



Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi
The Journal of International Social Research
Cilt: 10 Sayı: 51 Volume: 10 Issue: 51
Ağustos 2017 August 2017
www.sosyalarastirmalar.com Issn: 1307-9581
Doi Number: <http://dx.doi.org/10.17719/jisr.2017.1855>

KIRSAL KALKINMADA GLAMPİNG TURİZMİN ROLÜ: CLUB AMAZON BÖRDÜBET ÖRNEĞİ* THE ROLE OF GLAMPING TOURISM IN RURAL DEVELOPMENT: THE CASE OF CLUB AMAZON BORDUBET

Nur ÇELİK**
Ozan BAHAR ***
Selma TATAR ****

Öz

Uzun yıllar kitle turizmi üzerine kurulu olan turizm sektörü 21. yüzyıldaki gelişmelerle birlikte değişiklik göstermeye başlamış ve gelişen teknoloji, değişen ekonomik koşullar ile tüketici davranışları göz önünde bulundurulduğunda kitle turizminin yerini daha bireysel ve doğa tabanlı alternatif turizm çeşitlerinin almaya başladığı gözlenmiştir. Günümüzde ziyaretçiler kaliteli hizmet almak, farklı deneyimler yaşamak, açık alanlarda ve sakin yerlerde daha fazla zaman geçirmek istemektedirler. Bu bağlamda glamping turizm ziyaretçilerin bu ihtiyaçlarına karşılık verecek yapıda bir alternatif turizm çeşidi olarak karşımıza çıkmaktadır. Kırsal bölgelerde farklı eğlence alternatiflerinin varlığı ise glamping turizm için arz kaynağı oluşturmaktadır. Bu çalışmanın amacı, daha çok kırsal bölgelerin kalkınması için bir alternatif olabilecek glamping kavramının neyi ifade ettiğini ortaya koymaktır. Dolayısıyla bu çalışmada, öncelikle literatür taraması yapıldıktan sonra Ege Bölgesinde glamping alanında faaliyet gösteren Club Amazon Bördübet işletmesi yapılandırılmış görüşme tekniği ile değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Bördübet, Club Amazon, Glamping, Kalkınma, Kırsal kalkınma, Örnek Olay.

Abstract

Tourism sector that based on mass tourism for many years has began to show changes with the advances in the 21st century and when considered emerging technologies, changing economic conditions and consumer behaviour, it was observed that replace the mass tourism, more individual and nature-based tourism began to take alternative tourism varieties. Today, visitors want to take quality service, live different experiences and want to spend more time open spaces and quiet places. In this regard, galmping tourism emerged as a kind of alternative tourism which respond to these needs of visitors. The existence of different entertainment alternative source of supply for glamping in rural areas constitutes tourism. The aim of this study is to more rural areas for the development of a alternatifif reveals what may be stated that the concept of glamping. Therefore, in this study, primarily operating in the area in the Aegean region after glamping literature, Club Amazon Bordubet was evaluated of semi-structured interview technique.

Keywords: Bördübet, Club Amazon, Glamping, Development, Rural Development, Case Study.

1. GİRİŞ

Uzun yıllar kitle turizmi üzerine kurulu olan turizm sektörü 21. yüzyıldaki gelişmelerle birlikte değişiklik göstermeye başlamış ve gelişen teknoloji, değişen ekonomik koşullar ile tüketici davranışları göz önünde bulundurulduğunda kitle turizminin yerini daha bireysel ve doğa tabanlı alternatif turizm çeşitlerinin almaya başladığı gözlenmiştir. Sosyal medya olgusu ve teknolojik gelişmeler gibi birçok faktörden dolayı sadece turizm sektörü açısından değil ziyaretçiler açısından da eğilimlerin değiştiğini, kitlesel turizme ilginin azaldığını, tekil ve özgün olana ilginin arttığını, alternatif turizm türlerine yönelik talebin giderek güçlendiğini, doğal alanlar, tarihi ve kültürel miras ile çeşitli sanatsal ve kültürel aktivitelerin artık ziyaretçilerin en önemli seyahat nedenleri arasında ilk sıralarda yer aldığını söylemek mümkündür (Bahar, Çelik ve Samırkaş, 2015).

Günümüzde ziyaretçiler kaliteli hizmet almak, farklı deneyimler yaşamak, açık alanlarda ve sakin yerlerde daha fazla zaman geçirmek istemektedirler. Bu bağlamda glamping turizm, ziyaretçilerin bu ihtiyaçlarına karşılık verecek düzeydedir. Geleneksel kamp yapmaya göre daha lüks konaklama ve doğayla iç içe imkanlar sunan glamping turizmde, ziyaretçilerin tatmin düzeylerinin üst seviyelere çıkarılması amaçlanmaktadır (Brooker ve Jope, 2013). Butik kamping, lüks kamping, rahat kamping gibi adlandırılan

* Bu çalışma, 18-22 Mayıs 2016 tarihinde Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Marmaris Turizm Meslek Yüksekokulu tarafından düzenlenen 5. Ulusal Kırsal Turizm Kongresi'nde özet metin olarak sunulmuştur.

** Arş. Gör., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Bölümü.

*** Prof. Dr., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü.

**** Öğr. Gör., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Marmaris Turizm Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkrâm Hizmetleri Bölümü.



(Sakacova, 2013) ama genel olarak literatürde glamping olarak geçen bu turizm çeşidi kırsal alanlarda turizmin yaygınlaştırılmasında da önemli bir rol oynamaktadır. Kırsal bölgelerde farklı eğlence alternatiflerinin varlığı (Çeken, Dalgın ve Çakır, 2012:13) glamping turizm için arz kaynağını oluşturmaktadır. Balık tutmak, doğa yürüyüşleri ve yıldız izleme aktiviteleri gibi bir çok çeşitli alternatifleri bünyesinde barındıran glamping turizm sadece deniz, kum ve güneşe dayalı turizmden ziyade, turizm sezonunun 12 aya yayılmasına katkı sağlamayı amaçlamaktadır. Yoga severler, kampçılar, doğa tutkunları, maddi dünya ile ilişkisini kesmek isteyenler, şehrin karmaşasından uzaklaşmak isteyenler gibi geniş bir turist profilini de içerisine alan glamping turizm, üzerine kurulu alanı tahrip etmeyen betonlaşmadan uzak, doğa tabanlı özelliği ile de sürdürülebilir turizmi desteklemektedir.

Bu bağlamda, çalışmanın amacı aşağıdaki sorulara yanıt aramaktır:

Glamping turizm kavramı neyi ifade etmektedir?

Glamping işletmesi nasıl olmalıdır?

Glamping turizm kırsal kalkınmayı hangi yönleri ile desteklemektedir?

İlk soru çalışmanın nihai amacını ortaya koymaktadır. Diğer soruların amacı ise çalışmanın daha anlaşılır olmasını ve farklı açılardan değerlendirilmesini sağlamaktır. Dolayısıyla bu çalışmada, öncelikle literatür taraması yapıldıktan sonra Ege Bölgesinde glamping alanında faaliyet gösteren Club Amazon Bördübet işletmesi yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ile değerlendirilmiştir. Daha sonra sonuç ve öneriler ile çalışma sonlandırılmıştır.

2. KAVRAMSAL OLARAK GLAMPİNG TURİZM

Glamping kavramı henüz birçok kişi tarafından bilinmese de son zamanlarda yeni bir turizm eğilimi olarak görülmektedir. Kamp yapma bireylerin birebir doğa ile etkileşim içinde oldukları bir tatil türüdür. Otelde konaklamaya göre daha ucuz olan kamp yapma, rahatsız edici çadırlar, stresli ve uzun hazırlık aşaması ve dışarıdan birçok malzemenin getirilmesini zorunlu kıldığı için, bazı tatilciler tarafından tercih edilmemekte ve rahatsız edici olabilmektedir. Bu sebeple yeni bir kamp yapma alternatifi olan glamping veya glamorous kamping, bu tarz sebeplerle kamp yapmaktan vazgeçen tatilcilere yeni bir alternatif sunmaktadır.

Glamping, “göz alıcı, büyüleyici (glamorous)” ve “kamp yapma (camping)” sözcüklerinin birleşimi sonucu ortaya çıkan yeni bir kavramdır (Brooker ve Joppe, 2013:4). Boscoboinik ve Bouraquard (2011) yaptıkları çalışmada glamping faaliyetlerinin Afrika’da başladığını ve daha sonra Asya, Güney ve Kuzey Amerika, Orta Doğu ve son olarak da Avrupa’ya yayıldığını ifade etmişlerdir. Bir başka çalışmada ise glamping kavramının çıkış noktası 1990’lı yıllarda Afrika’da zengin ziyaretçilerin lüks yaşam stillerini safari turlarında da devam ettirme isteği (Sakacova, 2013:1) ile başladığı belirtilmektedir. Dolayısıyla glamping turizmini tamamen yeni bir kavram olarak değerlendirmek yerine, eski bir tarzın yeni bir boyut kazanarak şekil değiştirmesi şeklinde ifade edebiliriz.

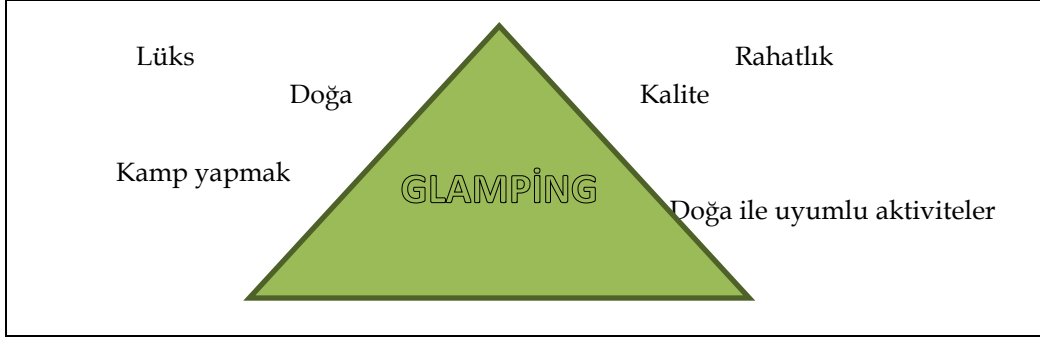
Glamping kavramının literatürde yapılan tanımlarını incelediğimizde (Robinson, Heitmann ve Dieke, 2011; Schänzel ve Yeoman, 2012; Lucivero, 2012; Burger ve Carpenter, 2010, Brooker vd., 2013) kamp yapma ve büyüleyici sözcüklerinin birleşiminden ortaya çıkan bir kavram olarak değerlendirilmesi kavrama yönelik kısıtlı bir tanım yapıldığını göstermektedir. Çünkü bu tanım yeteri kadar bilgi içermemekte sadece lüks kavramına dikkat çekmektedir. Dolayısıyla konu ile yapılan çalışmalar da oldukça az olmakla birlikte kamp yapma ile glamping arasında lüks dışında net bir ayırım yapmak mümkün olmamaktadır.

Glamping, aslında sıcak sudan çift kişilik yatağa kadar ev konforunda kamp yapma olarak ifade edilebilir. Doğa tabanlı turizm ile lüksün birlikte değerlendirildiği glamping turizm, ziyaretçilere değişik ve doğal alanlarda konaklama imkanı sunmaktadır. Konaklama sadece çadırlarda değil, içleri lüks eşyalarla donatılmış ağaç evler, igloolar (eskimo evleri), kabinler, karavan ve kızıldereci çadırları gibi farklı konseptlerden oluşmaktadır (Boscoboinik ve Bourquard, 2011:158). Bunun yanı sıra ziyaretçilere safari, yoga, kuş gözlemciliği, yürüyüş, rafting, balık tutma, dağ bisikletçiliği gibi doğa ile bütünleşik aktiviteler sunulmaktadır. Glamping turizm, olağanüstü yerlerin konfor ile birleşimini merkezine yerleştirmiştir. Kamp yaparken lüksten hiçbir şekilde vazgeçilmemekte ve yüksek kalitede spa, masaj, çamaşırhane, ulaşım gibi hizmetler de verilmektedir. Glamping turizm, *eco-friendly* turizm olarak da görülmektedir. Çünkü merkezinde bozulmamış bir çevre ve el değmemiş doğal güzellikler vardır. Bunun farkında olan işletmeler genellikle mümkün olduğunca çevre dostu ürünler kullanmakta, ziyaretçilere organik ve kendi yetiştirdikleri ürünleri sunmakta, çöplerin ayrıştırılmasına ve kaynakların verimli kullanılmasına dikkat etmektedirler (Sakacova, 2013; Friedman, 2012).

Bu bağlamda, literatürdeki tanımlardan yola çıkarak glamping turizm son olarak şu şekilde tanımlanabilir: *doğa ile bağlantılı çeşitli aktiviteleri sunan, konfor ve lüksten ödün vermeden ziyaretçilerin farklı tatil*

deneyimi yaşamaya olanak sağlayan bir turizm çeşididir. Kavramsal olarak glamping turizm Şekil 1’de gösterilmektedir.

Şekil 1: Kavramsal olarak glamping turizm



Kaynak: Literatür taraması yapılarak yazar tarafından oluşturulmuştur.

Glamping turizm çocuklu aileler kadar romantik çiftleri de hedef pazar olarak görmektedir. Kavramdan kaynaklı olarak glamping turizmin sadece üst düzey sosyal sınıfa hitap ettiği düşünülse de glamping turizm ile ilgili rezervasyon sitelerinden elde edilen bilgilere göre (<http://www.glamping.com/>; <https://glampinghub.com/>, <https://www.coolcamping.co.uk/campsites/glamping>, <http://www.clubamazon.com.tr>) fiyatlar gecelik 50 dolardan 5000 dolara kadar çeşitlilik göstermektedir. Dolayısıyla günlük yaşamın yoğunluğundan, stresinden kurtulmak ve doğa ile yakın temas kurmak isteyen ziyaretçilere, bütçelerine uygun glamping turizm faaliyetlerinden yararlanma fırsatı sunmaktadır.

Glamping turizm ile bağlantılı bir diğer kavram ise *glamper*'dir. Glamper, glamping turizmi tercih eden ve tatillerini bu yönde şekillendiren ziyaretçilere verilen ad olarak tanımlanabilir. Glamper adı verilen ziyaretçilerin genel özellikleri ise aşağıdaki gibi sıralanabilir:

- Günlük yaşamın yoğunluğu ve stresinden kurtulmak isterler,
- Kamp yapmayı severler ancak yanlarında minimum düzeyde eşya taşımak isterler,
- Vahşi doğayı severler,
- Doğa ile yakın temas kurmak isterler,
- Lüksü severler,
- Macerayı, özgürlüğü ve bağımsızlığı severler.

Bu durumda rustik bir çevrede lüks bir deneyim yaşamak isteyen ve zor kamp şartlarından dolayı hayatında hiç kampa gitmemiş kişiler, konforlarından ödün vermeden ve asgari seyahat ögeleri ile (Demirkol, 2014) glamper olabilir.

3. KIRSAL TURİZM

Turizmin gelir ve istihdam yaratıcı etkisi, ödemeler dengesi üzerindeki etkisi ve bölgelerarası gelişme üzerindeki etkisi gibi olumlu etkilerinin yanı sıra çevre üzerindeki olumsuz etkileri ve yerel kültürün zarar görmesi, enflasyon, mevsimsellik gibi olumsuz etkileri de bulunmaktadır (Bahar ve Kozak, 2015). Dolayısıyla kaynakların sürdürülebilir bir şekilde kullanılmasını öngören, çevreye karşı daha duyarlı ve yerel halk için alternatif istihdam ve gelir olanakları sağlayan ekoturizm, agroturizm, yayla turizmi, doğa turizmi, kültür turizmi, köy turizmi, çiftlik turizmi gibi turizm türleri turizmde gelişmenin sürdürülebilir olması açısından son derece önemli olup, kırsal turizm ile birlikte değerlendirilmektedir (Kuter ve Ünal, 2013). Özgün kimliğini koruyan ve doğa ile bütünleşik kırsal alanlar, kırsal turizm için önemli bir potansiyele sahiptir. Glamping turizm faaliyeti de kavram açısından değerlendirildiğinde doğa tabanlı olması, kaynakların verimli kullanılmasını temel alması, yerel ürünlerin kullanılmasını teşvik etmesi gibi etkilerinden dolayı kırsal kalkınmayı destekleyen bir turizm çeşididir.

Kırsal turizm ile ilgili literatürde yapılan tanımlar incelendiğinde kavramın glamping turizmi desteklediği daha anlaşılır olmaktadır. Akça (2004)'ya göre kırsal turizm; "insanların devamlı ikamet ettikleri yerler dışındaki kırsal yörelere ziyaretleri, buralarda çiftçilerin ürettikleri mal ve hizmetleri, yörenin doğal dokusuna uygun mekânlarda talep ederek ve yörede para arttırma arzularını minimize ederek geçici konaklamalarından doğan olaylar ve ilişkiler bütünüdür." Soykan (2006)'ya göre ise kırsal turizm; "kişilerin doğal ortamlarda dinlenmek ve değişik kültürlerle bir arada olmak amacıyla bir kırsal yerleşmeye gidip, orada konaklamaları ve o yöreye özgü etkinlikleri izlemeleri ya da katılmalarıyla gerçekleşen bir turizm türüdür". Kırsal turizm, kırsal alandaki tüm turizm faaliyetlerini kapsamaktadır. Bu turizm faaliyetleri ise



kuş gözlemciliğinden balık tutmaya, bisiklet turlarından fotoğraf çekmeye kadar geniş bir faaliyet alanı oluşturmaktadır. Glamping turizm çeşidinde de benzer doğa tabanlı aktiviteleri yer almaktadır. Doğanın içinde kamp yapan ve lüksten ödün vermeyen ziyaretçiler kırsal alanda kendilerine birçok aktivite bulma fırsatı yakalamaktadır. Kırsal turizmin gelişimi ise kırsal alanların gelişiminde kilit rol oynamaktadır. Dolayısıyla glamping turizm faaliyeti de kırsal bölgelerde yapılabilecek bir turizm faaliyeti olduğundan, kırsal alanların sosyo-kültürel, ekonomik ve çevresel yönden gelişimine katkı sağlayacaktır.

4. YÖNTEM

Araştırma yöntemi, glamping turizm faaliyetlerinin pek çoğunu bünyesinde barındırdığı gözlenen ve glamping turizm hizmeti veren bir Türk işletmesi olan Club Amazon Bördübet bünyesinde, keşifsel bir örnek olay çalışması olarak belirlenmiştir. Nitel bir araştırma yöntemi olan örnek olay çalışması, birbiri ile ilişkili bir yada birkaç olay/denek üzerinde yapılan ayrıntılı çalışma olarak tanımlanabilir (Gül, t.y.). Örnek olay yöntemi, var olan yapılanmayı tüm yönleri ile ortaya koyabilme açısından yoğun odaklanmayı gerektiren bir yöntem olarak önem taşımaktadır (Yalçın ve Ay, 2011: 24). Bu bağlamda "Club Amazon Bördübet" işletmesi örnek olay çerçevesinde değerlendirilmiştir. Araştırmaya konu olan "Club Amazon Bördübet" işletme sahibi Cengiz Tecelli ve glamping turizm fikrini ortaya koyan diğer bir işletme sahibi ve aynı zamanda yöneticisi olan Kaan Tecelli ile yüz yüze görüşme yapılmıştır. Katılımcılara sorulan sorular Birdir, Unur ve Dalgıç (2015) tarafından yapılan bir çalışmadan faydalanılarak hazırlanmıştır. Görüşme işletmenin bulunduğu Bördübet'te 2 Nisan 2016 tarihinde yapılmıştır.

Club Amazon Bördübet, 1980 yılında kurulmuş, Bördübet'deki çam ve günlük ormanları arasına gizlenmiş bir aile işletmesidir. Club Amazon Bördübet, Marmaris-Datça arasındaki Bördübet bölgesindedir. Tesis, özel plajına 500 metre mesafededir. Plaja kıvrımlı dereden kürek çekerek ya da orman içerisinden beş dakikalık kısa bir yürüyüşle ulaşılabilir. İşletme Marmaris'e yaklaşık 30 km, Datça'ya 67 km ve Dalaman Havalimanı'na 80 km mesafededir. Ancak yolun son 4 km'si toprak yol olup, bu kısım yaklaşık 15 dakika sürmektedir.

Club Amazon Bördübet'te tatil, özgürlük, huzur, dinginlik ve stresten arınma olarak tanımlanmaktadır. İşletme butik van, çingene arabası, taş oda, mini bungalov, teras oda ve küp oda olmak üzere altı farklı kategoride odaya sahiptir. Butik van ve çingene arabalarının üzeri tamamen camla kaplıdır. Odalarda çift kişilik yatak, duş, wc, tv, uydu alıcısı, minibar, gardrop, saç kurutma makinası bulunmaktadır. Bunun yanı sıra her odanın kendine özel masa, sandalye ve şezlongu bulunmaktadır. Konaklama hizmetinin yanı sıra sunulan diğer hizmetleri ise; doğa yürüyüşü, tekne gezintisi, yıldız seyretme etkinlikleri, balık tutma turlarıdır.

5. BULGULAR VE TARTIŞMA

İşletme sahibinin eğitim durumu hakkında bilgi sahibi olmak amacıyla ilk olarak "Eğitim durumunuz nedir? Turizm ile ilgili bir eğitim aldınız mı?" sorusu sorulmuştur. Verilen cevap işletme sahibinin turizm eğitimi almadığı, üniversite mezunu olduğu, üniversitede Radyo-Televizyon bölümünde okuduğu ancak sonrasında işletme dersleri aldığı ve işletmenin bir diğer ortağının da işletme eğitimi aldığı yönünde olmuştur. Dolayısıyla glamping turizm faaliyetini ortaya koymalarının alınan turizm eğitimi ile bir bağlantısı olmadığı gözlenmiştir.

Glamping fikrinin ortaya çıkışı hakkında bilgi sahibi olmak için "Türkiye'de yeni bir kavram olan glamping turizm fikri nereden ortaya çıktı?" "Glamping turizm ile ilgili bilgiye ilk olarak nereden ulaştınız?" sorularına verilen cevap şu şekilde olmuştur:

1980 yılından bu yana kamping hizmeti veren bir işletmeyiz. Henüz bu kavram ortaya çıkmadan önce zaten konforlu ve özgün kamping hayatını müşterilerimize sunmaya çalışıyorduk. Cam tavanlı odalarda misafirlerimizi ağırlıyorduk. Amazon, anne ve babamızın emeklilik hayalleriydi. Bizler de bu hayalleri sürdürmeye çalışıyoruz. Glamping turizm ile ilgili bilgiye ise ilk olarak internetten ulaştık.

Glamping işletmesi hakkında bilgi sahibi olmak için sorulan sorular ise "Kaç yıldır glamping hizmeti veriyorsunuz?, Kurulum aşamasından itibaren glamping hizmeti vermek için mi bu işletmeyi açtınız, yoksa bu fikir daha sonra mı şekillendi? Doluluk oranınız nedir? Konaklama dışında misafirlerinize hangi aktiviteleri sunuyorsunuz? İşletmenin personel durumu nasıl? Glamping işletmesinde çalışacak personelin özellikleri nasıl olmalıdır? İşletmeci 1980 yılından 1993 yılına kadar kamping hizmeti verdiklerini ancak sonrasında konforlu kamp hizmeti sunmaya karar verdiklerini belirtmiştir. Bu kararı alıp hayata geçirdiklerinde Türkiye'de glamping'in bilinmediğini 2013 yılında internette şans eseri karşlarına çıktığını ve böylece yıllardır aslında glamping hizmeti verdiklerini belirtmişler, tam olarak da 2013 yılı itibarıyla tanıtım faaliyetlerinde bu başlığa yer verdiklerini dile getirmişlerdir. Dolayısıyla bu fikir de kurulum aşamasında değil yıllar itibarıyla şekillenmiştir. Doluluk oranlarının ise yüksek sezonda (Haziran-Eylül) %95 seviyelerinde, düşük sezonda



ise %40 seviyelerinde olduğunu ifade etmişlerdir. İşletmede sunulan aktivitelerle ilgili olarak ise yürüyüşler, yıldız seyretme etkinlikleri, gün batımı turları, tekne gezileri, balık tutma turları gibi doğaya yönelik bir takım yumuşak aktiviteler sunduklarını belirtmişlerdir. Personel durumu ile ilgili olarak ise, zor bir lokasyonda hizmet verdikleri için personel bulmanın da zor olduğunu, ancak aile havasını yansıtacak, güler yüzlü, mümkünse turizm eğitimi almış, diksiyonu düzgün çalışma arkadaşlarının hizmet kalitesini üst seviyelere çıkaracağını ifade etmişlerdir.

Glamping turizm işletmesinin talep yapısı ile ilgili olarak "Gelen kişinin eğitimi, yaşı, cinsiyeti nedir? Daha çok hangi ülkeden gelmektedirler?" sorusu yöneltilmiştir. Genellikle orta ve üst gelir grubuna sahip, eğitilmiş misafirleri ağırladıklarını, orta yaş ve genç misafirlerin ağırlıkta olduğunu, genellikle çiftlerin tercih ettiğini ve Türk misafirlerin ağırlıklı olduğunu belirtmişlerdir.

Glamping turizm pazarı ve pazarlama faaliyetleri ile ilgili görüş ve tutumlarını tespit etmek amacıyla şu sorular sorulmuştur: *Doluluk oranlarınızın artmasında vermiş olduğunuz hizmeti, glamping olarak sunmanızın faydası oldu mu?, Rezervasyonlarınız en çok hangi kanal ile gerçekleşiyor?, Gelecekte glamping pazarı ile ilgili düşünceleriniz nelerdir?, Glamping hizmeti verdiğinizin daha fazla kişiye ulaşması ve insanlarda merak uyandırması için neler yapılabilir?*

Doluluk oranlarının artmasında vermiş oldukları hizmeti glamping turizm olarak sunmalarının pek çok insan için ilgi çekici olmasından dolayı etkili olduğunu belirtmişlerdir. Rezervasyonların ise en çok internet ve telefon yoluyla gerçekleştirildiğini ifade etmişlerdir. Gelecekte glamping pazarı ile ilgili soruya verilen cevap ise şu şekilde olmuştur:

Bu pazar hem dünyada hem de ülkemizde her geçen gün kendine daha büyük pay edinecektir. İnsanlar büyük otellerden sıkılmaya başladılar. Farklı ve alternatif rotalar arıyorlar. Tatillerinde doğaya daha çok yer vermek istiyorlar. Bu yüzden gelecek vad ediyor görüşündeyim.

Glamping turizmin yaygınlaştırılması ile ilgili olarak ise internet ve sosyal medya kanallarının çok güçlü biçimde kullanılabileceği ve Türkiye'de bu alanda bir portalın olmadığı, böyle bir portalın geliştirilmesi gerektiğini belirtmişlerdir.

Glamping turizm kavramına yönelik sorulan "Glamping turizm hizmetinde olmazsa olmaz dedikleriniz nelerdir?" sorusuna ise verilen cevap aşağıdaki gibidir:

Doğa'nın cazibesi kullanılmalı. Bizleri büyük otellerden ayıran en büyük özellik bu. Bir diğeri orijinalite. Yaptığınız iş farklı olmalı. Bir de misafir ilişkilerini canlı tutmak gerek. İçten ve samimi olmak önemli.

Glamping turizmin kırsal kalkınmaya etkisi ile ilgili sorulan soruya ise, doğayla bütünleşik bir tatil anlayışı olduğu için yerleşik halkın konuya kolaylıkla dahil edilebileceği yönündedir. Örneğin işletme mutfak kalemlerinin bir bölümünü yerleşik köylüden aldığını ifade etmiştir. Çalışanlar arasında bölge köylülerinin de olduğunu böylelikle kırsal ve bölgesel kalkınmaya faydalarının olduğunu belirtmişlerdir.

Son olarak yıllardır glamping turizm hizmeti veren işletme yöneticilerinin gözlemlerine göre glamper turistlerin özellikleri sorulmuş ve bu turistlerin özgür ruhlu, büyük otel mantığından sıkılmış, doğayı gerçekten seven, işletmenin hatalarını (çok büyük olmadığı sürece) görmezden gelmeye çalışan, çoğunlukla güler yüzlü ve anlayışlı insanlar olduğunu vurgulamışlardır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Dünya turizmindeki gelişmeler, başlangıçta talep açısından toplumun sadece belirli bir kesimine hitap eden turizm faaliyetlerinin, çeşitlenmesine ve talebin yapısının değişmesine yol açmıştır. Dünyadaki turizm alanındaki eğilimler ve turizm talebinde meydana gelen değişimler ise yeni turistik ürünlerin ortaya çıkmasında etkili olmuştur. Özellikle sanayileşmiş ülkelerde ve metropollerde yaşayan insanların modern hayatın yorgunluğunu doğayla iç içe kırsal alanlarda atma gereksinimi kırsal turizme olan talebin artmasına da neden olmakta, kırsal turizme yönelik çeşitli alternatiflerin ortaya konulmasını gerekli kılmaktadır. Kırsal turizmin kırsal kalkınmaya etkisi daha çok yöredeki tarihi, doğal, kültürel ve tarımsal kaynakların etkin bir şekilde kullanılmasıyla orantılıdır (Çeken, Daradağ ve Dalgın, 2007) Dolayısıyla alternatif turizm faaliyeti olarak yeni bir turizm çeşidi olan glamping turizmin yaygınlaştırılması, üst gelir grubundaki turistlerin kırsal alanlara çekilmesine katkı sağlayabilir. Doğal kaynakları tahrip etmeden, mümkün olduğunca sürdürülebilir turizm anlayışını benimseyen glamping turizm kaliteden ödün vermeden, doğayla iç içe, gürültüden uzak, sakin ve farklı turizm faaliyetinde bulmak isteyen ziyaretçilere yönelik bir turizm çeşidi olarak tanımlanmaktadır.

Yapılan literatür taraması ve görüşme sonucunda, glamping turizmin Türkiye'de gelişiminin yeni olduğu, daha çok üst gelir grubundan, eğitilmiş, doğaya saygılı ve doğayla bir bütün olmayı amaçlayan ziyaretçilerin tercih ettiği gözlenmiştir. Bunun yanı sıra glamping turizm, kırsal alanlarda sunulabilecek alternatif bir turizm faaliyetidir. Tatilcilerin önceliği deniz, kum, güneş değil konforlarından ödün vermeden



doğayla bir bütün olmak, doğanın bir parçası olmaktır. Bu bağlamda glamping turizme yönelecek yatırımcıların kırsal alanlara yönelmesi hem bölgesel eşitsizliği ortadan kaldıracak hem de bölgede çok fazla bulunan benzer beş yıldızlı işletmelerle rekabeti ortadan kaldıracaktır. Başka bir deyişle, beş yıldızlı otellere gitmekten sıkılan ziyaretçi beş yıldızlı otel konforunda kendine yeni bir alternatif bulacaktır.

Türkiye’de glamping turizmin yaygınlaştırılması için ise öncelikle devletin glamping turizm işletmelerine yönelik çeşitli destekleri sağlaması gerekmektedir. Ürünün çeşitlendirilmesi, farklı destinasyonları tercih edecek ziyaretçinin Türkiye’yi de alternatif olarak görmesini sağlayacaktır. Bunun yanı sıra diğer ülkelerde olduğu gibi Türkiye’de glamping turizme yönelik ortak bir portal oluşturulmalıdır. Kamu spotları ve sosyal medya aracılığıyla reklam ve pazarlama çalışmaları yapılmalıdır.

Sonraki çalışmalarda glampere turistlerin davranışları ve ihtiyaçları araştırılabilir. Glamping turizm talebine yönelik kapsamlı bir araştırma yapılabilir. Glamping turizme yönelik çeşitli aktivitelerin geliştirilmesi için arz kaynaklarının değerlendirilmesi ve sürdürülebilir turizm açısından glamping turizmin değerlendirilmesi bir başka araştırma konusu olabilir.

KAYNAKÇA

- AKÇA, Hasan (2004). "Dünya’da ve Türkiye’de Kırsal Turizm", *Standart Ekonomik ve Teknik Dergi*, S.513, s. 61-70.
- BAHAR, Ozan. , ÇELİK, Nur ve SAMIRKAŞ, Meryem (2015). *Farklı Boyutları ile Sürdürülebilir Turizm*, Muğla: Süre Yayınevi.
- BAHAR, Ozan. ve KOZAK, Metin. (2015). *Turizm Ekonomisi*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- BROOKER, Edward. ve JOPE, M arrion (2013). "Trends in Camping and Outdoor Hospitality:An International Review", *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, S.3, s. 1-6.
- BİRDİR, Kemal., UMUR, Kamil. ve DALGIÇ, Ali (2015). "Türkiye’de ve Dünya’da kamping ve yeni bir turistik ürün olarak ‘glamping’", *1. Eurisia International Tourism Congress: Current Issues, Trends and Indicators (EITOC-2015)*, 28-30 Mayıs 2015, Konya/Türkiye, S:2, s.168-177.
- BOSCOBOİNİK, Andrea. ve BOURQUARD, Eric. (2011). "Glamping and Rural Imagery", in H. Harakova and Boscoboinik (Eds.), *From production to consumption: Transformation of rural communities*, Zurich: LIT Verlag..
- BURGER, Bruce., ve CARPENTER, Randy. (2010). "Rural Real Estate Markets and Conservation Development in the Intermountain West: Perspectives, Challenges and Opportunities Emerging from the Great Recession", Washington D.C.: *Lincoln Institue of Land Policy*, s.1-4.
- ÇEKEN, Hüseyin., KARADAĞ, Levent ve DALGIN, Taner. (2007). "Kırsal Kalkınmada Yeni Bir Yaklaşım Kırsal Turizm ve Türkiye’ye Yönelik Teorik Bir Çalışma", *Artvin Çoruh Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, S.8(1), s. 1-14.
- ÇEKEN, Hüseyin., DALGIN, Taner. ve ÇAKIR, Neşe. (2012). "Bir Alternatif Turizm Türü Olarak Kırsal Turizmin Gelişimini Etkileyen Faktörler ve Kırsal Turizm Etkileri", *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, S. 2(2), s. 11-16.
- DEMİRKOL, Nihat. (2014). "Meğer Ben Glampere mişim", <http://www.clubamazon.com.tr/TR,258/meger-bir-glampermisim--2014.html>, Erişim tarihi: 21.03.2016.
- GÜL, Kudret (t.y). Araştırma Yöntem ve Teknikleri, Ders Notları, <http://slideplayer.biz.tr/slide/1943628/>, (Erişim tarihi: 04.04.2016)
- KUTER, Nazan. ve ÜNAL Hasan Emre (2013). "Kırsal Kalkınmada Kırsal Turizmin Önemi", *Orman Fakültesi Dergisi*, S. 13(2) s.192-201.
- LUCİVERO, Marilena. (2012). "Camping and Open-air Tourism: An Opportunity for Sustainable Tourism in Coastal Areas", *Conference of the International Forum on Urbanism*, International Forum on Urbanism, s. 1-9.
- ROBINSON, Peter., HEİTMANN, Sine., & DİEKE, Peter. (Eds.). (2011). *Research Themes for Tourism*. Oxfordshire: CABI Publishing
- SAKACOVA, Katarina, Leci (2013). *Glamping- Nature Served on Silver Platter*, Master’s Thesis, Aalborg University.
- SCHANZEL, Heika, YEOMAN, Ian (2012). *Family Tourism: Multidisciplinary Perspectives*, Bristol: Channel View Publications.
- SOYKAN, Füsün (2006). "Avrupa’da Kırsal Turizme Bakış Açısı ve Kazanılan Deneyim", *II. Balıkesir Turizm Kongresi*, (20-22 Nisan 2006), s. 71-87, Balıkesir.
- <http://www.glamping.com>
- <https://glampinghub.com>
- <https://www.coolcamping.co.uk/campsites/glamping>
- <http://www.clubamazon.com.tr>