma Derneği (DHKD)
- Türkiye Çevre Vakfı (TÇV)
- Türkiye Erozyonla Mücadele Ağaçlandırma ve Doğal Kaynakları Koruma Vakfı (TEMA)
- Doğa İle Barış Derneği
- Deniz Temiz Derneği (TURMEPA)
- Türkiye Çevre Koruma ve Yeşillendirme Kurumu (TÜRÇEK)
- Greenpeace (YEŞİL BARIŞ) Sıralanan organizasyonlar yanı sıra birtakım fayda sağlama amaçlı gönüllü faaliyetler de yürütülmektedir. Bunlar genellikle bayramlarda yapılan yardımlar, bağışlar ve sendikalar tarafından yapılan icraatlar olarak sıralanabilir. Türkiye'de sivil toplum kuruluşları bu noktada önem kazanmaktadır. Çünkü STK'ler bireylerin gönüllü faaliyetlerde bulunmalarına zemin hazırlamaktadır. Nitekim eğitimden sağlığa birçok alanda STK'ler tarafından gönüllü yürütülen birçok faaliyet olduğu gözlenmektedir. Ancak Türkiye'de gönüllü tanımını ve gönüllü yönetimi konusunda STK'lerin sorumluluklarını içeren yasal bir mevzuat bulunmamaktadır. Bunun yanı sıra STK'lerin gönüllü tanımlarında bazı ortak noktalar bulunmaktadır. Bunlar, maddi vb. herhangi bir çıkar beklentisinde olunmaması, toplumsal yarara hizmet etme amacı taşıması ve kişinin kendi isteği doğrultusunda gerçekleşmesidir.

İNANÇ TURİZMİ

Gelecekteki turizm pazarları için alternatif turizm çeşitleri büyük bir önem arz etmektedir. Birbiri ile yakından ilişkili olan ve birbirini destekleyen kültürel, tarihî ve inanç kapsamındaki turizm çeşitleri hızlı bir şekilde büyümektedirler (Türker, 2016). Özellikle inanç turizmi, uluslararası turizm faaliyetlerinde her geçen yıl daha da fazla gelir getiren bir turizm çeşidi olmasının yanında, bulunduğu bölgenin yerel değerlerinin korunmasına ve toplumsal kalkınmaya da katkı sağlamaktadır. İnanç turizminin bölgeye sağladığı sosyal, ekonomik, kültürel katkılar şu şekilde açıklanabilir (Albayrak, 2013):

- İnanç turizminin gerçekleştirilebilmesi için gidilecek bölgede dinî çekim yerlerinin olması gereklidir. Bu nedenle bulunduğu yere rekabet avantajı sağlar.

- İnanç turizminin yaşandığı bölgede kültürel alışveriş yaşanmaktadır. Ayrıca farklı dinden insanların birbiri ile kaynaşmasına olanak sağlar.

- İnanç turizmi manevi değerleri maddi değerlere dönüştürdüğü için bölgeye ekonomik katkı sağlar.

Dinsel nedenlerle kısmen ya da tamamen motive olan kimselerin katılım gerçekleştirdiği bir turizm çeşidi olarak kavramsallaştırılan inanç turizmi, çok eski dönemlere dayandırılmasına rağmen, turizm trendlerinin ve taleplerinin değişmesi ve dünyanın ciddi derecede küreselleşmesine bağlı olarak toplumdaki bireylerin birbirini yakından tanıma isteği gibi sebeplerle modern turizm anlayışında da alternatif bir turizm çeşidi olarak önemini korumaktadır. İnanç turizmi insanların dinsel görevlerini yerine getirme amacı gütmeyen dinsel alanları ve festivalleri ziyaret etmeleri olarak tanımlanabilirken, bir diğer tanıma göre ise inanç turizmi inançlı kimseler için özel anlamı bulunan mekânlara yapılan ziyareti temsil edebilmektedir. Buna göre bir turist yalnızca kendi inancı için önemli olan bir çekiciliğe ziyaret edebilmektedir. Bu ziyareti sırasında farklı turizm çeşitlerine ilişkin deneyimlerde yaşayabilme olasılığı yüksektir. Daha açık bir ifadeyle bir turist belirli bir bölgeye yalnızca inanç turizmi kapsamında ziyaret edebileceği gibi farklı turizm çeşitlerini de gerçekleştirmek için seyahat edebilir. Örneğin Antakya'yı ziyaret eden bir turist St. Pierre Kilisesi'ne giderek inanç turizmi kapsamında bir faaliyet gerçekleştirirken, aynı zamanda yörenin bölgesel ve özel yemeklerini tadarak gastronomi turizmi kapsamında da bir faaliyet gerçekleştirebilir. Bu gibi durumlar nedeniyle turistlerin seyahat amaçlarının birbirinden ayırt edilmesi zor olabilir (Gökdeniz, 1996). İnanç turizminin temelinde turistlerin dinler tarafından kutsal kabul edilen makro ve mikro destinasyonları ziyaret etmesi bulunmaktadır. Diğer bir ifadeyle turistlerin yapmış oldukları turistik ziyaretin inanç turizmi kapsamında değerlendirilebilmesi için gidilen bölgenin dinler tarafından kabul edilen kutsal vasıflara sahip olması gerekmektedir. Bu nedenle de inanç turizmini diğer alternatif turizm türlerinden ayırt etmek gerekir. İnanç ve Turizm İlişkisi İnanç kavramı din bağlamında "Tanrı'ya, bir dine inanma, akide, iman ve itikat" anlamlarını taşımaktadır (TDK, 2017). İnanç insanlık tarihî kadar eski ve önemlidir. Öyle ki, insanoğlu mevcudiyetinden itibaren hak veya batıl birtakım olgulara inanma ihtiyacı hissetmiş ve bu olgular onların hayatının her alanına yön vermiştir. Nitekim dinî öğretiler neticesinde şekillenen inanç, bireylerin dinî çerçevedeki manevi ihtiyaçlarını gidermesini sağlayacak belirli faaliyetleri yerine getirmesine yönlendirmiş ve yönlendirmeye de devam etmektedir. Bu faaliyetler turizm kapsamında ele alındığında, içerisinde dinî seyahatlerin yer aldığı söylenebilir. İnanç turizmi ise dinî seyahatlerin düzenlenme şekillerine göre şu sebeplerle ortaya çıkabilmektedir (Yılmaz, 2000):

- Hac gezisi olarak, kutsal yerlere yapılan grup halinde ya da bireysel ziyaretler

- Belirli dinî tarihlerde, önemli dinî olayların yıl dönmelerinde gerçekleşen büyük ölçekli toplantılar

- Turistik bir güzergâh üzerindeki önemli dinî yerleri ve yapıları, turun süresini dikkate almadan ziyaret etmek için gerçekleştirilen turlar İnanç Turizminin Sınıflandırılması İnanç turizmi bireylerin kendi ülkelerinden başka bir ülkeye gitmelerine ya da başka bir ülkeden kendi ülkelerine yapılan ziyarete göre sınıflandırılabilir (Kaya, 1999). Bir kimsenin inanç turizmi kapsamında kendi ülkesinden başka bir ülkeye gitmesine pasif inanç turizmi denilirken, bir ülkenin dinî çekicilikleri nedeniyle ziyaret edilmesi aktif inanç turizmi olarak görülebilir. Daha açık bir ifadeyle dinî çekiciliklere sahip ülkeye, dinî açıdan beklentilerini karşılama arzusuyla başka ülkelere bireylerin ziyaret etmesi o ülke açısından aktif inanç turizmini ifade ederken, dinî beklentilerini gidermek amacıyla yurt dışına ziyaret eden bir kimse kendi ülkesi açısından pasif inanç turizmi gerçekleştirmiş olur. Örnekle açıklamak gerekirse, Türkiye'den bir kimsenin hac vazifesini yerine getirmek için Mekke'yi ziyaret etmesi

Türkiye açısından pasif inanç turizmi olurken, Suudi Arabistan açısından aktif inanç turizmini temsil etmektedir. İnanç Turizminin Önemi İnanç turizmi noktasında seyahat eden bireylerin ağırlıklı olarak dinî amaçlarla ve güdülerle hareket etmesine vurgu yapılmasına karşın, eğitim ve kültür amaçlı olarak da inanç turizmi kapsamında yer alan mekânlar ziyaret edilebilmektedir (Hughes, Bond ve Ballantyne, 2012). Nitekim inanç turizmi daha öncede belirtildiği üzere kültür turizmi ile oldukça yakından ilişkilidir. Bu nedenle inanç turizmi seyahati gerçekleştiren kişilerin yalnızca din odaklı hareket etmediği belirtilebilir. Bu durum daha büyük pazarların oluşmasına neden olmaktadır (Richards, 2007). İnanç turizmi bağlamında pazarların büyümesi, bu turizm çeşidinden elde edilecek ekonomik ve sosyokültürel faydaların da artmasını sağlayabilir. Ekonomik açıdan değerlendirmek gerekirse, inanç turizmine katılan bireylerin sayısının artması bu turizm çeşidi ile elde edilecek gelirlerin de artmasını sağlayacaktır. Ekonomik faydasının yanında farklı kültürlerle sahip insanların aynı ortamda birbirine saygı duymasını gerektirecek durumların oluşmasına neden olur. Daha açık bir ifadeyle farklı kültürden insanların birbirine hoşgörü göstermesine ve barışçıl ortamların gelişmesine katkı sağlar. Nitekim tüm dinlerin ana öğretilerinden bir tanesi diğer dinlere saygı göstermektir (Bilim ve Düzgüner, 2015). Bu nedenle bir kimse inanç turizmine katılarak diğer dindeki insanlara saygı göstererek, karşılıklı anlayışın ve barış ortamının gelişmesine fırsat verebilir. İnanç Turizmine Katılan Turistlerin Motivasyonları Özellikle inanç turizmine katılan bireylerin sayısının gün geçtikçe artması ve bu alandaki gelirlerin yükselmesi, destinasyon yönetim organizasyonlarının inanç turizmine katılan bireylerin neden inanç turizmine katıldıkları ve hangi güdülerle hareket ettikleri sorularına cevap aramasına neden olmaktadır. Bu bağlamda destinasyon yönetim organizasyonlarının inanç turizminden daha verimli ve etkin bir şekilde yararlanabilmeleri için, bireylerin inanç turizmine katılma nedenlerinin ve motivasyonlarının iyi şekilde anlaşılması gerekir. İnanç turizminin temel motivasyonu manevi ve dinî ihtiyaçların karşılanmasıdır. Bu kapsamda bireyler ya da hacılar dinî mekânlara erişebilmek, dinî erdem kazanmak, taksiratları için tövbe etmek, dünyevi problemi çözebilmek, ibadet etmek gibi nedenlerle inanç turizmine katılabilmektedirler (Türker, 2016). Kısaca motivasyonlar şu şekilde sınıflandırılabilir:

- Dinî bir gereklilik olarak hac görevini yerine getirme arzusu,
- Günahlarından arınmak ve dileklerini bildirmek maksadıyla seyahat etme arzusu,
- Manevi yönden rahatlık yaşama arzusu,
- Belirli ve özel dinî etkinlikleri kutlama ve anma arzusu,
- Aynı dinden olanlarla ilişkide olmak ve bağlantı kurma isteği,
- Farklı dinden olan kişilerle tanışma arzudur. Motivasyonlarda görüldüğü üzere bireylerin inanç turizmine katılma nedenleri dinî inançlarının kendilerine belirli vazifeler ve sorumluluklar yüklemesine bağlı olmasının yanında, kişilerin manevi açıdan rahatlamak niyetiyle de yaptığı ortaya çıkmaktadır. Buna ilaveten bireylerin hem aynı dinden olan kişilerle bağlantı kurma isteği hem de farklı dinden olan kişilerle tanışma niyeti bireyleri inanç turizmine yönlendirebilmektedir. Dünya’da İnanç Turizmi Dünya nüfusunun yaklaşık olarak %77’sini sırasıyla Hristiyanlık (%31,5), Müslümanlık (%23,2), Hinduizm (%15) ve Budizm (%7,1) dinine ait bireyler oluşturmaktadır (Pew Research Center, 2013). Belirtilen bu dinlerin tümünde dinî ve kültürel etkinliklerden bir tanesi olan hac yolculuğu yapmak bulunmaktadır (Collins-Kreiner, 2010). Bu nedenle dünya nüfusu içerisindeki inananların büyük bir kısmının belirli bir seyahat yapma zorunluluğu olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu çerçeveden bakıldığında ise inanç turizmi kapsamında yapılacak seyahatlere ilişkin pazar payının oldukça yüksek olduğu belirtilebilir. Hristiyanların inanç turizmi çerçevesinde gittikleri bölgelerin başında Meksika’daki Guadalupe, Fransa’daki Lourdes, Vatikan’daki San Pedro gelmektedir (Toksoy, 2011). İslamiyet için en önemli dinî çekicilik merkezlerinden başında ise hac vazifesinin yapıldığı Suudi Arabistan gelmektedir. 2016 yılında Suudi Arabistan’a hac vazifesi için giden Suudi vatandaşı olmayan kişilerin sayısı 1 milyon 325 bin 372 kişi iken, 537 bin 537 Suudi vatandaşı da hac görevini yerine getirmiştir. Hac görevinin yanında 2016 yılında Umre için Suudi Arabistan’ı ziyaret eden Suudi vatandaşı olmayan kişilerin sayısı 8 milyon 456 bin 223 kişi olmuştur. Bu sayının 3 milyon 859 bin 833 kişilik kısmı, inanç turizmi motivasyonlarında da belirtildiği gibi Müslümanlar için kutsal bir ay olan Ramazan ayında gerçekleşmiştir. Müslümanlar için bir diğer önemli kutsal mekân Mescid-i Aksa’dır. Mescid-i Aksa Müslümanların ilk kiblesi konumundadır. İsrail’in Kudüs’ü işgal etmesi sebebiyle bu kutsal mekâna gelen turist sayısı hakkında resmî bir kayıt bulunmamaktadır. Türkiye’de İnanç Turizmi Türkiye tarih öncesinden günümüze kadar birçok farklı medeniyete ev sahipliği yaptığı için bünyesinde birçok kültürü barındırmaktadır. Özellikle Dünya’da en yoğun şekilde inanılan iki dinin kabul görüp gelişmesine ev sahipliği yapması nedeniyle bu dinlerin kutsal saydığı birçok mekâna sahiptir (Berk, 2011). Daha açık bir ifadeyle Dünya’daki nüfusun sahip olduğu dinlerin oranına bakıldığında yaklaşık %55’ini İslam ve Hristiyanlık inancına sahip bireylerin oluşturduğu söylenebilir. Bu durum Türkiye’nin bu inançlara sahip bireyler için kutsal mekânları barındırması sebebiyle inanç turizmi potansiyelini daha da güçlendirmektedir. Bu potansiyeli dikkate alarak Kültür ve Turizm Bakanlığı Hristiyanlık için önemli olan dokuz ilde onbir merkez belirlemiştir.
- Hatay-Merkez: St. Pierre Anıt Müzesi

- İçel-Tarsus: St. Paul Anıt Müzesi
- İzmir-Selçuk: Meryem Ana Evi
- Antalya-Demre: St. Nicola Kilisesi
- Bursa-İznik: Ayasofya Cami
- Manisa-Sard: Sard Sinagogu
- Manisa-Alaşehir: Alaşehir Kilisesi
- Manisa-Akhisar: Akhisar Kilisesi
- Isparta-Yalvaç: Pisidia Antik Kenti
- Nevşehir-Derinkuyu: Ortodoks Kilisesi

• Denizli-Pamukkale: Laodikya Antik Kenti Türkiye zellikle Selçuklu ve Osmanlı devletleri dönemlerinde İslami eserler ve kutsal mekânlar açısından ciddi derecede gelişme göstermiştir. Bu dönemlerde gerek yeni camilerin inşası gerekse eski kiliselerin camiye dönüştürölmesi ile önemli ölçüde kutsal mekâna sahip olunmuştur. Kutsal meknların yanı sıra maneviyatı ve ilmi seviyesi yüksek din adamlarının Anadolu'da yaşamış olması ve bu kişilere ilişkin yapıtların yapılması da inanç turizmi kapsamında çekiciliklerin oluşmasına neden olmuştur. Türkiye'de İslam dinî açısından çekicilik özellikleri bulunan illerin başında İstanbul, Hatay, Konya, Şanlıurfa ve Bursa gibi iller gelmektedir.

YAVAŞ TURİZM

Yavaş turizm; yavaş yaşam, yavaş yemek, yavaş işletme, yavaş para, yavaş ticaret vb. kavramları gibi, tüm dünyada yayılan yavaş anlayışı/felsefesinin sonucunda ortaya çıkmıştır. Yavaş anlayışı, küreselleşmenin zaman, hız ve yer konuları kapsamında yarattığı tek tipleşmeye, geleneksellikten/kültürden uzaklaşmaya, çevreye verilen zararlara, hızlı tüketim ve yaşam alışkanlıklarına bir tepki olarak görülebilir. Bu tarz bir anlayış, birey yaşamının farklı alanlarında kendine yer bulduğu gibi, turizm ve seyahat faaliyetlerinin şekillenmesinde de farklılık yaratacak bir etki oluşturmuştur. Son yıllarda, özellikle küçük kentler için bir kalkınma modeli olarak ele alınması ve yaşanan yerin daha insancıl, daha çevreci, daha sürdürülebilir hale gelerek kentin yaşam kalitesini artırması açısından düşünüldüğünde yavaş turizm olgusu oldukça dikkat çekmektedir.

YAVAŞ ANLAYIŞI

Küreselleşme ile birlikte şehirlerin evrensel bir kültür doğrultusunda standartlaşarak tek tipleşmesine karşı bir duruş olarak yavaş anlayışı; yerel değerlerin korunması, bölgelerin kendilerine has olan özelliklerinin sürdürülebilir bir şekilde devam ettirilebilmesini temel almaktadır.

YAVAŞ HAREKETİ

Yavaş hareketi, iletişim ve ulaşım teknolojilerinin hızla gelişmesiyle, bu hızlı gelişimin toplumsal hayatı dönüştürmesi ve bu dönüşümün insanların hayattan zevk alacak unsurları gözden kaçırmasını önlemektir şeklinde ifade edilebilir. Yavaş hareketi, günümüz hızlı modernleşmesine ve insanların tek tipleştirilerek bir tüketim kalıbı içine sokulmasına tepki olarak doğmuş kültürel nitelikli toplumsal bir harekettir. Hareketin temeli, yaşam kalitesinin artırılması felsefesine dayanmaktadır. Yavaş hareketi insanlar üzerinde hız konusunda bir farkındalık yaratarak, her şeye gerektiği kadar vakit ayırmalarını sağlamayı amaçlamaktadır.

YAVAŞ YEMEK (SLOW FOOD) HAREKETİ

Hızlı hayat temposu içinde sahip olduğu tüm değerlerinden uzaklaşan toplumlar, yemek kültürünü de kaybetmiş ya da büyük ölçüde yemek kültüründen uzaklaşmışlardır. Fastfood akımının başlamasıyla birlikte yemek kültürü kavramı zamanla endüstriyel bir standartlaşmaya dönüşmüştür. Hıza karşı yavaşlığı savunan ilk hareket, yavaş yemek olmuştur. İtalya’da 1986’da Roma Piazzadi Spagna’da İspanyol Merdivenleri olarak bilinen mevkide McDonald’s restoranının açılışında Gazeteci Carlo Petrini önderliğinde büyük bir protesto gerçekleşmiştir. Bu protesto ile yavaş yemek hareketi başlamıştır. Bu felsefe ve hareket, dünya çapında benimsenip sahiplenilerek Yavaş Hareketi’ne dönüşmüştür. Yavaş yemek hareketi yıllar içinde büyüyerek 132 ülkede, “temiz, adil, sağlıklı gıda” ilkesini benimseyen yüz binin üzerindeki üye ve destekçiye ulaşmıştır. “Gıdanın iyi olması” yerken bize haz vermesi ve lezzetli olması, “gıdanın temiz olması” üretimde kullanılan tekniklerin çevreye, hayvan ve insan sağlığına zarar vermemesi, “gıdanın adil olması” ise gıda üreticilerinin emeklerinin sömürülmemesi ve emeklerinin karşılığını alabilmeleri anlamına gelmektedir. Yavaş Yemek Hareketinin Amaçları Yavaş yemek, yerel lezzetlere sahip çıkmayı, doğaya saygı göstermeyi, rahat ve sağlıklı beslenmeyi, hatta kendi yiyeceğini yetiştirerek ne yiyeceğini bilmeyi, yemekten tat almayı, yemekle sosyalleşmeyi ilke edinmiş bir akım olarak ortaya çıkmıştır. Gıdaların mevsimlik olarak ve endüstriyel olmayan yollarla üretimi, genetiğiyle oynanmış ürünlerin üretiminin engellenmesi, yerel ürünlerin üretiminin teşvik edilmesi ve biyo-çeşitliliğin korunması hareketin temel hedefleri arasındadır. Bunun yanında, gıdaların sadece üretimi ile değil tüketimiyle de ilgilenen SlowFood (Yavaş Yemek), yemek kültürü konusunda da çeşitli ilkelere sahiptir. Yemeklerin yerel ürünler kullanılarak üretiminin teşvik edilmesi, geleneksel yemek tariflerinin korunması ve yemeklerin, yöreye gelen ziyaretçilere geleneksel sunum biçimleriyle ulaştırılması amaçlanmaktadır. Küresel dünyanın oluşturduğu tehditlere karşı geleneksel yöntemleri, seri üretim ve kolaylıktan uzak pişirme biçimlerini geri getirmek, yerel mutfakları korumak, doğal ve özgün üretimi insanlara tanıtmak yavaş yemek hareketinin en önemli amaçlarındanıdır.

YAVAŞ ŞEHİRLER (CITTASLOW)

İtalyanca “citta” (şehir) ve İngilizce “slow” (yavaş) kelimelerinden oluşan Cittaslow, “Yavaş Şehir” anlamında kullanılmaktadır. Yavaş Şehir (Cittaslow), küreselleşmenin şehirlerin dokusunu, sakinlerini ve yaşam tarzını standartlaştırmasını ve yerel özelliklerini ortadan kaldırmasını engellemek için SlowFood (Yavaş Yemek) hareketinden doğmuş bir şehirler birliğidir. Cittaslow (Yavaş Şehirler) Birliği, 15 Ekim 1999 tarihinde İtalya’nın Orvieto kentinde, Chianti, Orvieto, Bra ve Positano

kentlerinin belediye başkanları ve SlowFood'un kurucusu Carlo Petrini tarafından imzalanan Yavaş Şehirler Sözleşmesi'yle resmî olarak kurulmuştur. 28 madde ve 5 ek belgeden oluşan "Uluslararası Yavaş Şehir Tüzüğü", birliğin kuruluşu, organları, birliğe üye olabilmek için kriterler, üyelerin sorumlulukları, logo ve diğer tanıtım materyallerinin kullanımı, fonların kullanımı gibi birçok konuyu bünyesinde barındırmaktadır. Uluslararası Yavaş Şehirler Birliği'nin logosu olan salyangoz, yavaşlık ve dinlenmeyi temsil etmektedir. Ağa kabul edilen şehirlere "Salyangoz Bayrağı" dalgalandırma hakkı verilmektedir. Buna göre, salyangoz bayrağı, yavaş şehir hareketini simgeleyen bir kalite işaretidir. Yavaş şehir hareketinin en önemli özelliklerinden biri de, şehir sakinlerinin de bu harekete katılımıdır. Yavaş şehir hareketi kentin yönetimini halkla paylaşmak; iyi yönetişimi gerçekleştirmek için sivil toplum örgütleri (STK) ile yakın iş birliği içerisindedir. Cittaslow (Yavaş Şehir) Amaçları Yavaş yemek felsefesinin bir uzantısı olarak ortaya çıkan Cittaslow, dünyanın her yerinde aynı kentlerin, kültürlerin ve yaşam şekillerinin varlığına karşı çıkan, yerel özellikleriyle tanınmak isteyen kentlerin kurduğu uluslararası bir birlik niteliğindedir. Şehirlerdeki yaşam kalitesini artırmak ve tek tipleşmeyi önlemek, yöresel, bölgesel ve kültürel farkındalıklar oluşturmak ve şehir ve çevresinin özgün değerlerinin vurgulanması bu hareketin temel amaçları arasındadır. Yavaş şehir hareketi; sürdürülebilir tüketim anlayışı desteklenerek, sürdürülebilir bir yerel üretimi öngören, mimarisi, doğası ve kültürel değerleri korunmuş, insanca ve daha kaliteli bir yaşam ortamına ulaşmak amacıyla başlatılmıştır. Yavaş şehirler özetle şu temel amaçları gerçekleştirmek istemektedir: □ Teknolojiyi kullanarak hayatın kaliteli ve herkesçe yaşanabilir olmasını sağlamak, □ Bölgeye özgü değerlerle sürdürülebilir gelişmeyi sağlamak, □ Yerel ekonomik yasama katkı yaparak gelir adaletini sağlamak, □ Doğal çevreyi ve tarihî değerleri korumak. Cittaslow (Yavaş Şehir) Üyeliği Yavaş/sakin kent olabilmek için Yavaş Şehir Bildirgesi'nde yer alan; çevre politikaları, altyapı politikaları, kentsel yaşam kalitesi politikaları, tarımsal, turistik, esnaf ve sanatkârlara dair politikalar, misafirperverlik, farkındalık ve eğitim için planlar, sosyal uyum ve ortaklıklar isimli 7 ana başlıkları altında 72 ana kriterde projeler oluşturulması gerekmektedir. Kurulduğu 1999 yılında 4 üyesi olan Cittaslow Birliği'nin, günümüzde 30 ülkede 208 üyesi bulunmaktadır. Türkiye'de ise yavaş şehir hareketi, 28 Kasım 2009 tarihinde Seferihisar'ın bu ağa katılmasıyla resmi olarak başlamıştır. Yaklaşık sekiz yıllık süreçte Yavaş Şehir Türkiye Ağı'na üye olan şehir sayısı on üçe çıkmıştır. Bu şehirler arasında Seferihisar (İzmir), Akyaka (Muğla), Gökçeada (Çanakkale), Taraklı (Sakarya), Yenipazar (Aydın), Yalvaç (Isparta), Perşembe (Ordu), Vize (Kırklareli), Halfeti (Şanlıurfa), Şavşat (Artvin), Uzundere (Erzurum), Eğirdir (Isparta) ve Gerze (Sinop) yer almaktadır.

YAVAŞ TURİZM (EKO-GASTRONOMİK TURİZM)

Son yıllarda insanların büyük otellerde veya doğal olmayan ortamlarda tatil yapma yerine; daha doğal besinler tüketerek, daha doğal ortamlarda ve oldukça sakin yaşayarak dinlenme isteklerinin öne çıkması, yeni bir turizm şeklini "yavaş turizmi" ortaya çıkarmıştır. Yavaş hareketinden esinlenen yavaş turizm, yerel kültüre, tarihe ve çevreye saygılı, sorumlu, çeşitliliğe ve insan ilişkilerine (öteki turistlerle ve yerel halk ile kurulan ilişkiler) değer veren bir turizm şeklidir. Tatilin hızının yavaşlatılarak, keşfetmek, öğrenmek ve paylaşmaktan zevk alınması ve öteki ziyaretçiler ile yerel halkın yanı sıra kentle de daha derin ilişkiler kurma fırsatları yaratılması yavaş turizmin en belirgin özellikleri arasındadır. Yavaş turizm ile turistin çok sayıda deneyim yaşaması değil, yaşadığı deneyimin kalitesi önemli hale gelmektedir. Yavaş turizm, turizm faaliyetlerinin sürdürülebilirliğini hedeflemektedir. Turizmin sürdürülebilir olması turizmin ekonomik sürdürülebilirliği, yerel yiyeceklerin tercih edilmesi ve yerel ekonominin korunmasıyla mümkündür. Yerel yiyecek sisteminin gelişmesiyle yerel çiftçiler ve işletmeler desteklenmektedir. Bu durum kültürel bilincin uyanmasına ve insanlar arasında bağ oluşmasına sebep olur. Yerel pazarlar, çiftçi ile tüketici arasında sosyal yakınlaşma sağlar. Bu da turizmin sosyokültürel sürdürülebilirlik boyutuna katkı sağlamaktadır. Ancak sadece yerel yiyeceklerin satın alınması turizmi daha sürdürülebilir yapmak için yeterli değildir. Bunun için yöre halkının turizm anlayışının değişmesi, turistlerin yerli halk ile etkileşime geçmesi ve bütünleşmesi gerekir. Bununla birlikte, yerel işletmeler ve zanaatkarların desteklenmesi, doğal çevrenin korunması ve sürdürülebilir kılınması, konuksevliğin üst seviyeye çıkarılması, yerel kültürün güçlendirilmesi ve geleneklerin korunması, yerli halk ile turistlerin sağlıklı beslenmelerinin de desteklenmesi gerekmektedir.

YAVAŞ SEYAHAT

Yavaş seyahat, sürdürülebilir turizmin büyüyen bir parçasıdır. Yavaş seyahatin dört temel özellik üzerinde yoğunlaştığı ve bu özelliklerin; yavaşlık ve zaman değeri, yerellik ve hedef faaliyetleri, ulaşım biçimi ve seyahat deneyimi ve çevre bilincinden oluştuğu belirtilmektedir. Yavaş seyahatin tatil pazarının %10'unu oluşturması, Avrupa turizmi için bir alternatif olarak görülmektedir. Yavaş seyahat, çok fazla seyahat etmeyen, gittiği yerde uzun süre kalan kişilere araba ve uçak seyahati yerine başka alternatifler sunan kavramsal bir yapıdır. Burada bilinçli şekilde seyahat etmek, hız kavramını seyahat boyunca ortamdaki uzak tutmak, seyahati bütünüyle bir zihinsel dinlenme anı, keyif alma süreci olarak görmek ve stressiz bir şekilde tamamlamak amaçlanmaktadır. Seyahatlerin yavaş yapılması, uçak ve otobüs yerine feribot, yerel otobüs, yavaş tren, bisiklet gibi alternatif araçlar tercih edilmesi

bölgeyle iletişimi ve etkileşimi kolaylaştırır. Hız ise bunları engeller. Hem tatil hem de seyahat, dinlenmenin, eğlenmenin ve hazzın bir parçası olarak görülür. Yavaş seyahatçiler, şehri yavaşça gezer ve yerli halk ile bir araya gelip onların davrandığı gibi davranmaya çalışırlar. Yavaş seyahat anlayışının, yöre halkı ile etkileşime geçilen, onlarla iletişim halinde o yörenin kültürel özelliklerini öğrenmeyi, şehri turla değil yürüyerek keşfetmeyi amaçlayan bir anlayışa sahip olduğu söylenebilir.

Günümüzde yeni turistik ürün olarak oldukça ilgi gören alternatif turizm türlerinden biri de kumar turizmidir. Kumar turizmi potansiyeli eski dönemlerde daha çok ekonomik bakımdan güçlü bireylerin oluşturduğu grupken giderek popüler hâle gelmesiyle önemli bir turizm çeşidi hâlini almıştır. Kumar turizmi ekonomik bakımdan ülkelere kayda değer avantajlar sağlamaktadır. Ayrıca kumar turizminin geliştiği bölgelerde ulaştırma şirketlerinin ve otel işletmelerinin doluluk oranlarında dikkate değer artışlar söz konusudur. **KUMAR TURİZMİ KAVRAMI**

Kumar oyunu "şans" ya da "talih oyunu" olarak da adlandırılmaktadır. Kumar oyunları bireylerin boş zaman aktiviteleri olarak veya heyecan yaşamak için aralarında gerçekleştirdikleri ve ortaya para koyarak oynadıkları oyunlar şeklinde tanımlanmaktadır. Geçmişte ilk olarak Mısır Uygarlığı ile başladığı tahmin edilen kumar, insanların risk ve heyecan gibi duygularını bastırmak amacıyla oynadıkları oyundur. Bununla birlikte zamanla çeşitlere ayrılmıştır. Kumar oyunları "rulet, loto, spor bahisleri, slot makineleri, çekilişler ve kart oyunları" olmak üzere 6 grupta incelenebilir.

KUMAR TURİSTLERİ

Yeni kumar oyun türlerinin gelişmesiyle ve kumarhane hizmetlerinin yaygınlaşmasıyla birlikte çeşitli kumar turisti profilleri ortaya çıkmıştır. Bu turist profilleri birbirinden farklı olarak değerlendirilmekte ve her biri sağladığı fayda noktasında değişiklik göstermektedir. Kumar turistleri "yüksek bahisçiler, günübirlikçiler, düşük bahisçiler/yeni başlayanlar, aile tatilcileri" olarak sınıflandırılmaktadır.

KUMAR TURİZMİNİN TARİHÇESİ

Dünyada Kumar Turizmi Tarihçesi Ekonomik buhran döneminde ABD'de yer alan Nevada Eyaleti'nde 1931 yılında yasal hâle gelen kumarhane hizmetleri dünya genelinde kumar turizminin temelini oluşturmaktadır. Bu gelişmeyle birlikte çeşitli bölgelerde gelişen kumar sektörü turistik açıdan önemli bir tür olarak kabul görmüştür. ABD'de başlayan kumar turizmi akımı gün geçtikçe dünya geneline yayılmış ve ekonomik avantajları sayesinde birçok ülkenin dikkatini çekmiştir. Birçok ülkede kumar turizmi endüstrisi 1990'lı yıllarda önemli bir büyüme ve gelişme yaşamıştır. Devletler ülke turizmini canlandırmak ve ekonomilerine önemli kazanımlar sağlamak amacıyla kumar turizmine önem vermiş, bu sayede ülkede turizm sektörünü geliştirmek adına kumar turizmini öncü olarak kullanmıştır.

Devletler açık bir şekilde turizmi canlandırmak adına kumar turizmine yönelik stratejiler geliştirmiştir. Bu stratejiler turizmi canlandırmak hedefinde olmakla beraber sosyal düzeni gözeterek geliştirilmiştir. Türkiye'de Kumar Turizmi Tarihçesi Türkiye'de yasal olarak faaliyet gösteren kumar işletmeleri 1983 yılında kapatılmıştır. Daha sonra 1991 yılında 2634 sayılı Turizm Teşvik Yasası'nın 19. maddesi gereğince yasak kaldırılmış ve kumar işletmeleri tekrar faaliyetlerine geri dönmüştür. Ancak 1998 yılında kumar işletmeleri tekrar kapatılmıştır ve kumar yasağı günümüzde hâlen devam etmektedir. 13 Şubat 1998'de Bakanlar Kurulu tarafından kapatılan 78 adet kumarhanede 848 canlı oyun masası ve 8800 adet kumar makinesi bulunmaktaydı. Ayrıca bu kumarhanelerde 20.000 kişi istihdam edilmekteydi. Kapatılan kumarhanelerin 41 tanesi 5 yıldızlı otel işletmeleri bünyesinde faaliyet göstermekteydi. 1997 yılı itibarıyla Türkiye'nin kumar turizmi cirosu 10 milyar dolar civarındaydı. Kumar turizminin ülke ekonomisi açısından önemli bir katkı sunacağı görülürken sosyal etki bakımından sistematik bir şekilde kontrol edilmesi dikkate alınması gereken önemli bir konudur.

EKONOMİK VERİLERLE KUMAR TURİZMİ

Turizm sektöründeki diğer alanların kâr marjlarına oranla oldukça yüksek olan kumar turizmi etkinlikleri, bu marjı %35'lere kadar artırabilmektedir. Ziyaretçilerin nehir teknelerini, otellere bağlı kumar işletmelerini ve Las Vegas ve Atlantic City gibi kumar merkezlerini tercih etmeleri, kumarhane işletmeciliğine yönelik fırsatları ve ilgiyi gün geçtikçe büyütmektedir. ABD'de faaliyet gösteren kumar işletmelerinde gelirlerinin yaklaşık %70'ini kumar makineleri sağlamaktadır. 3-4 saatlik ortalama bir oynama sonrasında makinelerle oynayan bir oyuncu makineye ortalama 2500 dolar para atmaktadır. Bu veriler kumar turizmi aktivitelerinin ekonomik anlamda dikkate değer bir döngü içerisinde olduğunu göstermektedir. Kumar turizminde elde edilen gelirler noktasında ABD dünya genelinde ilk sırada yer almaktadır. Ayrıca Makao bölgesinde yer alan işletmeler önemli ölçüde gelir sağlamak ve dünya genelinde kumar turizmi gelirleri bakımından ABD'yi takip etmektedir. Kumar turizmi gelirleri destinasyon bakımından değerlendirildiğinde ABD ve Makao bölgeleri ilk sıralarda yer alırken, işletme açısından incelendiğinde dünyada en fazla gelir elde eden 10 casino işletmesi Asya'da bulunmaktadır.

KUMAR TURİZMİ DESTİNASYONLARI

Dünyada birçok bölgede trend olarak görülen kumarhane hizmetleri ulaşım noktasında genellikle kolay konumlarda bulunmaktadır. Günümüzde ABD, Makao (Çin) ve Singapur'da popüler hâle gelmiş ve bu bölgeler tercih edilme açısından önemli bir gelişme yaşanmıştır. Aynı zamanda 2003 yılında Çin'de vizelerin kolaylaştırılması, turist sayısında önemli bir ilerlemeyi sağlamış ve özellikle Makao'da turist sayısında büyük patlama yaşanmıştır. Turizm istatistikleri incelendiğinde kumar turizmi bakımından gelişme yaşayan bir diğer destinasyon Singapur'dur. Bölgede kumar yasağının sona ermesiyle yıllık turist sayılarında %8'lik bir artış olmuş ve 16,5 milyona ulaşmıştır. Dünyada birçok bölgede yasal olarak yürütülen kumar turizmi aktiviteleri gün geçtikçe ekonomik olarak kendini güçlendirmektedir. Las Vegas, Makao ve Singapur gibi önde gelen turizm merkezlerinin yanında Portekiz, Monte Carlo, Sin City, Atlantic City ve KKTC gibi birçok destinasyon da dünyada kumar turizmi merkezlerine örnek olarak verilebilir. **KUMAR TURİZMİNİN SOSYAL ETKİLERİ**

Bazı kişiler dinî hassasiyetleri doğrultusunda kumara ve kumar turizmine karşı bir tavır ortaya koyarken, kumarın ve kumar turizminin ekonomik boyutunu dikkate alan kişiler söz konusu faaliyetlere katılmaktadır. Kumar kavramının ekonomik boyutu göz önüne alındığında bu faaliyetle birlikte gelen vergi gelirleri, istihdam olanakları gibi avantajlar hesaba katılmaktadır. Kumar kavramına olumlu bir bakış açısı ile yaklaşmayan taraflar ise söz konusu kavramın kişisel ve sosyal bir maliyeti olduğunu ileri sürmektedir. Kumar turizmi diğer ziyaret sebepleri gibi rekreasyonel bir faaliyet olarak görülmektedir. Kumarla birlikte gelen parasal kayıplar ise rekreasyonel etkinliğin maliyeti olarak ifade edilmektedir. Dolayısıyla kumar turizmine katılan bireyler için bu faaliyetin diğer rekreasyonel mal ve hizmetlerden bir farkı bulunmamaktadır. Bu duruma karşın kumar tutkusunun kişilerde bağımlılık ve kontrol kaybı yaratması potansiyelinin bulunması gibi durumlar da, kumar kavramını diğer eğlence faaliyetlerinden ayırmaktadır. Kumar bağımlılığı sonrasında intihar ve iflas etme gibi psikolojik ve sosyal sonuçları ağır olabilecek durumların yaşanma olasılığı, ilgili alan yazında bu konunun tartışılmasını da beraberinde getirmektedir.

KENT TURİZMİ

Kentler dünyanın en büyük turizm merkezlerindedir. Birleşmiş Milletler Habitatu'nun verilerine göre, dünya nüfusunun yarısı günümüzde kasabalarda ve kentlerde yaşamakta ve bu rakamın 2030 yılına kadar neredeyse beş milyara ulaşması beklenmektedir. Kent turizmi, kasaba ve kent destinasyonlarına odaklanan geziler ve ziyaretlerden oluşmaktadır. Kent turizmi, yarattığı ekonomik ve istihdam olanakları ile genel kent planlamasında ve dünya kentlerinde yaşayan milyarlarca insanın refah düzeyinde önemli bir faktör hâline gelmektedir. Dünyada turizm faaliyetlerinin büyük kısmı, Paris ve Londra gibi büyük kentlerden kıyı tatil beldelerine kadar kentsel alanlarda gerçekleşmektedir. Kent Turizminin Ortaya Çıkışı Kent turizminin gelişiminde küreselleşme, sanayileşme ve kentleşme süreçleri etkili olmuştur. Kentler çeşitli tesis ve imkânlarla sadece iş adamları ve gurbetçileri değil aynı zamanda ziyaretçileri de cezbetmiştir. Kentlerin çektiği turist sayılarının artmasıyla kültür ve kongre merkezleri, görkemli alışveriş merkezleri kurulmaya başlanmıştır. Ayrıca daha fazla turist çekebilmek için kentlerde mega olaylar (olimpiyatlar, festivaller gibi) düzenleme çabalarına girilmiştir. İkinci olarak ise sanayileşme kent turizmi için uygun koşullar yaratmıştır. Sanayi üretiminin gerilemesi sadece istihdamın, yatırımların ve "kentsel yaşam tarzı"nın doğasını etkilemekle kalmamış aynı zamanda fabrikalar, rıhtımlar ve demiryolu rayları ile eski sanayi manzaralarını da geride bırakmıştır. Üçüncü olarak ise, kentleşme kent turizmini etkilemiştir. Mezopotamya'daki ilk şehirlerin kuruluşundan bu yana ticaret, üretim, eğitim, kültür, sanat ve eğlence olanaklarına sahip kent merkezleri, ziyaretçiler için en önemli yerler arasında olmuştur. . Kent Turizmi'nin Tanımı Avrupa Komisyonu (EC), kent turizmini "kasaba ve şehirlerde bulunan ve başka yerlerden gelen ziyaretçilere sunulan turistik kaynaklar veya etkinlikler" şeklinde, Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) ise kent turizmini gezginler tarafından yüksek nüfus yoğunluğuna sahip kentlere (mega kentler) veya yerlere yapılan geziler (süresi genellikle kısa 1-3 gün arası) olarak tanımlamaktadır. Karski'ye göre, Mezopotamya ve Sümer'in kentleşme olgusunu ortaya çıkarmasıyla kent turizmi var olmuştur. Kentler ulusal kültür, sanat, müzik, edebiyat, mimari ve kentsel tasarımın beraber var olabilmelerine olanak sağlamaktadır. Kent turizmi için tek bir olgudan ziyade çoğulculuk gereklidir. Kentsel özellik ve hizmetlerin farklı bileşenleri olarak; kültürel (festival veya sanat), tarihî (tarihî yapı/taş), kongre, spor, gastronomi, gece hayatı ve alışveriş gibi etkinliklerin hepsi kent turizminin öncülüğünü yapabilmekte ve turizm pazarının hizmetinde kullanılmaktadır. 1980'li yıllara kadar kent turizmi üzerine akademik literatür çok sınırlıydı. Daha çok kent imajından ve kentsel yenilenmeye değinen çalışmalar haricinde kent turizmi ile ilgili araştırmaların eksikliğine değiniliyordu. Bu yıllardan sonra kent turizmine olan ilgi artmış ve 1989 yılında, kenti turistik faaliyet için önemli bir alan olarak tanımlayan ilk kişilerden biri Ashworth olmuştur. Karski'nin 1990 yılında kent yenilenmesinin bir anahtarı olarak kent turizmini değerlendirdiği çalışma bu alanda yapılan diğer çalışmalara örnek teşkil etmiştir. 1992 yılında ilk kez mega olaylar ve kent turizmi arasında bir ilişkiden bahsedilmiştir. Kent turizminin gelişmesindeki kent pazarlamacılığı ve kent markalaşması ilişkisine değinilmiştir. . Kent Turizmi Stratejileri Kent turizminin karmaşık olgusu kent yenilenmesini, mega olayları, kent pazarlamasını ve markalaşmasını inceleyerek analiz edilebilmektedir. Bu karmaşıklığın anlaşılması, bu süreçlerin analizlerine bağlıdır. . Kent Yenilenmesi Kent yenilenmesi (kentsel dönüşüm), yoksul mahallelerin veya ilçelerin yeniden inşası veya rehabilitasyonu olarak tanımlanmaktadır. Kentler, 1970'lerin sonu ile 1980'li yıllarda sanayileşme ve ekonominin gerilemesiyle kent imajlarında yeniden yapılanmaya gitmişlerdir. Pittsburgh ve Glasgow gibi birçok Kuzey Amerika ve Avrupa sanayi kentlerinde bu durum geçerli olmuştur. Son yıllarda turizm, özellikle sanayi tarafından terk edilmiş olan kent içi bölgelerde ve eski yapılı çevrenin hâlâ var olduğu yerlerde kent yenilenmesi için ana motivasyonlardan biri hâline gelmiştir. Avrupa'da Barselona, Glasgow ve Bilbao gibi birçok kent, kent yenilenmesi stratejilerini izleyerek bir kentin nasıl turistik bir mıknaatısa dönüşebileceğini gösteren modeller hâline gelmiştir. Bununla birlikte, kentsel gelişime paralel olarak çok sayıda turist çeken bazı kasaba ve şehirlerde artan turist sayısı atmosfere ve yerel kültüre zarar verebilecek sonuçlara neden olmaktadır. Ayrıca turizm, kentsel alanların yeniden yapılandırılması / iyileştirilmesi için kullanılacak gelir üretme potansiyeline sahip önemli bir kaynak olduğu kadar, turist akışı yerel halkın yaşam kalitesini düşürebilmektedir. . Mega Olaylar-Etkinlikler Mega veya mega özellikli olaylar, tek bir büyük etkinlikten (örneğin, Dünya Fuarları) veya etkinlikler dizisinden (örn. Olimpiyatlar) oluşan büyük ölçekli geçici etkinliklerdir.

Günümüzde mega olaylar; stadyumlar ve diğer spor tesisleri, tiyatrolar, müzeler, ulaşım yolları, toplum merkezleri, konaklama tesisleri, kültür ve kongre salonları ve kongre merkezleri gibi yeni tesis ve olanakları inşa etme fırsatı, çevrenin yeniden yapılandırılması, kentsel yenilenmeyi yasallaştırma ve kolaylaştırma için fırsat olarak kullanılmaktadır. Mega olaylar istihdam kadar gelir ve yeni yatırım olanakları yaratarak kent ekonomisine katkıda bulunmaktadır. Mega olayların sadece gelir üretmekle kalmayıp aynı zamanda kent markalaşması, kimlik oluşturma ve kent imajına da katkıda bulunmaktadır. Özellikle, olimpiyatlar ve dünya fuarları, dünya çapında tanınma ve dolayısıyla turistik çekim için bir anahtar olarak görülmektedir. Kent Pazarlaması ve Markalaşması Kent pazarlaması, kentsel seviyeyi yükseltmek için kullanılan en önemli araçlardan biridir. Örneğin, Liverpool, Manchester, Barcelona, Berlin, Bilbao, Turin gibi kentler turizm aracılığı ile kent yaşamı, kültürü ve yaratıcılığın “pozitif” görüntülerini kullanarak kendilerini pazarlamaktadır. Bazı kentler kolaylıkla tanımlanabilir imajlara sahiptir ve insanların zihninde daha kolay yer edinmektedir. Örneğin, romantizm denildiğinde Paris ve Venedik; çeşitlilik denildiğinde New York ve Berlin; eğlence denildiğinde Los Angeles ve Rio de Janeiro; modernlik denildiğinde Singapur ve Tokyo; siyaset denildiğinde Washington ve Moskova ve bilim denildiğinde Stockholm akla gelmektedir. Dahası yapıları çevre (örneğin yer işaretleri, ilçeler, simgesel yapılar ve sembolik yapılar) ve ünlü kişiler (örneğin Gaudi ve Barcelona, Kafka ve Prag) var olması kentlere hem tanınırlık hem de küresel ün sağlayabilmektedir. Kent Turizminin Popülaritesi Kent turizminin popülaritesinin artmasında öncelikle, kentleşme eğilimi gelmektedir. Kentlerde yaşayan insanların kentlerle ilişkilendirilmesi ve eğilimleri arttıkça kent turizminin güçlendiği düşünülmektedir. İkincisi, düşük maliyetli hava yollarının yaygınlaşmasıdır. Çoğunlukla kitlesel uçuşların daha uygun maliyetli olması sebebiyle kent gezilerinin popülaritesi artmıştır. Üçüncü olarak, tatil çıkma isteği olan kişilerin oranlarındaki artıştır. Ayrıca bu kişilerin yılda sadece bir ana tatil yerine, daha kısa tatil günlerine doğru eğilim göstermeleridir. Dördüncüsü, internet tabanlı hizmetlerin artışıdır. Seyahat sırasında bilgilere kolaylıkla erişilebilme, destinasyon ile ilgili çeşitli bilgilere ulaşabilme ve sanal turların var olması kent turizmini büyük ölçüde kolaylaştırmıştır. Bunlara ilaveten, günümüzde gezginler bir kenti sadece giriş, çıkış veya geçiş noktası olarak değil, kendi başına bir destinasyon olarak görmektedirler. Bu bağlamda kent turizmi ülkeye önemli bir ekonomik girdi sağlamaktadır. Kentler ve Kentsel Destinasyonlar Dünya nüfusunun giderek kentleşmekte olduğunu Birleşmiş Milletler gibi uluslararası kuruluşlar ve hükümetler arasında yaygın bir şekilde kabul edilmektedir. Dünya kentsel nüfusun toplam nüfusun içinde 1900’de % 14’ten, 2000’de% 47’ye yükseldiğini ve 2030’da % 61’e yükseleceği tahmin edilmektedir. Dünya nüfusunun yarısından çoğu bugün kentlerde yaşamaktadır. Özellikle Tokyo, Meksika, New York, Bombay ve Sao Paulo gibi nüfusu 10 milyondan fazla olan mega kentlerin nüfusunun yükselmesinde bu durum göze çarpmaktadır. Kentsel destinasyonlara örnek olarak Toronto, Montreal ve Vancouver (Kanada) kentleri verilebilir. Doğal ve kültürel çekicilikleri ile çok sayıda turisti çekmektedir. Bazı kentler endüstri merkezi olmaları dolayısıyla çekicilik oluşturmaktadır. Örneğin Hollywood, film endüstrisinin merkezidir. Bazı kentler de farklı özelliklerle kendilerini nitelendirerek bir kimlik oluşturarak, turistik çekim yaratmıştır. Örneğin, “Paris’te aşk başkadır” sözüyle anlatılan Paris’in egzotik çekiciliği ve ünlü şairlerin Prag anıları edebiyat dünyası için Prag’ı birer çekim merkezi hâline getirmiştir. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü’ne (UNWTO) göre Avrupa, 2016 yılında dünyanın en sık ziyaret edilen bölgesi olmuştur ve 1.24 milyar uluslararası turist varışlarının nerdeyse yarısına (% 49.8) yakınının bu bölgeye almıştır. AB’deki en popüler turistik bölgeler arasında Berlin, Almanya’nın başkenti, 2005 ile 2015 yılları arasındaki turist konaklamasında harcanan toplam gece sayısı en hızlı yükselmeyi göstermiştir. Kent turizmi ile ilgili Dünya’da yapılan çalışmalar arasında Mastercard’ın 2016 yılı için hazırlamış olduğu Küresel Destinasyon Kent Endeksi (GDCI) gelmektedir. Raporda genel turist harcamaları, toplam gecede ziyaretçi sayısı, büyüme hızı ve bölgeler içindeki hacim ile 132 kent sıralamıştır. Uluslararası ziyaretçi sayılarında Bangkok’un birinci sırada, Londra ikinci, Paris üçüncü sırada yer alırken, Dubai ise dördüncü sırada yer bulmuştur. İstanbul ise listeye 8. sıradan girmiştir. Ziyaretçi harcamaları açısından, ilk sırada Dubai ikinci sırada Londra bulunurken, onu New York, Bangkok ve Paris izlemiştir. Harcamalar açısından İstanbul onuncu sırada yer almaktadır. Kent turizmi ile ilgili Türkiye’de yapılan çalışmalar arasında en önemlisi, Kültür ve Turizm Bakanlığının 2023 yılı hedefleri arasında kentsel destinasyon markalaşmasına değinilmiş olunmasıdır. Türkiye’de öncü örnek olarak turizm potansiyeline sahip İstanbul’da ve diğer büyük kentlerde Ankara, İzmir ve Antalya’da kent turizmi projeleri başlatılması önerilmiştir. Kent Turizmi / İstanbul İstanbul, Avrupa’yı ve Asya’yı birbirine bağlayan coğrafyada yer alan bir kenttir. Dünyanın en büyük metropollerinden biri olan İstanbul, farklılıkların bir arada uyumlu olarak yaşadığı bir kent mozaiği sunmaktadır. 2010 yılında tüm bu güzellikler Avrupa Birliği tarafından Avrupa Kültür Başkenti olarak taçlandırılmıştır. İstanbul için belirli bir kent pazarlama politikası 2000’li yıllardan itibaren yapılmaya başlamıştır. Bu yıllarda kentteki turistik yerler hakkında bilgi, yalnızca merkezi turizm otoritesi Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından hazırlanan ulusal turizm broşürlerinde bulunmaktaydı. 2000’lerin ortalarından beri, turizm tanıtım materyalleri ağırlıklı olarak yerel turizm otoriteleri, 2010 Avrupa Kültür Başkenti Ajansı ve İstanbul Büyükşehir Belediyesi, tarafından

üretilmektedir. Özellikle 2010 yılından sonra İstanbul için kent turizmi ile ilgili önemli gelişmeler olmuştur. Bunlardan birisi Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO)'nün 2012 yılında düzenlediği “Kent turizmi” ile ilgili konferansa İstanbul'un ev sahipliği yapmış olmasıdır. Son olarak İstanbul'un kent turizmi için çok önemli potansiyele sahip olduğunu söylemek mümkündür. Örneğin, İstanbul'un 132 kent arasında yapılan Küresel Destinasyon Kent Endeksi (2016)'ne 8. sıradan girmesi bu durumu destekler niteliktedir. İstanbul'a endekste ki 132 kent içerisinde ziyaretçi açısından en fazla Londra'dan gelen olmuştur. Diğer üst düzey Avrupa varış kentlerinden farklı olarak, İstanbul'daki uluslararası ziyaretçilerin % 58'i Avrupa dışından gelmiştir. Menşe ülke açısından Almanya ziyaretçilerin % 11'ini, ardından İran, Rusya ve ABD % 5'ini ve İngiltere % 4'ünü oluşturmuştur. İstanbul'a gelen ziyaretçi profilini bilmek pazarlama açısından oldukça önemlidir.

ALTERNATİF TURİZMDE YENİ EĞİLİMLER

Son yıllarda, insanların yaşamının daha rutin hâle gelmesi ve ortaya çıkan tekdüzelik, yeni ve farklı turistik eğilimlere ilgiyi artırmıştır. Yeni yerler görme ve kültürler tanıma, farklı turizm türlerine katılıp farklı deneyimler yaşama isteği, turizm talebinde de birtakım değişimlere neden olmuştur. Bu nedenle insanlar artık, deniz-kum-güneş şeklinde ifade edilen klasik turizmden ziyade doğayla, çevreyle, farklı kültür ve tarihle bütünleşmeyi sağlayacak yeni alternatif turizm türlerine yönelmektedir. Söz konusu bu yeni turizm türleri arasında alışveriş turizmi, intihar turizmi, sanal turizm, sınır turizmi, son şans turizmi, yaratıcı turizm ve uzay turizmi sayılabilir.

ALIŞVERİŞ TURİZMİ

Alışveriş tatilde turistler tarafından yapılan en yaygın ve en zevkli faaliyetlerden biridir ve pek çok durumda seyahat için başlıca bir çekicilik ve temel motivasyon unsuru olabilmektedir. Alışveriş turizmi, olağan çevrelerinin dışında ürünleri satın almanın seyahat kararlarında belirleyici bir faktör olan bireyler tarafından geliştirilen modern bir turizm türüdür. Başka bir ifadeyle alışveriş turizmi ise yaşanan yerde bulunması zor olan veya mevcut olmayan ürünleri satın almak için başka bir ülkeye yapılan seyahatleri ifade etmektedir. Dolayısıyla bu turizm türünde, alışveriş turistler temel olarak alışveriş yapmak amacıyla seyahat etmektedir. Alışveriş turizminde turistleri başka bir destinasyona seyahat etmek için güdüleyen üç temel faktör bulunmaktadır. Bunlar; satın alınmak istenen ürün, seçilen destinasyon ve fiyat avantajlarıdır. İnsanlar belirli veya özel ürünleri satın almak amacıyla bir destinasyona seyahat edebilmektedir. Yine, belirli ürünlerle tanınmış yerler, ünlü alışveriş alanları veya bölgeleri ile tanınan yerler, temalı alışveriş destinasyonları, festival ve etkinlikler ile meşhur alışveriş merkezleri insanların alışveriş turizmine katılması için motivasyon yaratmaktadır. Ayrıca, Destinasyonun sunduğu fiyat avantajları, alışveriş turizminin gelişmesini etkileyen en önemli faktörlerden biridir. Özellikle, yaşanan yerdeki yüksek, destinasyondaki düşük fiyatlar, destinasyonda pazarlık yapabilme imkânı ve pahalı olmayan destinasyonlar alışveriş turizminde turistler için çekicilik oluşturabilmektedir.

İNTİHAR TURİZMİ

İnsanların diğer turizm türlerinde olduğu gibi farklı ve eşsiz bir deneyim yaşamak istemesiyle değil de çeşitli risk faktörlerinin etkisiyle yaşamına son vermek istemesi amacıyla seyahat etmesi intihar turizmini ortaya çıkarmıştır. Dolayısıyla intihar turizmi, insanların yaşamlarına son vermek amacıyla yaptıkları seyahatlerdir. İnsanların iki farklı şekilde intihar turizmine yöneldiği ve buna göre de kişinin intihar şeklinin ve destinasyon seçiminin farklılaştığı söylenebilir. Birincisinde, insanlar yaşamını tek başına ve kendi isteğiyle sonlandırmak istemekte ve bu amaçla yaşadığı yerin dışında başka destinasyonlara seyahat etmektedir. Genellikle "atlayarak intihar etmek" isteyen insanların bu güdünün etkisiyle bu turizm türüne yöneldiği görülmektedir. İnsanları intihar turizmine yönelten ikinci temel güdü ise "yardımlı/ destekli intihar" seyahatleridir. Yardımlı/ destekli intihar turizmi veya doktor destekli intihar turizmi olarak adlandırılan bu tür intihar turizminde kişi intihar etmek için başkalarından yardım veya destek almak amacıyla başka destinasyonlara seyahat etmektedir.

SANAL TURİZM

Sanal turizm, teknolojiye, özellikle bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan değişme ve gelişmeler sonucunda ortaya çıkmış teknoloji temelli bir turizm türüdür. Dolayısıyla sanal turizm, sanal ve gerçek olmayan seyahate yönelik olarak bilgisayar sistemlerini ve insan tutumlarını birleştiren 3 boyutlu bir ortamda ortaya çıkan turizmin fiziksel olmayan bir şeklidir. Sanal turizm, insanlara destinasyonları/ çekicilikleri sanal ortamda gerçeğe yakın bir şekilde deneyimleme fırsatı sunmaktadır. Sanal turizmin başta düşük maliyet olmak üzere birçok avantajı vardır. Bunların arasında kolay erişim, bilgi gelişimi (hem turist hem destinasyon hem de turizm işletmesi açısından) ve turizm alanlarını yönetme gibi avantajlar sayılabilir. Ayrıca sanal turizm, sanal turistler için ekonomik, sınırsız ve güvenli bir turizm ortamı yaratmaktadır. Sanal turizmin önündeki en büyük zorluk ise gerçekçi görüntülerin elde edilmesidir.

SINIR (FRONTIER) TURİZMİ

Sınırların gelişiminin önünde engel teşkil eden bir faktör olduğu düşüncesinin değişmesi, sınırların ve sınır destinasyonlarının öneminin artmaya başlaması sınır turizmini ortaya çıkarmıştır. Sınır turizmi, dinlenme, eğlenme, iş, alışveriş, arkadaş ve akraba ziyareti gibi amaçlarla birbiri ile sınırı olan ülkeler arasında yapılan seyahatler olarak tanımlanmaktadır. Ancak, gidilen yerde geceleme yapma

veya asgari bir süreye bağlı olmaması, sınır turizmini geleneksel turizmden farklılaştırmaktadır. Sınır turizmi ayrıca iki ülke arasında coğrafik olarak yakınlık gerektirmektedir. Örneğin; Türkiye-Yunanistan gibi. Başka bir ifadeyle sınır turizminde iki ülkenin sınır komşusu olması bir zorunluluktur.

Ülkelerarası ilişkiler ve sınırı geçmenin rahatlığı sınır turizmini teşvik etmektedir. Sınır turizmi, ayrıca, sınır alışverişini ve sosyoekonomik işbirliğini teşvik etmektedir. Bununla birlikte sınır turizmi, iki ülke arasında vergi düzenlemelerinden kaynaklanan fiyat farklılıkları olduğunda ekonomik anlamda ön plana çıkmaktadır. Sınır turizmi olumlu etkiler olduğu kadar olumsuz ekonomik ve sosyokültürel etkiler de yaratabilmektedir. Sınır turizmi, bazı sınır topluluklarında düzensiz ekonomik gelişmeye sebep olabilir. Ayrıca ülkeler arasındaki yasal düzenlemeler ve kültürel normların farklılaşması sebebiyle fuhuş, kumar, kaçakçılık gibi yasal olmayan faaliyetleri de teşvik edebilmektedir.

SON ŞANS TURİZMİ

Son şans turizmi, çeşitli faktörlerin etkisiyle yok olma tehlikesi altında olan doğal, tarihi ve kültürel çekiciliklerin ve türlerin insanlar tarafından yok olmadan önce görülmek istenmesi sonucunda ortaya çıkmıştır. Dolayısıyla son şans turizmi, insanların yok olan kara veya deniz parçalarını, doğal veya kültürel miras kaynaklarını, nesli tükenen hayvanları görmek ve hem onların hem de tüm insanlığın iyiliği için bu doğal harikaların niçin korunması gerektiğini anlamak amacıyla yaptıkları seyahatler olarak tanımlanmaktadır. Bu tür seyahatlerin arkasındaki temel güdü, çok geç olmadan, tükenmeden veya yok olmadan önce bu yerleri ziyaret etmektir. Son şans turizminde destinasyonlar kırılganlığı, yok olmayı, tükenmeyi çekicilik unsuru olarak kullanmaktadır. Son şans turizmi ilk olarak yok olma tehlikesi altında olan kutup buzulları ve kutup ayıları için artan turist ilgisini tanımlamak için kullanılmıştır. Ancak son şans turizminin tarihi ve sosyal kültürel yanı da vardır ve bu durum kavramı açıklarken ihmal edilmektedir. Dolayısıyla, son şans turizmi kapsamında tanımlanabilecek yok olma veya değişme tehlikesi yaşayan özgün yerel kültürler veya tarihi ve kültürel öneme sahip ancak tahribata uğrayıp yok olmaya yüz tutmuş binalar da vardır. Son şans turizminin, turizm yönetimi açısından çok geniş kapsamlı sonuçları olabilmekte ve bir takım ikilemler yaratabilmektedir. Örneğin; çok sayıda turist yok olmadan önce bu harikaları görmek için bu yerlere seyahat etmesi bir taraftan da yok oluşu hızlandırabilmektedir. Yine seyahat için kullanılan araçlar da tahribata yol açabilmektedir.

YARATICI TURİZM

Sanat, kültürel miras veya destinasyonun kendine özgü bir özelliğini çeşitli faaliyetlere aktif olarak katılarak öğrenme ve bunun sonucunda tatmin edici ve özgün bir deneyim elde etme amacıyla yapılan seyahatler, yaratıcı turizmi ortaya çıkarmıştır. Yaratıcı turizmde ziyaretçi, ziyaret ettiği yer, orada yaşayan insanlar ve o yerin yaşayan kültürü ile eğitsel, duygusal, sosyal ve katılımcı bir etkileşim içerisine girmekte ve böylece turistler âdeta kendilerini o yerin birer vatandaşı gibi hissetmektedir. Dolayısıyla yaratıcı turizm, yabancı bir kültürü yaşayarak ve deneyimleyerek keşfetme şeklindedir. Ancak burada en önemli husus, yaratıcı turizmin, destinasyonun özellikle yaşayan kültürü ile ilişkilendirilmesidir ve ifade edilen kültür ise destinasyonun eşsiz bir özelliğini veya faaliyetini tanımlamalıdır. Yaratıcı turizm, kültür turizminin bir parçası olarak düşünülmektedir. Ancak yaratıcı turizm, geleneksel kültür turizminde olduğu gibi kültürün unsurlarını turiste göstermekten çok deneyimlemesini sağlamayı, yaşatmayı ve öğretmeyi amaçlayan yeni bir turizm türüdür. Yaratıcı turizm turist aktif katılımına bağlıdır. Bu turist sadece orada bulunması, sunulanı görmesi ve diğerlerini izlemesi değildir. Tüm deneyime katılması, birlikte yaratması, aktif olarak çevresini öğrenmesi ve kendisini geliştirmesi için bu bilgiyi kullanmasıdır. Yaratıcı turizm kapsamında yaratıcı turistleri çekmek için destinasyona özgü yerel beceriler, uzmanlıklar ve gelenekler kullanılmalıdır.

UZAY TURİZMİ

Yine teknolojik gelişmelerin ortaya çıkardığı bir turizm türü de uzay turizmidir. Uzay turizmi, Uluslararası Uzay İstasyonu'na veya genel anlamda uzaya seyahat etmek ve orada kısa süreli konaklama yapmak ve ayrıca simülasyon cihazları, yerçekimsiz uçuşlar veya yörünge altı uçuşlar gibi etkinliklerle de bu seyahat deneyimini yaşamaktır. Uzay turizminin gelişimi havacılıktaki gelişmelerle, yani Aralık 1903'te Wright Kardeşlerin ilk uçağı uçuşuyla başlamıştır. "Soyuz" adlı uzay aracı ile 9 uzay yolcusu uzaya seyahat etmiştir. 2001 yılında Soyuz uzay aracı ile uzaya seyahat eden Dennis Tito ilk uzay turisti olarak kabul edilmiştir. 1990 yılında Toyohiro Akiyama ile başlayan uzaya seyahatler 2009 yılında Guy Laliberte ile son bulmuştur. Uzay turizminde beş farklı türde uzay deneyimi ortaya çıkmaktadır. En aşağıdaki deneyim bilgisayar simülasyonu ve sanal dünyalardır. Maliyeti en düşük fakat katılımcı sayısının en fazla olduğu uzay deneyimidir. İkinci sırada gerçeğe yakın üç boyutlu simülasyon cihazları yoluyla yaşanan uzay deneyimi yer almaktadır. Üçüncü sıradaki deneyim parabolik uçuşlarla, yani yer çekimsiz uçuşlarla sağlanmaktadır. Dördüncü sırada yer alan uzay deneyimi yörünge altı uçuşlarla gerçekleştirilmektedir. Dünya dışı deneyimin son aşaması yörüngeye yapılan uçuşlarla gerçek uzay deneyimini kapsamaktadır.