



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



Murat Nahid ÇAPANER

DENİZ, KUM, GÜNEŞ TURİZMİ ALGISININ KAMP TURİZMİ DESTEĞİNE ETKİSİ:
ANTALYA-MANAVGAT ÖRNEĞİ

Turizm Yönetimi Anabilim Dalı
Yüksek Lisans Tezi

Antalya, 2025



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



Murat Nahid ÇAPANER

DENİZ, KUM, GÜNEŞ TURİZMİ ALGISININ KAMP TURİZMİ DESTEĞİNE ETKİSİ:
ANTALYA-MANAVGAT ÖRNEĞİ

Danışman

Doç. Dr. Abdullah TARINÇ

Doç. Dr. Vedat YİĞİTOĞLU

Turizm Yönetimi Anabilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

Antalya, 2025

T.C.
Akdeniz Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne,

Murat Nahid ÇAPANER'in bu çalışması, jürimiz tarafından Turizm Yönetimi Anabilim Dalı Tezli Yüksek Lisans Programı tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan	: Doç. Dr. Erdiñ BALLI	(İmza)
Üye (1.Danışman)	: Doç. Dr. Abdullah TARINÇ	(İmza)
Üye (2.Danışman)	: Doç. Dr. Vedat YİĞİTOĞLU	(İmza)
Üye	: Doç. Dr. Ali SOLUNOĞLU	(İmza)
Üye	: Doç. Dr. Abdullah USLU	(İmza)

Tez Başlığı: Deniz, Kum, Güneş Turizmi Algısının Kamp Turizmi Desteğine Etkisi: Antalya-Manavgat Örneği
--

Onay: Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Tez Savunma Tarihi : 24/12/2024

Mezuniyet Tarihi : 16/01/2025

AKADEMİK BEYAN

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “Deniz, Kum, Güneş Turizmi Algısının Kamp Turizmi Desteğine Etkisi: Antalya-Manavgat Örneği” adlı bu çalışmanın, akademik kural ve etik değerlere uygun bir biçimde tarafımdan yazıldığını, yararlandığım bütün eserlerin kaynakçada gösterildiğini ve çalışma içerisinde bu eserlere atıf yapıldığını belirtir; bunu şerefimle doğrularım.

(İmza)

Murat Nahid ÇAPANER



T.C.
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



13/01/2025

TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU BEYAN BELGESİ

Öğrenci Bilgileri	
Adı-Soyadı	Murat Nahid ÇAPANER
Öğrenci Numarası	202252078011
Anabilim Dalı	Turizm Yönetimi
Programı	Tezli Yüksek Lisans
Danışman Öğretim Üyesi Bilgileri	
Unvanı, Adı-Soyadı	Doç. Dr. Abdullah TARINÇ; Doç. Dr. Vedat YİĞİTOĞLU
Yüksek Lisans Tez Başlığı	Deniz, Kum, Güneş Turizmi Algısının Kamp Turizmi Desteğine Etkisi: Antalya-Manavgat Örneği
Turnitin Bilgileri	
Ödev Numarası	2516933219
Rapor Tarihi	13.01.2025
Benzerlik Oranı	Alıntılar hariç: %13 Alıntılar dahil: %24
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE, Yukarıda bilgileri bulunan öğrenciye ait tez çalışmasının a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana Bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 106 sayfalık kısmına ilişkin olarak Turnitin adlı intihal tespit programından Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Çalışması Orijinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esaslarında belirlenen filtrelemeler uygulanarak yukarıdaki detayları verilen ve ekte sunulan rapor alınmıştır. Danışman tarafından uygun olan seçenek işaretlenmelidir: (X) Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşmıyor ise: Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporunun doğruluğunu onaylarım. () Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşıyor, ancak tez/dönem projesi danışmanı intihal yapılmadığı kanısında ise: Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporunun doğruluğunu onaylar ve Uygulama Esaslarında öngörülen yüzdelik sınırlarının aşılmasına karşın, aşağıda belirtilen gerekçe ile intihal yapılmadığı kanısında olduğumu beyan ederim.	
Gerekçe:	
Benzerlik taraması yukarıda verilen ölçütlere uygun olarak tarafımda yapılmıştır. İlgili tezin orijinallik raporunun uygun olduğunu beyan ederim. Danışman Öğretim Üyesi Unvanı, Adı-Soyadı Doç. Dr. Abdullah TARINÇ İmza	

İÇİNDEKİLER

ŞEKİLLER LİSTESİ	iii
TABLolar LİSTESİ	iv
KISALTMALAR LİSTESİ.....	v
ÖZET	vi
SUMMARY	vii
TEŞEKKÜR.....	viii
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

DENİZ, KUM, GÜNEŞ TURİZMİ

1.1. Deniz, Kum, Güneş Turizmi ve İlgili Kavramlar	4
1.2. Dünya’da ve Türkiye’de 3S Turizmi	8
1.3. 3S Turizminin Diğer Turizm Türleri ile İlişkisi.....	10
1.3.1. Kültür Turizmi	10
1.3.2. Eko Turizm	11
1.3.3. Sağlık Turizmi	12
1.3.4. Macera Turizmi	12
1.3.5. Kırsal Turizm.....	13
1.4. 3S Turizminin Paydaşları.....	14
1.4.1. İşletme Paydaşları.....	14
1.4.2. Çalışan Paydaşları	17
1.4.3. Misafir Paydaşları.....	20
1.4.4. Yerel Halk Paydaşları	22
1.4.5. Diğer Paydaşlar	24

İKİNCİ BÖLÜM

KAMP TURİZMİ

2.1. Kamp Kavramı.....	27
2.2. Kamp Turizmi	31
2.2.1. Kamp Turizminin Gelişimi.....	32
2.2.2. Dünya’da ve Türkiye’de Kamp Turizmi	34
2.3. Kamp Turizmi ve Diğer Turizm Türleri ile İlişkisi.....	35
2.3.1. Karavan Turizmi	36
2.3.2. Doğa Turizmi.....	37

2.3.3.	Spor Turizmi	37
2.3.4.	Kırsal (Yayla) Turizmi	38
2.3.5.	Macera Turizmi	39
2.3.6.	Dinlenme Turizmi	40
2.4.	Kamp Turizminin 3S Turizmi ile İlişkisi	41
2.5.	Kamp Turizminin Gelişimini Etkileyen Etmenler	44
2.5.1.	Fiziksel Çevre	44
2.5.2.	Ekonomik Çevre	44
2.5.3.	Sosyal Çevre	46
2.5.4.	Diğer Etmenler (salgın veya doğal afetler).....	47
2.6.	İlgili Araştırmalar	48
2.6.1.	Ulusal Yazında Yer Alan Araştırmalar	48
2.6.2.	Uluslararası Yazında Kamp Turizmi.....	49

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

DENİZ, KUM, GÜNEŞ TURİZMİ ALGISININ BÖLGE HALKININ KAMP TURİZMİ DESTEĞİNE ETKİSİ: ANTALYA-MANAVGAT ÖRNEĞİ

3.1.	Araştırmanın Amacı ve Önemi	52
3.2.	Araştırmanın Hipotezleri	53
3.3.	Araştırmanın Evreni ve Örneklemi	54
3.4.	Araştırma Verilerinin Toplanması	54
3.5.	Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları	56
3.6.	Verilerin Analizi	56
3.7.	Bulgular.....	57
3.7.1.	Demografik Özelliklere Yönelik Bulgular	57
3.7.2.	Güvenilirlik Analizi Bulguları	59
3.7.3.	Hipotez Testlerine Yönelik Bulgular	63
SONUÇ		74
KAYNAKÇA		78
EK 1. ANKET FORMU		91
ÖZGEÇMİŞ		93

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 2.1. Kampçılık (Açık Alan Konaklama) Ana Bölümleri ve Alt Bölümleri	28
Şekil 3.1. Araştırmanın Modeli	54



TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 3.1. Ölçeklerde Yer Alan İfadeler ve Referanslar	55
Tablo 3.2. Araştırma Katılımcılarıyla İlgili Genel Bilgiler	57
Tablo 3.3. Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Normallik Analizi Sonuçları.....	60
Tablo 3.4. Araştırma Ölçeklerine İlişkin AFA Sonuçları.....	62
Tablo 3.5. Kamp Turizm Desteğine İlişkin Bağımsız Örneklem t Testi Sonuçları.....	63
Tablo 3.6. Kamp Turizmi Desteği ANOVA Sonuçları	65
Tablo 3.7. Korelasyon Analizi Sonuçları	67
Tablo 3.8. Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları	69
Tablo 3.9. Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları	71
Tablo 3.10. Hipotez Testi Sonuçları.....	72

KISALTMALAR LİSTESİ

AFA	:	Açıklayıcı/Açımlayıcı Faktör Analiz
GSYİH	:	Gayri Safi Yurt İçi Hasılasının
TÜİK	:	Türkiye İstatistik Kurumu
3S	:	Deniz-Kum-Güneş (Sea-Sand-Sun)



ÖZET

Deniz-kum-güneş turizmi diğer bir adıyla 3S turizmi uzun yıllardır varlığını popüler olarak sürdürmektedir. Özellikle Antalya-Manavgat gibi destinasyonlar sundukları doğal güzelliklerle bu tür turizm faaliyetlerinde öne çıkmaktadır. Bu faaliyetler hem ekonomik hem de sosyal açıdan bölgeye önemli katkılar sunmaktadır. Ancak son yıllarda değişen turist beklentileri deniz-kum-güneş odaklı tatil anlayışının alternatif turizm türleriyle bir arada olabileceğini gündeme getirmektedir. Cazibesi artan alternatif turizm türlerinden biri de kamp turizmidir. Kamp turizmi, doğada deneyim arayan turist profili için son yıllarda daha önemli hale gelmiştir. Diğer taraftan turizmin önemli paydaşlarından biri de yerleşiklerdir. Turizm performansının artırılması ve sürdürülmesi için bölge halkının desteği sağlanmalıdır. Bu bağlamda çalışmanın amacı, deniz-kum-güneş turizmi algısının bölge halkının kamp turizmi desteği üzerinde etkisinin incelenmesi olmuştur.

Araştırma verileri 2024 Haziran-Temmuz-Ağustos ayları içerisinde çevrimiçi ve yüz yüze olarak dağıtılan anket formuyla toplanmıştır. Antalya'nın Manavgat bölgesinde yaşayanlara yönelik kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak yapılan uygulama sonunda toplam 403 geçerli anket sayısına ulaşılmıştır. Verileri tanımlamak, değişkenler arasındaki ilişkiyi ve etkiyi test etmek için SPSS paket programından yararlanılmıştır. Veri analiz sürecinde tanımlayıcı istatistikler, güvenilirlik analizi, korelasyon ve regresyon analizi kullanılmıştır. Araştırma sonucunda bölge halkının kamp turizmi desteğinin deniz-kum-güneş turizmi deneyimine, kamp turizmi deneyimine, yaşa ve eğitim durumuna göre anlamlı şekilde farklılaştığı tespit edilmiştir. Bununla birlikte deniz-kum-güneş turizmi algısının kamp turizmi desteği üzerindeki etkisinin anlamlı ve pozitif olduğu bulunmuştur. Ayrıca kamp turizminin sosyal ve ekonomik etkilerinin de kamp turizmi desteği üzerinde benzer bir etkisinin olduğu belirlenmiştir. Buna karşın çevre etkisinin ise kamp turizmi desteği üzerinde negatif anlamlı bir etkisi olduğu anlaşılmıştır. Bu sonuçlar kamp turizminin Manavgat bölgesinde desteklenebilir bir turizm türü olduğunu ortaya koymaktadır. Araştırma bulgularından hareketle karar vericiler, işletmeciler ve araştırmacılar için çıkarımlar yapılarak önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Deniz-kum-güneş turizmi, 3S, kamp turizmi, yerleşik desteği, Manavgat

SUMMARY

THE EFFECT OF THE PERCEPTION OF SEA-SAND-SUN TOURISM ON CAMPING TOURISM SUPPORT: THE CASE OF ANTALYA-MANAVGAT

Sea-sand-sun tourism, also known as 3S tourism, has been popular for many years. Especially destinations such as Antalya-Manavgat stand out in this type of tourism activity with the natural attractions they offer. These activities make significant contributions to the region both economically and socially. However, in recent years, changing tourist expectations have brought to the agenda the possibility of combining the sea-sand-sun-oriented tourism approach with alternative tourism types. One of the increasingly attractive alternative tourism forms is camping tourism, which has become an option for tourists seeking experiences in nature. On the other hand, residents are one of the important stakeholders of tourism. In order to increase and sustain tourism performance, the support of the people of the region should be provided. In this context, the aim of the study is to examine the impact of residents' perception of sea-sand-sun tourism on support for camping tourism.

The research data were collected through a questionnaire distributed online and face-to-face in June-July-August 2024. Using the convenience sampling method, a total of 403 valid questionnaires were collected from the residents in Manavgat. The SPSS software package was employed to describe the data and test the relationship and effect between variables. Descriptive statistics, reliability analysis, correlation and regression analysis were used in the data analysis process. The results of the study revealed that the support for camping tourism of the residents significantly varied based on sea-sand-sun tourism experience, camping tourism experience, age and educational status. In addition, it was found that the effect of sea-sand-sun tourism perception on camping tourism support was significant and positive. Moreover, it was determined that the social and economic impact of camping tourism has a similar effect on camping tourism support. On the contrary, environmental impact had a negative and significant effect on camping tourism support. These results reveal that camping tourism is a type of tourism in 3S tourism destinations. At the end of the research, implications and recommendations were provided for decision makers, businesses and researchers based on the findings.

Keywords: Sea-sand-sun tourism, 3S, camp tourism, resident support, Manavgat

TEŞEKKÜR

Bu çalışmanın gerçekleştirilmesinde, danışman hocalarım Doç. Dr. Abdullah TARINÇ ve Doç. Dr. Vedat YİĞİTOĞLU'na, kıymetli eşim, her şeyim Eda ÇAĞLAR ÇAPANER ve biricik oğlum Halit Mirza ÇAPANER'e, saygıdeğer babam Ahmet Halit ÇAPANER ve sevgili annem Fatma ÇAPANER'e, değerli arkadaşım Ümit GÜNDÜZ SAĞLAM'a çok teşekkür ederim.

Murat Nahid ÇAPANER

Antalya, 2024



GİRİŞ

Teknolojinin gelişmesi ile birlikte insanlar bulundukları coğrafyadan başka bölgelere kolaylıkla ulaşım sağlayabilmektedir. Bu durum diğer sektörleri etkilediği gibi en çok da turizm sektörünü yakından etkilemektedir. Küresel dünyada sınırlar kalkmış ve insanlar açısından sosyalleşme imkânı artmıştır. İnsanlar tatile gittiği bölgelerin sosyal, kültürel, gastronomi, edebiyat, sanat daha birçok alanında bilgi edinerek, tatil zamanını keyifli bir hale getirebilmektedir. Tatil başladığında turizmde başlamaktadır.

Turizm; insanların yaşadıkları yerden geçici olarak başka yerlere seyahat etmesi, bu bölgede dinlenme, gezme ve eğlence etkinlikleri içinde bulunması anlamına gelmektedir. Turizm denildiğinden akla ilk gelen deniz, kum, güneştir. Deniz, kum, güneş turizmi turist deneyiminin merkezinde yer almaktadır ve turizmin gelişmesinde önemli bir yere sahiptir (Bükey, 2020: 101). Bu turizm türü 3S (Sun, Sea, Sand) turizmi olarak bilinmektedir (Alipour vd., 2020). Sıcak iklim, güzel plajlar ve temiz deniz gibi doğal unsurlarla ilişkilendirilmektedir. İnsanların şehir yaşamının stresinden uzaklaşıp, rahatlama ve eğlence arayışlarına cevap veren deniz, kum, güneş turizmi, dünya genelinde en popüler turizm çeşitlerinden biri olarak bilinmektedir (Bramwell, 2004: 12). Hala popülerliğini koruyor olsa da literatürde yaşanan gelişmelere paralel olarak değişen yaşam şartları ve turistlerin değişen istek ve ihtiyaçları, turisti farklı alternatiflere yöneltmektedir. Son yıllarda deniz, kum, güneş turizmi dışındaki alternatif turistik çekim merkezlerine ilgi duyan yeni bir turist profili kendini göstermektedir.

Alternatif turizm çeşitlerini benimseyen turistler kendini farklı maceralara atmak isteyerek farklı seyahat türlerini tercih ederler ve farklı kültürlerle bir araya gelmekten mutlu olurlar. Değişen bu turist profili artık turizm kavramını deniz, kum, güneş üçlüsünden bir başka ifade ile 3S'den ayırarak boş zamanlarını değerlendirme aktiviteleri konumuna getirmiş durumundadır (Eryılmaz, 2020). Daha önceleri 3S olarak ifade edilen deniz, kum, güneş turizmi artık yerini 3E (Education, Entertainment, Environment) olarak ifade edilen eğitim, eğlence ve çevre turizmine bırakmıştır (Yeşiltaş, 2009: 251).

Son zamanlarda, özellikle de pandemi ile birlikte popülerliği artan kamp turizmi, alternatif turizm türlerinden biridir. 3E içerisinde hem eğlence hem de çevre içerisinde kendine yer bulan kamp turizmi, doğa temelli bir alternatif turizm türüdür. Kamp turizmi, doğada rekreatif veya sportif etkinliklerde bulunmak, belirli bir süre konaklamak, dinlenmek gibi amaçlarla çadır, karavan, bungalov ve karavan olanakları ile konaklamaların gerçekleştirildiği turizm faaliyetleri olarak ifade edilmektedir (Yetiş, 2021: 143). Kamp

turizmi, ilk olarak eğlence etkinliği olarak görülse de aslında turistlerin, doğa ile iç içe zaman geçirdiği bir aktivite olarak değerlendirilmektedir. Çünkü kamp turizmi insanlara doğanın bozulmamış yapısını sunmaktadır. Bu sayede kampa giden kişiler doğada balık avlama, yüzme, doğal hayatı gözlemleme, fotoğrafçılık, vb. imkânlardan faydalanarak tatilin tadını çıkarabilmektedir (Karamızrak, 2020: 314).

Türkiye birçok alternatif turizm türünün yapılabileceği bir coğrafyaya sahiptir. Sahip olduğu doğası ve iklimi ile birlikte kamp turizmi için ideal bir yapı oluşturmaktadır. Türkiye kamp turizmi kapsamında değerlendirildiği zaman, yabancı ve yerli turistlerin tatil için beklentilerini kolaylıkla karşılayabilecek özellikler barındırmaktadır. Buna ek olarak kamp turizmini tercih eden kişiler için düşük maliyetli ve doğa ile iç içe olanaklar da yaratabilmektedir (Doğantan, 2014: 16). Türkiye’de kamp turizmine uygun alanlar daha çok Ege ve Akdeniz bölgesinde yoğunlaşmış durumdadır. Bu bölgelerde aynı zaman da 3S turizminin de yoğun olduğu düşünüldüğünde, oldukça avantajlı bir durumda olduğunu belirtmek yanlış olmayacaktır. Söz konusu bölgeler arasında Akdeniz bölgesi, turizm yoğunluğu açısından öne çıkmaktadır. Bölgeyi öne çıkaran en önemli destinasyon Antalya’dır. Her iki turizm türüne de ev sahipliği yapan Antalya’da algılanan 3S turizminin kamp turizmi ile ele alınması bu nokta da önemli olmaktadır.

Mevcut literatürde kamp turizmi çalışmaları araştırmacılar tarafından ilgi görse de, 3S ve kamp turizminin birlikte ele alındığı araştırmalar sınırlı sayıdadır (Sarı, 2010; Zayım vd., 2022). Bu çalışmalarda genellikle 3S turizmi ile bağlantılı olarak alternatif turizm kapsamında ve değişen turizm algısında değerlendirilmiştir. Araştırmalar genellikle literatür taraması ve saha çalışması ile değerlendirilmiştir. Oysaki turizmde yerel halkın katkısı oldukça önemlidir. Buna bağlı olarak araştırmada ele alınan değişkenlerden biri kamp turizm desteğidir. Yapılan araştırmanın alan yazına en önemli katkısı hem 3S turizmi hem de kamp turizmini birlikte ele alan araştırmaların yetersizliği ve bu konuda örneklem olarak daha önce incelenmemiş olan yerel halkın dikkate alınıyor olmasıdır. Buradan hareketle araştırmanın temel amacı, Antalya-Manavgat bölgesindeki kamp turizminin yerel halk tarafından ne düzeyde desteklendiğini incelemektir. Ayrıca 3S turizm algısının yerel halkın kamp turizmine yönelik tutumlarına nasıl etki ettiğinin belirlenmesi amaçlanmaktadır.

Bu araştırma üç ana bölümden oluşmaktadır. Araştırmanın ilk bölümünde 3S turizmi ile ilgili bilgiler sunulmakta ve diğer turizm türleri ile ilişkisi açıklanmaktadır. Araştırmanın ikinci bölümde ise kamp turizmi ve kamp turizmi ile ilgili detaylı bilgiler yer alırken, diğer turizm türleri ile olan ilişkisinden bahsedilmektedir. Ayrıca kamp turizminin gelişimi ve gelişimini etkileyen etmenler açıklanmaktadır. Araştırmanın üçüncü ve son bölümünde ise

Manavgat bölgesinde ikamet eden yerel halkın üzerinde gerçekleştirilen araştırma sureci açıklanmaktadır. İlgili bölümde araştırmanın yöntemine yer verilmiş ve bulgular detaylı bir şekilde aktarılmaktadır. Araştırmanın sonuç bölümünde bulgulara dayanarak literatürde yer alan çıkarımların karşılaştırılması yapılarak bölge halkı üzerindeki bilincin artırılması açısından çıkarımla yapılmaktadır. Buna ek olarak ilerde yapılacak olan araştırmalar için önerilerde bulunulmuş ve yeni kapsamda bir bakış açısı ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır.



BİRİNCİ BÖLÜM

DENİZ, KUM, GÜNEŞ TURİZMİ

1.1. Deniz, Kum, Güneş Turizmi ve İlgili Kavramlar

Deniz-kum-güneş (3S) turizmi, özellikle Akdeniz coğrafyası ve tropikal destinasyonlarda yoğunlaşan, popülerliğini uzun yıllardır sürdüren bir turizm türüdür. Bu turizm anlayışı, sıcak iklim koşulları, geniş ve güzel plajlar ile temiz ve berrak deniz gibi doğal güzelliklerin etrafında şekillenmiştir. İnsanların modern şehir yaşamının yarattığı stres ve yoğunluktan kaçma, rahatlama, dinlenme ve eğlenme gibi temel ihtiyaçlarına cevap veren 3S turizmi, dünya genelinde en yaygın ve en çok tercih edilen tatil seçeneklerinden biri olarak öne çıkmaktadır (Bramwell, 2004). Özellikle Akdeniz havzası, bu turizm türü için son derece cazip destinasyonlar sunmakta olup, her yıl milyonlarca turisti ağırlayan bir çekim merkezi haline gelmiştir. Yaz aylarında zirveye ulaşan turist hareketliliği, bölgedeki ekonomik aktivitenin büyük bir kısmını oluşturur. Bu turistler genellikle güneşlenme, yüzme ve çeşitli plaj aktiviteleri gibi rahatlatıcı ve dinlendirici etkinlikler için bu bölgelere akın ederler.

3S turizminin sürdürülebilirliği büyük ölçüde doğal çevrenin korunmasına bağlıdır. Doğal kaynakların, özellikle denizlerin, plajların ve çevresel ekosistemlerin zarar görmemesi ve gelecekte de bu turizm faaliyetlerinin devam edebilmesi için doğal unsurların titizlikle korunması kritik bir gerekliliktir. Aynı zamanda bu turizm türü, birçok bölge ve destinasyon için önemli bir ekonomik kaynak teşkil etmektedir. 3S turizmi, yerel ekonomilere büyük bir canlılık kazandırmakla kalmaz, aynı zamanda istihdam olanakları yaratır ve bölge halkının gelir düzeyini artırmada önemli bir rol oynar. Bu nedenle, sürdürülebilir turizm yaklaşımları geliştirilerek hem doğal çevrenin korunması sağlanmalı hem de bölgesel ekonomilere katkı sunulmalıdır.

3S turizmi, üç temel bileşen üzerine kuruludur:

- **Deniz:** Temiz, berrak ve masmavi deniz suları, tatilciler için eşsiz bir deneyim sunarak, su sporları ve deniz aktiviteleri açısından ideal bir ortam oluşturmaktadır. Deniz, sadece yüzme için değil, aynı zamanda dalış, şnorkelle sualtı keşfi, yelken ve su kayağı gibi birçok eğlenceli ve heyecan verici etkinliğe ev sahipliği yapar. Özellikle, deniz altında yaşamı merak edenler için dalış ve sualtı keşifleri, deniz turizminin vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir. Bu tür aktiviteler, tatilcilerin denizle daha derin bir bağ kurmasını sağlayarak tatillerini hem aktif hem de unutulmaz hale getirir. Ayrıca, yelken sporları gibi aktiviteler, deniz üzerinde vakit geçirmenin keyfini sunarken, aynı zamanda macera dolu bir deneyim arayan

turistler için büyük bir cazibe unsuru oluşturmaktadır. Deniz turizmi, turistlerin dinlenme ve eğlence ihtiyaçlarını aynı anda karşılayarak, her yıl milyonlarca insanı deniz kenarlarına çekmekte ve bu turizm türünün popülerliğini sürekli olarak artırmaktadır (Butler, 1991).

- Kum: Altın sarısı veya beyaz renkli, geniş ve yumuşak kumsallar, turistler için rahatlamının ve eğlenmenin en keyifli yollarından biridir. Tatilciler, bu geniş kumsallarda güneşlenme, plajda yürüyüş ve plaj voleybolu gibi birçok aktiviteye katılarak vakit geçirebilirler. Özellikle güneşin ve denizin keyfini çıkaranlar için bu tür kumsallar, tatilin vazgeçilmez bir unsuru haline gelmiştir. Kumdan kaleler yapma, çocuklar için eğlenceli vakit geçirme olanağı sunarken, plaj voleybolu gibi aktiviteler, aileler ve arkadaş grupları arasında rekabetçi bir eğlence ortamı yaratmaktadır. Geniş ve yumuşak kumlarla kaplı sahiller, tatilcilerin stresten uzak, rahatlatıcı bir tatil geçirmesini sağlar ve doğanın keyfini çıkarma fırsatı sunar. Bu nedenle, kumsalların turistlerin beklentilerini karşılayacak şekilde düzenlenmesi, 3S turizminin başarısında büyük rol oynar. Kumsalların temizliği ve düzenli bakımı, turistlerin memnuniyeti açısından son derece önemlidir ve bu da destinasyonların tercih edilme oranını doğrudan etkiler (Butler, 1991).
- Güneş: Sıcak iklimlerde saatlerce süren parlak güneş ışığı, tatilciler için bronzlaşma ve açık hava etkinlikleri için son derece elverişli bir ortam sunmaktadır. Güneşin uzun süreli varlığı, turistlerin tatil planlarını şekillendiren en önemli unsurlardan biridir. Özellikle bronzlaşma arzusuyla 3S destinasyonlarına gelen turistler için güneş, tatilin en cazip ve vazgeçilmez unsuru olarak kabul edilir. Ayrıca, güneş ışığının sürekli varlığı, tatilcilerin açık hava etkinliklerine katılmasını teşvik eder; doğa yürüyüşleri, yüzme ve plajda spor gibi etkinlikler, güneşli hava sayesinde daha çekici hale gelir. Güneş ışığı aynı zamanda turistlerin dinlenme ve rahatlama amacıyla tatillerinde önemli bir faktör olarak öne çıkar. Tatilciler, güneşin altında uzanarak hem zihinsel hem de fiziksel olarak rahatlayabilir, streslerinden arınabilirler. Güneş, 3S turizminin en temel bileşenlerinden biri olarak, turistlerin tatil kararlarında büyük bir rol oynamakta ve sıcak iklimlere sahip destinasyonları cazibe merkezi haline getirmektedir (Butler, 1991).

Bu üç bileşen, 3S turizminin temelini oluşturur ve turistlerin tatil tercihlerini büyük ölçüde etkileyen faktörler arasında yer alır. Bu turizm türü, tatilciler için rahatlama, eğlence ve doğa ile bütünleşme fırsatı sunarken, aynı zamanda destinasyonların yerel ekonomilerine

önemli katkılar sağlar. Ayrıca, sosyal açıdan da turistlerin bir araya gelip kültürel etkileşimde bulunmaları ve rekreasyonel aktiviteler yapmaları için bir platform oluşturur.

3S turizminin kökenleri, oldukça eski bir geçmişe dayanmaktadır ve Antik Roma dönemine kadar uzanır. Antik Romalılar, tatil amacıyla deniz kenarlarına seyahat etmiş ve buralarda dinlenerek rahatlamışlardır. Bununla birlikte, modern anlamda 3S turizmi, 19. yüzyılın sonlarına doğru, özellikle Avrupa'da, İngiltere'de gelişmeye başlamıştır. Sanayi Devrimi'nin ardından, şehir yaşamının artan stresi ve endüstrileşmenin yoğunlaşması, insanların tatil amaçlı olarak deniz kenarlarına yönelmelerine yol açmıştır. 20. yüzyılın ortalarına gelindiğinde ise, havayolu taşımacılığının gelişmesiyle bu turizm türü dünya genelinde daha da yaygın hale gelmiş, Akdeniz gibi cazibe merkezleri ortaya çıkmıştır (Gössling, 2002).

3S turizmi, ziyaret edilen destinasyonlara önemli ölçüde ekonomik katkı sağlar. Turizmin bölgeye sağladığı gelirler, yerel ekonomilerin canlanmasına büyük katkıda bulunur. Özellikle yeni iş olanaklarının yaratılması ve bölgedeki altyapı yatırımlarının artması, bu turizm türünün ekonomik açıdan en belirgin faydaları arasındadır. Ayrıca turizmin kültürel etkileşimleri teşvik etmesi hem yerel halkın hem de turistlerin farklı kültürlerle tanışmasını sağlar ve böylece yerel yaşam standartlarının iyileşmesine katkı sunar. Bu nedenle, deniz-kum-güneş turizmi, özellikle popüler sahil destinasyonları açısından oldukça önemli bir ekonomik kaynak teşkil eder (Hall, 2001).

Bununla birlikte, 3S turizminin çevre üzerinde olumsuz etkileri de söz konusu olabilir. Yoğun turist akışı, bölgedeki doğal habitatların bozulmasına, denizlerin ve su kaynaklarının kirlenmesine, ayrıca plajların aşırı kullanımına yol açabilir. Bu tür çevresel sorunlar, bölgedeki doğal kaynakların sürdürülebilirliğini tehdit edebilir ve uzun vadede turizm faaliyetlerinin devamını zorlaştırabilir. Bu nedenle, çevre dostu uygulamaların benimsenmesi ve sürdürülebilir turizm politikalarının hayata geçirilmesi, çevrenin korunması ve turizm endüstrisinin geleceği açısından son derece önemlidir. Sürdürülebilir turizm uygulamaları, doğal kaynakların korunmasını sağlamanın yanı sıra hem turizm endüstrisinin sürekliliğini hem de yerel halkların uzun vadede fayda sağlamasını mümkün kılar (Honey, 2008).

Sürdürülebilir turizm, doğal kaynakların korunması ve bu kaynakların gelecek nesillere aktarılması amacıyla geliştirilen bir yaklaşımdır. Bu yaklaşım, turizm faaliyetlerinin hem çevresel hem de sosyo-ekonomik boyutlarını dengeleyerek, doğal kaynakların uzun vadede sürdürülebilir bir şekilde kullanılmasını sağlamayı hedefler. Özellikle 3S turizmi gibi doğal çevreye dayalı turizm türlerinde, sürdürülebilir uygulamaların benimsenmesi büyük bir önem taşımaktadır. Doğal çevrenin korunması, turizmin gelecekte de devam edebilmesi ve

yerel halkların bu süreçten faydalanmaya devam edebilmesi açısından kritik bir gerekliliktir. Bu bağlamda, 3S turizmi için sürdürülebilirliği sağlamak amacıyla alınabilecek bazı önlemler şu şekilde sıralanabilir:

- **Çevre Dostu Oteller:** Sürdürülebilir turizmin önemli bir parçası olan çevre dostu oteller, enerji verimliliği sağlayan teknolojilerle donatılmış, su tasarrufunu teşvik eden sistemler ve etkin bir atık yönetimi politikasıyla çevreye en az zararı veren tesislerdir. Bu tür otellerin tasarımında güneş panelleri, su tasarruflu duş başlıkları, atık ayrıştırma sistemleri gibi uygulamalar kullanılarak, ekolojik ayak izinin en aza indirilmesi hedeflenir. Ayrıca, otellerin mimarisi ve iç tasarımları, çevresel sürdürülebilirliği göz önünde bulundurarak oluşturulur. Örneğin, yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımı, enerji tüketimini azaltırken, doğal ısklandırma ve havalandırma sistemleri enerji verimliliğini artırır. Bu tür oteller hem çevresel etkileri azaltmakta hem de turistlerin sürdürülebilir tatil yapma bilincini artırarak daha sorumlu tüketici davranışlarını teşvik etmektedir (Weaver, 2011).
- **Ekoturizm:** Ekoturizm, doğal alanların korunmasını ve turizmin çevreyle uyumlu bir şekilde planlanmasını amaçlayan bir turizm türüdür. Bu turizm anlayışı, turistlere doğayla iç içe, çevre dostu ve sürdürülebilir deneyimler sunarak doğaya karşı farkındalıklarını artırır. Ekoturizm, sadece doğal güzellikleri keşfetmekle kalmaz, aynı zamanda turistleri çevre koruma ve doğaya saygı konusunda eğitir. 3S turizmine entegre edilebilecek ekoturizm uygulamaları, turistlerin tatil yaparken çevresel bilincini geliştirmelerine olanak tanır. Örneğin, doğa yürüyüşleri, biyolojik çeşitliliği koruma projelerine katılım veya deniz temizliği etkinlikleri gibi ekoturizm faaliyetleri, tatilcilerin doğayla daha uyumlu ve sorumlu bir ilişki kurmalarını sağlar. Bu sayede, 3S turizmi ile ekoturizmin birleşimi, çevresel sürdürülebilirliği destekleyen güçlü bir fırsat yaratır (Weaver, 2011).
- **Yerel Halka Destek:** Sürdürülebilir turizmin bir diğer önemli boyutu, turizm gelirlerinin yerel halkın refahına ve bölgesel ekonominin gelişimine doğrudan katkı sağlamasıdır. Turizm faaliyetleri aracılığıyla elde edilen gelirlerin yerel ekonomiye geri dönmesi, bölgenin sosyo-ekonomik gelişimini destekler ve yerel halkın refah seviyesini yükseltir. Turist harcamalarının yerel işletmelere, yerel ürünlere ve hizmetlere yönlendirilmesi, yerel halkın turizmden doğrudan fayda sağlamasına olanak tanır. Bu, sadece ekonomik büyüme sağlamakla kalmaz, aynı zamanda yerel kültürün korunması ve kültürel sürdürülebilirlik açısından da önemli bir rol oynar. Turizmin getirilerinin yerel halk arasında adil bir şekilde dağıtılması, bölgesel

kalkınmayı desteklerken, aynı zamanda turizmin sosyal sürdürülebilirlik ilkelerine uygun hale getirilmesini sağlar. Bu tür politikalar, yerel halkın turizm sektörüne entegrasyonunu güçlendirir ve turizmden elde edilen faydaların dengeli bir şekilde paylaştırılmasına katkı sunar (Weaver, 2011).

3S turizmi, dünya genelinde en popüler turizm türlerinden biri olma özelliğini korurken hem ekonomik hem de sosyal ve çevresel açılardan önemli etkiler yaratmaktadır. Bu turizm türü, destinasyonlara büyük ekonomik katkılar sağlamakla birlikte, yoğun turist akışı nedeniyle çevresel sorunlara da neden olabilir. Ancak, 3S turizminin olumsuz çevresel etkileri, doğru sürdürülebilir turizm uygulamaları ile minimize edilebilir ve hatta bu türün çevreye ve yerel topluluklara olumlu etkiler yaratması sağlanabilir.

Doğal kaynakların korunmasına yönelik atılacak adımlar, yalnızca turizmin devamlılığını sağlamaz, aynı zamanda yerel halkın yaşam kalitesini yükselterek, gelecek nesiller için de sağlıklı bir çevre ve yaşam alanı bırakılmasına yardımcı olur. Çevre dostu otellerin ve ekoturizmin yaygınlaştırılması, atık yönetimi ve su tasarrufu gibi uygulamalar, 3S turizminin çevresel etkilerini azaltmada önemli bir rol oynar. Yerel halkın turizm gelirlerinden faydalanması ve ekonomik açıdan desteklenmesi ise, sürdürülebilir turizmin sosyal boyutunu güçlendirir (Honey, 2008).

Sonuç olarak, 3S turizmi, sürdürülebilir turizm ilkelerine uygun şekilde yönetildiğinde, çevresel ve sosyal açıdan daha dengeli bir turizm modeli oluşturabilir ve hem doğal kaynakların korunmasını hem de yerel halkın refahının artırılmasını sağlayabilir.

1.2. Dünya’da ve Türkiye’de 3S Turizmi

3S turizmi, dünya genelinde geniş bir popülariteye sahip olup, özellikle sıcak iklimlere sahip bölgelerdeki güzel plajlar ve temiz deniz suları ile milyonlarca turisti cezbeder. Tatilciler, bu turizm türünde dinlenme, eğlenme ve doğa ile iç içe vakit geçirme fırsatı bulurlar. Türkiye de bu turizm türünde öne çıkan önemli destinasyonlardan biridir ve sahil turizmi, ülkenin turizm ekonomisi içinde büyük bir paya sahiptir. Bu bölümde, dünya genelinde ve Türkiye’de deniz-kum-güneş turizminin durumu ele alınmaktadır.

Dünya genelinde 3S turizmi, özellikle Akdeniz, Karayipler, Güneydoğu Asya ve Avustralya gibi bölgelerde yoğunlaşmıştır. Akdeniz bölgesi, Avrupa’nın bu turizm türü için merkezi konumundadır. İspanya, Yunanistan ve Hırvatistan, her yıl milyonlarca turisti ağırlayan önemli destinasyonlar arasında yer alır. İspanya, özellikle ünlü sahil kasabaları ve tatil beldeleriyle 3S turizminin en önde gelen ülkelerinden biri olarak dikkat çeker. Yunanistan hem doğal güzellikleri hem de tarihi zenginlikleri ile bu alanda iddialı bir ülke

olup, Hırvatistan da Adriyatik kıyılarıyla dikkat çekmektedir (Holden, 2008). Karayipler, Amerika kıtasından gelen turistler için popüler bir destinasyon olup, turkuaz denizleri, beyaz kumlu plajları ve tropik iklimi ile turistler için çekici unsurlar sunmaktadır. Güneydoğu Asya'da ise Tayland, Malezya ve Endonezya gibi ülkeler, doğayla iç içe deneyimler sunan plajları ve egzotik kültürleriyle öne çıkmaktadır (Holden, 2008).

Türkiye, Akdeniz ve Ege kıyıları boyunca 3S turizmi açısından büyük bir potansiyele sahiptir. Antalya, Bodrum, Marmaris ve Çeşme gibi popüler tatil beldeleri hem yerli hem de yabancı turistler için cazip tatil seçenekleri sunmaktadır. Antalya, Türkiye'nin bu alandaki en önemli destinasyonlarından biri olup, her yıl milyonlarca turisti ağırlamaktadır. Türkiye'nin doğal güzellikleri, tarihi ve kültürel zenginlikleri ile birleşerek 3S turizmine değer katmaktadır (Samırkaş ve Samırkaş, 2014).

3S turizminin ekonomik katkıları, turizm gelirlerinin büyük bir kısmını oluşturarak yerel ekonomilere önemli destek sağlar. Bu turizm türü, iş imkânları yaratmakta, yerel işletmelerin büyümesini teşvik etmekte ve altyapı yatırımlarını hızlandırmaktadır. Örneğin, otel, restoran ve turistik tesislerin sayısındaki artış, bu bölgelerde işgücü talebini artırarak yerel ekonomiyi canlandırır. İspanya, turizm gelirlerinin büyük bir bölümünü 3S turizminden elde etmekte olup, bu durum ülkenin ekonomik kalkınmasında büyük bir rol oynamaktadır (Sharpley, 2009).

Kültürel etkileşimler, 3S turizminin bir başka önemli boyutudur. Turistler, ziyaret ettikleri bölgelerde yerel kültür ve geleneklerle tanışarak, kültürel alışverişi teşvik eder ve turistik deneyimi zenginleştirir. Ancak, turizmin yoğun olduğu bölgelerde yerel kültürlerin ticarileşmesi ve otantik değerlerin kaybolması gibi olumsuz sonuçlar da ortaya çıkabilir (Ryan, 2003). Yerel kültürlerin turistik bir gösteri haline gelmesi, geleneksel unsurların özünden uzaklaşmasına yol açabilir.

Çevresel etkiler, 3S turizminin dikkatle ele alınması gereken bir diğer yönüdür. Doğal kaynakların aşırı kullanımı, su ve hava kirliliği, kıyı ekosistemlerinin zarar görmesi gibi sorunlar, turizmin çevresel etkileri arasında yer alır. Yoğun inşaat faaliyetleri, doğal dengenin bozulmasına neden olabilir. Bu bağlamda, sürdürülebilir turizm uygulamalarının hayata geçirilmesi büyük önem taşımaktadır. Örneğin, Maldivler'de uygulanan çevre dostu turizm politikaları, adaların doğal kaynaklarının korunmasını ve uzun vadeli sürdürülebilirliği sağlamıştır (Güneş, 2011).

Türkiye'nin 3S turizmi, özellikle 1980'li yıllardan itibaren büyük bir gelişme göstermiştir. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerine göre, Antalya, Bodrum, Marmaris ve Çeşme gibi destinasyonlar, ülkenin turizm gelirlerine önemli katkılar sağlamaktadır. 3S

turizmi, Türkiye'nin Gayri Safi Yurt İçi Hasılası (GSYİH) içinde önemli bir paya sahip olup, geniş çapta istihdam yaratmaktadır (TÜİK, 2021). 3S turizmi dünya genelinde ekonomik, sosyal ve çevresel etkileriyle önemli bir turizm türüdür. Sürdürülebilir turizm politikalarıyla bu etkilerin olumlu yönde geliştirilmesi mümkündür. Türkiye, doğal güzellikleri ve kültürel zenginlikleri sayesinde bu alanda önemli bir destinasyon olmaya devam etmektedir.

1.3. 3S Turizminin Diğer Turizm Türleri ile İlişkisi

3S turizmi, dünya genelinde milyonlarca turist tercih ettiği, plajlar, güneşli hava ve temiz deniz suları gibi doğal unsurlar üzerine inşa edilmiş bir turizm türüdür. Bu turizm türü, tatilcilerin rahatlama, dinlenme ve eğlenme ihtiyaçlarını karşılamak için ideal koşulları sunmaktadır. Ancak, turizm sektörü zamanla gelişerek ve çeşitlenerek, turistlerin farklı ilgi alanlarına ve beklentilerine hitap eden alt türler oluşturmıştır. Bunun yanında, 3S turizmi, spor turizmi ile de iç içe geçer. Su sporları, plaj voleybolu, dalış ve yelken gibi aktiviteler, tatilcilere fiziksel olarak aktif olma imkânı sunarken, aynı zamanda deniz tatilinin dinlendirici haline de katkı sağlar. Özellikle su sporları, bu tür destinasyonların önemli bir parçası haline gelmiştir ve spor turizminin de büyümesine katkıda bulunmaktadır.

Ayrıca, 3S tatilinin sağlık turizmi ile birleştirilmesi, turistlerin fiziksel ve zihinsel sağlıklarını destekleyen tatil deneyimleri yaşamalarına olanak tanır. Kaplıca, spa ve wellness merkezlerinin bulunması, deniz tatiline şifa verici bir boyut ekleyerek, turistlerin hem rahatlama hem de sağlıklı bir tatil geçirmesini sağlar. Bu bağlamda, 3S turizmi, diğer turizm türleriyle iç içe geçerek turistlere çok yönlü tatil deneyimleri sunar. Farklı turizm türlerinin bir arada kullanılması, destinasyonların turizm potansiyellerini genişletir ve turistlerin daha zengin ve çeşitli tatil seçeneklerine ulaşmasını sağlar.

1.3.1. Kültür Turizmi

3S turizmi, genellikle tatilcilerin dinlenme, rahatlama ve eğlence amacıyla tercih ettikleri bir turizm türü iken, kültür turizmi tarihi ve kültürel mirasları keşfetmek isteyen turistlere hitap eden farklı bir deneyim sunmaktadır (Richards, 1996). Bununla birlikte, birçok turistik destinasyon, bu iki turizm türünü bir araya getirerek turistlere hem plaj keyfi hem de zengin kültürel deneyimler sunma fırsatı sağlamaktadır. Özellikle Türkiye'deki Ege ve Akdeniz kıyıları, doğal güzellikleri ile tarihi ve kültürel miraslarıyla da öne çıkarak, bu iki turizm türünün birleşimine mükemmel bir örnek teşkil eder. Bodrum, Side ve Efes gibi destinasyonlar, turistlere hem 3S tatili yapma hem de antik kalıntıları keşfetme olanağı tanıyarak, tatil deneyimlerini zenginleştirmektedir (Timothy, 2011).

3S turizmi ile kültür turizmi, bir destinasyonun çekiciliğini artırmak amacıyla sinerji yaratabilecek şekilde bir arada çalışabilir. Kültürel etkinliklerin ve tarihi alanların deniz tatillerine entegre edilmesi, turistlerin deneyimlerini daha zengin hale getirir ve destinasyonların daha geniş bir turist kitlesine hitap etmesini sağlar. McKercher'e göre, bu tür bir kombinasyon, turistlerin bir destinasyonda daha uzun süre kalmalarını teşvik ederken, aynı zamanda harcamalarını da artırabilir (McKercher, 2002). Örneğin, İtalya'nın Amalfi Kıyısı sadece doğal güzellikleri ve deniziyle değil, aynı zamanda tarihi ve kültürel zenginlikleri ile de bilinen bir destinasyon olarak ön plana çıkar. Benzer bir şekilde, Türkiye'deki pek çok sahil bölgesi de bu iki turizm türünü birleştirerek turistlerin ilgisini çekmektedir. 3S tatilini kültürel mirasla harmanlayan bu destinasyonlar, turistlerin tatil deneyimlerini çeşitlendirerek, bölgenin cazibesini artırmaktadır (Şengal ve Şengal, 2024). 3S turizmi ile kültür turizminin birlikte sunulması, turistlerin tatil deneyimlerini zenginleştirmekte ve destinasyonların çekiciliğini artırmaktadır. Bu tür kombinasyonlar, destinasyonların hem turistlerin beklentilerini karşılamasına hem de bölgenin ekonomik ve kültürel gelişimine katkıda bulunmasına yardımcı olmaktadır.

1.3.2. Eko Turizm

Ekoturizm, çevreye duyarlı ve sürdürülebilir turizm uygulamaları çerçevesinde, doğal alanların korunarak ziyaret edilmesini amaçlayan bir turizm türüdür. Bu turizm türü, yerel halkın ekonomik olarak fayda sağlamasını ve doğal kaynakların korunmasını öncelik haline getirir (Weaver, 2001). 3S turizmi, genellikle büyük ölçekli turistik tesisler, yoğun turist akışı ve yüksek çevresel etki ile ilişkilendirilirken, ekoturizm daha küçük ölçekli, çevre dostu tesisler ve aktiviteleri teşvik eder. Ancak bazı destinasyonlar, 3S turizmi ile ekoturizmi bir arada sunarak, sürdürülebilirlik ilkelerini benimseyen bir yaklaşımla her iki turizm türünü entegre etmeyi başarmıştır. Örneğin, Maldivler'de birçok tatil köyü, çevre dostu uygulamaları hayata geçirirken, aynı zamanda ekoturizm aktiviteleri sunarak sürdürülebilir turizm uygulamalarını desteklemektedir (Buckley, 2009). Bu destinasyonlar, turistlere 3S tatili yapma fırsatı sunarken, doğal kaynakların korunmasına yönelik bilinçli yaklaşımlar sergileyerek ekoturizmin temel ilkelerini teşvik etmektedir.

Çevresel sürdürülebilirlik, ekoturizmin merkezinde yer alan önemli bir kavramdır. 3S turizmi, yoğun turist akışı ve büyük ölçekli yapılaşma nedeniyle doğal kaynakların aşırı kullanımına ve çevresel bozulmaya yol açma riski taşır. Buna karşın, ekoturizm bu olumsuz etkileri minimize etmeyi hedefleyerek, doğal alanların korunması ve çevresel dengelerin sağlanmasını teşvik eder. Dolayısıyla, 3S turizmi uygulamalarının sürdürülebilirlik ilkeleri ile

entegre edilmesi, çevresel sürdürülebilirliğin sağlanmasında kritik bir rol oynamaktadır (Honey, 2008). Sürdürülebilir turizm uygulamaları, sadece doğal kaynakların korunmasına katkı sağlamakla kalmaz, aynı zamanda bu turizm türünün uzun vadede devamlılığını garanti altına alır. Bu tür entegrasyonlar, turizm destinasyonlarının çevresel etkilerini azaltarak, turistlerin doğal güzelliklerden faydalanmasını ve yerel halkın ekonomik kazanç elde etmesini sağlarken, gelecek nesiller için doğal kaynakların korunmasına da yardımcı olur.

1.3.3. Sağlık Turizmi

Sağlık turizmi, tedavi, rehabilitasyon ve genel sağlık iyileştirme amacıyla gerçekleştirilen seyahatleri kapsayan geniş bir turizm türüdür ve içerisinde termal turizm, medikal turizm ve wellness turizmi gibi alt dalları barındırır (Connell, 2006). Bazı turistik destinasyonlar, 3S turizmi ile sağlık turizmini bir araya getirerek ziyaretçilere hem tatil hem de sağlık odaklı deneyimler sunmaktadır. Özellikle sıcak iklimlere sahip bölgeler ve doğal termal kaynaklar, bu iki turizm türü için ideal koşulları sunar. Örneğin, Türkiye'deki termal kaplıcalar, hem sağlık hizmetlerinden faydalanmak isteyen turistleri hem de dinlenme ve rahatlama arayan tatilcileri cezbetmektedir (Cooper ve Cooper, 2009). Bu tür destinasyonlar, turistlere 3Statilinin rahatlatıcı etkilerini sunarken, aynı zamanda sağlıklarını iyileştirme fırsatı vererek, destinasyonların çekiciliğini önemli ölçüde artırmaktadır.

Bazı tatil köyleri ve oteller, 3S turizmini sağlık ve wellness hizmetleriyle birleştirerek turistlere kapsamlı bir tatil deneyimi sunmaktadır. Bu tesisler, spa hizmetleri, yoga, meditasyon ve diğer wellness aktiviteleri gibi uygulamalarla tatilcilerin hem fiziksel hem de zihinsel olarak yenilenmelerine olanak tanır. Böylece, turistler güneşin, denizin ve kumun tadını çıkarırken aynı zamanda sağlık ve zindeliklerini artıracak uygulamalardan da yararlanabilirler (Smith ve Puczko, 2008). Bu tür bütünleşmiş tatil deneyimleri, turistlerin hem dinlenme hem de sağlık ihtiyaçlarını karşılayarak tatil destinasyonlarının cazibesini artırmakta ve daha geniş bir turist kitlesine hitap etmektedir. 3S turizmi ve sağlık turizminin bir araya gelmesi, turistlere hem eğlence hem de sağlık odaklı çok yönlü tatil fırsatları sunar. Bu entegrasyon, destinasyonların hem rekabet gücünü artırır hem de turistlerin tatil deneyimlerini zenginleştirir.

1.3.4. Macera Turizmi

Macera turizmi, doğa sporları, ekstrem sporlar ve keşif odaklı aktiviteleri içeren bir turizm türü olup, dağcılık, rafting, dalış ve trekking gibi heyecan verici faaliyetleri kapsar (Buckley, 2006). 3S turizmi ile birleştirildiğinde, macera turizmi turistlere daha geniş bir deneyim yelpazesi sunar, bu da tatilcilerin hem dinlenme hem de macera dolu aktivitelerden

faydalanmalarını sağlar. Örneğin, Akdeniz kıyılarında tatil yapan turistler hem plaj keyfini çıkarırken hem de su sporları, dalış, yelken ve diğer macera dolu etkinliklere katılabilirler. Bu kombinasyon, farklı turist profillerine hitap ederek, destinasyonların çekiciliğini artırır ve turistlerin tatil deneyimlerini daha zengin hale getirir (Page ve Dowling, 2002).

Macera turizmi, adrenalin dolu aktiviteler sunarak turistlere unutulmaz deneyimler yaşatırken, tatillerine heyecan katma fırsatı verir. Bu tür aktiviteler, turistlerin tatil sürelerini uzatmalarını teşvik edebilir ve harcamalarını artırabilir (Swarbrooke vd., 2003). Özellikle su sporları, ekstrem dalış deneyimleri ve zorlu doğa yürüyüşleri gibi macera turizmi unsurları, tatilcilerin 3S turizmine daha dinamik bir boyut eklemesini sağlar. Bu çeşitlilik, destinasyonların daha geniş kitlelere hitap etmesini sağlarken, aynı zamanda rekabet gücünü de artırır. 3S turizmi ile macera turizminin birleşimi, turistlere hem rahatlama hem de heyecan dolu aktiviteler sunarak tatil destinasyonlarının cazibesini ve rekabet gücünü artırır. Bu tür bütünleşmiş tatil seçenekleri, turistlerin daha unutulmaz ve tatmin edici bir tatil deneyimi yaşamalarına olanak tanır.

1.3.5. Kırsal Turizm

Kırsal turizm, tarım alanları, köyler ve doğal manzaralar gibi kırsal bölgelerde gerçekleştirilen turizm faaliyetlerini içeren bir turizm türüdür. Doğa ile iç içe bir tatil deneyimi sunarken, aynı zamanda yerel halkın ekonomik kalkınmasına katkıda bulunur ve kırsal yaşamın sürdürülebilirliğine destek sağlar (Lane, 1994). Bu turizm türü, turistlere şehir yaşamından uzaklaşıp doğayla bütünleşme fırsatı sunarken, tarım ve yerel kültürle daha derin bir etkileşim yaşama imkânı sağlar. Bazı destinasyonlar, kırsal turizmi 3S turizmi ile birleştirerek turistlere hem plaj hem de doğa deneyimi sunmaktadır. Örneğin, İtalya'nın Toskana bölgesi hem kırsal turizmin hem de deniz-kum-güneş turizminin başarılı bir örneğidir. Toskana'da turistler, plaj keyfini yaşarken aynı zamanda kırsal bölgelerde yerel üretimi ve köy yaşamını deneyimleyebilirler (Roberts ve Hall, 2001). Bu tür kombinasyonlar, turistlerin çeşitli deneyimler yaşamasına olanak tanıyarak tatil destinasyonlarının çekiciliğini artırmaktadır.

3S turizmi, diğer turizm türleriyle entegrasyon yoluyla destinasyonların çekiciliğini artırarak turistlerin tatil deneyimlerini zenginleştirir. Kültür turizmi, ekoturizm, sağlık turizmi, macera turizmi ve kırsal turizm gibi farklı turizm türlerinin bir arada sunulması, turistlerin beklentilerini karşılamada önemli bir rol oynar. Bu çeşitlilik, destinasyonların hem farklı turist profillerine hitap etmesini sağlar hem de sürdürülebilir turizm uygulamalarının yaygınlaşmasına katkıda bulunur. Aynı zamanda, bu entegrasyon turistlerin ilgisini çekerek

destinasyonların rekabet gücünü artırır ve sürdürülebilir bir turizm yaklaşımının gelişmesini destekler.

1.4. 3S Turizminin Paydaşları

1.4.1. İşletme Paydaşları

İşletme paydaşları, turizm sektöründe faaliyet gösteren oteller, tatil köyleri, restoranlar, tur operatörleri ve ulaşım şirketleri gibi ticari kuruluşları kapsamaktadır. Bu paydaşlar, turistlere konaklama, yiyecek-içecek hizmetleri, eğlence ve ulaşım gibi temel hizmetleri sağlayarak turist deneyiminin kalitesini doğrudan etkiler (Freeman, 2010: 46). Oteller ve tatil köyleri, turistlerin konaklama ihtiyaçlarını karşılarken, restoranlar yerel ve uluslararası mutfaklardan yiyecek-içecek hizmetleri sunar. Tur operatörleri, turistlere rehberlik eder ve çeşitli turlar düzenlerken, ulaşım şirketleri turistlerin güvenli ve konforlu bir şekilde seyahat etmelerini sağlar. Tüm bu paydaşlar, 3S turizminin başarısı için hayati bir role sahiptir, çünkü turistlerin memnuniyeti ve destinasyonun cazibesi, bu hizmetlerin kalitesine bağlıdır.

- **Oteller ve Tatil Köyleri:** Oteller ve tatil köyleri, 3S turizminin temel konaklama tesisleri olarak kritik bir rol oynamaktadır. Bu işletmeler, turistlere sadece konforlu konaklama imkânı sunmakla kalmaz, aynı zamanda sundukları çeşitli olanaklar ve aktivitelerle tatil deneyimini zenginleştirir. Otellerin ve tatil köylerinin hizmet kalitesi, turistlerin memnuniyetini doğrudan etkileyerek, destinasyonun çekiciliğini ve rekabet gücünü artırır (Pizam ve Ellis, 1999). Özellikle sahil kenarındaki lüks tatil köyleri, geniş havuzlar, spa merkezleri, su sporları aktiviteleri ve restoranlar gibi ek hizmetler sunarak tatilcilerin tatillerini daha keyifli ve unutulmaz hale getirir. Bu tür tesislerin sunduğu kapsamlı hizmetler, 3S turizminin en önemli unsurlarından biri olarak öne çıkar ve tatilcilerin bölgeyi tercih etme oranını artırır.
- **Restoranlar ve Yiyecek-İçecek Hizmetleri:** Restoranlar ve yiyecek-içecek hizmetleri, turistlerin tatil deneyimlerini zenginleştirmenin yanı sıra, destinasyonların kültürel zenginliklerini tanıtan önemli unsurlardır. Yerel mutfak kültürünün tanıtılması, turistlerin destinasyona olan ilgisini artırırken aynı zamanda bölge ekonomisine önemli katkılar sağlar (Sakacova, 2013). Deniz ürünleri restoranları, sahil kafeleri ve yerel mutfağın öne çıktığı mekânlar, 3S turizminin vazgeçilmez bir parçasıdır. Bu tür mekânlar, turistlere denizin ve güneşin tadını çıkarmanın yanı sıra, bölgenin otantik tatlarını deneyimleme fırsatı sunarak, tatillerini daha anlamlı hale getirir.

- **Tur Operatörleri ve Acenteler:** Tur operatörleri ve seyahat acenteleri, turistlerin tatil planlarını yapmalarına yardımcı olan ve farklı tur paketleri sunarak tatil deneyimlerini organize eden önemli aktörlerdir. Bu işletmeler, konaklama, ulaşım, gezi ve aktiviteler gibi ihtiyaçları karşılayarak turistlere kapsamlı hizmetler sunar. Ayrıca, tur operatörleri ve acenteler, destinasyonların tanıtımında ve daha fazla turist çekilmesinde önemli bir rol oynar (Buhalis, 2000). Paket tur seçenekleri ve rehberlik hizmetleri, turistlerin tatillerini daha rahat ve planlı bir şekilde geçirmelerine olanak tanır. Bu da turistlerin memnuniyetini artırır ve destinasyonun tercih edilme olasılığını yükseltir.
- **Ulaşım Şirketleri:** Ulaşım şirketleri, turistlerin destinasyonlara ulaşımını ve bölge içindeki seyahatlerini sağlayarak, turizm deneyimini kolaylaştıran işletmelerdir. Hava yolu şirketleri, otobüs firmaları ve yerel ulaşım hizmetleri, turistlerin konforlu ve güvenli bir şekilde seyahat etmelerini sağlar. Ulaşım altyapısının kalitesi, destinasyonun erişilebilirliği ve turist çekme kapasitesi açısından kritik bir rol oynar (Page vd., 2005). Rahat ve kolay ulaşım seçenekleri, turistlerin tatil deneyimlerini olumlu yönde etkileyen en önemli faktörlerden biridir. Turistlerin tatillerini daha keyifli ve sorunsuz geçirebilmeleri için ulaşım hizmetlerinin kaliteli ve erişilebilir olması gerekmektedir.

İşletme paydaşları, 3S turizminin ekonomik kalkınmasına önemli katkılar sağlayan temel unsurlardır. Oteller, restoranlar ve tur operatörleri gibi turizm işletmeleri, turistlerin ihtiyaçlarını karşılayarak hem bölgeye ekonomik fayda sağlar hem de yerel halk için geniş istihdam olanakları yaratır. Turistlerin yaptığı harcamalar, bu işletmelerin büyümesine ve gelişmesine olanak tanıyarak yerel ekonomiyi destekler. Hem büyük hem de küçük ölçekli işletmelerin kazanç sağlaması, bölgenin ekonomik refahını artıran önemli bir faktördür (Sharpley, 2002).

Sosyal açıdan, bu işletme paydaşları, turistler ve yerel halk arasında köprü görevi görerek kültürel alışverişi teşvik eder. Turistlerin yerel halkla etkileşimi, kültürel farkındalığın artmasını ve farklı kültürler arasında anlayış ve hoşgörünün gelişmesini sağlar. Bu etkileşimden fayda sağlayan yerel topluluklar hem sosyal hem de ekonomik açıdan kazanç elde ederken, aynı zamanda kültürel mirasın korunması ve tanıtılmasında da kritik bir rol oynar. Bu süreç, hem yerel kültürlerin korunmasına katkıda bulunur hem de turizm faaliyetlerinin zenginleştirilmesine yardımcı olur.

Sürdürülebilirlik açısından, işletme paydaşları çevresel ve sosyal sürdürülebilirliği destekleyecek uygulamaları benimseyerek turizmin çevresel etkilerini minimize etme

konusunda önemli bir rol oynar. Enerji ve su tasarrufu, etkin atık yönetimi ve yerel ürünlerin kullanımı gibi çevre dostu uygulamalar, çevresel sürdürülebilirliği artırır ve turizmin ekolojik etkilerini azaltır (Buckley, 2012). Aynı zamanda, yerel üreticilerle iş birliği yapmak, turizm sektörünün sosyal sürdürülebilirliğini destekler. Bu iş birlikleri, turizmin yerel ekonomiye uzun vadede katkıda bulunmasını sağlar ve yerel halkın bu ekonomik faydalardan daha fazla yararlanmasına olanak tanır (Gössling, 2002). İşletme paydaşlarının turizmdeki rolleri, ekonomik kalkınma, sosyal entegrasyon ve çevresel sürdürülebilirlik açısından kritik bir öneme sahiptir. Turizmin uzun vadeli başarısı, bu paydaşların sürdürülebilir uygulamaları benimsemesine ve yerel topluluklarla iş birliği yapmasına bağlıdır.

Sektördeki rekabetin artması ve turist beklentilerindeki değişimler, işletme paydaşlarının yenilikçi çözümler geliştirmesini zorunlu hale getirmektedir (Weaver, 2006). Dijital teknolojilerin kullanımı, turistlerin tatil deneyimini iyileştirerek işletmelerin rekabet avantajını artırabilir. Örneğin, online rezervasyon sistemleri, dijital tur rehberleri ve mobil uygulamalar aracılığıyla oteller, restoranlar ve tur operatörleri sundukları hizmetleri daha verimli hale getirirken, aynı zamanda turist memnuniyetini de artırma potansiyeline sahiptir (Buhalis ve Law, 2008). Bu tür teknolojik yenilikler, sektördeki işletmelerin hem daha geniş bir turist kitlesine hitap etmesine hem de müşteri taleplerine daha hızlı ve etkili bir şekilde yanıt vermesine yardımcı olur.

İşletme paydaşları, 3S turizminin temel yapı taşlarını oluşturarak, turistlerin tatil deneyimini doğrudan etkileyen önemli aktörlerdir. Oteller, restoranlar, tur operatörleri ve ulaşım şirketleri, bu turizm türünün hem ekonomik büyümesine hem de sosyal sürdürülebilirliğe önemli katkılar sağlar. Bu paydaşlar, turistlerin destinasyonlarda geçirdikleri süreyi organize etmekle kalmaz, aynı zamanda yerel ekonomiye katkıda bulunarak yerel halk için istihdam olanakları yaratırlar. Bu durum, yerel halkın ekonomik refahını artırarak sosyal sürdürülebilirliği güçlendiren önemli bir faktördür.

Sürdürülebilirlik uygulamaları, işletme paydaşlarının çevresel ve sosyal etkilerini minimize etme konusunda kritik bir rol oynar. Çevre dostu teknolojilerin kullanımı, enerji ve su tasarrufu, etkin atık yönetimi gibi stratejiler, işletmelerin çevresel etkilerini azaltarak turizm sektörünün uzun vadede sürdürülebilir olmasını sağlar. Bu uygulamalar hem doğal kaynakların korunmasına hem de destinasyonların turizm cazibesini uzun süre koruyabilmesine yardımcı olur. Örneğin, otellerin enerji verimliliği sağlayan sistemlere yatırım yapması veya restoranların yerel ve organik ürünleri tercih etmesi, bu tür çevresel sürdürülebilirlik uygulamalarına örnek teşkil eder. 3S turizminin başarısını sürdürmek için yenilikçi ve sürdürülebilir çözümler geliştirmek, işletme paydaşları için kritik öneme sahip

olacaktır. Bu çözümler hem turist memnuniyetini artıracak hem de turizmin çevresel etkilerini azaltarak sektörü uzun vadeli bir başarıya taşıyacaktır.

1.4.2. Çalışan Paydaşları

Çalışan paydaşları, turizm sektöründe faaliyet gösteren oteller, tatil köyleri, restoranlar, tur operatörleri ve ulaşım şirketlerinde görev alan bireyleri kapsar. Bu paydaşlar, turistlere doğrudan hizmet sunarak, onların tatil deneyimini şekillendiren temel unsurlardan biridir. Turistlerin yaşadığı deneyim ve memnuniyet, büyük ölçüde çalışanların performansına, becerilerine ve hizmet sunma kalitesine bağlıdır (Baum, 2007: 137). Çalışanlar, turizm işletmelerinin hizmet kalitesini artırmada ve müşteri memnuniyetini sağlamada kritik bir role sahiptir. Bunun yanında, çalışanların iş tatmini, motivasyonu ve eğitim seviyesi, sundukları hizmetin niteliğini ve işletmenin itibarını doğrudan etkiler. Aşağıda, çalışanların etkilediği ve çalışanları etkileyen unsurlar detaylı olarak ele alınmaktadır.

- **Hizmet Kalitesi ve Müşteri Memnuniyeti:** Çalışanlar, 3S turizmi işletmelerinde hizmet kalitesini doğrudan etkileyen en kritik faktörlerden biridir. Otel personeli, restoran çalışanları, tur rehberleri ve diğer hizmet sağlayıcılar, turistlerin tatil deneyimlerini olumlu yönde şekillendiren kilit roller oynar. Müşteri memnuniyeti, çalışanların profesyonelliği, güler yüzlülüğü ve yetkinliği ile doğrudan ilişkilidir (Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1988). İyi eğitim almış ve motive çalışanlar, turistlerin tatillerini unutulmaz kılarak, işletmenin itibarını güçlendirir ve turistlerin destinasyonu tekrar ziyaret etme olasılığını artırır. Kaliteli hizmet, aynı zamanda destinasyonun genel çekiciliğine ve rekabet gücüne de katkıda bulunur.
- **İş Tatmini ve Verimlilik:** Çalışanların iş tatmini, verimlilik ve hizmet kalitesi üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. İş tatmini yüksek olan çalışanlar, işlerine daha bağlı ve motive olur, bu da sundukları hizmetin kalitesine yansır. İş tatminini artırmak için adil ücretlendirme, iyi çalışma koşulları, eğitim ve kariyer gelişimi olanaklarının sağlanması büyük önem taşır (Judge vd., 2001). Eğitim programları ve kariyer gelişim fırsatları sunulan çalışanlar, hizmetlerinde daha yüksek bir profesyonellik sergiler. Sonuç olarak, iş tatmini yüksek çalışanlar, müşteri memnuniyetini yükselterek, işletmenin uzun vadeli başarısına katkıda bulunur.
- **Yerel Ekonomiye Katkı:** Çalışan paydaşları, yerel ekonomiye önemli katkılar sağlar. 3S turizmi işletmeleri, yerel halk için geniş istihdam olanakları yaratmakta ve böylece bölgesel ekonomik kalkınmayı desteklemektedir. Bu istihdam fırsatları,

yerel toplulukların ekonomik bağımsızlığını artırır ve sosyal sürdürülebilirliğe katkıda bulunur (Baum ve Hagen, 1999). Turizm sektöründe çalışan yerel halk, bölgede sağlanan ekonomik faydaların daha adil bir şekilde dağıtılmasına yardımcı olur. Ayrıca, yerel halkın turizm sektörüne katılımı, turizmin bölgedeki gelişimine olumlu yaklaşımlarını sağlar ve bölge ile turistler arasında güçlü sosyal bağlar kurulmasına katkıda bulunur.

Bu etki döngüsü içerisinde çalışan paydaşlar, turizm sektörünün dinamik yapısı ve yüksek beklentileri nedeniyle zaman zaman çeşitli zorluklarla karşılaşmaktadır. Çalışanların karşılaştığı başlıca zorluklar aşağıda sıralanmaktadır:

- **Mevsimlik İstihdam:** 3S turizmi, doğası gereği mevsimsel bir yapıya sahip olduğundan, çalışanlar iş güvencesi konusunda sık sık zorluklar yaşamaktadır. Mevsimlik istihdam, çalışanların yıl boyunca sürekli ve istikrarlı bir gelir elde etmesini zorlaştırarak, motivasyon ve iş tatmini üzerinde olumsuz etkiler yaratabilir (Altay ve Aydın, 2020). Bu durum, çalışanların uzun vadeli planlar yapmalarını zorlaştırır ve sektörde kalıcı olmalarını engelleyebilir. Mevsimsel yapının etkilerini azaltmak için daha esnek ve uzun vadeli istihdam çözümlerine ihtiyaç vardır.
- **Düşük Ücretler ve Uzun Çalışma Saatleri:** Turizm sektöründe çalışanlar genellikle düşük ücretler ve uzun çalışma saatleri ile karşı karşıya kalmaktadır. Adil olmayan ücretlendirme ve ağır çalışma koşulları, çalışanların yaşam kalitesini olumsuz etkileyerek iş tatminsizliğine yol açabilir (International Labour Organization, 2010). Çalışanların refahını artırmak ve motivasyonlarını yükseltmek için ücretlerin adil olması ve çalışma saatlerinin iyileştirilmesi gerekmektedir. Bu tür iyileştirmeler, sektörde kalıcı olmayı teşvik eder ve çalışanların verimliliğini artırır.
- **Eğitim ve Gelişim İhtiyaçları:** Turizm sektöründe çalışanların mesleki bilgi ve becerilerini geliştirmeleri, hizmet kalitesinin korunması ve artırılması açısından kritik öneme sahiptir. Eğitim ve gelişim olanaklarının yetersizliği, hizmet kalitesinde düşüşe neden olabilir. İşletmelerin çalışanlarına sürekli mesleki eğitim, dil kursları ve müşteri hizmetleri eğitimi gibi programlar sunması hem çalışanların profesyonel gelişimini destekler hem de turist memnuniyetini artırır (Baum, 1995). Bu tür programlar, çalışanların sektör içerisindeki yetkinliklerini geliştirerek işletmeye daha fazla katkıda bulunmalarını sağlar.
- **İş Güvencesi ve Sosyal Koruma:** İş güvencesi ve sosyal koruma hakları, sürdürülebilir bir turizm sektörü için vazgeçilmezdir. Mevsimlik istihdamın getirdiği olumsuz etkileri azaltmak adına, işletmeler esnek çalışma saatleri ve geçici

iş sözleşmeleri gibi çözümler sunarak çalışanların iş güvencesini sağlamalıdır (Baum, 2006). Bu tür yaklaşımlar, çalışanların sektörde uzun vadeli bir kariyer planı yapmalarını teşvik eder ve turizm sektöründe daha sürdürülebilir bir iş gücü yaratır.

- Adil Ücret ve Çalışma Koşulları: Adil ücretlendirme ve iyileştirilmiş çalışma koşulları, çalışanların iş tatmini ve verimliliği açısından büyük bir öneme sahiptir. Turizm işletmelerinin çalışanlarına adil ücret politikaları uygulaması, aynı zamanda çalışma koşullarını sürekli olarak iyileştirmesi gereklidir. Bu tür uygulamalar, çalışan motivasyonunu artırarak işletmenin rekabet gücünü yükseltir ve müşteri memnuniyetine katkı sağlar (Sharpley, 2009). Adil ücret politikaları ve iyileştirilmiş çalışma koşulları, çalışan bağlılığını güçlendirerek işletmenin uzun vadeli başarısına doğrudan katkı sağlar.

Çalışan paydaşları, 3S turizminin sürdürülebilirliği ve uzun vadeli başarısında kritik bir rol oynamaktadır. Gelecekte dijital teknolojilerin kullanımının yaygınlaşması ve yenilikçi eğitim programlarının geliştirilmesi, çalışanların mesleki becerilerini artırarak sundukları hizmetlerin kalitesini yükseltecektir (Buhalis ve Law, 2008). Özellikle dijital araçların turizm sektöründe kullanımı, çalışanların daha verimli hizmet sunmalarını sağlayarak müşteri memnuniyetini artıracak önemli bir faktör olarak öne çıkmaktadır.

Ayrıca, turizm işletmelerinin sosyal sorumluluk projelerine daha fazla yatırım yapması, sadece çalışanların refahını desteklemekle kalmayacak, aynı zamanda yerel toplulukların kalkınmasına da katkı sağlayacaktır (Freeman, 2010). Bu tür sosyal sorumluluk projeleri, turizmin çevresel ve sosyal sürdürülebilirliğini destekleyecek ve çalışanların motivasyonunu artırarak sektörde uzun vadeli başarıyı sağlamada önemli bir rol oynayacaktır.

Çalışanların iş tatmini, eğitim ve gelişim fırsatları, adil ücretlendirme ve sosyal koruma haklarına sahip olmaları, turizm sektöründe kalıcı başarı ve sürdürülebilirlik için kritik unsurlar arasında yer alır. İş tatmini yüksek çalışanlar, daha motive ve verimli çalışarak turistlere daha kaliteli hizmet sunar. Bu da destinasyonların rekabet gücünü artırarak turistlerin tekrar ziyaret etme olasılığını yükseltir. Eğitim ve gelişim olanaklarının artırılması, çalışanların profesyonel yetkinliklerini geliştirerek turizm sektöründe daha uzun vadeli başarılar elde edilmesini sağlar.

Turizm işletmelerinin sürdürülebilirlik uygulamalarını daha fazla benimsemesi beklenmektedir. Bu uygulamalar hem çalışan refahını artıracak hem de hizmet kalitesini doğrudan etkileyecektir. Çalışanların iş güvencesi, eğitim olanakları ve sosyal haklara sahip olması, sektörde daha güçlü ve uzun vadeli bir iş gücü yaratacaktır. Bu tür yaklaşımlar, turizm

sektörünün sürdürülebilir olmasına ve uzun vadede rekabetçi kalmasına katkı sağlayacak en önemli faktörler arasında yer almaktadır.

1.4.3. Misafir Paydaşları

Misafir paydaşları, 3S turizmine katılan turistleri temsil eder ve bu turistlerin tercihleri çeşitli motivasyonlarla şekillenir. Turistler, genellikle güneşlenme, yüzmeye, dinlenme ve eğlenme gibi aktiviteler için 3S turizmini tercih ederler (Krippendorf, 1987). Bu turistlerin ihtiyaçları ve istekleri, turizm endüstrisinin temel gelir kaynağını oluşturur ve onların memnuniyeti, turizm destinasyonlarının başarısı açısından kritik bir rol oynar (Pizam ve Ellis, 1999).

- **Tatil Deneyimi ve Memnuniyet:** Misafirlerin tatil deneyimi, bir destinasyonu tekrar ziyaret etme olasılıklarını ve başkalarına tavsiye etme eğilimlerini belirleyen kritik bir unsurdur. Bu deneyim, konaklama kalitesi, hizmet düzeyi, aktivitelerin çeşitliliği ve destinasyonun genel atmosferi gibi faktörlerle şekillenir (Ryan, 1995). Turistlerin memnuniyeti, destinasyonun uzun vadeli başarısını ve itibarını doğrudan etkiler. Ayrıca, memnuniyet, bir destinasyonun sürdürülebilirliği açısından önemli bir göstergedir; memnun turistler, destinasyonun gelecekte de tercih edilme olasılığını artırır (Kozak ve Rimmington, 2000).
- **Güvenlik ve Konfor:** Güvenlik ve konfor, misafir paydaşlarının en temel beklentileri arasında yer alır. Turistler, tatilleri boyunca kendilerini güvende hissetmek ve konforlu bir ortamda bulunmak isterler. Fiziksel güvenlik (plaj güvenliği, sağlık hizmetleri) ve psikolojik güvenlik (samimi ve misafirperver bir ortam) turistlerin tatil deneyimlerini olumlu yönde etkileyen önemli faktörlerdir (Kahraman, 2019). Güvenli ve huzurlu bir tatil deneyimi, turistlerin memnuniyetini artırarak destinasyonun çekiciliğini yükseltir.
- **Fiyat-Kalite Dengesi:** Misafirler, ödedikleri ücret karşılığında yüksek kalite ve değer beklerler. Fiyat-kalite dengesi, turist memnuniyeti ve destinasyona olan bağlılık açısından önemli bir etkidir. Uygun fiyatlı ve kaliteli hizmetler sunan destinasyonlar, misafir memnuniyetini artırır ve turistlerin aynı destinasyonu tekrar ziyaret etme olasılığını yükseltir (Dwyer ve Kim, 2003). Bu dengeyi sağlayan destinasyonlar, uzun vadede daha yüksek müşteri sadakati ve pozitif itibar elde eder.

Misafir paydaşları, turizmin sürdürülebilirliğinde kritik bir rol oynar. Onların davranışları ve tercihleri, destinasyonların sürdürülebilirliğini doğrudan etkileyebilir. Misafir paydaşlarının sürdürülebilir turizm üzerindeki etkileri şu şekilde belirtilmiştir:

- Çevresel Bilinç ve Sürdürülebilirlik: Misafirlerin çevresel bilinci, turizm destinasyonlarının sürdürülebilirlik stratejilerinde giderek daha önemli bir rol oynamaktadır. Çevreye duyarlı turistler, doğaya zarar vermeyen, enerji tasarrufu sağlayan ve yerel toplulukları destekleyen turizm faaliyetlerini tercih ederler (Miller vd., 2010). Bu artan talep, turizm işletmelerini çevre dostu uygulamaları benimsemeye teşvik eder. Örneğin, yenilenebilir enerji kullanımı, su tasarrufu uygulamaları ve atık yönetimi gibi sürdürülebilirlik adımları, hem turistler için çekici hale gelir hem de turizm faaliyetlerinin çevresel sürdürülebilirliğini artırır.
- Kültürel ve Sosyal Etkileşim: Misafirlerin seyahat ettikleri destinasyonlarda yerel kültürle kurdukları etkileşim hem kültürel alışverişi teşvik eder hem de karşılıklı anlayışı artırır. Bu etkileşimler, turistlere daha zengin ve anlamlı tatil deneyimleri yaşatırken, yerel halkla turistler arasında güçlü sosyal bağlar oluşmasına da katkıda bulunur (Richards, 2001). Kültürel sürdürülebilirlik, bu etkileşimlerin doğal bir sonucu olarak ortaya çıkar ve turistlerin yerel kültürleri daha iyi anlamalarını sağlar. Aynı zamanda, bu tür etkileşimler yerel kültürlerin korunmasına da yardımcı olabilir.
- Ekonomik Katkılar: Turistlerin harcamaları, yerel ekonomilere büyük katkılar sağlar. Konaklama, yiyecek-içecek, alışveriş ve turistik aktivitelerde yapılan harcamalar, yerel işletmelerin büyümesine destek olurken, bölgesel ekonominin canlanmasına yardımcı olur (Sharpley, 2002). Bu ekonomik katkılar, yerel istihdamın artmasını ve bölgesel kalkınmanın sürdürülebilir şekilde desteklenmesini sağlar. Ayrıca, turizmden elde edilen gelirler, yerel altyapının gelişimine ve sosyal hizmetlerin iyileştirilmesine de olanak tanır.

Misafir paydaşlarının gelecekteki rolü, turizm trendlerindeki değişiklikler ve misafir beklentilerindeki dönüşüm ile şekillenecektir. Dijital teknolojilerin hızla gelişmesi, turistlerin seyahat planlama, rezervasyon ve tatil deneyimlerini kökten değiştiren önemli bir faktör haline gelmektedir (Buhalis ve Law, 2008). Online platformlar, mobil uygulamalar ve sanal gerçeklik gibi yenilikçi teknolojiler sayesinde turistler, seyahat tercihlerini daha kişiselleştirilmiş ve kolay erişilebilir bir hale getirirken, destinasyonlar da turist memnuniyetini artırma fırsatına sahip olacaktır. Turistler, seyahatlerini kendi ihtiyaçlarına uygun olarak kolayca düzenleyebilecek ve daha kişisel bir tatil deneyimi

yaşayabileceklerdir. Bunun yanı sıra, sürdürülebilir turizm uygulamalarına olan talep giderek artmaktadır. Turistler, çevre dostu, doğayı koruyan, karbon ayak izini azaltan ve yerel halkla iş birliği içinde olan destinasyonları tercih etmeye başlayacaktır (Weaver, 2006). Bu eğilim, turizm destinasyonlarını çevre dostu uygulamaları benimsemeye ve sürdürülebilir hizmetler sunmaya teşvik edecektir. Turistlerin çevresel bilinci, gelecekteki turizm stratejilerinde kilit bir rol oynayarak, destinasyonların sadece ekonomik başarılarını değil, aynı zamanda çevresel sorumluluklarını da yerine getirmelerine yol açacaktır.

Misafir paydaşları, 3S turizminin merkezinde yer alır ve bu turizm türünün başarısını doğrudan etkiler. Turist memnuniyeti, güvenlik, konfor ve çevresel bilinç, destinasyonların itibarını ve uzun vadeli sürdürülebilirliğini belirleyen temel unsurlardır. Misafirlerin tatil deneyiminden aldıkları tatmin, destinasyonların tekrar tercih edilmesini sağlarken, olumlu tavsiyelerle daha fazla turist çekilmesine katkıda bulunur. Gelecekte, misafir paydaşlarının beklentilerini karşılamak ve çevresel sürdürülebilirlik bilincine uygun turizm uygulamalarını teşvik etmek, 3S turizminin kalıcı başarısı için kritik öneme sahip olacaktır. Destinasyonların, misafir paydaşlarının artan beklentilerine uygun olarak çevreye duyarlı ve sürdürülebilir hizmetler sunmaları hem turist memnuniyetini artıracak hem de turizmin ekolojik etkilerini en aza indirecektir. Bu bağlamda, turistlerin beklentilerini karşılamak ve turizm faaliyetlerini sürdürülebilir bir çizgide tutmak, 3S turizminin uzun vadeli başarısını güvence altına alacaktır.

1.4.4. Yerel Halk Paydaşları

Yerel halk paydaşları, 3S turizminin merkezinde yer almakta ve bu turizm türünün sürdürülebilirliği açısından kritik bir rol oynamaktadır. Turizm destinasyonlarında yaşayan ve turizm faaliyetlerinden doğrudan veya dolaylı olarak etkilenen yerel halk, turistlerle olan etkileşimleri aracılığıyla turizm destinasyonlarının sosyal dokusunu şekillendirir. Yerel halkın turizme yönelik tutumları ve turizme katılımları, turistlerin tatil deneyimini doğrudan etkiler ve destinasyonların uzun vadeli başarısı için oldukça önemlidir (Koday ve Akbaş, 2020).

3S turizmi, yerel halk için önemli ekonomik fırsatlar sunmaktadır. Oteller, restoranlar, tur operatörleri ve perakende işletmeler gibi turizmle ilişkili işlerde yerel halkın büyük bir kısmı doğrudan ya da dolaylı olarak istihdam edilmektedir. Bu istihdam olanakları, bölgedeki ekonomik canlılığı artırırken, yerel halkın ekonomik refahını da yükseltir (Mitchell ve Ashley, 2010). Turizmin getirdiği bu ekonomik faydalar, yerel halkın turizme olan bakış açısını olumlu yönde etkileyebilir ve bölgedeki sosyal sürdürülebilirliği güçlendirebilir.

Yerel halkın turizm sektörüne katkısı sadece ekonomik değil, aynı zamanda kültürel ve sosyal boyutlardadır. Yerel kültürün korunması ve turistlerle paylaşılan sosyal etkileşimler, turizm deneyimini zenginleştirir ve bölgenin cazibesini artırır. Yerel halkın turizme aktif katılımı, bölgeyle turistler arasında güçlü sosyal bağların kurulmasına yardımcı olur ve kültürel sürdürülebilirliği destekler. Aynı zamanda, yerel halkın turizm yönetimine katılımı, sürdürülebilir turizm politikalarının geliştirilmesine katkı sağlayarak, destinasyonların uzun vadeli başarılarına katkıda bulunur.

Turizme olan aşırı bağımlılık, yerel ekonomiler için bazı riskler taşımaktadır. Turizmde yaşanan dalgalanmalar, mevsimsel değişiklikler ve küresel krizler, turizm gelirlerinin düşmesine ve dolayısıyla yerel halkın gelirlerinde istikrarsızlığa yol açabilir. Bu durum, yerel halkın turizm dışı sektörlerde alternatif geçim kaynaklarına sahip olmasının önemini ortaya koymaktadır (Sharpley, 2002: 160). Yerel ekonomilerin çeşitlendirilmesi, tarım, balıkçılık, el sanatları gibi yerel faaliyetlerin desteklenmesi, yerel halkın ekonomik bağımsızlığını güçlendirir ve turizme olan bağımlılığı azaltarak ekonomik dayanıklılığı artırır (Telfer ve Sharpley, 2008: 156). Bu yaklaşım, sadece turizme dayalı bir ekonomi yerine, daha sürdürülebilir ve dengeli bir ekonomik yapının kurulmasına yardımcı olur.

Sosyal ve kültürel açıdan değerlendirildiğinde, yerel halkın turistlerle olan etkileşimleri, karşılıklı kültürel alışverişi teşvik eder. Turistlerin yerel kültürü tanıma ve deneyimleme fırsatı bulmaları hem turistler hem de yerel halk için zengin ve anlamlı bir deneyim yaratır (Richards ve Wilson, 2007: 208). Turistler, yerel festivallere, geleneksel sanat ve zanaat etkinliklerine katılarak, yerel halkın yaşam tarzını, kültürel değerlerini ve tarihini yakından tanıma fırsatı bulurlar. Ancak, turizm faaliyetleri bazı durumlarda yerel halkın kültürel kimliğini ve geleneklerini olumsuz etkileyebilir. Özellikle turizmin yoğunlaştığı bölgelerde, yerel kültürün ticarileşmesi, geleneklerin bozulması ve kültürel değerlerin yitilmesi riski artabilir (Greenwood, 1989: 171). Yerel halk, turistlerin taleplerine uyum sağlamak zorunda kaldıklarında, kendi kültürel kimliklerini korumakta zorlanabilir ve bu da yerel halk için kültürel kayıplara neden olabilir.

Yerel halkın çevresel sürdürülebilirlik açısından oynadığı rol de oldukça önemlidir. Yerel topluluklar, doğal kaynakların korunması ve çevre dostu turizm uygulamalarının benimsenmesi konusunda bilinçli ve aktif katılımcılar olabilir. Yerel halkın çevre bilinci ve sürdürülebilirlik uygulamaları, turizm destinasyonlarının doğal zenginliklerini koruma ve sürdürülebilir turizm uygulamalarının hayata geçirilmesi açısından kritik bir unsur olarak öne çıkmaktadır (Bramwell ve Lane, 2013: 4). Eğitim ve farkındalık programları, yerel halkın çevresel sürdürülebilirlik konusundaki bilgilerini artırarak, doğal kaynakları koruma ve çevre

dostu uygulamalara aktif katılım sağlama bilincini geliştirebilir (Mowforth ve Munt, 2015: 113). Yerel halkın doğal kaynakları korumaya yönelik bilinçli tutumları, turizm faaliyetlerinin sürdürülebilirliği açısından uzun vadeli faydalar sağlayacaktır.

Bununla birlikte, turizm faaliyetlerinin yoğunlaşması, yerel çevre üzerinde ciddi baskılar yaratabilir. Plajlar, denizler ve diğer doğal alanlar, yüksek turist akışı nedeniyle zarar görebilir. Yerel halk, bu çevresel baskılarla başa çıkmak için ek çaba sarf etmek zorunda kalabilir ve bu da doğal kaynakların korunmasını zorlaştırabilir (Gössling, 2002: 291). Yerel halkın turizm planlama ve yönetim süreçlerine aktif olarak katılımı, sürdürülebilir turizmin sağlanmasında ve çevresel baskıların yönetilmesinde önemli bir rol oynar. Topluluk temelli turizm yaklaşımları, yerel halkın karar alma süreçlerine dahil olmasını ve turizmden elde edilen faydaların adil dağılımını sağlar (Okazaki, 2008: 511). Bu tür yaklaşımlar hem yerel halkın refahını artırır hem de turizm destinasyonlarının sürdürülebilir gelişimine katkı sağlar.

Yerel halk paydaşları, 3S turizminin önemli bir bileşeni olup, bu turizm türünün başarısını doğrudan etkiler. Yerel halkın ekonomik, sosyal ve çevresel sürdürülebilirlik açısından rolü büyüktür. Yerel halkın aktif katılımı ve bilinçli tutumları, 3S turizminin sürdürülebilirliğini sağlamada kritik öneme sahiptir.

Dijital teknolojilerin turizm sektöründe yaygınlaşmasıyla birlikte, yerel halkın turizm faaliyetlerine entegrasyonu ve turistlerle olan etkileşimi artacaktır (Buhalis ve Law, 2008: 612). Dijital platformlar, yerel halkın turizmde daha aktif rol almasına ve turistlere daha doğrudan hizmet sunmalarına olanak tanıyarak, ekonomik ve sosyal sürdürülebilirliği güçlendirecektir.

1.4.5. Diğer Paydaşlar

Diğer paydaşlar, 3S turizminin başarısında ve sürdürülebilirliğinde önemli rol oynayan fakat doğrudan turizm faaliyetlerinin içinde olmayan çeşitli grupları içerir. Bu paydaşlar arasında turizm otoriteleri, hükümetler, sivil toplum kuruluşları, çevre örgütleri ve medya bulunmaktadır. Bu grupların, turizm politikalarının belirlenmesi, düzenlenmesi ve denetlenmesi, çevresel koruma, toplumsal farkındalık ve destinasyonun tanıtımı gibi konularda kritik rol oynadığı bilinmektedir (Freeman, 2010: 46). Diğer paydaşlardan aşağıda bahsedilmektedir.

- **Turizm Otoriteleri ve Hükümetler:** Turizm otoriteleri ve hükümetler, 3S turizminin düzenlenmesi ve geliştirilmesi açısından kilit rol oynar. Turizm politikalarının oluşturulması, destinasyonların tanıtılması ve turizm altyapısının geliştirilmesi, bu paydaşların başlıca görevleridir (Hall, 2016: 23). Hükümetler, turizm sektörünü

destekleyen teşvikler ve düzenlemeler ile sektördeki sürdürülebilirliği ve rekabetçiliği artırır. Turizm otoriteleri ve hükümetler, sürdürülebilir turizm politikalarını teşvik ederek doğal kaynakların korunmasına ve turizm faaliyetlerinin çevresel etkilerinin minimize edilmesine yardımcı olur. Çevre dostu projelerin desteklenmesi, yeşil sertifikaların verilmesi ve sürdürülebilir turizm uygulamalarının denetlenmesi, bu paydaşların sürdürülebilirliğe katkıları arasında yer alır (Bramwell ve Lane, 2013: 4).

- **Sivil Toplum Kuruluşları ve Çevre Örgütleri:** Sivil toplum kuruluşları (STK'lar) ve çevre örgütleri, 3S turizminin çevresel ve sosyal sürdürülebilirliği konusunda önemli bir rol oynar. Bu örgütler, çevresel koruma projeleri, yerel halkın haklarının savunulması ve sürdürülebilir turizm uygulamalarının teşvik edilmesi gibi konularda aktif olarak çalışır (Gössling, 2002, s. 289). STK'lar, ayrıca turizm faaliyetlerinin yerel topluluklar üzerindeki olumsuz etkilerini azaltmak için bilinçlendirme kampanyaları düzenler. STK'lar ve çevre örgütleri, doğal kaynakların korunması ve çevre dostu turizm uygulamalarının yaygınlaştırılması için çeşitli projeler yürütür. Bu örgütler, atık yönetimi, enerji tasarrufu ve ekoturizm gibi alanlarda çalışmalar yaparak sürdürülebilir turizme katkıda bulunur. Ayrıca, yerel halkın ve turistlerin çevre bilincini artırmaya yönelik eğitim ve farkındalık programları düzenlerler (Honey, 2008: 154).
- **Medya ve Tanıtım:** Medya, 3S turizminin tanıtımı ve turistlerin bilgilendirilmesi konusunda kritik bir rol oynar. Turizm destinasyonlarının tanıtımı, medya aracılığıyla geniş kitlelere ulaştırılır ve turistlerin destinasyon seçiminde önemli bir faktör oluşturur (Buhalis, 2000: 100). Medya, ayrıca sürdürülebilir turizm uygulamalarının ve çevresel sorunların kamuoyuna duyurulmasında da önemli bir rol üstlenir. Medya kuruluşları, sürdürülebilir turizm uygulamalarını teşvik eden programlar ve kampanyalar düzenleyerek turizm sektöründe çevresel bilincin artırılmasına katkıda bulunur. Çevre dostu turizm uygulamalarının tanıtılması ve turistlerin bu konuda bilgilendirilmesi, medya aracılığıyla gerçekleştirilebilir. Ayrıca, medya, turizm destinasyonlarında yaşanan çevresel sorunlar hakkında farkındalık yaratarak çözüme yönelik kamuoyu oluşturabilir (Miller vd., 2010: 67).
- **Akademik ve Araştırma Kuruluşları:** Akademik ve araştırma kuruluşları, 3S turizmi ile ilgili araştırmalar yaparak sektöre bilgi ve veri sağlar. Bu kuruluşlar, turizm trendleri, sürdürülebilirlik uygulamaları ve turizm politikaları konusunda çalışmalar yaparak, sektördeki paydaşların bilgiye dayalı kararlar almasına

yardımcı olur (Weaver, 2006: 102). Akademik ve araştırma kuruluşları, sürdürülebilir turizm uygulamalarının geliştirilmesi ve uygulanmasına yönelik çalışmalar yapar. Bu çalışmalar, doğal kaynakların korunması, çevresel etkilerin azaltılması ve turizm faaliyetlerinin sürdürülebilirliği konularında önemli katkılar sağlar. Ayrıca, bu kuruluşlar, turizm sektöründeki paydaşlar arasında iş birliği ve bilgi paylaşımını teşvik eder (Hunter, 1997: 852).

3S turizminin diğer paydaşlarının rolü, gelecekte sürdürülebilir turizm uygulamalarının yaygınlaşması ve sektördeki iş birliğinin artmasıyla daha da önem kazanacaktır. Turizm otoriteleri, STK'lar, medya ve akademik kuruluşlar arasındaki iş birliği, sürdürülebilir turizm politikalarının başarılı bir şekilde uygulanmasını sağlayacaktır. Dijital teknolojilerin kullanımı ve yenilikçi çözümler, bu paydaşların etkisini artıracak ve turizm sektörünün sürdürülebilirliğine katkıda bulunacaktır (Buhalis ve Law, 2008: 612).

Diğer paydaşlar, 3S turizminin başarısında ve sürdürülebilirliğinde önemli rol oynayan gruplardır. Turizm otoriteleri, hükümetler, sivil toplum kuruluşları, çevre örgütleri, medya ve akademik kuruluşlar, turizm sektöründeki sürdürülebilirlik ve başarı için kritik öneme sahiptir. Bu paydaşların iş birliği ve sürdürülebilir turizm uygulamalarına katkıları, 3S turizminin uzun vadeli başarısını ve sürdürülebilirliğini sağlamada büyük rol oynayacaktır.

İKİNCİ BÖLÜM

KAMP TURİZMİ

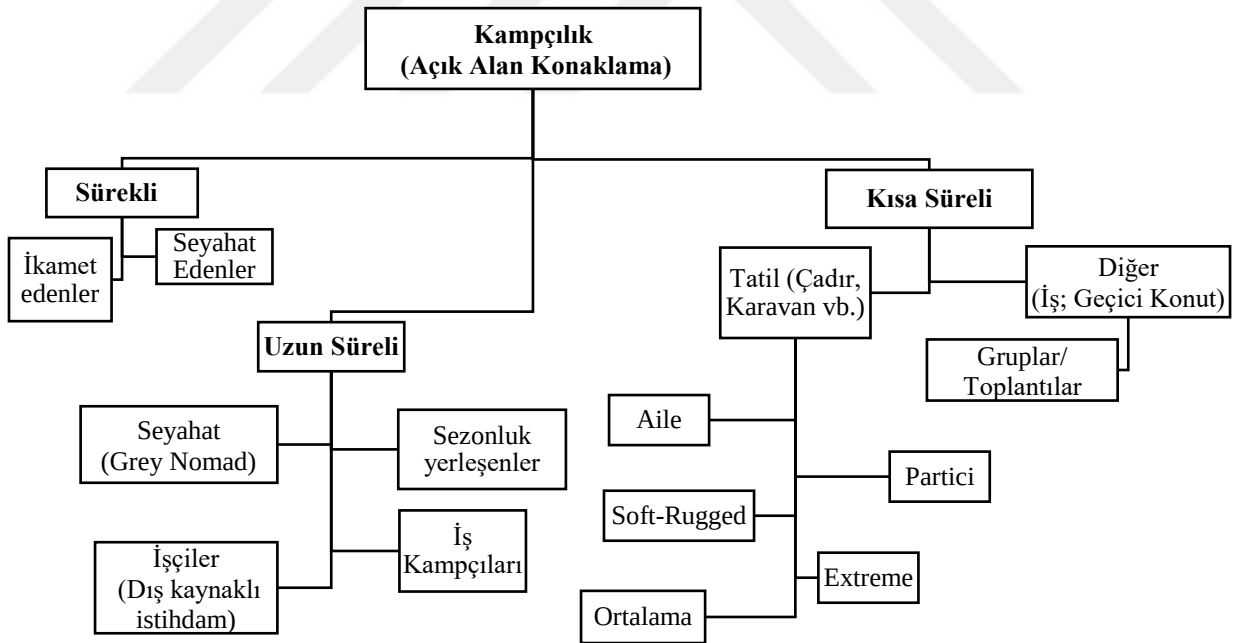
2.1. Kamp Kavramı

Doğada yapılması en popüler rekreatif etkinliklerden biri kamp yapmaktır. Kamp, bireylerin doğayla iç içe vakit geçirmelerine ve günlük yaşamın verdiği stresten uzaklaşılmasına imkân sağlar. Kamp yapmak için genellikle doğanın henüz insan müdahalesi ile bozulmamış, doğal güzelliklerini hala korumuş olan yerler tercih edilmektedir. Kamp turizminin tercih sebeplerinden birkaçı kamp yapmanın ana amacının doğayla baş başa kalmak ve doğal çevrede kendini yeniden keşfetmektir. Özellikle kamp, doğayla iç içe olma isteği ve şehir yaşamının getirdiği yoğun stres ve iş temposundan kaçış isteği, bu etkinliğin tercihinde popülaritesini arttırmaktadır. Son zamanlarda insanlar arasında popülaritesi artan etkinliklerden birinin, kamp yapmak olduğunu söylemek mümkündür. Kamp, bireylerin kendilerini ifade etmelerine olanak tanıyan yürüyüş, bisiklet sürme, balık tutma gibi çeşitli rekreatif aktivitelerle de gerçekleştirilebilen geniş kapsamlı bir etkinliktir (Lapage ve Cormier, 1977: 25). Kamp etkinliğinin diğer bir özelliği ise hem çeşitli aktiviteleri hem de konaklamayı bir araya getiren bir açık hava etkinlik olmasıdır ve bu özellikleri nedeniyle insanlar tarafından da büyük keyifle yapıldığı ifade edilmektedir (Brochado ve Pereira, 2017; Brooker ve Joppe, 2013; Konak ve Özhasar, 2019).

Kamp, katılımcılara yalnızca fiziksel bir macera değil, aynı zamanda psikolojik düzeyde rahatlamak ve stresi azaltmak için harika bir fırsat sunar. Ek olarak, bu aktiviteler grup dinamikleri konusunda değerli dersler verir, iletişim becerilerini geliştirir ve dayanıklılık gibi önemli özellikleri geliştirir. Kampçılar, grup ortamlarına uyum sağlarken ve farklı görevlerle meşgul olurken çeşitli sorunlara çözümler bulurken doğanın oluşturduğu zorluklarla başa çıkmayı öğrenirler. Kamp deneyimi boyunca, katılımcılar genellikle doğa yürüyüşleri, tırmanma, yüzme ve okçuluk gibi çeşitli fiziksel aktivitelere katılırlar. Bu aktiviteler yalnızca bir ekip çalışması duygusunu teşvik etmekle kalmaz, aynı zamanda bireysel sorumluluğu da teşvik eder. Bu bağlamda, kamp gerçekten de kişisel gelişime katkıda bulunan ve onu sıradan bir eğlencenin ötesine taşıyan anlamlı bir deneyim sunar. Kamp deneyimi sırasında kullanılan konaklama türleri, genel aktiviteleri şekillendirmede önemli bir rol oynar. Genellikle çadırlar veya özel olarak tasarlanmış kamp araçları barınak olarak kullanılır ve katılımcıların minimalist bir yaşam tarzını benimsemelerine olanak tanır. Bu deneyim, yalnızca doğayla olan bağlarını derinleştirmekle kalmaz, aynı zamanda modern yaşamın konforlarından geçici bir mola da sunar. Bu düzenlemelerin sadeliği, bireyleri doğal

kaynakları etkili bir şekilde kullanmayı öğrenmeye teşvik eder ve çevresel sorunlar hakkında daha fazla farkındalık yaratır (Hewer, Scott ve Gough, 2017: 1806). Çeşitli açık hava etkinlikleri için geniş bir terim olarak kamp, doğada sade bir şekilde yaşamının özünü gösterirken aynı zamanda kişisel gelişim ve dayanıklılık için değerli fırsatlar sunar.

Kampçılık, genellikle yaşanan yerin dışında doğada gerçekleştirilen ve bir veya daha fazla gecelik konaklamayı kapsayan doğa temelli alternatif bir turizm şeklidir (Önem, 2019). Bu bölgelerde insanlar karavan, çadır gibi ilkel barınaklar kurarak kamp faaliyetleri gerçekleştirebilmektedir. Kampçılık, öncelikle bir boş zaman etkinliği olmanın yanı sıra, avcılık, balıkçılık, yüzme, kuşları, bitkileri ve yaban hayatını gözlemleme ve inceleme veya doğayı fotoğraf yoluyla yakalama gibi çeşitli etkinliklere katılma şansı da sunmaktadır (Albayrak, 2013: 156). Kampçılara doğa ile yakın bir ilişki kurma fırsatı sunar ve onları basit ve rahat bir yaşam tarzına açar. Aynı zamanda, günlük hayatın önemini ve karmaşıklıklarını bir kenara bırakmayı amaçlar. Kampçılık sürekli, uzun süreli ve kısa süreli olmak üzere üç ana bölüme (Şekil 1) ayrılmaktadır (Counts ve Counts, 2001; Hardy, Hanson ve Gretzel, 2012; Mattingly, 2005).



Şekil 2.1. Kampçılık (Açık Alan Konaklama) Ana Bölümleri ve Alt Bölümleri

Kaynak: Brooker ve Joppe (2013).

Kalıcı kamp, birçok kişi için kalıcı bir yaşam tarzı seçeneği olarak ortaya çıkmıştır. Bu düzenlemede, kamp alanlarında uzun süreli konaklamalar oldukça yaygın hale gelmiştir ve insanlar çeşitli nedenlerle bu yaşam biçimini seçmektedir. Özellikle, uygun fiyatlık, rahatlık, arzu edilen yerler, olanaklara erişim, güvenlik ve aileye veya arkadaşlara yakınlık gibi

avantajlar kamp alanında yaşamayı çekici hale getirir (Nelson ve Minnery, 2008; Newton, 2008; Reed ve Greenhalgh, 2004). Bu faktörler, özellikle kalıcı bir ikamet arayanlar için kamp alanlarının tercih edilen yaşam ortamları olarak artan popülaritesine katkıda bulunur. Öte yandan, kalıcı gezginler sabit bir evden vazgeçmeyi seçerek daha göçebe bir yaşam tarzını benimserler. Bu kişiler sürekli hareket halindedir ve özgürlük arayışında hayatlarını geçici konaklama yerlerine göre düzenlerler. Onlar için kamp sadece bir barınma seçeneği değil, aynı zamanda bağımsızlığa ve maceraya öncelik veren bir yaşam tarzıdır (Counts and Counts, 2001). Kalıcı bir evin olmaması, bu kişilere sürekli keşif ve yeni deneyimler için fırsatlar sunar. Uzun süreli kamp, belirli mevsimlerde kamp alanlarına uzun süreli ziyaretler anlamına gelir. Daimi ikamet aksine, bu kamp biçimi, kendi evlerini koruyan ancak mevsimsel olarak kamp yapmayı seçen kişilerle karakterize edilir. Bu kampçılar genellikle keyifli deneyimler ve elverişli iklimler arayışında önemli mesafeler kat ederler ve tatillerini kamp alanlarında geçirmeyi bir gelenek haline getirirler (Onyx ve Leonard, 2005). Genellikle kamp aktivitelerini mevsimsel değişikliklere göre seçerler ve doğada geçirilen zamana öncelik veren bir yaşam tarzını benimserler. Öte yandan, kısa süreli kamp, genellikle hafta sonları veya tatillerde daha sınırlı bir süre boyunca gerçekleşen deneyimleri içerir. Bu kategorideki kampçılar, doğada rahatlamak, gevşemek ve gençleşmek için kısa gezilere çıkarlar. Çadırlardan karavanlara kadar çeşitli seçenekleri kullanarak konaklama seçimleri konusunda oldukça uyumlu olma eğilimindedirler (Brooker ve Joppe, 2013). Bu kamp tarzını tercih eden kişiler genellikle şehir hayatının koşuşturmacasından bir mola arayarak, açık havada geçirdikleri zaman boyunca hem zihinsel hem de fiziksel olarak şarj olma şansı bulurlar. Kamp topluluğu içinde "Gri Göçebeler" olarak bilinen bir grup vardır ve bu grup genellikle karavanlar veya küçük evlerle uzun süreli kamp deneyimlerinden hoşlanan 50 yaş ve üzeri bireyleri ifade eder. Gri Göçebeler genellikle daha güneşli ve sıcak iklimler ararlar ve sıklıkla belirli alanlarda üç aydan fazla kalırlar. Bu kategori ayrıca, belirli mevsimlerde belirli bölgelerde kamp yapmayı tercih eden mevsimlik işçileri ve iş kampçılarını da kapsayabilir (Brooker ve Joppe, 2013).

Kampçılık, bireyler arasındaki sosyal etkileşimi teşvik eden en eski rekreasyonel faaliyetlerden biri olarak kabul edilmektedir (Gürsoy ve Chen, 2012). Bir başka ifade ile kampçılık, bireylerin doğayla iç içe tatil yapabileceği ve sosyal etkileşimde bulunabileceği bir aktivitedir (Timothy ve Teye, 2009: 227). Kampçılığın birçok olumlu yönünün var olmasına rağmen doğaya zarar vermesi, toprak erozyonuna neden olması, su kaynaklarını kirlletmesi, yaban hayatına zarar vermesi gibi olumsuz etkileri de vardır (Leung ve Marion, 1999: 193).

Kampçılık, ucuz konaklama ve yemek sunmanın yanı sıra, doğa temelli gerçekleştirilen ve en çok tercih edilen faaliyetlerden biridir. Tercih edilebilen kamp alanları; transit, rekreasyonel, transit-eğlence ve organizasyon kampları şeklinde 4 farklı grupta incelenmektedir (Topay ve Koçan, 2009; Önem, 2019):

- **Transit Kamp Alanları:** Minimum 1 veya 3 gün arası konaklama imkânı sağlayan kamp noktaları, genellikle şehirlerin ya da ana yolların yakınındaki bölgelere konumlanmıştır. Bu yerlerin ulaşımı, kent merkezlerine ve ana arterlere olan yakınlığı sayesinde oldukça kolaydır. Genellikle kısa süreli konaklamalar için tercih edilen bu kamp alanları, altyapı ve sundukları olanaklar bakımından sınırlı fakat temel ihtiyaçları karşılayacak düzeydedir. Bu tür kamp alanları, kampçılara kısa süreli dinlenme ve doğayla kısa bir süre de olsa iç içe olma fırsatı sunarken, daha kapsamlı seçenek arayanlar için kısıtlı bir hizmet sağlarlar. Kampçılar, bu alanlarda genellikle elektrik, su ve bazen de temel hijyen olanaklarından faydalanabilir; ancak lüks konaklama veya çeşitli aktivite imkânları beklenmemelidir.
- **Rekreasyonel Kamp Alanları:** Bireylerin rekreasyonel etkinlikler ve tatiller için tercih ettikleri kamp alanları olarak bilinir. Genellikle 7 gün veya daha uzun süreli konaklamalar için uygun olan bu kamp alanları, doğal güzellikler sunmalarının yanı sıra şehir ve ana yol gürültüsünden uzakta olmalarıyla da öne çıkar. Diğer kamp alanlarına göre daha yüksek standartlarda altyapı ve hizmetler sunarlar. Hatta bazı kamp alanları, kaplıca ve ılıca gibi hizmetlere de yakın konumda olabilmektedir.
- **Transit-Rekreasyonel Kamp Alanları:** Transit-rekreasyonel kamp alanları, çeşitli kamp tercihlerine uyum sağlayan iyi tasarlanmış bir yapıya sahiptir ve hem kısa hem de uzun vadeli konaklama seçenekleri sunar. Ayrıca, farklı kampçı profillerinin ihtiyaçlarını karşılamak için çeşitli deneyimler sunarak transit kampçılara da hitap eder. Kısa süreli dinlenme veya uzun süreli tatil yapma olanağı sunan çok yönlü bir kamp deneyimi sağlar.
- **Organizasyon Kamp Alanları:** Organizasyon kamp alanları, izci, rehber ve benzeri organizasyonların kullanımına tahsis edilmiş olup, genellikle kullanıcılarının yaşlarına göre farklılık gösteren alanlardır. Çocuklardan yetişkinlere kadar geniş bir yelpazede katılımcıya hitap eden bu alanlar, yaş gruplarına uygun alternatif aktiviteler ve altyapılar sunarak çeşitli eğitimsel ve rekreasyonel amaçlarla kullanılmaktadır. Organizasyon kamp alanları, katılımcılarının doğayla iç içe deneyimler yaşamalarına olanak tanırken, aynı zamanda grup dinamiklerini güçlendirme ve liderlik becerilerini geliştirme fırsatları sağlar.

Kampçılık, insanlık tarihinin çok eski zamanlardan beri yapılan köklü açık hava aktivitelerinden biridir. Rekreyasyon faaliyeti olarak tanımlanabilir. Bu aktivite, içeriği itibariyle esnek ve hareketli bir yapıya sahiptir; doğa ile iç içe bir konaklama deneyimi sunar ve günlük yaşamın rutininden kaçıp belli bir süreliğine doğal yaşamla buluşma anlamına gelir (Bilim ve Özer, 2021). Kampçılık, yalnızca bir rekreyasyon faaliyeti olmanın ötesinde, doğa temelli bir seyahat, turizm faaliyeti ya da eğilim olarak da kabul edilmektedir (Hewer vd., 2015; Mikulić vd., 2017). Bu aktivite, otellere kıyasla daha ekonomik bir konaklama imkânı sunmasıyla dikkat çeker ve bireylere özgürce hareket edebilecekleri bir ortam sağlar. Kampçılar, kendi yiyecek ve içeceklerini getirebilir, diledikleri gibi yemek pişirebilir, temiz havanın ve doğanın keyfini çıkarabilir, gökyüzündeki yıldızları seyredebilirler. Bu nedenle kampçılık, sadece bir konaklama faaliyeti olmaktan ziyade doğada geçirilen özgür bir zaman dilimi olarak tanımlanır (Brooker & Joppe, 2013: 1). Kampçılığı, bir yandan fiziksel aktivite içeren, bir yandan da konaklamayı kapsayan bir açık hava rekreyasyon biçimi olarak değerlendirmek mümkündür. Bu çok yönlü doğa aktivitesi, katılımcılara hem bedensel hem de zihinsel bir kaçış sunar ve onların doğayla daha güçlü bir bağ kurmalarına olanak tanır.

2.2. Kamp Turizmi

Uzun yıllar kitle turizmine dayalı olan turizm endüstrisi, 21. yüzyıldaki gelişmelerle birlikte değişim göstermeye başlamıştır. Gelişen teknoloji, değişen ekonomik koşullar ve tüketici davranışları göz önüne alındığında, kitle turizmi giderek daha bireysel ve doğa temelli alternatif turizm türlerine yerini bırakmaktadır (Çelik, Bahar ve Tatar, 2017: 1282). Bu bağlamda kitleden özele, genelden alternatife ve özellikle doğaya yönelim dikkat çekmektedir (O'Neill, Riscinto-Kozub ve Hyfte, 2010). Kamp turizmi, bu doğrultuda yeni bir yaşam tarzı olarak ortaya çıkmış ve artık turistik bir tüketim biçimi olarak kabul edilen bir pazar haline gelmiştir (Bilim ve Özer, 2021).

Kamp turizmi, medeniyete geri dönüşün, sürdürülebilirliğin, hizmetlerin, açık hava etkinliklerinin ve sosyal değerlerin yeniden ön plana çıktığı, küresel zorluklara ve sosyal gelişimdeki olumsuz eğilimlere yanıt veren bir faaliyet olarak tanımlanmaktadır (Milohnic ve Bonifacic, 2014; O'Neill vd., 2010). Artan talep, gelişen kamp kalitesi, açık hava programları ve aktiviteleri, yenilikçi konaklama seçenekleri ve daha güvenli alanların oluşmasıyla bu turizm türü hızla büyümüştür. Sürdürülebilirlik ilkelerine bağlı yeni nesil aile yapısının da bu gelişim üzerinde etkisi büyüktür (Milohnic ve Bonifacic, 2014: 382). Diğer birçok turizm türünden farklı olarak, kamp turizmi doğaya duyarlı ve sürdürülebilir bir eğilim olarak görülmektedir. Kampçılıkta, doğal yaşam en önemli motivasyon kaynaklarından biri olmakla

birlikte, arazi ve su gibi kaynakların tüketimi minimum düzeyde tutulmaktadır. Aynı zamanda, binalardan oluşan konaklama tesislerine kıyasla tüketim talepleri oldukça düşüktür (Hardy ve Kirkpatrick, 2017).

Kazancı (2020)'ya göre kamp turizmi, “Doğada veya korunan alanlarda, rekreatif ve sportif etkinliklerle, dinlenme amacıyla; çadır, baraka, karavan gibi konaklama araçlarından faydalanarak doğada bulunmaya dayalı bir turizm çeşidi” olarak tanımlanmaktadır. Benzer şekilde, kamp turizmi karavan veya çadır ile turizme katılan kişilere park ve konaklama imkânları sunan, özel olarak donatılmış ve işletilen lisanslı tesislerden faydalanmayı ifade etmektedir (Şenol, 2011: 481).

Her ne kadar kampçılık genellikle düşük maliyetli bir turizm aktivitesi olarak görülse de son yıllarda “glamping” adı verilen lüks kamp turizmi anlayışı da gelişmeye başlamıştır (Aksöz, Önem ve Aydın, 2019). Glamping, kamp yerlerinin ev konforuna benzetildiği ve yenilikçi özellikler sunan bir konaklama şeklidir (Lee, 2020: 569). Bu kavramın, Avrupa ve Amerika'dan gelen gezginlerin Afrika safarilerinde lüks çadırlarda konaklamasıyla ortaya çıktığı bilinmektedir (Brooker ve Joppe, 2013: 4). Kısacası, klasik kamp anlayışı, doğa koşulları, rahatlık ve lüks ile birleştirilerek kamp turizmi altında yeni bir turistik ürün yaratılmıştır. “Doğada konfor” talebiyle glamping, klasik kampçılık ile birlikte 2020'nin turizm trendleri arasında yerini almıştır (Ergüven, Yılmaz ve Kutlu, 2015: 258).

2.2.1. Kamp Turizminin Gelişimi

Açık alan rekreasyon türlerinden biri olan kamp turizminin organize şekilde ilk kez 1861 yılında Amerika Birleşik Devletleri'nde (Washington), The Gunnery School for Boys öğrencileri için Frederick William Gunn tarafından düzenlenen bir kamp ile başladığı bilinmektedir (Gül ve Tanrikulu, 2022: 3303). Kamp turizmi tarihinin bu önemli adımı, özellikle çocuklar ve gençler için doğa ile iç içe bir eğitimi teşvik etmeyi amaçlamıştır. Tatil amacını taşıyan ilk kampların ise 1874 yılında düzenlenmeye başlandığı belirtilmektedir (Göktaş, Çetin ve Kızılırmak, 2017: 113). 1876 yılında ilk özel kamp açılmış, 1880 yılında George L. Hinckley tarafından "Church Camp" adlı dini temalı kamp düzenlenmiş, 1885 yılında ise toplumun her kesimine hitap eden kamplar yapılmıştır. 1900 yılına gelindiğinde, ilk genç erkekler kampı gerçekleştirilmiştir (Gök ve Özhasar, 2023: 822).

Kamp turizminin öncüsü olarak bilinen kişi ise Thomas Hiram Holding'dir (1844-1930). 1853 yılında ailesiyle birlikte Amerika'nın çayırlarında gerçekleştirdiği seyahat, Holding'in hayatına yön vermiş ve kampçılık sevgisini derinleştirmiştir (Bulut, 2007). Holding, 1887 yılında kendi icat ettiği kamp ekipmanları ile bisikletle yaptığı kamp gezisi ile

tanınır. Kendi deneyimlerine dayanan bu geziler sonucunda, 1898 yılında yayımladığı Bisiklet ve Kamp kitabında, tasarladığı taşınabilir kamp ekipmanlarını detaylandırmış ve meraklıları kendisiyle iletişime geçmeye davet etmiştir (Bonifacic vd., 2017). Bu kitabın yayınlanmasının ardından birçok kamp tutkunu, Holding ile temasa geçmiştir. 1901 yılında ise İngiltere’de, daha sonra adı Kamp ve Karavan Kulübü olarak değiştirilecek olan Bisiklet Kampçılar Birliği kurulmuştur (Bonifacic vd., 2017: 104). 1908 yılında, Holding tarafından kamp ve kampçılığa dair kapsamlı bir el kitabı yayımlanmış, bu eser kampçılığın gelişimine önemli bir katkı sağlamıştır (Kazancı, 2020). Bu tarihsel gelişmeler, kamp turizminin zamanla büyümesine ve bugün modern kamp anlayışının temel taşlarını oluşturmaya zemin hazırlamıştır.

1910 yılında Amerikan Kamp Birliği (American Camp Association-ACA) kurulmuş ve kampçılığın kurumsallaşması açısından önemli bir adım atılmıştır. Ardından, 1912 yılında ilk kız kampı düzenlenmiş, bu kamp kızların da katılımıyla kampçılık faaliyetlerinin genişlemesini sağlamıştır. 1941 yılında "Gençlik Kampları Birliği" kurulmuş, 1948 yılında ise kamp standartları ilk kez uygulanmaya başlamıştır (Topay ve Koçan, 2009: 17). Kampçılık, 20. yüzyılın başlarında hızla popüler hale gelmiş, ancak Birinci Dünya Savaşı (1914-1918) ve İkinci Dünya Savaşı (1939-1945) nedeniyle geçici bir duraklama yaşamıştır. Savaşlar sona erdikten sonra, 1950’lerde ekonomik canlanmayla birlikte insanların boş zamanlarının artması ve refah seviyelerinin yükselmesi, kampçılığı yeniden popüler bir turizm aktivitesi haline getirmiştir (Kazancı, 2020).

1996 yılı, akredite olmuş kamp alanlarında konaklama için ilk kez ücret ödenmesinin kararlaştırıldığı yıl olarak önemli bir dönemeçtir (Gök ve Özhasar, 2023). Kamp turizmine olan ilginin artması, 1997 yılından itibaren bu alandaki araştırmaların da hız kazanmasına neden olmuştur (Topay ve Koçan, 2009: 117).

Kamp turizminde büyük gelişmelerden birisi, 2019 yılında ortaya çıkan Covid-19 pandemisi ile yaşanmıştır. Pandemi süreci, insanların kalabalıklardan uzak durma isteği ve doğada zaman geçirme arzusunu artırmış ve bu durum, kamp turizmine olan ilgiyi büyük ölçüde artırmıştır. Alternatif turizm türlerinden biri olan kamp turizmi, pandemi döneminde doğada daha izole bir tatil arayışı içinde olan tatilciler için en uygun seçeneklerden biri haline gelmiştir (Zayım, Bayartan ve Kahraman, 2022: 218). Covid-19 sonrası dünyada kamp yapmanın popülaritesi önemli ölçüde artmıştır. 2022 yılı verilerine göre, 7,2 milyon hane ilk kez kamp yapmıştır. Ayrıca, tatil amaçlı seyahat edenlerin %50’si kamp yapmayı Covid-19 sonrası en güvenli seyahat türü olarak nitelendirmiştir (Condor Ferries, 2024).

Bu gelişmeler, kamp turizminin sadece doğa ile iç içe bir aktivite olmasının ötesinde, aynı zamanda sağlıklı ve güvenli bir tatil seçeneği olarak giderek daha fazla tercih edildiğini göstermektedir.

2.2.2. Dünya’da ve Türkiye’de Kamp Turizmi

Kamp turizmi pazarına ilişkin güncel verilere ulaşmak her ne kadar sınırlı olsa da bazı bölgelerde gerçekleştirilen çalışmalar bu alandaki büyüme ve gelişmeler hakkında önemli bilgiler sunmaktadır. Küresel kamp turizmi pazarının 2024 yılında 48,33 milyar ABD doları gelir elde etmesi ve yıllık büyüme oranının %7,28 olması beklenmektedir. Bu büyüme oranıyla, pazar hacminin 2028 yılına kadar 64,02 milyar ABD dolarına ulaşması öngörülmektedir. Aynı yıl, pazardaki kullanıcı sayısının 398,90 milyona ulaşması beklenmektedir (Statista, 2023b).

Son yıllarda çadır, karavan ya da küçük evlerde (tinyhouse/motorhome) kamp yapmak, tatilin ayrılmaz bir parçası haline gelmiş ve aynı zamanda önemli bir ekonomik gelir kaynağına dönüşmüştür. Kamp turizminin önemini ve katkısını vurgulamak amacıyla, Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü’nün (United Nations World Tourism Organization-UNWTO) onayı ile Uluslararası Kamp ve Karavancılık Federasyonu (Fédération Internationale de Camping, Caravanning - FICC), 2022 yılı itibarıyla 29 Haziran gününü “Dünya Kamp Günü” olarak ilan etmiştir. Bugünün kutlanması, dünya genelindeki tüm sosyal sınıflardan çocuklar, gençler ve yetişkinler için bir sevinç kaynağı olarak görülmektedir. Açık hava yaşamını seven insanlar tarafından kulüpler, özel etkinlikler, mitingler, şenlikli kulüp akşamları veya kamp arkadaşları arasında kutlanan bugün, diğer kültürler için dostluğun, barışın ve anlayışın altını çizmektedir (FICC, 2022).

Kampçılık faaliyetlerinin uluslararası düzeyde yönetimini üstlenen tek kurum olan Uluslararası Kamp ve Karavancılık Federasyonu (Fédération Internationale de Camping, Caravanning - FICC), Belçika merkezli olup 39 ülkeden 4,5 milyon kampçı ve karavancıyı temsil etmektedir (Ata, 2022: 14). FICC.’nin yürüttüğü çalışmalar, kampçılığın dünya genelinde yaygınlaşmasına ve farklı kültürler arasında dostluk ve anlayışın gelişmesine büyük katkı sağlamaktadır. Son yıllarda kampçılık, Kuzey Amerika, Avrupa (özellikle Norveç), Avustralya, Çin, Yeni Zelanda ve Kızılderililer arasında giderek yaygınlaşmıştır (Bilim & Özer, 2021). Özellikle Amerika Birleşik Devletleri’nde, bakımlı kamp alanları ve çeşitli açık hava etkinlikleriyle kamp yapmak, aileler için popüler bir aktivite olarak öne çıkmaktadır (Galadyk ve Podhorodecka, 2021: 2148).

Campgrounds of America (COA) tarafından hazırlanan 2024 Kamp ve Outdoor Raporu'na göre, son on yılda kampçılık ve açık hava konaklama sektöründe önemli dönüşümler yaşanmıştır. Bu süreçte, toplam kamp yapan hane sayısı %23 artmış, aktif kamp yapan hane sayısı ise %68 gibi etkileyici bir oranda yükselmiştir. Ayrıca, üç veya daha fazla kez kamp yapan hanelerin sayısındaki %98'lik dramatik artış, kampçılığa olan ilginin belirgin şekilde büyüdüğünü göstermektedir. Demografik açıdan bakıldığında, kampçılar daha genç hale gelmiştir: 2022 itibarıyla kampçıların neredeyse yarısı 35 yaşın altındadır, oysa bu oran 2014'te %30 civarındaydı. Ayrıca, kampçıların %39'u beyaz olmayan bireylerden oluşmakta olup, bu oran 10 yıl önce %23 idi (Campgrounds of America, 2024).

Avrupa'da kamp turizmi de büyük bir pazar haline gelmiştir. 2024 yılı sonuna kadar Avrupa kamp pazarının 5,40 milyar ABD doları gelir elde etmesi ve yıllık %4,09 büyüme oranıyla 2028 yılına kadar 6,34 milyar ABD doları hacmine ulaşması beklenmektedir (Statista, 2023a). Avrupa'daki toplam kamp alanı sayısının ise 2026 yılına kadar yaklaşık 30.000'e ulaşacağı tahmin edilmektedir. 2021 yılında Fransa, 8.030 kamp alanı ile Avrupa'da en fazla kamp alanına sahip ülke olarak öne çıkmıştır ve onu Birleşik Krallık, Almanya ve Hollanda takip etmiştir. En büyük büyüme %24,6 ile Lihtenştayn'da görülürken, en büyük düşüş %7,7 ile Yunanistan'da yaşanmıştır. 2022 yılında kamp endüstrisinde en büyük 10 pazar ise Fransa, Birleşik Krallık, Almanya, Hollanda, İtalya, İspanya, İsveç, Hırvatistan, Romanya ve Norveç olmuştur (Reportlinker, 2022).

Türkiye'de ise Ege ve Akdeniz bölgeleri, kamp ve karavan turizminin yoğun olarak görüldüğü yerlerdir. Türkiye Kamp ve Karavan Federasyonu, kampçılığı teşvik eden ve koruyan FICC'ye 1969 yılında üye olmuştur (Albayrak, 2013: 159). Türkiye'de, 2021 yılsonu itibarıyla 77 adet belediye belgeli kamping tesisi ve Turizm Yatırım ve İşletme Belgeli 12 tesis bulunmaktayken, Haziran 2024 itibarıyla bu sayı 13'e yükselmiştir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2024). Bunun yanı sıra, Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı (KUZKA) tarafından yürütülen bir çalışmada Türkiye'nin 249 potansiyel kamp ve karavan alanına sahip olduğu tespit edilmiştir (T.C. Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı, 2021).

2.3. Kamp Turizmi ve Diğer Turizm Türleri ile İlişkisi

Kamp turizmi, diğer turizm türleriyle kıyaslandığında, doğa ile iç içe olma fırsatı ve sunduğu özgün deneyimler nedeniyle kendine has bir konuma sahiptir. Doğal ortamlarda gerçekleştirilen bu turizm türü, sadece bir konaklama biçimi olmanın ötesine geçerek, çeşitli kültürel, ekolojik ve ekonomik katkılar sunmaktadır. Kamp turizminin diğer turizm türleri ile

ilişkisini anlamak, bu benzersiz niteliklerinin nasıl daha geniş bir turizm çerçevesine entegre olduğunu göstermektedir.

2.3.1. Karavan Turizmi

Karavan, doğayla iç içe bir yaşam biçimi sunan ve insanlara çevreyle uyum içinde olma fırsatı veren bir araç olarak tanımlanmaktadır. Karavan, doğanın sunduğu güzelliklerin yanı sıra, yeniliklere açık olmayı, diğer bireylere saygı göstermeyi ve paylaşmayı teşvik eden bir yaşam tarzıdır. Karavan tutkunları, seyahat ederken karavanlarını evleri gibi görür ve bu seyahat tarzını, evlerini yanlarında taşıyarak farklı yerlerde konaklama imkânı bulmak olarak tanımlarlar. Kamp ve karavan turizmi için en temel unsur olarak kabul edilen karavanlar, seyahat eden bireylerin yiyecek, içecek, barınma gibi temel ihtiyaçlarını karşılamak üzere özel olarak tasarlanmış araçlardır (Alkan, 2021: 241). Karavanlar, içerisinde mutfak, tuvalet, yatak, duş, lavabo ve oturma alanı gibi bir evde bulunması gereken temel donanımlara sahip olup, motorlu bir araçla taşınabilen mobil tatil araçlarıdır (Altan, 2007).

Fransız kökenli bir terim olan karavan, genellikle bir arabanın arkasına takılan, taşıma ve konaklama amacıyla kullanılan kapalı bir araç olarak tanımlanmaktadır (Türk Dil Kurumu, 2022). Karavanlar, tatil ve seyahat amacıyla kullanılmakta olup, yolculuk sırasında aydınlatma, ısıtma, havalandırma gibi temel ihtiyaçları karşılayacak şekilde tasarlanmıştır. Sabit mekânlardan farklı olarak, karavanlar seyahat sırasında bile bu temel ihtiyaçları karşılama esnekliği sunar (Sever, 2020). Karavanların yolculuk sonrasında park edebileceği güvenli alanlar olan karavan kamp yerleri, elektrik, temiz su, tuvalet, duş, atık su drenajı gibi karavancılar için gerekli temel tesislerle donatılmıştır (Altan, 2007).

Karavan turizmi yapan kişiler için çeşitli seçenekler mevcuttur. Karavan turistlerinin bir kısmı karavan kiralama yoluna giderken, bir kısmı da mobil araçları karavana dönüştürmeyi tercih etmektedir (Önder ve Suri, 2022). Karavanlar, genel olarak iki ana kategoriye ayrılır: seyahat römorkları ve motorlu karavanlar. Römork karavanlar, motorlu bir çekici aracın arkasına bağlanarak taşınabilen ve tatilciler tarafından uzun süreli konaklamalar için tercih edilen araçlardır. Motokaravanlar ise çekici bir araca ihtiyaç duymadan hem sürücü hem de yaşam alanını içeren motorlu araçlardır.

Kamp alanları genellikle karayolları veya şehir girişlerine yakın, kıyı, göl, dağ gibi doğal güzelliklerin bulunduğu çekim alanlarına kurulmaktadır. Karavan konaklamaları genellikle bu kamp alanlarında yapılmakta olup, literatürde "kamp ve karavan turizmi" olarak adlandırılmaktadır (Şengel vd., 2020). Ulaşım, konaklama ve yemek ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla karavan veya çadır kullanarak farklı ülkeleri gezen ve çeşitli kültürleri

deneyimleyen kişiler, kamp ve karavan turizminin bir parçası olarak kabul edilmektedir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2018).

2.3.2. Doğa Turizmi

Doğa turizmi, çevreye duyarlı bir turizm türü olarak, turizmin çevre üzerindeki olumsuz etkileriyle mücadelede sürdürülebilir bir alternatif olarak ortaya çıkmıştır. Bu turizm türü, doğal ve kültürel kaynakların korunmasını, bu kaynaklardan faydalanılmasını ve gelecek nesillere aktarılmasını hedefleyen derin bir sürdürülebilirlik anlayışı benimsemektedir (Oktay, İşlek ve Yaşar, 2016; Kızılırmak vd., 2014). Bu bağlamda doğa turizmi, alternatif turizmin bir alt dalı olarak değerlendirilen çeşitli turizm türlerinden biridir ve "doğaya dayalı turizm", "yeşil turizm" veya "yumuşak turizm" gibi farklı adlarla da anılmaktadır.

Literatürde, bazı kaynaklar "doğa turizmi" ve "eko-turizm" terimlerini birbirinin yerine kullanmakta, bazıları ise bu kavramları turizmin kendine özgü farklı dalları olarak ele almaktadır (Garda, 2014). Dünya Turizm Örgütü'ne (UNWTO) göre, uluslararası seyahatlerin yaklaşık %10-20'si doğa temelli deneyimlere ayrılmaktadır (Chen & Peng, 2016).

Doğa turizmi kavramı farklı araştırmacılar tarafından çeşitli şekillerde tanımlanmıştır. Luzar (1995), doğa turizmini, el değmemiş doğal alanlara seyahat ederek bu bölgelerdeki doğal ve kültürel güzellikleri takdir etme ve deneyimleme olarak tanımlamıştır. Laarman ve Durst (1987) ise doğa turizmini, eğitim, rekreasyon ve macera bileşenlerini içeren bir turizm anlayışı olarak sunmuşlardır. Gössling ve Hall (2006) doğa turizmini, doğal alanlara yapılan seyahatler olarak tanımlarken, Oktay ve arkadaşları (2016), bu turizm türünü çevreye duyarlı ve saygılı, doğanın değerini bilen ve doğal kaynaklara zarar vermeden çevreye katkı sağlayan bir turizm biçimi olarak tanımlamışlardır. Ayrıca, doğa turizminin yerel halkın sosyo-ekonomik yaşamına katkı sağladığı da vurgulanmaktadır.

Doğa turizmi ile ekoturizm arasındaki kavramsal farkları vurgulamak da önemlidir. Doğa turizmi, genellikle doğal alanların ziyaret edilmesine odaklanırken, ekoturizm bu alanların keşfi ile çevreye ve yerel topluluklara aktif bir katkı sağlamayı içerir. Ekoturizm, doğrudan doğal alanların korunmasına yönelik çabaları kapsar ve çevresel sürdürülebilirliği daha belirgin bir şekilde hedefler (Hacıoğlu & Avcıkurt, 2011). Bu nedenle, doğa turizmi her zaman doğayı koruma amacı gütmeyebilirken, ekoturizm bu hedefi merkeze alır ve bu iki kavramın birbirine eş anlamlı olarak kullanılması yanlıştır.

2.3.3. Spor Turizmi

Spor turizmi, bireylerin spor etkinliklerine katılmak veya bu etkinlikleri izlemek amacıyla gerçekleştirdikleri seyahatleri kapsayan bir turizm türüdür (Lau vd., 2022). Son

yıllarda, özellikle şehir içi seyahati içeren spor turizmi segmenti hızla büyümekte ve bu büyüme, şehirlerin sosyal, çevresel ve ekonomik yönleri üzerinde önemli etkiler yaratmaktadır (Hritz ve Ross, 2010). Spor turizminin gelişimi, turizm sektörünü genişletmiş, yeni fırsatlar yaratmış ve turizm endüstrisinin genel ilerlemesini hızlandırmıştır (Hassan, Harun ve Ahmad, 2019). Ayrıca, spor turizmi, aktif bir yaşam tarzını teşvik ederek turistleri daha sağlıklı davranışlar benimsemeye yönlendirdiği için sürdürülebilir destinasyonlar açısından bir katalizör olarak kabul edilmektedir.

Spor turizmi, destinasyonlar ve topluluklar üzerinde çeşitli ekonomik etkiler yaratmaktadır. Spor etkinlikleri, özellikle büyük çaplı organizasyonlar, destinasyonlara önemli miktarda ziyaretçi çekmekte ve bu ziyaretçiler konaklama, yeme-içme ve diğer hizmet sektörlerinde önemli harcamalar yapmaktadır. Bu durum, yerel ekonominin gelişmesine, istihdamın artmasına ve yerel işletmelerin gelirlerinin yükselmesine katkı sağlamaktadır (Getz ve Page, 2020). Dolayısıyla, spor turizmi, destinasyonların ekonomik kalkınmasında önemli bir rol oynamakta ve yerel halkın refah seviyesinin yükselmesine destek olmaktadır.

Sosyal ve kültürel açıdan da spor turizmi önemli bir rol oynamaktadır. Farklı kültürlerden insanları bir araya getiren spor etkinlikleri, kültürel etkileşimi artırmakta ve toplumlar arasında hoşgörü ve anlayışı teşvik etmektedir. Ayrıca, yerel halkın bu etkinliklere katılımı, toplumda spor kültürünün yaygınlaşmasına katkı sağlamak ve toplumsal bağların güçlenmesine yardımcı olmaktadır. Bu durum hem genel sağlık düzeyinin artması hem de toplumsal dayanışmanın güçlenmesi açısından olumlu etkiler yaratmaktadır (Derman, 2015).

Çevresel etkiler açısından bakıldığında ise spor turizmi dikkate alınması gereken bir turizm türüdür. Büyük spor etkinlikleri, yüksek miktarda enerji ve kaynak tüketimi gerektirebilir ve bu da çevresel sürdürülebilirlik açısından çeşitli zorluklar yaratabilir. Ancak, sürdürülebilir spor turizmi uygulamaları ile bu olumsuz etkiler en aza indirilebilir. Örneğin, çevre dostu spor tesislerinin kullanılması, etkin atık yönetim sistemlerinin uygulanması ve yeşil ulaşım seçeneklerinin teşvik edilmesi gibi önlemlerle çevresel etkiler azaltılabilir (Chen vd., 2023). Spor turizmi hem bireyler hem de toplumlar için olumlu etkiler yaratabilen ve sürdürülebilir yaklaşımlarla desteklendiğinde daha geniş çaplı faydalar sağlayabilen bir turizm türü olarak önemli bir yere sahiptir.

2.3.4. Kırsal (Yayla) Turizmi

Akça (2004), kırsal turizmi "insanların daimî ikamet yeri dışındaki kırsal alanları ziyaret etmeleri, çiftçilerin ürettikleri mal ve hizmetleri uygun yerlerde talep ederek geçici konaklamaları sonucu ortaya çıkan olay ve ilişkiler bütünü" olarak tanımlamaktadır. Bu

tanım, kırsal bölgelerin doğal yapısının korunmasına vurgu yaparken, bu bölgelerde para toplama isteğinin en aza indirilmesi gerektiğine dikkat çekmektedir. Akça'nın tanımında, kırsal turizmin doğal çevreye duyarlılık temelinde şekillenmesi gerektiği vurgulanmaktadır.

Soykan (2006), kırsal turizmi "insanların doğal ortamlarda dinlenmek ve farklı kültürlerle bir arada olmak amacıyla kırsal bir yerleşim yerine gittikleri, orada konakladıkları ve bölgeye özgü etkinliklere katıldıkları bir turizm türü" olarak tanımlamaktadır. Bu tanım, kırsal bölgelerdeki turistlerin, doğa ile iç içe olmanın yanı sıra, yerel etkinlikler aracılığıyla bölgenin kültürel ve sosyal yapısını deneyimleme fırsatı bulduklarına vurgu yapmaktadır.

Yağcı (2005) ise kırsal turizmi, "küçük ölçekli işletmelerin turistlere konaklama, yeme, içme ve diğer hizmetleri sunduğu, küçük yerleşim yerlerinde gerçekleştirilen, amacı tarımsal ya da yerel değerlerle iç içe olarak keyifli vakit geçirmek olan turizm türü" olarak tanımlamaktadır. Bu tanım, kırsal turizmin küçük işletmeler tarafından yürütüldüğünü ve turistlerin beklentileri doğrultusunda kişisel deneyimlere dayalı hizmetlerin sunulmasına odaklandığını belirtmektedir.

Kırsal turizmin temel özellikleri arasında, doğal ve kültürel unsurların ön planda olması, küçük ölçekli işletmelerin etkin rol oynaması ve turistlerin kırsal yaşamla bütünleşmesi bulunmaktadır. Kırsal turizm, turistlere doğa ile iç içe olma, tarımsal faaliyetlere katılma ve yerel kültürleri tanıma fırsatı sunmaktadır. Ayrıca, bu turizm türü kırsal bölgelerin ekonomik kalkınmasına katkıda bulunurken, yerel halkın sosyo-ekonomik yaşamını iyileştirmekte ve kırsal alanların sürdürülebilirliğine destek olmaktadır. Kırsal turizm, doğrudan kırsal yaşam ve kültürle etkileşim içinde olduğundan, turizmin yerel kalkınma üzerindeki etkisini artırmakta ve bu bölgelerin uzun vadede varlığını sürdürebilmesi için ekonomik bir araç olarak öne çıkmaktadır.

2.3.5. Macera Turizmi

Doğa turizmi ve ekoturizm gibi doğaya dayalı seyahat türleri, doğal çevrenin estetik ve çekici yanlarını vurgularken, macera turizmi bu türlerden farklı olarak, katılımcıların psikolojik ve fiziksel olarak aktif katılımını gerektiren deneyimlere odaklanır. Macera turizmi, katılımcıların doğal ortamlarda çeşitli etkinliklere katılarak risk almayı ve heyecan verici deneyimler yaşamayı amaçladığı bir seyahat türüdür. Doğal çevre, bu tür seyahatlerde belirli etkinliklerin şekillendirilmesinde önemli bir rol oynar; ancak macera turizmi, doğa temelli turizmden farklı olarak sadece çevreyi gözlemlemeye değil, bireylerin aktif olarak katılımına ve sınırlarını zorlamasına dayalıdır (Buckley, 2011; Page vd., 2005; Sung vd., 1996).

Macera turizmi, heyecan ve cesaret gerektiren tüm ticari açık hava turizmi ve rekreasyon türlerini kapsayan geniş bir terimdir. Doğa temelli turizmle bazı örtüşmeler gösterse de, doğa temelli turizm ürünleri görmeye odaklanırken, macera turizmi yapmaya odaklanır. Bu açıdan bakıldığında, macera turizmi, geleneksel açık hava etkinliklerinin modern bir biçimini temsil eder ve bireylerin hem fiziksel hem de psikolojik sınırlarını zorlamalarını hedefler (Buckley, 2011; Garda, 2011). Ewert (1994), macera seyahatinin diğer rekreasyonel faaliyetlerden temel farkının, katılımcılara daha cesur ve heyecan verici deneyimler sunması olduğunu belirtir. Geleneksel rekreasyon etkinlikleri, belirli bir yetkinlik gerektirirken, macera seyahati, bireyleri risk alarak tatmin edici ve heyecan verici deneyimlerin peşine düşmeye teşvik eder. Doğal çevrenin sağladığı eşsiz ortamlar bu deneyimlerin temelini oluşturur ve macera seyahatinin çekiciliğini artırır (Garda, 2011).

Macera turizmi pazarının büyümesi, ticari uzmanlar tarafından düzenlenen ve hazırlanan çok çeşitli etkinliklere bağlıdır. Bu etkinlikler, katılımcılara farklı düzeylerde heyecan ve cesaret gerektiren deneyimler sunarak, onların fiziksel çevreye aktif katılımını teşvik eder. Macera aktiviteleri, katılımcıların bu ortamlardaki deneyimlerinden beklentileri ve doyum düzeyleri ile yakından ilişkilidir. Katılımcılar, bu tür deneyimlerde yüksek düzeyde tatmin olmayı beklerler, bu da macera turizminin temel unsurlarından biridir. Macera turizmi, genellikle katılımcıların psikolojik ve fiziksel sınırlarını zorlamayı, yeni ve heyecan verici deneyimler yaşamayı hedefler (Tanrısevdi, 2009; Weber, 2001). Beşikçi ve Dinç (2022), bu tür seyahatlerin katılımcılarına sunduğu doyum düzeyinin, onların macera arayışındaki temel motivasyonlarından biri olduğunu vurgular.

Macera turizmi, bu yönüyle doğa temelli turizmden ayrılır; doğanın sadece bir fon değil, katılımcıların sınırlarını zorlayıp heyecan yaşadıkları bir araç olduğu bir turizm biçimi olarak tanımlanabilir.

2.3.6. Dinlenme Turizmi

Bireyler yaşamları boyunca iş stresi ve hızlı tempolu kentsel yaşam tarzıyla başa çıkma zorluğuyla sıklıkla karşı karşıya kalır, bu da birçok kişinin bunaltıcı çevrelerden kaçma ve dinlenme isteğini artırır. İnsanların seyahat etme ve dinlenme arzusu, zamanla turizm faaliyetlerine katılmanın temel motivasyonlarından biri haline gelmiştir. Rekreasyonel turizm, bireylerin günlük yaşamlarının stresinden uzaklaşarak yeni yerler keşfetmelerine olanak tanır, bu sayede hem zihinsel hem de fiziksel refahın yeniden sağlanmasına yardımcı olur ve motivasyonlarını artırır. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'ne (UNWTO) göre,

uluslararası seyahat eden kişilerin %52'si bu seyahatlerini gezi ve rekreasyon amaçlı gerçekleştirmektedir (UNWTO, 2015).

Geleneksel tatil anlayışından farklı olarak, rekreasyon turizmi dinlenme, yenilenme ve kişisel gelişime odaklanır. Bu turizm türü, bireylere sadece fiziksel rahatlama sağlamakla kalmaz, aynı zamanda zihinsel ve duygusal yenilenme imkânı sunar. Rekreasyonel turizm genellikle huzurlu, sakin ve pitoresk yerlerde gerçekleşir, bu sayede katılımcılar şehir hayatının stresinden uzaklaşıp doğayla iç içe, dingin bir ortamda vakit geçirirler (Luzar vd., 1995). Rekreasyon turizmi, kişilerin hem fiziksel hem de ruhsal olarak kendilerini yenileme fırsatı sunarak, bireylerin genel yaşam kalitesine önemli katkılarda bulunmaktadır.

2.4. Kamp Turizminin 3S Turizmi ile İlişkisi

3S turizmi, turizm türleri arasında en yaygın olarak bilinen ve temel seyahat motivasyonu olarak öne çıkan bir turizm türüdür. Modern turizmin ilk dönemlerinde "3S" olarak bilinen 3S (Sea-Sun-Sand) turizminin temel çekiciliği, plajların cazibesine dayanır (Sel, 2019). Plaj turizmi, uzun bir geçmişe sahip olmasına rağmen, modern zamanlarda turizm endüstrisinin önemli bir parçası haline gelmiş ve sürekli olarak gelişmiştir. Kıyı tatil yerlerindeki bu tür turizmin çekiciliğinin büyük ölçüde plajların doğal güzelliğinden kaynaklandığına inanılmaktadır. Ancak, aynı zamanda turizm faaliyetleri ve eğlencenin de bu plajların arzu edilirliliğini artırmada büyük rol oynadığı düşünülmektedir (Kazancı, 2020). Plajlar, modern turizm destinasyonları arasında popüler bir yer tutar ve turizm otoriteleri tarafından sıkça tercih edilen destinasyonlar olarak görülmektedir.

3S turizmi, genellikle sıcak iklimlerde deniz kenarında vakit geçirmeyi seven turistlerin tercih ettiği, rahatlama ve eğlence odaklı bir turizm türüdür. Turistler genellikle otellerde veya tatil köylerinde konaklayarak, deniz kenarında dinlenme ve eğlenme aktivitelerine katılırlar (Bramwell, 2004: 12). Bu turizm türü, yaz tatillerinin vazgeçilmezi olarak, geniş kitlelere hitap eder ve özellikle sıcak yaz aylarında büyük rağbet görür.

Kamp turizmi ise, doğa ile iç içe bir tatil deneyimi sunarak, turistlere daha farklı bir seçenek sunar. Bu turizm türünde, doğaseverler ve macera arayışında olan turistler, çadır, karavan veya kamp alanlarında konaklayarak doğa aktivitelerine katılırlar (Cohen, 1988). Kamp turizmi, şehir hayatının stresinden uzaklaşmak isteyen ve doğayla daha yakın bir bağ kurmayı arzulayan turistler için popüler bir alternatiftir. Bu tür tatillerde, yürüyüş, doğa keşfi, bisiklet sürme gibi aktiviteler öne çıkar ve bu sayede turistler hem fiziksel hem de zihinsel olarak dinlenme ve yenilenme fırsatı bulurlar.

3S turizmi rahatlama ve eğlence odaklıyken, kamp turizmi doğa ve macera odaklı bir deneyim sunarak, turistlere farklı tatil seçenekleri sunmaktadır. Her iki turizm türü de kendi içinde büyük bir popüleriteye sahip olup, farklı seyahat tercihlerine hitap etmektedir.

3S turizmi ile kamp turizmi arasında hem benzerlikler hem de farklılıklar bulunmaktadır (Weaver, 2001: 134). Bu iki turizm türü, insanların doğa ile iç içe bir deneyim arayışında olması açısından bazı ortak özellikler taşısa da deneyim biçimleri ve hedef kitleleri açısından belirgin farklılıklar gösterir.

Benzerlikler:

- Doğa ile İç İçe Olma: Her iki turizm türü de doğayla iç içe olma deneyimi sunar. Deniz-kum-güneş turizmi, deniz ve plaj ortamında dinlenme ve su aktiviteleriyle doğaya yakınlık sağlarken, kamp turizmi ise doğanın orman, dağ gibi farklı unsurlarını keşfetmeye olanak tanır.
- Rahatlama ve Kaçış: Her iki turizm türü de günlük yaşamın stresinden kaçma ve rahatlama imkânı sunar. 3S turizmi, daha çok plajda dinlenme ve eğlenme odaklıdır, kamp turizmi ise doğada daha aktif bir şekilde vakit geçirip macera arayışını ön plana çıkarır.

Farklılıklar:

- Konaklama Tipi: 3S turizminde konaklama genellikle otel, tatil köyü gibi yapılaşmış ve daha konforlu alanlarda yapılırken, kamp turizminde konaklama çadır, karavan veya daha doğayla bütünleşik kamp alanlarında gerçekleştirilir.
- Aktivite Türleri: 3S turizmi, yüzmeye, güneşlenme, plaj oyunları gibi rahatlatıcı aktiviteler içerirken, kamp turizmi doğada yürüyüş, dağcılık, bisiklet sürme, balık tutma gibi fiziksel doğa aktivitelerini içerir.

3S turizmi, turistik bölgelerde yerel ekonomilere önemli katkılar sağlar. Turist harcamaları, konaklama, yeme-içme ve eğlence sektörleri üzerinden yerel ekonomiyi canlandırır ve iş olanakları yaratır (Urry, 1990: 98). Özellikle yoğun turist akışı olan sahil beldelerinde turizm sektörü, ekonominin temel taşı haline gelir. Kamp turizmi ise genellikle daha düşük maliyetli bir turizm türü olup, doğrudan yerel ekonomilere katkı sağlar. Kamp turistleri, yerel marketlerden alışveriş yapar, doğa sporları ve outdoor etkinlikleri için harcama yapar, bu da küçük ölçekli yerel işletmelere önemli bir gelir kaynağı oluşturur (Sharpley ve Sharpley, 1997: 45).

Sosyal açıdan her iki turizm türü de yerel kültürle etkileşimi artırabilir. 3S turizminde turistler yerel restoranlarda yemek yiyebilir, yerel pazarlarda alışveriş yaparak kültürel etkileşimde bulunabilir. Kamp turizmi ise doğrudan yerel topluluklarla daha yakın temas

kurulmasına olanak sağlar; kampçılar, doğa yürüyüşlerine katılabilir, yerel rehberler eşliğinde bölgenin doğal ve kültürel özelliklerini keşfedebilir (McKercher, 2003: 59).

Çevresel etkiler açısından bakıldığında, 3S turizmi çevre üzerinde baskılar yaratabilir. Plajlar ve deniz ekosistemleri, yoğun turist kullanımı nedeniyle zarar görebilir. Özellikle kirlilik ve doğal alanların aşırı kullanımı bu ekosistemler üzerinde olumsuz etkiler yaratabilir (Gössling, 2002: 287). Kamp turizmi ise, doğa ile daha hassas bir etkileşim gerektirir ve sürdürülebilir şekilde yapılmadığında çevreye zarar verebilir. Ancak doğru uygulamalarla, kamp turizmi çevresel sürdürülebilirliğe katkıda bulunabilir. Çevre dostu politikalar, atık yönetimi ve doğal alanların korunmasına yönelik bilinçli uygulamalar, kamp turizminin çevresel etkilerini azaltabilir (Buckley, 2006: 119).

Her iki turizm türü de sürdürülebilir turizm uygulamalarıyla çevresel etkilerini minimize edebilir. 3S turizminde otellerin ve tatil köylerinin çevre dostu uygulamaları benimsemesi, enerji ve su tasarrufu yapması önemli bir gerekliliktir (Honey, 2008: 154). Kamp turizmi için ise kamp alanlarının doğru şekilde yönetilmesi, atık yönetiminin etkin uygulanması ve çevre bilincinin artırılması gerekmektedir (Holden, 2008: 78).

Bu iki turizm türünün birleşimi, turistlere hem deniz, kum ve güneş keyfi hem de doğa ile iç içe bir kamp deneyimi sunabilir. Özellikle sahil kenarlarında bulunan kamp alanları, turistlere plaj aktiviteleri ile doğa yürüyüşleri gibi çeşitli deneyimler sunarak, tatil seçeneklerini genişletebilir. Bu kombinasyon, turistlerin tatil deneyimlerini zenginleştirir ve farklı turizm türlerinin avantajlarını bir araya getirir (Page ve Dowling, 2002: 66).

Dünya genelinde İspanya, İtalya, Türkiye ve Yunanistan gibi Akdeniz ülkeleri, 3S turizminin en önemli destinasyonları arasında yer almaktadır. Türkiye, özellikle Akdeniz ve Ege bölgeleri ile bu turizm türünde büyük bir potansiyele sahiptir (Soyak, 2014: 7). Antalya, Bodrum, Çeşme ve Marmaris gibi destinasyonlar, yerli ve yabancı turistler için cazip tatil seçenekleri sunmaktadır. Özellikle Antalya, yıllar içinde ağırladığı 12 milyon ila 16 milyon arasında değişen yabancı turist sayısı ile Türkiye'nin en popüler deniz, kum, güneş destinasyonu olarak öne çıkmaktadır (Alanya Turistik İşletmeciler Derneği).

3S turizmi ile kamp turizmi doğa ile iç içe tatil deneyimi sunan ancak konaklama ve aktiviteleri açısından farklılık gösteren iki turizm çeşididir. Sürdürülebilir turizm uygulamaları ile bu turizm türlerinin çevresel etkileri azaltılabilir ve uzun vadeli sürdürülebilirlik sağlanabilir.

2.5. Kamp Turizminin Gelişimini Etkileyen Etmenler

Kamp turizminin gelişimi, birçok farklı dinamikten etkilenmekte olup, bu dinamikler kamp turizminin yaygınlaşması ve sürdürülebilirliğinde belirleyici rol oynar. Bu dinamikler sosyal, fiziksel, ekonomik çevreler ve diğer etmenler olarak gruplandırılabilir. Her bir çevre ve etmen, kamp turizminin hangi yönde ve ne şekilde gelişeceği konusunda kritik etkilere sahiptir.

2.5.1. Fiziksel Çevre

Bir yerin doğal ve tarihi çevresi, turistlerin o bölgeyi ziyaret etme kararlarında önemli bir rol oynamaktadır. Doğal güzellikler, tarihi anıtlar ve kültürel miras unsurları, bir destinasyonun cazibesini artırarak turistlerin ilgisini çekmektedir. Fiziksel çevre, ideal bir turistik destinasyonun seçiminde ve turistlerin o bölgede kalma sürelerinin belirlenmesinde de kritik öneme sahiptir. Turizm ve doğal çevre birbirine bağlıdır; turizm faaliyetleri fiziksel çevre olmadan sürdürülemez ve çevredeki unsurlar turizm talebini doğrudan etkilemektedir. Doğal güzellikler, tarihi yapılar ve kültürel miras turizmin ana çekim noktalarını oluşturur (Kozak vd., 2001).

Turizm faaliyetleri, fiziksel çevre üzerinde farklı şekillerde etkiler yaratabilir. Bu etkiler hem olumlu hem de olumsuz olabilir. Olumsuz etkiler arasında doğal ve tarihi çevreye verilen zararlar yer alırken, olumlu etkiler arasında bu bölgelerin korunması ve restore edilmesi için gösterilen çabalar sayılabilir. Özellikle turizmin gelişimi, tarihi bölgelerin, anıtların ve binaların restorasyonu ve korunması için bir katalizör görevi görmektedir. Tarihsel öneme sahip alanları turistik çekim noktası olarak değerlendiren turizm, bu bölgelerin korunmasına ve sürdürülebilirliğine olumlu katkı yapmaktadır.

Turizm, aynı zamanda tarihi yapıların otel, restoran veya müze gibi modern tesislere dönüştürülerek korunmasına da yardımcı olabilir. Böylece, bu yapılar hem korunur hem de ekonomik olarak değerlendirilmiş olur. Turizm gelirleri, çevrenin korunmasına yönelik politikaların oluşturulmasını teşvik eden önemli bir unsur haline gelmiştir. Pazarlama yoluyla elde edilen bu gelirler, çevrenin ve kültürel mirasın sürdürülebilir bir şekilde korunmasına katkıda bulunur (Kozak vd., 2001). Turizm ve çevre arasındaki bu karşılıklı etkileşim, turizm faaliyetlerinin sürdürülebilir bir şekilde yürütülmesini sağlayarak hem çevresel hem de ekonomik faydalar yaratır.

2.5.2. Ekonomik Çevre

Turizm, genellikle ekonomik faydaları ön planda tutan bir sosyal faaliyet olarak kabul edilmektedir. Turizmin ülkelerin gelirine ve döviz kazançlarına yaptığı önemli katkılar, bu

yaklaşımın yaygın olarak benimsenmesine neden olmuştur. Turizmin önemli bir sektör haline gelmesiyle birlikte, ülkeler turizmin ekonomik faydalarına odaklanmış, turist sayısındaki artışla birlikte yeni konaklama, yeme-içme, eğlence, alışveriş ve altyapı projelerine olan talep artmıştır (Kozak, 2001).

Turizmin ekonomik etkileri, sadece turizm sektörüyle sınırlı kalmayıp, diğer sektörlerde de ekonomik aktivitenin artmasına katkıda bulunur. Yeni iş fırsatları yaratılmakta, yatırımların büyümesi ve dolaylı etkileriyle gayri safi milli hasıla (GSMH) üzerinde olumlu sonuçlar doğmaktadır. Turizm endüstrisi, çeşitli becerilere sahip bireyler için iş olanakları sunmakta, el emeğinden sanatsal ve müzikal yeteneklere kadar farklı alanlarda istihdam sağlamaktadır. Ayrıca turizm, bölgesel kalkınmanın desteklenmesine, devlet gelirlerinin artmasına ve altyapı projelerinin tamamlanmasına katkı sağlayarak yerel ticari faaliyetlerin canlanmasına yol açmaktadır (McKercher, 2003).

Turizmin ekonomik etkileri pozitif olduğu kadar olumsuz sonuçlar da doğurabilir. Bunlar arasında enflasyon, fırsat maliyetleri ve turizme aşırı bağımlılık yer almaktadır. Enflasyon, özellikle arsa, konut ve yeme-içme fiyatlarının artmasına neden olabilir. Fırsat maliyetleri ise, turizme yapılan yatırımların diğer ekonomik sektörlerdeki yatırımların önüne geçmesine yol açarak, uzun vadeli ekonomik çeşitliliği olumsuz etkileyebilir. Turizme aşırı bağımlılık, özellikle küçük topluluklar için ciddi bir risk oluşturur; bu tür bölgelerde turizm gelirleri düştüğünde alternatif kalkınma planlarının olmaması krizlerle sonuçlanabilir (Kozak vd., 2001).

Turizmin olumsuz ekonomik etkileri arasında yabancı ülkelere bağımlılık, turizmde mevsimsel değişiklikler, yabancı işçilerin endüstri üzerindeki etkisi ve ithal mallara olan bağımlılığın artması sayılabilir. Özellikle mevsimsel turizm faaliyetleri, istikrarsız gelir akışlarına ve iş gücü talebinde dalgalanmalara neden olabilir. Bu durum, yerel ekonomilerin turizmin ekonomik faydalarından sürdürülebilir şekilde yararlanmasını zorlaştırabilir.

Vellas ve Becherel'e (1995) göre, turizm gelişiminin yarattığı istihdam olanakları üç başlık altında toplanabilir:

- Doğrudan İstihdam: Turizm sektörüyle doğrudan ilişkili olan işletmelerde (konaklama, yeme-içme, ulaştırma gibi) meydana gelen istihdamdır. Oteller, restoranlar, tur operatörleri ve hava yolları gibi hizmet sağlayıcıları, turistlere doğrudan hizmet sunan iş kollarını oluşturur ve bu sektörlerde çalışan insanlar turizmin doğrudan etkisi altında iş bulur.
- Dolaylı İstihdam: Turistik tüketicilere doğrudan hizmet vermeyen ancak turizm sektörüne girdi sağlayan diğer sektörlerde meydana gelen istihdamdır. Örneğin,

turizmin gelişmesiyle birlikte eğlence, alışveriş merkezleri gibi turizmi destekleyen yeni işletmelerin açılması bu istihdam türüne örnektir. Ayrıca, tarım, inşaat ve üretim sektörleri de dolaylı istihdama katkıda bulunabilir, çünkü turizm faaliyetlerine mal ve hizmet sağlayan bu sektörler, turizm talebi ile büyüyebilir.

- Uyarılmış İstihdam: Turizm sektörünün geliştirilmesinden elde edilen gelirin harcanması sonucu ortaya çıkan istihdamdır. Bu istihdam türü, turizmin çarpan etkisiyle ortaya çıkar. Turizmden elde edilen gelir, çalışanlar tarafından harcandıkça, diğer sektörlerde de iş imkânları yaratılır. Örneğin, turizm sektörü çalışanlarının kazandıkları parayı yerel işletmelerde harcamaları, bu işletmelerde yeni iş fırsatları yaratabilir.

Turizm sektörü, ekonomik kalkınmayı destekleyen ve geniş bir yelpazede faydalar sağlayan önemli bir sektördür. Bu sektör, istihdam yaratma, döviz kazandırma, altyapı gelişimi gibi birçok ekonomik fırsat sunmaktadır. Ancak, turizmin ekonomik açıdan getirdiği bu fırsatların yanı sıra bazı zorluklar ve riskler de bulunmaktadır. Özellikle enflasyon, fırsat maliyetleri ve sektöre aşırı bağımlılık gibi olumsuz etkiler dikkatli bir şekilde ele alınmalıdır (Özdemir, 2023: 108).

Enflasyon, özellikle turistik bölgelerde arsa, konut ve gıda fiyatlarının artmasına neden olabilir, bu da yerel halkın yaşam maliyetlerini olumsuz etkileyebilir. Fırsat maliyetleri, turizme yapılan yatırım nedeniyle diğer sektörlerdeki potansiyel yatırımların göz ardı edilmesi riskini doğurur. Ayrıca, turizme aşırı bağımlılık, özellikle turizm gelirlerinin düştüğü dönemlerde yerel ekonomiler için büyük riskler oluşturabilir.

Bu tür olumsuz etkilerin minimize edilmesi ve ekonomik faydaların sürdürülebilir bir şekilde maksimize edilmesi için turizmin dikkatli ve uzun vadeli bir planlama ile geliştirilmesi gerekmektedir. Sürdürülebilir turizm yaklaşımı, hem çevresel ve kültürel değerlerin korunmasını hem de turizmin getirdiği ekonomik faydaların sürekli olmasını sağlar. Bu sayede, turizm sektörü, yerel ekonomileri güçlendirmeye devam ederken, potansiyel olumsuzluklar da en aza indirgenebilir.

2.5.3. Sosyal Çevre

Sosyo-kültürel yapı, inançlar, kurumlar, değerler ve sosyal etkileşimler arasındaki güçlü bağlardan kaynaklanan dinamik bir sistemdir. Toplumsal denge olarak da bilinen bu yapı, kültürel unsurlar ve toplumsal kurumların sürekli etkileşimi sonucunda oluşur. Kültürel çerçeve içindeki sosyal etkileşimlerin tutarlılığı, sosyal normlar tarafından sağlanır. Sosyal normlar, insanların birbirleriyle nasıl etkileşim kurduğuna dair yönergeler oluşturarak sosyal

yapı içindeki sosyal ilişkileri ve etkileşimleri öngörülebilir hale getirir. Bu yapının örüntüsü, aile, inanç, ekonomi, eğitim ve siyaset gibi çeşitli sosyal kurumların birleşiminden oluşur (Kozak vd., 2001).

Turizm, farklı sosyal ve kültürel yapıya sahip toplumlar arasında bağlantıların kurulmasına yol açar ve bilgi, görgü, gelenek ve kültür düzeyleri arasındaki etkileşimi teşvik eder. Bu etkileşimler sonucunda turizm, insanların sosyal yapı içinde ahlaki ve sosyal davranışları algılama biçimlerinde değişiklikler meydana getiren sosyal bir olay haline gelir. Turizmin bu etkileri, turistlerin varlığı ve turistler ile yerel halk arasındaki dinamiklerden kaynaklanır (Nelson ve Minneary, 2008).

Avcıkurt ve Demirpulat (2016), farklı sosyal yapıya sahip toplumların turizm yoluyla etkileşime girmesinin sosyal yapıda değişikliklere neden olabileceğini belirtir. Turizm sektörü için sosyal çevrenin etkisi oldukça önemlidir; toplumsal yapının onaylamadığı veya tolere etmediği eylemler, ticari veya bölgesel turizmin yok olmasına neden olabilir. Turizm, yerel halkın gelenek ve görenekleri üzerinde de etkilidir. Turistlerle etkileşim sonucunda yerel halkın ahlaki değerleri değişebilir. Turistlerle etkileşimde yerel bireyler sıklıkla turistlerin isteklerine yanıt verir. Bunun sonucunda, turistlere sunulan bazı hizmetlerden ekonomik fayda sağlanması amacıyla yararlanılabilir. Anderson (2010), bu durumu turistlere sunulan yabancı madde, fuhuş ve kumar gibi hizmetler üzerinden açıklar. Bu tür hizmetler, yerel halkın ahlaki değerlerinde bir aşınma yaratabilir.

Turizm, kültürel ortamda dönüşüm yaratma gücüne sahiptir. Turistler de benzer etkilerle ve dönüşümlerle karşılaşır. Kendi ülkelerinde toplumsal baskılar ve sınırlamalar nedeniyle özgürce hareket edemeyen turistler, yabancı ülkelerde daha serbest davranma eğiliminde olurlar. Bu durum, yerel halkın turistlerle olan etkileşimlerinde kültürel değişimlere yol açar. Turizm, böylece hem yerel halkın hem de turistlerin kültürel değerlerinde ve davranışlarında değişim yaratır (Kozak vd., 2001).

Turizmin sosyo-kültürel yapılar üzerindeki etkisi çok yönlüdür. Bir yandan, turizm farklı kültürel ve sosyal yapılar arasındaki etkileşimi teşvik ederek kültürel zenginliği artırırken, diğer yandan bu etkileşimler yerel halkın ve turistlerin davranış ve değerlerinde değişikliklere yol açabilir. Turizmin bu etkileri, dikkatle yönetilmesi gereken dinamikler yaratır ve bu süreçte sosyal normlar ve kültürel değerlerin korunması büyük önem taşır.

2.5.4. Diğer Etmenler (salgın veya doğal afetler)

Turizm sektörü, terör eylemleri, finansal sorunlar, doğal çevrenin dikkatsiz kullanımı ve siyasal belirsizlikler gibi çeşitli nedenlerden kaynaklanan krizlerle karşı karşıya

kalmaktadır (Yılmaz, 2004). Bu krizler, turizm sektörünün dinamiklerini önemli ölçüde etkileyebilir. Örneğin, doğal afetler, sağlık olayları ve Asya-Pasifik bölgesindeki terör olayları nedeniyle Güney, Güneydoğu ve Kuzey Asya'da turizm altyapısının bozulduğu ve ziyaretçi sayısının önemli ölçüde azaldığı belirtilmektedir (Richardson, March, Lewis ve Radel, 2015).

Turizm sektörünün kendine özgü özellikleri, kriz durumlarında talepte büyük düşümlere neden olabilir. Doğal afetler, salgın hastalıklar, ekonomik dalgalanmalar ve terör olayları gibi faktörler, turizm talebini olumsuz etkileyerek kriz ortamlarının oluşmasına yol açmaktadır (Sarı, 2010). Sektörün karmaşık ve çok yönlü yapısı göz önüne alındığında, bu tür krizleri öngörmek ve yönetmek oldukça zordur. Ancak, turizm ile terör olayları, salgın hastalıklar ve ekonomik-finansal dalgalanmalar arasındaki ilişkileri incelemek, daha fazla bilgi edinmek ve kriz yönetim stratejileri geliştirmek için önemlidir (Ghaderi, Som ve Henderson, 2012).

Turizm sektöründe krizlerin yönetimi, sektörün sürdürülebilirliği açısından kritik öneme sahiptir. Krizlerin öngörülmesi ve etkili yönetim stratejilerinin geliştirilmesi, turizm sektörünün bu tür olumsuz durumlardan minimum zararla çıkmasını sağlayabilir. Kriz yönetiminde, turizm ile ilgili tüm paydaşların iş birliği içinde çalışması ve kriz planlarının etkin bir şekilde uygulanması gerekmektedir.

Turizm sektörü, çeşitli nedenlerden kaynaklanan krizlerle karşı karşıya kalabilen dinamik bir sektördür. Doğal afetler, terör olayları, salgın hastalıklar ve ekonomik dalgalanmalar gibi faktörler, turizm talebini olumsuz etkileyerek sektörün kriz ortamlarına girmesine neden olabilir. Bu krizlerin öngörülmesi ve etkili yönetim stratejilerinin geliştirilmesi, turizm sektörünün sürdürülebilirliği için büyük önem taşımaktadır.

2.6. İlgili Araştırmalar

Bu bölümde araştırma konusu ile ilgili hem ulusal hem de uluslararası yazında yer alan araştırmalara yer verilmiştir.

2.6.1. Ulusal Yazında Yer Alan Araştırmalar

Şalk, Dumanlı ve Köroğlu (2018) çalışmalarında, tatilcilerin çadırli kamp faaliyetlerine katılım motivasyonlarını incelemişlerdir. Katılımcıların araştırma kapsamında ele alınan işletme ve çadırli kamp faaliyetlerine katılım motivasyonlarının yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Akpur ve Zengin (2019), İznik Gölü ve çevresinde yapmış olduğu çalışmasında kamp ve karavan turizmi bakımından bölgenin mevcut durumunu tespit etmeyi amaçlamıştır. Sonucunda bölgenin kamp ve karavan turizmi bakımından potansiyelinin olduğu ve

işletmelerin hizmet standartlarını arttırdığı takdirde bölgenin önemli kamping merkezi arasında sayılabileceğini tespit etmiştir.

Başarangil ve Öztürk (2019) çalışmasında, Kamp alanlarının hizmet kalitesi bileşenlerinin sadakat değişkeni üzerindeki etkisini ele almıştır. Çalışma sonucunda hizmet kalitesi bileşenlerinin demografik değişkenlere göre (medeni durum, yaş, gelir ve meslek) farklılaştığı tespit edilmiştir.

Öztürk (2019), Gökçetepe Tabiat Parkı'nda yaptığı araştırmasında; kamp deneyimi yaşayan ziyaretçilerin memnuniyetlerinin yeniden ziyaret etme niyetini üzerindeki etkisini araştırmıştır. Ziyaretçilerin kamp deneyiminden memnun olmasının tekrar ziyaret etmeleri üzerinde pozitif yönde bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Karamızrak (2020) çalışmasında, Ağrı Balık Gölü'nü doğa ve kamp turizmi açısından ele almıştır. Doğa ve kamp turizminin geliştirilmesi yönünde atılacak olan adımların Balık Gölü'nün turizm potansiyeline katkı sağlayacağını vurgulamaktadır.

Şengel ve arkadaşları (2020) tarafından gerçekleştirilen çalışmada, yakın temasa ilişkilerinin hâkim olduğu turizm faaliyetlerinde pandemi ile hayata giren “sosyal mesafe” kuralının uygulanabilirliği kamp ve karavan turizmi bağlamında incelenmiştir. Araştırma pandemi ile artan kamp bölgelerinin yeni kurallara göre yeniden dizayn edilmesi, Karavan şirketlerinin de yoğunlaşan talebe göre faaliyetlerini arttırmaya başladığını ortaya koymaktadır.

Zayım ve arkadaşları (2022), değişen turizm algısıyla birlikte öne çıkan alternatif turizm türlerinde kamp turizmini ele almışlardır. Örneklem olarak Demre ilini seçtikleri çalışmada, ilin potansiyelini ve kamp turizmi konusunda geliştirilmesi gereken özelliklerini ortaya koymuşlardır.

Yorgun, İlal ve Çalışkan (2023), kamp turizmi mobil uygulamalarına yönelik bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Türkiye'deki kamp turizmi ile ilgili mobil uygulamaların mevcut durumunu ve bu mobil uygulamalardan ziyaretçilerin ne beklediğini ortaya koymayı amaçladıkları çalışmada, kullanım kolaylığı, çevrimdışı da ulaşılabilmesi gibi daha ileri teknolojinin yer almasını beklediği sonucuna ulaşmışlardır.

2.6.2. Uluslararası Yazında Kamp Turizmi

LaPage ve Bevins (1981), dört yıl boyunca kampçıların memnuniyeti üzerine çalışma yürütmüşlerdir. Çalışma sonucunda memnuniyeti izlemenin kamp alanı yöneticileri için performans değerlendirmelerinde ve hizmetlerinin kalitesini kontrol etmelerinde önemli bir araç olduğu tespit edilmiştir.

Hardy ve arkadaşları (2005), kampçılarının demografik özelliklerinin ve kamp alanından duyulan memnuniyetin kampçı sadakati ile ilişkili olup olmadığını araştırmışlardır. Araştırma sonuçlarına göre, kampçı memnuniyeti sadakati artırırken, demografik değişkenler kamp alanı sadakati ile ilişkili bulunmamıştır. Bu, müşteri memnuniyetinin kampçı sadakatinde kritik bir rol oynadığını göstermektedir.

Oh ve arkadaşları (2007), çeşitli kamp yeri özelliklerinin göreceli önemini ve farklı kamp konaklama yerleri arayan kampçı segmentleri için istenen nitelik geliştirme düzeyini incelemişlerdir. Bulgular, kampçılarının güvenlik, kalabalık olmayan ortamlar ve uygun tuvalet tesisleri gibi belirli özelliklere sahip kamp alanlarını tercih etme olasılıklarının daha yüksek olduğunu göstermiştir.

Walsh ve Lipinski (2008), tüketicilerin değişime karşı direnci üzerine yaptıkları çalışmada, kamp turizmi bağlamında bazı değişikliklerin tüketiciler tarafından hoş karşılanmadığını, çünkü değişime karşı direncin daha bağlı ve sadık müşteriler arasında arttığını öne sürmüşlerdir. Bu durum, mevcut müşterilerin memnuniyetini korumanın ve değişiklikleri dikkatlice yönetmenin önemini ortaya koymaktadır.

Garst ve arkadaşları (2009), orman kampı deneyimlerinin doğa ile bağlantı, sosyal etkileşim, kaçış ve kendini yenileme gibi olağanüstü deneyimlerle ortak özellikleri paylaştığını bulmuşlardır. Kampçıların deneyimleri, yaşamlarının daha geniş bağlamında restorasyon, aile anıları ve doğayı takdir etmeyi içermektedir.

O'Neill ve arkadaşları (2010), doğa temelli turistlerin tatmin düzeyleri ve potansiyel yeniden ziyaret etme ve tavsiye etme niyetleri ile ilgili olarak kaliteli ürün/hizmet sağlanmasının gelecekteki davranışlarını yönlendirmede önemli olduğunu belirtmişlerdir. Çalışmada, kamp deneyiminin insan odaklı yönleri, hizmet sunumu, somut unsurlar ve tuvalet kullanılabilirliği/temizliği olmak üzere dört kritik kalite bileşeni tanımlanmıştır. Bu bileşenlerin tamamının kamp hizmetlerinden genel memnuniyeti ve ziyaretçilerin gelecekteki davranışlarını açıklamada önemli olduğu tespit edilmiştir.

Van Heerden (2010), Güney Afrika'daki bir milli parkta eğlence karavan deneyimini analiz etmiş ve ideal bir kamp deneyiminin en önemli yönünün vahşi hayata yakınlık olduğunu sonucuna varmıştır. Bu bulgu, doğayla iç içe olmanın kamp deneyiminde önemli bir faktör olduğunu göstermektedir.

Triantafillidou ve Siomkos (2013), olağanüstü kamp deneyimi, nostalji, ağızdan ağıza iletişim ve tekrar ziyaret niyetleri arasındaki ilişkileri incelemişlerdir. Araştırma, kamp deneyiminin nostalji yoğunluğunu ve ağızdan ağıza iletişim etkilediğini, ancak WOM

aktivitesini etkilemediğini bulmuştur. Deneyimden elde edilen nostaljinin, ağızdan ağıza iletişim ve tekrar ziyaret niyetlerini artırdığı sonucuna varılmıştır.

Mikulić ve arkadaşları (2017), tatil için kamp yeri seçerken hangi özelliklerin en önemli olduğunu belirlemek ve kamp yeri özelliklerinin yerinde deneyim için en belirleyici olduğunu görmek amacıyla bir uygunluk belirleme analizi yapmışlardır. Araştırma sonuçları, birçok kamp alanı özelliğinin hem seçim hem de deneyim için dengeli önem seviyelerine sahip olduğunu, ancak altyapı, güvenlik ve ekolojik standartların hem kamp yeri seçimi hem de yerinde deneyim için en önemli nitelikler olduğunu göstermiştir.

Rogerson ve Rogerson (2020) çalışmasında; kamp turizmi üzerine uluslararası araştırmaları şekillendiren eğilimleri ve son gelişmeleri izlemişler, tanımsal ve kavramsal konuları tartışmışlar ve kamp turizminin uluslararası yayılımı ve destinasyonlar üzerindeki yerel etkileri incelemişlerdir. Çalışma sonucunda kamp turizminin değişen karakterlerle ilişkili yeni yenilikler ve yönetimdeki zorlukları tespit etmişlerdir. Bunun yanında kamp turizmi literatürünün hem coğrafi hem de tematik odakları açısından bilgideki boşlukları tespit etmişlerdir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

DENİZ, KUM, GÜNEŞ TURİZMİ ALGISININ BÖLGE HALKININ KAMP TURİZMİ DESTEĞİNE ETKİSİ: ANTALYA-MANAVGAT ÖRNEĞİ

Araştırmanın bu bölümünde, Antalya-Manavgat bölgesindeki 3S turizminin bölge halkının kamp turizmine olan destekleri üzerindeki etkilerinin incelenmesi amacıyla gerçekleştirilen araştırmanın yöntemine yönelik detaylı bilgilere yer verilmiştir. Bu bölümde araştırmanın amacı ve önemi, araştırmanın hipotezleri, araştırmanın evreni ve örnekleme, araştırma verilerinin toplanması, araştırmanın kapsam ve sınırlılıkları, verilerin analizine ilişkin bilgilere yer verilmiştir.

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Antalya-Manavgat bölgesi, 3S turizminin yoğun olarak yaşandığı, ulusal ve uluslararası turizmde önemli bir destinasyon görevini üstlenmektedir. Ancak bölgedeki bu yoğunluğun dağılması için, turizm faaliyetlerinin çeşitlendirilmesi gerekliliğini de beraberinde getirmektedir. Bu çeşitlendirmelerden birinin kamp turizmi olabileceği düşünülmektedir. Özellikle pandeminin etkisiyle birlikte popüleritesi artan kamp turizmi, doğa ile iç içe olmayı tercih eden turistler için bir cazibe merkezi haline gelmiştir. Çünkü kamp turizmi gibi özellikle doğaya dayalı turizm türlerinin geliştirilmesi, turizmin sürdürülebilirliği açısından oldukça önemlidir.

Yerel halkın yeni turizm türlerine yönelik tutumlarının ve desteğinin, alternatif turizmin başarısında belirleyici bir faktör olduğu ifade edilmektedir (Doğan, 2023). Son dönemde turizm endüstrisinin hızlı gelişimi ve buna bağlı olarak çeşitlenmesi ile 3S turizminin var olduğu destinasyonlarda alternatif turizm türlerinin nasıl algılandığını ve yerel halkın bu türlere yönelik tutumlarının nasıl şekillendiğinden hareketle, bu araştırmanın temel amacı, Antalya-Manavgat bölgesindeki 3S turizminin bölge halkının kamp turizmine olan destekleri üzerindeki etkilerini incelemektir. Özellikle Antalya-Manavgat bölgesi gibi yoğun turistik faaliyetlerin yaşandığı yerlerde, yerel halkın turizme bakış açısı ve destek düzeyleri hem ekonomik hem de sosyo-kültürel sürdürülebilirlik açısından büyük önem taşımaktadır.

Kamp turizminin, doğal çevreye duyarlı bir alternatif turizm türü olarak öneminin artması, çalışmanın alternatif turizm türlerine yönelik farkındalık yaratacağı düşünülmektedir. Bu çalışma, bölge halkının turizme bakış açısını ve turizmden beklentilerini anlamak, 3S turizminin kamp turizmi gibi alternatif turizm türleriyle nasıl dengelenebileceğini ortaya koymak açısından önemlidir.

Ayrıca kamp turizmi üzerine yapılan geçmiş araştırmalar çoğunlukla talep yönlü konulara odaklanmıştır (Buzlukçu ve Şahin, 2021). Buna karşın kamp turizminin diğer turizm türleriyle ilişkisi ve yerel halkın kamp turizmiyle ilgili tutum ve davranışları gibi kapsamlı konular oldukça sınırlı şekilde ele alınmıştır. Diğer taraftan kamp turizmi ile ilgili bazı yazınında ilgi daha fazladır. Ulusal yazında kamp turizmi konusunu teorik olarak ele alan sınırlı çalışma olmakla birlikte (Şenol, 2011) ampirik olarak ele alan herhangi bir çalışmaya ulaşamamıştır. Mevcut literatürdeki 3S turizmi ve kamp turizminin birlikte ele alındığı çalışmaların da sınırlı sayıda olması çalışmanın önemini vurgulamaktadır.

3.2. Araştırmanın Hipotezleri

Nicel bir çalışmada araştırma soruları, araştırmanın amacı doğrultusunda bağımsız ve bağımlı değişken arasındaki ilişkiye odaklanmaktadır (İslamoğlu ve Alınacak, 2014). Bu çalışmada da değişkenler arasındaki ilişkiyi belirlemek için hipotezler geliştirilmiştir. Geliştirilen hipotezler aşağıda yer almaktadır:

H1: Katılımcıların kamp turizmi desteği katılımcıların özelliklerine göre değişmektedir.

H1a: Kamp turizmi desteği, katılımcıların cinsiyetine göre değişmektedir.

H1b: Kamp turizmi desteği, katılımcıların medeni durumuna göre değişmektedir.

H1c: Kamp turizmi desteği, katılımcıların turizmde çalışma deneyimine göre değişmektedir.

H1d: Kamp turizmi desteği, Deniz-Kum-Güneş turizmi deneyimine göre değişmektedir.

H1e: Kamp turizmi desteği, kamp turizmi deneyimine göre değişmektedir.

H1f: Kamp turizmi desteği, katılımcıların yaşlarına göre değişmektedir.

H1g: Kamp turizmi desteği, katılımcıların eğitim seviyelerine göre değişmektedir.

H1h: Kamp turizmi desteği, katılımcıların gelir durumuna göre değişmektedir.

H2: Deniz, kum ve güneş (DKG) turizmi algısı kamp turizmi desteğini etkilemektedir.

H3: Kamp turizmine ilişkin sosyal etki algısı, kamp turizmi desteğini etkilemektedir.

H4: Kamp turizmine ilişkin çevre etki algısı, kamp turizmi desteğini etkilemektedir.

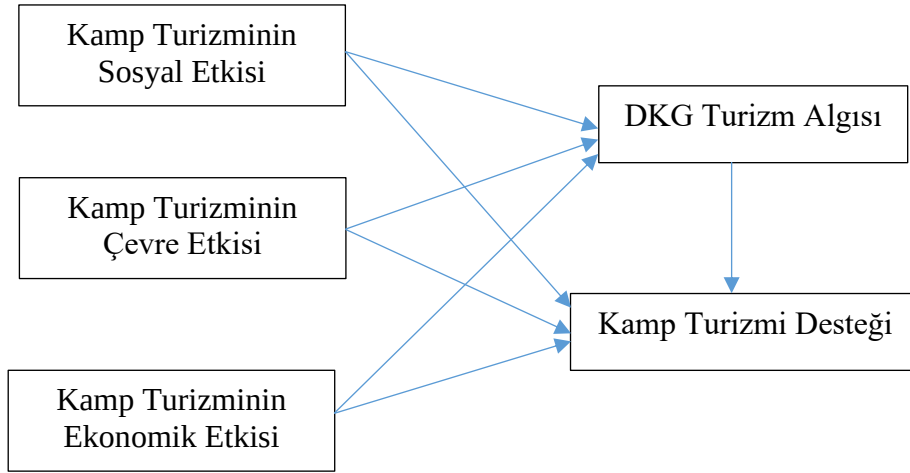
H5: Kamp turizmine ilişkin ekonomik etki algısı, kamp turizmi desteğini etkilemektedir.

H6: Kamp turizmine ilişkin sosyal etki algısı, DKG turizmi algısını etkilemektedir.

H7: Kamp turizmine ilişkin çevre etki algısı, DKG turizmi algısını etkilemektedir.

H8: Kamp turizmine ilişkin ekonomik etki algısı, DKG turizmi algısını etkilemektedir.

Araştırma tasarımının daha iyi anlaşılması için oluşturulmuş araştırma modeli aşağıdaki Şekil 3.1’de gösterilmektedir.



Şekil 3.1. Araştırmanın Modeli

3.3. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Bu araştırmanın evrenini, Antalya iline bağlı Manavgat ilçesinde ikamet eden yerel halk oluşturmaktadır. Manavgat, 3S turizminin yanı sıra kamp turizmi gibi alternatif turizm türlerine uygun doğal yapısı ile öne çıkan bir bölge olup, turizmin bölgedeki ekonomik, sosyal ve kültürel yapıya etkisinin incelenmesi için uygun bir araştırma sahası olarak belirlenmiştir. Araştırma evrenini oluşturan Manavgat'ta 2023 yılı adrese dayalı nüfus kayıt sistemine göre yerleşik olarak yaşayan kişi sayısı 258.367 olarak belirlenmiştir (www.tuik.gov.tr). Çalışmanın amacına ulaşabilmek için ve evrenin tamamına ulaşmak mümkün olmayacağı için, evrenin tüm özelliklerini taşıyan bir örneklem tespit edilmesi amaçlanmaktadır. Gürbüz ve Şahin (2014)'e göre bu sayının %95 güven aralığında en az 379 kişi olarak belirlenmesi uygun olmaktadır.

Araştırmanın geçerliliğini ve güvenilirliğini artırmak adına, yeterli sayıda katılımcıya ulaşılması hedeflenmiştir. Buna göre araştırmanın örnekleme, Manavgat bölgesinde ikamet eden ve araştırmaya katılmaya gönüllü olan bireyler arasından 403 kişi olarak belirlenmiştir. Örneklem dâhil edilen bireyler, kamp turizmi hakkında bilgi sahibi olup olmadıklarına, 3S turizmi ile ilgili deneyimlerine ve bölgenin turizm faaliyetlerine aktif olarak katılım gösterip göstermediklerine göre değerlendirilmiştir. Örneklem, tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden biri olan kolayda örnekleme yöntemi ile seçilmiştir.

3.4. Araştırma Verilerinin Toplanması

Bu çalışmada veriler, nicel araştırma yöntemi kullanılarak toplanmıştır. Araştırmanın amacı doğrultusunda, Antalya-Manavgat bölgesindeki yerel halkın 3S turizmine yönelik algıları ve kamp turizmi desteği üzerine tutumları anket ile elde edilmiştir. Sosyal bilimlerde en çok kullanılan veri toplama araçlarından biri olan anket, verilerin belirli bir konuda düşünce, tutum ve davranışları önceden belirlenen soru veya ifadeler aracılığıyla elde

edilmesini sağlayan araç olarak ifade edilmektedir (Gündüz, 2018). Anket formunun oluşturulabilmesi için literatür taraması yapılmış ve araştırmanın amacına en uygun olan ölçek ifadeleri anket formuna dahil edilmiştir. Ankette yer alan ifadeler, söz konusu örneklem için kültürel olarak uygun olacak şekilde ve anlaşılması kolay olacak şekilde uyarlanarak anket formuna son şekli verilmiştir.

Kullanılan anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm 12 adet sorudan oluşmaktadır. Bu bölümde katılımcıların sosyo-demografik özelliklerinin belirlenmesine yönelik sorular yöneltilmiştir. İkinci bölüm ise 28 ifadeden oluşmaktadır. Ankette yer alan ölçek ifadeleri daha önceki çalışmalarda kullanılmış olup, güvenilir ve geçerli ölçekler olduğu kanıtlanmıştır.

Bu araştırma kapsamında kullanılan anket formundaki ölçek ifadelerinin kaynaklarına Tablo 3.1’de yer verilmektedir.

Tablo 3.1. Ölçeklerde Yer Alan İfadeler ve Referanslar

Deniz Kum Güneş Turizm Algısı	Referans
Deniz Kum Güneş Turizminin Manavgat için olumlu faydalar sağladığını düşünüyorum.	(Shen ve diğerleri, 2019)
Deniz Kum Güneş Turizminin Manavgat için iyi bir seçenek olduğunu düşünüyorum.	
Deniz Kum Güneş Turizminin Manavgat’ta önemli rol oynamaya devam etmesini isterim.	
Manavgat’ta Deniz Kum Güneş Turizminin etkin bir şekilde teşvik edilmesi gerektiğini düşünüyorum.	
Kamp Turizm Desteği	Referans
Kamp turizmini, destekliyorum ve Manavgat için önemli olduğunu/olabileceğini düşünüyorum.	(Wang, 2023)
Kamp turizmini, Manavgat için önemli ekonomik rol oynadığı/oyunabileceği için destekliyorum.	
Kamp turizmini, Manavgat için en önemli turizm türlerden biri olduğunu/olabileceği için destekliyorum.	
Manavgat’ta Kamp turizmi için yapılan planlama ve geliştirme çalışmalarını desteklerim.	
Kamp Turizmi Sosyal Etki	Referans
Kamp turizmi bölge kültürünün ve kimliğinin korunmasına yardımcı olur.	(Mercedes Marzo-Navarro, 2015)
Kamp turizmi yerel kültürün korunmasını destekler.	
Kamp turizmi şehir ve kasabaların görünümünü iyileştirir.	
Kamp turizmi, bölgenin sosyal refahının (sağlık, güvenlik vb.) korunmasına yardımcı olur.	
Kamp turizmi bölgede boş zamanı değerlendirme olanaklarını artırır.	
Kamp turizmi ulaşım, yol ve su hizmetleri gibi alt yapı hizmetlerini iyileştirir.	
Kamp Turizmi Çevre Etki	Referans
Kamp turizmi doğal kaynakların korunmasını destekler.	(Mercedes Marzo-Navarro, 2015)
Kamp turizmi toplumun ekolojik farkındalığını artırır.	
Kamp turizmi, çevre korunmasına yönelik politikaların geliştirilmesini destekler.	
Kamp Turizmi Ekonomi Etki	Referans
Kamp turizminin Manavgat için ekonomik faydalar sağlayacağını düşünüyorum.	(Latip, Rasoolimanesh, Jaafar, Marzuki ve Umar, 2018)
Kamp turizminin/alanlarının geliştirilmesi yerel halk için daha fazla gelir sağlayacaktır.	
Manavgat’ta daha fazla kamp turisti görmekten memnun olurum.	
Kamp turizminin Manavgat için istihdam olanakları yaratacağını düşünüyorum.	
Kamp turizminin ilgili işletmelere fayda sağlayacağını düşünüyorum.	

3.5. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları

Bu araştırma, Antalya-Manavgat bölgesindeki deniz, kum, güneş turizmi algısının, yerel halkın kamp turizmine yönelik tutum ve desteği üzerindeki etkilerini incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırma, özellikle bu bölgedeki turizm faaliyetlerinin çeşitlenmesi bağlamında, alternatif turizm türleri arasında yer alan kamp turizminin yerel halk tarafından ne ölçüde kabul gördüğünü ve desteklendiğini ortaya koymayı hedeflemektedir. Bu çerçevede araştırma; Antalya-Manavgat bölgesini ve bu bölgede ikamet eden yerel halkı kapsamaktadır. Bununla birlikte, araştırmanın bazı sınırlılıklarından bahsetmek mümkündür.

Örneklem Sınırlılığı: Araştırma, yalnızca Manavgat ilçesinde ikamet eden sınırlı sayıda katılımcıyı kapsamaktadır. Bu durum, sonuçların tüm yerel halka genellenebilirliğini kısıtlamaktadır. Ayrıca elde edilen bulguların diğer turistik bölgelere genellenmesi güçtür.

Değişken Sınırlılığı: Bu araştırma, yalnızca belirli değişkenlerle sınırlı olarak yürütülmüştür; dolayısıyla daha geniş kapsamlı sonuçlara ulaşmak için farklı değişkenlerin de incelenmesi gerekebilir.

Yöntem Sınırlılığı: Veriler çevrimiçi anket yoluyla toplanmıştır; ancak yüz yüze toplanan verilerin daha güvenilir sonuçlar sunma ihtimali göz önünde bulundurulmalıdır. Ankete verilen cevaplar, katılımcıların kendi beyanlarına dayalıdır ve bu durum sonuçların doğruluğunu etkileyebilir.

Zaman Sınırlılığı: Araştırma, turizm faaliyetlerinin yoğun olduğu aylarda gerçekleştirilmiştir. Sezon dışındaki bir dönemde yapılacak benzer bir araştırma, farklı sonuçlar verebilir.

3.6. Verilerin Analizi

Araştırma verilerinin analizinin gerçekleştirilebilmesi için ilk olarak normal dağılım gösterip göstermediği belirlenmiştir. Bu aşamada ölçek maddelerinin çarpıklık ve basıklık değerlerine bakılmıştır. Araştırma verileri normal dağılım gösterdiğinden, hipotez testlerinde parametrik test teknikleri kullanılmıştır. Normal dağılım testinin ardından ölçeklerin geçerlilik ve güvenirlik testleri gerçekleştirilmiştir. Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) ile ölçeklerin yapı geçerliliği incelenmiştir. Cronbach Alfa katsayısına bakılarak güvenirlik testi gerçekleştirilmiştir. Araştırma hipotezlerinin testleri SPSS paket programı ile gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda değişkenler arasında farklılığın olup olmadığını belirlemek için Bağımsız Örneklem t Test ve ANOVA kullanılmıştır. Değişkenler arasındaki ilişkinin olup olmadığını belirlemek için Pearson Korelasyon analizi gerçekleştirilirken etkiyi belirlemek için Regresyon analizi uygulanmıştır.

3.7. Bulgular

3.7.1. Demografik Özelliklere Yönelik Bulgular

Araştırmaya katılan bireylere ilişkin temel bilgiler Tablo 3.2’de sunulmuştur. Verilere göre, katılımcıların %54’ünü erkekler oluştururken, kadın katılımcıların oranı %46’dır. Yaş dağılımında, katılımcıların çoğunluğunu (%74) 29-50 yaş arasındaki bireyler oluşturmaktadır. Katılımcılar arasında en büyük yaş grubunun 29-39 yaş aralığında olduğu (%41) ve bunu 40-50 yaş grubunun (%34) takip ettiği görülmektedir. Genç katılımcı oranı (%12) görece düşük kalırken, 62 yaş üstü bireyler toplamın yalnızca %3’nü temsil etmektedir.

Eğitim düzeyine bakıldığında, katılımcıların %41’inin lisans mezunu olduğu, lise mezunlarının ise %28 ile ikinci sırada yer aldığı tespit edilmiştir. Lisansüstü eğitim almış katılımcı oranı ise %8 olarak belirlenmiştir. Medeni durum açısından, katılımcıların %69’unun evli olduğu, bekârların oranının ise %31 olduğu kaydedilmiştir.

Tablo 3.2. Araştırma Katılımcılarıyla İlgili Genel Bilgiler

Değişken		Frekans	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	185	45,9
	Erkek	218	54,1
Yaş	18-28 yaş	48	11,9
	29-39 yaş	164	40,7
	40-50 yaş	135	33,5
	51-61 yaş	43	10,7
	62+	13	3,2
Medeni Durum	Evli	278	69,0
	Bekâr	125	31,0
Eğitim	İlköğretim	45	11,2
	Lise	114	28,3
	Ön lisans	45	11,2
	Lisans	166	41,2
	Lisansüstü	33	8,2
Aylık Gelir	20.000 TL ve altı	36	8,9
	20.001 - 30.000 TL	118	29,3
	30.001 - 40.000 TL	117	29,0
	40.001 - 50.000 TL	49	12,2
	50.001 - 60.000 TL	36	8,9
	60.001 TL ve üstü	47	11,7

Değişken		Frekans	Yüzde (%)
Manavgat'ta İkamet Yılı	2 yıldan az	10	2,5
	2-5 yıl	17	4,2
	6-10 yıl	37	9,2
	11-15 yıl	49	12,2
	16-20 yıl	35	8,7
	21-25 yıl	30	7,4
	25 yıldan fazla	225	55,8
Turizmde Çalışma Yılı	Hiç	187	46,4
	2 yıldan az	46	11,4
	2-5 yıl	70	17,4
	6-10 yıl	52	12,9
	11-15 yıl	19	4,7
	16-20 yıl	17	4,2
	21 yıl ve daha fazla	12	3,0
Manavgat'ta kaç kere deniz kum güneş tatil deneyiminiz oldu?	Hiç	102	25,3
	1-2 defa	67	16,6
	3-4 defa	53	13,2
	5-6 defa	24	6,0
	7-8 defa	17	4,2
	9-10 defa	14	3,5
	11 defa ve üstü	126	31,3
Manavgat dışında kaç kere deniz kum güneş tatil deneyiminiz oldu?	Hiç	99	24,6
	1-2 defa	56	13,9
	3-4 defa	42	10,4
	5-6 defa	42	10,4
	7-8 defa	24	6,0
	9-10 defa	23	5,7
	11 defa ve üstü	117	29,0
Manavgat'ta kaç kere kamp turizmi deneyiminiz oldu?	Hiç	271	67,2
	1-2 defa	72	17,9
	3-4 defa	26	6,5
	5-6 defa	12	3,0
	7-8 defa	3	0,7
	9-10 defa	5	1,2
	11 defa ve üstü	14	3,5
Manavgat dışında kaç kere kamp turizmi deneyiminiz oldu?	Hiç	262	65,0
	1-2 defa	63	15,6
	3-4 defa	33	8,2
	5-6 defa	17	4,2
	7-8 defa	4	1,0
	9-10 defa	8	2,0
	11 defa ve üstü	16	4,0

Aylık gelir dağılımında, %58 oranında katılımcının 20.001-40.000 TL aralığında gelir elde ettiği belirlenmiştir. 60.001 TL ve üzeri gelire sahip katılımcıların oranı %12 iken, 20.000 TL altında gelir elde edenlerin oranı %9 olarak tespit edilmiştir.

Manavgat'ta ikamet süreleri açısından bakıldığında, katılımcıların %56'sının 25 yıldan uzun süredir bölgede yaşadığı, %12'sinin ise 11-15 yıl arasında ikamet ettiği görülmektedir. Bu durum, bölge sakinlerinin büyük çoğunluğunun uzun süreli yerleşik bireylerden oluştuğunu göstermektedir.

Katılımcıların turizm sektöründe çalışma yıllarına ilişkin veriler incelendiğinde, %46'nın turizm sektöründe daha önce hiç çalışmadığı, %17'sinin ise 2-5 yıl aralığında sektörde deneyim kazandığı dikkat çekmektedir.

Deniz, kum ve güneş tatili deneyimlerine bakıldığında, Manavgat'ta bu tür tatili 11 veya daha fazla kez yaşamış katılımcı oranı %31 iken, aynı deneyimi Manavgat dışında yaşayanların oranı %29 olarak belirlenmiştir. Kamp turizmi açısından, Manavgat'ta hiç kamp yapmamış olan katılımcıların oranı %67 iken, 1-2 kez kamp deneyimi olanlar %18 olarak kaydedilmiştir. Benzer şekilde, Manavgat dışında kamp turizmi deneyimi olmayanların oranı %65 olup, 1-2 kez kamp yapanların oranı ise %16'dır.

Bu veriler ışığında, araştırmaya katılan bireylerin demografik ve sosyoekonomik özellikleri detaylandırılmış olup, Manavgat'ta uzun süre ikamet eden bireylerin çoğunlukta olduğu ve bu bireylerin turizm deneyimlerinin de yerel odaklı olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

3.7.2. Güvenilirlik Analizi Bulguları

Verilerin analizinde hangi analiz tekniklerinin uygun olduğunun belirlenmesi için ilk olarak normal dağılım gösterip göstermediği incelenmiştir. Normal dağılım testi, verilerin normal dağılım gösterip göstermediğini belirlemek için kullanılan istatistiksel bir testtir. Bu test istatistiksel analizlerde güvenilir sonuçlar elde etmek için önemli bir adımdır. Verilerin normal dağılıma uygun olması, istatistiksel yöntemlerin geçerliliğini ve sonuçların doğruluğunu artırmaktadır. Normal dağılım testi için kullanılan farklı yöntemler bulunmaktadır. Bu çalışmadaki verilerin normal dağılım testi çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) değerleri üzerinden yapılmıştır. Çarpıklık ve basıklık, bir veri setinin dağılımının şeklini ve simetrisini tanımlayan istatistiksel ölçülerdir. Çarpıklık kavramı, veri setinin sağa veya sola doğru eğilimli olup olmadığını ifade etmektedir. Pozitif çarpıklık, veri setinin sağa doğru eğilimli olduğunu gösterirken, negatif çarpıklık veri setinin sola doğru eğilimli olduğunu gösterir. Çarpıklık değeri sıfıra yakın olduğunda, veri seti yaklaşık olarak simetrik

kabul edilir. Normal dağılımın çarpıklık değeri sıfıra yakın olmalıdır. Basıklık ise bir veri setinin zirve noktasının ve kuyruklarının ne kadar keskin olduğunu gösteren bir değerdir. Pozitif basıklık, veri setinin zirvesinin daha sivri olduğunu ve kuyruklarının daha kalın olduğunu; negatif basıklık ise zirvenin daha düz olduğunu ve kuyrukların daha ince olduğunu göstermektedir. Çarpıklık değerinde olduğu gibi basıklıkta da normal dağılım için değerin sıfıra yakın olması gerekmektedir.

Alan yazında normal dağılım varsayımını sağlayan çarpıklık ve basıklık değerleri konusunda kabul edilmiş standart bir değer bulunmamaktadır. Kline (2011) normal dağılım varsayımının sağlanması için her iki değer ± 5 arasında olması gerektiğini ileri sürmüştür. Araştırmada kullanılan ölçek maddelerini çarpıklık ve basıklık değerleri ortalama ve standart sapma değerleriyle birlikte Tablo 3.3.'te yer almaktadır. İlgili tabloda görüldüğü üzere çarpıklık değerleri -1,94 (Deniz Kum Güneş Turizm Algısı -4) ile -0,66 (Kamp Turizmi Sosyal Etki-4), basıklık değeri ise -0,46 (Kamp Turizmi Sosyal Etki-3) ile 4,11 (Deniz Kum Güneş Turizm Algısı-1) arasında yer almaktadır. İlgili değerler araştırma verilerinin normal dağılım gösterdiğini ortaya koymaktadır. Bu bağlamda hipotez testlerinde parametrik test tekniklerinin kullanılması uygun görülmüştür.

Tablo 3.3. Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Normallik Analizi Sonuçları

Ölçek Maddeleri	Ortalama	Standart Sapma	Çarpıklık	Basıklık
Deniz Kum Güneş Turizm Algısı-1	4,45	0,83	-1,86	4,11
Deniz Kum Güneş Turizm Algısı -2	4,44	0,80	-1,77	3,84
Deniz Kum Güneş Turizm Algısı -3	4,46	0,83	-1,89	3,99
Deniz Kum Güneş Turizm Algısı -4	4,45	0,86	-1,94	4,05
Kamp Turizmi Desteği-1	4,24	0,96	-1,46	1,99
Kamp Turizmi Desteği-2	4,15	1,01	-1,29	1,25
Kamp Turizmi Desteği-3	4,06	1,05	-1,07	0,49
Kamp Turizmi Desteği-4	4,18	0,97	-1,43	2,01
Kamp Turizmi Sosyal Etki-1	3,96	1,08	-1,00	0,45
Kamp Turizmi Sosyal Etki-2	3,87	1,13	-0,82	-0,16
Kamp Turizmi Sosyal Etki-3	3,75	1,20	-0,71	-0,46
Kamp Turizmi Sosyal Etki-4	3,71	1,16	-0,66	-0,41
Kamp Turizmi Sosyal Etki-5	4,06	0,98	-1,18	1,24
Kamp Turizmi Sosyal Etki-6	3,80	1,13	-0,79	-0,20
Kamp Turizmi Çevre Etki-1	3,79	1,16	-0,73	-0,34
Kamp Turizmi Çevre Etki-2	3,99	1,04	-1,09	0,80
Kamp Turizmi Çevre Etki-3	3,95	1,04	-1,04	0,74
Kamp Turizmi Ekonomi Etki-1	4,15	0,95	-1,33	1,74
Kamp Turizmi Ekonomi Etki-2	4,11	0,95	-1,15	1,15
Kamp Turizmi Ekonomi Etki-3	3,99	1,03	-0,98	0,49
Kamp Turizmi Ekonomi Etki-4	3,94	1,06	-0,96	0,36
Kamp Turizmi Ekonomi Etki-5	4,06	0,97	-1,20	1,35

Normal dağılım testi sonrasında ölçeklerin geçerlilik ve güvenirlik testleri gerçekleştirilmiştir. Ölçeklerin yapı geçerliliği (AFA) incelenmiştir. Yapı geçerliliği, bir ölçme aracının ölçmek istediği kavramı doğru bir şekilde ölçüp ölçmediğini değerlendirmek için kullanılan bir kavramdır. AFA, bir veri setindeki değişkenlerin ortak varyansını açıklamak ve veri setindeki yapıyı anlamak için kullanılan bir istatistiksel yöntemdir. Bu yöntemin temel amacı, karmaşık veri setindeki ilişkileri basitleştirmek ve daha az sayıda boyuta indirgeyerek ölçme aracının geçerliliğini değerlendirmektir (George ve Mallery, 2010; Büyüköztürk, 2018).

AFA sürecinde öncelikle araştırmada kullanılan ölçeklerin analiz için uygun olup olmadığı belirlenmiştir. Bu bağlamda Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değeri, Barlett Küresellik Testi, anlamlılık (p) değeri ve maddelerin ortak varyans değerine bakılmıştır. Ölçeklerin faktör analizine uygun olması için KMO değerinin en az .50 ve üzerinde, Bartlett Test değerinin ise anlamlı olması gerekmektedir (Hair vd., 2015). Bu kapsamda yapılan AFA sonucunda tüm ölçekler için elde edilen KMO ve Barlett Test değerinin anlamlı olduğu ($p < 0,001$) yani ilgili ölçeklerin faktör analizi için uygun olduğu belirlenmiştir. Daha sonra faktör yapısını belirlemek amacıyla temel bileşenler analizi gerçekleştirilmiş ve Varimax döndürme yöntemi kullanılmıştır. Bu kapsamda özdeğer istatistiği 1'den büyük olan faktörler önemli faktör olarak kabul edilmiş ve faktörlerde yer alan maddelerin yük değerlerinin en az 0,50 olması tercih edilmiştir (Büyüköztürk, 2018).

Araştırmada kullanılan ölçeklerin AFA sonucu Tabloda sunulmuştur. Tablodan anlaşıldığı üzere tüm ölçekler orijinal yapılarında olduğu gibi tek boyutta toplanmıştır. Ölçeklerde açıklanan varyans en düşük %77,077 (kamp turizmi sosyal etkisi), en yüksek %87,600 olarak belirlenmiştir. Aşağıda yer alan tabloda aynı zamanda ölçeklerin güvenirlik analizi sonuçları da yer almaktadır. Buna göre güvenirlik düzeyi en yüksek ölçek 0,947 ile kamp turizminin ekonomik etkisi ölçeğidir. Bu değerler tüm ölçeklerin teorik açıdan yorumlanabilir, geçerli ve güvenilir olduğunu ortaya koymaktadır (George ve Mallery, 2010).

Tablo 3.4. Araştırma Ölçeklerine İlişkin AFA Sonuçları

Ölçekler	Faktör Yüğü	Özdeğer	Açıklanan Varyans	Güvenirlik (α)
Deniz Kum Güneş Turizm Algısı		3,411	85,266	0,941
Madde-1	0,907			
Madde-2	0,951			
Madde-3	0,951			
Madde-4	0,882			
KMO Değeri: 0,840; Barlett Küresellik Testi: 1595,674; Anlamlılık Düzeyi: $p<0,001$				
Kamp Turizmi Desteğı		3,389	84,726	0,939
Madde-1	0,911			
Madde-2	0,943			
Madde-3	0,904			
Madde-4	0,924			
KMO Değeri: 0,855; Barlett Küresellik Testi: 1494,004; Anlamlılık Düzeyi: $p<0,001$				
Kamp Turizmi Sosyal Etki		4,625	77,077	0,940
Madde-1	0,873			
Madde-2	0,904			
Madde-3	0,920			
Madde-4	0,912			
Madde-5	0,840			
Madde-6	0,813			
KMO Değeri: 0,898; Barlett Küresellik Testi: 2194,113; Anlamlılık Düzeyi $p<0,001$				
Kamp Turizmi Çevre Etki		2,628	87,600	0,927
Madde-1	0,919			
Madde-2	0,943			
Madde-3	0,946			
KMO Değeri: 0,756; Barlett Küresellik Testi: 986,417; Anlamlılık Düzeyi: $p<0,001$				
Kamp Turizmi Ekonomi Etki		4,128	82,551	0,947
Madde-1	0,900			
Madde-2	0,924			
Madde-3	0,905			
Madde-4	0,905			
Madde-5	0,907			
KMO Değeri: 0,898; Barlett Küresellik Testi: 1910,802; Anlamlılık Düzeyi: $p<0,001$				

Araştırmanın geçerliliğı ve güvenilirliğı açısından ortak yöntem yanlılığı (OYY) giderilmeli ya da minimize edilmelidir. OYY, bir araştırma çalışmasında kullanılan ölçüm araçlarının veya değerlendirme yöntemlerinin, elde edilen sonuçları etkileyecek şekilde sistemli bir şekilde yanlılık oluşturmaları durumudur. Bu yanlılık, katılımcıların verdiği yanıtlarda veya değerlendirmelerde ortaya çıkar ve sonuçların gerçek durumu yansıtmamasına

neden olabilir (Çizel vd., 2020). Çalışmada veri toplamak için tek bir anket yöntemi kullanıldığından, ortak yöntem yanlılığı olasılığı söz konusudur (Podsakoff vd., 2003). Bu sorunu gidermek ya da azaltmak adına katılımcıların yanıtları anonim bir şekilde toplanmıştır. Böylece katılımcıların sosyal normlara uyum sağlama veya olumsuz tepkilerini gizleme eğilimlerinin azaltılması amaçlanmıştır. Bu durumun, çalışmada daha dürüst ve daha gerçekçi yanıtların elde edilmesini desteklediği düşünülmektedir.

Araştırmada kullanılan ölçeklerin geçerlik ve güvenirlikleri yapıldıktan sonra hipotezlerin testine geçilmiştir. Hipotez testinde öncelikle farklı özelliklere sahip katılımcıların kamp turizmi desteklerinin farklılaşıp farklılaşmadığı incelenmiştir. Bu kapsamda cinsiyet ve medeni durum gibi iki seçenekli durumlarda Bağımsız Örneklem t testi, yaş ve eğitim gibi ikiden fazla seçenekli durumlarda tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yapılmıştır.

3.7.3. Hipotez Testlerine Yönelik Bulgular

Araştırmada katılımcıların kamp turizmi desteklerinin cinsiyet, medeni durum, turizmde çalışma deneyimi, Manavgat'ta ve Manavgat dışında deniz-kum-güneş turizm deneyimi, Manavgat'ta ve Manavgat dışında kamp turizm deneyimi bakımından değişim durumunu ortaya koymak için Bağımsız Örneklem t Testi yapılmıştır. Elde edilen analiz sonuçları aşağıda yer alan Tabloda gösterilmektedir.

Tablo 3.5. Kamp Turizm Desteğine İlişkin Bağımsız Örneklem t Testi Sonuçları

Değişken	Grup	Frekans	Ortalama (M)	Standart Sapma (SS)	t	p
Cinsiyet	Kadın	185	4,197	0,885	1,103	0,271
	Erkek	218	4,094	0,978		
Medeni Durum	Evli	278	4,166	0,925	0,796	0,426
	Bekâr	125	4,086	0,963		
Turizmde Çalışma Deneyimi	Hayır	187	4,193	0,908	1,018	0,309
	Evet	216	4,097	0,960		
Manavgat'ta DKG Deneyimi	Hayır	102	3,806	1,050	-4,269	0,000
	Evet	301	4,255	0,868		
Manavgat Dışında DKG Deneyimi	Hayır	99	3,927	1,045	-2,645	0,008
	Evet	304	4,211	0,889		
Manavgat'ta Kamp Turizmi Deneyimi	Hayır	271	4,046	0,964	-2,955	0,003
	Evet	132	4,337	0,847		
Manavgat Dışında Kamp Turizmi Deneyimi	Hayır	262	4,062	0,988	-2,333	0,020
	Evet	141	4,289	0,814		

Tabloda, kamp turizmi desteği konusunda bağımsız örneklem t-testi ile elde edilen bulgular incelenmiştir. İlk olarak, cinsiyet değişkenine göre gruplar arasında anlamlı bir fark olmadığı görülmektedir ($t = 1,103$, $p = 0,271$). Bu sonuç, kadınlar ($M = 4,197$, $SS = 0,885$) ve erkekler ($M = 4,094$, $SS = 0,978$) arasında kamp turizmi desteği konusunda istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığını göstermektedir. Bu doğrultuda H1a: Kamp turizmi desteği, katılımcıların cinsiyetine göre değişmektedir hipotezi reddedilmiştir.

Medeni durum açısından da anlamlı bir fark bulunmamaktadır ($t = 0,796$, $p = 0,426$). Evli bireylerin ($M = 4,166$, $SS = 0,925$) ve bekâr bireylerin ($M = 4,086$, $SS = 0,963$) kamp turizmi desteği algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığı görülmektedir. Buna bağlı olarak H1b: Kamp turizmi desteği, katılımcıların medeni durumuna göre değişmektedir hipotezi reddedilmiştir.

Turizmde çalışma deneyimi açısından yapılan analizde de benzer bir sonuç elde edilmiştir ($t = 1,018$, $p = 0,309$). Turizmde çalışma deneyimi olmayanlar ($M = 4,193$, $SS = 0,908$) ile deneyimi olanlar ($M = 4,097$, $SS = 0,960$) arasında anlamlı bir fark tespit edilmemiştir. Buradan hareketle H1c: Kamp turizmi desteği, katılımcıların turizmde çalışma deneyimi olup olmamasına göre değişmektedir hipotezi reddedilmiştir.

Bununla birlikte, Manavgat'ta deniz, kum ve güneş (DKG) tatili deneyimine göre yapılan karşılaştırmada anlamlı bir fark bulunmuştur ($t = -4,269$, $p < 0,001$). DKG tatili deneyimi olanların ($M = 4,255$, $SS = 0,868$) kamp turizmi desteği, deneyimi olmayanlara göre ($M = 3,806$, $SS = 1,050$) daha yüksek bulunmuştur. Dolayısıyla H1d: Kamp turizmi desteği, katılımcıların Manavgat'ta Deniz-Kum-Güneş turizmi kamp deneyimi yaşayıp yaşamamasına göre değişmektedir hipotezi kabul edilmiştir. Benzer şekilde, Manavgat dışında DKG tatili deneyimi olanlar ($M = 4,211$, $SS = 0,889$) ile olmayanlar ($M = 3,927$, $SS = 1,045$) arasında da anlamlı bir fark olduğu tespit edilmiştir ($t = -2,645$, $p = 0,008$). Dolayısıyla H1e: Kamp turizmi algıları Manavgat dışında Deniz-Kum-Güneş turizmi kamp deneyimi yaşayıp yaşamamasına göre değişmektedir hipotezi kabul edilmiştir.

Kamp turizmi deneyimine bakıldığında, Manavgat'ta kamp deneyimi olanların ($M = 4,337$, $SS = 0,847$), deneyimi olmayanlardan ($M = 4,046$, $SS = 0,964$) anlamlı derecede daha fazla kamp turizmi desteği gösterdiği görülmektedir ($t = -2,955$, $p = 0,003$). Buradan hareketle H1f: Kamp turizmi algıları Manavgat'ta kamp turizmi deneyimi yaşayıp yaşamamasına göre değişmektedir hipotezi kabul edilmiştir. Manavgat dışında kamp turizmi deneyimine sahip olanların ($M = 4,289$, $SS = 0,814$) kamp turizmi desteği, deneyimi olmayanlara göre ($M = 4,062$, $SS = 0,988$) anlamlı şekilde daha yüksektir ($t = -2,333$, $p = 0,020$). Dolayısıyla H1g:

Kamp turizmi desteği, katılımcıların Manavgat dışında kamp turizmi deneyimi yaşayıp yaşamamasına göre değişmektedir.

Bu sonuçlar, deniz, kum ve güneş tatili ya da kamp turizmi deneyimi olan bireylerin kamp turizmine daha fazla destek verdiklerini göstermektedir. Diğer taraftan, cinsiyet, medeni durum ve turizmde çalışma deneyimi değişkenleri açısından kamp turizmine verilen destek anlamlı bir farklılık göstermemektedir.

Üç ve daha fazla sayıdaki gruplar arasında kamp turizmi desteği bakımından anlamlı bir fark olup olmadığının ortaya koyulması için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yapılmıştır. Farkın anlamlı olduğu durumlarda, farkın hangi gruplar arasında olduğunun belirlenmesi noktasında Post Hoc testi kullanılmıştır. Bu kapsamda varyanslar eşit olduğunda LSD, olmadığında ise Tamhane's T2 çoklu karşılaştırma seçenekleri dikkate alınmıştır. Bununla birlikte daha geçerli bulgulara ulaşılması amacıyla örneklem sayısı belirgin şekilde az olan gruplar, mümkün olan durumlarda bir önceki ya da bir sonraki gruplarla birleştirilmiştir. Örneğin yaşı 62 ve üzerinde olan katılımcıların sayısı sadece 13'tür (%3,2). 5 gruplu bu değişkende anlamlı ve geçerli karşılaştırmaların yapılabilmesi için ilgili grup bir alt grupla birleştirilmiştir. Bu bilgiler doğrultusunda gerçekleştirilen ANOVA sonucunda elde edilen bulgular aşağıda yer alan tabloda sunulmuştur.

Tablo 3.6. Kamp Turizmi Desteği ANOVA Sonuçları

Değişkenler	Grup	N	Ortalama (M)	Standart Sapma (SS)	F	p	Fark
Yaş	1. 18-28 yaş	48	4,021	0,965	2,475	0,037	2<3,4
	2. 29-39 yaş	164	4,014	1,040			
	3. 40-49 yaş	135	4,256	0,829			
	4. 50 ve üstü	56	4,344	0,778			
Eğitim	1. İlköğretim	45	4,327	0,697	3,260	0,022	2<1
	2. Lise	114	4,019	1,051			
	3. Ön Lisans	45	4,177	0,964			
	4. Lisans ve üstü	199	4,160	0,848			
Gelir	1. 20. 000 TL ve altı	36	3,972	1,111	2,188	0,089	1<3
	2. 20.001–30.000 TL	118	4,144	0,808			
	3. 30.001-40.000 TL	117	4,183	0,968			
	4. 40.001 ve üstü	132	4,151	0,967			

Yukarıdaki tabloda görüldüğü üzere katılımcıların kamp turizmi desteği yaşa göre değişmektedir ($F=2,475$; $p<0,05$). Yapılan Post Hoc testinde söz konusu değişimin 29-39 yaş grubuyla 40-49 ve 50+ yaş grupları arasında olduğu belirlenmiştir. Ortalamalara göre 2 gruptaki katılımcıların kamp turizmi desteği 3 ve 4 grup katılımcılara göre daha fazladır. Ortalamalara bakıldığında 2 grup ile 1 grup ortalamaları birbirine çok yakındır. Bu bağlamda

yaş arttıkça kamp turizmi desteğinin de arttığını söylemek mümkündür. Dolayısıyla geliştiren H1h: Kamp turizmi desteği, katılımcıların yaşlarına göre değişmektedir hipotezi kabul edilmiştir.

Tablodaki bir başka veriye göre, katılımcıların kamp desteği eğitim seviyesine göre değişiklik göstermektedir ($F=3,260$; $p<0,05$). Yapılan Post Hoc testinde, bu değişimin ilköğretim ve lise grubundaki katılımcılar arasında olduğu belirlenmiştir. Ortalamalara göre, lise eğitim düzeyindeki katılımcıların kamp turizmi desteği, ilköğretim grubundaki katılımcılara azdır. Bu bağlamda, eğitim seviyesi arttıkça katılımcıların kamp turizmi desteğinin de artışı sonucu belirsizdir. Geliştirilen H1i: Kamp turizmi desteği, katılımcıların eğitim seviyelerine göre değişmektedir hipotezi kabul edilmiştir.

Tablodaki diğer veriye göre, katılımcıların kamp desteği gelir seviyesine göre değişim göstermektedir ($F=2,188$; $p>0,05$). Yapılan Post Hoc testinde, bu değişimin 20.000 TL ve altı gelir grubundaki katılımcılar ile diğer gruplar arasında olduğu görülmüştür. Buradan hareketle geliştirilen H1j: Kamp turizmi desteği, katılımcıların gelir durumuna göre değişmektedir hipotezi kabul edilmiştir. Ortalamalara göre, 20.000 TL ve altı gelir grubundaki katılımcıların kamp turizmi desteği, diğer gelir gruplarına göre daha düşüktür. Ancak, p değeri 0.089 olarak bulunmuş ve bu sonuç istatistiksel olarak anlamlı bir fark oluşturmaz. Bu nedenle, gelir seviyesinin kamp turizmi desteği üzerindeki etkisi belirsizlik gösterebilir.

Araştırma modelindeki değişkenler arasında öngörülen ilişkinin incelenmesi amacıyla parametrik bir teknik olan Pearson Korelasyon analizi uygulanmıştır. Korelasyon analizi en az iki değişken arasında var olan ilişki hakkında bilgi edinimini sağlayan bir analiz tekniğidir. Analiz sonunda ortaya çıkan korelasyon katsayısına göre değişkenler arasındaki ilişkinin varlığı, gücü ve yönü belirlenebilmektedir. Korelasyon katsayısının anlamlı olması değişkenler arasında bir ilişki olduğunu, artı (+) olması bu ilişkinin pozitif, eksi (-) olması ise negatif olduğunu ortaya koymaktadır. Bununla birlikte korelasyon katsayısı ± 1 'e yaklaştıkça ilişkinin gücü artmaktadır. Bu kapsamda 0.70-1.00 arasında yüksek, 0.70-0.30 arasında orta, 0.30-0.00 arasında ise düşük düzeyde bir ilişki söz konusudur (Kalaycı, 2014; Büyüköztürk, 2018: 31-32). Regresyon analizi aralarında ilişki olduğu tespit edilen iki ya da daha fazla değişkenden birinin bağımlı değişken, diğerlerinin bağımsız değişkenler olarak ayrımı ile aralarında var olan ilişkinin açıklanmasını ifade eder (Büyüköztürk, 2018: 91). Bu kapsamda kesin sınırlamalar olmamakla birlikte 0.50'nin altında korelasyon zayıf, 0.50-0.70 arasında orta ve 0.70 üzeri korelasyon güçlü ilişkiyi göstermektedir. Aşağıda yer alan Tabloda korelasyon analizi sonuçları verilmiştir. Görüldüğü üzere tüm ölçekler arasında pozitif ve

anlamalı bir ilişki bulunmaktadır. En yüksek ilişki kamp turizminin sosyal etkisi ile kamp turizminin çevre etkisi değişkenleri arasında ($r=0,852$) arasında ortaya çıkmıştır.

Kamp turizminin sosyal ve çevresel etkileri arasında yüksek düzeyde pozitif bir ilişki bulunması, bu iki değişkenin birbirini tamamlayıcı nitelikte olduğunu göstermektedir. Yani, kamp turizminin sosyal etkileri arttıkça çevresel etkileri de güçlenmektedir. Bu durum, turizmin toplum üzerindeki sosyal katkılarının aynı zamanda çevre bilinci ve çevreye duyarlılık konusunda da olumlu sonuçlar doğurabileceğini göstermektedir (Pallant, 2020). Sosyal etki, bireylerin toplumsal yapıdaki rollerini ve etkileşimlerini güçlendirirken, çevresel etki de bireylerin doğaya karşı daha duyarlı hale gelmesine katkıda bulunmaktadır. Kamp turizmi özelinde, sosyal açıdan katılımcılara sağlanan faydalar, çevre bilincinin artması ve doğal kaynakların korunmasına yönelik daha fazla çaba gösterilmesi ile sonuçlanabilir. Regresyon analizlerine göre, bu tür pozitif ilişkiler, sürdürülebilir turizm uygulamalarıyla desteklendiğinde daha da pekişmektedir (Büyüköztürk, 2018).

Tablo 3.7. Korelasyon Analizi Sonuçları

	M	S.S.	1	2	3	4	5
1. DKG Algısı	4,141	0,937	1				
2. Kamp Turizm Desteği	4,432	0,796	,566**	1			
3. Sosyal Etki	3,843	0,990	,803**	,444**	1		
4. Çevre Etkisi	3,896	1,024	,676**	,422**	,842**	1	
5. Ekonomik Etki	4,035	0,920	,821**	,491**	,850**	,800**	1

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabloya göre, değişkenler arasında çeşitli düzeylerde pozitif ve anlamlı ilişkiler bulunmaktadır. Deniz, kum ve güneş turizmine verilen destek (DKG Algısı) ile kamp turizmi desteği arasında anlamlı bir ilişki vardır. İlişkinin düzeyinin orta düzeyde bir ilişki olduğu görülmektedir ($r = 0,566$), bu da bu iki tür turizm faaliyeti arasında belirgin bir bağlantı olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla geliştirilen H2: Deniz, kum ve güneş turizmi algısı ile kamp turizmi desteği arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır hipotezi desteklenmektedir.

Sosyal etki ile DKG algısı arasında anlamlı ve yüksek düzeyde bir ilişki ($r = 0,803$) bulunurken, çevre etkisi ile de anlamlı bir pozitif ilişki vardır ($r = 0,676$). DKG algısının ekonomik etki ile olan ilişkisi de anlamlı ve oldukça güçlüdür ($r = 0,821$), bu da deniz, kum, güneş tatiline ait algının ekonomik etkilerle kuvvetli bir bağlantıya sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Buradan hareketle geliştirilen H3: DKG algısı ile Sosyal etki arasında anlamlı

ve pozitif bir ilişki vardır, H4: DKG algısı ile çevre etkisi arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır ve H5: DKG algısı ile ekonomik etki arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır hipotezi kabul edilmiştir. Çevre etkisi ile DKG algısı arasındaki ilişki de anlamlı olarak tespit edilmiştir. Dolayısıyla H6: DKG algısı ile çevre etkisi arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır hipotezi kabul edilmiştir. Buradaki ilişkinin düzeyinin diğer etki türlerine göre daha zayıf olduğu görülmektedir ($r = 0,392$), bu da çevreye duyarlılık ile DKG algısı arasındaki ilişkinin görece düşük olduğunu göstermektedir.

Kamp turizmi desteği ile sosyal etki, çevre etkisi ve ekonomik etki arasında anlamlı ve orta düzeyde pozitif ilişkiler bulunmuştur. Kamp turizmi ile sosyal etkiler arasındaki ilişki ($r = 0,444$) pozitif ve anlamlı olmakla birlikte, çevre etkisi ile kamp turizmi arasındaki ilişki daha düşüktür ($r = 0,426$), bu da çevre etkisinin kamp turizmi destekleyicileri arasında daha az önemli bir faktör olabileceğini düşündürmektedir. Kamp turizmi desteği ile etkileri arasında gerçekleşen anlamlı ilişki dolayısıyla geliştirilen H7: Kamp turizmi desteği ile sosyal etki arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır, H8: Kamp turizmi desteği ile çevre etkisi arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır, H9: Kamp turizmi desteği ile ekonomik etki arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır ve H10: Kamp turizmi desteği ile çevre etkisi arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır hipotezi kabul edilmiştir.

Sosyal etki, çevresel ve ekonomik etkilerle çok güçlü ilişkilere sahiptir. Sosyal etkilerin çevre etkisi ile olan ilişkisi ($r = 0,852$) oldukça yüksektir, bu da sosyal etkilerdeki artışın çevresel etkileri de büyük ölçüde artırdığını ortaya koymaktadır. Ekonomik etki ile de güçlü bir pozitif ilişki ($r = 0,850$) söz konusudur, bu da sosyal etkilerin ekonomik katkılarla yakın bir ilişki içinde olduğunu göstermektedir. Çevre etkisi ise diğer değişkenlerle genel olarak daha düşük düzeyde ilişkilidir. Kamp turizmi ve çevre etkisi arasındaki ilişki anlamlı olmakla birlikte, bu ilişkinin görece zayıf olduğu gözlemlenmiştir.

Araştırmada bağımsız değişkenlerinin (DKG algısı, kamp turizminin sosyal etkisi, kamp turizminin çevre etkisi, kamp turizminin ekonomik etkisi) bağımlı değişken olan kamp turizmi üzerinde etkisinin belirlenmesi için çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Regresyon analizi iki ya da daha çok değişken arasındaki neden-sonuç ilişkisini belirlemeyi amaçlamaktadır. Bu kapsamda temel olarak kullanılan doğrusal regresyon, basit ve çoklu olmak üzere iki şekilde uygulanmaktadır. Basit doğrusal regresyonda sadece bir bağımlı ve bir bağımsız değişken yer alırken, çoklu doğrusal regresyon modelinde birden fazla bağımlı değişken söz konusudur (Büyüköztürk, 2018). Bu açıklamalar doğrultusunda değişkenler arasındaki ilişkinin yönü ve gücünün belirlenmesi için çoklu doğrusal regresyon analizi kullanılmıştır. Regresyon analizinin geçerli olabilmesi için modelin anlamlı olması ve

değişkenler arasında otokorelasyon bulunmaması gerekir. Modelde otokorelasyon olup olmadığının belirlenmesi için Durbin – Watson (D-W) istatistik değerlerine bakılmalıdır. Bu değer 1,5-2,5 arasında olması otokorelasyon olmadığını göstermektedir (Kalaycı, 2014). Ayrıca güçlü ve güvenilir bir regresyon modeli için çoklu bağımlılık ya da çoklu bağlantı durumu analiz edilmelidir. Bunun için tolerans ve varyans etkileme faktörüne (VIF) bakılabilir (Akman, Özkan ve Eriş, 2008). Düşük tolerans ve yüksek VIF değerleri bağımsız değişkenler arasında çoklu bağlantı sorunu olduğuna işaret etmektedir (Kalaycı, 2014). Bu kapsamda tolerans değerinin 0,10'dan büyük, VIF değerinin ise 10'un altında olması gerekmektedir (Pallant, 2020: 156). Araştırma hipotezleri kapsamında yapılan regresyon analizleri sonuçları aşağıdaki yer alan tabloda gösterilmektedir. Buna göre analiz sonuçları, modelin genel anlamlılığını değerlendiren F testinin anlamlı olduğunu ($F=244,045$, $p<0,001$) ve bağımsız değişkenlerin kamp turizmi desteği üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Ayrıca, Durbin-Watson istatistik değeri ($D-W=1,985$), modelde otokorelasyonun bulunmadığını işaret etmektedir, bu da modelin varsayımlarının sağlandığını ortaya koymaktadır (Kalaycı, 2014). Regresyon modeli, bağımsız değişkenlerin kamp turizmi desteği üzerindeki varyansın %75,2'sini açıkladığını (Düzeltilmiş $R^2=0,752$) göstermektedir. Bu bulgular, modelin güçlü bir açıklayıcılık kapasitesine sahip olduğunu ortaya koymaktadır.

Bağımsız değişkenlerin kamp turizmi desteği üzerindeki etkileri ve çoklu bağlantı istatistikleri daha derinlemesine bir değerlendirme ile modelin anlaşılmasına katkı sunmaktadır.

Tablo 3.8. Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları

Değişkenler	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Katsayılar	t-değeri	Anlam Düzeyi	Çoklu Bağlantı İstatistikleri	
	β	Standart Hata	B			Tolerance	VIF
Sabit	0,096	0,139		0,693	0,489		
DKG Turizm Algısı	0,242	0,034	0,205	7,186	0,000	0,756	1,323
Sosyal Etki	0,452	0,053	0,478	8,480	0,000	0,194	5,142
Çevre Etkisi	-0,174	0,045	-0,191	-3,860	0,000	0,253	3,950
Ekonomik Etki	0,475	0,051	0,466	9,259	0,000	0,244	4,104

Bağımlı Değişken: Kamp Turizmi Desteği
R: 0,868; R²: 0,754; Düzeltilmiş R²: 0,752; D-W: 1,985; F:244,045; p<0,001

Tablo incelendiğinde, oluşturulan modelin anlamlı ve güçlü bir model olduğu görülmektedir ($F=244,045$; $p<0,001$). R^2 değeri 0,754, bağımsız değişkenlerin kamp turizmi desteği üzerindeki %75,4'lük bir varyansı açıkladığını göstermektedir. Modelin düzeltilmiş R^2 değeri (0,752), genellenebilirlik açısından yüksek bir güvenilirliğe işaret etmektedir. Durbin-Watson istatistiği ($D-W=1,985$) ise otokorelasyon bulunmadığını ve modelin tahmin gücünün güvenilir olduğunu ortaya koymaktadır.

Deniz-kum-güneş turizmi algısının kamp turizmi desteği üzerindeki etkisi pozitif ve anlamlıdır ($\beta=0,242$; $p<0,001$). Bu değişkenin beta katsayısı, etkisinin diğer değişkenlere göre daha düşük olduğunu göstermektedir. Tolerans değeri 0,756 ve VIF değeri 1,323, çoklu bağlantı sorunu bulunmadığını ortaya koymaktadır.

Kamp turizminin sosyal etkisi ise bağımsız değişkenler arasında kamp turizmi desteği üzerinde en güçlü ikinci pozitif etkiye sahiptir ($\beta=0,452$; $p<0,001$). Kamp turizminin sosyal boyutu, katılımcılar tarafından önemli görülmekte ve bu durum desteği artırmaktadır. VIF değeri 5,142 olup, bu değişkenin modelde diğer değişkenlerle ilişkili olduğunu, ancak çoklu bağlantı sorununa neden olmadığını göstermektedir.

En güçlü pozitif etkiye sahip olan değişken kamp turizminin ekonomik etkisidir ($\beta=0,475$; $p<0,001$). Katılımcılar kamp turizminin ekonomik faydalarını fark ettikçe, desteğin anlamlı bir şekilde arttığı tespit edilmiştir. Ekonomik etkinin bu kadar yüksek bir beta katsayısına sahip olması, kamp turizmi desteğinde en etkili faktör olduğunu göstermektedir. VIF değeri (4,104) ile çoklu bağlantı sorunu görülmemektedir.

Kamp turizminin çevresel etkisi ise negatif ve anlamlı bir etkiye sahiptir ($\beta=-0,174$; $p<0,001$). Çevreye duyarlı katılımcılar, kamp turizminin çevresel etkilerinin artmasıyla desteğini azaltmaktadır. VIF değeri 3,950 olup, bu değişkenin modeldeki diğer bağımsız değişkenlerle ilişki içinde olduğu, ancak çoklu bağlantı problemi yaratmadığı saptanmıştır.

Modelde yer alan tüm bağımsız değişkenler kamp turizmi desteği üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir. Ekonomik ve sosyal etkiler desteği pozitif yönde artırırken, çevresel etkiler desteği azaltmaktadır.

Tablo 3.9. Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları

Değişkenler	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Katsayılar	t-değeri	Anlam Düzeyi	Çoklu Bağlantı İstatistikleri	
	B	Standart Hata	B			Tolerance	VIF
Sabit	2,700	0,157		17,227	0,000		
Sosyal Etki	0,049	0,079	0,061	0,620	0,536	0,195	5,137
Çevre Etkisi	0,042	0,067	0,054	0,621	0,535	0,253	3,946
Ekonomik Etki	0,342	0,074	0,396	4,607	0,000	0,257	3,897
Bağımlı Değişken: DKG Turizmi Algısı R: 0,494; R ² : 0,244; Düzeltilmiş R ² : 0,238; D-W: 2,098; F:42,951; p<0,001							

Yukarıdaki tablo, bağımlı değişken olan deniz-kum-güneş (DKG) turizmi algısını yordamada sosyal etki, çevre etkisi ve ekonomik etki değişkenlerinin katkısını incelemektedir. Çoklu regresyon analizi sonuçları, modelin açıklayıcılığını ve bağımsız değişkenlerin DKG turizmi algısı üzerindeki etkisini ortaya koymaktadır. Modelin genel uyum istatistikleri değerlendirildiğinde, regresyon modelinin DKG turizmi algısının varyansının %24'ünü açıkladığı ($R^2 = 0,244$) ve düzeltilmiş R^2 değerinin %24 olduğu görülmektedir. Modelin anlamlılığı F değeri ($F = 42,951$, $p < 0,001$) ile desteklenmekte olup, bu durum modelin genel olarak anlamlı olduğunu göstermektedir. Durbin-Watson (D-W) istatistiği 2,098 olarak hesaplanmış ve bağımlılığın kabul edilebilir bir düzeyde olmadığını işaret etmektedir.

Ekonomik etki değişkeni, DKG turizmi algısını anlamlı bir şekilde açıklayan tek değişken olarak öne çıkmaktadır ($\beta = 0,342$, $t = 4,607$, $p < 0,001$). Standardize edilmiş katsayı değeri ($\beta = 0,396$), ekonomik etkinin DKG turizmi algısı üzerinde en yüksek etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Bu bulgu, ekonomik katkıların DKG turizmi algısı üzerinde önemli bir role sahip olduğunu ifade eder. Buna karşın, sosyal etki ($\beta = 0,049$, $t = 0,620$, $p = 0,536$) ve çevre etkisi ($\beta = 0,042$, $t = 0,621$, $p = 0,535$) değişkenlerinin anlamlı bulunmadığı görülmektedir. Bu sonuç, bu iki değişkenin DKG turizmi algısı üzerinde belirgin bir etkisinin olmadığını göstermektedir.

Çoklu bağlantı istatistikleri değerlendirildiğinde, tolerans ve VIF (Variance Inflation Factor) değerlerinin çoklu bağlantı probleminin olmadığını gösterdiği anlaşılmaktadır. Sosyal etki ($VIF = 5,137$) ve çevre etkisi ($VIF = 3,946$) değişkenlerinin VIF değerleri nispeten yüksek olmakla birlikte kabul edilebilir düzeydedir. Genel olarak bu sonuçlar, ekonomik

etkinin DKG turizmi algısını güçlü bir şekilde etkilediğini, sosyal ve çevresel etkilerin ise bu tutum üzerinde anlamlı bir etkisinin bulunmadığını göstermektedir. Bu bağlamda, turizm işletmeleri ve politika yapıcılar için bu bulgu, DKG turizmi algısının ekonomik yönünü güçlendirme üzerine odaklanmanın önemini vurgulamaktadır.

Tablo 3.10. Hipotez Testi Sonuçları

Hipotezler	Etkiler	B	p	Sonuç
H2	DKG → KTD	0,242	0,000	Kabul
H3	SE → KTD	0,452	0,000	Kabul
H4	ÇE → KTD	-0,174	0,000	Kabul
H5	EE → KTD	0,475	0,000	Kabul
H6	SE → DKG	0,049	0,536	Desteklenmedi
H7	ÇE → DKG	0,042	0,535	Desteklenmedi
H8	EE → DKG	0,342	0,000	Kabul

*DKG=Deniz-Kum-Güneş Turizmi Algısı; KTD=Kamp Turizmi Desteği; SE=Kamp Turizmi Sosyal Etkisi ÇE=Kamp Turizmi Çevre Etkisi; EE=Kamp Turizmi Ekonomik Etkisi.

Tablo 3.10, hipotez testi sonuçlarını ve deniz-kum-güneş (DKG) turizmi algısı ile kamp turizmi desteği (KTD) arasındaki ilişkileri açıklamaktadır. Analiz sonuçlarına göre, H2 hipotezi, DKG turizmi algısının kamp turizmi desteği üzerinde anlamlı bir pozitif etkiye sahip olduğunu göstermekte ve hipotez kabul edilmektedir ($\beta = 0,242$, $p = 0,000$). H3 hipotezi, kamp turizminin sosyal etkilerinin kamp turizmi desteğini pozitif yönde etkilediğini ortaya koymakta ve bu hipotez de desteklenmektedir ($\beta = 0,452$, $p = 0,000$). Aynı şekilde, H4 hipotezi, kamp turizmi çevre etkilerinin kamp turizmi desteği üzerinde negatif bir etkiye sahip olduğunu göstermekte ve kabul edilmektedir ($\beta = -0,174$, $p = 0,000$). H5 hipotezinde ise, kamp turizmi ekonomik etkilerinin kamp turizmi desteğini anlamlı bir şekilde pozitif etkilediği saptanmıştır ($\beta = 0,475$, $p = 0,000$).

Öte yandan, DKG turizmi algısı ile kamp turizmi destekleyici etkiler arasındaki ilişkileri değerlendiren hipotezler incelendiğinde, H6 hipotezi kamp turizminin sosyal etkilerinin DKG turizmi algısı üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığını göstermektedir ($\beta = 0,049$, $p = 0,536$) ve bu hipotez reddedilmektedir. Benzer şekilde, H7 hipotezi de kamp

turizminin çevre etkilerinin DKG turizmi algısı üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığını ortaya koymakta ($\beta = 0,042$, $p = 0,535$) ve reddedilmektedir. Ancak, H8 hipotezi doğrultusunda, kamp turizmi ekonomik etkilerinin DKG turizmi algısını pozitif yönde anlamlı bir şekilde etkilediği gözlemlenmiştir ($\beta = 0,342$, $p = 0,000$) ve bu hipotez kabul edilmektedir.

Genel olarak, analiz sonuçları, DKG turizmi algısının ve kamp turizminin ekonomik etkilerinin kamp turizmi desteğine olan etkisinin güçlü olduğunu göstermektedir. Bu bağlamda, kamp turizmi faaliyetlerini desteklemede ekonomik etkilerin belirleyici olduğu anlaşılmakta, çevresel etkilerin ise negatif bir etki yarattığı gözlenmektedir.



SONUÇ

Kamp turizmi, bireylerin doğayla iç içe, daha sade ve çevre dostu bir tatil deneyimi yaşamasına olanak tanıyan önemli bir turizm türüdür. Son yıllarda doğaya yönelik ilginin artması ve pandeminin etkisiyle popülerliği yeniden yükselen kamp turizmi, özellikle yoğun turizm destinasyonları için alternatif ve sürdürülebilir bir seçenek olarak öne çıkmaktadır. Bu bağlamda, çalışmada yerel halkın kamp turizmi desteğinin incelenmesi, bu turizm türünün bölgesel düzeyde gelişimi için kritik bir öneme sahiptir. Bölge halkının desteği, kamp turizminin sosyal kabulü, ekonomik katkıları ve sürdürülebilirliği açısından belirleyici bir rol oynamaktadır.

Manavgat gibi 3S (deniz-kum-güneş) turizminin merkezi olan bir destinasyonda böyle bir çalışmanın yapılması, turizm çeşitliliği ve sürdürülebilir kalkınma açısından önem taşımaktadır. Deniz-kum-güneş turizmi, genellikle yoğun dönemlerde yüksek çevresel baskılar ve sosyal yoğunluklar yaratabilmektedir. Kamp turizmi ise bu baskıları azaltan ve turizmi yılın farklı dönemlerine yayabilen bir alternatif sunmaktadır. Bu nedenle, deniz-kum-güneş turizmi deneyimine sahip bireylerin kamp turizmini desteklemesi, turizmin bölge halkına sunduğu faydaları artırırken, aynı zamanda bölgenin doğal kaynaklarını koruma ve turizmden doğan çevresel etkileri azaltma noktasında fırsatlar yaratmaktadır.

Araştırmanın temel amacı, bölge halkının kamp turizmi desteğinin hangi etmenlere bağlı olarak değiştiğini ve kamp turizmine yönelik destek üzerinde 3S turizm algısının yanı sıra kamp turizminin sosyal, ekonomik ve çevresel etkilerinin nasıl bir rol oynadığını ortaya koymaktır. Araştırma sonuçları, kamp turizmi desteğinin bölge halkının demografik özellikleri ve turizm deneyimlerine göre farklılık gösterdiğini ortaya koymaktadır. Özellikle, deniz-kum-güneş turizmi deneyimine sahip olanlar ile kamp turizmi deneyimi bulunan bireylerin kamp turizmine daha fazla destek verdiği tespit edilmiştir. Bu durum, mevcut turizm deneyimlerinin, bireylerin yeni bir turizm türüne yaklaşımını şekillendirdiğini göstermektedir. Deniz-kum-güneş turizmi deneyimi olan bireyler, kamp turizmini alternatif ve tamamlayıcı bir seçenek olarak görürken, kamp turizmi deneyimi bulunanların bu alandaki olumlu algıları, desteklerini artırmaktadır.

Yapılan çalışmada kamp turizmi desteği üzerinde etkili olan faktörlerin incelenmesi amacıyla çoklu doğrusal regresyon analizi gerçekleştirilmiş ve elde edilen bulgular, modelin güçlü bir açıklayıcı güce sahip olduğunu ortaya koymuştur. Regresyon modelinin R^2 değeri 0,754 olarak hesaplanmış, bu da bağımsız değişkenlerin kamp turizmi desteği üzerindeki varyansın %75,4'ünü açıkladığını göstermektedir. Ayrıca, modelin düzeltilmiş R^2 değeri 0,752

olup, bu sonuç modelin genellenebilirliğinin yüksek olduğunu işaret etmektedir. Durbin-Watson istatistiği ($D-W=1,985$) ise modelin otokorelasyon içermediğini ve varsayımlarının yerine getirildiğini göstermektedir (Kalaycı, 2014).

Analiz sonuçlarına göre, kamp turizmi desteği üzerinde en güçlü pozitif etkiye sahip olan değişkenin kamp turizminin ekonomik etkisi olduğu belirlenmiştir. Ekonomik etki değişkeninin ($\beta=0,475$; $p<0,001$) anlamlı ve güçlü bir etki gösterdiği ortaya çıkmıştır. Bu durum, katılımcıların kamp turizminin ekonomik faydalarını önemli bulduğunu ve bu faydaların desteği artırdığını göstermektedir. Literatürde de ekonomik faktörlerin turizm faaliyetlerine yönelik tutumları etkileyen temel unsurlardan biri olduğu vurgulanmaktadır (Bahar & Kozak, 2019; Gössling & Peeters, 2015). Özellikle, yerel ekonomiye olan katkının, kamp turizmi gibi sürdürülebilir turizm türlerinde desteği güçlendirdiği tespit edilmiştir. Ekonomik kalkınma ve gelir yaratma potansiyelinin, turizmin yerel toplumlar tarafından desteklenmesinde önemli bir rol oynadığı görülmektedir. Turizm, yerel istihdamı artırmakta, ticaretin canlanmasına yardımcı olmakta ve yerel işletmelere ekonomik canlılık kazandırmaktadır (Huang vd., 2021).

Kamp turizminin sosyal etkileri, kamp turizmi desteği üzerinde ikinci en güçlü pozitif etkiyi sağlamıştır ($\beta=0,452$; $p<0,001$). Sosyal etkilerin bireylerin turizme yönelik tutumlarını olumlu yönde etkilediği bulgusu, sosyal etkileşimlerin ve toplumsal katkıların kamp turizmi desteği üzerinde güçlü bir etkisi olduğunu göstermektedir (Pearce & Moscardo, 2018). Sosyal etkiler, bireylerin toplumsal yapıdaki rollerini ve etkileşimlerini güçlendirmekte, böylece turizme yönelik desteklerini artırmaktadır. Özellikle, kamp turizmi faaliyetlerinin yerel toplumların sosyal sermayesini artırdığı, bireyler arasında dayanışma ve iş birliği duygusunu pekiştirdiği gözlemlenmektedir (Kunjuraman, 2022). Katılımcılar arasındaki etkileşimi artıran kamp turizmi, topluluklara katkı sağlamakta ve sosyal etkilerin olumlu algılanmasına zemin hazırlamaktadır. Bu bulgular, kamp turizminin sadece ekonomik değil, aynı zamanda sosyal bir boyutunun da olduğunu ve toplumsal yapıyı güçlendirme potansiyelini barındırdığını göstermektedir.

Deniz-kum-güneş turizmi algısının da kamp turizmi desteği üzerinde pozitif ve anlamlı bir etki gösterdiği ($\beta=0,242$; $p<0,001$) belirlenmiştir. Bu bulgu, deniz-kum-güneş tatili deneyimlerinin kamp turizmi desteğini artırdığını ve literatürde turizm türleri arasında geçişkenlik olduğuna dair bulgularla uyumlu bir sonuç sunduğunu göstermektedir (Cohen & Cohen, 2019). Katılımcıların deniz-kum-güneş tatili deneyimlerinden elde ettikleri olumlu tutumlar, kamp turizmine yönelik pozitif algıların oluşmasına katkı sağlamaktadır. Bu durum, farklı turizm türlerinin birbirleriyle olan etkileşimlerinin, turizm desteği üzerindeki etkilerini

anlamada önemli bir faktör olduğunu vurgulamaktadır. Özellikle, deniz-kum-güneş turizmi ile kamp turizmi arasındaki ilişki, turizm endüstrisinin çeşitlendirilmesine ve alternatif turizm biçimlerinin desteklenmesine yönelik önemli bir fırsat sunmaktadır.

Öte yandan, kamp turizminin çevresel etkileri, kamp turizmi desteği üzerinde negatif ve anlamlı bir etki yaratmıştır ($\beta=-0,174$; $p<0,001$). Bu bulgu, çevresel etkilerin kamp turizmine olan desteği azalttığını göstermektedir. Çevresel etkilerin olumsuz algılanması, katılımcıların kamp turizmine yönelik tutumlarını negatif yönde etkilemiştir. Literatürde, turizm faaliyetlerinin çevresel sürdürülebilirlik ile ilişkilendirilmesinin destekleyici bir faktör olduğu, ancak çevreye zarar veren turizm faaliyetlerinin bu desteği azalttığı vurgulanmaktadır (Hall, 2016). Çevreye duyarlı bireylerin, kamp turizminin çevresel etkilerini olumsuz bulması, kamp turizmine olan desteklerini azaltmalarına neden olmaktadır. Bu bağlamda, araştırmalar, çevresel sürdürülebilirlik konularında farkındalığın artırılması için bireylerin eğitilmesinin önemini vurgulamaktadır (Gössling, 2020). Ayrıca, çevre bilincinin artırılması için eğitim programları ve yerel halkın katılımı ile gerçekleştirilen etkinlikler düzenlenmesi önerilmektedir.

Bu çalışmanın önemli bulgularından biri kamp turizmi ile deniz-kum-güneş turizmi arasındaki ilişkiyi inceleyen az sayıdaki çalışmalardan biri olmasıdır. Elde edilen sonuçlar, kamp turizminin deniz-kum-güneş turizminin alternatifi değil, destekleyicisi olduğunu ortaya koymaktadır. Kamp turizmi, özünde çevre ile etkileşim halinde olan başlıca turizm türlerinden biri olup, bölgede gelişmesi, çevrenin korunmasına, çevre bilincinin artmasına ve sürdürülebilir turizm hedeflerine destek olmaktadır. Covid-19 sürecinin ardından çevresel, doğayla iç içe ve nispeten münferit katılımlı bir turizm türü olarak kamp turizminin önemi daha da belirginleşmiştir. Bununla birlikte, deniz-kum-güneş turizminin kitlesel bir turizm türü olarak olumsuzluklarının artmaya başladığı ve aşırı turizm etkisi yaratabileceği gerçeği, bölgenin kamp turizmi gibi farklı ve destekleyici turizm türleriyle desteklenmesinin sürdürülebilirlik açısından önemli olduğunu göstermektedir.

Gelecek çalışmalar için öneriler arasında şunlar yer almaktadır: İlk olarak, bölgede kamp turizmine katılanlar üzerinde daha ayrıntılı araştırmalar yapılabilir. Bu tür çalışmalar, katılımcıların kamp turizmi, yerel halk desteği veya deniz-kum-güneş turizmi konusundaki algı ve tutumlarını derinlemesine inceleyerek, sektörel stratejilerin geliştirilmesine katkı sağlayabilir. İkinci olarak, kamp turizminin çevresel etkilerinin uzun dönemli analizleri gerçekleştirilebilir. Bu analizler, çevresel sürdürülebilirlik uygulamalarının etkinliğini değerlendirmeye yardımcı olacak ve kamp turizminin çevre üzerindeki olumlu katkılarını daha iyi anlaşılmasına olanak tanıyacaktır. Üçüncü olarak, kampanyaların düzenlenmesi ve bu

kampanyaların etkilerinin incelenmesi önerilmektedir. Bu kampanyalar, toplulukların kamp turizmine olan desteğini artırmaya yönelik farkındalık yaratacak ve yerel halkın turizmden elde edeceği faydaları ön plana çıkaracaktır.

Her araştırma gibi yapılan araştırmanın da sınırlılıklar çerçevesinde değerlendirilmesi gerekmektedir. Bu araştırmanın en önemli sınırlılığı kapsamının belirli bir coğrafi bölge ve bu bölgede yaşayan yerel halkla sınırlı olmasıdır. Bu nedenle bulguların genellenebilirliği, yalnızca bölgeye özgü koşullara sahip destinasyonlarla mümkündür. Ayrıca, araştırmada yalnızca yerleşiklerin ve yerel halkın kamp turizmi desteğine odaklanılmıştır. Dolayısıyla turizm çalışanları, turistler veya turizm öğrencileri gibi diğer önemli paydaşların görüşleri tam ve açık bir şekilde yansıtılmamıştır. Bunun yanı sıra araştırmada kullanılan anket yöntemi, katılımcıların subjektif görüşlerine dayalı olduğu için, yanıtların doğruluğu ve güvenilirliği üzerinde bazı belirsizlikler olabilmektedir. Son olarak araştırmada kamp turizminin sosyal, ekonomik ve çevresel etkileri genel bir çerçevede ele almıştır. Bu etkilerin derinlemesine ve niceliksel olarak ölçülmesinin oldukça zorlayıcı ve zaman alıcı olabileceği unutulmamalıdır.

KAYNAKÇA

- Akça, H., Saygılı, M. ve Esengün, K. (2004). “Türkiye’de Kırsal Kalkındırılma Modelleri Arayışında Kırsal Turizm Yaklaşımı Önerisi”. *Kooperatifçilik Dergisi*, Sayı:145: 28-40.
- Akpur, A., ve Zengin, B. (2019). “İznik Gölü ile Çevresinin Kamp ve Karavan Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi”. *Turar Turizm ve Araştırma Dergisi*, 8(2): 4-20.
- Aksöz, E. O., Önem, B., ve Aydın, B. (2020). “Kamp Deneyimi Yaşayan Bireylerin Glamping’e İlişkin Algılarının Belirlenmesi”. *Gastroia: Journal of Gastronomy And Travel Research*, 4(2): 185-196.
- Albayrak, A. (2013). *Alternatif Turizm*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Alipour, H., Olya, H. G. T., Maleki, P., ve Dalir, S. (2020). “Behavioral Responses of 3S Tourism Visitors: Evidence from a Mediterranean Island Destination”. *Tourism Management Perspectives*, 33, 100624: 1-10.
- Alkan, Ö. (2021). “Camp and Caravan Tourism”. Krystev V., Uğuz S.Ç., Efe R. Ve Kapluhan E. (Ed.), *Tourism Studies and Social Sciences*, St. Kliment Ohridski University Press, Sofya, 239-253.
- Altan, Z. B. (2007). *Belgesel Film Çekim Ekibi İçin Tasarlanan Minimum Ölçekte Mobil Mekân Araştırma ve İncelemesi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, İstanbul.
- Altay, T. ve Aydın, F. (2020). “Yerel Halkın Turizme Yaklaşımı: Safranbolu Örneği”. *Türk Coğrafya Dergisi*, (75): 81-94.
- Anderson, W. (2010). “Determinants of All-Inclusive Travel Expenditure”. *Tourism Review*, 65(3): 4-18.
- Ata, B. (2022). *Kamp ve Karavan Turizmi Kapsamında Ankara İlinin Değerlendirilmesi*. Yüksek Lisans Tezi. Hacı Bayram Veli Üniversitesi. Ankara.
- Avcıkurt, C. ve Güdü Demirpulat, Ö. (2016). “Tourist Guides' Attitude Towards Sustainable Tourism”. *Journal of Tourism Theory and Research*, 2 (2): 173-191.
- Bahar, O. ve Kozak, M. (2019). “Economic Impacts of Tourism on Local Communities: A Review”. *Tourism Management*, 73: 158-166.
- Başarangel, İ., ve Öztürk, H. (2019). “Kamp Alanlarının Hizmet Kalitesi Bileşenlerinin Sadakat Değişkeni Üzerine Etkisi: Gökçetepe Tabiat Parkı Örneği”. *Journal of International Social Research*, 12(66): 1013-1022.

- Baum, T. (1995). *Managing Human Resources in the European Tourism and Hospitality Industry: A Strategic Approach*. Chapman & Hall, İngiltere.
- Baum, T. (2006). *Human Resource Management for Tourism, Hospitality and Leisure: An International Perspective*. Thomson Learning, Kanada.
- Baum, T. (2007). "Human Resources in Tourism: Still Waiting for Change". *Tourism Management*, 28(6): 1383-1399.
- Baum, T., ve Hagen, L. (1999). "Responses to Seasonality: The Experiences of Peripheral Destinations". *International Journal of Tourism Research*, 1(5): 299-312.
- Beşikçi, T. ve Dinç, S. C. (2022). "Macera Rekreasyonunda Heyecan Arayışı ve Serbest Zaman Doyumu Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Çok Hafif Hava Araçları Pilot Örneği". *CBÜ Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 17(2): 289-309.
- Bilim, Y., ve Özer, Ö. (2021). "No "Over", Yes "Minimal"! Camp and Caravan Tourism". *Anais Brasileiros de Estudos Turísticos*. 11: 1-13.
- Bonifacic, J., Milohnic, I., ve Cerovic, Z. (2017). "Glamping—Creative Accommodation in Camping Resorts: Insights and Opportunities". *Tourism in Southern and Eastern Europe*. 4: 101-114.
- Bramwell, B. (2004). *Coastal Mass Tourism: Diversification and Sustainable Development in Southern Europe*. Channel View Publications, İngiltere.
- Bramwell, B., & Lane, B. (2013). "Getting from Here to There: Systems Change, Behaviour Change and Sustainable Tourism". *Journal of Sustainable Tourism*, 21(1): 1-4.
- Brochado, A. and Brochado, F. (2019). "What makes a glamping experience great?". *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 10 (1): 15-27.
- Brochado, A., ve Pereira, C. (2017). "Comfortable Experiences in Nature Accommodation: Perceived Service Quality in Glamping". *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 17: 77-83.
- Brooker, E., ve Joppe, M. (2013). "Trends in Camping and Outdoor Hospitality—An International Review". *Journal of outdoor Recreation and Tourism*, 3: 1-6.
- Buckley, R. (2006). *Adventure Tourism*. CABI, İngiltere.
- Buckley, R. (2009). *Ecotourism: Principles and Practices*. CABI, İngiltere.
- Buckley, R. (2011). *Adventure tourism management*. Routledge, İngiltere.
- Buckley, R. (2012). "Sustainable Tourism: Research and Reality". *Annals of Tourism Research*, 39(2): 528-546.
- Buhalis, D. (2000). "Marketing the Competitive Destination of the Future". *Tourism Management*, 21(1): 97-116.

- Buhalis, D., ve Law, R. (2008). "Progress in Information Technology and Tourism Management: 20 Years on and 10 Years After the Internet—The State of Tourism Research". *Tourism Management*, 29(4): 609-623.
- Bulut, T. (2007). "Cumhuriyet'in Bir Gençlik Projesi Olarak Kızılay Kampları (1936- 1950)". *Çağdaş Türkiye Tarihi Araştırmaları Dergisi*, 6(14): 103-135.
- Butler, R. W. (1991). "Tourism, Environment and Sustainable Development". *Environmental Conservation*, 18(3): 201-209.
- Buzlukçu, C. ve Şahin, N. N. (2021). "Camp and Caravan Tourism". Krystev V., Uğuz S.Ç., Efe R. Ve Kapluhan E. (Ed.), *Tourism Studies and Social Sciences*, St. Kliment Ohridski University Press, Sofya, 50-74.
- Bükey, A. (2020). "Bozcaada Destinasyonu 3S Turizm Ziyaretçilerinin Davranışsal Niyetlerinin İncelenmesi". *Herkes için Spor ve Rekreasyon Dergisi*, 2(2): 101-108.
- Büyüköztürk, Ş. (2018). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı: İstatistik, Araştırma Deseni, SPSS Uygulamaları ve Yorum*. Pegem Yayıncılık, Ankara.
- Chen, A.H. ve Peng, N. (2016). "Examining Chinese Tourists' Nature-Based Tourism Participantion Behavior: Incorporating Environmental Concern into a Constraint Negotiation Model". *Tourism Analysis*, 21(2-3): 189-202.
- Chen, J., Huang, Y., Wu, E. Q., Ip, R. ve Wang, K. (2023). "How Does Rural Tourism Experience Affect Green Consumption in Terms of Memorable Rural-based Tourism Experiences, Connectedness to Nature and Environmental Awareness?". *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 54: 166-177.
- Cohen, E. (1988). "Authenticity and Commoditization in Tourism". *Annals of Tourism Research*, 15(3): 371-386.
- Cohen, E., ve Cohen, S. A. (2019). "New Directions in the Dociology of Tourism". *Current Issues in Tourism*, 22(3): 298-310.
- Connell, J. (2006). "Medical Tourism: Sea, Sun, Sand and Surgery". *Tourism Management*, 27(6): 1093-1100.
- Cooper, P., ve Cooper, M. (2009). *Health and Wellness Tourism: Spas and Hot Springs*. Channel View Publications, İngiltere.
- Counts, D. R., ve Counts, D. A. (2001). *Over the Next Hill: An Ethnography of RVing Seniors in North America, Second Edition*. University of Toronto Press, Kanada.
- Çelik, N., Bahar, O. ve Tatar, S. (2017). "Kırsal Kalkınmada Glamping Turizmin Rolü: Club Amazon Bördübet Örneği". *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10 (51): 1282-1287.

- Derman E. (2015). *Manavgat Destinasyon Yönetimi ve Markalaştırmasında Doğa Sporları ve Su Sporlarının Rolü: Kano Sporü Örneği*. Doktora Tezi. Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Doğantan, E. (2014). *Frigya Bölgesine Alternatif Konaklama Tesisi Önerisi: Karavancılık*. Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Dwyer, L., ve Kim, C. (2003). "Destination Competitiveness: Determinants and Indicators". *Current Issues in Tourism*, 6(5): 369-414.
- Ergüven, M. H., Yılmaz, A. ve Kutlu, D. (2015). "Turistik Ürün Çeşitlendirme Bağlamında Hib-Rit Turizm: Glamping Örneği". *The Journal of Academic Social Science Studies*, 11(41): 255-265.
- Ewert, A. W. (1994). "Playing the Edge: Motivation and Risk Taking in a High-Altitude Wilderness Like Environment". *Environment and Behavior*, 26(1): 3-24.
- Eryılmaz, B. (2020). "Turisti Tanımak: Yerli Turist Profili Üzerine Bir Araştırma". *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(3): 2327-2342.
- Freeman, R. E. (2010). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Cambridge University Press, İngiltere.
- Galadyk, P., ve Podhorodecka, K. (2021). "Tourist Attractions and the Location of Campsites in Western Australia". *Current Issues in Tourism*, 24(15): 2144-2166.
- Garda, B. (2011). "Macera Turizmi Pazarına Genel Bir Bakış". *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 14(1-2): 189-200.
- Garda, B. (2014). "Genel Turizm". Özdiçiner, S. ve Ayazlar, G. (Ed.), Lisans Yayıncılık, İstanbul, 253-295.
- Garst, B. A., Williams, D. R., ve Roggenbuck, J. W. (2009). "Exploring Early Twenty-First Century Developed Forest Camping Experiences and Meanings". *Leisure Sciences*, 32(1): 90-107.
- Ghaderi, Z., Som, A. P. M., ve Henderson, J. C. (2012). "Tourism Crises and Island Destinations: Experiences in Penang, Malaysia". *Tourism Management Perspectives*, 2(3): 79-84.
- Gök, B. ve Özhasar, Y. (2023). "Glamping İşletmelerinde Asgari Standartların Belirlenmesi: Keşfedici Bir Nitel Çalışma". *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 33(2): 821-830.
- Göktaş, L. S., Çetin, G. ve Kızıllırmak, İ. (2017). "Özel İlgi Turizmi Olarak Glamping Turizminin Mevcut Durumu: Bir Örnek Olay Analizi Araştırması". 4. *Disiplinler*

- Arası Turizm Araştırmaları Kongresi Bildiri Kitabı*, 9 – 12 Kasım 2017, Aydın, 107-120.
- Gössling, S. (2002). Global Environmental Consequences of Tourism. *Global Environmental Change*, 12(4): 283-302.
- Gössling, S. (2020). Tourism and Climate Change: Risks and Opportunities. *Tourism Management Perspectives*, 35(100706): 1-13.
- Gössling, S. ve Hall, C. M. (2006). *Tourism and Global Environmental Change: Ecological, Social, Economic and Political Interrelationships*. Routledge, İngiltere.
- Gössling, S. ve Peeters, P. (2015). “Assessing Tourism's Global Environmental Impact 1900-2050”. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(5): 639-659.
- Greenwood, D. J. (1989). *Culture by the pound: An Anthropological Perspective on Tourism as Cultural Commoditization*. In *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism* University of Pennsylvania Press, USA.
- Gül, A. C., ve Tanrıkulu, P. (2022). “Sınıf Dışı Eğitim İçin Neler Yapıldı? Dünyadan Örnekler ve Yapılması Gerekenler Üzerine”. *Milli Eğitim Dergisi*, 51(236): 3299-3314.
- Gündüz, S. (2018). “Yerel Halkın Turizm Algısını Belirlemeye Yönelik Alternatif Bir Ölçek Geliştirme: Karataş Destinasyonu Örneği”. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 13(52): 343-357.
- Güneş, G. (2011). “Konaklama Sektöründe Çevre Dostu Yönetimin Önemi”. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2011(1): 45-51.
- Gürsoy, D. ve Chen, T. B. (2012). “Factors Influencing Camping Behavior: The Case of Taiwan”. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 21(6): 659-678.
- Hacıoğlu, N. ve Avcıkurt, C. (2011). *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi*, Nobel Yayıncılık, Ankara.
- Hall, C. M. (2001). “Trends in Ocean and Coastal Tourism: the End of the Last Frontier”. *Ocean & Coastal Management*, 44(9-10): 601-618.
- Hall, C. M. (2016). *Tourism and Social Marketing*. Taylor & Francis, İngiltere.
- Hardy, A. ve Kirkpatrick, J. B. (2017). “Exploring the Attitudes and Behaviours of Recreational Vehicle Users”. *Journal of outdoor recreation and tourism*, 18: 100-104.
- Hardy, A., Hanson, D. ve Gretzel, U. (2012). “Online Representations of RVing Neo-Tribes in the USA and Australia”. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 10(3): 219-232.
- Hardy, T., Ogunmokun, G. ve Winter, C. (2005). “An Exploratory Study of Factors Influencing Campers Level of Loyalty to Camping Sites in the Tourism Industry”. In

- Proceedings of the 19th Australian and New Zealand Academy of Management Conference* 7-10 Aralık 2005. Avustralya, 1-11.
- Hassan, M. R., Harun, M. N. ve Ahmad, A. (2019). "The Predictors of Sports Tourism Involvement in Malaysia: an Extreme Sport Overview". *HSSR*, 2(7): 449-453
- Hewer, M. J., Scott, D. J., ve Gough, W. A. (2017). "Differences in the Importance of Weather and Weather-Based Decisions Among Campers in Ontario Parks (Canada)". *International Journal of Biometeorology*, 61: 1805-1818.
- Hjalager, A. M., ve Richards, G. (2002). *Tourism and Gastronomy*. Routledge, İngiltere.
- Holden, A. (2008). *Environment and Tourism*. Routledge, İngiltere.
- Honey, M. (2008). *Ecotourism and Sustainable Development: Who Owns Paradise?* Island Press, USA.
- Hritz, N. ve Ross, C. (2010)." The Perceived Impacts of Sport Tourism: an Urban Host Community Perspective". *Journal of Sport Management*, 24(2): 119–138.
- Huang, S., Chen, C. ve Wu, C. (2021). "The Impact of Tourism Development on Economic Growth: Evidence from Tourism and Economic Development". *Tourism Economics*, 27(4): 793-810
- Hunter, C. (1997). "Sustainable Tourism as an Adaptive Paradigm". *Annals of Tourism Research*, 24(4): 850-867.
- Judge, T. A., Thoresen, C. J., Bono, J. E. ve Patton, G. K. (2001). "The Job Satisfaction-Job Performance Relationship: A Qualitative and Quantitative Review". *Psychological Bulletin*, 127(3): 376-407.
- Kahraman O.C. (2019). *Turist Deneyimi ve Tekrar Ziyaret Etme Niyeti Arasındaki İlişkide Kişilik Özelliklerinin Aracı Rolü: Alternatif Turizm Türlerine Katılan Turistler Üzerine Bir Araştırma*. Doktora Tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Kalaycı, Ş. (2014). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. Asil Yayın Dağıtım, Ankara.
- Karamızrak, B. (2020). "Doğa ve Kamp Turizmi: Ağrı Balık Gölü Örneği". *Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(2): 311-327.
- Kızıllırmak, İ., Kaya, F. Yıldız, S. ve Kurtulay, Z. (2014). "Yerel Paydaşların Ekoturizme Yönelik Yaklaşımları: Erzincan Destinasyonu Örneği". *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, ÖS-IV: 189-202.
- Kline, R. B. (2011). *Principles and practice of structural equation modeling* (3rd ed.). Guilford Press, New York.

- Koday, S, Akbaş, F. (2020). “Kırsal Turizmin Gelişimi ile İlgili Olarak Yerel Halkın Algıları: Urla (İzmir) Örneği”. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24 (2): 689-703.
- Konak, S. ve Özhasar, Y. (2019). “Türkiye’deki Glamping İşletmelerinin Web Site İçeriklerinin Analizi”. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 7(2): 937-949.
- Kozak, M. ve Rimmington, M. (2000). “Tourist Satisfaction with Mallorca, Spain, as an Off-Season Holiday Destination”. *Journal of Travel Research*, 38(3): 260-269.
- Kozak, N., Kozak, A. M. ve Kozak, M. (2001). *Genel Turizm İlkeler – Kavramlar*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Krippendorff, J. (1987). *The Holiday Makers: Understanding the Impact of Leisure and Travel*. Heinemann, İngiltere.
- Kunjuraman, V. (2022). “Exploring the Role of Social Capital in Community-Based Tourism in Bum Bum Island, Semporna, Sabah, Malaysia”. *International Journal of Business and Society*, 23(3): 1632-1648.
- Lane, B. (1994). “What is Rural Tourism?”. *Journal of Sustainable Tourism*, 2(1-2): 7-21.
- LaPage, W. F. ve Cormier, P. L. (1977). “Images of Camping—Barriers to Participation”. *Journal of Travel Research*, 15(4): 21-25.
- Lau, E. R., Kabu, M., ve Putro, B. H. (2022). “Sport Tourism Development in Mali Beach Alor Regency – Indonesia”. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 647:123-126. Atlantis Press, Hollanda.
- Latip, N. A., Rasoolimanesh, S. M., Jaafar, M., Marzuki, A. ve Umar, M. U. (2018). “Indigenous Residents’ Perceptions Towards Tourism Development: a Case of Sabah, Malaysia”. *Journal of Place Management and Development*, 11(4): 391-410.
- Leung, Y. F. ve Marion, J. L. (1999). “Assessing Trail Conditions in Protected Areas: Application of a Problem-Assessment method in Great Smoky Mountains National Park, USA”. *Environmental Conservation*, 26(04): 270-279.
- Luzar, E., Assane, D., Christopher, G. ve Brenda, R. (1995). “Evaluating Nature-Based Tourism Using the New Environmental Paradigm”, *Journal of Agricultural And Applied Economics*, 27(2): 544-555.
- Marzo-Navarro, M., Pedraja-Iglesias, M. ve Vinzón, L. (2015). “Sustainability Indicators of Rural Tourism from the Perspective of the Residents”. *Tourism Geographies*, 17(4): 148-164.
- Mattingly, G. A. (2005). *Individualistic Roamers or Community Builders? Differences and Boundaries Among RVers*. Yüksek Lisans Tezi. Mississippi State University, USA.

- McKercher, B. (2002). "Towards a Classification of Cultural Tourists". *International Journal of Tourism Research*, 4(1): 29-38.
- McKercher, B. (2003). *Sustainable Tourism Development: Guiding Principles for Planning and Management*. Pacific Asia Travel Association, Tayland.
- Mikulić, J., Krešić, D., Prebežac, D. ve Šerić, M. (2017). "Campsite Cohise and the Camping Tourism Experience: Investigating Decisive Campsite Attributes Using Relevance-Determinance Analysis", *Tourism Management*, 59: 226-233.
- Miller, G., Rathouse, K., Scarles, C., Holmes, K. ve Tribe, J. (2010). "Public Understanding of Sustainable Tourism". *Annals of Tourism Research*, 37(3): 627-645.
- Milohnic, I. ve Bonifacic, J. C. (2014). "Global Trends Affecting Camping Tourism: Managerial Challenges and Solutions". *22nd Biennial International Congress Tourism & Hospitality Industry 2014*, May 2014, Hırvatistan, 380-393.
- Mitchell, J. ve Ashley, C. (2010). *Tourism and Poverty Reduction: Pathways to Prosperity*. Earthscan, İngiltere.
- Mowforth, M. ve Munt, I. (2015). *Tourism and Sustainability: Development, Globalisation and New Tourism in the Third World*. Routledge, İngiltere.
- Nelson, K. ve Minnery, J. (2008). "Caravan Parks as Social Housing: The Tensions between Public Goals and Private Interests in Brisbane, Australia". *Planning Practice and Research*, 23(4): 479-494.
- Newton, J. (2008). "Emotional Attachment to Home and Security for Permanent Residents in Caravan Parks in Melbourne". *Journal of Sociology*, 44(3): 219-232.
- O'Neill, M. A., Riscinto-Kozub, K. A. ve Van Hyfte, M. (2010). "Defining Visitor Satisfaction in the Context of Camping Oriented Nature-Based Tourism—The driving force of quality!" *Journal of Vacation Marketing*, 16(2): 141-156.
- Oh, C. O., Park, M. ve Hammitt, W. E. (2007). "Predicting Site Choice Behavior Among Types of Campers". *Journal of Park & Recreation Administration*, 25(3): 23-40.
- Okazaki, E. (2008). "A Community-Based Tourism Model: Its Conception and Use". *Journal of Sustainable Tourism*, 16(5): 511-529.
- Oktay, K., İşlek, E. ve Yaşar, U. (2016). "Kastamonu'da Doğa Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi", *Türk Bilimsel Derlemeler Dergisi*, 9(2): 47-54.
- Onyx, J. ve Leonard, R. (2005). "Australian Grey Nomads and American Snowbirds: Similarities and Differences". *Journal of Tourism Studies*, 16(1): 61-68.
- Önder, S. ve Suri, L. (2022). "Mobil Yaşamda Konfor ve Tasarım". *Journal of Architectural Sciences and Applications*, 7(1): 26-41.

- Önem, B. (2019). *Glamping İşletmecilerinin Özgeci Davranışları ve Psikolojik İyi Oluş Düzeylerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi. Eskişehir Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Özdemir, S. (2023). “Ekonomi Perspektifinden Turizm”. L. Karadağ & G. Özgürel (Ed.), *Teorik Yaklaşımlarla Disiplinler arası Turizm Araştırmaları*. Detay Yayıncılık, Ankara, 103-120.
- Öztürk, H. (2019). *Kamp Deneyiminin Ziyaretçi Memnuniyeti ve Yeniden Ziyaret Etme Niyeti Üzerine Etkileri: Gökçetepe Tabiat Parkı Örneği*. Yüksek lisans Tezi. Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kırklareli.
- Page, S. J. ve Dowling, R. K. (2002). *Ecotourism*. Pearson Education, İngiltere.
- Page, Stephen J., Bentley, Tim A. ve Walker, Linda. (2005). “Scoping the Nature and extent of Adventure Tourism Operations in Scotland: How Safe Are They?” *Tourism Management*, 26: 381-397.
- Pallant, J. (2020). *SPSS Survival Manual: A Step by Step Guide to Data Analysis Using IBM SPSS*. Routledge, İngiltere.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. ve Berry, L. L. (1988). “Servqual: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality”. *Journal of Retailing*, 64(1): 12-40.
- Pearce, P. L. ve Moscardo, G. (2018). *Tourist behaviour and the contemporary world*. Channel View Publications, İngiltere.
- Pizam, A. ve Ellis, T. (1999). “Customer Satisfaction and Its Measurement in Hospitality Enterprises”. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 11(7): 326-339.
- Reed, R. ve Greenhalgh, E. (2004). “Caravan Parks as a Provider in the Affordable Housing Market”. *Property Management*, 22(5): 396-409.
- Reisinger, Y. ve Mavondo, F. (2005). “Travel Anxiety and Intentions to Travel Internationally: Implications of Travel Risk Perception”. *Journal of Travel Research*, 43(3): 212-225.
- Richards, G. (1996). *Cultural Tourism in Europe*. CABI, İngiltere.
- Richards, G. (2001). *Cultural Attractions and European Tourism*. CABI, İngiltere.
- Richards, G. ve Wilson, J. (2007). *Tourism, Creativity and Development*. Routledge, İngiltere.
- Richardson, S., March, R., Lewis, J. ve Radcliff, K. (2015). “Analysing the Impact of the 2011 Natural Disasters on the Central Queensland Tourism Industry”. B. W. Ritchie, K.

- Campiranon (Ed.), *Tourism Crisis and Disaster Management in the Asia-Pacific*. Boston: CAB International, USA.
- Roberts, L. ve Hall, D. (2001). *Rural Tourism and Recreation: Principles to Practice*. CABI, İngiltere.
- Rogerson, C. M. ve Rogerson, J. M. (2020). "Camping Tourism: A Review of Recent International Scholarship". *Journal of Tourism and Geosites*, 28(1): 349-359.
- Ryan, C. (1995). *Researching Tourist Satisfaction: Issues, Concepts, Problems*. Routledge, İngiltere.
- Ryan, C. (2003). *Recreational Tourism: Demand and Impacts*. Channel View Publications, İngiltere.
- Sakacova, K. L. (2013). *Glamping – Nature Served on Silver Platter*. Yüksek Lisans Tezi. Aalborg University, Turizm Departmanı, Danimarka.
- Samırkaş, M. ve Samırkaş, M. C. (2014). "Turizm Sektörünün Ekonomik Büyümeye Etkisi: Türkiye Örneği". *Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 15(1): 63-73.
- Sarı, C. (2010). "Alanya İlçesi'nin Alternatif Turizm Kaynakları". *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(1): 1-28.
- Sever, İ. A. (2020). "Covid-19 Pandemisi Sonrası Normalleşme Sürecinde Mobil Mekânların Mimari Tasarım Ölçütleri ve Bir Çözüm Önerisi". *Mimarlık ve Yaşam Dergisi*, 5(2): 477-485.
- Sharpley, R. (2002). *Tourism and Development: Concepts and Issues*. Channel View Publications, İngiltere.
- Sharpley, R. (2009). *Tourism Development and the Environment: Beyond Sustainability*. Earthscan. İngiltere.
- Sharpley, R. ve Sharpley, J. (1997). *Rural Tourism: An Introduction*. International Thomson Business Press, İngiltere.
- Shen, K., Geng, C. ve Su, X. (2019). "Antecedents of Residents' Pro-Tourism Behavioral Intention: Place Image, Place Attachment, and Attitudes". *Frontiers in Psychology*, 10: 2349.
- Smith, M. ve Puczkó, L. (2008). *Health and Wellness Tourism*. Butterworth-Heinemann, İngiltere.
- Soyak, M. (2014). "Uluslararası Turizmde Son Eğilimler ve Türkiye'de Turizm Politikalarının Evrimi". *Marmara Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4: 1-18.
- Soykan, F. (2006). "Avrupa'da Kırsal Turizme Bakış Açısı ve Kazanılan Deneyim". II. *Balıkesir Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı*, 20-22 Nisan 2006, Balıkesir, 71-87.

- Sung, Heidi H., Morrison, Alastair M. ve O’Leary, Joseph T. (1996). “Definition of Adventure Travel: Conceptual Framework for Emprical Application from the Providers’ Perspective. Annual Society of Travel and Tourism Educators Conference in Ottawa, Canada”. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 1(2): 47-67.
- Swarbrooke, J., Beard, C., Leckie, S. ve Pomfret, G. (2003). *Adventure Tourism: The New Frontier*. Butterworth-Heinemann, İngiltere.
- Şalk, S., Dumanlı, Ş. ve Koroğlu, Ö. (2018). “Tatilcilerin Çadırılı Kamp Faaliyetlerine Katılım Motivasyonlarının Belirlenmesi”. *Sosyal ve Beşerî Bilimler Dergisi*, 10(2): 130-144.
- Şengal, H. H. ve Şengal, Ö. (2024). “Türkiye’de Turizm Sektörünün Yapısı ve Bazı Avrupa Ülkeleri ile Karşılaştırması”. *International Journal of Social and Humanities Sciences Research (JSHSR)*, 11(106): 753-763.
- Şengel, Ü., Genç, K., Işkın, M., Ulema, S. ve Uzut, İ. (2020). “Turizmde “Sosyal Mesafe” Mümkün Mü? Kamp ve Karavan Turizmi Bağlamında Bir Değerlendirme”. *Turkish Studies*, 15(4): 1429-1441.
- Şenol, F. (2011). *Kamp ve Karavan Turizmi. İçinde Turistik Ürün Çeşitlendirmesi*. Nobel Yayınları, Ankara.
- Tanrısevdi, A. (2009). “Türk Özel İlgi Gezginleri Sansasyon Arama Özelliği Sergilemekte midir?”. *Ege Akademik Bakış*. 9(4): 1313- 1340.
- Telfer, D. J. ve Sharpley, R. (2008). *Tourism and Development in the Developing World*. Routledge, İngiltere.
- Timothy, D. J. (2011). *Cultural Heritage and Tourism: An Introduction*. Channel View Publications, İngiltere.
- Timothy, D. J. ve Teye, V. B. (2009). *Tourism and the Lodging Sector*. Routledge, İngiltere.
- Topay, M. ve Koçan, N. (2009). “Kamping / Çadırılı Kamp İçin Alan Seçim Kriterlerinin Belirlenmesi ve Bartın-Uluyayla’da Örnek Bir Uygulama”. *Süleyman Demirel Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 1: 116-128.
- Triantafillidou, A. ve Siomkos, G. (2013). “Summer Camping: An Extraordinary, Nostalgic, and Interpersonal Experience”. *Journal of Vacation Marketing*, 19(3): 197-208.
- Urry, J. (1990). *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies*. Sage, USA.
- Vellas, F. ve Becherel, L. (1995). *International Business: An Economic Perspective*. St. Martin’s Press, New York,
- Walsh, M. F. ve Lipinski, J. (2008). “Unhappy Campers: Exploring Consumer Resistance to Change”. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 25(1): 13-24.
- Weaver, D. B. (2001). *The Encyclopedia of Ecotourism*. CABI, İngiltere.

- Weaver, D. B. (2006). *Sustainable Tourism: Theory and Practice*. Butterworth-Heinemann, İngiltere.
- Weaver, D. B. (2011). *Sustainable Tourism: Theory and Practice*. Routledge, İngiltere.
- Weber, K. (2001). "Outdoor Adventure Tourism A Review of Research Approaches". *Annals of Tourism Research*, 28(2): 360-377.
- Yağcı, Ö. (2005). "Turizmde Çeşitlendirme, Sürdürülebilirlik ve Kırsal Turizm", *Türkiye'nin Alternatif Turizm Potansiyeli ve Güncel Sorunları Konferansı*, 3-4 Mayıs 2003, Çankırı, 1-117.
- Yeşiltaş, M. (2009). "Karadeniz Bölgesindeki Turizm Olanaklarının SWOT Analizi ile Değerlendirilmesi". *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3: 250-269.
- Yetiş, Ş. A. (2021). "Kapadokya'da Turistik Ürün Olarak Camping mi Glamping mi?". *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1): 131-148.
- Yılmaz, Ö. D. (2004). *Turizm İşletmelerinde Kriz Yönetimi ve Konaklama İşletmeleri Yöneticilerinin Krizlere İlişkin Yaklaşımlarına Yönelik Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Yorgun, B., İlal, N. Ç., Çalışkan, U. ve Ulusoy, H. (2023). "Kamp Karavan Turizmi Mobil Uygulamalarına İlişkin Görüşler". *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 25(3): 1374-1399.
- Zayım, M., Bayartan, M. ve Kahraman, M. (2022). "Değişen Turizm Algısında Kamp/Karavan Turizmi: Demre Örneği". *Coğrafya Dergisi / Journal of Geography*, 45: 215-227.

İnternet Kaynakları

- Alanya Turistik İşletmeciler Derneği. "Antalya Ziyaretçi Sayıları 2023, Turizm Araştırmaları". <https://www.altid.org.tr/bilgi-hizmetleri/antalya-ziyaretci-sayilari-2023/> (erişim tarihi: 20.08.2024).
- Campgrounds of America. (2024). "2024 Camping & Outdoor Hospitality Report Top Level Overview. Campgrounds of America". <http://koa.uberflip.com/i/1519685-2024-koa-c-o-h-report-top-level-overview/0> (erişim tarihi: 05.07.2024).
- FICC. (2022). "World Camping Day. F.I.C.C". <https://ficc.org/en/world-camping-day-2022/> (erişim tarihi: 22.06.2024).

- International Labour Organization. (2010). “Developments and Challenges in the Hospitality and Tourism Sector”. <https://www.ilo.org/media/150936/download> (erişim tarihi: 14.06.2024).
- Kazancı, İ. A. (2020). “Kamp Turizmi. Türkiye Turizm Ansiklopedisi”. <https://turkiyeturizmansiklopedisi.com/kamp-turizmi> (erişim tarihi: 03.05.2024).
- ReportLinker. (2022). “European Camping Trends in 2022. Camping Market Outlook 2022-2026.” <https://www.reportlinker.com/clp/global/9389> (erişim tarihi: 20.06.2024).
- Sel, Z. G. (2019). “Deniz, Kum, Güneş Turizmi (3S). Türkiye Turizm Ansiklopedisi.” <https://turkiyeturizmansiklopedisi.com/deniz-kum-gunes-turizmi-3s> (erişim tarihi: 28.05.2024).
- Statista. (2023a). “Camping—Europe. Statista Forecast Market”. <https://www.statista.com/outlook/mmo/travel-tourism/camping/europe> (erişim tarihi: 17.08.2024).
- Statista. (2023b). “Camping—Worldwide. Statista Forecast Market”. <https://www.statista.com/outlook/mmo/travel-tourism/camping/worldwide#revenue> (erişim tarihi: 13.08.2024).
- T.C. Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı. (2021). “Türkiye’deki Potansiyel Karavan Alanları Belirlendi”. <https://www.kuzka.gov.tr/basinda-detay.asp?H=1537&Haber=turkiyedeki-potansiyel-karavan-alanlari-belirlendi> (erişim tarihi: 27.06.2024).
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2022). “2021 Yılı Belediye Belgeli Tesis İstatistikleri. Yıllık İstatistikler.” <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-201143/yillik-istatistikler.html> (erişim tarihi: 01.07.2024).
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2024). “Turizm Belgeli Tesis İstatistikleri 2023. Turizm İstatistikleri.” <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-201136/turizm-yatirim-ve-isletme-bakanlik-belgeli-tesis-istatistikleri.html> (erişim tarihi: 02.06.2024).
- TÜİK (2021). “Türkiye İstatistik Kurumu Turizm İstatistikleri.” <https://www.tuik.gov.tr/> (erişim tarihi: 25.04.2024).
- Türk Dil Kurumu. (2022). “Karavan. Güncel Türkçe Sözlük”. <https://sozluk.gov.tr/?kelime=karavan> (erişim tarihi: 24.04.2024).

EK 1. ANKET FORMU

Sayın Katılımcı,

Bu anket, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm Yönetimi Ana Bilim Dalı'nda yapılmakta olan bir yüksek lisans tez çalışması için düzenlenmiştir. Çalışmanın temel amacı Manavgat halkının kamp turizmiyle ilgili görüşlerinin ortaya koyulmasıdır. Ankette kişisel bilgileriniz istenmemekte ve elde edilen veriler sadece bilimsel amaçlara hizmet etmektedir. Ankete katılım tamamen gönüllülük esasına dayanmaktadır.

İlginiz ve katkınız için şimdiden çok teşekkür ederiz.

Murat Nahid ÇAPANER
Akdeniz Üniversitesi Yüksek Lisans Öğrencisi

Doç. Dr. Vedat YİĞİTOĞLU
Akdeniz Üniversitesi Manavgat Turizm Fakültesi

1. Cinsiyet	☐ Kadın	☐ Erkek
2. Yaş	...	
3. Medeni durum	☐ Evli	☐ Bekâr
4. Eğitim	☐ İlköğretim	☐ Lise ☐ Önlisans ☐ Lisans ☐ Lisansüstü
5. Meslek	...	
6. Aylık geliriniz?	☐ 20.000 TL ve altı ☐ 40.001-50.000 TL	☐ 20.001-30.000 TL ☐ 50.001-60.000 TL ☐ 30.001-40.000 TL ☐ 60.001 TL ve üstü
7. Manavgat'ta ikamet yılınız?	☐ 2 yıldan az ☐ 16-20 yıl	☐ 2-5 yıl ☐ 21-25 yıl ☐ 6-10 yıl ☐ 25 yıldan fazla ☐ 11-15 yıl
8. Turizmde (otel, restoran ve seyahat acentesi gibi işletmelerde) çalışma yılınız?	☐ Hiç ☐ 11-15 yıl	☐ 2 yıldan az ☐ 16-20 yıl ☐ 2-5 yıl ☐ 21 yıl ve daha fazla ☐ 6-10 yıl
9. Manavgat'ta kaç kere Deniz-Kum-Güneş tatil deneyiminiz oldu? (Bir konaklama işletmesinde)	☐ Hiç ☐ 7-8 defa	☐ 1-2 defa ☐ 9-10 defa ☐ 3-4 defa ☐ 11 defa ve üstü ☐ 5-6 defa
10. Manavgat DIŞINDA kaç kere Deniz-Kum-Güneş tatil deneyiminiz oldu? (Bir konaklama işletmesinde)	☐ Hiç ☐ 7-8 defa	☐ 1-2 defa ☐ 9-10 defa ☐ 3-4 defa ☐ 11 defa ve üstü ☐ 5-6 defa
11. Manavgat'ta kaç kere Kamp turizmi deneyiminiz oldu? (Kamp alanında ya da işletmesinde kalarak)	☐ Hiç ☐ 7-8 defa	☐ 1-2 defa ☐ 9-10 defa ☐ 3-4 defa ☐ 11 defa ve üstü ☐ 5-6 defa
12. Manavgat DIŞINDA kaç kere Kamp turizmi deneyiminiz oldu? (Kamp alanında ya da işletmesinde kalarak)	☐ Hiç ☐ 7-8 defa	☐ 1-2 defa ☐ 9-10 defa ☐ 3-4 defa ☐ 11 defa ve üstü ☐ 5-6 defa

**Aşağıda yer alan ifadelere ne düzeyde katıldığınızı
1-5 arasındaki sayılardan birini işaretleyerek belirtiniz.**



1.Hiç katılmıyorum 2.Katılmıyorum 3.Nötr 4.Katılıyorum 5.Tamamen Katılıyorum

1. Deniz Kum Güneş Turizminin Manavgat için olumlu faydalar sağladığını düşünüyorum.	1	2	3	4	5
2. Deniz Kum Güneş Turizminin Manavgat için iyi bir seçenek olduğunu düşünüyorum.	1	2	3	4	5
3. Deniz Kum Güneş Turizminin Manavgat'ta önemli rol oynamaya devam etmesini isterim.	1	2	3	4	5
4. Manavgat'ta Deniz Kum Güneş Turizminin etkin bir şekilde teşvik edilmesi gerektiğini düşünüyorum.	1	2	3	4	5
5. Kamp turizmini, destekliyorum ve Manavgat için önemli olduğunu/olabileceğini düşünüyorum.	1	2	3	4	5
6. Kamp turizmini, Manavgat için önemli ekonomik rol oynadığı/oyunabileceği için destekliyorum.	1	2	3	4	5
7. Kamp turizmini, Manavgat için en önemli turizm türlerinden biri olduğu/olabileceği için destekliyorum	1	2	3	4	5
8. Manavgat'ta Kamp turizmi için yapılan planlama ve geliştirme çalışmalarını desteklerim.	1	2	3	4	5
9. Kamp turizmi bölge kültürünün ve kimliğinin korunmasına yardımcı olur.	1	2	3	4	5
10. Kamp turizmi yerel kültürün korunmasını destekler.	1	2	3	4	5
11. Kamp turizmi şehir ve kasabaların görünümünü iyileştirir.	1	2	3	4	5
12. Kamp turizmi, bölgenin sosyal refahının (sağlık, güvenlik vb.) korunmasına yardımcı olur.	1	2	3	4	5
13. Kamp turizmi bölgede boş zamanı değerlendirme olanaklarını artırır.	1	2	3	4	5
14. Kamp turizmi ulaşım, yol ve su hizmetleri gibi alt yapı hizmetlerini iyileştirir.	1	2	3	4	5
15. Kamp turizmi doğal kaynakların korunmasını destekler.	1	2	3	4	5
16. Kamp turizmi toplumun ekolojik farkındalığını artırır.	1	2	3	4	5
17. Kamp turizmi, çevre korunmasına yönelik politikaların geliştirilmesini destekler.	1	2	3	4	5
18. Kamp turizminin Manavgat için ekonomik faydalar sağlayacağını düşünüyorum.	1	2	3	4	5
19. Kamp turizminin/alanlarının geliştirilmesi yerel halk için daha fazla gelir sağlayacaktır.	1	2	3	4	5
20. Manavgat'ta daha fazla kamp turisti görmekten memnun olurum.	1	2	3	4	5
21. Kamp turizminin Manavgat için istihdam olanakları yaratacağını düşünüyorum.	1	2	3	4	5
22. Kamp turizminin ilgili işletmelere fayda sağlayacağını düşünüyorum.	1	2	3	4	5

Anket soruları bitmiştir. Katılımınız için teşekkür ederiz.

ÖZGEÇMİŞ

Adı ve SOYADI	Murat Nahid ÇAPANER
EĞİTİM DURUMU	
Ön Lisans	Doğu Akdeniz Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm ve Otelcilik (2006-2008)
Lisans	Anadolu Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme (2009-2011)
Yüksek Lisans	Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm Yönetimi (2022-2024)
Tez Konusu	Deniz, Kum, Güneş Turizmi Algısının Kamp Turizmi Desteğine Etkisi: Antalya-Manavgat Örneği
Yabancı Dil / Diller	İngilizce, Almanca
İŞ DENEYİMİ	
2015-2025	Manavgat Belediyesi, Halk Masa (Antalya)