



e-ISSN: 2630-6417

International Journal of Social,
Humanities and Administrative
Sciences (JOSHAS JOURNAL)

Vol: 8 Issue: 59
Year: 2022 December
Pp: 2059-2069

Arrival
15 November 2022
Published
31 December 2022

Article ID
67097
Article Serial Number
36

DOI NUMBER

<http://dx.doi.org/10.29228/JOSHAS.67097>

How to Cite This Article

Doğancalı, O.S. (2022).
"Yükselişteki Destinasyonların
Alternatif Turizm Kapsamında
İncelenmesi: Tripadvisor
Örneği", Journal of Social,
Humanities and Administrative
Sciences, 8(59):2059-2069.



International Journal of Social,
Humanities and Administrative
Sciences is licensed under a
Creative Commons Attribution-
NonCommercial 4.0 International
License.

This journal is an open access,
peer-reviewed international
journal.

Yükselişteki Destinasyonların Alternatif Turizm Kapsamında İncelenmesi: Tripadvisor Örneği

Investigation Of The Destinations On The Rise Within The Scope Of Alternative Tourism:
Tripadvisor Example

Olca Sezen DOĞANCALI

Doç. Dr., Sinop Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Ve Otelcilik Yüksekokulu, Turizm Rehberliği Bölümü, Sinop, Türkiye

ÖZET

Moda, snobizm ve kişisel tercihlerden ötürü turizm trendi her yıl farklılık göstermektedir. Turizmde daha fazla pay almak isteyen ülkeler ve turizmci ise değişen turizm trendini takip ederek turist sayısını artırarak daha fazla turizm gelir elde etmektedirler. Bu kapsamda çalışmanın amacı 2022 yılında trend olarak görülen ve turistlerin sıkça tercih ettiği destinasyonları Tripadvisor verileri doğrultusunda tespit etmektir. Turizm ürünlerini inceleme ve satın alma sürecinde önemli bir veri kaynağı olan Tripadvisor'un Yükselişteki Destinasyonlar sekmesi altında bulunduğu veriler ışığında, Amerika Birleşik Devletlerinden üç destinasyonun yükselişte olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ülkemiz açısından bakıldığında listede sadece Göreme'nin yer aldığı görülmektedir. Aktiviteler açısından incelendiğinde ise "Deniz/ Su Tabanlı Turizm" ile "Doğa Tabanlı Turizm" in ön planda olduğu görülmektedir. Jet/bot kiralama, doğa turu, kültür turu ve gastronomi turu farklı segmentlerde en fazla tercih edilen turizm aktivitesi olarak tespit edilmiştir. Bu doğrultuda deniz-kum-güneş üçlüsünün geçmişte olduğu gibi günümüzde de önemini koruduğu görülürken alternatif turizm kapsamında doğa ve yemek unsurlarının ön planda olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Elde edilen veriler ışığında küresel anlamda turizm planlaması yapılırken ülke bazından işletme bazına kadar tüm turizm planlamasında söz konusu alternatif turizm çeşitlerinin çerçevesinde şekillendirilmesi önerilmektedir. Özellikle küresel anlamda yapılan reklam ve tanıtım çalışmalarında sosyal medya ve turizm planlamasında kaynak veri kaynağı olan -Tripadvisor gibi- internet sitelerinde yer almaya yönelik plan ve politikalar geliştirilmelidir.

Anahtar Kelimeler: Turizm Trendi, Yükselişteki Destinasyonlar, Alternatif Turizm.

ABSTRACT

Tourism trend varies each year due to fashion, snobbism, and personal preferences. Desiring to receive a larger share of tourism, countries and tourism professionals follow the varying tourism trend and generate higher tourism revenue by increasing the number of tourists. In this regard, the aim of this study was to determine the destinations regarded as trends and frequently preferred by tourists in the year 2022 through Tripadvisor data. It was concluded that three destinations from the United States of America are on the rise in light of data provided under the tab titled Destinations on the Rise by Tripadvisor, which is an important data source in the process of reviewing and purchasing tourism products. It was observed in terms of our country that only Goreme is on the list. It was also observed that "Sea/Water-Based Tourism" and "Nature-Based Tourism" are in the leading position in terms of activities. The most preferred tourism activities were determined as jet/boat renting, nature tours, culture tours, and gastronomy tours in different segments. In this regard, it was concluded that the sea-sand-sun trio maintains its importance as in the past, while elements of nature and cuisine are at the forefront as part of alternative tourism. It is recommended in light of the data obtained that the whole tourism planning is shaped around the frame of aforementioned alternative tourism types from the country basis to the business basis. Plans and policies should be developed toward ranking among the websites acting as data sources such as Tripadvisor in social media and tourism planning, particularly in terms of global advertising and promotional operations.

Keywords: Tourism Trend, Destinations on the Rise, Alternative Tourism.

1. GİRİŞ

Dünya ekonomisinde en hızlı büyüyen sektörlerden olan turizmde kişilerin seyahat etme amaçları her geçen gün çeşitlenmektedir. Bireylerin eğitim seviyesinin yükselmesi, gelirlerdeki artış, yoğun nüfusun oluşturduğu kentleşme durumları gibi birçok etken ile dünyada turizm hareketliliğinde yeni ürünler karşımıza çıkmaktadır. Deniz, kum ve güneş üçlüsünden ziyade (Derman, 2018: 68) turistlerin bireysel gereksinimlerine göre özelleştirilmiş eğlence anlayışı ile birçok unsurun bir araya getirilmesiyle alternatif turizm oluşmaktadır. Bu sebeple daha fazla turist tarafından tercih edilme düzeyi artarak potansiyel turistlerin sayısının da yükseldiği ifade edilebilir (Belias vd., 2017: 465).

Turizm destinasyonlarında kentsel ve kırsal alanları kalkındırmak, yeni istihdam oluşturmak, geleneksel kültürün korunmasını ve takdir edilmesini sağlamak (Arismayanti vd., 2019: 117), nüfus göçünü engellemek ve turizm kaynaklarının sürdürülebilir kullanımı alternatif turizm sayesinde mümkün olmaktadır (Çelik, 2018: 203).

Ziyaret edilen destinasyonlarda yer alan çekicilik unsurlarının turistlerdeki tercih etme davranışı ve memnuniyet oluşturmada etkili olmasından dolayı (Karasakal, 2019: 225) destinasyon yöneticilerinin turistlere yönelik aktiviteleri zenginleştirilmesi gerekmektedir. Turistlere turizmde hedefledikleri hazları yaşamayı sağlayıcı, gözlemleyici ve aktif olarak yer alabilecekleri destekleyici unsurların bir arada yer aldığı eğlenceli ve eğitici deneyimler yaşamaları sağlanmalıdır (Stavrianea ve Kamenidou, 2022: 15).

Turistik destinasyonlarının yeni gelişmeler karşısında iyi yönetimi ile birçok avantaj elde edilebileceği gibi iyi yönetilmediği durumlarda destinasyonlarda tahribat oluşması, kirlilik ve turizmofobi gibi olumsuzluklar

yaşanmaktadır. Bu kapsamda sürdürülebilir kalkınma ve turizm gelişiminin sağlıklı ilerleyebilmesi için alternatif turizm unsurlarının temellerinin iyi atılmış olması büyük önem arz etmektedir (Herrera, Tapia ve Koroleva, 2020: 4). Bu kapsamda çalışmanın kavramsal çerçevesinde alternatif turizm ve küresel anlamda ön plana çıkan bazı alternatif turizm türlerinden bahsedilmektedir. Ayrıca yükselişte yer alan destinasyonlarda yer alan alternatif turizm türleri hakkında daha önceden yapılmış olan akademik çalışmalara da yer verilerek ilgili destinasyonlar hakkında fikir sahibi olunması amaçlanmıştır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Alternatif Turizm

Tarihsel süreçte insanlar çeşitli sebeple seyahat etmiştir ve zamanla modern turizm anlayışı gelişerek ulaşım, konaklama, plajlar, spor alanları, seyahat işletmeleri gibi birçok işletme ile entegre bir endüstri halini almıştır. İlk olarak kitle turizmi ile ön plana çıksa da (Oğan ve Kıvılcım, 2021: 431) turizmin mevsimsellik özelliğinden dolayı sadece yaz aylarında uygulanabilir olması (Kotan, 2020), yoğun dönemlerde destinasyonların altyapısının yetersiz kalması, şehirde yaşayan insanların yaşam kalitesinin düşmesi (Marsh, 2012: 197) ve kalabalık yönetimindeki başarısızlıklardan dolayı (Brazales ve Koroleva, 2020: 4) kitle turizminin yerini alternatif turizm almıştır. Turistlerin özel ilgilerine ve turizm beklentilerine göre turizmde çeşitlilik sağlamaları ile (Töre Başat ve Yurdakul, 2021: 409) ön plana çıkan alternatif turizmde bozulmamış- el değmemiş- alanlar (Cohen, 1987: 13) turizmde yeni çekim merkezleri haline gelmiştir.

Alternatif turizm ile sürdürülebilir turizm hareketliliği sağlanarak (Çetinsöz ve Temiz, 2016 : 507) mevcut turizm modelinde birtakım değişiklikler meydana gelmiştir. Böylece mevcut turist sayısı ve turizm gelirlerinin artmış, turizm talebinin değişmiş ve turizmde deneyim kalitesi ön plana çıkmıştır. Söz konusu değişikliklerin sonucu olarak yerel kültürü öğrenme isteği gibi birçok unsur da değişimler yaşanmıştır (Özşahin, Eroğlu ve Kırılak, 2019:1248).

Değişen turist talepleri ile kırsal turizm, agro turizm, botanik turizmi gibi çevreyi ve kırsal toplulukta yaşayan koruyan yeni turizm çeşitleri önem kazanmaya başlamış (Samarathunga, 2020: 26), yerel halkın ön planda olduğu turizm türlerinde yerel halkın çıkarlarını korumanın yanı sıra (Scheyvens, 1999: 249) ekonomik kalkındırmayı sağlayıcı, sosyal ve ekonomik olarak avantajlar elde etmek gibi amaçlar ön plana çıkmıştır (Stronza ve Gordillo, 2008: 448). Bu kapsamda rekreatif faaliyetleri zenginleştirerek (Cesur, Özer ve Çeken, 2021: 1070) aktif olarak deneyim yaşamak isteyen turistler ile kültürlerin yakından tanınmasına olanak sağlayan gezi rotaları turistler tarafından sıklıkla tercih edilmeye başlamıştır (Boz, 2018: 387). Bu kapsamda yılın tüm mevsimlerinde uygulanabilen ve kitle turizmine göre daha geniş alanlara yayılmayı sağlayan alternatif turizmde çok fazla çeşit yer almakla birlikte (Çelik, 2018: 186) küresel anlamda ön plana çıkan bazı çeşitleri aşağıda şekildedir;

Günümüz turizm eğilimlerinde gelişme gösteren alternatif turizm türü spor turizmidir. Geçmiş dönemlerde sadece spor kabileleri için aklımıza gelen spor turizmi günümüzde kitlesel özellik taşımaktadır. Spor ve turizm, birbirinin gelişimini sağlayan bir yapıda yer almakta olup özel ilgisi bulunan kişileri bir araya getiren alternatif turizm türlerinden birisi olarak karşımıza çıkmaktadır (Akyol, 2021: 190).

Macera turizmi, uzak ve egzotik yerlerde keşif yaparken zorlu faaliyetler yapılarak gerçekleştirilen amaçlanmaktadır (Nainggolan, 2022: 66). Aromatik turizmde ise görüntüsü ile dikkat çeken ve hoş kokulu olan bitkilerin olduğu alanlara çeşitli amaçlarla yapılan ziyaretler söz konusudur. Aromatik turizm bitkileri gözlemlmek, toplamak, fotoğraflarını çekmek ve deneyim yaşamak gibi birçok amaçla gerçekleştirilen seyahat faaliyeti olarak ifade edilebilir (Cesur, Özer ve Çeken, 2021: 1064).

Kültür turizmi, bir ülkenin kültürel mirası, anıtları ve tarihi yerleri, manzaraları ve yapılandırılmış bir çevreyi, koleksiyonları, eski ve devam eden kültürel uygulamaları, bilgiyi ve canlı deneyimleri söz konusudur. Bu alternatif turizm çeşidinde ulusların uzun tarihi, kimliği ve kolektif hafızasını kaydedilmekte olan değerleri konu alınmaktadır (Cheirchanteri, 2019: 1).

Sanal turizm, turistlerin bir destinasyona gitmeden hayal edebilmelerini ve deneyimleyebilmelerini sağlayan, kişilerin hayal gücü ile harekete duyarlı teknolojilerin birleştiği platformları kapsamaktadır. Risk almamak, destinasyonlara zarar vermemek, taşıma kapasitesini aşmamak gibi birçok amaca hizmet eden sanal turizm, kişilerde farklı turizm deneyimi yaşamalarını sağlamaktadır (Muhammad, Mutiarin ve Damanik, 2021: 54).

Dark turizm, karanlık turizm ya da hüznün turizmi olarak da isimlendirilmekte ve ölüm, şiddet, afetler, trajediler ve insanlığa karşı suçlarla ilişkilendirilen yerlere yapılan seyahatler olarak bilinmektedir. İlk olarak 20. yüzyılda ölümle ilişkilendirilen destinasyonlara yapılan seyahatlerle ortaya çıkan dark turizm, Prenses Diana'nın ölümcül araba kazası geçirdiği alana bazı kişilerin ziyaret etmesiyle ilgi uyandırmaya başlamıştır (Sezen Doğancı, 2019:43).

Toplum temelli turizm, yapılan turizm hareketliliği ile yerel topluluklara birtakım destekler sağlanmaktadır. Bu turizm türünde turizm gelirlerinin büyük kısmına yerel halkın sahip olması, yerel ekonominin canlanması ve yerel halkın turizm faaliyetlerin katılımının sağlanarak sahiplenmesinin sağlanması gerekmektedir (Lapeyre, 2010: 757-758).

Destinasyonların marka değerleri rekabet avantajı sağlayarak rakiplerden farklılaşmasını sağlayan ve turizmden daha fazla pay almaya olanak sağlayan anahtarlardan birisi (Karaşah, 2018: 883) olduğu için turizmcilerin marka kimliği unsuruna önem vermesi gerekmektedir (Berrozpe, Campove Yagüe, 2019: 240). Turizm tanıtımında ve imaj çalışmasında doğru stratejiler kullanmayanların başarılı olamadığı günümüz turizm endüstrisinde (Kargiglioğlu ve Zararsız, 2021: 372) internet reklamları ve internet uygulamalarının önemi her geçen gün artmaktadır (Karacan ve Çiftçioğlu, 2018: 251).

2.2. İlgili çalışmalar

Bu başlık altında Tripadvisor'un Yükselen Destinasyon listesinde yer alan destinasyonlar hakkında bilgi sahibi olunması amacı ile bazı alanlar ve bu alanlarda bulunan turizm çeşitleri hakkında bilgi verilmesi tercih edilmiştir.

Karasakal (2019: 243)'in çalışmasında Akdeniz ülkelerinden olan Türkiye, İspanya ve Yunanistan'ın çekicilik unsurları ele alınmış olup söz konusu ülkenin çekicilik unsurlarının büyük oranda benzer olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Büyük oranda deniz, kum ve güneş üçlüsüne odaklanan bu ülkelerin hedef kitleleri de büyük oranda benzerlik göstermektedir.

Alebaki vd. (2022: 1)'in çalışmasında Yunanistan'ın şarap turizminde ön planda olan iki destinasyonu Girit ve Santorini şarap turizmi kapsamında irdelenmiştir. Yapılan analizle sonrasında Santorini'nin ürün yelpazesinin geniş olması, geçmişi vurgulayarak tanıtım yapması, çevrimiçi satış ve rezervasyon sistemlerini daha aktif olarak kullandığından şarap turizminde önemli bir destinasyon olduğu vurgulanmıştır.

Petrić ve Pivčević (2016: 299)'in çalışmasında Split'teki turizm gelişiminin yerel toplum üzerindeki etkisi ele alınmış olup özellikle kültür turizmi kapsamında iyi yönetilemediği sonucuna ulaşılmıştır. M.S. 305 yılında kurulan Split tarihi olarak birçok medeniyete ev sahipliği yapmaktadır. İyi korunmuş mimarisi ve işlevsel kent özellikleriyle Dünya Miras Alanı olarak ilan edilmiştir.

Arımayanti vd. (2019: 117-118)'nin çalışmasında Bali'de oluşan turizm köylerinin kentsel ve kırsal gelişiminin potansiyelleri ele alınmış olup bünyesinde barındırdığı doğal güzellikler, kültürel benzersizlikler ve geleneklerin devamlılığının sağlanması ile yabancı gezginlerin dikkatini çektiği ifade edilmiştir.

Pérez vd. (2020: 9-10)'nin turist talebinin su kaynaklarına olan etkisinin incelendiği çalışmasında, Balear Adalarının deniz, kum, güneşe odaklı olmasından kaynaklanan ve belirli dönemlerde yoğunlaşan turizm talebinin su kaynakları üzerine baskı oluşturduğunu ifade etmektedir. Yerel nüfusun 16 katı turist çeken bölgede suyun sürdürülebilir kullanımı için çözüm yolları ortaya konulmuştur.

Camatti vd. (2020: 893)'nin çalışmasında Dubraovnik'in aşırı turizmden kaynaklanan sorunları ele alınmış olup su kaynakları, elektrik tüketimi, atık yönetimi gibi konularda sorun yaşadığı belirtilmiştir. Buna ek olarak doğal güzellikler ve zengin tarihi geçmişi ile tanınan Dubrovnik 1979 yılında UNESCO Dünya Mirası Alanı olarak tescil edilmiştir.

Taylor (2018: 100)'un Aruba'nın turizmden elde ettiği ekonomik değerinin kalkınma modeline göre incelendiği çalışmasında 1986 yılından günümüze gelen turizm gelişiminde petrol rafinerisinin kapanışı ve Hollanda ile olan siyasi gelişmeler sonrasında ekonomiyi kalkınırın önemli bir değer olarak ifade edilmiştir. Ülke vatandaşının refahını artıran ve ekonomik büyümeyi sağlayan turizm sektöründe Karayip destinasyonları arasında rekabet avantajı elde ettiği ifade edilmiştir.

3. YÖNTEM

Çalışma kapsamında Tripadvisor sitesinde yer alan destinasyonlar hakkında nitel araştırma yöntemlerinden olan içerik analizi uygulanmıştır. Ele alınan konuyla ilgili olarak ileride yapılacak akademik çalışmalara yol gösterici olduğu bilinen içerik analizi yöntemi (Ültay, Akyurt ve Ültay, 2021: 190) dört ana aşamadan oluşmaktadır; Verilerin kodlanması, verilerin temalandırılması, oluşturulan kodların ve temaların düzenlenmesi ve elde edilen bulguların tanımlanarak yorumlanması (Yıldırım & Şimşek, 2013: 259-260). Bu aşamaların gerçekleştirilmesi ile elde edilmiş olan verilerin içeriğine odaklanarak belirli kelimelerin, temaların ya da kavramların anlamlarını ve ilişkilerinin ölçülmesine olanak sağlayan içerik analizi yöntemi sosyal etkileşimin analiz edildiği kullanışlı bir araştırma yöntemi olarak karşımıza çıkmaktadır (Sallan Gül ve Kahya Nizam, 2020: 182).

Çalışmanın amacı 2022 yılı “Yükselişteki Destinasyonlar” sıralamasında yer alan destinasyonlardaki turizm aktivitelerini ve alternatif turizm çeşitlerini ortaya koymaktır. Söz konusu sıralamanın tüketici tercihleri doğrultusunda hazırlandığı varsayımından dolayı günümüz turizm trendini saptamak ve gelecekteki turizm planlamasını yaparken kullanılabilir bir kaynak olması çalışmanın önemini yansıtmaktadır. Bu kapsamda çalışmanın problem cümleleri aşağıdaki gibidir;

- ✓ Yükselişteki Destinasyonların yoğunlaştığı alternatif turizm çeşitliliği nedir?
- ✓ Yükselişteki Destinasyonların yoğunlaştığı turizm aktivitesi nedir?
- ✓ Yükselişteki Destinasyonların yoğunlaştığı ülke hangisidir?
- ✓ Yükselişteki Destinasyonların yoğunlaştığı potansiyel hedef kitle kimdir?

Yükselişteki Destinasyonlar hakkında bilgi edinebilmek için Tripadvisor sitesinden 20.08.2022 ile 02.09.2022 tarihleri arasında araştırmacı tarafından veri toplanmış olup söz konusu destinasyonlar listesi Tablo 1’de yer almaktadır;

Tablo 1: Yükselişteki Destinasyonlar Listesi

DESTİNASYONLAR	
1. Mayorka, Balearic Adaları	12. Aruba
2. Kahire	13. Split
3. Rodos, Dodecanese	14. Playa del Carmen
4. Tulum	15. Hawaii Adası
5. Dubrovnik	16. Luxor
6. İbiza, Balearic Adaları	17. Dominik Cumhuriyeti
7. Natal	18. Charleston
8. Arusha	19. St Maarten
9. Göreme	20. North Male Atoll
10. Santorini, Cyclades	21. Zanzibar
11. Paraty	22. La Fortuna de San Carlos

Kaynak: Tripadvisor Yükselişteki Destinasyonlar - Dünya

Tabloda bulunan destinasyonlara ilişkin bilgiler sadece Tripadvisor sitesinden alınarak oluşturulmuştur. Gezilecek yerler, yapılabilecek faaliyetler ve turların gün sayısı/ fiyat bilgisi gibi konu başlıklarına ilişkin veriler güvenilirliği sağlamak ve örnekleme sınırlayabilmek için sadece Tripadvisor internet sitesinin 2022 yılı Yükselen Destinasyonlar başlığı altında yer alan bilgilerden edinilmiştir. Bu kapsamda çalışmanın örneklemini Tripadvisor sitesinde 2022 yılı Yükselen Destinasyonlar listesinde yer alan turistik alanlar oluştururken çalışmanın evrenini dünya turizm trendleri listesinde yer alan destinasyonlar oluşturmaktadır. Söz konusu destinasyonlar araştırmacı tarafından incelenerek temalara ayrılmış ve bu temalardaki ilgili başlıklar tablolaştırılarak anlamlı hale getirilmiştir. Son olarak temalaştırılan başlıklar ve içerikler yerleştirilerek kodlanmış ve alternatif turizm türleri ile ilişkilendirilerek bulguların tanımlanması sağlanmıştır.

Araştırmada güvenirliliğin korunması için Tripadvisor’da ele alınan destinasyonlar hakkında edinilen bilgiler kayıt altına alınmış ve yıl sonuna kadar (01 Kasım 2022) yeni destinasyonların/ tur bilgilerinin eklenme durumu kontrol edilmiştir. Ancak yapılan incelemelerde verilerde değişiklik olmadığı saptanarak çalışmanın iç geçerliliği için alanında uzman görüşü alınarak iç geçerlilik sağlanmıştır. Temalaştırma ve verilerin kategorileştirilmesi aşamalarında yer alan uzman görüşü ile çalışmanın güvenirliliği sağladığı varsayılmaktadır.

Tripadvisor sitesi, seyahate ilişkin bilgi ihtiyacı olan kullanıcılar tarafından gezginlerin görüşleri ve yorumlarından yararlanmak adına sık sık tercih edilen bir internet sitesi olduğundan (Yoo ve Purifoy, 2007: 7) turizm alanında ilk akla gelen seyahat platformu olarak karşımıza çıkmaktadır. Çeşitli dillerde içerikleri bulunan Tripadvisor sitesinde en iyi otellerden uçak biletlerine kadar birçok unsur hakkında bilgi yer aldığından seyahat planlamasında kişilere satın alma kararı verirken yardımcı olan bir rehber konumundadır (Balıkoğlu, Ulusoy Yıldırım ve Hacıoğlu, 2020: 388). Bu özelliklerinden ötürü çalışma kapsamında veri kaynağı olarak tercih edilen Tripadvisor sitesinden elde edilen bilgiler sınıflandırılmış ve çalışma amacına yönelik birtakım incelemelerde bulunulmuştur.

Destinasyonlarda yer alan turlar hakkında veri toplanırken söz konusu destinasyonlarda bulunan turların fiyat bilgisi de ele alınmış olup verilerin toplandığı zaman dilimindeki dolar kuru üzerinden hesaplanarak Türk Lirası olarak çalışmaya dahil edilmiştir. Çalışma verilerinin toplandığı 20.08.2022 ile 02.09.2022 tarihleri arasında dolar kurunun 17,93 ile 18.47 arasında değişkenlik gösterdiği görüldüğünden “1 dolar 18 TL” sabitlemesi ile tur fiyatları hesaplanarak ülkemizin resmi para birimi olan Türk Lirası ile çalışmada yer verilmiştir. Ancak bazı destinasyonlarda tur bilgilerine ve detaylarına ulaşılmamasına rağmen fiyat bilgisine yer verilmediği tespit edilmiştir. Bu durumun çalışmanın güvenirliliğini etkilememesi adına söz konusu turlar çalışmaya dahil edilmiş ve tur bilgilerine ilişkin hazırlanan tabloda “X” ile belirtilerek elde edilen bilgiler çerçevesinde tablolaştırma işlemi uygulanmıştır.

4. BULGULAR

“Yükselişteki Destinasyonlar” sekmesi altında yer alan turistik alanlar, bu alanlarda uygulanan aktiviteler ve tercih edilen alternatif turizm çeşitlerinin tespit edilmesinin amaçlandığı bu çalışmada elde edilen bilgiler doğrultusunda aşağıdaki bulgulara ulaşılmıştır;

Yükselişteki Destinasyonlar listesinde yer alan alanlar, bulunduğu ülkelere göre incelendiğinde en çok Amerika Birleşik Devletleri’nden destinasyonun yer aldığı tespit edilmiştir. Hawaii Adası, Dominik Cumhuriyeti ve Charleston’u kapsayan destinasyonlar söz konusu listede Amerika Birleşik Devletlerini ön plana çıkartmaktadır. Gezilecek yer sayısına bakıldığında ise 2860 yer ile Dominik Cumhuriyeti, 2624 yer ile Mayorka ve 2356 yer ile Arusha en fazla gezilecek yere sahip destinasyonlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Ülkemizde yer alan Göreme’de ise 408 gezilecek yer tespit edilmiş olup ilgili veriler Tablo 2’deki gibi sıralanmaktadır.

Tablo 2: Yükselişteki Destinasyonlara İlişkin Bilgiler

DESTİNASYON	ÜLKE/BÖLGE	GEZİLECEK YER SAYISI
Mayorka, Balearic Adaları	İspanya	2624
Kahire	Mısır	1599
Rodos, Dodecanese	Yunanistan	983
Tulum	Meksika	558
Dubrovnik	Hırvatistan	808
İbiza, Balearic Adaları	İspanya	942
Natal	Brezilya	312
Arusha	Tanzanya	2356
Göreme	Türkiye	408
Santorini, Cyclades	Yunanistan	867
Paraty	Brezilya	384
Aruba	Karayipler	681
Split	Hırvatistan	905
Playa del Carmen	Meksika	1257
Hawaii Adası	Amerika Birleşik Devletleri	1498
Luxor	Mısır	634
Dominik Cumhuriyeti	Amerika Birleşik Devletleri	2860
Charleston	Amerika Birleşik Devletleri	868
St Maarten	Karayipler	642
North Male Atoll	Maldivler	226
Zanzibar	Tanzanya	1171
La Fortuna de San Carlos	Kosta Rika	310

Brezilya, İspanya, Hırvatistan, Mısır, Yunanistan, Maldivler ve Tanzanya gibi birçok farklı ülkeden ve bölgeden destinasyonları ile ön plana çıkan ülkelere bakıldığında ülke sınıflandırılmasında ortak unsurlara sahip olmadıklarını, ancak birçoğunun deniz/okyanus kıyısında yer aldıkları görülmektedir. Gezilecek yerler açısından bakıldığında yükselişteki destinasyonlarda toplam 22.893 gezilecek yer tespit edilmiş olup destinasyon başına 1.040 gezilecek yere ortalamasına sahip olursa da söz konusu listede 226 ile 2860 arasında gezilecek yere sahip olduğu görülmektedir.

Çalışmada örneklem olarak tercih edilen destinasyonların Tripadvisor sitesinde bulunan aktiviteleri, tur çeşitleri, turların gün sayıları ve fiyat bilgisi -fiyatı belirli olanlar- gibi verilere ulaşabilmek adına elde edilen bilgiler Tablo 3 ve Tablo 4’deki gibi sınıflanmıştır. Söz konusu verilere göre Mayorka su altı dalış, jet-bot kiralama, şarap turu, doğa turu, balon turu ve ATV turuna odaklanmıştır. Fiyat aralığına bakıldığında 648 TL ile 29.629 TL arasında fiyatlarla turizm aktivitelerinin uygulandığı görülmüştür. Kahire’de kültür turu, tarih turu, arkeoloji turu ve deve turunun 1.019 TL ile 38.939 TL arasında değiştiği ve bu turların 4 saatlik ile 9 günlük arasında çeşitli seçeneklerinin olduğu tespit edilmiştir. Rodos’ta ise jet- bot kiralama, arkeoloji turu, liman turu ve trikke turu yer alırken bu turların genel olarak saatlik/günübirlik olarak uygulandığı saptanmıştır. Trikke turu ise sadece Rodos’ta yer almaktadır.

Tablo 3: Yükselişteki Destinasyonlarda Uygulanan Turizm Aktivitesi / Tur Bilgileri

DESTİNASYON	Su altı dalış	Jet-bot kiralama	Şarap turu	Doğa turu	Balon turu	ATV Turu	Kültür turu	Tarih turu	Arkeoloji turu	Deve turu	Liman turu	Sörf	Trikke tur	Obruk/ Mağara turu	Su aktı.	Film turu	Kano turu
Mayorka	1.704-9.796	648-29.629	648-2.778 (1/4 saat)	1.019-12.037 (2/7 saat)	3.240	2.018	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Kahire	-	-	-	-	-	-	1.019-15.761 (10 saat/ 9 gün)	1.019-7.417 (10 saat/6 gün)	1.113-38.939 (4 saat/ 9 gün)	1.103	-	-	-	-	-	-	
Rodos	-	833	-	-	-	-	-	-	333-6.018 (1/8 saat)	-	685-2.315 (4/9 saat)	X	833	-	-	-	
Tulum	592-2.499 (2/10 saat)	X	-	1.507	-	-	-	-	-	-	X	-	-	X	-	2.041	
Dubrovnik	-	-	-	-	-	-	333	-	-	-	-	-	-	-	593-2.500 (2/10 saat)	953	
İbiza	1.019-5.925 (2/6 saat)	1.667-29.629 (2/8 saat)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	X	1.199-1.203	
Natal	1.323	-	-	-	-	2.968	-	-	-	-	-	-	-	-	490	-	
Arusha	-	-	-	1.854-27.814 (12 saat/6 gün)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Göreme	-	-	-	-	3.148-17.203	-	815-2.763	815-15.352 (1/4 gün)	-	-	-	-	-	-	-	-	
Santorini	-	2.222	X	-	-	-	-	-	-	-	X	-	-	-	-	-	
Paraty	-	X	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	X	-	
Aruba	1.020-1.750	1.750-2.332	-	2.275-2.322	-	1.750	-	-	-	-	-	-	-	-	X	-	
Split	-	-	627	905-1.080	-	-	2.455	-	-	-	886-1.698 (8/10 saat)	-	-	1.845	-	-	
Playa del Carmen	-	-	-	-	-	-	180-1.976 (1/4 saat)	4.434	-	-	-	-	-	-	X	-	
Hawaii Adası	2.498	1.557-2.498	-	-	-	-	-	-	-	-	1.557	-	-	-	-	-	
Luxor	-	-	-	-	2.222	-	464-9.277 (9 saat/ 5 gün)	464-7.162 (9 saat/ 4 gün)	464-14.768 (3 saat/ 5 gün)	-	-	-	-	-	-	-	
Dominik Cumhuriyeti	X	X	-	-	-	-	X	-	-	-	-	-	-	-	X	-	
Charleston	-	-	-	-	-	-	X	-	-	-	X	-	-	-	X	-	
St Maarten	1.206-4.528 (3/9 saat)	1.670-5.224	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
North Male Atoll	-	3.433-44.032 (1/6 gün)	-	-	-	-	-	-	-	-	928-14.083 (4 sat/ 4gün)	-	-	-	X	-	
Zanzibar	-	-	-	2.412	-	2.783	-	371-6.455 (2saat/ 3 gün)	-	-	-	-	-	-	-	1.113	
La Fortuna de San Carlos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	X	
TOPLAM	8	11	3	6	3	4	8	5	3	1	7	1	1	2	10	1	3

*X: Aktivite bulunmakta ancak fiyat belirtilmemiştir

Tablo 4: Yükselişteki Destinasyonlarda Uygulanan Turizm Aktivitesi / Tur Bilgileri- Tablo 3 Devamı

DESTINASYON	4WD tur	Jeep Safari tur	Orta balıkçılığı	Vahşi yaşam turu	Macera turu	Gastronomi turu	Yemek atölyesi	Alışveriş turu	Parti turu	Vanaradag/ Lav turu	Manzara turu	Kruvaziyer turu	Balına/ Yunus turu	SPA	Bimicilik turu
Mayorka	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Kahire	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Rodos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Tulum	-	-	-	-	1.507	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Dubrovnik	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
İbiza	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Natal	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	490-1.334	-	-	-	-
Arusha	1.854-30.595 (12saat/6 gün)	X	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Göreme	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	X	-	-	-	-
Santorini	-	-	X	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Paraty	503-872	-	-	426-55.186 (5saat/ 10 gün)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Aruba	X	1.947	-	-	1.550	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Split	-	-	-	-	-	1.569	2.030	X	-	-	905	-	-	-	-

Playa del Carmen	-	-	-	-	2.475	-	-	-	X	-	-	-	-	-	-	
Hawaii Adası	-	-	-	-	-	X	-	-	-	X	4.622	-	-	-	-	
Luxor	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	7.162	-	-	-	
Dominik Cumhuriyeti	-	X	-	-	-	X	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Charleston	-	-	-	-	-	X	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
St Maarten	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
North Male Atoll	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	835-23.194	X	-	
Zanzibar	-	-	-	-	2.783	751	X	-	-	-	-	-	1.856-2.226	-	-	
La Fortuna de San Carlos	-	-	-	-	1.145	X	X	-	-	-	-	-	-	X	X	
TOPLAM	3	3	1	1	5	6	3	1	1	1	1	4	1	2	2	1

*X: Aktivite bulunmakta ancak fiyat belirtilmemiştir

Yükselişteki destinasyonlara bakıldığında en fazla aktivitenin Split, Aruba, Tulum ve Mayorka'da gerçekleştirildiği saptanmış olup söz konusu aktiviteler incelendiğinde toplamda 112 adet tur aktivitesi tespit edilmiştir. Bu aktivitelerden bazılarında fiyatlandırma yer alırken bazılarında fiyat bilgisine erişilememiştir. Su altı dalış aktivitesinde 2 saatten 10 saate kadar tur planlaması görülürken fiyatları 592-5.925 TL arasında değişkenlik göstermektedir. Jet/bot kiralama aktivitesinde 2 saatten 6 güne kadar tur planlaması görülürken fiyatları 833-29.629 TL arasındadır. Su aktivitesine ilişkin turda 2 saatten 10 saate kadar çeşitlilik gözükürken fiyatları 490-2.500 TL arasında değişmektedir. Kültür turuna ait planlamada ise 1 saatten 9 güne kadar seçenek yer almakta olup 333-15.761 TL arasında fiyat yer almaktadır. Söz konusu tur çeşitlerindeki aktivitelerin içeriğine göre Tablo 5'deki gibi sınıflandırılmıştır;

Tablo 5: Turlarda Yer Alan Aktivite Sınıflandırması

DENİZ/ SU TABANLI TURİZM		DOĞA TABANLI TURİZM		KÜLTÜR TABANLI TURİZM		GASTRONOMİ TABANLI TURİZM	
Tur/Aktivite	Sayı (n)	Tur/Aktivite	Sayı (n)	Tur/Aktivite	Sayı (n)	Tur/Aktivite	Sayı (n)
Jet/bot kiralama	11	Doğa turu	6	Kültür turu	8	Gastronomi turu	6
Su aktivitesi	10	Macera turu	5	Tarih turu	5	Şarap turu	3
Su altı dalış	8	ATV turu	4	Arkeoloji turu	3	Yemek atölyesi	3
Liman turu	7	Manzara turu	4	Film turu	1		
Macera turu	5	4WD turu	3				
Manzara turu	4	Jeep Safari tur	3				
Kano turu	3	Balon turu	3				
Balina/yunus turu	2	Obruk/mağara turu	2				
Olta balıkçılığı	1	Yanardağ/lav turu	1				
Kurvaziyer turu	1	Vahşi yaşam turu	1				
Sörf	1	Binicilik turu	1				
		Deve turu	1				
Toplam	53	Toplam	34	Toplam	17	Toplam	12

Yükselen destinasyonlarda yer alan aktivitelerin sınıflandırmasına bakıldığında içeriğine göre farklı segmentlerde ortak unsur olarak kullanıldığı tespit edilmiş olup Deniz/ Su Tabanlı Turizm ile Doğa Tabanlı Turizmin ön planda olduğu görülmektedir. Deniz/Su Tabanlı Turizm kapsamında 53 aktivite yer alırken en fazla jet/bot kiralama, su aktivitesi, su altı dalışın tercih edilmektedir. Buna ek olarak deniz ve su aktivitelerinin macera turu ve manzara turu gibi farklı içeriklerle beraber kullanıldığı dikkati çekmektedir. Doğa Tabanlı Turizmde ise 34 aktivite yer alırken en fazla balon turu, macera turu ve ATV turu ön plana çıkmaktadır. Bu turizm kapsamında da macera turu, manzara turu, balonu turu ve vahşi yaşam gibi farklı içeriklerin yer aldığı görülmektedir. Ayrıca Kültür Tabanlı Turizmde kültür turu, tarih turu, arkeoloji turu ve film turu (filmlerin içerisinde kültürel unsurların ön plana çıktığı ve turizm hareketlerine teşvik ettiği varsayımına dayanarak) yer alırken Gastronomi Tabanlı Turizmde gastronomi turu, şarap turu ve yemek atölyeleri ön plana çıkmaktadır. Ayrıca deve turu gibi destinasyona özgü aktiviteler; obruk/mağara turu ile yanardağ/lav turu gibi coğrafi oluşumsal kaynaklara özgü aktiviteler ve balon turu gibi her alanda uygulanmayan farklı alanlara ve özel ilgilere hitap eden aktiviteler tespit edilmiştir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Tripadvisor verileri doğrultusunda 2022 yılı turizm trendlerinin saptandığı çalışma kapsamında 22 destinasyona ulaşılmış olup söz konusu destinasyonlarda bulunan gezilecek yer sayısı, turizm aktiviteleri ve ücret bilgileri ele alınmıştır.

Yükselişte olan 22 destinasyonun üçünün Amerika Birleşik Devletleri'nde yer almasından dolayı en popüler ülkenin Amerika Birleşik Devletleri olduğu ifade edilebilir. Bu görüş Anholt (2005: 296) 'ın çalışması ile paralellik göstermektedir. Ülkemizde ise yükselişte olan destinasyon Göreme olarak belirtilmiştir. Erozyon ile oluşup günümüzde turistik amaçlı olarak kullanılan ve 1985 yılında UNESCO Dünya Miras Listesi'ne giren Göreme (Kültür Varlıkları Genel Müdürlüğü Resmî Web Sitesi), jeolojik özellikleri ve millî parklarıyla ön plana çıkan tarihi ve

kültürel açıdan zengin bir destinasyon olması (Çeşmeci ve Kırıcı Tekeli, 2018: 153) bu veriyi destekler niteliktedir. Ülkemizdeki tarihi ve kültürel zenginliklere rağmen söz konusu listede yer alan tek destinasyon konumundaki Göreme'nin sahip olduğu kültürel ve coğrafi özelliklerini ön plana çıkartarak farklı turizm türlerinin geliştirilmesi ve uygulanması için yerel yönetimlerce planlamalar yapılması ve bu kaynakların ulusal ve uluslararası platformlarda tanıtımının sağlanması önerilmektedir. Böylece sadece Göreme'nin değil ülkemizde yer alan başka destinasyonların da tanıtım ve pazarlamasının kolaylaştırılacağı düşünülmektedir.

Yükseliş listesinde bulunan destinasyonlarda bulunan gezilecek yer sayısına bakıldığında 2860 yer ile Dominik Cumhuriyeti, 2624 yer ile Mayorka ve 2356 yer ile Arusha olarak sıralanmaktadır. Gezilecek yer sayısının fazla olmasıyla farklı özel ilgiye sahip turist kitlesine hitap ederek daha fazla turist çekebileceği varsayımı ile bahsi geçen destinasyonların alternatif turizmde rekabet avantajını daha yüksek olduğu düşünülmektedir. Bu kapsamda Yıldırım (2022: 63)'ın çalışmasında destinasyonların tercih edilmesinde eğlenceli yaşam imkanlarının sunulmasının tercih edilebilirliği etkinleyen bir faktör olduğundan bahsedilmesi bu veriyi destekler niteliktedir.

Destinasyonlarda birçok turizm aktivitesini kapsayacak nitelikte tur seçenekleri saptanmıştır. Turlar 1 saat ile 10 gün arasında değişmekle beraber içeriğinin zenginliğine ve konseptine göre 333 TL ile 55.186 TL arasında geniş yelpazede tur seçenekleri görülmektedir. Bu veriden hareketle gelir durumuna göre farklı seçeneklerin turistlere sunulduğu ileri sürülebilir.

Turların en yoğun gerçekleştiği destinasyonlar Split, Aruba, Tulum ve Mayorka olarak tespit edilmiş olup aktivitelerin yoğun olarak Deniz/ Su Tabanlı Turizm ile Doğa Tabanlı Turizmde kesiştiği görülmektedir. Bu veri ışığında 2022 turizm sezonu için Deniz/Su Tabanlı Turizm ile Doğa Tabanlı Turizmde yönelimin olduğu ifade edilebilir. Aynı doğrultuda turizm faaliyetlerinde deniz/ su aktivitesini tercih eden ve doğada yer almayı isteyen turistlerin ağırlıkta olduğu ifade edilebilir.

Deniz/Su Tabanlı Turizm planlamasında kurvaziyer ve yat turizminden elde edilen gelirlerin genel turizmde elde edilen gelirlere göre oldukça düşük olmasından dolayı (Polat, Bitiktaş ve Açık, 2022: 86) kurvaziyer ve yat turizmine yoğunlaştırılması önerilmektedir.

Doğa Tabanlı Turizm planlaması için ülkemizde çok yeni olan ve yeni turizm trendi olarak da ifade edilen glamping (Olçay ve Turhan, 2017: 986), kırsal turizm kapsamında trekking (Arslan ve Kendir, 2020: 3679) ve özellikle pandemi ile daha da gelişen kamp aktivitelerinin (Gerenaz ve Yılmaz, 2022, s.893) uygulanması turizm işletmelerine önerilmektedir. Bunlara ek olarak önemli bir yatırım aracı olarak ve ülke imajına katkı sağlamasından dolayı gastronomi turizmi (Duran ve Bilim, 2022: 7) ile koruyarak kullanma sayesinde alanların sürdürülebilirliğinin sağlandığı kültür turizminin (Çatalbaş ve Ecemiş Kılıç, 2021: 167) de göz önüne alınarak küresel olarak planlamaların yapılarak turizm işletmelerinin yönlendirilmesi önerilmektedir. Söz konusu planlamalar yapılırken tanıtım planlamalarında ülkelerin önemini fark edip destinasyonların tanıtım ve pazarlanmasında kullandıkları sosyal medya araçlarını (Arıkan ve Polat, 2021: 2612) kullanım konusunda teşvik edilmesi önerilmektedir.

KAYNAKÇA

1. Akyol, C. (2021). Alternatif Turizm Türlerinin Destinasyonlara Katkısı; Artvin ve Spor turizmi. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 11(1), 177-194.
2. Alebaki, M., Psimouli, M., Kladou, S. and Anastasiadis, F. (2022). Digital winescape and online wine tourism: Comparative insights from Crete and Santorini. *Sustainability*, 14(8396), 1-16. doi:https://doi.org/10.3390/su14148396.
3. Anholt, S. (2005). Anholt nation brands index: How does the world see America? *Journal of Advertising Research*, 5(3), 296-304.
4. Arıkan, E. ve Polat, H. (2021). Ülkelerin Destinasyon Tanıtımında Kullandıkları Sosyal Medya Hesaplarının Kümeleme Analizi ile İncelenmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9 (4), 2612-2623.
5. Arismayanti, N. K., Sendra, M., Suwena, K., Budiarsa, M., Bakta, M. and Pitana, G. (2019). Tourism villages' development in Bali, mass or alternative tourism? *Journal of Tourism and Hospitality Management*, 7(2), 117-139. doi:10.15640/jthm.v7n2a11.
6. Arslan, E. ve Kendir, H. (2020). COVID-19 Salgını Sonrası Yükselen Trend Kırsal Turizm: Zile Örneği, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(4): 3668-3683.
7. Balıkoğlu A., Ulusoy Yıldırım H. ve Hacıoğlu N. (2020). Turist Rehberlerine Yönelik Elektronik Yorumların İçerik Analizi: Tripadvisor Örneği. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 11(2), 385-401.

8. Belias, D., Velissariou, E., Kyriakou, D., Varsanis, K., Vasiliadis, L., Mantas and C., Koustelios, A. (2017). Tourism consumer behavior and alternative tourism: The case of agrotourism in Greece. *Innovative Approaches to Tourism and Leisure*, 465-478.
9. Berrozpe, A., Campo, S. and Yagüe, M. J. (2019). Am I Ibiza? Measuring brand identification in the tourism context. *Journal of Destination Marketing & Management* (11), 240-250. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2018.04.005>.
10. Boz, M. (2018). Kültür Rotaları. Ş. Aydın ve M. Boz (Ed.), *Turizmde Güncel Konu ve Eğilimler II* (s. 387-399). Ankara: Detay Yayıncılık.
11. Brazales, H. D. F., Tapia P. J. and Koroleva, I. S. (2020). Alternative tourism as a type of sustainable tourism. *Research Result. Business and Service Technologies*, 6 (2), 3-19. doi:10.18413/2408-9346-2020-6-2-0-1.
12. Camatti, N., Bertocchi, D., Carić, H. and Borg, J. V. (2020). A digital response system to mitigate overtourism. The case of Dubrovni. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 37(8-9), 887-901. doi: 10.1080/10548408.2020.1828230.
13. Cesur, E., Özer, Ç. ve Çeken, H. (2021). Alternatif Turizm Kapsamında Aromatik Turizm ve Gelişimi. *Abant Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(3), 1055-1078. doi: <https://doi.org/10.11616/asbi.953932>.
14. Cheirchanteri, G. (2019). Industrial cultural heritage as an alternative tourism model: Case study of the Wider Lavreotiki area in Southeastern Attica. *Materials Science and Engineering*, 1-9. doi: 10.1088/1757-899X/603/2/022001.
15. Cohen, E. (1987). "Alternative tourism"-A critique. *Tourism Recreation Research*, 2(2), 13-18.
16. Çatalbaş, F. ve Ecemiş Kılıç, S. (2021). Farklı Kentsel Paydaşların Kültürel Mirasın Korunması ve Kültür Turizmine İlişkin Görüşlerinin Üst Ölçekli Planlar Çerçevesinde Değerlendirilmesi: İzmir Örneği. *Ege Coğrafya Dergisi*, 30(1): 167-186, doi: 10.51800/ecd.900533.
17. Çelik, S. (2018). Alternatif Turizm. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11(56), 193-204.
18. Çeşmeci, N. ve Kırıcı Tekeli, E. (2018). Göreme Tarihi Milli Parkı'nın Sürdürülebilir Turizm Açısından Değerlendirilmesi. *TURAN-SAM: TURAN Stratejik Araştırmalar Merkezi*, 10(40), 148-155. doi: <http://dx.doi.org/10.15189/1308-8041>.
19. Çetinsöz, B. C. ve Temiz, G. (2016). Alternatif Bir Turizm Türü Olarak Türkiye'nin Karanlık (Dark) Turizm. *International Multidisciplinary Congress of Eurasian*, (s. 507-517) 11-13 Temmuz 2016, Ukrayna Odesa.
20. Derman, E. (2018). Bir Alternatif Turizm İşletmesi Olarak Macera Parkı. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi (ASEAD)*, 5(3), 68-76.
21. Duran, G. ve Bilim, Y. (2022). Gastronomide Yeni Eğilimler ve Turizmde Etkileri, Levent Altınay, Osman. M. Karatepe, Muharrem Tuna (Ed.), University of South Florida (USF) M3 Publishing. doi: <https://www.doi.org/10.5038/9781955833103>.
22. Gerenaz, H. ve Yılmaz, H. (2022). Covid-19 Pandemisinin Türkiye'de Farklı Turizm Çeşitleri Üzerindeki Etkisinin Google-Trends Verileri Aracılığıyla İncelenmesi. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 5(2), 880-898. doi: 10.33083/joghat.2022.174.
23. Karasakal, S. (2019). Destinasyon Çekicilikleri Üzerine Bir Literatür Taraması: Türkiye, İspanya ve Yunanistan Karşılaştırması. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 22(1), 225-245.
24. Karaşah, B. (2018). Alternatif Turizmde Marka Kent Olma Yolunda Artvin Kentinin Alternatif Turizm Rotaları. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11(61), 883-892.
25. Kargiglioğlu, Ş. ve Zararsız, H. F. (2021). Türkiye Turizm Tanıtım Filmi! 'Enjoy, I'm Vaccinated'. *Journal of Gastronomy, Hospitality, and Travel*, 4(2). doi: 10.33083/joghat.2021.81.
26. Kotan, N. (2020). Alternatif Turizm Ürünü Olarak Termal Turizm: Erzurum İli Örneği. *Avrasya Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 21-31.
27. Kültür Varlıkları Genel Müdürlüğü Resmî Web Sitesi. URL: <https://kvmgm.ktb.gov.tr/TR-44433/goreme-milli-parki-ve-kapadokya-nevsehir.html> (Erişim Tarihi: 12.10.2022).

28. Lapeyre, R. (2010). Community-based tourism as a sustainable solution to maximise impacts locally? The tsiseb conservancy case, Namibia. *Development Southern Africa*, 27(5), 757-772. doi: 10.1080/0376835X.2010.522837.
29. Marsh, E. A. (2012). The effects of cruise ship tourism in coastal heritage cities A case study of Charleston, South Carolina. *Journal of Cultural Heritage*, 2(2), 190-199. doi:10.1108/20441261211273662.
30. Muhammad, R., Mutiarin, D. and Damanik, J. (2021). Virtual tourism sebagai alternatif wisata saat pandemi. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 4(1), 53-60. doi:https://doi.org/10.17509/jithor.v4i1.31250.
31. Nainggolan, H. C. (2022). Adventure tourism as an alternative for tourism development in Bakti Raja District Humbang Hasundutan Regency. *Journal Akademi Pariwisata Medan*, 10(1), 64-74. doi:https://doi.org/10.36983/japm.v10i1.291.
32. Oğan, Y. and Kıvılcım, B. (2021). Alternative tourism and gastronomic tourism. S. T. Jamil, F. H. Dikmen and A. M. Köktaş (Eds.), *Economic Social and Business Issues Evidence From Developing World* (s. 431-438). London: IJOPEC Publication Limited.
33. Olcay, A. ve Turhan U. (2017). Türkiye’de Glamping Hizmeti Veren İşletmelerin Sahip ve Yöneticilerinin “Yeni Turizm Trendi Glamping” İle İlgili Görüşleri (Muğla ve Antalya Örneği), *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 16 (4), 980-996, doi: 10.21547/jss.314773.
34. Özşahin, E., Eroğlu, İ. and Kırılak, B. (2019). Alternative tourism geography of the Thracian Peninsula. XI. *IBANESS Congress Series- Tekirdag / Turkey*, (s. 1238-1242), March 09-10 2019.
35. Pérez, D. M., Martín, Martín, J. M., Martínez, J. M. and Sáez-Fernández, F. J. (2020). An Analysis of the cost of water supply linked to the tourism industry. An application to the case of the Island of Ibiza in Spain. *Water*, 12(2006), 1-19. doi: 10.3390/w12072006.
36. Petrić, L. and Pivčević: (2016). Community based tourism development – Insights from Split, Croatia. *Biennial International Congress. Tourism & Hospitality Industry; Opatija*, (s. 294-307).
37. Polat, Ç., Bitiktaş, F. ve Açık, Ab. (2022). Türkiye’de Yat ve Kruvaziyer Turizmi Gelirleri: Antalya Örneği. *Deniz Taşımacılığı ve Lojistiği Dergisi*, 3(2), 76-90. doi: https://doi.org/10.52602/mtl.1113233.
38. Sallan Gül, S. ve Kahya Nizam, Ö. (2021). Sosyal Bilimlerde İçerik ve Söylem Analizi, *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 42 (Özel sayı 1), Denizli, (s. 181-198).
39. Samarathunga, W. (2020). Restructuring tourism economies to face the 'New Normal': COVID19 and alternative tourism. *Sri Lanka Economic Research Conference 2020, Uva Wellassa University of Sri Lanka*.
40. Scheyvens, R. (1999). Ecotourism and the empowerment of local communities. *Tourism Management*, 20, 245-249.
41. Sezen Doğancılı, O. (2019). Dark Tourism and its Examples in the World. İ. Yazıcıoğlu, Ö.Yayla & A. Solunoğlu (Eds.), *Current Issues in Tourism and Hospitality Management*, (s.43-56). SRA Academic Publishing.
42. Stavrianea, A. and Kamenidou, I. (2022). Memorable tourism experiences, destination image, satisfaction, and loyalty: an empirical study of Santorini Island. *EuroMed Journal of Business*, 17(1), 1-20. doi:10.1108/EMJB-10-2020-0106.
43. Stronza, A. L., Hunt, C. A. and Fitzgerald, L. A. (2019). Ecotourism for conservation? *Annual Review of Environment and Resources*, 4(4), 229-253.
44. Taylor, D. (2018). Tourism and development in the senian context: Does it help or hurt SIDS? The case of Aruba. *Journal of Tourism and Hospitality Management*, 6(3), 100-108.
45. Tripadvisor Resmi Web Sitesi. URL: <https://www.tripadvisor.com.tr/TravelersChoice-Destinations> (Erişim Tarihi: 20.08.2022).
46. Töre Başat, H. ve Yurdakul, A. (2021). Tarihi Ticaret Rotalarının Alternatif Turizm Faaliyetleri Kapsamında Turistik Değerlere Dönüştürülmesi: Kral Yolu-Frig Vadisi’nin Swot Analizi İle Değerlendirilmesi. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi (ASEAD)*, 8(3), 409-429. URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1818220> (Erişim Tarihi: 01.09.2022).

47. Ültay, E., Akyurt, H., Ültay, N. (2021). Sosyal bilimlerde betimsel içerik analizi. IBAD Sosyal Bilimler Dergisi, (10), 188201.
48. Yıldırım, M. (2022). Ailelerin Şehir İçi Rekreatyonel Algı ve Eğilimlerinin Belirlenmesi: İlkadım (Samsun) Örneği. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(1), 63-82.
49. Yıldırım, A., ve Şimşek, H. (2006), Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
50. Yoo, K. H. and Purifoy, M. (2007). *Online Travel Review Study: Role & Impact of Online Travel Reviews*. URL: <https://www.tripadvisor.com/pdfs/OnlineTravelReviewReport.pdf> (Erişim Tarihi: 27.09.2022).