



2020 / Vol:6, Issue:32 / pp.1697-1706

REVIEW ARTICLE

Arrival Date : 09.10.2020

Published Date : 19.11.2020

Doi Number : <http://dx.doi.org/10.31589/JOSHAS.418>

Reference : Ilgaz, A.; Coşkun, K. & Akmeşe, H. (2020). "Bir Seyahat Motivasyonu Aracı Olarak Son Şans Turizmi: Büyük Set Resifi Örneği", Journal Of Social, Humanities and Administrative Sciences, 6(32):1697-1706.

BİR SEYAHAT MOTİVASYONU ARACI OLARAK SON ŞANS TURİZMİ: BÜYÜK SET RESİFİ ÖRNEĞİ

Last Chance Tourism As A Travel Motivational Tool: The Great Barrier Reef Case

Ali ILGAZ

Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Öğr., Konya/Türkiye
ORCID: 0000-0003-0838-2747

Öğr.Gör. Kerim COŞKUN

Siirt Üniversitesi, Kurtalan MYO, Seyahat Turizm ve Eğlence Hizmetleri Bölümü, Siirt/Türkiye
ORCID: 0000-0002-8963-0740

Doç. Dr. Halil AKMEŞE

Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Konya/ Türkiye
ORCID: 0000-0003-4694-2215.



ÖZET

Günümüzde pek çok turizm bölgesi ve bu bölgelerde yaşayan canlı türleri; küresel ısınma, iklim değişiklikleri, doğal afetler ve doğal kaynakların bilinçsiz şekilde kullanımı gibi pek çok nedenle yok olma tehlikesi ile karşı karşıya kalmaktadır. Tüm bu olumsuz durumlar nedeniyle gelecekte erişilmenin mümkün olmayacağı düşüncesiyle turistlerin turizm bölgelerine gerçekleştirmiş olduğu bu ziyaretler, son şans turizmi olarak adlandırılan kavramın turizm literatüre kazandırılmasını sağlamıştır. "Felaket turizmi" yada "doom tourism" olarak da adlandırılan son şans turizminde; ilgili bölgeyi tekrar ziyaret etme imkanı bulamama düşüncesi veya son kez görme isteği, turistlerin seyahat motivasyonlarını oluşturan itici faktörleri temsil ederken; destinasyonların karşı karşıya kaldığı bu olumsuz durumlar ise adeta ilgili destinasyonların çekici faktörleri haline gelmiştir. Diğer turizm aktivitelerinden farklı olarak; destinasyonlarda yaşanan olumsuz durumların ve turistler tarafından istenmeyen özelliklerin çekicilik yaratması, son şans turizminin sıra dışı yapısını ortaya koyarak bu kavramı daha da ilgi çekici hale getirmiştir. Bu çalışmada Kuzey Doğu Avustralya'nın Queensland sahili açıklarında yer alan Büyük Set Resifi Deniz Parkı'nı ziyaret eden kişi sayısına ait veriler ele alınmıştır. Özellikle 2016 yılında iklim değişiklikleri ve küresel ısınma sebebiyle büyük bir felaket yaşayan resife olan ilginin daha da arttığı görülmüştür. Öte yandan turistlerin Büyük Set Resifi'ni tekrar görememe ihtimali ile motive olarak yoğun bir şekilde ziyaret eğilimi içinde oldukları da tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Son Şans Turizmi, Büyük Set Resifi

ABSTRACT

Today, many tourism regions and living species in these regions; global warming, climate changes, natural disasters and the unconscious use of natural resources face the danger of extinction for many reasons. Due to all these negative situations, these visits to the tourism regions with the idea that it will not be possible to access in the future have brought the concept called last chance tourism to the tourism literature. In the last chance tourism, also called "disaster tourism" or "doom tourism"; While the idea of not having the opportunity to visit the region again or the desire to see for the last time represents the driving factors that create the motivation of the tourists; These negative situations faced by destinations have almost become the attractive factors of the relevant destinations. Unlike other tourism activities; The fact that the negative situations experienced in the destinations and the features that are undesirable by the tourists created the attraction revealed the extraordinary structure of the last chance tourism and made this concept more interesting. In this study, data on the number of people visiting the Great Barrier Reef Marine Park off the coast of Queensland in North East Australia were discussed. Especially in 2016, it was observed that the interest in the reef, which experienced a great disaster due to climate changes and global warming, increased further. On the other hand, it has been determined that tourists tend to visit intensely with the possibility of not seeing the Great Barrier Reef again.

Key Words: Tourism, Last Chance Tourism, The Great Barrier Reef

1. GİRİŞ

Son zamanlarda küresel olarak yaşanan çevresel değişimler, dünyanın pek çok bölgesinde doğal yaşamı yada insan eliyle inşa edilmiş yapıları önemli ölçüde etkilemeye başlamıştır. Meydana gelen bu değişimler "son şans turizmi" olarak ifade edilen bir turizm hareketinin de ortaya çıkmasını sağlamıştır (Dawson vd., 2011). Son şans turizmi olarak ifade edilen bu kavram kapsamında, varlığının sona ermesi tehlikesi ile karşı karşıya kalan destinasyonlara yapılan bu ziyaretler de son günlerde oldukça popülerlik kazanmıştır (Huebner, 2011). İlk olarak soğuk iklimin hakim olduğu bölgelerde artan turizm ilgisini tanımlamak için kullanılan bu kavram (Dawson vd., 2011), dünya genelinde doğal afetlerde yaşanan artış ve küresel ısınma gibi nedenlerle üzerinde sıklıkla durulan bir konu haline gelmiştir.

Bu çalışmada ilk olarak seyahat motivasyonu ve son şans turizmi kavramlarının üzerinde durulmuş, daha sonra ise literatür kısmına yer verilmiştir. Çalışmanın araştırma kısmında ise son şans turizmi seyahat motivasyonu perspektifiyle ele alınmış ve bu kapsamda Büyük Set Resifi'ni ziyaret eden kişi sayısı yıllara göre değerlendirilmiştir.

2. SEYAHAT MOTİVASYONU

“Motivasyon” kelimesi, İngilizce’de “move” (hareket) kelimesine karşılık gelen, Latince “movere” kelimesinden türemiştir. Motivasyon kelimesi en genel manada bir kişinin belirli bir hedefe doğru ilerlemesini sağlayan ihtiyaç ve arzuları ifade etmektedir (Olomolaiye ve Egbu, 2004 ; Tanyeri, 2015).

Motivasyon aynı zamanda bireyin biyolojik bir ihtiyacı veya psikolojik bir arzuyu yerine getirmek için bir şeyler yapmasına neden olan bir güç olarak da ifade edilmektedir (Hsieh, 2016).

Turizmde ise motivasyon, turist davranışını anlamaya katkı sağlayan bir kavram olarak kabul görmekte ve insanların seyahat nedenleri, seyahat motivasyonu kavramı özelinde araştırılmaktadır. Bireylerin niçin seyahat ettiklerini, nereye seyahat edeceklerini ve bu seyahate nasıl karar verdiklerini anlayabilmek amacıyla motivasyon ile ilgili pek çok araştırma gerçekleştirilmektedir. Turistlerin seyahat motivasyonu, gereksinim ve arzuların bileşimi olarak ele alınmakta ve seyahat etme eğilimini önemli ölçüde etkilediği ve belirlediği kabul edilmektedir (Ayдын ve Sezerel, 2017).

Seyahat motivasyonu kavramsal olarak; bireyleri belirli bir seyahat veya tatil deneyimi yaşamaya yönelten nedenler şeklinde tanımlanmaktadır (Sümbül ve Avcıkurt, 2018). Başka bir ifadeyle seyahat motivasyonu, seyahati teşvik edecek kadar yoğun hale gelen seyahat ihtiyacının ifadesi olarak da belirtilebilir (Vigolo, 2018).

Turistlerin seyahat motivasyonlarının incelenmesi aslında çok zor bir süreci ifade etmektedir (Harman, 2014). Çünkü her turist birbirinden farklı olduğu için onları motive eden faktörlerin de farklılık göstermesi oldukça doğaldır. Fakat genel olarak turistlerin birbirinden farklılık gösteren seyahat motivasyonlarını belirleyen ve etkileyen en önemli faktörler şunlardır (Mahika, 2011):

- ✓ Kişilik,
- ✓ Yaşam tarzı,
- ✓ Geçmiş deneyimler,
- ✓ Geçmiş (belli bir destinasyonla ilgili),
- ✓ Algılar ve
- ✓ Statü (diğer insanlar tarafından algılanma şekli).

İnsanların seyahat motivasyonları genel olarak aşağıda sıralanmış olan şu unsurları içermektedir (Hsieh, 2016):

- ✓ Rahatlama,
- ✓ Heyecan,
- ✓ Arkadaşlarla olan sosyal etkileşimler,
- ✓ Macera,
- ✓ Aile içi etkileşimler,
- ✓ Statü,
- ✓ Fiziksel meydan okuma ve
- ✓ Rutin yaşamdan ya da stresten kaçış.

İnsanların neden seyahat ettiklerinin cevabı niteliğinde olan seyahat motivasyonu (Hsieh, 2016), seyahat davranışının ayrılmaz bir parçasını oluşturur ve turizm pazarlaması stratejilerinde geniş çapta araştırılan bir kavramdır. Görünmeyenleri ve bilinmeyenleri bilme ihtiyacı, insanları yeni yerlere seyahat etmeye zorlar ve onları yeni yerlere gitmeye motive eder (Van Vuuren ve Slabbert, 2011).

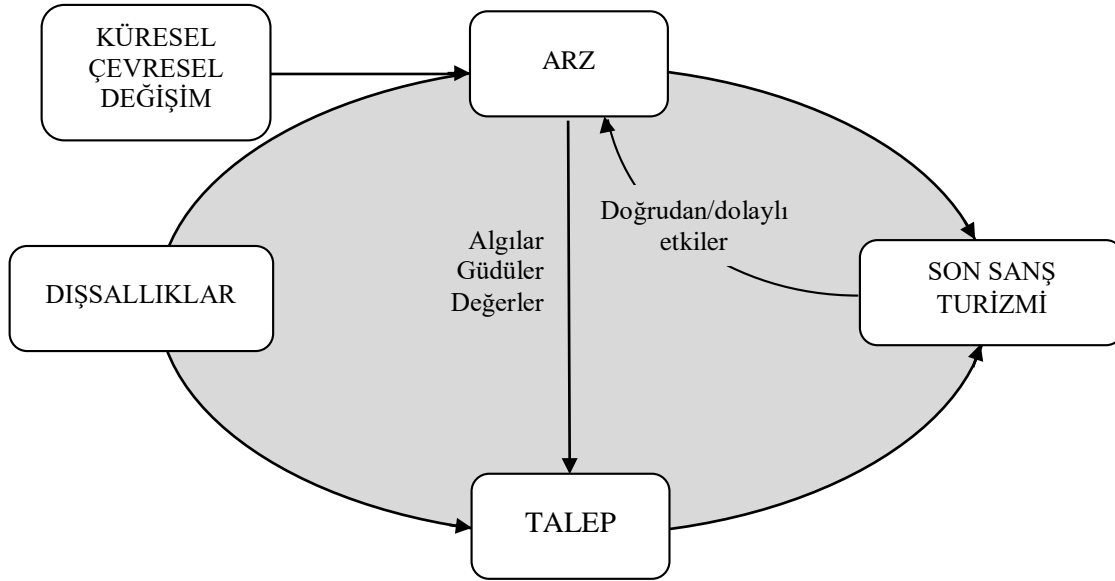
3. SON ŞANS TURİZMİ-KIYAMET TURİZMİ-DOOM TOURISM

"Son şans turizmi", çevresel etmenlerden yada insanların gerçekleştirmiş oldukları birtakım faaliyetlerden dolayı tahrip olan bölgelerin, yok olmadan ve geri dönülemez şekilde zarar görüp özelliklerini yitirmeden önce ziyaret edilmesi şeklinde tanımlanmaktadır (Dawson vd., 2011).

Başka bir ifadeyle son şans turizmi, yok olmadan önce bir yere tanıklık etmeye ve onu deneyimlemeye odaklanmış bir turizm pazarını ifade etmektedir. Literatüre bakıldığında son şans turizmi kavramının, "Kıyamet Turizmi" ve "Doom Tourism" olarak da kullanıldığı görülmektedir. Son şans turizmi kavramı 1990'lı yıllarda çok sayıda dergi, seyahat bloğu ve kitapta "yok olmadan önce görülmesi gereken yerler" başlığı altında yerini alarak üzerinde çalışan bir konu haline gelmiştir (Piggott-McKellar ve McNamara, 2017). Ayrıca birçok ünlü dergi, gazete ve televizyon gibi yayın organları da tehlike altında olan yerler hakkında yaptıkları yayınlar sayesinde insanların son şans turizmine olan dikkatlerini çekmeyi başarmıştır (Vatan ve Demir, 2019). Douglas Adams ve Mark Carwardine tarafından 1989 ve 1990'da yayınlanan "Görmek İçin Son Şans" adlı radyo belgesel dizisi ve beraberindeki kitap, son şans turizmini konu alan örneklerden biri olmuştur. Belgesel dizisi kapsamında Douglas Adams ve Mark Carwardine, soyları tükenme riski taşıyan türlere şahit olmak için pek çok yere seyahat etmişlerdir. Son şans turizmi kavramı basında ve kitaplarda yeni bir terim gibi görünse de; kökeni çok eskilere dayanmaktadır. Bu kavram aslında, deprem veya volkan patlaması gibi doğal afetler veya gereksiz arazi kullanımları ve çevresel kirlilik gibi insan kaynaklı faaliyetlerden zarar gören bölgeleri yok olmadan önce ziyaret eden pek çok turist tarafından bilinmekteydi (Piggott-McKellar ve McNamara, 2017). Fakat özellikle son yıllarda gittikçe artan sosyal medya ve internet kullanımı ile paylaşılan deneyimlerin hızla çoğalmasıyla turistlerin yeryüzünden silinmek üzere olan turizm bölgeleri hakkında bilgi sahibi olması ve yok olmadan önce görülmesi gereken destinasyonları keşfetme arzusu son şans turizmini fenomen bir kavram haline gelmiştir (Vatan ve Demir, 2019). İnsanların; Twitter, Facebook, LinkedIn ve Instagram gibi sosyal paylaşım platformlarında yaptıkları paylaşımların yanında internet üzerinden faaliyet gösteren büyük gazetelerin resmi web sitelerinden yaptıkları paylaşımlar da son şans yani kıyamet turizmini daha önemli bir konuma getirmiştir (Yıldız, 2018). Turizmde yeni bir fenomen haline gelen bu kavram akademik çalışmalarda ve medyada, "felaket turizmi" ve "yok olma turizmi" şeklinde de ifade edilmiştir (Huebner, 2011). Daha sonra pek çok araştırmacı bu kavramı "iklim felaketi turizmi" şeklinde de adlandırmıştır (Eijgelaar vd., 2010). Özellikle basına ait çoğu popüler makalede ise bu kavrama "iklim turizmi" şeklinde yer verilmiştir (Lemelin vd., 2010). Küresel ısınma gibi durumlar destinasyonlarda önemli değişiklikleri meydana getirecektir. Yeterli tedbirler alınmadığı takdirde ilerleyen zamanlarda örneğin Fransız Alp'leri'nde kayak yapılması ya da Hawaii'de güneş banyosu yapılması mümkün olmayacaktır (Kozak vd., 2018: 195). İklim değişikliklerinin destinasyonlar

açısından oluşturduğu tehditler, son şans turizmi kavramının popüler olmasını daha da hızlandırmıştır (Groulx vd., 2016).

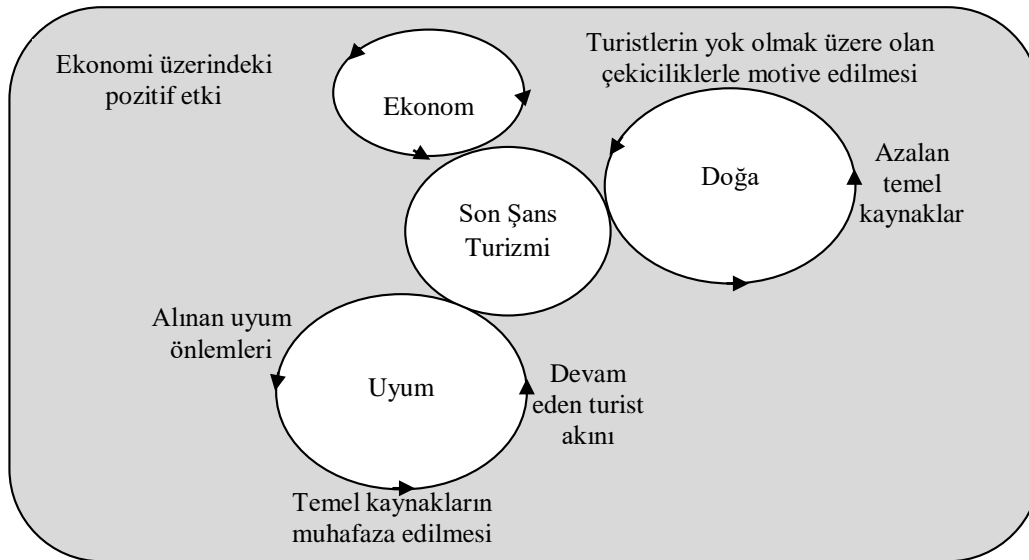
Son şans turizmi, birbiriyle etkileşen birkaç değişkenin fonksiyonundan oluşan bir kavram olarak ifade edilebilir (Dawson vd., 2011). Şekil 1'de son şans turizmini oluşturan bu değişkenlerin birbiriyle olan etkileşimleri gösterilmektedir:



Şekil 1: Son Şans Turizminin Etkileşen Değişkenleri
Kaynak: Dawson vd., 2011

Şekil 1'de de görüleceği üzere son şans turizminin birbiriyle etkileşimde olan dört ana değişkeni bulunmaktadır. Son şans turizminin değişkenlerinden "küresel çevresel değişim" iklim değişikliklerini, dışsallıklar ise habitatta meydana gelen olumsuz kayıpları ifade etmektedir (Dawson vd., 2011).

Bununla birlikte, son şans turizmi destinasyonlarında; hükümet, turizm ofisi temsilcileri, sivil toplum örgütleri, yardım severler, yerel nüfus, yerel turizm işletmeleri ve ziyaretçiler gibi paydaşların birbirleriyle uyum içerisinde olmaları gerekmektedir (Huebner, 2011). Şekil 2'de ise son şans turizminde uyumun sürdürülmesine ilişkin bir örnek gösterilmiştir:



Şekil 2: Son Şans Turizminde Uyumun Sürdürülmesi
Kaynak: Huebner, 2011

Şekil 2'den de anlaşılacağı üzere son şans turizmi; doğa, ekonomi ve adaptasyon öğelerinin tam ortasında yer almaktadır. Bununla birlikte süregelen bir döngü içerisinde yer alan her bir ögenin diğer öğeler ile doğrudan yada dolaylı olarak bir ilişki içerisinde olduğu görülmektedir. Turistlerin yok olmak üzere olan çekiciliklerle motive olup son şans turizmi destinasyonlarını ziyaret etmesi ekonomiyi pozitif yönde etkilese de, destinasyonların karşı karşıya olduğu olumsuz etkiler, doğanın sahip olduğu kaynakların hızla azalmasına neden olmaktadır. Alınan önlemler ve temel kaynakların muhafaza edilmesine ilişkin çabalar ise devam eden turist akınına karşı direnç göstermektedir.

Özetlemek gerekirse, yok olmak üzere olan doğal harikalara, turistik bölgelere ve türlere tanıklık etme dürtüsü ile gerçekleştirilen son şans turizmi faaliyetleri, aslında bu değerlerin korunması gerektiğini de anlamamıza yardımcı olmaktadır. Ancak bir taraftan da turistlerin yok olmadan önce bozulmamış doğayı görmek istemeleri ve bu bölgelere gerçekleştirmiş oldukları yoğun ziyaretler, doğanın daha da hızlı tahrip olmasına neden olmaktadır (Vila vd., 2016).

Dünyada tamamen yok olup turistik özelliğini kaybetmeden önce turistler tarafından ziyaret edilen pek çok destinasyon bulunmaktadır. Son şans destinasyonları olarak ifade edilen bu destinasyonların en önemli olanları şu şekilde sıralanabilir (Yıldız, 2018):

- ✓ Büyük Set Resifi,
- ✓ Kilimanjaro Dağı (Kervan Dağı, Beyaz Dağ),
- ✓ Venedik,
- ✓ Alpler,
- ✓ Bwindi Milli Parkı,
- ✓ Yellowstone Milli Parkı ve
- ✓ Galapagos Adaları.

4. LİTERATÜR

Son şans turizmi, kıyamet turizmi, felaket turizmi ve iklim değişikliği turizmini konu alan araştırmalardan bazıları şunlardır:

Vatan ve Demir (2019) çalışmalarında son şans turizm akımı kapsamında kuş saraylarını ele alarak, kaybolmaya yüz tutmuş bu kültürel miras hakkında farkındalık yaratmayı ve İstanbul'da bir gezi rotası sunmayı amaçlamıştır. Bu bağlamda araştırmada hem son şans turizmine hem de kuş saraylarına ilişkin literatür taranmıştır. Ayrıca araştırma kapsamında elde edilen bilgiler ile İstanbul'da ziyaret edilebilecek kuş saraylarını içine alan bir rota oluşturulmuştur. Öte yandan çalışmanın sonucunda kuş saraylarının yok olmaması adına kamu kurum ve kuruluşlarına, turizm endüstrilerine ve sonraki araştırmacılara birtakım öneriler sunulmuştur.

Yıldız (2018) kapsamlı bir literatür taramasına yer verdiği çalışmada, küresel ısınma ve iklim değişikliğinin kıyamet turizminin doğmasındaki etkisini incelemiş ve bu kapsamda yer alan bazı destinasyonları ele alarak kıyamet turizmi ile ilgili farkındalık yaratmayı amaçlamıştır. Araştırma kapsamında ilk olarak küresel ısınma kavramına ve küresel ısınmanın nedenlerine ve sonuçlarına yer verilmiştir. Daha sonra araştırmada küresel ısınma kavramı turizm perspektifiyle ele alınarak kıyamet turizmine değinilmiştir. Çalışmanın son bölümünde ise önemli kıyamet turizmi destinasyonları ayrıntılı bir şekilde incelenmiştir.

Groulx ve diğerleri (2016) çalışmalarında Kanada'nın Churchill kentini son şans turizmi kapsamında ziyaret eden turistlerin motivasyonlarını incelemek için yapısal bir modelleme yaklaşımı kullanmıştır. Araştırmada son şans turizmi motivasyonunun temelinde doğa ile iç içe yaşama ve yerel bir hikayenin bir parçası olma arzusunun bulunduğu vurgulanmıştır. Araştırma sonucunda ise ziyaretçilerin doğaya olan ilgilerinin son şans turizmi motivasyonlarına önemli ölçüde katkıda bulunduğu ifade edilmiştir.

Huebner (2011) çalışmasında son şans turizmi kavramını tanıtmayı amaçlamıştır. Özellikle iklim değişikliklerinden etkilenmiş veya etkilenmesi öngörülen destinasyonların incelendiği çalışmada, konuyla ilgili son yapılan araştırmalar hakkında bilgiler verilmiş ve Pasifik bölgesinde gelecek dönemlerde gerçekleştirilecek araştırmalar için bir dizi yol gösterilmiştir.

Piggott-McKellar ve McNamara (2017) çalışmalarında turistlerin Avustralya'da bir mercan resifi olan Büyük Set Resifi'ni ziyaret etmeden önceki motivasyonlarını ve endişelerini incelemeyi amaçlamıştır. 235 turist üzerinde gerçekleştirilen anket sonuçlarına göre, turistlerin Büyük Set Resifi'ni çok geç olmadan ziyaret etmek istedikleri tespit edilmiştir. Ayrıca araştırmada son şans turistleri olarak ifaden ziyaretçilerin çevre konularında ve Büyük Set Resifi'nin geleceği hakkında daha duyarlı oldukları ifade edilmiştir.

Dawson ve diğerleri (2011) çalışmalarında son şans turizmi kavramının pazarlanması ve yönetimi ile ilgili çeşitli etik konuları ele almışlardır. Etik düşüncelere odaklanılan araştırmada Churchill, Manitoba ve Kanada'da bulunan kutup ayılarının iklim değişikliklerinin en çarpıcı kanıtlarından biri olduğu vurgulanmıştır.

Vila ve diğerleri (2016) çalışmalarında son şans turizmi kapsamında Antarktika'yı ziyaret eden turistlerin yönetim ve biyolojiye olan bakış açılarını ve algılarını incelemeyi amaçlamıştır. Bölgeyi ziyaret eden turistlerin yanı sıra paydaşların da görüşlerinin irdelendiği araştırmada, planlama ve yönetim araçlarının bir arada kullanılmasının Antarktika'nın korunmasına daha çok yardımcı olabileceği vurgulanmıştır.

Lemelin ve diğerleri (2010) ise çalışmalarında özellikle Kuzey Kutbu'na yakın olan bölgelerde son şans turizminin turizm pazarlama stratejilerinde nasıl kullanılacağı ve geliştirileceği hakkında bazı bilgiler sunmuştur. Araştırma sonucunda ise Churchill, Manitoba ve Kanada'nın son şans turizmi kapsamında sahip olduğu fırsatlar ve karşı karşıya kaldığı risklerden bahsedilmiştir.

Son şans turizmi ile ilgili yapılan çalışmalara bakıldığında, bu çalışmalarda daha çok iklim değişikliği ve küresel ısınma sebebiyle yok olma tehlikesi ile karşı karşıya kalan destinasyonların ele alındığı görülmektedir (Vatan ve Demir, 2019).

5. BÜYÜK SET RESİFİ

Kuzey Doğu Avustralya'nın Queensland sahili açıklarında yer alan Büyük Set Resifi (The Great Barrier Reef) birbirinden ayrı 2.900 resif ve 900 adadan oluşan, 2.600 km genişliğe yayılmış alanı ile dünyanın en büyük resif sistemidir. Mercan Denizi'nde bulunan Büyük Set Resifi uzaydan görülebilen, canlı organizmaların oluşturduğu en büyük yapı konumundadır. Ayrıca pek çok canlı türüne ev sahipliği yapan resif 1981 yılında Dünya Mirasları arasına alınmıştır (Wikipedia.org, 2020).



Resim 1: Büyük Set Resifi

Kaynak:GBRMPA (Great Barrier Reef Marine Park Authority), 2020

Öte yandan 400 çeşit mercan, 1.500 balık türü ve 4.000 çeşit yumuşakça ile dünyanın en büyük mercan kayalığı koleksiyonuna sahip olan Büyük Set Resifi, nesli tükenme tehdidi altında olan dugong (deniz ineği) ve büyük yeşil kaplumbağa gibi türlerin de yaşam alanı olarak büyük bir ilgi görmektedir. Ancak liman genişletmeleri, nakliye faaliyetlerinde ki artışlar, nüfus artışı, arazi kullanımındaki değişiklikler, sel, yasadışı balıkçılık ve kaçak avlanmanın yanı sıra iklim değişiklikleri ve buna bağlı olarak deniz suyu sıcaklığının yükselmesi gibi nedenler de resifi olumsuz yönde etkilemektedir (UNESCO, 2020). Özellikle artan deniz suyu sıcaklığı sonucunda 1998 ve 2002 yıllarında Büyük Set Resifi'nde toplu mercan ölümleri gerçekleşmiştir (Piggott-McKellar ve McNamara, 2017). 2016 yılında ise iklim değişikliklerine paralel olarak daha da artan deniz suyu sıcaklığı neticesinde büyük bir felaket yaşanmış ve kuzey kesimde bulunan mercanların yaklaşık olarak %67'si, orta bölümde yer alan mercanların ise %6'sı ölmüştür. Bu durumdan en çok etkilenen, Kuzey kısımda yer alan Lizard Adası civarında bulunan mercanların ise yaklaşık %90'ının öldüğü tespit edilmiştir (BBC, 2016).

6. ARAŞTIRMA

Araştırmada gittikçe artan iklim değişikliği ve küresel ısınmayla birlikte yok olma tehlikesi ile karşı karşıya kalan Büyük Set Resifi'nin ziyaretçi sayılarının son şans turizmi motivasyonu kapsamında incelenmesi amaçlanmıştır. Bu kapsamda Büyük Set Resifi Deniz Parkı'nın ziyaretçi sayıları son on beş yılın verilerine göre karşılaştırılmıştır. Araştırmada "Australian Government Great Barrier Reef Marine Park Authority" tarafından yayınlanan veriler esas alınmıştır. İkincil verilerin kullanıldığı araştırmada Büyük Set Resifi'ni tam gün ve yarım gün ziyaret eden kişi sayısı dikkate alınmıştır. "Australian Government Great Barrier Reef Marine Park Authority" tarafından belirlenen kriterlere göre resifi 3 saatten az süreyle ziyaret eden kişiler yarım gün ziyaretçi, 3 saatten fazla süreyle ziyarette bulunan kişiler ise tam gün ziyaretçi olarak tanımlanmıştır.

6.1. Tam Gün Ziyaretçi Sayılarına İlişkin Veriler

"Australian Government Great Barrier Reef Marine Park Authority" tarafından yayınlanan veriler ışığında Büyük Set Resifi Deniz Parkı'nı tam gün ziyaret eden kişi sayısına ilişkin bilgiler Tablo 1'de gösterilmektedir:

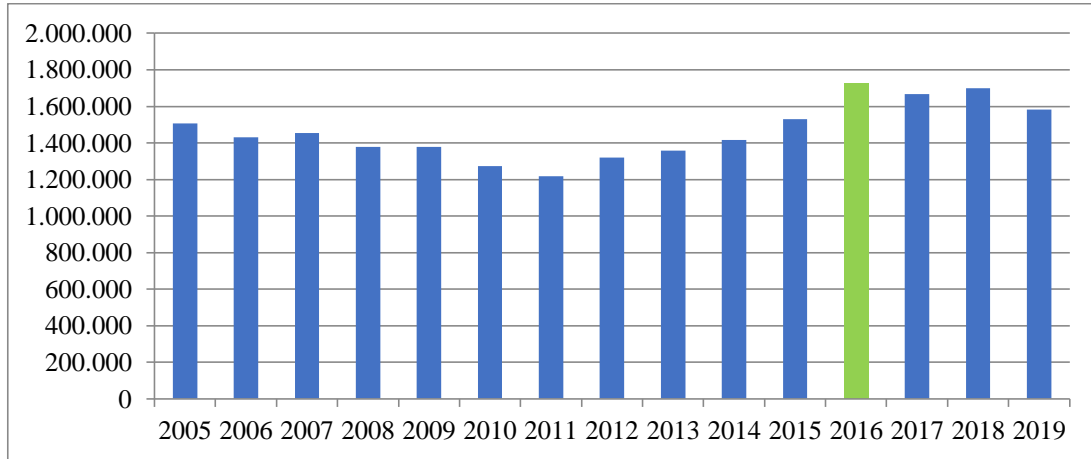
Tablo 1: Büyük Set Resifi Deniz Parkı'nın Tam Gün Ziyaretçi Sayısına İlişkin Veriler

Yıl	Ziyaretçi Sayısı (Tam Gün)
2005	1.507.568
2006	1.429.904
2007	1.453.544
2008	1.378.045
2009	1.377.571
2010	1.272.441
2011	1.218.956
2012	1.320.896
2013	1.359.100
2014	1.417.630
2015	1.529.985
2016	1.725.446
2017	1.667.324
2018	1.697.969
2019	1.582.080

Kaynak:GBRMPA (Great Barrier Reef Marine Park Authority) tam gün ziyaretçi verileri esas alınarak yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 1 incelendiğinde Büyük Set Resifi Deniz Parkı'nın tam gün ziyaretçi sayısının 2005 yılında 1.507.568 kişi, 2006 yılında 1.429.904 kişi, 2007 yılında 1.453.544 kişi, 2008 yılında 1.378.045 kişi, 2009 yılında 1.377.571 kişi, 2010 yılında 1.272.441 kişi, 2011 yılında 1.218.956 kişi, 2012 yılında 1.320.896 kişi, 2013 yılında 1.359.100 kişi, 2014 yılında 1.417.630 kişi, 2015 yılında 1.529.985 kişi,

2016 yılında 1.725.446 kişi, 2017 yılında 1.667.324 kişi, 2018 yılında 1.697.969 kişi, 2019 yılında ise 1.582.080 kişi olduğu görülmektedir.



Grafik 1: Büyük Set Resifi Deniz Parkı'nın Yıllara Göre Tam Gün Ziyaretçi Sayısı

Kaynak:GBRMPA (Great Barrier Reef Marine Park Authority) verileri esas alınarak yazarlar tarafından hazırlanmıştır.

Grafik 1'de de görüleceği üzere Büyük Set Resifi Deniz Parkı'nın tam gün ziyaretçi sayısı yıllara göre incelendiğinde en çok ziyaretçi sayısının 2016 yılına ait olduğu görülmektedir. Özellikle 2011 yılından itibaren 2016 yılına kadar tam gün ziyaretçi sayısının gittikçe arttığı ve ivme kazandığı dikkat çekmektedir.

6.2. Yarım Gün Ziyaretçi Sayılarına İlişkin Veriler

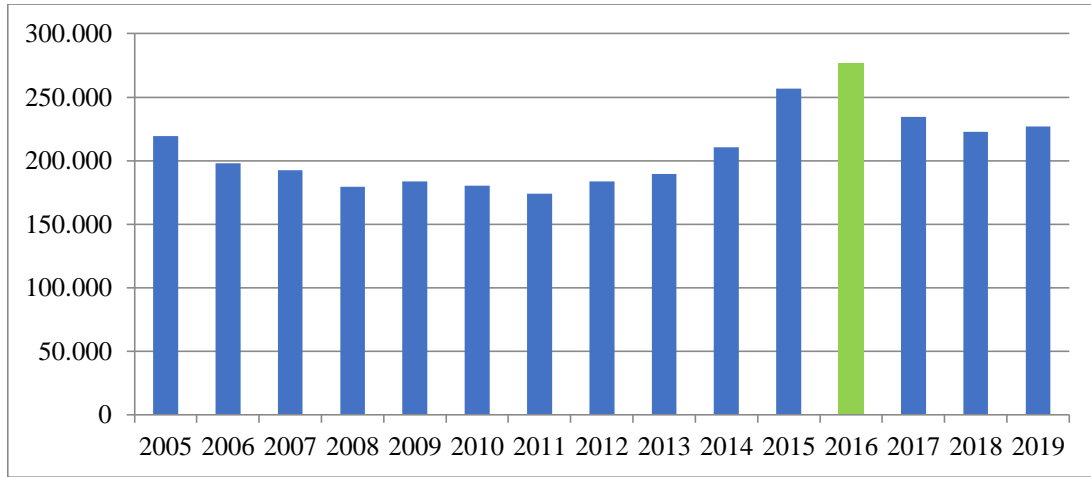
"Australian Government Great Barrier Reef Marine Park Authority" tarafından yayınlanan veriler ışığında Büyük Set Resifi Deniz Parkı'nı yarım gün ziyaret eden kişi sayısına ilişkin bilgiler ise Tablo 2'de gösterilmektedir:

Tablo 2: Büyük Set Resifi Deniz Parkı'nın Yarım Gün Ziyaretçi Sayısına İlişkin Veriler

Yıl	Ziyaretçi Sayısı (Yarım Gün)
2005	219.508
2006	197.804
2007	192.421
2008	179.554
2009	183.797
2010	180.212
2011	173.796
2012	183.854
2013	189.449
2014	210.701
2015	256.591
2016	276.764
2017	234.384
2018	222.686
2019	226.836

Kaynak:GBRMPA (Great Barrier Reef Marine Park Authority) tam gün ziyaretçi verileri esas alınarak yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 2 incelendiğinde Büyük Set Resifi Deniz Parkı'nın tam gün ziyaretçi sayısının 2005 yılında 219.508 kişi, 2006 yılında 197.804 kişi, 2007 yılında 192.421 kişi, 2008 yılında 179.554 kişi, 2009 yılında 183.797 kişi, 2010 yılında 180.212 kişi, 2011 yılında 173.796 kişi, 2012 yılında 183.854 kişi, 2013 yılında 189.449 kişi, 2014 yılında 210.701 kişi, 2015 yılında 256.591 kişi, 2016 yılında 276.764 kişi, 2017 yılında 234.384 kişi, 2018 yılında 222.686 kişi, 2019 yılında ise 226.836 kişi olduğu görülmektedir.



Grafik 2:Büyük Set Resifi Deniz Parkı'nın Yıllara Göre Yarımlık Ziyaretçi Sayısı

Kaynak:GBRMPA (Great Barrier Reef Marine Park Authority) verileri esas alınarak yazarlar tarafından hazırlanmıştır.

7. SONUÇ

Özellikle 1950'li yıllardan sonra paket turların yaygınlaşmasıyla birlikte ortaya çıkan kitle turizmine olan ilginin gittikçe azaldığı bugünlerde, turistler artık alternatif turizm türlerine daha fazla ilgi göstermeye ve farklı turistik arayışlar içerisine girmeye başlamışlardır. Bu noktada sıra dışı olan destinasyonların yanı sıra; bazı iklimsel veya doğal nedenlerden dolayı ilerleyen dönemler de ziyaret edilmesi imkansız hale gelebilecek destinasyonlar da turistler için önemli bir çekim merkezi konumuna gelmiştir. Bazı doğal afetlerle karşı karşıya kalması ve hatta gelecekte yok olması olası olan bu destinasyonlar ziyaretçilerin dikkatini çekmeyi başarmıştır. Literatüre bakıldığında "son şans turizmi" olarak ifade edilen bu turizm faaliyetlerinin 1990'lı yıllarda gündeme geldiği görülmüştür. Özellikle gittikçe artan dünya nüfusu, kaynakların bilinçsiz kullanımı ve küresel ısınma gibi sebepler, bu bölgeleri olumsuz yönde etkilese de, bu durum destinasyonlara turistik açıdan değer kazandırmıştır. Yazınsal inceleme yapıldığında son şans turizmi yada kıyamet turizmi olarak ifade edilen bu kavramla ilgili çalışmalarda daha çok küresel ısınmanın direkt olarak etkilediği Antarktika ve Kutup Bölgeleri'nin ele alındığı ve incelendiği tespit edilmiştir. Bu araştırma sonucunda ise 2016 yılında iklim değişiklikleri ve küresel ısınma sebebiyle büyük bir felaket yaşayan resife olan ilginin daha da arttığı ve turistlerin Büyük Set Resifi'ni tekrar görememe ihtimali ile motive olarak yoğun bir şekilde ziyaret eğilimi içerinde oldukları tespit edilmiştir.

KAYNAKÇA

- Aydın, S. & Sezerel H. (2017). "Seyahat Motivasyonlarına İlişkin Bir Yazın İncelemesi", Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 7(2), 118-140.
- Dawson, J., Johnston, M. J., Stewart, E. J., Lemieux, C. J., Lemelin, R. H., Maher, P. T. & Grimwood, B. S. R. (2011). "Ethical considerations of last chance tourism", Journal of Ecotourism, 10(3), 250-265.
- Eijgelaar, E.; Thaper, C. & Peeters, P. (2010). "Antarctic cruise tourism: the paradoxes of ambassadorship, "last chance tourism" and greenhouse gas emissions", Journal of Sustainable Tourism, 18(3), 337-354.
- Groulx, M.; Lemieux, C., Dawson, J., Stewart, E. & Yudina, O. (2016). "Motivations to engage in last chance tourism in the Churchill Wildlife Management Area and Wapusk National Park: the role of place identity and nature relatedness", Journal of Sustainable Tourism, 24(11), 1523-1540.
- Harman, S. (2014). "Bağımsız Seyahat Eden Yerli Gezginlerin Seyahat Motivasyonları Üzerine Bir Araştırma", Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi, 10(21), 107-128.

Hsieh, H. Y. (2016). "The Influence of Travel Motivation and Destination Image on Destination Choices of Backpackers in Tainan", Proceedings of the Eighth Asia-Pacific Conference on Global Business, Economics, Finance and Banking (AP16Singapore Conference), 21-23 July 2016, J. A. Alpha Business Research & Publishers Pvt. Ltd., 1-8, Singapore.

Huebner, A. (2011). "Tourism and the (Un)Expected: A Research Note", Pacific News, 36, 25-28.

Kozak, N.; Meryem A. K.&Metin K. (2018). Genel Turizm İlkeler-Kavramlar, Detay Yayıncılık, Ankara.

Lemelin, H.; Dawson, J., Stewart, E. J., Maher, P. & Lueck, M. (2010). "Last chance tourism: the boom, doom, and gloom of visiting vanishing destinations". Current Issues in Tourism, 13(5), 477-493.

Mahika, E. C. (2011). "Current Trends in Tourist Motivation", Cactus Tourism Journal, 2(2), 15-24.

Olomolaiye, A. & Egbu C. (2004). "Motivating Knowledge Workers: The Dilemma of HRM's Contribution to Knowledge Management in the Construction Industry", The International Salford Centre for Research ad Innovation (SCRI) Research Symposium, 30-31 March 2004, Salford University, 131-141, Salford.

Piggott-Mckellar, A. E. & McNamara, K. E. (2017). "Last chance tourism and the Great Barrier Reef", Journal of Sustainable Tourism, 25(3), 397-415.

Sümbül, G. & Avcıkurt C. (2018). "Üniversite Öğrencilerinin Seyahat Motivasyonlarının Belirlenmesi", Turizm ve Araştırma Dergisi, 7(2), 59-73.

Tanyeri, E. (2015). "Destinasyon Tanıtımında Halkla İlişkiler: Turistik Tüketici Perspektifinden Diyalog Eksenli Bir Bakış", Literatürk Academia, Konya.

Van Vuuren, C. & Slabbert E. (2011). "Travel Motivations and Behaviour of Tourists to a South African Resort", International Conference on Tourism & Management Studies, 1, 295-304.

Vatan, A. & Demir, Ö. (2019). "İstanbul'daki Kuş Sarayları: Son Şans", Türk Turizm Araştırmaları Dergisi, 3(3), 421-435.

Vigolo, V.; Simeoni F., Cassia F. & Ugolini M. M. (2018). "The Effects of Travel Motivation on Satisfaction: The Case of Older Tourists", International Journal of Business and Social Science, 9(2), 19-30.

Vila, M.; Costa, G., Angulo-Preckler, C., Sarda, R. & Avila, C. (2016). "Contrasting views on Antarctic tourism: 'last chance tourism' or 'ambassadorship' in the last of the wild", Journal of Cleaner Production, 111, 451-460.

Yıldız, S. (2018). "Yok Oluştan Doğan Turizm: Kıyamet Turizmi (Doom Tourism)", Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, 5(5), 224-241.

İnternet Erişimi

https://en.wikipedia.org/wiki/Great_Barrier_Reef, Erişim; 23.06.2020.

<https://whc.unesco.org/en/list/154>, Erişim; 24.06.2020.

<https://www.bbc.com/news/world-australia-38127320>, Erişim; 25.06.2020.

<http://www.gbrmpa.gov.au/the-reef/coastal-ecosystems>, Erişim; 26.06.2020.

<http://www.gbrmpa.gov.au/our-work/reef-strategies/visitor-contributions/numbers>, Erişim; 26.06.2020.