

**T.C.**  
**SELÇUK ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI**  
**TURİZM İŞLETMECİLİĞİ BİLİM DALI**

**TÜRKİYE'DE MOTOSİKLET TURİZMİ: ÖZEL  
MOTOSİKLET GRUPLARI ÖRNEĞİ**

**Mehmet PALTACI**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Danışman**

**Prof. Dr. Mete SEZGİN**

**KONYA-2023**

## ÖNSÖZ

Bu çalışma öncesinde ve sürecinde beni cesaretlendiren, engin akademik bilgilerini paylaşan ve doğru yolu göstererek yapıcı bir şekilde beni yönlendiren her daim gösterdiği destek, sabır ve moral için çok değerli tez danışmanım Sayın Prof. Dr. Mete SEZGİN'e en içten teşekkürlerimi sunuyorum.

Tez savunma sınavımda yer alarak, değerli görüş ve önerileriyle çalışmaya sağladığı katkılarından dolayı Doç. Dr. Seda ÖZDEMİR AKGÜL'e ve Doç. Dr. Halil AKMEŞE'ye teşekkürlerimi sunuyorum.

Alan çalışması için verilerin toplanmasına yardımcı ve destek olan Alper OK Bey'e ve Önder İLBAY Bey'e teşekkürü bir borç bilirim. Yine verilerin toplanmasına destek veren Harley Davidson motosiklet grubu üyelerine çok teşekkür ediyorum.

Hayatımı güzelleştiren, her zaman yanımda olan, maddi ve manevi desteklerini benden esirgemeyen, bana inanıp güvenen Aileme sevgim ve teşekkürüm sonsuzdur.

Mehmet PALTACI



T. C.  
**SELÇUK ÜNİVERSİTESİ**  
**Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü**



Öğrencinin	Adı Soyadı	Mehmet PALTACI
	Numarası	194960002002
	Ana Bilim / Bilim Dalı	Turizm İşletmeciliği / Turizm İşletmeciliği
	Tez Danışmanı	Prof. Dr. Mete SEZGİN
	Tezin Adı	Türkiye’de Motosiklet Turizmi: Özel Motosiklet Grupları Örneği

### ÖZET

Alternatif turizmin önemi giderek artmakta ve çeşitli turistik ürünleri de beraberinde geliştirmektedir. Genel olarak farklılık gösteren turist profili ve kitle turizminin doğal, sosyal çevre üzerinde oluşturduğu olumsuz durumlar ortaya çıktığında, turizm olgusunda daima var olan risk etmenini en az düzeye indirerek, turizmin sürdürülebilirliğini etkin kılmak amacıyla kitlesel turizm açısından farklılık oluşturacak yeni turizm türleri geliştirilmeye başlanmıştır. Bu bağlamda birçok alternatif turizm çeşidi geliştirilmiştir. Bunlardan birisi de motosiklet turizmidir.

Araştırmanın amacı, Türkiye’de motosiklet turizminin potansiyelini değerlendirmek ve motosiklet turizmi çerçevesinde özel motosiklet gruplarından Harley Davidson motosiklet grubunu incelemektir. Bunun yanı sıra Türkiye’deki motosiklet turizmi rotalarını belirlemektir. Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden olgubilim deseni kullanılmıştır. Veriler yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılarak Harley Davidson grubu üyesi 27 katılımcıdan dijital ortamda toplanmıştır. Elde edilen veriler MAXQDA 2018 programı kullanılarak analiz edilmiştir. Yapılan analizler sonucunda Harley Davidson motosiklet grubu ile ilgili 13 ana kategori ve temalar belirlenmiştir. Ayrıca Türkiye’deki motosiklet turizmi rotaları tespit edilmiştir. Türkiye’de motosiklet turizminin henüz tam anlamıyla gelişmediği sonucuna ulaşılmış bu kapsamda sonuç bölümünde önerilere de yer verilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Alternatif Turizm, Kitle Turizmi, Motosiklet Turizmi, Özel Motosiklet Grupları



**T. C.**  
**SELÇUK ÜNİVERSİTESİ**  
**Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü**



<b>Öğrencinin</b>	Adı Soyadı	Mehmet PALTACI
	Numarası	194960002002
	Ana Bilim / Bilim Dalı	Turizm İşletmeciliği / Turizm İşletmeciliği
	Tez Danışmanı	Prof. Dr. Mete SEZGİN
	Tezin İngilizce Adı	Motorcycle Tourism in Turkey: An Example of Special Motorcycle Groups

**ABSTRACT**

The importance of alternative tourism is increasing and developing various touristic products with it. When the generally different tourist profile and the negative situations caused by mass tourism on the natural and social environment arise, new types of tourism that will make a difference in terms of mass tourism have been started to be developed in order to minimize the risk factor that is always present in the tourism phenomenon and to make the sustainability of tourism effective. In this context, many alternative tourism types have been developed. One of them is motorcycle tourism.

The aim of the research is to evaluate the potential of motorcycle tourism in Turkey and to examine the Harley Davidson motorcycle group, which is one of the private motorcycle groups, within the framework of motorcycle tourism. In addition to this, it is to determine the motorcycle tourism routes in Turkey. Phenomenology design, one of the qualitative research methods, was used in the research. Data were collected digitally from 27 participants of the Harley Davidson group using a semistructured interview form. The obtained data were analyzed using the MAXQDA 2018 program. As a result of the analysis, 13 main categories and themes related to the Harley Davidson motorcycle group were determined. In addition, motorcycle tourism routes have been determined in Turkey. It has been concluded that motorcycle tourism has not yet fully developed in Turkey, and in this context, suggestions are also included in the conclusion section.

**Anahtar Kelimeler:** Alternative Tourism, Mass Tourism, Motorcycle Tourism, Special Motorcycle Groups

## İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ .....	i
ÖZET .....	ii
ABSTRACT.....	iii
İÇİNDEKİLER .....	iv
KISALTMALAR .....	vii
TABLolar LİSTESİ .....	ix
ŞEKİLLER LİSTESİ .....	x
GİRİŞ.....	1

### BİRİNCİ BÖLÜM

#### TURİZMİN KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ

1.1. Turizm Kavramı.....	3
1.2. Turist Kavramı.....	4
1.3. Dünyada Turizmin Tarihsel Gelişimi .....	5
1.4. Türkiye’de Turizmin Tarihsel Gelişimi.....	8
1.4.1. Planlı Dönem Öncesinde Türkiye’de Turizm .....	9
1.4.2. Planlı Dönemde Türkiye’de Turizmin Gelişimi .....	10
1.5. Turizmin Önemi.....	12
1.6. Turizmin Özellikleri .....	13
1.7. Turizm Sektörünün Özellikleri .....	14
1.8. Kitle Turizmi Kavramı .....	16
1.8.1. Kitle Turizminin Gelişimi .....	17
1.8.2. Kitle Turizminin Özellikleri.....	18
1.8.3. Kitle Turizminin Olumlu Etkileri.....	18
1.8.3. Kitle Turizminin Olumsuz Etkileri .....	19
1.9. Alternatif Turizm Kavramı .....	20
1.9.1. Alternatif Turizmin Tanımı.....	20
1.9.2. Alternatif Turizm Kavramının Ortaya Çıkış Nedenleri .....	23
1.9.3. Alternatif Turizmin Önemi .....	24
1.9.4. Alternatif Turizmin Amacı.....	25

1.10. Alternatif Turizm Çeşitleri .....	26
1.10.1. Kongre Turizmi .....	27
1.10.2. Kültür Turizmi .....	28
1.10.3. Av Turizmi .....	28
1.10.4. Yayla Turizmi .....	29
1.10.5. Mağara Turizmi.....	31
1.10.6. Sağlık ve Termal Turizmi .....	33
1.10.7. İnanç Turizmi .....	34
1.10.8. Spor Turizmi .....	34
1.10.9. Dağ Turizmi .....	36
1.10.10. Kış Sporları Turizmi .....	37
1.10.11. Kırsal Turizm .....	38
1.10.12. Gastronomi Turizmi .....	39
1.10.13. Kuş Gözlemciliği Turizmi.....	40
1.10.15. Bisiklet Turizmi .....	42
1.11. Turizmde Yeni Trendler .....	42

## İKİNCİ BÖLÜM

### YENİ BİR ALTERNATİF TURİZM TÜRÜ: MOTOSİKLET TURİZMİ

2.1. Motosikletin Tanımı .....	44
2.2. Motosikletin Özellikleri.....	45
2.3. Motosikletin Tarihi ve Motosiklet Kültürü.....	45
2.4. Motosiklet Çeşitleri .....	47
2.4.1. Sokak Motosikletleri (Street Motorcycles) .....	47
2.4.2. Çift Amaçlı Motosikletler (Dual-Purpose Motorcycles).....	48
2.4.3. Yol / Otoyol Harici Motosikletler (Off-Highway Motorcycles).....	48
2.5. Motosikletle Seyahat .....	49
2.6. Motosikletle Seyahatin Gelişimi.....	51
2.7. Motosikletli Turist .....	52
2.8. Motosiklet Turizminin Kavramsal Çerçevesi.....	52
2.9. Motosiklet Turizminin Alanyazın Taraması.....	54
2.10. Özel Motosiklet Grupları .....	56
2.11. Türkiye Motosiklet Federasyonu .....	58

2.12. Motosiklet Turizminde Konaklama ve Tesisler .....	59
2.13. Dünyada Motosiklet Etkinlikleri .....	60
2.14. Türkiye’de Motosiklet Etkinlikleri .....	61
2.15. Motosiklet ve Güvenlik .....	63
2.16. Türkiye’de Motosiklet Turizmi Rotaları .....	63

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### TÜRKİYE’DE MOTOSİKLET TURİZMİ: ÖZEL MOTOSİKLET GRUPLARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi .....	65
3.2. Araştırmanın Yöntemi .....	66
3.3. Araştırmanın Çalışma Grubu .....	66
3.4. Veri Toplama Aracı .....	67
3.5. Verilerin Toplanması .....	68
3.6. Verilerin Analizi .....	68
3.7. Katılımcıların Demografik Özellikleri .....	69
3.8. Bulgular ve Yorumlar .....	70
3.8.1. Motosiklet Kullanım Süresi .....	70
3.8.2. Motosikletle Seyahat Etmeye Başlama Durumları .....	74
3.8.3. Seyahat Tercihi ve Nedeni .....	76
3.8.4. Seyahat Etme Nedeni .....	79
3.8.5. Seyahat Öncesi Üzerinde Planlama Yapılan Faktörler .....	81
3.8.6. Gezi Tarihlerinin Belirlenme Şekli .....	84
3.8.7. Seyahate Çıkma Sıklığı .....	87
3.8.8. Gezi Ortalama Süresi .....	89
3.8.9. Güvenlikle İlgili Yaşanan Sıkıntılar .....	92
3.8.10. Seyahat Süresince Konaklama İhtiyacının Karşılama Durumu .....	93
3.8.11. Motosikletle Seyahat Etmenin Olumlu Etkileri .....	96
3.8.12. Seyahatlerin Gerçekleştirildiği Güzergahlar (Rota) .....	98
<b>SONUÇ VE ÖNERİLER .....</b>	<b>102</b>
<b>KAYNAKÇA .....</b>	<b>106</b>
<b>EKLER .....</b>	<b>118</b>
EK-1 Yarı Yapılandırılmış Görüşme Formu .....	118

## KISALTMALAR

<b>ABD</b>	: Amerika Birleşik Devletleri
<b>A.M.A.</b>	: Amerikan Motosiklet Federasyonu
<b>EIU</b>	: Economist Intelligence Unit
<b>TMGT</b>	: Türkiye Milli Gençlik Teşkilatı
<b>TMTF</b>	: Türkiye Talebe Federasyonu
<b>TÜRSAB</b>	: Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği
<b>TÜSTAC</b>	: Türkiye Seyahat Acenteleri Cemiyeti
<b>UNWTO</b>	: Dünya Turizm Örgütü



## TABLolar LİSTESİ

Tablo-1. Türkiye’de Turizme Açık Olan Mağaralar .....	32
Tablo-2. Spor Turizmi Çeşitlerinden Bazıları .....	36
Tablo-3. Katılımcıların Demografik Özellikleri .....	69
Tablo-4. Katılımcı Görüşlerine Ait Kategoriler .....	70
Tablo-5. Katılımcıların Motosiklet Kullanım Süresi Hakkındaki Görüşleri .....	70
Tablo-6. Katılımcıların Motosikletle Seyahat Etmeye Başlama Durumları Hakkındaki Görüşleri.....	74
Tablo-7. Katılımcıların Seyahat Tercihleri ve Nedenleri Hakkındaki Görüşleri.....	76
Tablo-8. Katılımcıların Seyahat Etme Nedenleri Hakkındaki Görüşleri.....	79
Tablo-9. Katılımcıların Seyahat Öncesi Üzerinde Planlama Yaptıkları Faktörler Hakkındaki Görüşleri.....	81
Tablo-10. Katılımcıların Gezi Tarihlerinin Belirlenme Şekli Hakkındaki Görüşleri.....	84
Tablo-11. Katılımcıların Seyahate Çıkma Sıklığı Hakkındaki Görüşleri.....	84
Tablo-12. Katılımcıların Gezi Ortalama Süresi Hakkındaki Görüşleri .....	84
Tablo-13. Katılımcıların Güvenlikle İlgili Yaşadıkları Sıkıntılar Hakkındaki Görüşleri .....	92
Tablo-14. Katılımcıların Seyahat Süresince Konaklama İhtiyacının Karşılama Durumu Hakkındaki Görüşleri .....	94
Tablo-15. Katılımcıların Motosikletle Seyahat Etmenin Olumlu Etkileri Hakkındaki Görüşleri .....	96
Tablo-16. Katılımcıların Seyahatlerin Gerçekleştirildiği Güzergahlar (Rota) Hakkındaki Görüşleri.....	98

## ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil-1. Turizmin Gelişmesine Etki Eden Unsurlar .....	8
Şekil-2. Alternatif Turizm Şeması .....	26
Şekil-3. Türkiye’de Bulunan Yayla Turizmi Merkezleri.....	30
Şekil-4. Termal Turizm Master Plan Bölgeleri .....	33
Şekil-5. Türkiye’de Bulunan Mevcut Kış Sporları Destinasyonları.....	37



## GİRİŞ

Turizm günümüzde, oldukça fazla etkileşimin bir arada bulunduğu kendine özgü dinamikleri olan ve çok sayıda bireyin katıldığı bir faaliyet niteliği kazanmıştır. Turizm; uçak şirketleri, konaklama tesisleri, tur operatörleri, seyahat acenteleri, restoranlar ve toplantı merkezleri gibi küçük veya büyük ölçekte pek çok sektörle bağlantılı ve bünyesinde yüzlerce yan kuruluşu da barındıran bir sektördür.

Dünyada en hızlı gelişim gösteren ve büyüyen sektörler ele alındığında turizm pazarının, dikkat çekici seviyede ilk sıralarda yer aldığı görülmektedir. Farklı ülkelerde ve destinasyonlarda dönemsel olarak meydana gelen politik, ekonomik uyuşmazlıklara rağmen, teknolojik ve çeşitli gelişmeler neticesinde, turizm hareketlerinde önemli oranda artışlar yaşandığı gözlemlenmektedir.

Turizm faaliyetleri çeşitli şekilde gerçekleştirilebilmektedir. Tarihte ilk turizm hareketlerine toplu olarak, kitle şeklinde katılım sağlandığı bilinmektedir. Zamanla gelişen ve büyük insan toplulukları tarafından benimsenen kitle turizmi; hızlı ulaşım ağı, iyi ve kaliteli organizasyon,, nitelikli konaklama, çeşitli kaynaklar (doğal, tarihi kültürel) ve düşük maliyetler gibi unsurlar kapsamında oluşmuştur.

Teknolojide ve ulaşımda yaşanan gelişmeler, refah düzeyinin artması, insanların taleplerinin değişmesi gibi unsurlar bireysel turizmi ön plana çıkarmıştır. Bunun yanı sıra kitle turizminin çevre üzerindeki riskleri başta olmak üzere farklı olumsuz etkileri turizmde ürün çeşitliliğine sebep olmuştur. Bunun sonucunda alternatif turizm kavramı önem kazanmış ve çeşitli turizm türlerinin ortaya çıktığı görülmektedir. Alternatif turizm türleri incelendiğinde pek çok turizm çeşidinden söz etmek mümkündür. Bu turizm türlerinden biri de motosiklet turizmidir. Motosiklet turizmi, sürüş turizminin bir parçası olarak nitelendirilmektedir.

Motosiklet turizmi bireysel olarak gerçekleştirilebildiği gibi farklı gruplar kapsamında, toplu olarak da gerçekleştirilebilmektedir. Buna yönelik motosikletli gezginlerin oluşturduğu çeşitli özel motosiklet grupları bulunmaktadır. Bu motosiklet grupları incelendiğinde Harley Davidson motosiklet grubu (Harley Owners Group)

ön plana çıkmaktadır.

Son dönemlerde alternatif turizm türlerinin önemli ölçüde gelişmesi farklı turizm türlerinin ortaya çıkmasına da zemin hazırlamaktadır. Bu bağlamda alternatif bir turizm türünün incelenmesi turizm olgusuna ve ilgili literatüre önemli katkılar sağlayacaktır. Bu açıdan araştırmada Türkiye’de motosiklet turizminin potansiyelini değerlendirmek ve bu kapsamda özel motosiklet gruplarından biri olan Harley Davidson grubunu incelemek amaçlanmıştır. Bunun yanı sıra Türkiye’deki motosiklet turizmi güzergahlarını tespit etmek de araştırmanın amaçları arasındadır.

Araştırma üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde turizm kavramı genel çerçevesiyle ele alınmıştır. Burada öncelikle turizm ve turist kavramları açıklanmış, turizmin tarihsel gelişimi, önemi, özellikleri, sektörel özellikleri ele alınmıştır. Sonrasında kitle turizmi kavramı ve alternatif turizm kavramı açıklanmıştır. Bu bölümde son olarak alternatif turizm çeşitleri ele alınarak detaylı biçimde aktarılmıştır.

Araştırmanın ikinci bölümü motosiklet turizmi konusuna ayrılmıştır. Burada öncelikle motosiklet kavramı ele alınmış; motosikletin tanımı, özellikleri, tarihi ve motosiklet kültürü konuları açıklanmıştır. Sonrasında motosikletle seyahat, motosiklet turizmi ve özel motosiklet grupları ele alınmıştır. Son olarak Türkiye’de motosiklet turizmi rotaları detaylı bir şekilde sunulmuştur.

Araştırmanın üçüncü ve son bölümünde araştırmanın konusunun oluşturduğu metodoloji kısmı bulunmaktadır. Burada araştırmanın amacı, önemi, çalışma grubu, veri toplama aracı, verilerin toplanması, verilerin analizi ve bulgular kısmı bulunmaktadır. Son olarak Harley Davidson motosiklet grubu üyelerinden oluşan katılımcıların demografik özelliklerine ve motosiklet turizmi kapsamında görüşlerine ilişkin elde edilen bulgulara yer verilmiş ve elde edilen bulgulardan hareketle araştırmanın amacına uygun analizler gerçekleştirilmiştir.

## BİRİNCİ BÖLÜM

### TURİZMİN KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ

#### 1.1. Turizm Kavramı

Turizm kavramı, Latince’de “geri dönme eylemini” tanımlayan “Tornus” kavramından türemiştir. Bu kavram İngilizce’deki “Tour” ve “Tourism” kelimelerinin temelini oluşturmaktadır (Süt, 2010: 8). Tour, destinasyon gezilerini, iş ve eğlence üzerine gerçekleştirilen yer değiştirme faaliyetlerinin tümünü kapsamaktadır. Touring kavramı ise keyif için gerçekleştirilen, öğretici ve sosyo-kültürel nitelik taşıyan seyahatleri ifade etmektedir (Ünüvar, 2009: 376).

Turizm, insanların devamlı ikamet etikleri, kazanç sağladıkları ve olağan ihtiyaçlarını karşıladıkları yerler dışındaki destinasyonlara dinlenme, eğlenme ve kültürel aktivite amaçlı gibi çoğaltılabilecek çeşitli nedenlerle bireysel veya kitlesel olarak gerçekleştirdikleri seyahatler ve faaliyetler bütünüdür (Yıldız, 2011: 55).

Sezgin, turizmi genel olarak şöyle ifade etmektedir; sürekli olarak yaşanan destinasyon haricinde eğlenme, dinlenme, tatil, kültürel etkinlik vb. istek ve ihtiyaçların karşılanması amacıyla gerçekleştirilen seyahat ve süreksiz konaklama eylemleridir (Sezgin, 1995: 4).

Hunziker ve Krapf turizmi şöyle tanımlamaktadırlar; turizm sürekli yerleşme durumuna dönmek ve maddi gelir amacına dayanmamak koşulu ile destinasyon yabancılarının seyahat ve konaklamalarından doğan ilişkileri ifade etmektedir (Gökdeniz, 1994: 3).

Bu tanımların yanı sıra Dünya Turizm Örgütü (UNWTO)’nün turizm tanımı; kazanç sağlayıcı hiçbir faaliyetle uğraşmamak ve bir yılı aşmamak üzere kişilerin, boş zaman değerlendirme, eğlenme, ziyaret gibi amaçlarla gerçekleştirdikleri seyahatlerinden ve konaklamalarından oluşan hareketler bütünüdür (UNWTO, 2021).

Turizm kavramı için pek çok tanım bulunmaktadır. Fakat bu zamana kadar içeriği çok kapsamlı tanım yapılamamıştır. Nedeni ise; turizm faaliyetlerinde

insanların bulunması ve psikolojik, ekonomik, sosyal pek çok unsurun birlikte olmasıdır.

## 1.2. Turist Kavramı

Literatür incelendiğinde turist kavramı üzerine pek çok tanım bulunmaktadır. Turist, turizm olgusuna aktif olarak katılım sağlayan, devamlı ikamet ettiği yerden gelir elde etme haricindeki nedenlerle süresiz olarak ayrılan, seyahat eden ve konaklama, harcama gibi faaliyetlerde bulunan kişi olarak ifade edilebilir (Usta, 2010: 10).

Turist aynı zamanda, “belli bir süre için seyahat eden, ziyaret edilen destinasyonda 24 saatten fazla konaklayan, ekonomik gücü, zamanı sınırlı olan, belli seviyede konfor, temizlik arayan, maceracı olmayan birey” şeklinde tanımlanabilir (Olalı ve Timur, 1988: 40).

Turist ile ilgili tanımlamalara bakıldığında her birinin farklı olduğu ve birbirleriyle bağlantısının olmadığı dikkat çekmektedir. Turist kavramının temeli oldukça uzun bir zamana dayanmaktadır. Ogilvy turisti, “ikamet ettiği bölgeden bir yılı geçmemek şartı ile ayrılan ve gittiği destinasyonlarda harcama yapan kişi olarak ifade etmiştir.” Yine bu doğrultuda turizm hareketlerinde yaşanan değişimler ve ülkelerin, bölgelerin ekonomik anlamda gelişme göstermesi turist için yapılan tanımlamalarda da bunlara paralel olarak değişime neden olmaktadır (Ogilvy, 1933’ten Aktaran: Çuhadar, 2006: 10).

Turist kelimesini ilk kez 1937 yılında Milletler Cemiyeti İstatistik Uzmanları Komitesi tanımlamıştır. Bu tanımlamaya göre bir ülkeye, destinasyona seyahat gerçekleştiren ve orada en az 24 saat kalan bireyler turist olarak ifade edilmiştir. Bu açıklamaya göre bireyin turist olarak görülmesi için seyahat hareketini aşağıda yer alan nedenler kapsamında gerçekleştirmesi gerekir (Kozak vd., 2006: 6):

- Dini ve akademik (bilimsel) sebeplerle seyahat gerçekleştirenler,
- Ticari amaç doğrultusunda seyahat gerçekleştirenler,
- Keyif ve sağlık sebebiyle seyahat gerçekleştirenler,

- Deniz turları doğrultusunda seyahate katılanlar. Deniz turları 24 saatten daha az olsa dahi bu kişiler turist olarak kabul görmektedir.

Birey, turizm olgusunun öznesi konumundadır. Bireyin istek ve ihtiyaçlarının karşılanması, psikolojik olarak iyi hissetme durumu, turizm faaliyetlerinin oluşmasını sağlamıştır. Turizm faaliyetlerini gerçekleştiren, turizmle etkileşim içerisinde olan ve turizmin aktif katılımcısı olan kişiler turist olarak ifade edilir. Bu nedenlerden dolayı turizm faaliyetinin yönlendiricisi olarak bilinmektedir (Usta, 2014: 9).

Turizm kapsamında pek çok konu ile ilgilenen Olalı (1985) turistlerin genel özelliklerini şu şekilde belirtmiştir:

- Turistler; eğlence, eğitim, din, tatil, dinlenme ve sağlık gibi sebeplerden dolayı seyahat gerçekleştiren bireylerdir.
- Modern turistlerin zamanı değerlidir. Modern turistlerde az zaman diliminde mümkün olabildiğince çeşitli yer görme isteği bulunur.
- Turist hizmet kalitesine, konfora, hijyene önem verir.
- Turist ziyaret ettiği ülkede, destinasyonda en az 24 saat kalmalıdır. Bu süreç içerisinde restoran, konaklama işletmeleri ve seyahat firmaları gibi turizm işletmelerinden faydalanmalıdır.

Seyahat ettiği destinasyonda 24 saatten daha az zaman dilimi içerisinde bulunan ve seyahat amacı, kongre, çalışma, boş vakit değerlendirme olan bireyler günübirlikçi olarak tanımlanmaktadır.

### **1.3. Dünyada Turizmin Tarihsel Gelişimi**

Turizm olgusunun gelişim süreci, sanayi inkılabından sonra meydana gelen gelişmelerle birlikte hızlanmaya başlamıştır. Bu süre zarfında insanların istek ve ihtiyaçlarının değişmesi, eğitim seviyesi, gelir düzeyi ve boş zamanın artması gibi etkenlerde oluşan farklılıklar önemli bir yer tutmuştur (Özcan, 2013: 18).

Turizmin tarihi, Mezopotamya uygarlıkları olan Sümerlere ve Fenikelilere

kadar dayanmaktadır. Ticari hayatı ilk başlatan toplumun Sümerler, ilk gezgin toplumun da Fenikeliler olduğu bilinmektedir. Tarih boyunca insanlar farklı sebeplerle devamlı olarak ikamet ettikleri yerlerden çeşitli destinasyonlara seyahatler gerçekleştirmişlerdir. Bu yolculukların birçoğu din ve ticaret kapsamında gerçekleştirilirken, bunların yanı sıra sağlık amaçlı seyahatler de gerçekleştirilmiştir.

Öte yandan, M. Ö. 3000 yıllarında turistlerin daha çok seyahat ettikleri destinasyonların ilk sırasında Eski Mısır bulunmaktadır. Turistler Mısır'a çeşitli eserleri ve piramitleri görme amaçlı seyahat etmekteydiler. Gerçekleşen bu seyahatlerden dolayı Mısır'da bulunan konaklama işletmelerinin kaliteleri de gelişme göstermişti. Çağdaş anlamda turizm faaliyetleri Eski Yunan'da daha fazla gerçekleşmiştir. Örneğin M. Ö. 700 yıllarında yapılan Olimpiyat Oyunları kapsamında bu destinasyona çok fazla gezginin seyahat ettiği görülmektedir. Tarihi kaynaklar incelendiğinde, merak amaçlı seyahat gerçekleştirenler için Herodot'u ve Paunaias'ı söylemek mümkündür. Tarihçi ve yazar olan Herodot'un M. Ö. 480-421 yılları arasında ülkesinin ilk gezginlerinden olduğu bilinmektedir. Herodot seyahat ettiği bölgelerin kültürünü öğrenmeye gayret etmiştir (Kozak vd., 2013: 27).

Modern anlamda turizm için gerekli olan unsurlardan ulaşım kapsamında ilk düzenli güzergahların yapılması ve ulaşım vasıtalarının kullanıma sunulması Romalılar tarafından olmuştur. Yine bugünkü anlamda turizm hareketlerine Romalılar oldukça fazla katılım göstermişlerdir. Romalılar Mısır'da bulunan eserlere, olimpiyat oyunlarına, termal kaplıca olan bölgelere seyahat etmeye oldukça fazla ilgi göstermişlerdir. Roma Krallığı'nın büyük ölçüde bölgeye hakim olması seyahatlerin yoğun olmasının en önemli etmeni olmuştur (Özcan, 2013: 18).

Ortaçağ'da turizm faaliyetlerini üst düzeye taşıyan en önemli etmen dini mekanlara seyahatlerin gerçekleştirilmesidir. İnanç turizmi bu dönemde, Ortadoğu ve Avrupa'ya damgasını vurmuştur.

Rönesans'ın gelişimi ile beraber sanata yönelik çalışmaların fazla yaygın olduğu bölgelere yönelik yolculuklarda artış olduğu görülmektedir. Önemli bir destinasyon olan İtalya'ya gerçekleştirilen bu seyahatlerde, kültürel miras turizminin



özgün örnekleri bulunmaktadır. Yıl içerisinde eğitim-öğretim kapsamında yüzlerce öğrencinin İtalya'ya seyahat ettiği bilinmektedir (Özcan, 2013: 19).

Diğer taraftan, Ortaçağ'da Türk kavimlerinde de turizm faaliyetlerinin ivme kazandığı bilinmektedir. Bunun en önemli örneği; Anadolu Selçuklu Devleti, seyahat gerçekleştirenlerin faydalanmasına yönelik kervansarayları kurarak, modern turizm yapılarının ilk modellerini kullanıma hazır hale getirmiştir. Ticaret yolları üzerinde ve diğer bölgelerde bulunan bu kervansaraylar seyahat eden insanların barınma, yiyecek-içecek gibi temel ihtiyaçlarına hizmet verebilecek şekilde donanımlıydı. Daha sonra bu kervansaraylar Osmanlı Devleti'nde de hizmet vermeye devam etmiştir. Osmanlı Devleti seyahat eden insanlara başta konaklama olmak üzere pek çok imkan sağlamıştır. Aynı dönemde Evliya Çelebi tarafından kaleme alınan Seyahatname de dönemin topluluklarının kültürleri hakkında detaylı bilgiler verilmiştir (Kozak vd., 2013: 28).

Sağlık, eğitim, ticaret ve din gibi unsurların etkisiyle, bunların yanı sıra macera peşinde olanların özelinde gelişme kaydeden turizm olgusunun bugünkü modern haline ulaşması Sanayi İnkılabı ile birlikte olmuştur. Sanayi İnkılabı ile beraber bireylerin yaşamlarında da oldukça önemli pek çok gelişme meydana gelmiştir. Örneğin, teknolojiye yaşanan gelişmeler ışığında insan gücüne duyulan ihtiyaçta da azalma olmuş, bunun sonucunda çalışma süresi azalmış ve bu durum boş zamanın artmasına sebep olmuştur. Bununla birlikte gelirin artmasına bağlı olarak bireylerin satın alma gücünde de artış olmuş, böylece insanların yaşam kalitesinin değişmesi sonucu turizme olan ilgi artış göstermiştir (Özcan, 2013: 19).

Tarih süresince birçok olayda olduğu gibi, olaylar ve sonuçlar arasında yakın bir bağdan söz etmek mümkündür. Turizm olgusu da Sanayi İnkılabı ile oluşan gelişmelerle yakından etkileşim halindedir. Thomas Cook 1841 yılında 570 kişilik bir grubu festivale götürerek ilk paket turun başlatıcısı olarak kabul edilmiştir. Bu olay incelendiğinde Thomas Cook'un organize etmiş olduğu bu paket turun tarihi ile Sanayi İnkılabının gerçekleştiği yıllar uyum göstermektedir. Yine 1848 ve 1896 yıllarında Amerika'da bulunan farklı seyahat şirketleri tarafından turizme yönelik çalışmalar başlamıştır. Sanayi İnkılabı, modern turizmin büyümesine ve gelişmesine

katkı sağlayacak ortamı oluşturmuş, zamanla turizm faaliyetlerini yaygınlaştıran önemli bir etmen olmuştur (Kozak vd., 2013: 31).

Yine ülkelerin seyahatleri daha ulaşılabilir hale getirmesi, esnek yapıyla gelişen uluslararası ilişkiler, birtakım ülkelerde seyahatler için giriş ve çıkışlarda kolaylık sağlanması, güvenli ortam oluşturularak riskin ortadan kaldırılması, turizm olgusunun gelişmesine katkı sağlayan diğer etkenler olarak sıralanabilir. Turizmin gelişmesine etki eden bu unsurlar aşağıda verilen şemada özetlenerek sunulmuştur.

**Şekil-1: Turizmin Gelişmesine Etki Eden Unsurlar**



Kaynak: Kozak, 2012: 43

#### **1.4. Türkiye’de Turizmin Tarihsel Gelişimi**

Türkiye’de turizmin gelişimini, 1923-1963 yılları arasındaki 40 yıllık süreci içeren bölümü “planlı dönem öncesi” ve 1963 yılından itibaren bugünkü zamana kadar olan kısmı da “planlı dönem” başlıkları altında incelemek mümkündür.

### 1.4.1. Planlı Dönem Öncesinde Türkiye’de Turizm

Türkiye’de ilk turizm hareketleri, 1923 yılında İstanbul’da “Türk Seyyahin Cemiyeti” ismi ile oluşan ve 1930 yılında değişiklik yapılarak “Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu” ismi verilen dernek çatısı altında başlamıştır. Turizm alanında resmi bir kurumun olmadığı uzun süre zarfında birçok görev üstlenen bu kuruluş, ülke turizmini geliştirecek çalışmaların hazırlanması, doğal kaynakların ve tarihi yapıların muhafaza edilmesi ve Türkiye’nin uluslararası alanda tanıtımının yapılması gibi hedefler kapsamında hizmetler yürütmüştür. Turizmin kamu kuruluşları bünyesine dahil edilmesi ise ilk defa 1934 yılında “İktisat Vekâleti” çatısı altındaki Türk Ofisine bağlı olan Turizm Bürosu’nun faaliyete geçmesi ile olmuştur. Daha sonraki gelişme ise 1939 yılında Ticaret Bakanlığı bünyesinde bir “Turizm Müdürlüğü” kurulması olmuştur. 1943 yılında turizm faaliyetleri, başbakanlık bünyesinde oluşturulan “Basın Yayın Genel Müdürlüğü” bölümüne aktararak bu kuruluşun görevleri arasında belirlenmiştir. Genel olarak ise 1949 yılından beri “Basın Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü” ismini alarak faaliyetlerini yürüten bu kuruluş çatısı altında turizm çalışmalarında işbirliği geliştirmek amacıyla buna ek olarak “Turizm Dairesi” de kurulmuştur (Barutçugil, 1989: 69–70; Çuhadar, 2006: 24).

Turizm alanında 1957 yılında yapılan diğer bir yasal düzenleme ile Türkiye turizminin temeli sağlamlaştırılmıştır. Turizmde yapılan köklü bir değişiklikle “Basın Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü”, “Basın Yayın ve Turizm Vekâleti” ismi ile bakanlık düzeyine ulaşmıştır. Türkiye’de turizm işleri bakanlık bünyesinde yürütülmeye başlamıştır. Bu sayede turizm ile ilgili tüm konular devlet nezdinde ele alınarak hükümetin, stratejiler sunduğu ve politikalar geliştirdiği özgün bir alan olarak görülmeye başlanmıştır (Özcan, 2013: 26).

Planlı gelişme döneminin başladığı 1963 yılında “Turizm ve Tanıtma Bakanlığı” oluşturulmuştur. Kurulmuş olan bu bakanlığın görev ve sorumlulukları kapsamında; turizmin uluslararası tanıtımı sağlamak, iç ve dış turizme dönük faaliyetler geliştirmek, ülkenin iç ve dış turizmle ilgili tüm olanaklarını değerlendirmek, turizmle ilgili yapılmış olan projeleri araştırmak düzenlemek ve

geliştirmek gibi eylemler gerçekleştirmek bulunmaktadır (Andaç, 2003: 8).

Türkiye’de turizmle ilgili istatistiksel veriler 1950 yılından beri tespit edilmektedir. Turizm faaliyetlerinin tanıtımı ve turizmin geliştirilmesi sayesinde ülkemize gelen turist sayıları yıllar geçtikçe artış göstermiştir. Fakat bazı dönemlerde olumsuz olayların gelişmesi, ülkelerin izledikleri politikalar sonucu oluşan ortam neticesinde turist sayılarında azalma olmuştur. Turizmin kırılğan bir yapısının olması bu tür olumsuzluklardan direkt etkilenmesine sebep olmaktadır. Türkiye turizmi genel olarak değerlendirildiğinde ise, turizmin her kolunun geliştiği ve bu kapsamda sürekli talep artışı yaşanan bir sektör olduğu görülmüştür.

#### **1.4.2. Planlı Dönemde Türkiye’de Turizmin Gelişimi**

Türkiye’de ekonomi kapsamında oluşturulan beş yıllık kalkınma hedeflerinin ve stratejilerinin belirlendiği döneme “planlı dönem” denilmiştir. Planlı Dönem 1950-1960 plansız kalkınma döneminin karşıtı olarak oluşturulmuş ve ilk kalkınma planı 1963 yılında yapılmış, uygulama aşamasına geçilmiştir. Planlı dönemde hükümetin ekonomik ve sosyal yaşama etkisinin bu kalkınma hedefi ve stratejileri etrafında yapılması amaçlanmıştır. Kalkınma planlarının yasal dayanağı anayasadır. Bu kalkınma hedefleri kamu alanı için zorunluluk gerektirirken, özel sektör için rehber özelliği taşımaktadır (Çakır ve Bostan, 2000: 36). Turizm alanının geliştirilmesi için ilk adım 1960 yılında atılmıştır. İlk aşama turizmin, hizmet sektörünün bir alt kademesi olarak değerlendirilmesi ve kalkınma planlarında turizme de yer verilmesidir. Turizme özgün turizm eğitim kuruluşlarında yer verilmesi de Türkiye’de gerçekleşen bir diğer önemli faaliyettir. 1963 yılına gelindiğinde ise Turizm ve Tanıtma Bakanlığı oluşturulmuştur. Kültür ve Turizm Bakanlığı bünyesinde çalışmalar yürüten yurtiçi ve yurtdışı platformları, 1963 yılından sonra çalışmalarına başlamıştır (Kozak vd., 2013: 107).

Türkiye’de turizm alanındaki gelişmeler 1968 yılında da hız kesmeden devam etmiştir. Turizm işletmeleri gibi kuruluşlar turizme olan talebi arttırmak için faaliyetler gerçekleştirmişlerdir. Bunun yanı sıra turizm işletmelerinde de artış gözlemlenmiştir. Örneğin, 1968 yılında Türkiye’de seyahat acentesi olarak faaliyet

gösteren 281 firmanın bulunduğu bilinmektedir. Bu alandaki gelişmelere bağlı olarak 1972 yılında “Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği” (TÜRSAB) kurulmuştur. TÜRSAB’ın faaliyete geçmesi, Türkiye Talebe Federasyonu (TMTF), Türkiye Seyahat Acenteleri Cemiyeti (TÜSTAC) ve Türkiye Milli Gençlik Teşkilatı (TMGT) gibi Türkiye turizmine hizmet veren kuruluşların çalışmalarını bünyesine katmasını da sağlamıştır. TÜRSAB, Seyahat Acenteleri Birliği Kanuna bağlı bir şekilde çalışmalarını yürütmektedir (Özcan, 2013: 28).

Türkiye’de 1970 yılından itibaren 1990’lı yıllara kadar turizm alanında birçok mesleki teşkilatlanma çalışmaları gerçekleştirilmiştir. Bu örgütlenme faaliyetleri turizmin gelişmesine de pek çok önemli katkılar sağlamıştır.

Planlı dönemin başlaması ile birlikte turizm sektörü ilk kez hazırlanacak olan Beş Yıllık Kalkınma Planları içerisine dahil edilmiş, sektör çalışmalarının yapılması ve geliştirilmesi hedefiyle önemli faaliyetler yapılmıştır (Olalı ve Timur, 1986: 22). Başlangıçta turizm talebine, otel işletmeleriyle, farklı kuruluşlar ile ihtiyaçları gidermeye yönelik olarak belirlenen stratejiler, gelişerek turizm sektörünün şartlarına göre değişmeye başlamıştır (Kozak vd., 2013: 119).

1980’li yılların başlarında turizmin sayısal fazlalıklarının, ekonominin beklentileri ve Türkiye’de yer alan tarihi, kültürel yapıların ve doğal kaynaklarının karşılığı bulunmadığının farkına varılması ile birlikte, turizm ile ilgili düşüncelerin geliştirilmesi ve bu alanın ekonomik, sosyal değişkenleri ile birlikte değerlendirilmesinin daha doğru olduğu düşüncesi ortaya konulmuştur (Özcan, 2013: 29).

1980’li yılların ardından turizm ile ilgili belirlenen en kapsamlı ve en önemli karar 2634 sayılı “Turizmi Teşvik Kanunu” olmuştur. Bu kanun ile birlikte Türkiye’de turizm alanında hiç yapılmamış birçok teşvik hamleleri sunulmuştur. Bu yasal düzenleme sonucunda turizmle ilgili sunulan teşvikleri şu şekilde özetlemek mümkündür (Kozak vd., 2013: 107):

- Vergi, harç muhafiyeti,
- Teşvik ayrıcalığı,

- Düşük faizli kredi,
- Bina inşaat istisnası,
- Su, elektrik gibi kalemlerde indirim,
- Döviz bulma kolaylığı,
- Yabancı kişi çalıştırma imkanı.

1985 yılına gelindiğinde ise turizm alanı, “Kalkınmada Özel Önem Taşıyan Sektörler” içerisine dahil edilmiş, bu sayede yatırım için imkân sunan turizm alanı oldukça önemli gelişmeler göstermiştir (Özcan, 2013: 30).

Turizm sektörü için teşviklerin sunulmasının ardından konaklama işletmeleri başta olmak üzere birçok turizm faaliyeti gerçekleştiren iş kolları gelişme kaydetmiştir. Yıllar geçtikçe, yatırımlar sayesinde tesisler artmış kapasite ve nitelikleri daha iyi hale gelmiştir. Bu gelişmeler Türkiye turizmine olan talebi olumlu anlamda etkilemiş, yabancı ziyaretçi sayısı her geçen yıl artış göstermiştir.

### **1.5. Turizmin Önemi**

Turizm, her yönden gelişmiş destinasyonlarda toplumlarla, az gelişmiş veya gelişmekte olan destinasyonlarda ise kişilerle etkileşim içerisindedir. Çeşitli kültürlerin bir arada bulunduğu ortamda gelişmiş bölgelerin kültürel oluşumlarının az gelişmiş veya gelişmekte olan destinasyonlara etkisi olabilmektedir. Bugün, dünya turizmi gelişmiş ülkelerin kontrolü altındadır. Bu durumdan dolayı gelişmiş destinasyonların kültürlerinin, gelişmekte olan destinasyonları etkilemesinden söz etmek mümkündür. Bunun yanı sıra bir destinasyona seyahat eden ziyaretçilerin çeşitli ülkeleri temsil ettikleri göz önüne alındığında, kültür etkileşimi daha fazla düzeylere erişebilir. Buradan hareketle turistler ile ziyaret edilen destinasyonda ikamet eden topluluk arasındaki etkileşim sebebiyle ortaya çıkabilecek toplumsal etkinlikler aşağıdaki gibi özetlenebilir (Kozak, 2012: 111):

- Kırsal destinasyonların şehirleşmesi daha hızlı olur,
- Bölge halkının kültürlerine, tarihlerine ve geleneklerine olan bağlılığı

fazlalaşır,

- Boş vakit değerlendirme fikirleri ortaya çıkar ve gelişir,
- Hijyen ve temizlik bilincine olan özen ve dikkat artar,
- Yeni meslekler ortaya çıkar,
- Birçok toplumsal kuruluşlar ortaya çıkar,
- Çevreye gösterilen dikkat artar,
- Saygılı, hoşgörülü bir ortam oluşur,
- Kadın hakları üzerinde durulur ve geliştirilir,
- Aile, dostluk bağları gelişir,
- Yabancı dil öğrenme teşviki imkanı oluşur.

Bu etkileşimlerden hareketle turizmin sosyal, kültürel, ekonomik bağlamda desteklerinin oldukça önemli bir seviyede olduğu söylenebilir.

Turizm, başta ülkeler ve destinasyonlar olmak üzere gelir sağlamayı amaçlayan, tanıtım anlamında faydalanmak isteyen devletler ve kurumlar açısından önemli bir sektördür. Ekonominin büyük bir bölümünü turizm gelirleri oluşturmaktadır. Döviz girdileri sayesinde ekonomiye en çok katkıyı turizm sektörü yapmaktadır. Bunların yanı sıra turizmin pek çok önemli etkilerinden söz etmek mümkündür.

### **1.6. Turizmin Özellikleri**

Turizm bir hizmet ürünü olarak görülmektedir. Ürün gibi somut olgudan oldukça farklı bir yapıda olan turizmin depolanmasından, farklı zamanlarda kullanılabilmesinden ve farklı koşullarda saklanmasından söz etmek imkansızdır. Turizm deneyimler çerçevesinde ortaya çıkan zevk ve beğenilerle direkt olarak ilişki

içerisinde olan bir hizmet modelidir. Zevk ve beğeniler bireyden bireye değişkenlik gösterebileceği için turizmin misafirlere sunulmasında da farklılıklardan söz etmek mümkündür. Turizm olgusunda ürün ve fiyat kaliteleri mekan, bölge ve turiste göre çeşitlilik oluşturabilir. Bundan dolayı turizm alanı yoğun emek isteyen bir hizmet sektörü olarak görülür. Turizmin farklı bir özelliği ise yolculuklarda gelir elde etme amacının olmamasıdır. Turizm adına yapılan seyahatlerin iş, çalışma vb. gibi sebeplerden uzak ve bağımsız olması gerekmektedir (Birjakov, 2007: 33).

Turizm kapsamındaki faaliyetlerin temel hedefleri tarihi yapıtları görmek, doğayı keşfetmek, kültürel aktiviteler, akraba ziyaretleri, spor, sağlık ve din gibi etmenlerden oluşmaktadır. Bu kapsamda gerçekleştirilen yolculuklarda maddi gelir sağlama amacı olmaz. Okul için bir yerde ikamet edenler, seyahat ettikleri destinasyonda 24 saatten daha kısa sürede kalanlar ve seyahat esnasında bir yerden geçenler turist olarak görülmemektedir. Turizm hareketlerinin endüstriyel ve ekonomik özelliği bulunmaktadır. Turizm sektöründe oluşan gelişmeler sanayi, ulaşım ve tarım gibi pek çok alanında gelişimini sağlamaktadır. Turizm olgusu oldukça fazla istihdam ağı üretebilmektedir. Aynı zamanda turizm faaliyetleri çoğunlukla sezonluk yapıda oluşur (Hazar, 2014: 14).

### **1.7. Turizm Sektörünün Özellikleri**

Turizmin sektörel açıdan birçok özelliğinden bahsetmek mümkündür. Turizm sektörüne ait özellikler şu şekilde verilebilir:

- Turizm sektörü kapsamındaki yatırımlar değişken ve büyük ölçekli yatırımlardır. Bu yatırımlar çoğunlukla altyapı ve üstyapı, farklı turistik birimlere yönelik gerçekleştirilmektedir.
- Turizm büyük oranda insan gücü gerektiren, yoğun emek isteyen bir alandır (Kozak, 2012: 12).
- Turizm alanında gerçekleştirilen yatırımların sektöre endüstriyel olma özelliği yüklediği görülmektedir. Bu yatırımlar ile birlikte hizmet yatırımları ile altyapı gibi yatırımlar da turizm alanının birleşik endüstri özelliğine sahip



olmasını sağlamaktadır. Bu birleşme, alanda oluşan başarı ve gelişmeler sonucunda ortaya çıkmıştır. Turizm alanında mevcut olan yiyecek, içecek, eğlence ve konaklama gibi standart öğelerle, bütünleştirici özellikleri olan turizm aracıları ve turizm yatırımcıları arasında üst seviyede etkileşim bulunması oldukça önemlidir (Yılmaz, 2007: 9).

Turizmin temelini hizmet sektörü oluşturmaktadır. Turizm, hizmet sektörünün bir alt kısmı olarak kabul edilmektedir. Turizm alanında hizmet üretimi gerçekleştirilir ve sunulur. Hizmet üretiminin de kendine ait birtakım özellikleri mevcuttur:

- Hizmetlerin üretimi ve tüketimi eş zamanlı olarak gerçekleşir. Turizm ürünü olarak nitelendirilen hizmet, üretildiği yerde tüketilmelidir.
- Hizmet, soyut özellik taşıyan bir sektördür. Bundan dolayı ziyaretçilere verilen hizmetten ortaya çıkan tatmin ve memnuniyet de soyut özellik taşımaktadır. Soyut özellik, verilen hizmetin tek düzen olması noktasında olumsuzluğa neden olur. Bir ürünü elinde bulundurmanın faydası fiziki niteliklerinden kaynaklanırken hizmetin faydasının sunum sırasındaki verimden kaynaklandığı ifade edilebilir.
- Hizmetin üretilmesi ile bireyler arası ilişkiler doğru orantılıdır. Endüstri çerçevesinde üretilen ürünlerde kaliteyi kontrol etme fırsatı mevcutken, hizmet ürünlerinde kalite kontrolü yapma gibi bir durum mümkün değildir. Hizmet ürünlerinin üretim aşamalarında müşteriler de bulduklarından dolayı üretim sürecinde oluşan problemleri çözmek kolay değildir.
- Hizmet ürünlerinin satış için bekletilmesi ve saklanması imkansız bir durumdur (İçöz, 2001: 34).

Verilen bu nitelikler incelendiğinde, turizm sektörünü diğer alanlardan farklılaştıran pek çok özellik olduğu dikkat çekmektedir.

## 1.8. Kitle Turizmi Kavramı

Dünya genelinde son dönemlerde teknolojiye çok hızlı bir gelişme yaşanmıştır. Gittikçe fazlalaşan endüstrileşme ve şehirleşme ile beraber hava kirliliği, gürültü, trafik sorunları, stres gibi problemler çoğalmış bu durum insanların psikolojilerini, sosyal hayatlarını olumsuz yönde etkilemiştir. Zaman ilerledikçe bu gibi sorunlarda gerçekleşen artış bireylerin daha fazla boş zamanı değerlendirme, dinlenme, eğlenme, yeni yerler keşfetme gibi istek ve ihtiyaçlarının ortaya çıkmasını sağlamıştır. Bunun yanı sıra teknolojik imkanların çoğalmasından, ulaşımın gelişmesinden, gelirin adaletli paylaşımından dolayı mekan, zaman kavramında ve ilişkilerinde köklü farklılıklar gerçekleşmiştir. Buna ek olarak teknolojinin gelişmesi sayesinde çalışma sürelerindeki etkili azalmadan (Çubuk, 1981: 15) dolayı bugün yaşanan turistik seyahatler; sadece yüksek gelirli, boş zamanı olan grubun katılacağı bir faaliyet olmanın haricinde, orta düzey ve dar gelirli kesimin de katılım sağlayabileceği kitlesel bir özelliğe sahip olmuştur (Dinçer, 1993: 12).

Literatürde kitle turizmi için farklı tanımlar bulunmaktadır. Fink “Der Massentourismus” adlı eserinde kitle turizmini açıklayan 4 öğeden söz etmektedir. Bunlar şu şekilde sıralanabilir (Çubuk, 1981: 46):

- Fazla sayıda katılım,
- Seyahatin büyük boyutta kolektif yapılması,
- Kolektif konaklama sisteminin mevcut olması,
- Turistin bir turist kafilesi ile birleşmesidir.

Bu bilgilere göre, “Kitle turizmi, daha önceden her şey dahil (yolculuk, konaklama vb.) olarak planlanan, fiyatı belli olan, kafile halinde belirli destinasyonlara seyahati düzenleyen şirketler tarafından gerçekleştirilen turizm türüdür” (Dinçer, 1993: 12).

Farklı bir tanıma göre, gelişmekte olan ülkelere düzenlenen turizm ürünlerinin doğal kaynaklar, tarihi yapıtlar olduğu, ulaşım için daha çok charter uçuşların,

konaklamalarda ise kıyı otellerinin ve tatil yörelerinin tercih edildiği paket turlardan oluşan turizm çeşididir (Yarcan, 1996: 22-23). Kitle turizminin dikkat çekici ve en önemli özellikleri, fazla sayıda katılımcının bulunması ve tatilin paket tur olarak hazırlanmış olmasıdır.

Fazla sayıda insanın ya da büyük ziyaretçi kafilesinin turizm faaliyetlerine aktif katılımını tanımlayan kitle turizmi, genellikle gelişmiş ülkelerde mevcuttur. Gelişmiş ülkeler için önemli olan bu turizm türünün temeli, yerel halkın turizm faaliyetlerine katılma oranına veya turist etkinliği hacmini ifade eden sayısallığa bağlı bir turizm modeli olmasıdır (Erdoğan, 1995: 144).

### **1.8.1. Kitle Turizminin Gelişimi**

Kitle turizmi, ilk olarak Almanya'da ve İskandinav ülkelerinde ortaya çıkmış ve gelişim göstermiş, daha sonra Amerika Birleşik Devletleri'nde ve Kanada'da oldukça hızlı bir şekilde gelişmiştir. Daha sonra ise, Avrupa'nın kuzey kesiminde bulunan soğuk iklimi olan sanayi ülkelerinden, güneşli ve sıcak iklime sahip olan Güney Avrupa ülkelerine yaygınlaşmıştır. 1980'li yılların son dönemlerinde Körfez Savaşı'nın başlaması ile kitle turizminde düşüş meydana gelmiş fakat son yıllarda İtalya ve İspanya gibi Akdeniz'e komşu olan Güney Avrupa ülkelerine yapılan seyahatlerde artış görülmüştür (Bahar, 2003: 151-152).

Dünya Turizm Örgütü'nün ve Economist Intelligence Unit (EIU)'in uluslararası turizm faaliyetleri ile ilgili gerçekleştirdikleri araştırmada; 1950'den bugüne kadar dünya kapsamında turizm faaliyetlerinin yirmi kat fazlaştığını ve ilerleyen yıllarda da bu yükselmenin yıllık %4.2 oranında devam edeceği tespit edilmiştir (Birkan, 2001: 30).

Klasikleşerek ucuz ürün şeklini alan kitle turizm ürününün maliyeti oldukça düşüktür. Bunun en önemli sebebi, kitle turizminin gelişmesi ile birlikte tur operatörlerinin (İçöz ve Kozak, 1998: 83) belirli tatil bölgelerinde konaklama tesislerinin yapımını ve ulaştırma faaliyetlerini yürütmeleri, maliyetlerin daha düşük olmasını sağlamaktadır. Bunun yanı sıra tur operatörlerinin charter firmaları ve Akdeniz ülkelerindeki kurumsal tatil yöreleri üzerinden ölçek ekonomisi (Manisalı

ve Yarcın, 1987: 29) ortaya çıkarmaları, bireylere kitle olarak daha ucuz tatil imkanı sunmuştur. Böylece son dönemlerde Türkiye'nin de içerisinde bulunduğu pek çok Akdeniz ülkesinde kitle turizmi artış ve gelişme kaydetmiştir.

### **1.8.2. Kitle Turizminin Özellikleri**

Turizm olgusunun gelişimi kapsamında önemli bir konumda olan ve Türkiye turizminde Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı ile değeri ve önemi artan kitle turizmi, kendine özgü özellikleri ile modern turizmde olumsuz olarak nitelendirilen bir turizm biçimi olarak görülmektedir. Sahip olduğu özellikler sürdürülebilir turizm anlayışı ile örtüşmemektedir. Kitle turizminde sürdürülebilirlikten söz etmek mümkün değildir. Kitle turizme özgü özellikler şu şekilde sıralanabilir (Turizme Bakış, 2020):

- Bugünkü turizm faaliyetlerinin başlangıcı ve en önemli yön vericisidir.
- Bireyler gruplar halinde turizm faaliyetine katılırlar. Alternatif turizmden olanakları yoktur.
- Kitle turizmini tercih eden turistler çoğunlukla her şey dahil sistemini talep ederler. Her şey dahil sistem, fiyat açısından hem daha uygun hem de içerisinde ziyaretçileri tatmin edecek pek çok öğe mevcuttur.
- Bireyler kitle turizmine paket turlar satın alarak katılırlar. Fiyatının uygun ve kapsamlı olması paket turları daha fazla tercih edilebilir kılmaktadır.
- Ziyaret edilen bölgedeki doğal kaynaklar ve tarihi yapıtlar tahribata uğrayabilir. Bu anlamda sürdürülebilir turizm anlayışı ile ters düşen bir turizm çeşididir.
- Kitle turizmine katılan turistler eğer tatmin olup, memnun kalırlarsa tekrar satın alma düşüncesi içerisinde olurlar.

### **1.8.3. Kitle Turizminin Olumlu Etkileri**

Kitle turizmi çevre ile doğrudan ilişki içerisinde. Bu bağlamda turizm

kapsamında çevreye olan olumlu ve olumsuz etkilerden söz edilebilir. Çevre destinasyonun marka imajını yansıtan bir unsur konumundadır. Bu imaj turizm faaliyetlerini ve hareketlerini doğrudan etkilemektedir.

Turizmin çevreye olan olumlu etkileri fazladır. Turizm; tahrip olmaya terk edilmiş veya yok olmaya başlamış tarihi ve kültürel yapıtların, bölgelerin korunmasına ve restorasyon faaliyetlerinin gerçekleştirilmesine olanak sağlar (Lickorish ve Jenkins, 1997: 89). Bu gibi işlemler turistler için önemli ve dikkat çekici etmendir. Öyle ki turistler için direkt seyahat sebebi olabilir, geceleme süresine, harcama durumuna doğrudan olumlu etki edebilir. Ayrıca turizm arz ve talebi kapsamında oldukça önemli birer unsur olmaktadır. Buradan hareketle turizmin doğal ve tarihi önem taşıyan yapıtların, bölgelerin korunmasına olumlu yönde etkisi bulunmaktadır (Turizm Bakanlığı, 1993: 1).

Bunların yanı sıra turizm, sorumluluk kavramını, çevre farkındalığını ve turizm bölgesindeki doğal kaynaklar başta olmak üzere farklı unsurların korunması ve iyileştirilmesi bilincini oluşturmaktadır (Pigram, 1980: 500).

### **1.8.3. Kitle Turizminin Olumsuz Etkileri**

Ekolojik hayatın dengesinin bozulması, doğada bulunan kaynakların aşırı kullanılmaya başlandığı zaman ortaya çıkmaktadır. Turizmin varlığından söz edebilmek için çevrenin de var olması gerekmektedir (Uslu, 1996: 239). Fakat bugünkü turizm hareketlerinde çevre yeteri kadar önemsenmemekte, doğal kaynaklar aşırı kullanılmakta ve destinasyon taşıma kapasitesinin üzerinde yoğunluğa maruz bırakılarak tahribata neden olmaktadır. Bu durumun ortaya çıkmasında son yıllarda dünyada ve Türkiye’de gelişme sağlayan kitle turizmi faaliyetleridir. Kitle turizminin çevre üzerinde yıpratıcı olumsuz etkileri bulunmaktadır. Ayrıca bölge halkının sosyal, kültürel, ekonomik hayatları üzerinde de olumsuz etkiye sahiptir (Bahar, 2003: 153).

Kitle turizminin çevre üzerindeki olumsuz etkilerinden bir diğeri ise, turizm bölgelerinin yerleşime açılmasına ve doğal güzelliklerin yok edilmesine sebep olmaktadır (Güler vd., 2001: 23). Bunun sonucunda da kıyılarda yığılma yaşanmakta

ve kıyı kirliliği ortaya çıkmaktadır.

Kitle turizminin bir başka olumsuz etkisi ise tarihi yapıtların bozulmasına ve bu alanların somut olarak kirlenmesine neden olmaktadır. Ayrıca gürültü kirliliğine ve deniz gibi doğal kaynakların kirliliğine neden olması olumsuz etkileri arasında sayılabilir (Bahar, 2003: 154).

### **1.9. Alternatif Turizm Kavramı**

Alternatif turizm kelimesi, kitle turizmine karşılık bir ürün çeşitliliğini ifade etmektedir. Bu ürün çeşitliliği ağır ağır gelişen bir turizm faaliyetlerinin bütünü, en uygun karlılığın dikkate alınmasını, uzun süreli programlarla turistik gelişmenin elde edilmesini, olumsuz farklılığa karşıtlığı, çevre kültürüne, değerlerine saygıyı ve doğal çevreyle bütünleşmeyi belirtmektedir. Bu başlıca prensipler etrafında, alternatif turizm kelimesi durumlara uygun oluşan farklılıkları nitelendirmektedir (Altınay, 1996: 59-60).

Kitle turizmi, turistlerin belirli sürelerdeki tur paketlerini satın alarak toplu bir şekilde gerçekleştirdikleri turizm olgusunu ifade etmektedir. Alternatif turizm, kitle turizmine karşıt, onun farklı seçeneği olarak ortaya çıkmıştır.

Alternatif turizm kavramının tüm gelecek zamanlarda turizmde yaşanacak gelişmelere yardımcı rehber olarak yeni bir çözüm biçiminde önerildiği ifade edilebilir. Kitle turizminin, en kısa sürede fazla yarar elde etmek hedefiyle özel talepler haricinde grup faaliyetini dikkate alması, fazla insan bulundurma fikirleri, farklı insan topluluklarını aynı ortamda toplaması, alternatif turizm çeşitleri kadar programlı ve denetimli olmaması ve sınırlı hizmet sunması gibi pek çok problem nedeniyle huzursuzluk verici bir nitelik almasına sebep olmuştur. Bundan dolayı araştırmacılar, turizmin ilerlemede faydalanılan eski metotlar ve kullanım şekillerini yargılamaya ve yerine alternatif turizm beklentisini ileri sürmeye eğilim göstermişlerdir (Kerry, 1992: 34).

#### **1.9.1. Alternatif Turizmin Tanımı**

Alternatif turizm kavramı için birçok tanım bulunmaktadır. Akoğlan Kozak ve

Bahçe'ye (2012: 96) göre alternatif turizm; “Fiziki çevreye, sosyal ve ekolojik dengeye önem veren, destinasyonun kültürel ve turizm değerlerini ön plana çıkararak turizmin gelişmesini dikkate alan, sürdürülebilirlik temeline dayanan bir turizm modeli” şeklinde tanımlanmaktadır.

Farklı bir tanıma göre ise alternatif turizm; “Deniz, kum, güneş turizmi olarak tabir edilen geleneksel turizmin ve kent turizminin olumsuz etkilerini azaltmak amacıyla geliştirilmiş, turistik ürünlerin çeşitlendirilmesiyle ve birleştirilmesiyle oluşturulmuş bir turizm türüdür” (Hacıoğlu ve Avcıkurt, 2008: 8). Alternatif turizmde, toplu turizm faaliyeti karşısında bireysel turizm faaliyetleri dikkate alınmakta, büyük konaklama işletmelerinden daha çok küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin tercihi göz önünde tutulmaktadır. Bu zihniyet etrafında turistlerin konaklama faaliyeti, lokâl, yöresel ve kültürel unsurların dikkate alındığı bir konseptte hazırlanmış küçük konaklama işletmelerinde yapılmakta, seyahat kapsamında charter uçuş yerine tarifeli yolculuklar ya da hava, deniz, kara ulaşım vasıtalarının birbirine seçenek olarak kullanılacağı bir durum ortaya çıkmaktadır. Kitle turizmde toplu olmak neticesiyle turizm faaliyetlerinin ucuza denk getirilmesi prensibinin karşıtı olarak alternatif turizm faaliyetlerini tercih edenler daha çok ödemeyi kabul eden turistlerdir (Altınay, 1996: 60).

Weaver (1999)'a göre alternatif turizm, özgün şekli ile kitle turizmine karşı prensipleri olan, yerel olarak denetlenen ve yerel kültüre, yapıya uyum gösteren bir turizm biçimidir. Alternatif turizm, son zamanlarda çok talep edilmeyen kitle turizmine zıt turizm faaliyeti olarak öngörülürken, pozitif yönde destek olan ve oldukça az olumsuz etkilere sebep olan özgün bir turizm biçimi olarak değerlendirilmektedir (Erdoğan, 2003: 3).

Alternatif turizm, sürdürülebilir kalkınma ve doğal kaynakların korunması kapsamında tasarlanmıştır. Sürdürülebilir kalkınma; doğal sistemlerin, kullanılan hizmetlerin ve doğal çevre ile ekosistemin ömrünü artırmayı amaç edinerek, kullanımlara gereksinim duyulduğunda karşılık verebilmektir. Alternatif turizm; alınan tedbirler ve gerçekleştirilen teşebbüsler, insan, doğal çevre ve ekosistem arasında denge oluşturarak doğal sistemleri bitirmeden, gelecek kuşakların

gereksiniminin karşılanmasına olanak sağlayacak şekilde bugünün ve geleceğin hayatını ve kalkınmasını planlama amacı üstlenmesi ile sürdürülebilir gelişmeyi de yanında yürütebilecek bir turizm modelidir. Kitle turizmine bir karşıt olarak gelişen alternatif turizm hareketlerinin ortak bölgesel özelliklerini ise 10 ilke olarak açıklamak mümkündür. Bunlar:

- Destinasyonun taşıma kapasitesini aşmayan belirli oranda katılım,
- Turizmin zamansal ve mekânsal olarak yayılım göstermesi,
- Ağır ve kontrollü gelişim,
- Küçük kapasiteli turistik işletmeler,
- Serbest çalışan profesyonel tur operatörleri,
- Yöre halkı ile turist arasındaki duygu ve düşüncelerde uyumluluk,
- Doğaya uyumlu, otantik turizm yapısına sahip işletmeler,
- Yöresel bazda turizm stratejisi,
- Kültürel ve yöresel olguların muhafaza edilmesi,
- Turizm kapsamında istihdamda bölge insanına öncelik tanınmasıdır (Uçkun ve Türkay, 2003).

Birçok turizm faaliyetini kapsayan alternatif turizm; doğal kaynakları sürdürülebilir hale getirerek nitelikli bir çevre oluşturmayı ve bölge halkının turizm ile ilgili etkinliklerini denetleyerek bu kapsamda ekonomik kazanç elde etmeyi amaçlamaktadır. Bu kavram genellikle 1990'lı yıllardan itibaren yaygınlaşmaya başlamıştır ve cazibesini ağır ağır kaybetmeye başlayan kitle turizmine zıt, yeni turizm biçimlerinin geliştirilmesi düşüncesini ortaya çıkarmıştır (Hacıoğlu ve Avcıkurt, 2008: 8). Türkiye Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın yayınlamış olduğu "2023 Turizm Stratejileri" planlamasında geliştirilmesi temel alınan yeni turizm biçimleri ifade edilmiştir. Bu kapsamda alternatif turizmde başlıca sağlık turizmi,



termal turizm, kış turizmi, ekoturizm gibi önemli turizm türlerinin geliştirilmesi hedeflenmiştir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007: 22).

Alternatif turizm faaliyetlerinin ülke ekonomisine ve sürdürülebilir kalkınmaya olumlu yönde etkisi olduğu gibi destinasyonların gelişmesine de önemli katkılar sağlamaktadır. Destinasyona her yönden uyum gösteren turizm faaliyetlerinin geliştirilmesi bölgesel kalkınmaya ve destinasyon pazarlamasına da önemli ölçüde destek olacaktır. Ancak bu noktada destinasyonun en değerli unsurları olan doğal kaynakların, ekosistemin ve çevrenin korunmasına, gelecek nesiller için sürdürülebilirliğinin sağlanmasına oldukça fazla özen gösterilmelidir.

### **1.9.2. Alternatif Turizm Kavramının Ortaya Çıkış Nedenleri**

Kitle turizminin çekiciliğini kaybetmeye başlaması ile alternatif turizm kavramı daha çok ön planda olmaya başlamıştır. Turizm faaliyetlerindeki sıkışıklığın yılın farklı aylarına da yayılması, bunun sonucunda döviz girdilerinin veya turizmden sağlanan gelirlerin artırılması, turizm kapsamında yapılan girişimlerin daha verimli kullanılması, buna benzer turizmin pek çok olumlu etkilerinin görülmesi alternatif turizm modellerinin sıklıkla gündemde olmasını sağlamaktadır (Oktayer vd., 2007: 129). Alternatif turizm kavramının ortaya çıkmasında ve gelişmesinde birçok etmen mevcuttur. Bunlar şu şekilde sıralanabilir;

- Turistlerin taleplerinde oluşan farklılıklar,
- Kaynaklarda meydana gelen azalma ve özelliklerinin bozulması,
- Turizm faaliyetlerinin farklılaştırılması ile artacak talebe yönelik gerçekleştirilecek tanıtım ve pazarlama etkinlikleri,
- Sürdürülebilir turizm yaklaşımının gelişmesi,
- Turistlerin standart kitle turizmini (deniz, kum, güneş) artık sıkıcı bulması,
- Turizm faaliyetlerinin tüm yıl boyunca gerçekleşmesi yaklaşımının ortaya çıkması,
- Turistlerin düşüncelerine, isteklerine, zevklerine yönelik tatil imkanlarının planlanması (Hacıoğlu ve Avcıkurt, 2008: 9).

### 1.9.3. Alternatif Turizmin Önemi

Zaman geçtikçe hızlı bir şekilde gelişen turizmde yaşanan rekabet ortamı, turist isteklerinin değişmesine sebep olmakta, bu değişme farklı birçok sektörü de etkilemektedir (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2014). Turizmin on iki ay boyunca devam etmesini amaçlayan alternatif turizmi çoğunlukla maddi geliri yüksek turistler tercih etmektedir. Alternatif turizm etkinliklerine katılım gösteren turistlerin genellikle orta ve daha üst düzey gelir elde ettikleri görülmektedir (Alkan, 2011: 328).

Turizm ülkelere büyük ölçüde önemli maddi destek sağlamaktadır. Turizmin oldukça fazla maddi gelir faydasının olması rekabet durumunun ortaya çıkmasına sebep olmaktadır. Devletler turistlerin yaşadıkları kendi ülkelerini seçmeleri için teşvik edici uygulamalar yürütmektedir. Bu doğrultuda daha yeni tatil tercihleri oluşmaya başlamış, deniz, kum ve güneş hedefli faaliyetlerin yanında alternatif turizmde kendisine önemli konum oluşturmuştur (Güzel, 2010: 87-88).

Alternatif turizm faaliyetlerinin giderek yaygınlaşması, tüm ülkelerde doğal kaynakların ve ekosistemin korunması için projeler yürütülmesini, çalışmalar gerçekleştirilmesini gerekli hale getirmektedir. İnsanların günlük yaşamları ve çalışma hayatlarındaki alışkanlıkların yanında (Topay ve Parlador, 2015: 307), gerçekleşen ilerleme ortamının ülkeleri nasıl ve ne derece etkileyeceği anlaşılamadığından turizm politikalarında farklı alternatif geliştirme oldukça önemli bir konudur (Tosun vd., 2003: 5).

Devletlerde ortaya çıkan sorunların turizm sektörünü de etkilemesi diğer ülkeleri ziyaret eden turistlerin sayısında artış durumunun gelişmesine sebep olmuştur. Gerçekleşen bu gelişmeler turistlerin çeşitli turizm hareketlerine yönelmelerini sağlamıştır. Turizm ile ilgili istek ve beklentilerin farklılaşması sonucunda alternatif turizm kavramının ortaya çıkmasında, ulaşım olanaklarının fazlalaşması, eğitim düzeyinin artması ve teknolojide yaşanan gelişmelerin de etkisi son derece yüksektir (Yıldız ve Kalağan, 2008: 44).

Turizm olgusundan mümkün olabildiğince maddi kazanç sağlamak isteyen ülkeler, alternatif turizm kapsamında yeni hareketler oluşturarak çeşitli istek ve

beklentileri olan turistleri kendi destinasyonlarına çekmeyi amaçlamaktadır. Ülkeye ziyaret gerçekleştiren her turist önemli ölçüde, alışveriş gibi faaliyetler yapabileceğinden, ülkeler ve destinasyonlar alternatif turizm faaliyetlerini önemsemekte, alternatif turizme destek vermektedir (Öztürk ve Yazıcıoğlu, 2002: 10). Alternatif turizmin pek çok yeni turistik ürünün oluşmasına oldukça fazla destek sağladığı da bilinmektedir (Kılıç ve Kurnaz, 2010: 41).

Tüm dünyada meydana gelen ekonomik, politik ve teknolojik gelişmeler turizm sektöründeki rekabetin en üst düzeye çıkmasına sebep olmuştur. Gelişen bu rekabet ortamında karlı durumda olmak isteyen ülkeler ve destinasyonlar turist istek ve beklentileri kapsamında birtakım farklılıklar geliştirmiştir. Çevreye uyumlu, farklı kültürleri görmek, tanımak isteyen ve serüven arayan turistlerin istek ve beklentileri için yeni turistik ürün ve hizmetlerin geliştirilmesi, ülkelerde gerçekleştirilen farklılıklara örnek olarak verilebilir (Çolak, 2009: 1).

Alternatif turizmin ülkeler, destinasyonlar ve işletmeler arasındaki rekabet ortamına önemli katkısının olduğundan bahsetmek mümkündür. Ülkelerin ve işletmelerin alternatif turizmi destekleyip, daha kapsamlı hale getirme stratejileri bu bilgiyi destekler niteliktedir. Ülkeler ve destinasyonlar rekabet açısından birçok gelişme ile birlikte alternatif turizme odaklanıp, bu turizm faaliyetini farklı eğilimler ile geliştirme ve rakiplerin önüne geçme çabası içerisinde dir.

#### **1.9.4. Alternatif Turizmin Amacı**

Kitle turizmi anlayışına tepki niteliğinde oluşan alternatif turizm faaliyetlerinin birçok amacı bulunmaktadır. Öncelikli olarak kitle turizminden kaynaklanan tahribatı en az seviyeye indirmek veya ortadan kaldırmak en önemli amacı olarak ifade edilebilir.

Alternatif turizmin diğer bir amacı ise, insanların değişen istek ve ihtiyaçları kapsamında farklı turizm alanları ortaya çıkararak insanların beklentilerini karşılamaktır. Bunun yanı sıra ülkelerin ve destinasyonların turizmden büyük pay elde etmelerini sağlamaktır (Albayrak, 2013: 32-38). Bu kapsamda alternatif turizm destinasyonların tanıtımı ve gelişimi konusunda destek sağlayan bir araç

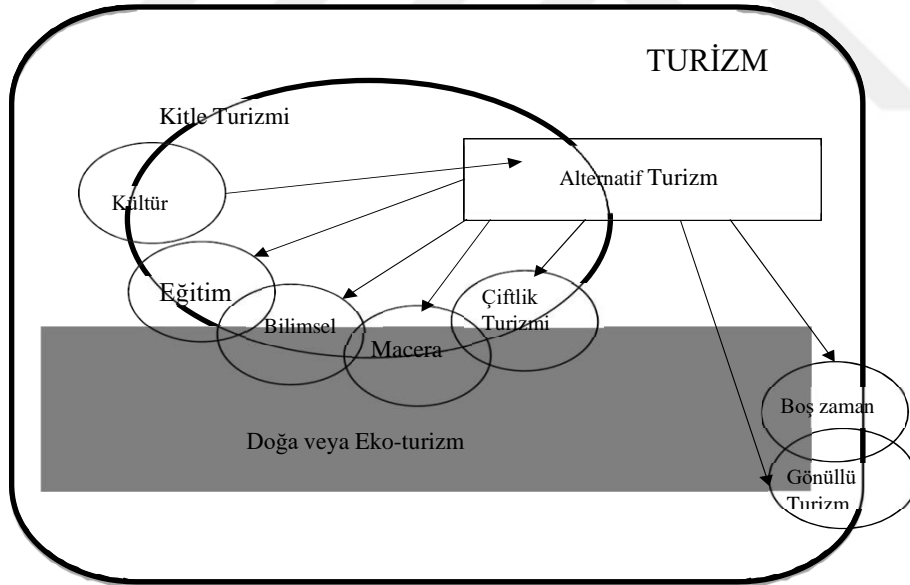
konumundadır. Bu durum da turizm faaliyetlerinin gelişimine katkı sağlamaktadır.

### 1.10. Alternatif Turizm Çeşitleri

Alternatif turizm, ekonomik, sosyo-politik gerçekliğe daha yakın olmaya çalışılan yeni bir turizm kavramını vurgulamaktadır. Bu turizm modeli ile birlikte turistler ve yerel topluluklar arasında kültürel bağlamda bir etkileşim oluşmaktadır (Kahraman, 2019: 15-16).

Wearing (1998: 30) alternatif turizmin belirli biçimler halinde yapıldığını ve farklı turizm etkinlikleri ile bağlantılı olduğunu ifade etmektedir. Bu bağlamda oluşturduğu şemaya göre alternatif turizm; kültür, kitle, eğitim, macera, bilim, doğa, eko-turizm, gönüllü turizm ve boş zaman ile yakından etkileşim halindedir.

Şekil-2. Alternatif Turizm Şeması



Kaynak: Wearing, 1998: 30

İnsanların istek ve ihtiyaçlarındaki farklılaşmalar, turizme olan talebin artması gibi unsurlar turizm faaliyetlerinin de gelişmesine ve yeni turizm alanlarının keşfedilmesine neden olmuştur. Bu bağlamda insanların günlük yaşamlarında kullandığı motosiklet, turizmin bir parçası haline gelmiştir. Bireyler kafa dinlemek,

yeni yerler görmek amacıyla motosikletle seyahat etmeye başlamıştır. Tüm bu faaliyetler motosiklet turizmi kapsamında değerlendirilebilmektedir. Motosiklet turizmi genel olarak bireylerin motosiklet ile seyahatlerinden oluşan tüm faaliyetleri ifade etmektedir.

Alternatif turizm çeşitlerinin ülkeden ülkeye, destinasyondan destinasyona göre farklılık gösterdiğinden söz etmek mümkündür. Bunun temel sebebi ise ülkelerin, destinasyonların sahip olduğu turizm özelliklerinin farklılık göstermesidir (Albayrak, 2013: 46). Türkiye’de pek çok alternatif turizm çeşidi bulunmaktadır. Bu alternatif turizm çeşitlerinden bazılarını şu şekilde sıralamak mümkündür;

### **1.10.1. Kongre Turizmi**

Günümüzde teknolojiye, sanatta ve bilimde yaşanan gelişmeler, bireylerin bu alanlara yönelik verdiği değerin fazlaşması ve fikir, bilgi alışverişindeki arzu ile ulaşım alanındaki olanaklarının hızla gelişmesi kongre turizmine duyulan ilginin de daha fazla artmasına neden olmuştur (Albayrak, 2013: 85).

Kongre turizmi; benzer veya farklı meslek gruplarındaki bireylerin planlanmış, kısa ve net bir program dahilinde belirli bir akademik alan, yaptıkları meslekleri veya farklı bir konuda fikir ve bilgi paylaşımı gerçekleştirmek amacıyla devamlı ikamet ettikleri ve çalışma alanları haricinde yatıkları yolculuk ve konaklamalar sonucu oluşan ilişkilerin tümüdür (Çakıcı, 2009: 3).

Kongre turizminin faydaları şu şekilde ifade edilebilir (Usta, 1993: 96; Aymanı, 1996: 34; Erdoğan, 2006: 43; Delice, 2012: 25; Jubayeva, 2013: 16):

- Ükelere döviz getirisi sağlamaktadır,
- Bilime ve eğitime olumlu etkiler sunmaktadır,
- Turizm kapsamında yapılan yatırımlar sayesinde ekonomik kalkınmaya destek olmaktadır,
- İstihdam yaratıcı etkiye sahiptir,

- İnsanlar arası etkileşimin artmasıyla kültürel anlamda ilişkilerin gelişmesine yardımcı olmaktadır,
- Turizmin yoğun sezonun dışında devam etmesine ve gelir kaynağı oluşturulmasına katkı sağlamaktadır,
- Kongreler yapıldığı ülke ve destinasyon açısından saygınlığı artırıcı faaliyetlerdir.

### **1.10.2. Kültür Turizmi**

Kültür, bir toplumun benimsediği maddi ve manevi değerlerin tümüdür. Bilim insanları bu tanıma ek olarak kültürün toplumda bulunan alışkanlık, bilgi, tutum ve davranışlar, görüş, düşünce ve bütün davranış biçimleriyle birbirini tamamlayan tek unsur olduğunu ileri sürmektedirler (Turhan, 1994: 45).

Kültür turizmi; doğal çevreyi keşfetmek, ve farklı kültür, gelenek görmek, bilgi edinmek isteyen turistlerin gerçekleştirdiği faaliyetler olarak tanımlanabilir. Kültür turizmi, ekoturizmin bir alt kademesi olarak görülmektedir.

Türkiye sahip olduğu kültürel ve tarihi zenginlikler açısından oldukça önemli bir konumdadır. Kültürel ve tarihi zenginliklerin görülmesine olanak sunmasının yanı sıra, çeşitli kültürlerin karşılıklı etkileşimini sağlaması açısından da oldukça fazla önem taşımaktadır (Tunç Hussein ve Saç, 2008: 10). Bu bağlamda, kültürel ve tarihi değerler ile ilgili tam ve kesin bir veri olmamasına rağmen Türkiye’de kentsel, doğal, arkeolojik, tarihi ve diğer sit alanları olmak üzere 8000’e yakın sit alanının bulunduğu ve bu kültürel ve doğal zenginlikleri ziyaret etmek için Avrupalı turistlerin %30’unun Türkiye’ye seyahat ettikleri ifade edilmektedir (Kahraman, 2019: 33).

### **1.10.3. Av Turizmi**

Av turizmi; turizmin farklı bir uygulama alanı şeklinde düzenlenen, avcılık özelliklerini ön plana çıkaran, bireylerin avlanma amacıyla temel prensipler çerçevesinde gerçekleştirdikleri ilişkiler bütünüdür (Özdönmez vd., 1996). Avcılar,

av turizmi hareketleri sayesinde farklı türden hayvanların sahip oldukları değerli elementleri toplama, farklı destinasyonları ziyaret etme ve kültürel anlamda etkileşime girme imkanları da oluşturmaktadırlar. Av turizmi faaliyetleri; turizm hareketlerinin zenginleştirilmesi, turizm faaliyetlerinin ülkenin her bölgesine yayılması ve tüm yıl boyunca devam etmesi ile ekonomik kalkınma üzerinde olumlu yönde etkiye sebep olmaktadır.

Av turizmi açısından gerek coğrafi yapı gerekse av kaynakları kapsamında önemli unsurları barındırmasına rağmen ülkemizde av turizmi yeterince gelişme gösterememiştir. Bunun en temel sebebi ise av hayvanlarının günümüzde bazı türler haricinde av turizmi kapsamında değerlendirilecek sayısal çeşitliliğe erişmemiş olmasıdır. Av turizmi, yeni kara avcılığı yasasındaki gelişmeler sonucunda önemli turizm türlerinden birisi haline gelecektir (Bakırcı, 2002: 245).

#### **1.10.4. Yayla Turizmi**

Yayla kavramı; coğrafi açıdan dağ sıralarının üzerinde yer alan geniş alanlar olarak tanımlanmaktadır. Yüksek dağlarda bulunan, akarsuların açtığı vadilerle parçalanmış olan düzlükler, platolar yayla olarak ifade edilmektedir (Tosun ve Altın, 1981). Yaylalar doğal zenginlik ve güzelliklere, tahrip edilmemiş iklim yapısına ve temiz havaya sahip olması sebebiyle bireyler için en gözde turizm alanıdır. Bireyler beton yığınları arasında şehir hayatının sorunlarından, stresinden kaçmak için boş zamanlarını yaylalarda değerlendirmeyi amaçlamaktadırlar. Bu noktada Kültür ve Turizm Bakanlığı doğal hayatın ve güzelliklerin muhafaza edilmesi, turizmin değerlendirilmesi ve yeni turistik ürünlerin ortaya çıkması amacıyla 26 adet yayla turizm bölgesi kurmuştur. Bu kurulan yayla alanları genellikle Karadeniz bölgesinde bulunmaktadır. Bu nedenle Karadeniz bölgesinin turizm açısından değeri yıllar geçtikçe artmaktadır (TÜRSAB, 2004).

Türkiye yayla turizmi açısından oldukça önemli turizm merkezlerine sahiptir. Yayla turizmi destinasyonlarının gelişiminin desteklenmesi hem ülke turizmindeki çeşitliliğin artmasına hem de yayların bulunduğu merkezlerdeki yerel topluluğa önemli katkılar sağlayabileceği belirtilebilir. Yayla turizminin gelişmesi ile şunlar

hedeflenmektedir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2021a):

- Kırsal bölgede yaşayan yerel topluluğun turizm gelirinden belirli kazanç sağlamasına destek olmak,
- Turizm yatırımları kapsamında makul yayla alanlarının oluşturulmasını sağlamak,
- Yayla turizmine katılım sağlayabilecek turist profilini belirlemek,
- Yayla turizmini sürdürülebilir hale getirmek için ürün portföyünü genişletmek.

Türkiye’de yayla turizmi açısından oldukça fazla destinasyon bulunmaktadır. Çoğunluğu Karadeniz Bölgesi’nde yer alan yayla destinasyonlarından Giresun, Trabzon, Ordu, Rize, Sinop, Artvin, Gümüşhane illerinde bulunan yaylalar turizm açısından büyük önem taşımaktadır. Bunun yanı sıra Antalya, Gaziantep ve Bayburt illerinde de önemli yayla merkezleri bulunmaktadır. Türkiye’de bulunan yayla turizmi destinasyonları Şekil-3’te gösterilmiştir.

**Şekil-3. Türkiye’de Bulunan Yayla Turizmi Merkezleri**



Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2021a.



### 1.10.5. Mağara Turizmi

Bünyesinde çok çeşitli ve zengin mağaraları barındıran Türkiye, mağara turizmi açısından büyük potansiyele sahip olmakla birlikte bu mağaralar kültür, inanç turizmi gibi faaliyetler kapsamında yoğun bir şekilde ziyaret edilmektedir (Arpacı vd., 2012: 62). Kültür ve Turizm Bakanlığınca bir mağaranın turizm açısından değerlendirilmesine dair gereken ölçütler şu şekildedir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2021b):

- Mağaranın turizm kapsamında önemli ve turizme hizmet sunan destinasyonlara yakın konumda yer alması,
- Mağaranın bünyesinde barındırdığı morfolojik ve diğer oluşum özelliklerinin farklı ve dikkat çekici bazı öğeler taşıması (kendi bünyesinde birtakım ilgi çekici farklılığa sahip olması),
- Mağaraya ulaşımın kolay ve rahat gerçekleştirilebilmesi,
- Doğal unsurlarla oluşan mağaraların yanı sıra insanların sığınmak, depolama gibi ihtiyaçlarını gidermek amacıyla kazdıkları ve kullandıkları yapay mağaralar da mevcuttur. Bu nitelikteki mağaraların tarihi ve kültürel değer barındırması,
- Mağara çevresinin oraya gelen turistlere hizmet vermeye uygun planlama yapılmasına (dinlenme alanı, otopark vb.) müsait olması gerekmektedir.

Çeşitli amaçlarla kullanılan mağaralar zaman içerisinde turizm faaliyetleri açısından önemli hale gelmiştir. Turistlerin ilgi alanlarının değişmesi, farklı destinasyonlar görme isteği gibi unsurlar mağara turizminin gelişmesine katkı sağlamıştır.

Mağaralar turistik ürün çeşitliliği açısından kültürel değer taşıyan öğelerdir. Diğer ülkelere göre bu çerçevede daha karlı konumda olan Türkiye’de yaklaşık 40.000 adet mağara mevcuttur. Fakat bunlardan yalnızca 1.500 tanesi mağaracılıkla ilgili topluluk, kulüp vb. kuruluşlar tarafından değerlendirilmiştir. Türkiye’de 30’un

üzerinde mağara turizm faaliyetlerine kazandırılmıştır. Bunların yanı sıra özel materyallerle ve rehber eşliğinde gezilebilecek pek çok mağara da bulunmaktadır. Türkiye'nin en uzun mağarası 15 km'den daha uzun olan Isparta'da yer alan Pınargözü mağarası ve en derin mağarası ise -1429 m ile Mersin'de bulunan Peynirlikönü mağarasıdır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2021b).

**Tablo-1. Türkiye'de Turizme Açık Olan Mağaralar**

Bulunduğu İl	Mağara Adı
Ağrı	Buzluk Mağarası
Antalya	Damlataş Mağarası
Antalya	Dim Mağarası -
Antalya	Karain Mağarası
Antalya	Yalandünya Mağarası
Antalya	Zeytintaşı Mağarası -
Bartın	Gürcüoluk Mağarası
Burdur	İnsuyu Mağarası
Bursa	Oylat Mağarası
Çankırı	Tuz Mağarası
Denizli	Kaklık Mağarası
Denizli	Keloğlan Mağarası
Gümüşhane	Karaca Mağarası
Isparta	Zindan Mağarası
Mersin	Cennet Obruğu
Mersin	Dilek Mağarası
Mersin	Eshab-ı Kehf Mağarası
Mersin	Köşekbükü Mağarası
İstanbul	Yarımburgaz Mağarası
İzmir	Yediuyurlar Mağarası
Kahramanmaraş	Eshab-ı Kehf Mağarası
Karabük	Mencilis Mağarası
Kırklareli	Dupnisa Mağarası
Konya	Tınaztepe Mağarası
Muğla	Fosforlu Mağarası
Muğla	Yerküpe Mağarası
Sinop	İnatlı Mağarası
Tokat	Balıca Mağarası
Trabzon	Çalköy Mağarası
Zonguldak	Cehennemagzi Mağarası
Zonguldak	Gökgöl Mağarası

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2021c.

### 1.10.6. Sağlık ve Termal Turizmi

Sağlık turizmi, insanların devamlı ikamet ettikleri yerden farklı bir destinasyona sosyal refahı iyileştirmek, zihinsel ve fiziksel sağlık amacıyla seyahatlerinden oluşan olaylar ve ilişkiler bütünüdür (Mueller ve Kaufmann, 2001: 7).

Sağlık turizminde özellikle son yıllarda dikkat çekici gelişmeler kaydedilmiştir. Sağlık amacıyla yapılan seyahatler aynı zamanda turizm faaliyetlerini de etkilemiş ve bu durum destinasyonların gelişimine olumlu katkılarda bulunmuştur. Türkiye’de de sağlık alanında yaşanan gelişmeler, sağlık turizminden büyük pay elde edilmesini sağlamıştır.

Türkiye’de bulunan yer altı zenginliklerinden jeotermal kaynaklar kapsamında sağlık ve termal turizme yönelik olarak 2023 stratejisi kapsamında hedefler oluşturulmuştur. Uzun vadeli (2017-2023) termal turizm yatak kapasitesini 500.000’e yükseltmek ve temel hedef olarak “Türkiye’nin termal turizmde Avrupa’nın en önemli ve Dünya’nın ilk beş merkezinden biri haline gelmesi” amaçlanmaktadır. Bu kapsamda oluşturulan Termal Turizm Master Planı’nda 4 temel bölge belirlenmiştir (Kahraman, 2019: 36). Termal turizm açısından oluşturulan destinasyonlar Şekil-4’te verilmiştir.

#### Şekil-4. Termal Turizm Master Plan Bölgeleri



Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2021d.

### **1.10.7. İnanç Turizmi**

İnsanlar ile beraber mevcut olan din ve bunun yaygınlaştırılması için dini amaçlı seyahatler her zaman yapılmıştır. Din büyüklerinin yaşadığı bölgeler ve peygamberlerin bulunduğu, kutsal mekanlar dini seyahatler kapsamında sürekli ziyaret edilmiştir (Kaynak ve Sezgin, 2008: 349). İnanç turizmi, kişilerin dini amaç ve vazifelerini yerine getirmek amacıyla katıldıkları alternatif turizm çeşididir (Sevinç ve Azgün, 2012: 19).

İnanç, seyahat gerçekleştirmek için temel sebeptir. Çünkü din, ilahi bağlılık sonucunda kutsal olarak kabul edilen mekanlara yapılan seyahatlerin temel unsurlarından birisidir (Alvarado-Sizzo vd., 2017: 14).

İnanç turizmi; hac, misyonerlik, manevi inziva, inanç temelli aktiviteler, dini konferanslar ve toplantılar gibi birtakım organizasyonu içermektedir (Tarinç, 2019: 17). İnanç turizminin üç temel faydası olduğu belirtilmiştir (Griffin ve Raj, 2017: 2):

- İnanç turizmi, insanlığın ortak mirasının farkındalığını artırır ve korunma için kaynak sunar,
- Kültürel hoşgörü kazandırır,
- Bölgesel gelişime katkı sağlayabilir.

Türkiye, üç semavi dine (Müslümanlık, Hristiyanlık, Musevilik) ait kültürel değerlere sahip önemli merkezlerden biridir. İnanç turizminin geliştirilmesi hedefiyle Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yürütülen çalışmalar kapsamında üç büyük dinin bugüne kadar ulaşan ibadet yerleri ve eserleri tespit edilmiştir. Türkiye’de inanç turizmi ekseninde üç büyük dine ait oldukça fazla kutsal mekan mevcuttur (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2021e).

### **1.10.8. Spor Turizmi**

Spor turizmi, spor içerikli tüm faaliyetleri gerçekleştirmek ya da pasif olarak izleyici konumunda gerçekleştirilen seyahat tecrübesini ifade etmektedir (Ross,

2001: 3). Farklı bir tanımlama ile spor turizmi gerek bölgesel gerekse uluslararası spor içerikli faaliyetler, şampiyonalar, geziler, katılımcıların hedefinin boş vakit değerlendirme ya da rekabet (yarış) isteği olan, esasında sportif hareketlere katılım sağlamak için seyahat içeren bütün turistik faaliyetlerdir (Bektaş, 2010: 11).

Spor turizmi ile ilgili olarak belirtilen ilk faaliyetlerden birisi M.Ö. 766 yılında organize edilen Eski Yunan olimpiyat oyunlarıdır (Albayrak, 2013: 187). Yıllar geçtikçe bireylerin sportif faaliyetlere merak ve ilgisi çoğalmış bununla birlikte alternatif spor türleri ortaya çıkmış ve pek çok aktivite gerçekleştirilmeye başlanmıştır. Son yıllarda özellikle futbol temelinde çeşitli olimpiyatlar, voleybol, basketbol gibi pek çok uluslararası faaliyetler gerçekleştirilmektedir. Spor ve sportif aktivitelerin çoğalması spor turizmi özelinde çok çeşitli spor türlerinin ortaya çıkmasına ve gelişmesine olanak sağlamıştır.

Güdük'e (2019) göre Türkiye'de spor turizminin gelişmesinde üç temel etmen bulunmaktadır. Bu etmenlerden birincisi, ev sahipliği konumunda uluslararası faaliyetlerin gerçekleştirilmesidir. 1997 Dünya Hava Sporları ve 1999 Avrupa Yüzme Şampiyonası'na ev sahipliği yapan Türkiye zamanla ev sahipliği yaptığı uluslararası faaliyet sayısını artırmıştır. Cumhurbaşkanlığı Türkiye Bisiklet Turu, 17. Akdeniz Oyunları, Uluslararası İstanbul Maratonu, 2017 Dünya İşitme Engelliler Olimpiyatları bu faaliyetler kapsamında değerlendirilebilir. İkinci etmen, uzun yıllar önce yamaç paraşütü, rafting gibi aktivitelerin Türkiye'de spor turizmi açısından incelenmeye başlanıp kısa sürede tanınmasıdır. 2000'li yıllarda ise Türkiye'de spor turizminin gelişimindeki en önemli etmen futbol, golf turizmi ve kamp turizminin yaygınlaşmaya başlamasıdır. Özellikle, Antalya'nın Belek bölgesi spor turizmi konseptli tesisleriyle bilinmektedir (Karakoç, 2011).

Spor turizminin gelişmesiyle birçok spor çeşidi de ortaya çıkmıştır. Tablo-2'de spor turizmi çeşitlerinden bazıları verilmiştir.

**Tablo-2. Spor Turizmi Çeşitlerinden Bazıları**

<b>Doğa Sporları</b>	<b>Hava Sporları</b>	<b>Su Sporları</b>	<b>Kış Sporları</b>
Doğa Yürüyüşü	Yamaç Paraşütü	Rafting	Kayak
Dağcılık	Yelken Kanat	Dalış	Curling
Bisiklet	Balon	Sörf	Buz Hokeyi
Avcılık	Paraşüt		
Oryantiring			

Kaynak: Duman vd., 2021: 374.

### **1.10.9. Dağ Turizmi**

Dağ turizmi, dağ üzerinde yürüyüş, buza veya dağa tırmanma gibi aktiviteleri kapsayan hissedilebilir tehlikeleri bulunan doğa temelli bir turizm çeşidi olarak ifade edilebilir (Kahraman, 2019: 20). Dağcılık faaliyetlerine katılan turistlerde heyecan, macera, merak ve tehlikeyi göze alma gibi durumlar oldukça üst düzeydedir.

Dağlar; eşsiz manzaraları, muhteşem güzellikleri ve farklı etkileyici değerleri ile turistler için vazgeçilmez turistik bölgelerdendir. Dağcılık faaliyetlerinin gelişmesi, sürdürülebilir maddi kalkınma politikaları ve doğa koruma yöntemiyle bireylerin hayat kalitesinin daha verimli olması noktasında önemli bir unsur konumunda olabilir. Ekonomik ve çevresel olarak ele alındığında ise dağ destinasyonlarında gerçekleştirilen dağ turizmi aktiviteleri olumlu olarak destek sağlamakta ve pek çok avantaj sunmakta fakat bazı problemlere de sebep olabilmektedir (Nepal ve Chipeniuk, 2005: 313-314). Turizm aktivitelerinin çok fazla görüldüğü dağlık bir bölgede oluşabilecek sorunlar, doğa ve çevre için risk faktörü oluştururken aynı zamanda yerel halk üzerinde de sosyo-kültürel anlamda olumsuzluklara neden olabilmektedir (Somuncu, 2004: 7).

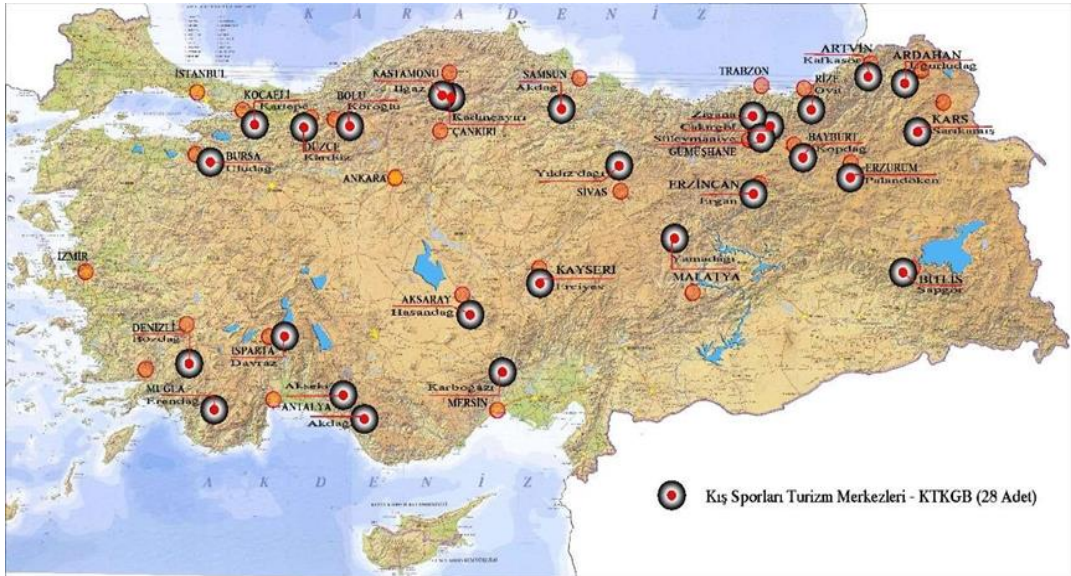
Türkiye, dağcılık faaliyetleri kapsamında oldukça önemli bir destinasyon konumundadır. Doğa yürüyüşü ve tırmanma gibi etkinliklerin gerçekleştirilebileceği önemli dağlar bulunmaktadır. Dağ turizmi kapsamında her yıl dünyanın farklı destinasyonlarından turistler Türkiye'ye seyahat etmektedir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2021f).

### 1.10.10. Kış Sporları Turizmi

Kış sporları turizmi için alanyazında birçok tanım bulunmaktadır. “Kış sporları turizmi, heyecan duygusunu ve merak hevesini yaşama arzusu ile net bir yüksekliğe sahip olan, yokuşu bulunan ve kış dönemlerinde çok fazla kar alan dağlık bölgelerde yürütülen spor amacının yanı sıra bireylerin maceraya olan ilgisini artıran ve sağlıklı yaşama amaçlarına da destek veren bir turizm modelidir” (Albayrak, 2013). Farklı bir tanıma göre “kar ile kaplı alan üzerinde paten, kayak, kızak ve koruyucu ekipmanların desteğiyle bireysel ya da grup şeklinde gerçekleştirilen turizm aktiviteleridir” (Demiroğlu, 2014: 1). Yine farklı bir tanımda kış turizmi; karlı bölgelerde gerçekleştirilen ve kış sporları etkinliklerinin yoğun olarak yapıldığı merkez ve bölgeler üzerinde geliştirilen turizm faaliyetlerinin bütünü” şeklinde ifade edilmiştir (Ülker, 2006: 21; Demiroğlu, 2014: 1).

Kış sporları kapsamında Türkiye de önemli bir destinasyon haline gelmiştir. Özellikle bu alanda yapılan yatırımlar ve kaydedilen gelişmeler daha prestijli kış sporları merkezlerinin ortaya çıkmasında önemli rol oynamaktadır. Bu bağlamda Türkiye’de kış sporları bölgelerinde 9 adedi faal, 7 adedi kısmen faal toplam 29 adet turizm tesisi bulunmaktadır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2021g).

#### Şekil-5. Türkiye’de Bulunan Mevcut Kış Sporları Destinasyonları



Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2021h.

Kültür ve Turizm Bakanlığı, Türkiye Turizm Stratejisi (2023) kapsamında destinasyona ve ülkeye fayda sağlayacak şekilde turizm ürün çeşitliliği sağlamak artan ve farklılaşan turizm talebinin karşılanması ve turizm faaliyetlerinin yıl boyunca yapılabilmesi amacı ile doğal, kültürel ve tarihi değerleri koruyacak özellikle kış sporları turizminin gelişmesine ve yaygınlaşmasına destek olacak birtakım faaliyetler yürütmektedir. Bu bağlamda kış turizmini geliştirebilmek adına “Kış Turizm Master Planı” kapsamında Ağrı, Erzurum, Erzincan, Ardahan ve Kars destinasyonlarında kış turizmi çerçevesinde hizmet sunacak tesislerin konaklama kapasitesi ve niteliğinin geliştirilmesi bunun yanı sıra turistik ürün çeşitliliğinin artırılması planlanmaktadır (T.C. Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı, 2007).

#### **1.10.11. Kırsal Turizm**

Son dönemlerde insanların içinde bulunduğu yoğun iş koşulları, stres, doğal zenginliklere ve güzelliklere olan yönelim, heves ve ilgi, beton yığınları haline gelen şehir hayatından uzaklaşma arzusu, çeşitli fiziksel kirlilik ve doğal çevrenin çekiciliği gibi unsurlar insanların dinlenebileceği şehir hayatından uzak sessiz bölgelere yolculuk etmesine sebep olmuştur. İnsanların bu destinasyonlara gerçekleştirmiş olduğu seyahatler de kırsal turizm teriminin gelişmesine neden olmuştur (Tarinç, 2019: 16).

Kırsal turizm, ziyaretçilerin doğal çevre ve destinasyonlarda tatillerini değerlendirmek ve farklı kültürlerle etkileşim içerisine girmek amacıyla kırsal bir yerleşkeye yolculuk ederek, konaklamaları ve kırsal yerleşkeye özgün faaliyetlere dolaylı veya doğrudan katılmalarıyla ortaya çıkan bir turizm çeşididir (Aydın, 2012: 39). Bu koşullar doğrultusunda kırsal turizm terimi değerlendirildiği zaman yayla turizmi, ekoturizm, çiftlik turizmi, kamp turizmi, agro turizm gibi alt turizm çeşitlerini kapsadığından söz etmek mümkündür.

Türkiye’de kırsal turizmi; çoğunlukla doğa yürüyüşleri ve sporlarını kapsayan açık hava aktiviteleri, alışveriş ve yeme-içme faaliyetlerini de içinde barındıran çeşitli rekreatif etkinlikler ve günübirlik köy seyahatleri olarak tanımlamak mümkündür. Türkiye kırsal turizme yönelik olarak doğal, tarihi ve coğrafi açıdan



oldukça önemli değerlere sahiptir. Özellikle coğrafi konumu ve sahip olduğu toprak yapısındaki çeşitliliklerden dolayı kırsal turizm amaçlı değerlendirilebilecek özel doğal zenginlikleri bünyesinde barındırmaktadır. Göller, akarsular, çeşitli bitkiler, mağaralar, tarihi ve kültürel değerler, tarım faaliyetleri, yöresel çeşitlilikler, mutfak kültürü ve daha pek çok unsur kırsal turizme hizmet verme açısından değerlendirilebilir (Türk Tarım Orman Dergisi, 2018).

#### **1.10.12. Gastronomi Turizmi**

Gastronomi turizmi genel anlamda bir yemeğin otantikliğini ifade etmekte ve bir alan, bir destinasyon ya da bir ülkeye mahsus olan yerli yemekleri bununla birlikte şarap turizminin temel sınırlarını içermektedir (Hall ve Mitchell, 2000: 30). “Gastronomi” terimi pek çok kaynakta yemek yeme ve bir şeyler içme sanatı olarak tanımlanmaktadır. Gastronomi kavramı temelinde sadece yemek yeme ve içme sanatı değil aynı zamanda sosyoloji, tarih, felsefe, kimya, biyoloji, edebiyat gibi bilim dalları ile yakından ilişkisi olan bilimsel bir alan olarak nitelendirilmektedir (Kivela ve Crotts, 2006: 355). Bu doğrultuda gastronomi turizminin birçok alan ile dolaylı veya doğrudan bağlantısının olduğu ve geniş çaplı bir turizm çeşidi olduğu ifade edilebilir.

Gastronomi turizmi birtakım özel yemekler ile ilgili gıda üreticilerini, yemek şenliklerini, lokantaları ve özgün yerleri ziyaret ederek, özgün bir yiyeceği yeme, üretim ve sunum süreçlerini izleme veya çok tanınmış bir şefin hazırladığı özel bir yemeği tüketme eylemidir (Hall ve Mitchell, 2001: 308).

Gastronomi turizmi mutfak ile ilgili tüm faaliyetleri ve deneyimleri kapsamaktadır. Bu endüstrinin kapsamında; aşçılık eğitim merkezleri, gastronomi kitapları satan mekanlar, gastronomi ile ilgili medya birimleri ve yemek programları, gastronomi ile ilgili etkinlikler, şarap üretim mekanları, tarla sahipleri ve üreticiler gibi çeşitli sektörler mevcuttur (Çağlı, 2012: 24). Gastronominin turizm olgusuna destekleri şu şekilde ifade edilebilir (Yılmaz, 2015: 15-20):

- Kentlerin veya bölgelerin değişimine öncülük etmektedir.

- Destinasyonların marka imajında ve pazarlanmasında önemli rol üstlenmektedir.
- Kentlerin veya bölgelerin tanıtılmasında etkin bir araç olarak kullanılmaktadır.
- Kentlerin veya bölgelerin ekonomisine önemli katkı sağlamaktadır.
- Ziyaretçiler için çekici bir unsur haline gelebilmektedir.
- Turist memnuniyetini önemli ölçüde etkileyebilmektedir.
- Turizm paydaşları için değer oluşturmaktadır.

#### **1.10.13. Kuş Gözlemciliği Turizmi**

Kuşlar, en yaygın ve çok fazla türe sahip yaşam formu olmamasına rağmen, diğer hayvan gruplarına göre oldukça fazla ilgi duyulan hayvan çeşididir. Bireylerin kuşlara olan ilgisini belirlemeye yönelik araştırmalar yapılsa da, net bir sonuca ulaşılamamıştır (Fischer ve Flegg, 1974: 13). Kuş gözlemciliği; “kuşları doğal mekanlarında gözleme ve tanımlama” şeklinde ifade edilmektedir (Şekercioğlu, 2002: 282). Kuşların habitatlarını ve doğayı tanımayı sağlayan kuş gözlemciliği aktivitesine katılabilmek adına birtakım temel donanımlar gerekmektedir. Bu kapsamda en ihtiyaç duyulan donanım yakın bir gözlem yapmaya yarayan dürbündür. Bunun yanı sıra bir diğer donanım ise uzak mesafeleri görmeyi sağlayan teleskoplardır. Bununla beraber kayıt tutma amacıyla not defteri ve kuş çeşitlerini daha iyi tanımak için gerekli olan bilgilendirici katalog diğer donanımlardır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2021). Kuş gözlemciliği turizm çeşidine katılım sağlayan bireylerin uyması gereken bazı kurallar mevcuttur. Bu kurallardan çevreye, doğaya saygılı ve kuşları rahatsız etmeyecek şekilde gözlem gerçekleştirmek, kuşların yuva alanlarına girmemek, kuşlara ait donanımlara yaklaşmamak en temel kurallar olarak ifade edilebilir (Bekir, 2008: 3).

Kuş gözlemciliğinin, minimum çevresel etkiye sahip, kuşları doğal mekanda gözlemlemek isteyen bilinçli insanlar tarafından gerçekleştirilmesi sebebiyle yerel

halklara olumlu katkı sağlayabilecek, doğanın dengesinin toplum tarafından öğrenilmesi ve doğal ortamların korunması ve sürdürülebilirliğinin sağlanması için yerel ve ulusal teşvikler getirici etkili ve önemli bir turizm modeli olduğunu söylemek mümkündür.

Kuş gözlemciliği Türkiye’de çok bilinmese de Avrupa ve Kuzey Amerika’da oldukça fazla bilinmektedir. Kuş gözlemciliği, Kuzey Amerika’da çok hızlı gelişim gösteren ve yıllık en az 20 milyon turistin katılım sağladığı etkinliklerden biri olarak görülmektedir. Bunun yanı sıra Kanada nüfusunun %13,1’inin kuşları gözlemek, resimlerini çizmek ya da kuşlar üzerinde araştırma yapmak üzere özel turlara çıktığı bilinmektedir (Jacquemont ve Fillion, 1987; Hvenegaard, Butler ve Krystofiak, 1989: 526).

184 adet önemli kuş noktası bulunan (Çakıcı ve Harman, 2006: 162) ve çoğalan kuşlar bakımından Avrupa’nın en zengin ve önemli ülkesi olan Türkiye’de 466 adet çeşitli kuş türü mevcuttur. Bu değer Avrupa’da yaşayan kuş çeşitleri sayısı ile hemen hemen aynıdır (Bekir, 2008: 3). Türkiye’de mevcut olan kuş çeşitlerinin Avrupa’da bulunan kuş çeşitleri kadar olmasının temel sebebi Türkiye’nin önemli bir kuş göç güzergahı üzerinde bulunmasıdır. Bu göç rotası, Rusya’nın kuzeyinden başlayıp Karadeniz ve Boğazdan geçerek Afrika’ya kadar uzanmaktadır. Bir başka sebebi ise Türkiye’deki çeşitli habitatların varlığı ve zengin sulak ortamların bulunmasıdır. Bu nedenle Türkiye önemli kuş çeşitlerine ev sahipliği yapmaktadır (Hocaoğlu, 1992: 208; Duran, 2012: 50).

#### **1.10.14. Su Altı Dalış Turizmi**

Su altı dalış turizmi Yaşar’a (2011) göre: “Su altı ortamının fauna ve arkeolojik kültür varlıklarını incelemek, gözlemek, fotoğraflamak ve balık avlama amaçlı olarak gerçekleştirilen gösterim, eğitim ve tanıtım amaçlı dalışlar ile kıyıda sunulan diğer turizm (konaklama vb.) hizmetlerini kapsayan bir turizm türüdür.”

Su altı dalış turizmi, kuş gözlemciliğine benzer bir turizm çeşidi olarak değerlendirilebilir. Bu turizm türlerinde gerekli olan ekipman ile uygun destinasyon ve ortamlarda gözlemler gerçekleştirilmektedir.

Kıyılarının büyük bir çoğunluğu Akdeniz iklimi içerisinde yer alan ve 8.333 km'lik kıyı uzunluğuna sahip olan Türkiye'de büyük oranda deniz turizmi faaliyetleri görülmektedir (Doğaner, 2001). Türkiye'de su altı dalış aktivitesiyle ilgilenenler için zengin, çekici ve bulunmayı bekleyen dalış destinasyonları bulunmaktadır (Sofular, 1989; Yaşar, 2011).

#### **1.10.15. Bisiklet Turizmi**

Bisiklet turizmi; boş zamanı değerlendirme, dinlenme, spor ve tatil gibi amaçlarla gerçekleştirilen günübirlik turlardan uzun mesafeli gezilere kadar, bireyin aktif bisiklet sürücüsü olduğu aktiviteleri kapsayan bir turizm modeli olarak ifade edilebilir (Lumsdon, 1996; Ritchie, 1998; Sustrans; 1999). Bu tanım, bisikletle gerçekleştirilen gezileri kapsamakta ve bisiklet kullanımını turist deneyimlerinin ayrılmaz bir parçası kılmaktadır (Millington, 2013). Bunun yanı sıra bisiklet aktivitelerine seyirci olarak gerçekleştirilen seyahatler de bu tanım kapsamında değerlendirilmektedir (Çelik Uğuz ve Özbek, 2018: 87). Bu durumda, insanların bisiklet sürücüsü olduğu faaliyetler aktif bisiklet turizmi, bisiklet aktivitelerine (yarışma, festival) seyirci olarak katılmak için gerçekleştirilen seyahatler ise pasif bisiklet turizmi başlıkları altında incelemektedir (Lamont, 2009).

Bisiklet turizmi temelde hafta sonu seyahatlerinden, bir bölgeye veya ülkeye günlerce yapılan yolculuklara kadar uzanan ve bireysel olmanın yanı sıra seyahat acentesi, tur operatörü vasıtasıyla da düzenlenebilen aktivitelerdir (Çelik Uğuz ve Özbek, 2018: 88). Bununla beraber bisiklet aktiviteleri, çocuklara, ailelere yönelik günlük bisiklet seyahatleri ve kısa zamanlı bisiklet gezilerinden, uzun süreli pek çok turisti hedefleyen büyük bisiklet organizasyonlarına ve daha eğitimli, rekabetçi, alanında tecrübe sahibi bireylerin katılımını sağlayan bisiklet yarışlarına kadar oldukça yaygın bir bölümü kapsamaktadır (Adam ve Munro, 2009).

#### **1.11. Turizmde Yeni Trendler**

Teknolojinin gelişmesi, boş zamanın artması, istek ve ihtiyaçların değişmesi ve refah düzeyine ulaşma gibi etmenler insanların yaşamlarını oldukça farklılaştırmaktadır. Günümüzde turizm olgusuna katılanların farklı istekleri, yeni

çeşitlerin, yeni alternatiflerin oluşmasına zemin hazırlamaktadır (Albayrak, 2013; Urry, 2009; Duran, 2011: 17). Bu kapsamda turist taleplerine göre yeni turizm eğilimleri ortaya çıkmakta bu durum ise turizm hareketliliğinin gelişimine katkı sağlamaktadır.

Sürdürülebilir yaşam kalitesi kavramının gelişmesiyle beraber, bireylerin turizme yönelik görüşleri de farklılaşmaya başlamış, günümüzün turist profilinin de geçmiş yıllara göre daha karmaşık bir yapıda olmasına sebep olmuştur. Günümüz turist profilinin gelenekselin dışında farklılıklar keşfetmeye yatkın bir yapıya sahip olduğunu söylemek mümkündür. Bu durum istek ve ihtiyaçları karşılamaya yönelik yeni trendlerin doğmasını sağlamaktadır. Bu bağlamda günümüz modern turist profili, tatil bölgesi, ulaşım aracı gibi tercihlerini bireysel seçimler ve zevkler, yeni trendler, farklı deneyimleri keşfetme vb. etmenleri göz önünde bulundurarak belirlemektedir. Bu tercih, günümüzün tutulan turizm çeşitlerine (kırsal turizm, spor turizmi, bisiklet turizmi, macera turizmi vb.) ilgi gösterme olduğu gibi, dönemsel olarak geleneksel kitle turizmine yönelik de gerçekleşebilmektedir.

İnsanların katılım sağladıkları veya kendilerini ifade ettiklerini düşündükleri deneyim çeşidi ne ise o kapsamdaki turizm faaliyetlerinin bütünü fazlasıyla popüler hale gelmektedir. Bu durum ise birçok turizm modelinin içeriğinin zenginleşmesine sebep olmaktadır.

Alternatif turizm türleri kapsamında yer alan motosiklet turizmi, gelişen turizm sektöründe yeni trendlerden biri olarak değerlendirilebilir. İnsanların motosiklet ile seyahatleri, çeşitli deneyimleri ve motosiklet etkinliklerine katılımları yeni turizm alanlarının gelişmesine olanak sağlamaktadır.

## İKİNCİ BÖLÜM

### YENİ BİR ALTERNATİF TURİZM TÜRÜ: MOTOSİKLET TURİZMİ

#### 2.1. Motosikletin Tanımı

Motosiklet Türkiye’de 18.07.1997 yılında Resmi Gazete’de yayınlanan 2015 yılında değişiklik yapılan Trafik Kanunu Yönetmeliği’nin ikinci bölümünün 3. maddesinde şu şekilde tanımlanmaktadır:

Azami hızı 45 km/saatten veya silindir kapasitesi 50 santimetreküpten daha yüksek olan sepetli ya da sepetsiz iki veya üç tekerlekli motorlu vasıtalar ve motor gücü 15 kilovattı, net ağırlığı 400 kilogramı, çeşitli eşya taşımacılığında kullanılanlar için ise net ağırlığı 550 kilogramı geçmeyen dört tekerlekli L3, L4, L5 ve L7 sınıfı motorlu vasitalardır. Elektrik ile çalışanların net ağırlığının hesaplanması batarya ağırlıkları dahil edilmeden yapılır. Bunlardan karoseri yük taşıyabilecek şekilde özel olarak üretilmiş olan ve yolcu taşımalarında kullanılmayan üç tekerlekli motosikletler yük motosikleti (triportör) olarak tanımlanır (Karayolları Trafik Yönetmeliği, 1997). Yönetmelikte belirtilen L sınıfları iki, üç ya da dört tekerlekli motorlu taşıtlardır. Bu sınıflandırmalara göre sürücü belgesi düzenlenmekte, kısıtlamalar da yönetmeliğe göre belirlenmektedir. L3 ve L4 sınıfları azami hızı 45 km/saati ve içten yanmalı motorlu ise silindir kapasitesi 50 santimetreküpü aşan, yolcu sepetsiz iki tekerlekli taşıttır. L5 sınıfı azami hızı 45 km/saati ve içten yanmalı motorlu ise, silindir kapasitesi 50 santimetreküpü aşan, simetrik olarak yerleştirilmiş üç tekerlekli taşıttır. L7 sınıfı ise elektrikli motorlu araçlarda batarya ağırlığı hariç yüksüz ağırlığı 0.4 tonu (yük taşımak için kullanılan taşıtlarda 0.55 ton), azami net gücü 15 kilovattı aşmayan ve L6 sınıfında olmayan tekerlekli taşıtlardır (Karayolları Trafik Yönetmeliği, 1997).

Motosikletin diğer araçlara göre kısa ve dar olması parkın kolay yapılmasını ve istenilen yere daha rahat girip çıkılmasını sağlamaktadır (Lee, 2007: 25). Bunun yanı sıra daha ekonomik, çevre dostu ve kolay sürülebilir bir taşıt olması günlük yaşamda, turizm kapsamında seyahatlerde sıklıkla kullanılmasına sebep olmaktadır.

## 2.2. Motosikletin Özellikleri

Motosikletin her cephesinin açık olması diğer araçlara göre daha kapsamlı bir görüş açısına sahip olmasını sağlamaktadır. Motosiklet kullanıcısı trafikteki diğer araçların kör noktalarını görebilmekte, sürüşünü daha dikkatli gerçekleştirmektedir. Motosikletler çoğunlukla 0,75 metre genişliğe ve 1,6 metre uzunluğa sahip taşıtlardır. Pratik bir yapıya sahip olan motosiklet diğer taşıtlara uygun olmayan alternatif yolları kullanılabilir hale getirmektedir. Bununla birlikte kalabalık alanlarda taşıtların arasından dikkatli kullanarak ilerlemek mümkündür (Lee, 2007: 25). Motosiklet her ne kadar kolay ulaşım açısından tercih edilse de tehlikeli ve kurallara uymayan kullanımı ciddi kazalara yol açabilmektedir

Motosikletin yapısının hafif olması seri hareket etmesini de mümkün hale getirebilmektedir. Bu sayede motosiklet kullanıcısı gerekli güvenlik önlemlerini alarak daha rahat sürüş gerçekleştirmektedir. Ayrıca hafif olması, motosikletin daha fazla güç üretmesine olanak sağlamaktadır. Bir motosiklet sürücüsü yüksek süratlere rahatlıkla ulaşabilmektedir.

Çeşitli modellerde üretilen motosikletler yenilemeyen yakıt kullanan benzinli araçlar olarak piyasaya çıkmaktadır. Motosikletler temel olarak hacim (cc) ve motor gücü bakımından değerlendirilebilmektedir. Motosikletin tanımında da ifade edildiği gibi günümüzde motosikletler 50 cc (motor hacmi) ve 1800 cc (motor hacmi) aralığında üretilmektedir. Motosiklet tercihi ağırlık, güç, motor hacmi gibi çeşitli unsurlar dikkate alınarak yapılmaktadır (Abutalibov, 2019: 7).

## 2.3. Motosikletin Tarihi ve Motosiklet Kültürü

Motosikletin buluşu kendinden hareketli, bisiklete motor eklenmesi fikriyle oluşmaya başlamıştır. Motosiklete ait ilk ticari tasarım, 1884'te Edward Butler tarafından Büyük Britanya bölgesinde üretilen Butler Petrol Döngüsü adı verilen üç tekerlekli araç şeklinde olmuştur. Bu araç, iki adet hareket ettirilebilir ön tekerlek arasına yerleştirilmiş ve zincir ile arka tekerleğe bağlanmış yatay tek silindiri benzinli bir motor kullanılarak üretilmiştir (Abutalibov, 2019: 8).

Paris'te demirci olan iki Fransız kardeş Pierre Michaux ve Ernest Michaux, 1860'lı yıllara yakın, pedallar kullanılarak bisiklet üretimi yapan ilk firmayı kurmuşlardır. İlk buharla çalışan motosiklet Ernest Michaux tarafından geliştirilen buharla çalışan bisiklet olarak bilinmektedir (Web Bike World, 2017). Buharla çalışan ilk motosiklet, Karl Benz ve Gottlieb Daimler'in ortaya çıkardığı ilk araçtan daha önce üretilmiştir.

1885 yılında ise Gottlieb Daimler bisiklet ve motoru birleştirip motorlu bisiklet üretmeye başlamıştır. Bisiklet üretimi çalışmaları daha da geliştirilmiş buharlı bisikletin ardından küçük bir motor eklenerek motorlu bisiklet adı verilen motosiklet üretilmeye başlanmıştır. İçten yanmalı motorların keşfedilmesi ile motosikletin icadı da gelişme göstermiştir (Abutalibov, 2019: 8).

Buharlı motorlar gelişmiş işlevlere sahip olmadıklarından dolayı ilk motosikletler için uygun görülmemiştir. Motosikletler çeşitli parçalar kullanılarak üretilmektedir. Bu parçalar; şasi, ön ve arka maşa, manuel ya da otomatik şanzımana, amortisörler, tekerlekler, frenler, motor ve direksiyondan (gidon) oluşmaktadır.

Motosiklet farklı yıllarda çeşitli şekillerde tasarlanmış ve üretilmiştir. Michaux şirketi çalışanı olan Pierre Lallement 1863 yılında prototip geliştirdiğini öne sürerek, 1866 yılında ilk bisiklet patenti için ABD patent ofisine müracaat ederek tasarımı Amerika Birleşik Devletleri'ne satmıştır (Timeline of Motorcycles, 2022). Daha sonra 1867 yılında ilk motorlu bisiklet, Pierre Michaux'un fabrikasında bisiklet tasarımlarından birine küçük bir buharlı motor takılarak yapılmıştır (Web Bike World, 2017).

Yıllar içerisinde motosiklet farklı firmalar tarafından çeşitli teknikler kullanılarak geliştirilmeye ve üretilmeye devam etmiştir. Pek çok üretici bu pazarın içerisinde yer almaktadır.

Motosiklet üretim çalışmaları devam ederken 1. ve 2. Dünya Savaşları ortaya çıkmış, motosiklet savaşlarda da kullanılmıştır. Savaşın bitmesi ile birlikte Amerika Birleşik Devletleri'nde motosiklet ile ilgili dernekler ve gruplar gibi yeni sosyal örgütlenmeler oluşmaya başlamıştır (Abutalibov, 2019: 12). Savaşın etkisinden



kurtulmak ve dünyayı gezmek isteyen insanların heyecan, macera arayışları motosiklet ile seyahat etme tercihleri konusunu oluşturmuştur. Bundan dolayı motosiklet kullanımı süreklilik kazanmış ve motosikletli seyahatlerde artışlar meydana gelmiştir.

Genel olarak motosikletlerin birçoğu çevreci, rahat ve daha az masraflı ulaşım araçlarıdır. Piyasaya çıkan ve bireylerin arzına sunulan motosikletler benzinli ve elektrikli olarak üretilmektedir.

## 2.4. Motosiklet Çeşitleri

Motosikletler kullanım alanlarına ve amaçlarına göre kategorize edilmektedir. Doğru motosiklet tercihi yapmak, kullanım ve güvenlik bakımından dikkat edilmesi gereken önemli bir konudur. Tercih edilen motosikletin pek çok açıdan sürücüye uygun olması rahat kullanımı sağlamaktadır. Uygun bir motosiklet tercihinde güç, yükseklik, ağırlık gibi kriterler ön planda tutulmalıdır. Bu kapsamda motosiklet tercihinin dikkatli yapılması gerekmektedir (Barutçu, 2015: 9). Motosikletler kullanımına ve amacına göre sokak (cadde) motosikletleri, çift amaçlı motosikletler ve yol/otoyol harici motosikletler olmak üzere üç temel unsur altında kategorize edilmiştir. Sokak motosikletleri, günlük hayatta cadde ve sokaklarda kullanılmak üzere geliştirilmiştir. Çift amaçlı motosikletler caddelerde ya da otoyol harici yollarda kullanım özelliğine sahiptirler. Otoyol harici motosikletler ise trafik harici alanlarda kullanılmak üzere tasarlanmıştır. Bu tarz motosikletlerin çeşitli tasarımları mevcuttur (Abutalibov, 2019: 12).

### 2.4.1. Sokak Motosikletleri (Street Motorcycles)

Sokak (cadde) motosikletleri şehir ve daha küçük yerleşim birimlerinde kullanılmak üzere geliştirilmiştir. Sokak motosikletleri 5 çeşide ayrılmaktadır. Bunlar;

- **Standart Tip Naked:** Ergonomik görünüşü olan bir motosiklettir. Kaportası sade biçimde üretilmiştir. Kullanıcı düz oturuş pozisyonundadır. Şehir içinde sürüşe uygun seri, hafif ve vitesli motosiklettir (Barutçu, 2015: 14).

- **Cruiser Tipi Motosiklet:** Çoğunlukla klasik bir stile sahip olan, selesi düşük, direksiyonu ileride ve asfaltta kullanıma uygun üretilmiş bir motosiklettir. Kullanıcı geriye doğru oturma pozisyonundadır. Fren ve viraj alma bakımından güçlü olmayan motosiklet grubudur (Abutalibov, 2019: 13).

- **Spor Tipi (Racing):** Çoğunlukla tek kişi tarafından kullanılan motosikletlerdir. Kullanıcı ayaklarını arkaya koyarak ve öne eğilerek sürüş pozisyonuna geçmektedir. Bundan dolayı viraj kabiliyetinin güçlü olması kaza olasılığını yükseltebilmektedir. Rahatlıkla modifiye işlemi gerçekleştirilebilen ve yarış gibi etkinliklerde kullanılabilen motosikletlerdir (Ensanian, 2016: 395).

- **Touring Tipi:** Uzun mesafeli sürüşleri rahat bir şekilde gerçekleştirmek için üretilmiştir. Ağır, büyük bir motora ve rüzgarı önleyen kaportaya, büyük arka, yan bagaj çantalarına sahiptir. Genel olarak ağır bir motosiklet olduğu için kent merkezinde cadde ve sokaklarda kullanıma uygun değildir (Barutçu, 2015: 18).

- **Scooter:** Çoğunlukla kent gibi yerleşim merkezlerinde kullanım için üretilmiş, koltuğun alt kısmında depoları yer alan, küçük boyutlu tekerleğe sahip, otomatik şanzımanı ve vitesi bulunan motosikletlerdir (Doeden ve Smith, 2007: 25).

#### 2.4.2. Çift Amaçlı Motosikletler (Dual-Purpose Motorcycles)

Çok amaçlı kullanışa sahip motosikletler olarak ifade edilebilir. Kent merkezinde ve uzun yolda kullanıma uygun lastikleri mevcuttur. Lastiklerinin büyük ebatlı olması düzgün olmayan yollarda kolay ve güvenli ulaşımı mümkün hale getirmektedir. Kullanıcı rahat ve dik oturuş pozisyonuna sahiptir. Dayanıklı amortisörü bulunan seri motosikletlerdir (Barutçu, 2015: 15).

#### 2.4.3. Yol / Otoyol Harici Motosikletler (Off-Highway Motorcycles)

Genellikle sportif aktiviteler kapsamında kullanılan motosikletlerdir. Bu motosikletler üç grup altında sınıflandırılmaktadır;

- **Trials:** Zorlayıcı engelleri geçmek ya da gösteri kapsamında akrobatik hareketler gerçekleştirmek amacıyla üretilmiş, düşük hıza sahip motosikletlerdir

(Abutalibov, 2019: 14).

- **Motocross:** Engebeli ve bozuk alanlarda kullanılmak amacıyla tasarlanmıştır. Darbeler gibi çeşitli unsurlara dayanaklı olarak üretilmiş ve büyük lastiklere sahip motosikletlerdir (Ensanian, 2016: 326).
- **Enduro:** Genellikle doğa, orman gibi yerlerde keyif amaçlı kullanılan motosikletlerdir. Bu motosikletler çeşitli tasarımlarla üretilmektedir.

Motosiklet tercihi bireyin istek ve ihtiyaçları ön plandadır. Örneğin, taşımacılık gibi faaliyetlerde scooter ve standart naked tipi motosikletler kullanılabilir. Tercih nedenlerinde yakıt gideri, maliyet gibi pek çok etmen ön planda olmaktadır. Bunların yanı sıra kalabalık trafikte kıvrak, seri ve rahat bir sürüş sağlaması da tercih sebebinde etkileyici olmaktadır (Abutalibov, 2019: 14).

Yüksek süratlerde kullanıp heyecan tutkusunu hissetmek için spor tipi (racing) motosikletler tercih sebebi olmaktadır. Bu tür motosikletler yollarda yüksek hızlara kolayca ulaşabilmektedir (Doeden ve Smith, 2007: 26).

Seyahatler için ise cruiser ve touring tipi motosikletler tercih edilmektedir. Bu tarz motosikletler uzun yollarda sürüşler için tasarlanmıştır. Bu motosikletlerin sahip olduğu tasarım ve yüksek motor gücü uzun yollarda rahatlıkla seyahat etmeyi sağlamaktadır (Cihelkova, 2012: 35).

## 2.5. Motosikletle Seyahat

1. ve 2. Dünya Savaşları'nda kullanılan motosiklet savaşın bitmesiyle, normal seyahatlerde de kullanılmaya devam etmiştir. Motosiklet seyahati savaş zamanında askerlerin motosikleti ulaşım aracı olarak kullandıkları dönemi kapsamaktadır (Mcbee, 2015; Blasco, 2001: 34). Son dönemlerde teknolojiye yaşanan gelişmeler, iş hayatında yapılan düzenlemeler (izin hakları, ücretli tatil), boş zamanın artması, insanların istek ve ihtiyaçlarının çeşitlenmesi, gelir düzeyindeki iyileşmeler ve kentleşme gibi etmenler turizm amacıyla motosiklet kullanımına sebep olmaktadır. Bu sayede motosikletli seyahatlerde artış gözlemlenmekte ve pek çok insanın da

seyahat etmesini sağlamaktadır. Buna bağlı olarak motosiklet seyehati gelişme kaydetmektedir (Sykes, Kelly ve Ireland, 2012: 22).

Motosiklet geçmişte bisikletten yararlanılarak yeniden tasarlanmış ve geliştirilmiş iki kişilik araç olarak ifade edilmektedir. Spor, gezi, dinlenme, tatil ve rekreasyon amacıyla gerçekleştirilen günübirlik veya konaklamalı turları kapsayan, kullanıcının doğrudan bisiklet sürücüsü ya da bisiklet aktivitelerinde izleyici konumunda olduğu faaliyetlerin bütünü şeklinde bisiklet turizmini tanımlamak mümkündür (Abutalibov, 2019: 25). Bu tanım çerçevesinde motosiklet ile seyehat, bisiklet turizminin kapsamında olan kırsal, doğa ve macera gibi alternatif turizm ile ilişki halindedir. Bunun yanı sıra motosiklet seyehati sportif etkinlikler kapsamında düzenlenen aktivitelere katılım gibi faaliyetleri de kapsamaktadır (Lamont, 2009: 23). Motosiklet ile seyehat birçok turizm alanı ile değerlendirilebilmektedir. Bunlardan biri de kırsal turizm olarak ifade edilebilir.

Genel olarak turizm, günübirlik veya konaklamalı gerçekleştirilen eğlence, tatil, seyehat gibi faaliyetleri kapsamaktadır. Motosiklet ile seyehatte kullanıcı aktif ya da pasif konumda olabilmektedir. Motosiklet seyehatleri de günübirlik veya konaklamalı şekilde gerçekleştirilebilmektedir. Ayrıca farklı destinasyonlar arasında günlerce sürebilen seyehatler de olmaktadır. Motosiklet seyehati, diğer turizm türlerinde olduğu gibi ziyaret edilen bölge halkına ve katılım sağlayanlara ekonomik, sosyal, kültürel katkılar sağlayarak gelişen bir turizm pazarı olarak ifade edilmektedir (Ritchie, Tkaczynski ve Faulks, 2010: 409). Bu kapsamda turizm ve motosiklet sektöründeki pek çok çeşitlenme ve gelişme motosiklet seyehatinin potansiyelinin artmasına destek olmaktadır.

Motosikletin pek çok konuda insanlar tarafından daha uygun bir araç olarak görülmesi motosiklete olan ilgiyi ve bağlılığı da beraberinde getirmektedir. Bu kapsamda motosiklet ile seyehat uygun bütçeli bir turizm çeşidi olarak görülmektedir (Morpeth, 2001: 218). Bundan dolayı motosiklet kullanımı birçok alanda artış göstermiştir. Motosiklet ulaşım aracı olmanın yanı sıra tutku ve özgürlüğün sembolü olmuştur. Bunların neden olduğu merak duygusu motosiklet sürücüsünü macera, heyecan ve görülmemiş destinasyonları ziyaret etme gibi seyehatlere

sürüklemektedir.

Fazla geniş kapsamlı olmasa da motosikletli seyahat ticari olarak yapılmaya başlanmış ve turizm içinde pazar oluşturmuştur. Bu kapsamda gelir elde etme amacıyla yurt içi, yurt dışı motosiklet gezileri organize edilmektedir.

## **2.6. Motosikletle Seyahatin Gelişimi**

Motosikleti aktif olarak kullanan ve dünyayı gezmeye başlayan motosikletli turistlerin sayısının artması motosikletli seyahatin geçmişten bugüne kadar ulaşmasına ve yayılmasına sebep olmuştur. Motosikletin diğer araçlara göre daha ekonomik ve pratik olması insanların motosiklete yönelmesini ve bu sayede motosikletli seyahatlerin artmasını sağlamıştır (Oller, 2016: 51).

Amerikalı ünlü yazar, gazeteci ve heykeltıraş Clare Consuelo Sheridan, adrenalini ve macerayı seven bir gezgin olarak bilinmektedir. Sheridan, 1922 yılında New York Dünyası adına Avrupa muhabirliği yapmış ve gezilerinin birçoğuna araç ile veya motosiklet ile çıkmıştır. Bu sayede motosiklet ile seyahat eden ilk kadın gezgin olarak tanınmaktadır (Abutalibov, 2019: 28).

1931 yılında Robert Edison Fulton Jr isimli genç, Viyana Üniversitesi'nde gerçekleştirilen yıl sonu partisinde uzun vadeli motosiklet turu gerçekleştirmek istediğine karar vererek yalnız başına 18 ay boyunca 22 ülkeye seyahat etmiştir. Londra ile Tokyo arasında yapılan bir seyahati içeren "Gezgin Bir Adam" adlı kitabı bulunmaktadır (Chalmers, 2011: 156).

Linda Dugeau, eşi sayesinde 19 yaşında Harley Davidson marka motosikleti kullanmayı öğrenmiştir. 1950'li yıllarda off-road alanında en iyi kadın sürücü olarak ünlü olmuştur. Linda Dugeau motosiklete ilgi duyduğundan sürekli motosikletli seyahatler gerçekleştirmektedir. Ayrıca Amerika Birleşik Devletleri'nde 1938 yılında dünyanın en eski motosiklet kadın kulüplerinden birini kurmuştur (Abutalibov, 2019: 28).

1939-1945 yılları arası 2. Dünya Savaşı'na denk geldiği için motosiklet seyahatleri yapılamamıştır. Savaşın bitmesi ile birlikte motosikletli gezginler

seyahatlere devam etmişlerdir. 1950’li yıllarda bireylerin heyecan, macera ve özgürlük tutkuları motosiklet ile seyahatlerin geçmişten bugüne kadar ulaşmasını sağlamıştır.

Yalnız ya da grup şeklinde seyahate çıkan motosikletli turistlerin hedefleri, pek çok destinasyonu ziyaret ederek yeni yerler görmek ve farklı insanlar tanımadır. Ziyaret edilen destinasyonlarda farklı mekanlar, çeşitli kültürler ve doğal manzaralar gibi pek çok unsur keşfedilmektedir (Cihelkova, 2012: 11).

## **2.7. Motosikletli Turist**

Genel olarak motosikletli gezginlerin demografik özellikleri değişiklik göstermektedir. Motosiklet çerçevesinde kurulan kulüp, dernek gibi oluşumlara pek çok motosiklet kullanıcısı üye olmaktadır.

Motosiklet ile geziye çıkan bir turist ilgi çekici, merak uyandıran, daha önce keşfedilmemiş destinasyonları tercih etmektedir. Bu kapsamda ziyaret edilmeyen herhangi bir destinasyonu ilgi çekici hale getirmek için motosikletli turistler değerlendirilebilir. Dolayısıyla motosikletli bir gezgin yeni bir alanda fırsat oluşturmaktadır (Sykes, Kelly ve Ireland, 2012: 23).

Motosiklet, bir gezginin hareket özgürlüğünü ve süratini korumaktadır. Kullanıcılara yeni bölgeleri tanıma fırsatları sunmakta ve seyahati daha keyifli hale getirmektedir. Dünyada çok fazla sayıda birey motosiklet kullanmaktadır. Her motosiklet kullanan ve seyahat eden insan turist olarak nitelendirilmemektedir. Bu durum motosikleti çeşitli amaçlar doğrultusunda kullanmaya göre değişiklik göstermektedir (Weddell, 2014: 5).

## **2.8. Motosiklet Turizminin Kavramsal Çerçevesi**

Motosiklet turizmi, sürüş turizmi faaliyetleri çerçevesinde ortaya çıkmış bir turizm çeşididir. Sürüş turizmi, eğlence ve turizm etkinliği arasında kalan 21. yüzyılda gelişen deneysel turizm modellerinden birisi olarak ifade edilebilir (Bentley vd., 2010: 563). İnsanların rahat ve bağımsız bir seyahat tecrübesi isteğinin artması ile beraber motosiklet turizmi, sürüş turizmi pazarının bir alt ögesi olarak kategorize

edilmiştir. Motosiklet turizminin kullanılan vasıtaya bağlılık, kitleler halinde seyahat etme ihtimalinin yüksek olması ve amacın kendisinden daha çok tecrübenin dikkate alınması açısından sürüş turizminden farklı olduğu ifade edilmektedir (Ay ve Özel, 2019: 633). Motosikletli turistlerin, araba kullanan bireylere göre sürüş tecrübesine katılımı çok daha fazla olabilir. Bununla beraber motosikletçilerin daha farklı istek ve görüşlerinin olduğu ve farklı seyahat kararı alma tutumlarına sahip olduğu belirtilmektedir (Sykes ve Kelly, 2012).

Motosiklet turizminde turist, motosiklet yolcusu ya da motosiklet sürücüsü konumunda bulunabilir. Öncelikli amacı çoğunlukla tatil veya eğlence olan seyahatleri kapsayan bu turlar, günübirlik ya da konaklamalı olarak gerçekleştirilebilir (Ay ve Özel, 2019: 633). Austin ve Gagne'e (2008) göre, birçok Amerikalı motosikletçi turist için motosiklet, bir ulaşım vasıtasından çok daha fazla anlam taşımaktadır. Çünkü motosikletleri ile yolculuk yapan bireyler, seyahatleri esnasında günlük yaşamlarının haricinde farklı motosikletçilerle etkileşim içerisine girmektedir (Austin ve Gagne, 2008).

Motosiklet sürüşlerinin ilk zamanlarında, bu vasıta çoğunlukla ulaşım aracı olarak değerlendirilmekle beraber, daha sonrasında bireysellik ve serüven simgesi olarak görülmüştür. Bu kapsamda aynı dönemlerde yarış ve akrobasi faaliyetlerinin artmasıyla birlikte, motosikletler tehlike ve risk oluşturan bir ögeye dönüşmüştür (Glamsner, 2003: 183-194). Motosiklet, sürüş güvenliği gerekli donanımlar ile desteklene bile, genel yapısı itibarıyla diğer vasıtalara göre daha fazla riskli bir ulaşım aracı özelliğine sahip olması sebebiyle motosiklet kullanabilmek için kişide motosiklet sürme tutkusunun bulunması oldukça önemli bir durumdur (Quinn ve Forsyth, 2009: 242). Motosiklet turizmi ile macera turizmi arasındaki bağlantı incelenecek olursa her iki turizm türünde de tehlikelerin etkileyici olduğu görülmektedir.

Birtakım çalışmalarda motosiklet sürücülerinin risk almayı seven kişilik tipine sahip olmadıkları, donanımlı ve güvenli sürücü düşüncesini belirttikleri, binici ve sürüş programları ile bilgi sahibi edindikleri, aksiyon, performans ve yüksek hızdan daha çok güvenlik, uzmanlık ve birliktelik hususlarına vurgu yaptıkları görülmüştür

(Haigh ve Crowther, 2005).

Motosiklet sürücüleri için motosiklet, yolculuk etmek için kullanılan ulaşım vasıtasından daha farklı bir yere sahiptir. Planlı olarak bir yolculuğu motosiklet topluluğu ile yapmak da aynı ölçüde önemli bir durumdur (Ertaş ve Aktaş, 2017: 18-22). Aynı şekilde motosiklet kulüpleri de boş zaman etkinlikleri (örneğin farklı pistlerde yarışlar ve sürüş aktiviteleri yapmak, müsait zaman diliminde toplu bir şekilde motosiklet kullanmak gibi) için bir araya gelen motosiklet kullanıcılarından daha fazlasını içermektedir (Quinn ve Forsyth, 2009: 238). Bu bağlamda motosiklet kulüpleri üzerine yapılan bir çalışmada, sadece birlikte sürüş gerçekleştirmek için topluluk oluşturan motosiklet kullanıcılarının yanı sıra, özgün bir marka motosiklete sahip olan bireylerin kurdukları (örneğin Harley Davidson Owners, BMW Motorcycle Owners gibi) motosiklet birliklerinin de bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır (Altundaş, 2015: 58). Belirli bir motosiklet tarzına sahip olmak, üyeliğin tek bir şartı olmasa da merkezi önem teşkil etmektedir ve bazı motosiklet birlikleri daha sert ve özgün üyelik koşulları barındırmaktadır; bazıları ise belirli bir statü ilişkisine göre düzenlenmiştir ve üyelerinin yaşamlarını bütünüyle etkisi altına almıştır (Quinn ve Forsyth, 2009). Yolculuk esnasında tecrübe paylaşımı, yeni dostluklar kurarak sosyalleşme, kişilerin motosiklet toplulukları ile seyahat gerçekleştirme sebepleri olarak sıralanabilir.

## **2.9. Motosiklet Turizminin Alanyazın Taraması**

İlgili alanyazın incelendiğinde motosiklet turizmi çerçevesinde kapsamlı bir araştırmaya rastlanmamıştır. Türkiye turizm literatürüne bakıldığında motosiklet ve seyahat kavramları üzerine çalışmalar bulunmaktadır. Ancak motosiklet turizmi kavramını ele alan az sayıda çalışmanın bulunduğu belirlenmiştir. İlgili alanyazında gerçekleştirilen araştırmaları şu şekilde özetlemek mümkündür:

Ay ve Özel (2019) yaptıkları çalışmada, Türkiye'deki motosikletli kadın gezginlerin seyahat öncesi ve sonrası tecrübe ve deneyimlerinin neler olduğunu tespit etmeyi amaçlamıştır. Çalışmada nitel araştırma yöntemleri kullanılmış, motosiklet ile seyahat eden sekiz kadın katılımcı ile görüşülmüş ve veriler toplanmıştır. Daha sonra



toplanan veriler analiz edilerek, katılımcıların seyahatlerini planlamalarına ilk olarak seyahat rotası belirlemekle başladıkları, seyahat sırasında çoğunlukla kamp alanlarını tercih ettikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Kaya ve Çoban (2018) tarafından gerçekleştirilen çalışmada Türkiye'deki motosikletli turistlerin profilinin ve seyahat alışkanlıklarının belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırmanın sonucunda ise motosikletli turistlerin üçte ikisi 1-3 gün arası kısa seyahatleri tercih ederken, yaklaşık üçte birinin (%32,3) her yıl 7 ve üzeri sayıda geziye katıldığı ve %53,5'inin seyahatlerinde günlük 150-350 TL arası harcama yaptığı tespit edilmiştir. Ayrıca katılımcıların %72,3'ünün gezilerinde destinasyon olarak hem kırsal hem de kentsel alanları tercih ettiği belirlenmiştir. Buna ek olarak motosikletli turistlerin destinasyon seçimlerinde en fazla önem verdikleri unsurların; bölgenin sahip olduğu doğal değerler, yeni turistik yerler keşfetme duygusu ve bölgenin sahip olduğu tarihi ve kültürel değerler olduğu sonuçlarına ulaşılmıştır.

Ertaş ve Aktaş (2019) gerçekleştirdikleri çalışmada, kişilerin gönüllü olarak katıldıkları motosiklet gruplarına üyeliğin nedenlerini incelemeyi amaçlamıştır. Görüşme aracılığıyla toplanan verilerin analizinde içerik analizinden faydalanılmıştır. Analiz sonucunda motosiklet gruplarına üyeliği etkileyen unsurlar 10 ana kategoride toplanmıştır. Motosikletli gezginlerin seyahatlerinde kendilerini güvende hissetmek, grup içinde farklı insanlarla tanışmak, deneyimli bireylerden tecrübe kazanmak ve seyahatleri sırasında tek olarak yaşayamayacakları deneyimleri grup ile birlikte tecrübe edinmek amacıyla motosiklet gruplarına üye olduğu sonuçlarına ulaşılmıştır.

Abutalibov ve Türkay (2021), motosikletle seyahat eden bireylerin tüketim kalıpları üzerine odaklanılan çalışmada, motosikletli gezginlerin temel motivasyonlarını belirlemeyi amaçlamışlardır. Yapılan analiz sonucunda motosikletle seyahat motivasyonunun sürüş konforu, güvenlik ve yönlendirme, tesisler, çekicilikler ve deneyim boyutları kapsamında incelenebileceği tespit edilmiştir.

Ertaş (2020) gerçekleştirdiği çalışmada, motosikletle seyahat eden ve bir motosiklet grubuna üye olan motosiklet sürücülerinin sosyal kimliklerini ortaya çıkarmayı amaçlamıştır. Yapılan analizler sonucunda motosiklet gruplarına üye olan kişilerin sosyal kimlik belirleyicilerinin özgürlük hissi, duygusal bağ, motosiklet ile seyahat etme, güvenlik ve gruba üye olması dolayısıyla elde ettiği avantajlar olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Sykes ve Kelly (2012) tarafından motosikletli turistlerin tutum ve davranışları üzerine gerçekleştirilen çalışmada, motosikletli gezginlerin çeşitli istek ve düşüncelerinin bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır. Haigh ve Growth (2005), yaptıkları çalışmada motosikletli gezginlerin risk etmeninden daha çok güvenliğe önem verdiklerini ortaya koymuşlardır.

## **2.10. Özel Motosiklet Grupları**

Belirli bir tarzı olan, birbirine yardım eden motosiklet hayranları motosiklet çerçevesinde bir araya gelerek motosiklet gruplarını oluşturmuşlardır. Farklı bir ifadeyle motosiklet grupları, motosiklete ilgisi olan bireylerin etkileşimi sonucunda kurulan kulüpler olarak tanımlanabilir.

Motosiklet gruplarının geçmişi incelendiğinde, bu grupların oluşumlarının eskiye dayandığı görülmektedir. Çok sayıda çeşitliliğe ulaşan bu örgütlenmelerin hepsi kendi bünyesinde nitelikli bir yapı ve düzen barındırmaktadır. Motosiklet gruplarının ilk olarak ABD (Amerika Birleşik Devletleri)'de kurulduğu bilinmektedir. Bu gruplar A.M.A. (American Motorcycle Association) çatısı altında (yasal) yer alan kulüpler olarak sınıflandırılabilir. Ayrıca A.M.A. bünyesinden bağımsız hareket eden motosiklet grupları da bulunmaktadır (Altundaş, 2015: 58).

Motosiklet gruplarının özelliklerine göre çok çeşitli olduğu bilinmektedir. Beraber vakit geçirmek, seyahat etmek için bir araya gelen motosikletli gezginler olduğu gibi, odak noktaları motosiklet olan, yaşantılarına motosikleti de dahil eden grupların varlığı da söz konusudur. Örneğin, özgün bir marka motosiklet sahibi olan insanların bir araya gelerek kurdukları (örneğin Harley Davidson Owners, Honda Riders Association, BMW Motorcycle Owners), gruplar bulunduğu gibi din

çerçevesinde ortaya çıkan (örneğin Christian Motorcycle Association) veya yalnızca kadın motosikletli gezginlerin katılım sağlayabildiği motosiklet grupları (örneğin Women On Wheels, Chrome Divas, Motor Maids) mevcuttur. Bu kapsamda motosiklet çerçevesindeki oluşumların; ilgi alanı, yaş, cinsiyet, inanç gibi unsurlar ekseninde farklılaştığı ifade edilebilir. Motosiklet grupları oluşturduğu çeşitlilikten dolayı genel olarak kategorize edilememektedir fakat resmi olarak tanımlanan grupların pek çoğunu, ortak özellikleri bulunan ve motosikleti yaşam tarzı haline getiren gezginlerin kurduğu gruplardır şeklinde söylemek mümkündür. Bu grupların katılımcısı olan gezginler boş vakitlerinde birleşerek çok sayıda etkinlik ve sürüş organize etmektedirler. Motosiklet gruplarının ilk örnekleri Amerika’da oluşmaya başlamıştır. Burada bulunan motosiklet grupları kapsamlı çeşitliliğe ulaşmış ve yasal olmayan gruplar da ortaya çıkmıştır (Quinn, 2001: 379).

Yasal olmayan grup katılımcıları, boş zaman faaliyetleri olarak birçok etkinlik düzenlemektedirler. Örneğin her hafta sonu bir araya gelerek motosiklet sürmek, farklı parkur ve pistlerde yarış, sürüş yapmak bunlar arasında sayılabilir. Yasal olmayan grup katılımcıları için motosikletin yeri çok farklıdır. Bu kişiler motosiklet merkezli bir yaşam benimserler (Quinn ve Forsyth, 2009: 238).

Özel motosiklet grupları incelendiğinde Türkiye’de de BMW Motorcycle Owners, Harley Owners Group gibi çeşitli motosiklet gruplarının bulunduğu görülmektedir. Bu motosiklet gruplarının her birinin kendine özgü giyim, sürüş tarzı gibi dikkat çekici özelliklerinin olduğu ifade edilebilir. Özel motosiklet gruplarından Harley Davidson grubu (Harley Owners Group) genel olarak bilinen, örgütlenmeler arasında ön plana çıkan gruplardandır. Bunun yanı sıra motosiklet turizmine yoğun olarak katılım sağlayan motosiklet gruplarından biri olduğu bilinmektedir. Bundan dolayı araştırmanın temelini motosiklet turizmi ekseninde Harley Davidson motosiklet grubu (Harley Owners Group) oluşturmaktadır.

Harley Davidson motosiklet grubunun 1983 yılında kurulduğu bilinmektedir. Harley Davidson marka motosiklete sahip bireylerin üye olduğu Harley Davidson motosiklet grubu (Harley Owners Group), motosikleti yaşam tarzı haline getiren kişileri bir araya getirmek, sürüş tutkularını paylaşmak, uzun süreli ve dinamik

ilişkiler geliştirmek amacıyla ortaya çıkmıştır. Bu kapsamda Harley Davidson motosiklet grubunun dünya genelinde Türkiye de dahil pek çok destinasyonda yaygınlaşarak faaliyetlerini yürüttüğü görölmektedir. Grup sürüşleri, uzun turlar, festival gibi etkinliklere katılımlar bu faaliyetler arasında sayılabilir. Ayrıca Harley Davidson grubunun dünya genelinde bir milyondan fazla üyesi ve 1400'den fazla resmi derneği bulunmaktadır (Harley Davidson, 2022).

Harley Davidson motosiklet grubu (Harley Owners Group) Ankara, İstanbul, İzmir, Antalya gibi çeşitli destinasyonlarda bulunmaktadır. Türkiye'de ortalama 2000-3000 civarı Harley Davidson motosiklet grubu üyesi mevcuttur. Grup üyeleri Türkiye özelinde olduğu gibi yurt dışında da farklı destinasyonlarda çeşitli aktiviteler gerçekleştirmektedirler. Örneğin farklı ölkelere Türkiye çıkışlı seyahatler organize edilmektedir.

### **2.11. Türkiye Motosiklet Federasyonu**

Türkiye'de motosiklet sporu 1967 yılında Bisiklet Federasyonu kapsamında, 1995-2003 yılları arasında da Otomobil Sporları Federasyonu bünyesinde yer almıştır. 2003 yılının sonlarında Otomobil Federasyonu bünyesinden çıkılarak farklı bir federasyon kurulmasına karar verilmiş ve 2004 yılında Türkiye Motosiklet Federasyonu kurulmuştur. Federasyon çeşitli uluslararası organizasyonların Türkiye'de yapılmasını sağlamıştır. Ayrıca ölkemizi ziyaret eden yerli ve yabancı yüz binlerce motosiklet tutkununa ve dünyaya Türkiye'yi tanıtma noktasında önemli roller üstlenmiştir (Türkiye Motosiklet Federasyonu, 2022).

Türkiye Motosiklet Federasyonu, Türkiye'de motosiklet ile ilgili sportif faaliyetlerin gelişimine önemli katkılar sağlamaktadır. Federasyon kapsamında sportif faaliyetlerin organize edilmesi ekonomik anlamda gelir kaynağı oluşturmaktadır.

Federasyon bünyesinde motosiklet sporu çerçevesinde ulusal ve uluslararası pek çok yarışma gerçekleştirilmiştir. Bununla birlikte Türkiye'de yarış etkinlikleri çoğaltılmış ve motosiklet sporunun Türkiye genelinde yapılması sağlanmıştır. Bunların yanı sıra dünyanın en önlü spor etkinliklerinden biri olan MotoGP'nin

Türkiye’de yapılması yine federasyon sayesinde olmuştur. Bu faaliyetler spor turizmi başta olmak üzere pek çok alanın gelişimine katkılar sağlamıştır (Türkiye Motosiklet Federasyonu, 2022).

## 2.12. Motosiklet Turizminde Konaklama ve Tesisler

Motosiklet turizmi faaliyetleri günübirlik veya konaklamalı bir şekilde gerçekleştirilebilmektedir. Konaklamalı olarak yapılan gezi ve faaliyetlerde motosikletli gezginler için konaklama tesisleri oldukça fazla önem taşımaktadır. Motosikletçiler, tercih ettikleri tesislerin temiz ve hijyenik olmasına, motosikletleri için güvenli park alanının bulunmasına özen göstermektedir. Bu çerçevede bazı konaklama tesisleri de motosikletli turistlere özgü hizmetler sunmaktadır.

Motosikletli gezginler ile motosikletleri arasında güçlü bir bağ bulunmaktadır. Bundan dolayı gezginler için motosikletlerinin güvenliği oldukça önemlidir. Genel olarak motosikletli seyahatlerde güvenlik ön planda tutulmaktadır. Konaklama tesisi seçiminde de güvenlik en önemli unsurlar arasındadır. Bu kapsamda motosikletli gezginler güvenliği üst düzeyde olan tesislerde konaklama ihtiyaçlarını karşılamaktadırlar. Motosikletli turistler seyahat ederken genellikle otel, hostel, motel, pansiyon ve kamp alanları gibi konaklama ve dinlenme tesislerini tercih etmektedirler.

- **Otel:** Seyahat eden bireylerin öncelikle konaklama daha sonra yeme-içme gibi istek ve ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla ürün ve hizmet üreten işletmeler olarak tanımlanabilir (Şener, 1997: 4). Otel işletmelerini, konaklama faaliyetlerinde en çok tercih edilen tesisler olarak ifade etmek mümkündür. Otellerin sınıflandırılması kapasitelerine ve niteliklerine göre değişiklik göstermektedir.
- **Hostel:** En az 10 odası bulunan, konaklama ve yeme-içme hizmeti sunan veya kişilerin kendi yemeklerini hazırlayabilme olanağı bulunan konaklama işletmeleridir (Turistik Yatırım ve İşletmeleri Nitelikleri Yönetmeliği, 2005). Hosteller çoğunlukla yurt gibi konseptte sahip konaklama tesisleridir.

- **Motel:** Karayolları üzerinde ya da karayolları ile doğrudan bağlantısı olan alanlarda kurulan, motosiklet, araba gibi çeşitli araçlar ile seyahat eden bireylere kısa süreli dinlenme veya konaklama imkanı sunan işletmelerdir (Yolcu, 2006: 5). Moteller, otel işletmelerinin küçük versiyonları şeklinde tasarlanmışlardır. Çeşitli motorlu vasıtalar ile seyahat edenler için park alanının bulunması güvenlik açısından oldukça önemlidir.
- **Kamp Alanları:** Karayolları güzergahları ve yakın çevrelerinde, şehir girişlerinde, göl, dağ, deniz gibi doğal manzarası ve güzelliği bulunan alanlarda kurulan ve genellikle bireylerin kendi olanaklarıyla konaklama, yeme-içme, dinlenme ve eğlence gibi gereksinimlerini karşıladıkları en az 30 ünitelik (bungalov, karavan, çadır) tesislerdir (Topay ve Koçan, 2009: 117).
- **Pansiyonlar:** Tamamı ya da bir bölümü çoğunlukla devamlı konaklamaya imkan sunan, bireylerin yeme-içme gereksinimlerini karşılayan veya bireylerin kendi yemeklerini yapabileme imkanı olan konaklama tesisleri pansiyon olarak tanımlanmaktadır (Yolcu, 2006: 6).

### 2.13. Dünyada Motosiklet Etkinlikleri

Motosiklet turizmi kapsamında çeşitli destinasyonlarda farklı etkinlikler düzenlenmektedir. Motosiklet etkinlikleri oldukça tehlikeli aktiviteleri veya daha küçük etkinlikleri kapsayabilmektedir. Bu faaliyetler genelde motosiklet kulüpleri veya dernekler tarafından organize edilmektedir. Örneğin, Amerika Birleşik Devletleri gibi pek çok ülkede motosiklet gösterilerini, motosiklet turlarını ve diğer turizm faaliyetlerini düzenleyen birçok ulusal ve bölgesel motosiklet oluşumlarının olduğu bilinmektedir. Bazı motosiklet etkinlikleri örnekleri aşağıda verilmiştir:

**Man Adası Motosiklet Yarışları:** Man Adası, 100 yılı aşkın süredir ziyaretçileri çeken, motor sporları ve etkinlikleri ile dünyaca ünlü bir destinasyondur. Bu destinasyonda yapılan yarışlar ve motosiklet aktiviteleri tehlikeli gösteriler olarak bilinmektedir. Etkinlikler arasında TT Yarışları, Billown TT Yarışları, Manx Ulusal 2 Günlük Deneme Yarışları, Manx Klasik Hafta Sonu Deneme Yarışları, Klasik Motosiklet Kulübü Rallisi gibi birçok motosiklet aktivitesi yer almaktadır. Yasaların

daha esnek olmasından dolayı motosiklet etkinlikleri 1907 yılından beri bu destinasyonda gerçekleştirilmektedir. Burada yapılan etkinlikler bölgeye ciddi anlamda gelir kaynağı sağlamaktadır. 2007 yılında yapılan bir etkinliğin yaklaşık olarak 60.000 ziyaretçi çekmesinden dolayı, Man Adası ekonomisine 48 milyon İngiliz Sterlini katkıda bulunduğu tahmin edilmektedir (Cater, 2012: 26).

**Thundersprint Motosiklet Etkinliği:** Avrupa'nın en büyük motosiklet etkinliklerinden biri olan Thundersprint etkinliği İngiltere'de düzenlenmektedir. 2002 yılından beri organize edilen ve ücretsiz olan bu etkinlik, katılımcılara çok çeşitli deneyimler sunmaktadır. Bu deneyimler arasında klasik, özel ya da yarış motosikletlerini görme, motosiklet ürünlerini satın alma, motosiklet ile ilgili her şey hakkında bilgi edinme gibi konular sayılabilir (Cater, 2012: 26).

**Avrupa Motosiklet Haftası:** Çoğunlukla Harley-Davidson tarzı motosiklete sahip 70.000'den fazla motosikletçi ve 100.000'den fazla ziyaretçinin katılım gösterdiği Avrupa'nın en büyük motosiklet festivalidir. Harley Davidson markasının ev sahipliğinde gerçekleştirilen bu festival, geçit törenleri ve farklı aktiviteler ile Avusturya'nın Carinthia bölgesindeki Faak Gölü kıyısında yapılmıştır. Bununla birlikte bu festival ziyaretçilerine pek çok deneyim de sunmuştur (Cater, 2012: 27).

Ülkelerin ve destinasyonların alternatif turizm faaliyetleri kapsamında motosiklet turizmi gibi turistik ürün çeşitliliğine odaklanmaları ve geliştirmeleri destinasyonun tanıtımı açısından oldukça önemlidir. Motosiklet turizmi faaliyetleri içerisinde; festivaller, gösteriler, yarışlar, turlar gibi organizasyonları düzenlemek ve bunların sürekliliğini sağlamak ülkelere, destinasyonlara ekonomik gelir ve tanıtım imkanı sağlamaktadır.

#### **2.14. Türkiye'de Motosiklet Etkinlikleri**

Motosiklet sürmenin sebepleri günümüz şartlarına göre çeşitlilik göstermektedir. Motosiklet, gün geçtikçe önemli bir araç haline gelmiş, ulaşım amaçlı kullanmanın yanı sıra motosiklet temelli aktiviteler de ortaya çıkmıştır. Motosiklet aktiviteleri bireylerin grup halinde etkinliklere katılmasını, yeni insanlarla tanışmasını ve çeşitli deneyimler kazanmasını sağlamaktadır (Maya ve Fernanda,

2016: 79).

Motosikletli geziler ekonomiye büyük oranda katkı sağlamaktadır. Her yıl yaz dönemlerinde Türkiye’de çeşitli kentlerde motosiklet grupları tarafından devlet destekli ya da desteksiz, sponsorlu faaliyetler düzenlenmektedir. Etkinliklere çeşitli kentlerden motosiklet kullanıcıları katılmaktadır. Etkinlikler veya festivaller sayesinde ekonomik gelir elde edilmektedir. Bunun yanı sıra turizm açısından da yeni destinasyonlar ve turistik unsurlar tanınmaktadır. Etkinlikler kapsamında motocross yarışları da organize edilmektedir. Tüm bu faaliyetler hem destinasyona hem de ülkeye ekonomik gelir, tanıtım gibi konularda olumlu katkılar sağlamaktadır. Bunlara rağmen motosiklet kullanımı, motosikletle seyahat turizm sektöründe genel olarak keşfedilmemiş bir pazar konumundadır (Abutalibov, 2019: 48).

Türkiye’de motosiklet etkinlikleri kapsamında birçok faaliyet yapılmaktadır. Örneğin 2018 yılında Afyonkarahisar’da “Afyon Motofest”, “Dünya Motokros Şampiyonası “Mxgp” düzenlenmiştir. Bu festival, Afyonkarahisar kentinin turizm potansiyeli açısından oldukça önemlidir.

Ayrıca Antalya’nın Kemer ilçesinde Enduro Motosiklet Yarışları Sea to Sky (Denizden Gökyüzüne) Tahtalı Dağı’nın 2365 metrelik zirvesine kadar devam etmekte zorlu parkurlarda gerçekleştirilmektedir. Etkinliğe çeşitli ülkelerden sporcular katılım göstermektedir.

Türkiye’de farklı kentlerdeki motosiklet grupları ve kulüpleri tarafından da bahar dönemlerinde birçok motosiklet etkinlikleri organize edilmekte çok sayıda motosiklet sürücüsünün ve motosiklet tutkununun bir arada olması sağlanmaktadır. Antalya’nın Manavgat ilçesinde organize edilen ve pek çok turizm firmasıyla, motosiklet ile ilgili işletmelerin de sponsor olduğu “Manavgat Festivali” diğer destinasyonlarda gerçekleştirilen etkinlikler içinde en dikkat çekici ve en çok katılımcıya ulaşan motosiklet festivali olmuştur. Türkiye’nin çeşitli kentlerinden ve farklı ülkelerden tanışma, gezi amaçlı çok sayıda motosikletli gezgin ve motosiklet sever bu etkinlikte bir araya gelmektedir (Abutalibov, 2019: 49) Ayrıca festivallerin yanı sıra bisiklet fuarı gibi pek çok katılımcıyı buluşturan etkinlikler de



düzenlenmektedir.

Özel motosiklet gruplarının kendi bünyelerinde düzenlemiş oldukları etkinlikler de bulunmaktadır. Harley Davidson grubu (Harley Owners Group) farklı destinasyonlara önemli tarihler veya resmi bayram kutlamaları kapsamında seyahatler organize etmektedir. Örneğin, 19 Mayıs Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramı dolayısıyla Samsun'a seyahat edilmekte ve resmi bayram kutlamaları için grup sürüşleri gibi çeşitli etkinlikler düzenlenmektedir.

### **2.15. Motosiklet ve Güvenlik**

Motosikletlerin, kurallara uygun olarak kullanılmadıkları zamanlarda diğer vasıtalara göre daha tehlikeli ulaşım araçları olduğu ifade edilebilir. Örneğin motosikletlerin dikkatli kullanılmaması veya gerekli koruyucu ekipmanlar olmadan kullanılması birçok kazaya ve ciddi yaralanmaya neden olabilmektedir. Bunların yanı sıra uygun hava şartlarında kullanılmaması, trafik kurallarına uyulmaması gibi unsurlar da bu noktada etkilidir.

Gerekli önlemler alınmadığında, meydana gelen motosiklet trafik kazalarında yaralanma gibi ciddi durumlar diğer araçlara göre daha yüksektir. Bu noktada motosikletlerin boyutları da önemlidir. Fiziki olarak büyük motosikletler, küçük motosikletlere göre daha riskli konumdadır. Ayrıca motor gücü daha yüksek olan motosikletler de oldukça riskli ulaşım araçlarıdır (Cater, 2012: 34).

Motosiklet ile gerçekleştirilen uzun seyahatlerde sürüş kurallarına dikkat etmek oldukça önemlidir. Motosikletli gezginlerin diğer araç sürücülerine göre daha fazla dikkatli olmaları gerekmektedir. Bu kapsamda gerekli güvenlik önlemlerinin alınması, sürüşlerin koruyucu ekipmanlar (kask, dizlik, mont) kullanılarak gerçekleştirilmesi büyük önem taşımaktadır.

### **2.16. Türkiye'de Motosiklet Turizmi Rotaları**

Motosiklet turizmi kapsamında çeşitli bölgelere ve destinasyonlara seyahatler gerçekleştirilmektedir. Harley Davidson motosiklet grubu (Harley Owners Group) üyeleri bireysel veya grup halinde Türkiye'nin çeşitli bölgelerine sürüşler

düzenlemektedir. Motosikletli seyahatlerde sabit bir seyahat rotası bulunmamaktadır. Planlanan seyahatler için her yıl bir sürüş takvimi hazırlanmaktadır. Bir yıl içinde genellikle seyahat edilen rotalar ve geçilen karayolları şu şekildedir:

- **Ankara - Uşak - İzmir - Çeşme:** D200 Karayolu (E90 Karayolu) - D260 Karayolu (E96 Karayolu) - D300 Karayolu - D250 Karayolu (E881 Karayolu).
- **Ankara - Kaş (Antalya):** D200 Karayolu (E90 Karayolu) - D695 Karayolu - D330 Karayolu - D685 Karayolu - D650 Karayolu - D635 Karayolu - D400 Karayolu.
- **Ankara - İstanbul:** D200 Karayolu - D140 Karayolu - D655 Karayolu - D160 Karayolu (E80 Karayolu).
- **Ankara - Eskişehir:** D200 Karayolu (E90 Karayolu).
- **Ankara - Bartın - Amasra:** D200 Karayolu - E89 Karayolu - E80 Karayolu - D750 Karayolu - D010 Karayolu.
- **Ankara - Niğde - Adana - İskenderun (Hatay) - Osmaniye - Gaziantep - Şanlıurfa:** D200 Karayolu - D750 Karayolu- O-21 Otoyolu- E90 Karayolu - E91 Karayolu - E90 Karayolu - D400 Karayolu.
- **Ankara - Samsun:** D200 Karayolu (E88 Karayolu) - D190 Karayolu - D785 Karayolu - D795 Karayolu (E95 Karayolu).

Harley Davidson motosiklet grubu (Harley Owners Group) Türkiye kapsamındaki seyahatlerin yanı sıra Ankara ve İstanbul çıkışlı farklı ülkelere de seyahatler düzenlemektedir. Örneğin; İstanbul çıkışlı Kastoria Yunanistan, Kastoria - Budva, Budva - Makarska, Makarska - Biograd, Biograd - Portoroz, Portoroz - Zagreb, Zagreb - Belgrad, Belgrad - Plovdiv, Plovdiv - Türkiye güzergahları üzerinde günler süren kapsamlı seyahatler gerçekleştirilmektedir. Bu tür seyahatlerde konaklamalar destinasyona göre değişiklik göstermekle birlikte genellikle otel gibi tesislerde yapılmaktadır.

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### TÜRKİYE'DE MOTOSİKLET TURİZMİ: ÖZEL MOTOSİKLET GRUPLARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Bu bölümde araştırmanın amacı ve önemi, araştırmanın yöntemi, çalışma grubu, veri toplama aracı, verilerin toplanması, analizi ve bulgular aşamaları üzerinde durulmuştur.

#### 3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Günümüzde değişen turist profilleri, insanların farklı istek ve ihtiyaçları gibi etmenler turizm endüstrisini çeşitlendirmeye yönlendirmektedir. Bu bağlamda kitleler halinde gerçekleştirilen turizm olgusundan bireysel, alternatif turizme yönelik eğilimler ivme kazanmıştır. İmkanların çoğalması ile birlikte birçok alternatif turizm modelleri de ortaya çıkmaya ve gelişmeye başlamıştır. Türkiye'de mevcut klasik turizm çeşitlerinden deniz, kum, güneş üçlemesinin haricinde farklı turizm türleri de gerçekleştirilebilmektedir. Bu çeşitler arasında; kongre turizmi, yayla turizmi, inanç turizmi, mağara turizmi, sağlık turizmi, spor turizmi, kuş gözlemciliği turizmi, su altı dalış turizmi, dağ turizmi, kültür turizmi, av turizmi vb. sayılabilir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2022i). Turizmi çeşitlendirme faaliyetlerinde kullanılabilecek bir turizm türü de motosiklet turizmidir.

Motosiklet turizmi, turizm olgusuna yeni ve farklı bir dinamik kazandırabilecek yapıda olan bir turizm çeşididir. Bu bağlamda araştırmanın amacı Türkiye'de motosiklet turizminin potansiyelini değerlendirmek ve motosiklet turizmi çerçevesinde özel motosiklet gruplarından Harley Davidson grubunu incelemektir. Bu doğrultuda grup üyelerinin deneyimleri ve görüşlerinin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Ayrıca Türkiye'de Harley Davidson motosiklet grubunun motosiklet turizmi çerçevesinde rotalarını belirlemek de araştırmanın amaçları arasındadır.

Özel motosiklet gruplarından biri olan Harley Davidson motosiklet grubu (Harley Owners Group) Harley marka motosiklete sahip bireylerin çeşitli etkinlikler için üye oldukları motosiklet kulübüdür. Türkiye'de farklı kentlerde Harley

Davidson motosiklet grubu mevcuttur. Harley Davidson grubunun Türkiye’de ortalama iki- üç bin üyesi bulunmaktadır.

Türkiye’de motosiklet turizminin değerlendirilmesi ve bu kapsamda özel bir motosiklet grubunun incelenmesi konusunda literatürde yapılmış çalışmaya rastlanmamıştır. Bu sebeple motosiklet turizminin kapsamlı ele alındığı ve incelendiği bu araştırmanın ilgili literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bundan dolayı araştırmanın büyük önem taşıdığından söz etmek mümkündür. Bunların yanı sıra gelecekte yapılacak araştırmalara yol göstermesi açısından da önem teşkil etmektedir.

### **3.2.Araştırmanın Yöntemi**

Bu araştırmada, nitel araştırma yöntemlerinden olgubilim (fenomenoloji) deseni kullanılmıştır. Bu kapsamda araştırmanın olgusu motosiklet gruplarından birisi olan Harley Davidson motosiklet grubu üyelerinin görüşleridir. Olgubilim deseni; bireylerin yaşadıkları deneyimlerin esası ve özüne göre, çeşitli olgulara bir anlam verme ve açıklama faaliyeti olarak tanımlanmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2018). Deneyim esası ve özü ile anlatılmak istenen durum “kişilerin tecrübelerindeki ortak noktalar” olarak ifade edilmektedir. Yaşantılardaki ve tecrübelerdeki bu ortak noktaların anlaşılması, bir olgunun tam olarak ne anlam ifade ettiği ve neye benzediğinin kavramsal olarak açıklamasının yapılması olgubilim modeli ile sağlanmaktadır (Johnson ve Christensen, 2004).

Araştırmada olgubilim modeli, motosiklet turizmi kapsamında motosiklet gruplarından biri olan Harley Davidson grubunun üyelerinin görüşlerini incelemek amacıyla seçilmiştir.

### **3.3. Araştırmanın Çalışma Grubu**

Araştırmanın çalışma grubu, benzeşik örnekleme ile oluşturulmuştur. Benzeşik örnekleme, amaçlı örnekleme yöntemlerinden biri olup benzer olguların veya grupların araştırıldığı çalışmalarda kullanılan bir örnekleme çeşididir (Patton, 2002). Bu örnekleme türünde ortak özellikleri bulunan katılımcıların olması önemlidir

(Yıldırım ve Şimşek, 2018). Bu araştırmanın çalışma grubunu oluşturan katılımcıların ortak özelliği ise Ankara'da yer alan Harley Davidson motosiklet grubunun üyeleri olmalarıdır. Ankara Harley Davidson motosiklet grubu ortalama 500 üyeden oluşmaktadır.

Araştırmanın çalışma grubu, Ankara'da bulunan Harley Davidson motosiklet grubu üyelerinden toplam 27 gönüllü katılımcıdan oluşmaktadır. Çalışma grubunu oluşturan katılımcılar; K1, K2, K3,....., K26, K27 şeklinde belirtilmiştir.

### **3.4. Veri Toplama Aracı**

Araştırmada veri toplama aracı olarak Harley Davidson motosiklet grubu üyelerinin görüşlerinin ele alındığı yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Bu kapsamda alanyazın incelenmiş Ay ve Özel (2019) tarafından yapılan araştırmada kullanılan yarı yapılandırılmış görüşme formundan yararlanılmıştır. 9 açık uçlu soru bu çalışmadan düzenlenmiş, 1 açık uçlu soru ise araştırmacı tarafından hazırlanmıştır. Taslak sorular alan uzmanının görüşüne sunulmuştur. Soruların dil bilgisi açısından doğruluğu ve anlaşılır olma durumunu denetlemek için ise görüş alınmıştır. Bu doğrultuda yarı yapılandırılmış görüşme soruları düzenlenmiştir. Buna göre hazırlanan görüşme formunda 10 açık uçlu soru yer almıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme formunda yer alan sorular aşağıda verilmiştir:

1. Ne zamandır motosiklet kullanıyorsunuz?
2. Motosikletle seyahat etmeye nasıl başladınız?
3. Yalnız seyahat etmeyi mi yoksa kalabalık gruplarla seyahat etmeyi mi tercih edersiniz?
4. Neden seyahat ediyorsunuz? (Motor tutkusu, destinasyon çekiciliği, blogların ve sosyal medyanın etkisi)
5. Seyahatinizin öncesinde hangi faktörler üzerinde planlama yapıyorsunuz?

6. Gezi tarihlerini neye göre belirlersiniz, seyahate çıkma sıklığınız nedir, bir gezinin ortalama süresi ne kadardır?
7. Güvenlikle ilgili sıkıntı yaşıyor musunuz, ne gibi sıkıntılarla karşılaşıyorsunuz?
8. Seyahat süresince konaklama ihtiyacını nasıl karşılıyorsunuz? Hangi tür tesislerde konaklıyorsunuz?
9. Motosikletle seyahat etmenin ne gibi olumlu etkileri vardır?
10. Seyahatlerinizi hangi güzergahlar (rota) üzerinde gerçekleştiriyorsunuz?

### **3.5. Verilerin Toplanması**

Araştırma kapsamında veriler Harley Davidson motosiklet grubu (Harley Owners Group) üyeleri ile dijital ortamdan yapılandırılmış görüşme formları aracılığıyla toplanmıştır. Buna göre katılımcılara 12/04/2022 – 26/04/2022 tarihleri arasında görüşme formları dijital ortamdan, Google Forms uygulaması aracılığıyla iletilmiş ve cevaplamaları istenmiştir. Araştırma kapsamında verilerin toplanması için 05/04/2022 tarihinde etik kurul izni alınmıştır.

### **3.6. Verilerin Analizi**

Araştırmada elde edilen verilerin analizinde içerik analizi kullanılmıştır. İçerik analizi, benzer kavram ve temaların düzenlenerek verilerin yorumlanmasına olanak sağlayan bir analiz çeşididir (Yıldırım ve Şimşek, 2018). İçerik analizi, nitel veri analizi programı olan MAXQDA 2018 kullanılarak yapılmıştır.

İçerik analizi yöntemiyle temalar belirlenmiş, kodlar çıkartılmış, nitel araştırmaya uygun bir içerik çözümlemesi gerçekleştirilmeye çalışılmış ve bulgular sunulmuştur. Elde edilen veriler, çalışmanın amaçları dikkate alınarak temalar ve alt temalar tanımlanarak analiz edilmiştir.

Araştırmada veri analizinin tutarlılığının sağlanması için veriler araştırmacı haricinde başka bir alan uzmanı tarafından da analiz edilmiş ve görüş birliğine

varılmaya çalışılmıştır. Görüş birliğinin hesaplanmasında Miles ve Huberman (1994)'ın tutarlılık formülünden yararlanılmıştır. Formül aşağıda sunulmuştur:

$$\begin{aligned} \text{Güvenirlilik} &= [\text{Görüş Birliği} / (\text{Görüş Birliği} + \text{Görüş Ayrılığı})] \times 100 \\ &= [494 / (494+35)] \times 100 = [494/529] \times 100 = 0,933 \end{aligned}$$

Yapılan analizler sonucu araştırmacı ve alan uzmanı arasındaki görüş birliği %93 bulunmuştur. Miles ve Huberman (1994), %70 ve yukarısında çıkan araştırma sonuçlarının tutarlılığının yüksek olduğunu belirtmişlerdir.

### 3.7. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Harley Davidson motosiklet grubu üyelerinden oluşan katılımcıların demografik özellikleri Tablo-3'te verilmiştir.

**Tablo-3. Katılımcıların Demografik Özellikleri**

Demografik Özellikler		Frekans (f)
Cinsiyet	Erkek	26
	Kadın	1
Yaş	18-29 Yaş Arası	1
	30-39 Yaş Arası	4
	40-49 Yaş Arası	11
	50 Yaş ve Üzeri	11
Eğitim Durumu	Lise	4
	Ön lisans	1
	Lisans	14
	Yüksek Lisans/Doktora	8
Toplam		27

Tablo 3'e göre araştırmanın çalışma grubunu oluşturan katılımcıların demografik özellikleri; 26 erkek, 1 kadın toplamda 27 kişidir. Yaş gruplarına göre; 1'i 18-29 yaş arası, 4'ü 30-39 yaş arası, 11'i 40-49 yaş arası ve 11'i 50 yaş ve üzeridir. Araştırmaya katılan katılımcıların eğitim durumu; 4'ü lise, 1'i ön lisans, 14'ü lisans ve 8'i yüksek lisans/doktoradır.

### 3.8. Bulgular ve Yorumlar

Harley Davidson motosiklet grubu üyeleri ile yapılan görüşmelerden elde edilen bulgular kategoriler altında analiz edilmiştir. Bu kategoriler Tablo-4'te verilmiştir.

**Tablo-4. Katılımcı Görüşlerine Ait Kategoriler**

	<b>Kategoriler</b>
Katılımcı Görüşlerine Ait Kategoriler	Motosiklet Kullanım Süresi
	Motosikletle Seyahat Etmeye Başlama Durumları
	Seyahat Tercih ve Nedeni
	Seyahat Etme Nedeni
	Seyahat Öncesi Üzerinde Planlama Yapılan Faktörler
	Gezi Tarihlerinin Belirlenme Şekli
	Seyahate Çıkma Sıklığı
	Gezi Ortalama Süresi
	Güvenlikle İlgili Yaşanan Sıkıntılar
	Seyahat Süresince Konaklama İhtiyacının Karşılama Durumu
	Motosikletle Seyahat Etmenin Olumlu Etkileri
	Seyahatlerin Gerçekleştirildiği Güzergahlar (Rota)

Tablo 4'te görüldüğü gibi katılımcı görüşleriyle ilgili kategoriler sırasıyla başlıklandırılarak sunulmuştur. Bunlar; motosiklet kullanım süresi, motosikletle seyahat etmeye başlama durumları, seyahat tercihi ve nedeni, seyahat etme nedeni, seyahat öncesi üzerinde planlama yapılan faktörler, gezi tarihlerinin belirlenme şekli, seyahate çıkma sıklığı, gezi ortalama süresi, güvenlikle ilgili yaşanan sıkıntılar, seyahat süresince konaklama ihtiyacının karşılama durumu, motosikletle seyahat etmenin olumlu etkileri ve seyahatlerin gerçekleştirildiği güzergahlar (rota) kategorilerinden oluşmaktadır.

#### 3.8.1. Motosiklet Kullanım Süresi

Harley Davidson motosiklet grubu üyelerinin motosiklet kullanım süreleri hakkındaki görüşleri Tablo-5'te verilmiştir.

**Tablo-5. Katılımcıların Motosiklet Kullanım Süresi Hakkındaki Görüşleri**

<b>Kategori</b>	<b>Temalar</b>	<b>Frekans (f)</b>
	2011 Yılından Beri	1



Motosiklet Kullanım Süresi	Yaklaşık 12 Yıl	1
	7 Yıl	3
	Küçüklükten Beri	2
	Hemen Hemen 30 Yıl	1
	6 Yıl	1
	Çocukluktan Beri İlgisi Olanlar	2
	4 Yıl	1
	Kendisini Bildi Bileli Motosikletin İçinde Olanlar	1
	40 Yıl	1
	22 Yıl	1
	2007 Yılından Beri	1
	15 Yıl	1
	5 Yıl	1
	Yaklaşık 6 Yıl	1
	20 Yılı Aşkın Süre	1
	15 Yıl	1
	32 Yıl	1
	11-12 Yaşından Beri	1
	11 Yıl	1
	3 Yıl	1
	5 Yıl	1
	2009 Yılından Beri	1
	13 Yıl	2
	2 Yıl	1
	2013 Yılından Beri	1
	10 Yaşından Beri	1
	34 Yıl	1
	48 Yıl	1
	8 Yıl	1
	2006 Yıl	1
	1999 Yıl	1
	23 Yıl	1
Toplam	38	

Tablo 5’te görüldüğü gibi motosiklet kullanım süresi kategorisi altında toplamda 33 tema oluşturulmuştur. Motosiklet kullanım süresi kategorisine ait temalardan en çok; “7 yıl, küçüklükten beri, çocukluktan beri ilgisi olanlar” başlıkları üzerinde durulmuştur. Oluşturulan bu kategorinin temalarına ait katılımcı cevaplarından bazı örneklerle aşağıda yer verilmiştir:

*“2011 yılından itibaren, yaklaşık 12 senedir kullanıyorum.”*(2011 Yılından Beri; Yaklaşık 12 Yıl) (K1)

*“7 yıldır motosiklet kullanıyorum.”* (7 Yıl) (K2)

*“Küçüklükten beri motosiklet kullanıyorum, süreç olarak hemen hemen 30 yıl diyebilirim.”* (Küçüklükten Beri; Hemen Hemen 30 Yıl) (K3)

*“6 yıldır motosiklet kullanıyorum.”* (6 Yıl) (K4)

*“7 yıldan beri motosiklet kullanıyorum.”* (7 Yıl) (K5)

*“Motosikletlere çocukluktan beri ilgim var fakat aktif olarak 4 yıldır kullanıyorum.”* (Çocukluktan Beri İlgisi Olanlar; 4 Yıl) (K6)

*“Kendimi bildim bileli motosikletlerin içindeyim 40 yıldır kullanıyorum.”* (Kendisini Bildi Bileli Motosikletin İçinde Olanlar; 40 Yıl) (K7)

*“Motosiklet kullanmaya çok uzun zaman önce başladım, 22 yıl oldu.”* (22 Yıl) (K8)

*“2007 yılından beri yani 15 senedir motosiklet sürüyorum.”* (2007 Yılından Beri; 15 Yıl) (K9)

*“Süre zarfı olarak 5 yıldır motosiklet kullanıyorum.”* (5 Yıl) (K10)

*“Yaklaşık 6 yıldır kullanmaktayım.”* (Yaklaşık 6 Yıl) (K11)

*“20 yılı aşkın süredir motosiklet kullanıyorum.”* (20 Yılı Aşkın Süre) (K12)

*“15 senedir yollardayım.”* (15 Yıl) (K13)

*“Motosikletle ilgili geçmişim çok fazladır. Çocukluktan bu yana devam eden ilgim ve tutkum olduğu için 32 yıldır kullanıyorum.”* (Çocukluktan Beri İlgisi Olanlar; 32 Yıl) (K14)

*“Benim için motosikletin yeri çok farklıdır. 11-12 yaşımdan beri kullanıyorum.”* (11-12 Yaşından Beri) (K15)

*“11 senedir kullanıyorum.”* (11 Yıl) (K16)

*“Motosiklet kullanmaya yeni başladım desem daha doğru olur henüz 3 yıl oldu.”* (3 Yıl) (K17)

*“Yaklaşık 5 yıldır seyahat ediyorum.”* (5 Yıl) (K18)

*“2009’dan bu yana, 13 yıldır kullanıyorum.”* (2009 Yılından Beri; 13 Yıl) (K19)

*“2 yıl gibi bir süredir motosiklet kullanmaktayım.”* (2 Yıl) (K20)

*“7 yıldır motosiklet sürüyorum.”* (7 Yıl) (K21)

*“2013 yılından beridir 13 yıldır yollardayım.”* (2013 Yılından Beri; 13 Yıl) (K22)

*“10 yaşında motosiklet kullanmaya başladım. 34 yıldır motosiklet sürmekteyim.”* (10 Yaşından Beri; 34 Yıl) (K23)

*“Motosikletlere küçük yaştan itibaren ilgiliyim. 48 yıldır kullanıyorum.”* (Küçüklükten Beri; 48 Yıl) (K24)

*“Aktif olarak 8 yıldır kullanıyorum.”* (8 Yıl) (K25)

*“2006 yılından itibaren 16 senedir sürüyorum.”* (2006 Yıl; 16 Yıl) (K26)

*“1999 yılında başlamıştım motosiklet kullanmaya bu da 23 yıl demektir.”* (1999 Yıl; 23 Yıl) (K27)

### 3.8.2. Motosikletle Seyahat Etmeye Başlama Durumları

Araştırmanın çalışma grubunu oluşturan katılımcıların motosikletle seyahat etmeye başlama durumları hakkındaki görüşleri Tablo-6’da verilmiştir.

**Tablo-6. Katılımcıların Motosikletle Seyahat Etmeye Başlama Durumları Hakkındaki Görüşleri**

Kategori	Temalar	Frekans (f)
Motosikletle Seyahat Etmeye Başlama Durumları	Sürüş/Beceri Eğitimi Alınması	3
	Motosiklet Grupları	10
	İlgi Duymak/Artması	6
	Fırsat Buldukça Sürüş Yapmak	1
	Profesyonel Motosiklet Almak	4
	Ulaşım Aracı Olarak Kullanmak	8
	Arkadaş Grubu	6
	Aile	1
	Bireysel Seyahat Etmek	1
	Hobi	1
	Yaşam Tarzı	1
	Toplam	42

Tablo 6’da görüldüğü gibi motosikletle seyahat etmeye başlama durumları kategorisi altında toplamda 11 tema belirlenmiştir. Motosikletle seyahat etmeye başlama durumları kategorisine ait temalardan en fazla; “motosiklet grupları” ve “ulaşım aracı olarak kullanmak” başlıkları üzerinde durulmuştur. Oluşturulan bu kategorinin temalarına ait katılımcı görüşlerinden bazı örneklere aşağıda yer verilmiştir:

*“Gerekli eğitimleri aldıktan sonra, bağlı bulunduğumuz Harley Davidson grubu ile birlikte seyahat etmeye başladım.”* (Sürüş/Beceri Eğitimi Alınması; Motosiklet Grupları) (K1)

*“Motosiklete her zaman ilgim vardı. Fırsat buldukça sürüşlere başladım bu sayede gerisi geldi.”* (İlgi Duymak/Artması; Fırsat Buldukça Sürüş Yapmak)

(K2)

*“İlk olarak profesyonel motorumu alıp, eğitimleri de tamamlayarak başladım.”* (Profesyonel Motosiklet Almak; Sürüş/Beceri Eğitimi Alınması)

(K3)

*“Harley Davidson grubuyla tanıştım ve motosikletlere olan ilgim daha da arttı.”* (Motosiklet Grupları; İlgi Duymak/Artması) (K4)

*“Üniversite yıllarında ulaşım aracı olarak kullanmaya başladım daha sonrasında ise hevesim artarak devam etti.”* (Ulaşım Aracı Olarak Kullanmak; İlgi Duymak/Artması) (K5)

*“Yakın arkadaşımın teşviki ile yollara çıktım bir gruba üye olduktan sonra aktif kullanmaya başladım.”* (Arkadaş Grubu; Motosiklet Grupları) (K6)

*“Büyük motor sahibi olunca arkadaşlarla birlikte sürüşlere çıkarak başladım.”* (Profesyonel Motosiklet Almak; Arkadaş Grubu) (K7)

*“Amerika’da bulunduğum zamanlar ilk motorumu satın aldım ve ilk seyahatime çıktım.”* (Ulaşım Aracı Olarak Kullanmak) (K8)

*“İlk seyahatim Harley Davidson grubuyla yurt dışına oldu.”* (Motosiklet Grupları) (K10)

*“Başlangıç olarak ulaşım aracı kapsamında kullanmaya başlamıştım.”* (Ulaşım Aracı Olarak Kullanmak) (K12)

*“Motosiklet ehliyetini aldıktan sonra kendime motosiklet de aldım böylelikle seyahatlere çıkmaya başladım.”* (Sürüş/Beceri Eğitimi Alınması; Ulaşım Aracı Olarak Kullanmak) (K13)

*“İlk olarak 8 yaşında babam ile motosiklet kullanmıştım, sonrasında almışmaya başladım ve o günden beri de kullanıyorum.”* (Aile) (K14)

*“Öncelikle bir gruba üye olarak kullanmaya başlamıştım. Sonrasında bireysel*

*olarak da kullanmaya başladım.” (Motosiklet Grupları; Bireysel Seyahat Etmek) (K16)*

*“Arkadaşım ile önce yakın, sonra uzak yerlere hafta sonu gezileri şeklinde başladım.” (Arkadaş Grubu) (K17)*

*“Kalbimin sesini dinledim ve sıklıkla ulaşım aracı olarak kullanmaya başladım.” (İlgi Duymak/Artması; Ulaşım Aracı Olarak Kullanmak) (K21)*

*“Şehir çevresinde kırsal bölgelerde dolaşarak.” (Ulaşım Aracı Olarak Kullanmak) (K24)*

*“Hobi olarak başlamıştım ama yıllar geçtikçe yaşam tarzı haline geldi.” (Hobi; Yaşam Tarzı) (K26)*

### **3.8.3. Seyahat Tercih ve Nedeni**

Harley Davidson grubu üyelerinden oluşan katılımcıların seyahat tercihleri ve nedenleri hakkındaki görüşleri Tablo-7’de verilmiştir.

**Tablo-7. Katılımcıların Seyahat Tercihleri ve Nedenleri Hakkındaki Görüşleri**

<b>Kategori</b>	<b>Temalar</b>	<b>Frekans (f)</b>
Seyahat Tercih	Kalabalık Grupla Seyahat Etmek	14
	Yalnız Seyahat Etmek	4
	Az Kişiyile Seyahat Etmek	2
	Hem Kalabalık Grupla Hem Bireysel Seyahat Etmek	5
	Tecrübeli Kalabalık Grupla Seyahat Etmek	1
	Müsaitlik Durumuna Göre Seyahat Etmek	1
	Arkadaş Grubu İle Seyahat Etmek	1
Seyahat Tercih Nedenleri	Güvenlik Sağlaması	2
	Haz Almak	13
	Bireysellik	1
	Avantajlı Olması	5
	Performans Yönü	1
	Anlaşılır Olması	1

	Ruh Haline Göre Tercih Yapmak	3
	Özgürlük Hissi	1
	Toplam	55

Tablo 7’de görüldüğü gibi seyahat tercihi ve nedenleri kategorileri altında toplamda 15 tema belirlenmiştir. Seyahat tercihi kategorisine ait 7 tema bulunmaktadır. Bu başlıklardan en çok; “kalabalık grupta seyahat etmek” ve “hem kalabalık hem de bireysel seyahat etmek” temaları üzerinde durulmuştur. Seyahat tercihi nedenleri kategorisine ait toplamda 8 tema belirlenmiştir. Seyahat tercihi nedenleri kategorisine ait temalardan en fazla üzerinde durulan; “haz almak” ve “avantajlı olması” başlıkları olmuştur.

Seyahat Tercihi (28) kategorisinin temalarına ait katılımcı cevaplarından bazı örneklere aşağıda yer verilmiştir:

*“Genelde kalabalık grupta seyahat ediyorum”* (Kalabalık Grupta Seyahat Etmek) (K1)

*“Grupla seyahat etmek”* (Kalabalık Grupta Seyahat Etmek) (K2)

*“Yalnız seyahat etmek”* (Yalnız Seyahat Etmek) (K3)

*“Benim tercihim genelde az kişiyle veya yalnız olarak seyahat etmek.”* (Az Kişiyle Seyahat Etmek; Yalnız Seyahat Etmek) (K4)

*“Grupla seyahat etmek”* (Kalabalık Grupta Seyahat Etmek) (K5)

*“Açıkçası öyle bir takıntım yok, hiç fark etmiyor her türlü seyahat etmeyi severim.”* (Hem Kalabalık Grupta Hem Bireysel Seyahat Etmek) (K6)

*“Genellikle performans sürüşü yapabilen tecrübeli gruplar ile seyahat etmeyi tercih ediyorum.”* (Tecrübeli Kalabalık Grupta Seyahat Etmek) (K8)

*“müsaitliğe göre grupta seyahat etmeyi tercih ederim.”* (Müsaitlik Durumuna Göre Seyahat Etmek) (K10)

*“Genelde değişiyor ama fazla kalabalık değil 3-4 kişilik arkadaş grubu daha*

*ideal oluyor.*” (Arkadaş Grubu İle Seyahat Etmek) (K11)

*“Uygun gruplarla seyahat etmeyi seviyorum.”* (Uygun Kalabalık Grupla Seyahat Etmek) (K12)

*“Benim tercihim daha çok yalnız seyahat etmek,”* (Yalnız Seyahat Etmek) (K25)

Seyahat Tercihi Nedenleri (27) kategorisinin temalarına ait katılımcı cevaplarından bazı örneklerle aşağıda yer verilmiştir:

*“Bu bize ayrıca güvenlik sağlıyor.”* (Güvenlik Sağlaması) (K1)

*“hem keyifli hem de eğlenceli olduğu için grupla seyahat ederim.”* (Haz Almak) (K2)

*“daha iyi hissettiriyor. Grupla seyahat etmek için şartların herkese uyması gerekiyor.”* (Haz Almak; Bireysellik) (K3)

*“daha keyif verici geliyor bu yüzden kalabalık gruplarla seyahat ediyorum.”* (Haz Almak) (K5)

*“Grupla seyahat etmenin her zaman daha avantajlı olduğunu düşünüyorum. Bu yüzden grupla seyahat diyorum.”* (Avantajlı Olması) (K7)

*“Genellikle performans sürüşü yapabilen”* (Performans Yönü) (K8)

*“daha keyif verici ve anlaşılır oluyor.”* (Haz Almak; Anlaşılır Olması) (K12)

*“İkisini de tercih ederim, aslında ruh halime göre seçim yapıyorum.”* (Ruh Haline Göre Tercih Yapmak) (K14)

*“istediğin her şeyi yapma imkanı sunuyor.”* (Haz Almak; Özgürlük Hissi) (K25)

*“Çünkü farklı insanlarla seyahatler daha zevklidir.”* (Haz Almak) (K27)



### 3.8.4. Seyahat Etme Nedeni

Katılımcıların seyahat etme nedenleri hakkındaki görüşleri Tablo-8’de sunulmuştur.

**Tablo-8. Katılımcıların Seyahat Etme Nedenleri Hakkındaki Görüşleri**

Kategori	Temalar	Frekans (f)
Seyahat Etme Nedenleri	Motor Tutkusu	18
	Gidilecek Farklı Yerlerin Keşfi	7
	İlgi Çekici Olması	1
	Terapi Hissi	3
	Rahatlama Hissi	3
	Özgürlük Hissi/Tutkusu	4
	Heyecan	3
	Destinasyon Etkileyciliği	1
	Eğlenceli Olması	1
	Farklı Yerlerin Mutfaklarını Tanımak	1
	Seyahat Esnasında Doğal Ekolojiyi Hissetmek	1
	Mutlu Olmak	1
	Arkadaş Grubu İle Vakit Geçirmek	1
	Sürüş Zevki	1
Toplam	46	

Tablo 8’de görüldüğü gibi seyahat etme nedenleri kategorisi kapsamında toplamda 14 tema verilmiştir. Seyahat etme nedenleri kategorisine ait temalardan en çok; “motor tutkusu” ve “gidilecek yerlerin keşfi” başlıkları üzerinde durulmuştur. Oluşturulan bu kategorinin temalarına ait katılımcı cevaplarından bazı örneklere aşağıda yer verilmiştir:

*“Öncelikle motor tutkusu başta olmak kaydı ile, gidilecek yerleri keşfetmek her zaman ilgimi çekmiştir.”* (Motor Tutkusu; Gidilecek Farklı Yerlerin Keşfi; İlgi Çekici Olması) (K1)

*“Çünkü terapi gibi geliyor, rahatlatıyor.”* (Terapi Hissi; Rahatlama Hissi) (K2)

*“Motor sürerken özgürlüğü fazlasıyla hissettiğim için.”* (Özgürlük Hissi/Tutkusu) (K3)

*“Motor tutkusu her zaman etkileyici olmuştur.”* (Motor Tutkusu) (K4)

*“Motor ve özgürlük tutkusundan dolayı yollardayım.”* (Motor Tutkusu; Özgürlük Hissi/Tutkusu) (K5)

*“Çok çeşitli etmenler var bu konuda öncelikle motor aşkı, özgürlük hissi, heyecan, farklı yerleri keşfetme arzusu gibi.”* (Motor Tutkusu; Özgürlük Hissi/Tutkusu; Heyecan; Gidilecek Farklı Yerlerin Keşfi ) (K8)

*“Motor tutkusu temelli bunun dışında destinasyonun etkileyciliği vb. farklı unsurlar da var.”* (Motor Tutkusu; Destinasyon Etkileyciliği) (K11)

*“Motor tutkusundan ve heyecanı sevmemden dolayı sürüyorum.”* (Motor Tutkusu; Heyecan) (K16)

*“Motor sürerken etraftaki her şeyin farkında oluyorsunuz. Arada bir cam, kapı vs. olmuyor sonuçta. Araç ile asla hissedemeyeceğiniz, göremeyeceğiniz ve farkına bile varamadığınız bir çok ayrıntı motor üzerinde iken gözlemlenebiliyor. Yolculuğun kendisi, varmaktan çok daha eğlenceli olduğu için motor ile seyahat ediyorum.”* (Gidilecek Farklı Yerlerin Keşfi; Eğlenceli Olması) (K17)

*“Yeni yerler görmek ve farklı yerlerin mutfaklarını tanımak amaçlı seyahat ediyorum.”* (Gidilecek Farklı Yerlerin Keşfi; Farklı Yerlerin Mutfaklarını Tanımak) (K18)

*“Farklı yerleri görmeyi seviyorum. Rüzgara karşı sürmeyi seviyorum. Doğanın kokusunu duyarak seyahat etmekten mutlu oluyorum.”*(Gidilecek Farklı Yerlerin Keşfi; Seyahat Esnasında Doğal Ekolojiyi Hissetmek; Mutlu Olmak) (K19)

*“Yeni yerler görme merakı ve arkadaşlarla beraber vakit geçirme isteğinden*

*dolayı seyahat ediyorum.*” (Gidilecek Farklı Yerlerin Keşfi; Arkadaş Grubu İle Vakit Geçirmek) (K24)

*“Sürüş zevkini yaşamak iyi hissettirdiği için geziyorum.”* (Sürüş Zevki) (K25)

### 3.8.5. Seyahat Öncesi Üzerinde Planlama Yapılan Faktörler

Araştırmanın çalışma grubunu oluşturan katılımcıların seyahat öncesi üzerinde planlama yaptıkları faktörler hakkındaki görüşleri Tablo-9’da verilmiştir.

**Tablo-9. Katılımcıların Seyahat Öncesi Üzerinde Planlama Yaptıkları Faktörler Hakkındaki Görüşleri**

Kategori	Temalar	Frekans (f)
Seyahat Öncesi Üzerinde Planlama Yapılan Faktörler	Grupların Oluşturulması	1
	Destinasyon Seçimi	4
	Güvenlik Önemleri	1
	Kalınacak Yer	7
	Gidilecek Yerdeki Turistik Yerlerin Belirlenmesi	1
	Yol Durumu	13
	Hava Durumu	12
	Seyahati Kısıtlamayacak Faktörler	1
	Mola Yerleri	3
	Gidilecek Rotaların Belirlenmesi	5
	Yeme İçme Planlaması	6
	Aktivite Planlaması	1
	Kıyafet/Ekipman Seçimi	5
	Ekip Koordinasyon Planlaması	1
	Güvenli Sürüş İhtiyaçları Planlaması	4
	Trafik Güvenliği	1
	Motosiklet Bakımı	3
	Petrol İstasyonu	1
	Motosikletin Yakıtı	1
	Seyahat Sırasında Gereken İhtiyaçların Planlaması	4
Seyahat Edilecek Grup Profili	1	

	Seyahat Öncesi Üzerinde Planlama Yapılmaması	1
	Zaman Planlaması	1
	Maliyet Planlaması	1
	Bagaj Planlaması	1
	Toplam	80

Tablo 9’da görüldüğü gibi seyahat öncesi üzerinde planlama yapılan faktörler kategorisi altında toplamda 25 tema belirlenmiştir. Bu kategoriye ait temalardan “yol durumu, hava durumu, kalınacak yer” başlıkları üzerinde durulmuştur. Oluşturulan bu kategorinin temalarına ait katılımcı cevaplarından bazı örneklerle aşağıda yer verilmiştir:

*“Grupların oluşturulması, gidilecek yerin seçilmesi, güvenlik önlemleri, kalınacak otellerin ayarlanması, gidilecek bölgenin turistik yerlerinin belirlenmesi gibi unsurları belirliyoruz.”* (Grupların Oluşturulması; Destinasyon Seçimi; Güvenlik Önemleri; Kalınacak Yer; Gidilecek Yerdeki Turistik Yerlerin Belirlenmesi) (K1)

*“Yol durumu ve kalacak yer en önemli faktörlerdir.”* (Yol Durumu; Kalacak Yer) (K2)

*“Öncelikle hava ve yol şartları gibi seyahati kısıtlamayacak faktörler üzerinde duruyorum.”* (Hava Durumu; Yol Durumu; Seyahati Kısıtlamayacak Faktörler) (K3)

*“Listenin en başındaki unsur her zaman hava olur, hava şartlarına göre diğer planlamalar da yapılır.”* (Hava Durumu) (K4)

*“Varılacak yerdeki gezilebilecek alanlar ve mola yerleri üzerinde, eğer yalnız sürüşteysem tabelalarda ilgimi çeken yerlere gidiyorum.”* (Destinasyon Seçimi; Mola Yerleri) (K5)

*“Genellikle fikir birliği içerisinde rotaların belirlenmesi, yeme içme ve aktivasyon gibi şeyler hakkında planlamalar yapılır.”* (Gidilecek Rotaların

Belirlenmesi; Yeme İçme Planlaması; Aktivite Planlaması) (K6)

*“Hava koşulları, yol durumu, konaklama, yeme içme gibi konular motosiklet sürücülerini için önemlidir.”* (Hava Durumu; Yol Durumu; Kalınacak Yer; Yeme İçme Planlaması) (K7)

*“Rota, hava durumu, mola noktaları, kıyafet/ekipman seçimi gibi seçenekler üzerinde duruyorum.”* (Gidilecek Rotaların Belirlenmesi; Hava Durumu; Mola Yerleri; Kıyafet/Ekipman Seçimi) (K8)

*“Hava şartları ve ekip koordinasyonunun planlamasını yapıyoruz.”* (Hava Durumu; Ekip Koordinasyon Planlaması) (K9)

*“Güvenli sürüşü azami yapabilmek için yapmam gerekenleri planlıyorum. Bunların başında trafik güvenliği, motor bakımı gibi faktörler geliyor.”* (Güvenli Sürüş İhtiyaçları Planlaması; Trafik Güvenliği; Motosiklet Bakımı) (K10)

*“Güzergah, petrol istasyonu, otel, restoran gibi konularda planlama yapıyorum.”* (Yol Durumu; Petrol İstasyonu; Kalınacak Yer) (K13)

*“Sadece varacağım nokta, yakıt ve yanına almam gerekenlerle ilgili planlama yaparım geri kalanları doğaçlama o anki şartlara göre değerlendirip karar alıyorum tabii bu yurt içi seyahatlerim için yurt dışı için daha çok detaylandırıyorum.”* (Gidilecek Rotaların Belirlenmesi; Motosikletin Yakıtı; Seyahat Sırasında Gereken İhtiyaçların Planlaması) (K14)

*“Özellikle motosiklet bakımı, hava koşulları, çeşitli güvenlik tedbirleri gibi konular kapsamında plan program oluşturuyorum.”* (Motosiklet Bakımı; Hava Durumu; Güvenli Sürüş İhtiyaçları Planlaması) (K15)

*“Katılımcılar ve özellikleri, motorumun bakımları, hava ve yol koşullarına göre yanına almam gerekenler üzerinde plan yapıyorum.”* (Seyahat Edilecek Grup Profili; Motosiklet Bakımı; Hava Durumu; Yol Durumu; Güvenli Sürüş İhtiyaçları Planlaması) (K19)

“Çok planlama yapmıyorum aslında her şey spontane geliyor.” (Seyahat Öncesi Üzerinde Planlama Yapılmaması) (K21)

“Bir seyahat için gerekli olan her şeyi planlıyorum. Görmek istediğim yerler, ekipman, yolun uzunluğu ve zaman gibi faktörler.” (Seyahat Sırasında Gereken İhtiyaçların Planlaması; Destinasyon Seçimi; Kıyafet/Ekipman Seçimi; Yol Durumu; Zaman Planlaması) (K23)

“Tur planı (Konaklama, yeme- içme vb.), doğru araç gereçleri yanımda bulundurma gibi kriterlere odaklanırım.” (Seyahat Sırasında Gereken İhtiyaçların Planlaması; Kalınacak Yer; Yeme İçme Planlaması; Kıyafet/Ekipman Seçimi) (K24)

“Gidilecek yolların belirlenmesi, konaklama/ yemek ve maliyet faktörleri üzerinde planlama yapıyorum.” (Gidilecek Rotaların Belirlenmesi; Kalınacak Yer; Yeme İçme Planlaması; Maliyet Planlaması) (K25)

“Görmek istediğim yerler daha önceliklidir. Onun dışında kıyafet, koruma ekipmanları, bagaj gibi etmenler üzerinde planlama yapmaya önem veriyorum.” (Destinasyon Seçimi; Kıyafet/Ekipman Seçimi; Bagaj Planlaması) (K27)

### 3.8.6. Gezi Tarihlerinin Belirlenme Şekli

Araştırmanın çalışma grubunu oluşturan katılımcıların gezi tarihlerinin belirlenme şekli hakkındaki görüşleri Tablo-10’da verilmiştir.

**Tablo-10. Katılımcıların Gezi Tarihlerinin Belirlenme Şekli Hakkındaki Görüşleri**

Kategori	Temalar	Frekans (f)
	Her Yıl Ocak Ayında Sürüş Takvimi Hazırlanması	1
	Arkadaş Grupları İle Gezi Tarihlerinin Belirlenmesi	3
	Hava Durumu	11
	Fırsat Bulunan Zamanlarda	9
	Gezi Tarihlerinin Spontane Olması	1

Gezi Tarihlerinin Belirlenme Şekli	Motosiklet Gruplarının Yaptığı Programlar	5
	Yol Durumu	1
	Doğanın Çekici Olduğu Zamanlar	1
	Bahar ve Yaz Ayları	1
	İş Durumuna Göre Düzenlenmesi	3
	Normal Yoğunluğa Göre Planlanması	1
	Tatil Günlerine Göre Planlanması	2
	Nisan-Ekim Ayları	1
	Yaz Döneminde	2
	Destinasyon Seçimi	1
Toplam		43

Tablo 10’da görüldüğü gibi gezi tarihlerinin belirlenme şekli kategorisi altında toplamda 15 tema oluşturulmuştur. Bu kategoriye ait temalardan en fazla; “hava durumu” ve “fırsat bulunan zamanlarda” başlıkları üzerinde durulmuştur. Oluşturulan bu kategorinin temalarına ait katılımcı cevaplarından bazı örneklerle aşağıda yer verilmiştir:

*“Her yıl Ocak ayında grubumuzda bir sürüş takvimi hazırlanır”* (Her Yıl Ocak Ayında Sürüş Takvimi Hazırlanması) (K1)

*“Arkadaşlara uygun günleri havayı dikkate alarak belirliyoruz”* (Arkadaş Grupları İle Gezi Tarihlerinin Belirlenmesi; Hava Durumu) (K2)

*“Fırsat buldukça seyahate çıkıyorum”* (Fırsat Bulunan Zamanlarda) (K3)

*“Gezi tarihlerini genel olarak havanın uygunluğuna göre belirlerim”* (Hava Durumu) (K4)

*“Havaların güzel olduğu”* (Hava Durumu) (K5)

*“Spontane gelişir, önceden planlanan hiçbir program zamanında olmaz.”* (Gezi Tarihlerinin Spontane Olması) (K6)

*“Gezi tarihleri müsaitliğime göre”* (Fırsat Bulunan Zamanlarda) (K8)

*“Müsaitlik durumuma göre değişir”* (Fırsat Bulunan Zamanlarda) (K9)

*“Gezilerimi Harley Davidson grubunun yaptığı programları baz alarak yapıyorum.”* (Motosiklet Gruplarının Yaptığı Programlar) (K10)

*“Yine hava ve yol şartlarına göre belirlerim.”* (Hava Durumu; Yol Durumu) (K11)

*“Havanın, doğanın çekici olduğu zamanlara göre hareket ederim. Daha çok bahar ve yaz aylarında seyahate çıkıyorum”* (Hava Durumu; Doğanın Çekici Olduğu Zamanlar; Bahar ve Yaz Ayları) (K12)

*“İş durumuna göre düzenleme yapıyorum”* (İş Durumuna Göre Düzenlenmesi) (K13)

*“İş ve normal yoğunluğuma göre planlıyorum”* (İş Durumuna Göre Düzenlenmesi; Normal Yoğunluğa Göre Planlaması) (K14)

*“Tatil günlerime göre planlıyorum, fırsat buldukça seyahat etmeye çalışıyorum”* (Tatil Günlerine Göre Planlanması; Fırsat Bulunan Zamanlarda) (K15)

*“Nisan- Ekim arasında çıkıyorum. Resmi tatil ve birleştirilebilir tatil günlerini tercih ediyorum.”* (Nisan-Ekim Ayları; Tatil Günlerine Göre Planlanması) (K17)

*“Yaz döneminde şehir dışında olduğum için grupta yapılan gezilere zamanım müsaitse katılıyorum.”* (Yaz Döneminde; Motosiklet Gruplarının Yaptığı Programlar; Fırsat Bulunan Zamanlarda) (K18)

*“İşlerimin durumuna göre ve yapılacak turun yer ve özelliğine göre belirlerim.”* (İş Durumuna Göre Düzenlenmesi; Destinasyon Seçimi) (K19)

*“Arkadaşların uygunluğuna göre belirlerim.”* (Arkadaş Grupları İle Gezi Tarihlerinin Belirlenmesi) (K20)



### 3.8.7. Seyahate Çıkma Sıklığı

Araştırmanın çalışma grubunu oluşturan katılımcıların seyahate çıkma sıklığı hakkındaki görüşleri Tablo-11’de verilmiştir

**Tablo-11. Katılımcıların Seyahate Çıkma Sıklığı Hakkındaki Görüşleri**

Seyahate Çıkma Sıklığı	Ayda İki Tur	2
	En Az Bir Yurt Dışı Turu	1
	Uzun Yol Sürüşleri Yılda İki Kez	1
	Yaz Ayları	3
	Ayda İki Kez	2
	Uygun Hava Durumunda Her Hafta Sonu	1
	Oldukça Sık	1
	Ayda Üç Kez	1
	Seyahate Çıkma Sıklığının Değişken Olması	2
	Ortalama Yılda İki-Üç Kez	1
	Gidilecek Yerin Uzaklığına Göre Değişmesi	1
	İş Durumuna Göre Değişken Olması	1
	Senede Üç-Dört Kez Uzun Turlar	1
	Yılın 12 Ayı	1
	Yılda Beş- Altı Kez	1
	Bir Gün	1
	10-15 Gün	1
	Yılda Üç Dört Kez	1
	Bir veya İki Ayda Bir Kez	1
	Kış Sezonu Hariç Ayda Bir Defa	1
	Haftada Bir Kez	1
	Ortalama Ayda Bir Kez	1
	Ortalama İki Ayda Bir Kez	1
Toplam	28	

Tablo 11’de görüldüğü gibi seyahate çıkma sıklığı kategorisi altında toplamda 23 tema oluşturulmuştur. Seyahate çıkma sıklığı kategorisine ait temalardan en çok; “yaz ayları” ve “seyahate çıkma sıklığının değişken olması” başlıkları ön plana

çıkmiştir. Oluşturulan bu kategorinin temalarına ait katılımcı cevaplarından bazı örneklerle aşağıda yer verilmiştir:

*“Nisan ayından itibaren ayda iki tane sürüş programımız mevcuttur. En az bir sürüşümüz de yurt dışına olmaktadır.”* (Ayda İki Tur; En Az Bir Yurt Dışı Turu) (K1)

*“uzun yola yılda 2 kez çıkıyoruz”* (Uzun Yol Sürüşleri Yılda İki Kez) (K2)

*“yaz aylarında ayda 2 defa seyahate çıkarım”* (Yaz Ayları; Ayda İki Kez) (K4)

*“Havaların güzel olduğu her hafta sonu seyahate çıkarım”* (Uygun Hava Durumunda Her Hafta Sonu) (K5)

*“yaz aylarında ayda 3 kez çıkıyorum”* (Yaz Ayları; Ayda Üç Kez) (K7)

*“oldukça sık seyahate çıkarım”* (Oldukça Sık) (K8)

*“seyahate çıkma sıklığı da genelde değişkenlik gösterir”* (Seyahate Çıkma Sıklığının Değişken Olması) (K9)

*“Yılda 2-3 kez bazen daha fazla gezilere katılıyorum”* (Ortalama Yılda İki-Üç Kez) (K10)

*“Seyahate çıkma sıklığı gezinin nereye yapılacağına göre değişir ama genelde ayda 2 kez olur”* (Gidilecek Yerin Uzaklığına Göre Değişmesi; Ayda İki Kez) (K11)

*“seyahat sıklığı iş durumuna göre değişken oluyor”* (İş Durumuna Göre Değişken Olması) (K12)

*“senede 3-4 defa uzun turlara çıkıyorum”* (Senede Üç-Dört Kez Uzun Turlar) (K13)

*“zaten yılın 12 ayı motosiklet kullanıcısıyım.”* (Yılın 12 Ayı) (K14)

“Yılda 5-6 gezi şeklinde oluyor.” (Yılda Beş- Altı Kez) (K17)

“1 gün için de 10-15 gün için de gidebilirim.” (Bir Gün; 10-15 Gün) (K19)

“Bu da yılda 3-4 defa olur genelde.” (Yılda Üç Dört Kez) (K20)

“1 veya 2 ayda 1 kez çıkıyorum.” (Bir veya İki Ayda Bir Kez) (K22)

“Kış sezonu hariç ortalama ayda 1 defa seyahate çıkarım” (Kış Sezonu Hariç Ayda Bir Defa) (K24)

“Haftada bir mutlaka seyahat ederim.” (Haftada Bir Kez) (K25)

“ortalama ayda 1 geziye çıkıyorum” (Ortalama Ayda Bir Kez) (K26)

“Genellikle 2 ayda 1 mutlaka gezi olur” (Ortalama İki Ayda Bir Kez) (K27)

### 3.8.8. Gezi Ortalama Süresi

Araştırmanın çalışma grubunu oluşturan katılımcıların gezi ortalama süresi hakkındaki görüşleri Tablo-12’de verilmiştir.

**Tablo-12. Katılımcıların Gezi Ortalama Süresi Hakkındaki Görüşleri**

Gezi Ortalama Süresi	Ortalama Üç-Beş Gün	1
	Her Hafta Günübirlik Turlar	1
	Genelde Üç-Dört Gün	2
	En Fazla Dört Gün	1
	Ortalama Üç Saat	1
	On Gün	1
	Konaklamasız Ortalama İki Saat	1
	Konaklamalı Ortalama Üç Hafta	1
	Ortalama Bir- Beş Gün Arası Sürmesi	1
	Gidilecek Yerin Uzaklığına Göre Değişmesi	1
	Günübirlik	1
	İki-Üç Gün	1

	Ortalama Beş-Altı Saat	1
	Ortalama Bir Hafta	3
	En Az Üç Gün	1
	Destinasyon Seçimine Göre Sürenin Değişimi	2
	Günler Sürecek Şekilde Planlanması	1
	Üç Beş Gün	1
	Dört-Beş Gün	1
	Ortalama En Fazla Beş Gün	1
	Ortalama Üç Gün	1
	Ortalama Üç- On Gün	1
	Ortalama Bir-İki Gün	1
	Altı-On Beş Gün Arası	1
	Ortalama İki Gün	1
	Toplam	29

Tablo 12’de görüldüğü gibi gezi ortalama süresi kategorisi kapsamında toplamda 25 tema oluşturulmuştur. Gezi ortalama süresi kategorisine ait temalardan en fazla; “ortalama bir hafta” ve “genelde üç-dört gün” başlıkları üzerinde durulmuştur. Oluşturulan bu kategorinin temalarına ait katılımcı cevaplarından bazı örneklere aşağıda yer verilmiştir:

*“bir gezi ortalama 3-5 gün sürüyor, daha kısa turlar ise her hafta günübürlük oluyor.”* (Ortalama Üç-Beş Gün; Her Hafta Günübürlük Turlar) (K2)

*“genelde 3-4 gün arası sürüyor.”* (Genelde Üç-Dört Gün) (K3)

*“bu seyahat maximum 4 gün sürer.”* (En Fazla Dört Gün) (K4)

*“ortalama 3 saat sürer.”* (Ortalama Üç Saat) (K5)

*“tek gezi 10 gün sürüyor.”* (On Gün) (K7)

*“ortalama süre 2 saat- 3 hafta (konaklamalar ile) gibi sürelerde değişiyor.”* (Konaklamasız Ortalama İki Saat; Konaklamalı Ortalama Üç Hafta) (K8)

*“bir gezi ortalama 1-5 gün arası sürer.”* (Ortalama Bir- Beş Gün Arası Sürmesi) (K9)

*“ortalama süreler gideceğimiz yerlerin uzaklığına göre değişiyor, bu bazen günübürlük olur, bazen de 2-3 gün sürebilir.”* (Gidilecek Yerin Uzaklığına Göre Değişmesi; Günübürlük; İki-Üç Gün) (K10)

*“süre olarak ise 3-4 gün arasında değişir.”* (Genelde Üç-Dört Gün) (K11)

*“ortalama 5-6 saat sürebiliyor.”* (Ortalama Beş-Altı Saat) (K12)

*“yaklaşık olarak 1 hafta falan sürüyor.”* (Ortalama Bir Hafta) (K13)

*“tek sefer seyahatim en az 3 gün sürüyor”* (En Az Üç Gün) (K14)

*“süre ise destinasyona göre değişiyor.”* (Destinasyon Seçimine Göre Sürenin Değişimi) (K15)

*“Turun süresi günleri buluyor.”* (Günler Sürecek Şekilde Planlanması) (K17)

*“Gezi süresi 3- 5 günü buluyor.”* (Üç-Beş Gün) (K18)

*“Bir tur ortalama 1 hafta sürüyor.”* (Ortalama Bir Hafta) (K19)

*“Bir gezi ise 4-5 gün sürebilir.”* (Dört-Beş Gün) (K20)

*“ortalama en fazla 5 gün denebilir.”* (Ortalama En Fazla Beş Gün) (K21)

*“Tur süresi de çoğunlukla 3 gün oluyor.”* (Ortalama Üç Gün) (K22)

*“seyahat süreleri ise genel olarak 3 gün ile 10 gün arasında farklılaşır.”* (Ortalama Üç- On Gün) (K24)

*“Bu seyahat ortalama 1-2 gün olur.”* (Ortalama Bir-İki Gün) (K25)

*“süre olarak 6-15 gün arası değişir.”* (Altı-On Beş Gün Arası) (K26)

*“bir seyahat ortalama 2 gün sürüyor.”* (Ortalama İki Gün) (K27)

### 3.8.9. Güvenlikle İlgili Yaşanan Sıkıntılar

Araştırmanın çalışma grubunu oluşturan katılımcıların güvenlikle ilgili yaşadıkları sıkıntılar hakkındaki görüşleri Tablo-13’te verilmiştir.

**Tablo-13. Katılımcıların Güvenlikle İlgili Yaşadıkları Sıkıntılar Hakkındaki Görüşleri**

Kategori	Temalar	Frekans (f)
Güvenlikle İlgili Yaşanan Sıkıntılar	Kendi Geliştirdikleri Güvenlik Kurallarından Dolayı Hiçbir Zaman Ödün Verilmemesi	1
	En Az İki Geziden Birinde Güvenlik Sorunu Yaşanması	1
	Taşıt/Araç Sürücülerinin Motosikletli Sürücülere Saygı Duymaması/Önemsememesi	19
	Bazen Güvenlik Sorunu Yaşanması	4
	Şehir İçi Sürüşlerin Güvensiz Olması	1
	Şehir Dışı Yolların Tehlikeli Olması	1
	Trafik Güvenliğinin Eksikliği	2
	Türkiye’de Motosiklet Kültürünün Olmaması	1
	Güvenlik Önlemlerinin Alınmasından Dolayı Sorun Yaşanmaması	6
	Yolların Bozuk Olması	3
	Güvenlik Endişesi/Kaygısı Duyulması	2
	Trafik Sorunu	2
	Hava Durumu	1
	Görüş Açısı Sığ Ortamlar	1
Toplam	45	

Tablo 13’te görüldüğü gibi güvenlikle ilgili yaşanan sıkıntılar kategorisi altında toplamda 14 tema belirlenmiştir. Bu kategoriye ait temalardan “taşıt/araç sürücülerinin motosikletli sürücülere saygı duymaması/önemsememesi, güvenlik önlemlerinin alınmasından dolayı sorun yaşanmaması, bazen güvenlik sorunu yaşanması” başlıkları üzerinde durulmuştur. Oluşturulan bu kategorinin temalarına ait katılımcı cevaplarından bazı örnekler aşağıda yer verilmiştir:

*“Bizim kendi geliştirdiğimiz güvenlik kurallarımız var. Dolayısıyla güvenlikten hiçbir zaman ödün vermiyoruz.”* (Kendi Geliştirdikleri Güvenlik Kurallarından Dolayı Hiçbir Zaman Ödün Verilmemesi) (K1)

*“En az 2 gezinin birisinde mutlaka karşılaşıyoruz, özellikle taşıt sürücüleri motorculara saygı duymuyor.”* (En Az İki Geziden Birinde Güvenlik Sorunu Yaşanması; Taşıt/Araç Sürücülerinin Motosikletli Sürücülere Saygı Duymaması) (K2)

*“İllaki bazen yaşıyorum. Araç sürücüleri motosiklet kullanıcılarını pek önemsemiyor.”* (Bazen Güvenlik Sorunu Yaşanması; Taşıt/Araç Sürücülerinin Motosikletli Sürücülere Saygı Duymaması/Önemsememesi) (K3)

*“Şehir içi sürüşler fazlasıyla güvensiz, şehir dışı yollar ise çok tehlikeli olabiliyor diğer şoförler motosiklet sürücülerini dikkate almıyor.”* (Şehir İçi Sürüşlerin Güvensiz Olması; Şehir Dışı Yolların Tehlikeli Olması; Taşıt/Araç Sürücülerinin Motosikletli Sürücülere Saygı Duymaması/Önemsememesi) (K4)

*“En önemli konu trafik güvenliği, motor kültürü ülkemizde yok maalesef bu yüzden sıkıntı yaşıyor.”* (Trafik Güvenliğinin Eksikliği; Türkiye’de Motosiklet Kültürünün Olmaması) (K5)

*“Tüm önlemlerimi alıyorum herhangi bir problemle karşılaşmıyorum.”* (Güvenlik Önlemlerinin Alınmasından Dolayı Sorun Yaşanmaması) (K7)

*“bozuk yollardan kaynaklanıyor.”* (Yolların Bozuk Olması) (K12)

*“Hiç sıkıntı yaşamadım ancak güvenlik endişesi duyuyorum.”* (Güvenlik Önlemlerinin Alınmasından Dolayı Sorun Yaşanmaması; Güvenlik Endişesi/Kaygısı Duyulması) (K19)

*“Genel olarak trafik.”* (Trafik Sorunu) (K20)

*“aşırı yağmur ve görüş açısı sığ ortamlar güvenlik açısından olumsuzluk oluşturuyor.”* (Hava Durumu; Görüş Açısı Sığ Ortamlar) (K21)

### **3.8.10. Seyahat Süresince Konaklama İhtiyacının Karşılama Durumu**

Araştırmanın çalışma grubunu oluşturan katılımcıların seyahat süresince

konaklama ihtiyacının karşılama durumu hakkındaki görüşleri Tablo-14’te verilmiştir.

**Tablo-14. Katılımcıların Seyahat Süresince Konaklama İhtiyacının Karşılama Durumu Hakkındaki Görüşleri**

Kategori	Temalar	Frekans (f)
Seyahat Süresince Konaklama İhtiyacının Karşılama Durumu	Sürüş Takvimi Hazırlandığında Konaklama Planlamasının Yapılması	1
	Genellikle Otellerde Konaklamanın Tercih Edilmesi	22
	Destinasyon Seçimine Göre Değişiklik Göstermesi	7
	Güvenlik Açısından Genellikle Motellerde Konaklamanın Tercih Edilmesi	5
	Destinasyon Seçimine Göre Otellerde Konaklamanın Tercih Edilmesi	1
	Evlerde Konaklamanın Tercih Edilmesi	1
	Pansiyon	4
	Resort	3
	Motosiklet Gruplarının Yaptığı Organizasyonlarda Belirtilen Oteller	2
	Güvenlik Önlemleri Yüksek Olan Otellerde Konaklamanın Tercih Edilmesi	1
	Genellikle Önceden Rezervasyon Yapılan Belli Standartların Üzerindeki Konaklama Yerleri	1
	Evler	2
	Yolda Konaklama Yerlerinin Belirlenmesi	2
	Temiz ve Ekonomik Otellerin Tercih Edilmesi	1
	Güvenli Alanlarda Kamp Şeklinde Konaklamanın Tercih Edilmesi	1
	Tanıdık Yerler	1
	Misafir Olarak Konaklama	1
	Otopark	1
Toplam		57

Tablo 14’te görüldüğü gibi seyahat süresince konaklama ihtiyacının karşılama durumu kategorisi kapsamında toplamda 18 tema tespit edilmiştir. Seyahat süresince konaklama ihtiyacının karşılama durumu kategorisine ait temalardan en çok; “genellikle otellerde konaklamanın tercih edilmesi” ve “destinasyon seçimine göre değişiklik göstermesi” başlıkları üzerinde durulmuştur. Oluşturulan bu kategorinin



temalarına ait katılımcı cevaplarından bazı örneklere aşağıda yer verilmiştir:

*“Daha önce de belirttiğim gibi, sürüş takvimimiz hazırlandığında konaklama planlamasını da yapıyoruz, genelde otelleri tercih ediyoruz.”* (Sürüş Takvimi Hazırlandığında Konaklama Planlamasının Yapılması; Genellikle Otellerde Konaklamanın Tercih Edilmesi) (K1)

*“Çoğunlukla otel gibi tesislerde kalıyoruz.”* (Genellikle Otellerde Konaklamanın Tercih Edilmesi) (K2)

*“Mümkün olduğunca otellerde konaklıyorum. Konuma göre değişiyor.”* (Genellikle Otellerde Konaklamanın Tercih Edilmesi; Destinasyon Seçimine Göre Değişiklik Göstermesi) (K3)

*“Güvenlik açısından genelde motelleri tercih ediyorum onun dışında bazı yerlerde de oteller de kalıyorum.”* (Güvenlik Açısından Genellikle Motellerde Konaklamanın Tercih Edilmesi; Destinasyon Seçimine Göre Otellerde Konaklamanın Tercih Edilmesi) (K4)

*“Seyahatlerimde oteller veya evlerde konaklamak daha iyi oluyor.”* (Genellikle Otellerde Konaklamanın Tercih Edilmesi; Evlerde Konaklamanın Tercih Edilmesi) (K5)

*“Destinasyonun bulunduğu bölgeye göre değişiyor genelde pansiyon, otel, resort gibi tesislerde kalıyorum.”* (Destinasyon Seçimine Göre Değişiklik Göstermesi; Pansiyon; Genellikle Otellerde Konaklamanın Tercih Edilmesi; Resort) (K8)

*“Grubun yaptığı organizasyonlarda belirtilen otellerde konaklıyoruz.”* (Motosiklet Gruplarının Yaptığı Organizasyonlarda Belirtilen Oteller) (K10)

*“Benim için en önemli nokta güvenlidir bu yüzden güvenlik önlemleri yüksek otellerde konaklıyorum.”* (Güvenlik Önlemleri Yüksek Olan Otellerde Konaklamanın Tercih Edilmesi) (K16)

“Genelde önceden rezervasyon yaptığım ve belli standartların üzerinde yerler seçiyorum.” (Genellikle Önceden Rezervasyon Yapılan Belli Standartların Üzerindeki Konaklama Yerleri) (K17)

“evlerde konaklıyorum.” (Evler) (K19)

“Yolda temiz ve daha ekonomik otelleri tercih ediyoruz.” (Yolda Konaklama Yerlerinin Belirlenmesi; Temiz ve Ekonomik Otellerin Tercih Edilmesi) (K20)

“Otellerde ya da güvenli bulduğum alanlarda kamp şeklinde konaklama ihtiyacını hallediyorum.” (Genellikle Otellerde Konaklamanın Tercih Edilmesi; Güvenli Alanlarda Kamp Şeklinde Konaklamanın Tercih Edilmesi) (K24)

“Belli olmuyor çok, otellerde veya tanıdık yerler varsa eğer oralarda misafir olarak konaklıyorum.” (Yolda Konaklama Yerlerinin Belirlenmesi; Genellikle Otellerde Konaklamanın Tercih Edilmesi; Tanıdık Yerler; Misafir Olarak Konaklama) (K25)

“Çoğunlukla otoparkı” (Otopark) (K27)

### 3.8.11. Motosikletle Seyahat Etmenin Olumlu Etkileri

Araştırmanın çalışma grubunu oluşturan katılımcıların motosikletle seyahat etmenin olumlu etkileri hakkındaki görüşleri Tablo-15’te verilmiştir.

**Tablo-15. Katılımcıların Motosikletle Seyahat Etmenin Olumlu Etkileri Hakkındaki Görüşleri**

Kategori	Temalar	Frekans (f)
Motosikletle Seyahat Etmenin Olumlu Etkileri	Özgürlük Hissi	10
	Rüzgarın Etkisinin Hissedilmesi	2
	Akış Etkisi	12
	Stresten Uzaklaşmak	14
	İyi Hissetmek	11
	Haz Almak	5
	Heyecan	3

	Sosyal Yönler	6
	Macera	1
	Motivasyon	1
	Deneyim	1
	Yeni Yerler Görmek	2
	Toplam	68

Tablo 15’te görüldüğü gibi motosikletle seyahat etmenin olumlu etkileri kategorisi altında toplamda 12 tema belirlenmiştir. Bu kategoriye ait temalardan “stresten uzaklaşmak,” “akış etkisi,” “iyi hissetmek” başlıkları üzerinde durulmuştur. Oluşturulan bu kategorinin temalarına ait katılımcı cevaplarından bazı örnekler aşağıda verilmiştir:

*“Motosiklet bizim için özgür bir ruh anlamı taşımaktadır. Rüzgarın etkisini hissetmek bizi her zaman mutlu ediyor.”* (Özgürlük Hissi; Rüzgarın Etkisinin Hissedilmesi) (K1)

*“Dikkat toplamak ve her şeyden uzaklaşmak adına iyi geliyor. Motosiklet kullanırken kendimi çok iyi hissediyorum.”* (Akış Etkisi; Stresten Uzaklaşmak; İyi Hissetmek) (K2)

*“Motor sürmek farklı bir keyiftir.”* (Haz Almak) (K3)

*“Çoğunlukla insana olumlu etkiler bırakıyor mesela mutlu ediyor, heyecan veriyor.”* (Haz Almak; Heyecan) (K4)

*“İlk olarak özgürlük bunun yanı sıra stresten uzaklaştırır, arabayla seyahat ederken gözden kaçırdıklarınızı görürsünüz, havayı koklarsınız.”* (Özgürlük Hissi; Stresten Uzaklaşmak; Akış Etkisi) (K5)

*“Sürüş insanın iyi hissetmesini sağlıyor bununla birlikte özgürlük iyi geliyor.”* (İyi Hissetmek; Özgürlük Hissi) (K6)

*“Gerek mental, gerek fiziksel olarak genç, dinç kalmamı, sosyal olmamı sağlıyor.”* (İyi Hissetmek; Sosyal Yönler) (K8)

“Kafa dinleme açısından iyi gelme, kendini yenileme ve macera duygusunu doyusya yaşama gibi farklı etkileri vardır.” (Akış Etkisi; Stresten Uzaklaşmak; Macera) (K11)

“Moral ve motivasyonumu sürekli yüksek tutmak pozitif düşünmek ve hayata daha sıkı sarılmak yaşama sevinci ve yeni projeler kapsamında üretkenliğimi arttırmak gibi olumlu etkileri vardır.” (Akış Etkisi; Stresten Uzaklaşmak; Motivasyon; İyi Hissetmek) (K15)

“Seyahat etmekten çok daha fazlası aslında. Yolculuğun tamamı başından sonuna kadar bir deneyim ve keyif demektir.” (Akış Etkisi; Deneyim; Haz Almak) (K17)

“Motosikletle seyahatin pek çok faydası vardır. Stres atma, yeni yerler görme, farklı insanlarla tanışma bunlardan bazılarıdır.” (Stresten Uzaklaşmak; Yeni Yerler Görmek; Sosyal Yönler) (K18)

“Arabayla geçmek istemediğim doğa harikası yerleri keşfetmek, özgür hissetmek bana sağladığı faydalar arasındadır.” (Yeni Yerler Görmek; Özgürlük Hissi) (K23)

### 3.8.12. Seyahatlerin Gerçekleştirildiği Güzergahlar (Rota)

Harley Davidson grubu üyelerinin seyahatlerin gerçekleştirildiği güzergahlar (rota) hakkındaki görüşleri Tablo 16’da verilmiştir.

**Tablo-16. Katılımcıların Seyahatlerin Gerçekleştirildiği Güzergahlar (Rota) Hakkındaki Görüşleri**

Kategori	Temalar	Frekans (f)
	Türkiye’nin Hemen Hemen Tüm Coğrafi Bölgeleri	8
	Genellikle Ege Bölgesi	1
	Yakın İller	1
	Kendiliğinden Belirlenen Rotalar	1
	Batı Bölgesi	2

Seyahatlerin Gerçekleştirildiği Güzergahlar (Rota)	Kaliteli Yol Güzergahları	1
	Güney Bölgesindeki İller	1
	Sahil veya Göl Kenarındaki Yerlerin Tercih Edilmesi	2
	Ege ve Akdeniz Bölgesi	5
	Sabit Rota Olmaması	5
	Avrupa	2
	Minimum 200 Km Yurtiçi Ya Da Yurtdışı Rotalar	1
	Sezona Göre Değişiklik Göstermesi	1
	Dinamik Güzergahlar	9
	Doğa Güzergahları	9
	Turistik Güzergahlar	2
	Deniz Kıyısına Yakın Destinasyon Yeri Seçimi	3
	Motosiklet Grubunun Belirlediği Rotalar	1
	Karadeniz Bölgesi	1
Toplam	56	

Tablo 16’da görüldüğü gibi seyahatlerin gerçekleştirildiği güzergahlar (rota) kategorisi kapsamında toplamda 19 tema oluşturulmuştur. Bu kategoriye ait başlıklardan en fazla; “Türkiye’nin hemen hemen tüm coğrafi bölgeleri,” “dinamik güzergahlar” ve “doğa güzergahları” temaları üzerinde durulmuştur. Oluşturulan bu kategorinin temalarına ait katılımcı cevaplarından bazı örnekler aşağıda yer verilmiştir:

*“Hemen hemen Türkiye’nin bütün bölgelerine seyahat ediyoruz. Sürüş takvimimizde gidilecek rotalar Ocak ayında belirleniyor. Genelde Ege taraflarına, bunun dışında spontane olarak yakın illere de seyahat ediyoruz. Bizim yıllık olarak yaptığımız kilometre 20.000 ila 25.000 arasındadır.”*  
(Türkiye’nin Hemen Hemen Tüm Coğrafi Bölgeleri; Genellikle Ege Bölgesi, Yakın İller) (K1)

*“Tam bir güzergah şeklinde değil de neresi denk gelirse sürüyoruz.”*  
(Kendiliğinden Belirlenen Rotalar) (K2)

*“Daha çok batıya seyahat ediyorum. Genelde kaliteli yolları tercih ediyorum.”*

(Batı Bölgesi; Kaliteli Yol Güzergahları) (K3)

*“Genelde iklimden dolayı güney illere seyahat ederim.”* (Güney Bölgesindeki İller) (K4)

*“Hayaller sahil veya göl kenarı olur ama gerçekler neresi olursa olsun yeter ki motor olsun her yer olur.”* (Sahil veya Göl Kenarındaki Yerlerin Tercih Edilmesi; Türkiye'nin Hemen Hemen Tüm Coğrafi Bölgeleri) (K5)

*“Ege ve Akdeniz bölgesi başta olmak üzere Türkiye'nin her yerine seyahat ediyoruz.”* (Ege ve Akdeniz Bölgesi; Türkiye'nin Hemen Hemen Tüm Coğrafi Bölgeleri) (K6)

*“Öyle sabit bir rota yok Avrupa'da dahil olmak üzere Türkiye'nin her yerine seyahat ediyorum.”* (Sabit Rota Olmaması; Avrupa; Türkiye'nin Hemen Hemen Tüm Coğrafi Bölgeleri) (K7)

*“Yurt içi, yurtdışı minimum 200 km olmak üzere limitsiz kilometre sezona göre değişir. Yeter ki güzergah bol virajlı ve doğa ile dolu olsun.”* (Minimum 200 Km Yurtiçi Ya Da Yurtdışı Rotalar; Sezona Göre Değişiklik Göstermesi; Dinamik Güzergahlar; Doğa Güzergahları) (K8)

*“Turistik olan ve doğal güzellikleri bulunan rotalar üzerinde seyahat ediyorum.”* (Turistik Güzergahlar; Doğa Güzergahlar) (K9)

*“Güzergahlarımız hep asfalt yol olur, şehirlerarası yollar. Eğer varsa o rotada motosiklet kullanmayı daha zevkli hale getiren kıvrımlı ama yine asfalt yolları tercih ederiz.”* (Dinamik Güzergahlar) (K10)

*“Daha çok Türkiye genelinde ve denize yakın destinasyonları tercih ediyorum.”* (Türkiye'nin Hemen Hemen Tüm Coğrafi Bölgeleri; Deniz Kıyısına Yakın Destinasyon Yeri Seçimi) (K12)

*“Güzergah değişkendir yani her yön olabilir.”* (Sabit Rota Olmaması; Türkiye'nin Hemen Hemen Tüm Coğrafi Bölgeleri) (K13)

*“Grubun önceden kararlaştırdığı rotadan ilerliyoruz. Bu rota genelde batı tarafına olur. Benim de kafama yatarsa geziye katılıyorum.”* (Motosiklet Grubunun Belirlediği Rotalar; Batı Bölgesi) (K18)

*“Doğayı fazlasıyla seviyorum bu yüzden mutlaka Karadeniz’e seyahat ediyorum onun haricinde Akdeniz ve Ege bölgesi oluyor.”* (Doğa Güzergahları; Karadeniz Bölgesi, Ege ve Akdeniz Bölgesi) (K24)



## SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu araştırmada Türkiye’de motosiklet turizmini değerlendirmek ve bu kapsamda özel motosiklet gruplarından biri olan Harley Davidson grubu üyelerinin deneyimlerini ve görüşlerini incelemek amaçlanmıştır. Veriler incelendiğinde Harley Davidson motosiklet grubu üyelerinden oluşan katılımcıların görüşleri 13 ana kategori altında toplanmıştır. Bu kategoriler; motosiklet kullanım süresi, motosikletle seyahat etmeye başlama durumları, seyahat tercihi ve nedeni, seyahat etme nedeni seyahat öncesi üzerinde planlama yapılan faktörler, gezi tarihlerinin belirlenme şekli seyahate çıkma sıklığı, gezi ortalama süresi, güvenlikle ilgili yaşanan sıkıntılar seyahat süresince konaklama ihtiyacının karşılama durumu, motosikletle seyahat etmenin olumlu etkileri ve seyahatlerin gerçekleştirildiğı güzergahlar (rota) şeklinde belirlenmiştir.

Katılımcıların motosiklet kullanım süresi hakkındaki görüşlerine ilişkin bulgular incelendiğinde değişkenlik olduğı görülmüştür. Motosiklet kullanım süresi kategorisi altında 33 tema belirlenmiştir. Temalardan en sık tekrar edenlerin; 7 yıl küçüklükten beri ve çocukluktan beri ilgisi olanlar başlıkları olduğı tespit edilmiştir. Harley Davidson motosiklet grubu üyeleri genel olarak motosiklete ilgisi olan motosiklet tutkunu bireylerden oluşmaktadır.

Katılımcıların motosikletle seyahat etmeye başlama durumları hakkındaki görüşlerine ilişkin bulgular ele alındığında bu kategori altında 11 tema oluşturulmuştur. Temalardan en çok tekrar edenlerin ise; motosiklet grupları, ilgi duymak/artması ve ulaşım aracı olarak kullanmak başlıkları olduğı belirlenmiştir. Harley Davidson motosiklet grubu üyelerinin seyahat etmeye başlamalarında motosiklet gruplarının etkili olduğı ve motosiklete ilgi duymak, motosikleti ulaşım aracı olarak kullanmak gibi nedenlerin ön planda olduğı görülmektedir.

Katılımcıların seyahat tercihleri ve nedenleri hakkındaki görüşlerine ilişkin bulgular ele alındığında 2 kategori altında toplam 15 tema oluşturulmuştur. Seyahat tercihi kategorisi için 7 tema belirlenmiştir. Bunlardan bazıları; kalabalık grupla seyahat etmek, yalnız seyahat etmek, hem kalabalık hem de bireysel seyahat etmek



şeklindedir. Seyahat tercih nedenleri kategorisi altında ise 8 tema oluşturulmuştur. En sık tekrar edenlerin; haz almak ve avantajlı olması başlıkları olduğu belirlenmiştir.

Katılımcıların seyahat etme nedeni hakkındaki görüşlerine ilişkin bulgular incelendiğinde bu kategori altında 14 tema oluşturulmuştur. Temalardan en çok üzerinde durulanlar; motor tutkusu, gidilecek farklı yerlerin keşfi ve özgürlük hissi/tutkusu başlıkları olmuştur. Bulgulara göre Harley Davidson motosiklet grubu üyelerinin motor tutkusu ve gidilecek farklı yerlerin keşfi için seyahat ettikleri görülmektedir.

Katılımcıların seyahat öncesi üzerinde planlama yapılan faktörler hakkındaki görüşlerine ilişkin bulgular incelendiğinde bu kategori altında 25 tema oluşturulmuştur. Temalardan en çok tekrar edenlerin; yol durumu, hava durumu ve kalınacak yer başlıkları olduğu tespit edilmiştir. Harley Davidson motosiklet grubu üyeleri seyahat öncesinde yol durumu, hava durumu ve kalınacak yer gibi unsurlara dikkat etmektedir.

Katılımcıların gezi tarihlerinin belirlenme şekli hakkındaki görüşlerine ilişkin bulgular ele alındığında bu kategori altında 15 tema belirlenmiştir. Temalardan en sık tekrar edenlerin; hava durumu ve fırsat bulunan zamanlarda başlıkları olduğu görülmektedir. Bulgulara göre seyahatler, hava durumu dikkate alınarak fırsat bulunan zamanlarda düzenlenmektedir.

Katılımcıların seyahate çıkma sıklığı hakkındaki görüşlerine ilişkin bulgular incelendiğinde bu kategori altında 23 tema oluşturulmuştur. Temalardan en çok; yaz ayları ve seyahate çıkma sıklığının değişken olması başlıkları üzerinde durulmuştur.

Katılımcıların gezi ortalama süresi hakkındaki görüşlerine ilişkin bulgular ele alındığında bu kategori için 25 tema belirlenmiştir. Temalardan en sık tekrar edenlerin; ortalama bir hafta ve genelde üç-dört gün başlıkları olduğu tespit edilmiştir. Bulgulara göre gezi ortalama süresi genelde üç-dört gün ve ortalama bir hafta şeklinde olmaktadır.

Katılımcıların güvenlikle ilgili yaşadıkları sıkıntılar hakkındaki görüşlerine ilişkin bulgular incelendiğinde güvenlikle ilgili yaşanan sıkıntılar kategorisi altında 14 tema oluşturulmuştur. Güvenlikle ilgili yaşanan sıkıntılar kategorisi için en sık tekrar eden temaların; taşıt/araç sürücülerinin motosikletli sürücülere saygı duymaması/önemsememesi, güvenlik önlemlerinin alınmasından dolayı sorun yaşanmaması ve bazen güvenlik sorunu yaşanması başlıkları olduğu tespit edilmiştir. Harley Davidson motosiklet grubu üyeleri genellikle diğer araç sürücülerinin saygı duymaması sonucunda güvenlikle ilgili sorunlarla karşılaşabilmektedirler.

Katılımcıların seyahat süresince konaklama ihtiyacının karşılama durumu hakkındaki görüşlerine ilişkin bulgular incelendiğinde bu kategori altında 18 tema oluşturulmuştur. Temalardan en sık tekrar edenlerin; genellikle otellerde konaklamanın tercih edilmesi, destinasyon seçimine göre değişiklik göstermesi ve güvenlik açısından genellikle motellerde konaklamanın tercih edilmesi başlıkları olduğu belirlenmiştir. Motosikletli seyahatlerde genellikle otellerde konaklama tercih edilmektedir.

Katılımcıların motosikletle seyahat etmenin olumlu etkileri hakkındaki görüşlerine ilişkin bulgular ele alındığında bu kategori altında 12 tema belirlenmiştir. En sık tekrarlanan temalar ise; stresten uzaklaşmak, iyi hissetmek ve özgürlük hissi olarak tespit edilmiştir. Motosikletli seyahatler stresten uzaklaşmak, iyi hissetmek ve özgürlük gibi olumlu etkilere sahiptir.

Katılımcıların seyahatlerin gerçekleştirildiği güzergahlar (rota) hakkındaki görüşlerine ilişkin bulgular incelendiğinde bu kategori kapsamında 19 tema oluşturulmuştur. Oluşturulan temalardan en çok tekrar edenlerin; doğa güzergahları, dinamik güzergahlar ve Türkiye'nin hemen hemen tüm coğrafi bölgeleri başlıkları olduğu belirlenmiştir. Harley Davidson motosiklet grubu üyeleri yurt içi ve yurt dışı pek çok güzergah üzerinde seyahatler gerçekleştirmektedirler.

Bulgular sonucunda Harley Davidson motosiklet grubu (Harley Owners Group) üyelerinin genel görüşleri ortaya konulmuştur. Bu kapsamda grup üyelerinin genel olarak benzer görüşlere sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırmanın diğler bir amacı kapsamında Türkiye’de motosiklet turizmi rotaları belirlenmiştir. Bu kapsamda çeşitli güzergahların bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırmanın amacı kapsamında elde edilen bilgiler incelendiğinde Türkiye’de motosiklet turizminin henüz istenilen seviyede olmadığı görülmektedir. Motosiklet turizmi pazarının ayrı bir turizm alanı olarak değerlendirilmemesi ve gereken önemin verilmemesi bu durumun sebepleri olarak açıklanabilir. Bu kapsamda turizm sektöründeki yöneticilere ve devletin ilgili birimlerine önemli görevler düşmektedir. Motosiklet turizmini geliştirmek adına pek çok faaliyet yürütülebilir. Örneğin destinasyonlarda ilgi çekici motosiklet güzergahları oluşturulabilir. Motosiklet etkinlikleri, festivaller daha çok organize edilerek Türkiye geneline yaygınlaştırılabilir. Motosiklet turizmini tanıtmak için çeşitli faaliyetler düzenlenebilir. Motosiklet ile seyahat edenler için en önemli konu olan güvenlik ile ilgili çeşitli çalışmalar yürütülebilir. Güvenlik önlemleri kapsamında motosiklet sürücüleri için özel şeritler oluşturulabilir.

Bu araştırmanın, turizm literatüründeki akademik çalışmalara destek olacağı düşünülmektedir. Ayrıca yeni bir turizm modeli olan motosiklet turizminin gelişmesine önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir.

Bu araştırma, nitel araştırma yöntemi ile gerçekleştirilmiştir. Gelecekte yapılacak araştırmalarda nicel araştırma yöntemlerinin kullanılması ve motosiklet turizminin derinlemesine incelenmesi önemli sonuçların elde edilmesi açısından büyük önem taşıyacaktır.

Sonraki araştırmalarda motosiklet turizmi kapsamında çeşitli özel motosiklet gruplarının incelenmesinin turizm literatürüne önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir. Ayrıca gelecekte yapılacak araştırmalarda turistlerin motosiklet turizmine yönelik beklenti ve algılarının ölçülmesi, motosiklet turizmi literatürünün gelişmesi noktasında önemli sonuçlar ortaya koyabilecektir.

## KAYNAKÇA

- Abutalibov, N. (2019). *Motosikletle Seyahat Eden Turistlerin Motivasyon Unsurlarının Belirlenmesi*. Yüksek Lisans Tezi. Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi. Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Sakarya.
- Adam, J., Munro, S. (2009). *Etape caledonia economic impact assessment 2009*. Report for Perth and Kinross Council, EKOS Ltd., UK: Glasgow.
- Akoğlan Kozak, M. ve Bahçe, S. (2012). *Özel İlgi Turizmi*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Albayrak, A. (2013). *Alternatif Turizm*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Alkan, C. E. (2011). *Alternatif Turizm Ürünleri. Uluslararası Turizm İşletmeciliği*. (İ. Pınar, Dü.) Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Altınay, M. (1996). *Alternatif Turizm. Türsab Dergi*, 151, 59-60. İstanbul.
- Altundaş, E. (2015). *Erkekliğin İnşa Edildiği Bir Alan Olarak Motosiklet Kulüpleri: Toplumsal Cinsiyet Kodlarına ve Kimlik İnşasına İlişkin Nitel Bir Çalışma*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.
- Alvarado-Sizzo, I., Frejomil, E. P. ve Crispín, Á. S., (2017). *Religious Tourism in Southern Mexico: Regional Scopes of The Festival of The Immaculate Conception*, *Geoforum*, 83, 14-25.
- Andaç, F. (2003). *Turizm Hukuku, Detay Anatolia Akademik Yayıncılık Ltd.*, Ankara, 5.
- Austin, D. M. ve Gagné, P. (2008). *Community in a Mobile Subculture: The World of The Touring Motorcyclist*. In *Studies in Symbolic Interaction*, 411-437. Emerald Group Publishing Limited.
- Arpacı, Ö., Zengin, B. ve Batman, O. (2012). “Karamanın Mağara Turizmi Potansiyeli ve Turizm Açısından Kullanılabilirliği”, *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 59-64.
- Ay, M. ve Özel, Ç. H. (2019). *Postmodern Turist Deneyimi: Motosikletli Kadın Gezinler Üzerine Bir Değerlendirme*. Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi, 9(2), 630-645.
- Aydın, O., (2012). *AB’de Kırsal Turizmde İlk 5 Ülke ve Türkiye’de Kırsal Turizm*, *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14 (23), 39-46.
- Aymankuy, Y. (1996). *Kongre Turizminin Gelişimi Ve Türkiye’de Kongre Turizmi*.

İstanbul: Turizmde Seçme Makaleler: 24, Turizm Geliştirme ve Eğitim Vakfı Yayını.

Bahar, O. (2003). Kitle Turizminin Çevre Üzerindeki Olumsuz Etkileri: Bodrum Örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 14 (2), 150-158.

Bakırcı, Mehmet, (2002). *'Eko Turizm'*, Çevre Planlama ve Altyapı, II. Turizm Şurası, Ankara.

Barutçugil, İ. S. (1989). Turizm İşletmeciliği, *Beta Basım Yayım ve Dağıtım A.Ş.*, 3. Baskı, İstanbul, 16.

Barutçu, R. (2015). Motosiklet El Kitabı. İstanbul: Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu.

Bekir, S. (2008). “Çoruh Vadisi İspir, Uzundere, Yusufeli Kuş Gözlem Araştırmaları Raporu”, Doğu Anadolu Turizm Geliştirme Projesi.

Bektaş, F., (2010). *Kaçkar Havzası Trekking Parkurlarının Spor Turizmi Bakımından Değerlendirilmesi*, Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Bentley, T. A., Cater, C. ve Page, S. J. (2010). Adventure and Ecotourism Safety in Queensland: Operator Experiences and Practice. *Tourism Management*, 31(5), 563-571.

Birjakov, M. B. (2007). *Turizme Giriş*. Sankt-Peterburg: Gerda.

Birkan, İ. (2001). Sürdürülebilir Bir Turizm İçin., *Turizmde Vizyon*, 1 (3): 27-32.

Blasco, A. C. A. (2001). *Transporte y Turismo*. Madrid: Sintesis.

Cater, C. (2012). *Motorcycle Tourism in Ceredigion*. Tourism Society.

Cihelkova, P. (2012). *Mototuristika – Cestovaní Na Motorce V Ceske Republice A Jeho Vazba Na Cestovni Ruch* (Yüksek Lisans Tezi). Prag Ekonomi Üniversitesi, Çekya.

Cottrell, S. Von Der Duim R., Ankersmid P., Kelder L. (2004). Measuring The Sustainability of Tourism in Manue Antonio and Texel: A Tourist Perspective. *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 12, No. 5, p. 409-431.

Chalmers, W. D. (2011). On The Origin Of The Species Homo Touristicus: The Evolution Of Travel From Greek Spas To Space Tourism. Bloomington: I Universe INC.

Çakıcı, C. ve Harman, S. (2006). “Kuş Gözlemciliğinin Önemi: Türkiye’de Kuş

- Gözlemcilerinin Profili”, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 17(2), 161-168.
- Çakıcı, A. C. (2009). *Toplantı Yönetimi, Kongre, Konferans, Seminer ve Fuar Organizasyonları*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Çakır, M. ve Bostan, A. (2000). Turizm Sektörünün Ekonominin Diğer Sektörleri ile Bağlantılarının Girdi-Çıktı Analizi ile Değerlendirilmesi, *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, Eylül-Aralık, 36.
- Çağlı, I. B., (2012). *Türkiye’de Yerel Kültürün Turizm Odaklı Kalkınmadaki Rolü: Gastronomi Turizmi Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Çelik Uğuz, S., ve Özbek, V. (2018). Destinasyon Sadakatini Etkileyen Faktörler: Bisiklet Turizmi ve Burhaniye Bisiklet Festivali Örneği. *International Review of Economics and Managemet*, 6 (2), 87-88.
- Çubuk, M. (1981). Şehircilik Bilim Dalında Bir İnceleme. (*Basılmamış Doktora Tezi*). İstanbul: Mimar Sinan Üniversitesi Mimarlık Fakültesi.
- Çuhadar, M., 2006, Turizm Sektöründe Talep Tahmini İçin Yapay Sinir Ağları Kullanımı ve Diğer Yöntemlerle Karşılaştırmalı Analizi (Antalya İlinin Dış Turizm Talebinde Uygulama) *Yayınlanmamış Doktora Tezi*, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Isparta.
- Çolak, O. (2009). Turistik Ürün Çeşitlendirme Kapsamında Kırsal Turizm ve Kırsal Turizm İşletmeciliği: Şirince Örneği. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Aydın: Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Delice, K. (2012). *Kongre Turizmi ve Türkiye’deki Toplantılarda Katılımcı Algularının İncelenmesi; Antalya Yöresinde Bir Uygulama*, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Antalya: Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Ana Bilim Dalı.
- Demiroğlu, O. C. (2014). *Kıy Turizmi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Dinç, Y. (2021). Sualtı Turizmi ve Türkiye’de Sualtı Dalış Noktaları Hakkında Görgül Bir Araştırma (Ayvalık Örneği). *Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi* 4 (5) 469-486.
- Dinçer, M. Z. (1993). *Turizm Ekonomisi ve Türkiye Ekonomisinde Turizm*. İstanbul: Filiz Kitabevi.
- Duman, S., Şahin, H. M., Uluç, E. A., Bulut, Ç. (2021). *Spor Turizminin Türkiye Açısından Ekonomik Boyutu*. Gaziantep Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi 6 (4), 374.

- Duran, C. (2012). “Türkiye’de Dağlık Alanların Kırsal Turizm Açısından Önemi”, KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, Cilt: 14, Sayı: 22, 45-52.
- Duran, E. (2011). Turizm, kültür ve kimlik ilişkisi; turizmde toplumsal ve kültürel kimliğin sürdürülebilirliği. *İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Dergisi*. 10 (19), 291-313.
- Doeden, M., ve Smith, G.(Ed). (2007). *Motocicletas / Motorcycles*. Mankato: Capstone Press.
- Doğaner, S. (2001). *Türkiye Turizm Coğrafyası*. İstanbul: Çantay Kitabevi.
- Dünya Turizm Örgütü UNWTO. (2021). <https://www.unwto.org/search?keys=tourism>, (Erişim: 02.06.2021).
- Erdoğan, C. (2006). *İzmir İli Kongre Turizmi Arz Potansiyelinin İncelenmesi ve Geliştirilmesine Yönelik Bir Araştırma*, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı.
- Erdoğan, H. (1995). *Uluslararası Turizm*, Bursa: Uludağ Üniversitesi Yayını.
- Erdoğan, N. (2003). “Kitle Turizmi, Alternatif Turizm ve Ekoturizmde Sürdürülebilirlik Üzerine Bir Değerlendirme”, Türkiye’nin Alternatif Turizm Potansiyeli ve Güncel Sorunları Konferansı, 3-4 Mayıs 2003, Çankırı.
- Ertaş, M. ve Aktaş, G. (2017). Rekreatif Gruplarda Seyahat Etme Nedenleri: Motosiklet Kullanıcıları Üzerine Bir İnceleme. *18. Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı* içinde (s. 18-22), Mardin: Artuklu Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu.
- Ensanian, A. (2016). *Discovering The Motorcycle: The History. The Culture. The Machines*. US: Equus Potential Publishing.
- Fischer, J. ve Flegg, J. (1974). *Watching Birds*, London: T & AD Poyser.
- Glamser, F. D. (2003). Women Motorcyclists: Childhood Foundations and Adult Pathways. *Free Inquiry in Creative Sociology*, 31(2), 183-194.
- Gökdeniz, A. (1994), *Turistik Ürün Çeşitlendirme Stratejisi ve Türkiye’de Üçüncü Yaş Turizminin Yapısal Analizi ve Geliştirilmesi*, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı Doktora Tezi, Balıkesir.
- Güdük, T. (2019). Mersin İlinin Spor Turizm Potansiyelinin Swot Analizi Yöntemiyle İncelenmesi. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Mersin

Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Mersin.

Güler, Ç., Tekbaş, F. ve Vaizoğlu, S. A. (2001). Turizm ve Çevre Sağlığı. Standart Dergisi, 40 (480): 22-26.

Güzel, F. Ö. (2010). Turistik Ürün Çeşitlendirmesi Kapsamında Yeni Bir Dinamik: İnanç Turizmi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 2 (2), 87-100.

Griffin, K. ve Raj, R., (2017). The Importance of Religious Tourism and Pilgrimage: Reflecting on Definitions, Motives and Data, *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 5 (3), Article 2.

Hacıoğlu, N. ve Avcıkurt, C., (2008). Turistik Ürün Çeşitlendirmesi, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Hall, C. M. ve Mitchell, R. D., (2000). We Are What We Eat, *Tourism Culture & Communication*, 2 (1), 29-37.

Hall, C. M. ve Mitchell, R. D., (2001). Wine and Food Tourism, (Editör: Hall, C. M.) *Food Tourism Around The World*, p. 307-329.

Haigh, J. ve Crowther, G. (2005). Interpreting Motorcycling Through Its Embodiment in Life Story Narratives. *Journal of Marketing Management*, 21(5-6), 555-572.

Harley Davidson Motosiklet Grubu. (2022). <https://www.harley-davidson.com/tr/tr/content/hog/local-chapters.html>, (Erişim: 14.08.2022).

Hazar, A. (2014). *Rekreasyon ve Animasyon*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Hocaoğlu, Ö. L. (1992). *Av Kuşlarımız*, Ankara: Orman Bakanlığı Yayın Dairesi Başkanlığı.

Hvenegaard, G. T., Butler, J. R. ve Krystofiak, D. K. (1989). "Economic Values of Bird Watching at Point Pelee National Park", *Wildlife Society Bulletin*, Cilt: 17, Sayı: 4, 526-531.

İçöz, O. (2001). *Turizm İşletmelerinde Pazarlama: İlkeler ve Uygulamalar* (2 b.). Ankara: Turhan Kitabevi.

İçöz, O., Kozak, M. (1998). *Turizm Ekonomisi*. Ankara: Turhan Kitabevi.

Jacquemont, A. Ve Filion, F. (1987). "The economic significance of birds in Canada" *The value of Birds*, Cambridge: Tech. Publication, 15-21.

Jubayeva, A. (2013). *Uluslararası Kongre Turizminin Kazakistan'daki Mevcut*



*Durumunun Değerlendirilmesi, Sorunları ve Çözüm Önerileri*, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı.

Johnson, B., & Christensen, L.B. (2004). *Educational research: Quantitative, qualitative and mixed approaches*. Boston: Pearson Education, Inc.

Kahraman, O. C. (2019). *Turist Deneyimi Ve Tekrar Ziyaret Etme Niyeti Arasındaki İlişkide Kişilik Özelliklerinin Aracı Rolü: Alternatif Turizm Türlerine Katılan Turistler Üzerine Bir Araştırma*. Doktora Tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İstanbul.

Karakoç, B. (2011). 2010 Dünya Basketbol Şampiyonasının Spor Turizmi ve Ekonomik Etkileri Açısından İncelenmesi. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Muğla Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı. Muğla.

Kaynak, İ. H. ve Sezgin, M., (2008). İnanç Turizmi Kapsamında Dinlerde Seyahat, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler MYO Dergisi, 10 (1-2), 349-360.

Karayolları Trafik Yönetmeliği. (1997). T.C. Resmi Gazete, 23053, 18 Temmuz 1997.

Kerry, B.G. (1992). "Tourism alternatives" potentials and sounds in the development of tourism", Journal of Travel Research, University of Pennsylvania. 52: 34.

Kılıç, B. ve Kurnaz, A. (2010). Alternatif Turizm ve Ürün Çeşitliliği Oluşturmada Ekolojik Çiftlikler: Pastoral Vadi Örneği. *İşletme Araştırmaları Dergisi* (4), 39-56.

Kivela, J. ve Crofts, J. C., (2006). Tourism and Gastronomy: Gastronomy's Influence on How Tourists Experience A Destination, Journal of Hospitality & Tourism Research, 30 (3), 354-377.

Kozak, N. (2012). Genel Turizm Bilgisi. (No: 2472). Eskişehir: T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını.

Kozak, N., Kozak, M. A., ve Kozak, M. (2006). *Genel Turizm: İlkeler-Kavramlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Kozak, N, Kozak, M.A. ve Kozak, M., (2013). Genel Turizm İlkeler-Kavramlar, *Detay Yayıncılık*, 5. Baskı. Ankara.

Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2007). *Türkiye Turizm Stratejisi 2023*. <https://www.ktb.gov.tr/Eklenti/906,ttstratejisi2023pdf.pdf?0>, (Erişim: 05.07.2021).

Lamont, M. (2009). Reinventing the wheel: A definitional discussion of bicycle tourism. *Journal of Sport & Tourism*, 14(1): 5-23.

- Lee, T. C. (2007). *An Agent-Based Model To Simulate Motorcycle Behaviour In Mixed Traffic Flow* (Doktora Tezi). Imperial College London, London.
- Lickoris, J. L. ve Jenkins. C. L. (1997). *An Introduction To Tourism*. Oxford: Butterworth- Heinemann.
- Lumsdon, L. (1996). Cycle tourism in Britain. Insights. March, D27-D32.
- Manisalı. E., Yarcın. Ş. (1987). *Türk Turizm Endüstrisi Araştırması*. Ankara: Turizm Bakanlığı Yayını.
- Maya, G., ve Fernanda, K. (2016). Propuesta Para Creación De Un Producto De Moto Turismo, En El Mundo Andes, Cluster Andes - Centro, Ecuador Bachelor's Thesis, Quito: Universidad De Las Americas.
- Marigold, Lys (2000), *EVEolution: the eight truths of marketing to women*, Hyperion, pp. 24–25.
- Mcbee, R.D. (2015). *Born To Be Wild: The Rise Of The American Motorcyclist*. Chapel Hill: The University Of North Carolina Press.
- Miles, M., & Huberman, M. (1994). *Data management and analysis methods*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Millington, K. (2013). *Cycling in Scandinavia - September 2013*, Mintel Group Ltd.
- Morpeth, N. (2001). *The Renaissance Of Cycle Tourism*. Special Interest Tourism. Brisbane: J. Wiley & Sons Australia.
- Mueller, H. ve Kaufmann, E.L. (2001). *Wellness Tourism: Market Analysis of a Special Health Tourism Segment and Implications for the Hotel Industry*. Journal of Vacation Marketing, 7, 5-17.
- Nepal, S. K. ve Chipenik, R. (2005). "Mountain Tourism: Toward a Conceptual Framework", *Tourism Geographies*, Cilt: 7, Sayı: 3, 313-333.
- Olalı, H. (1985). *Türk Turizminin Dünya Turizmine Entegrasyonu*. Turizm Yıllığı 1985, 11-23. Ankara: T.C. Turizm Bankası A. Ş. Yayını.
- Olalı, H. ve Timur, A. (1986). *Turizmin Türk Ekonomisindeki Yeri*, Ofis Ticaret Matbaacılık Ltd. Şti., İzmir, 22.
- Olalı, H. ve Timur A., (1988), *Turizm Ekonomisi*, Ofis Ticaret Matbaacılık Şti, İzmir.
- Oller, S. M. (2016). *Moto-Turismo No Brasil: O Caso Do Evento Motocapital Em Brasília (Yüksek Lisans Tezi)*. Brasilia Üniversitesi, Brasilia.

- Oktayer, N., Susam, N. ve ak, M. (2007). *Türkiye’de Turizm Ekonomisi* (1.Baskı). İstanbul: Elma Basım.
- Ogilvy, F. W. (1933). *The Tourist Movement, An Economic Study*, London: PS King and Son, Ltd.’den akt. Çuhadar, M. (2006). *Turizm Sektöründe Talep Tahmini İçin Yapay Sinir Ağları Kullanımı ve Diğer Yöntemlerle Karşılaştırmalı Analizi* (Antalya İlinin Dış Turizm Talebinde Uygulama) *Yayınlanmamış Doktora Tezi*, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Isparta.
- Özcan, C. C. (2013). *Turizm Talebini Etkileyen Faktörlerin Ekonometrik Bir Analizi*. Yayınlanmış Doktora Tezi. Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Konya.
- Özdönmez, M., İstanbullu, T., Akesen, A., Ekizoğlu, A. (1996). *Ormancılık Politikası*. İ.Ü. Yayın No: 3968, Orman Fakültesi Yayın No:435, ISBN:975-404-429-5, İstanbul.
- Öztürk, Y., ve Yazıcıoğlu, İ. (2002). Gelişmekte Olan Ülkeler İçin Alternatif Turizm Faaliyetleri Üzerine Teorik Bir Çalışma. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi* (2), 183-195.
- Patton, M.Q. (2002). *Qualitative research and evaluation methods* (3<sup>rd</sup> Edition). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Pigram, J. J. (1980). Environmental Implications of Tourism Developmant. *The Economics of Tourism*. Volume 11: 495-524.
- Quinn, J. F. (2001). Angels, bandidos, outlaws, and pagans: The evolution of organized crime among the big four 1% motorcycle clubs. *Deviant Behavior*, 22(4), 379-399.
- Quinn, J. F. ve Forsyth, C. J. (2009). Leathers and Rolexs: The Symbolism and Values of The Motorcycle Club. *Deviant Behavior*, 30(3), 235-265.
- Ritchie, W.R. (1998). Bicycle Tourism in the South Island of New Zealand: Planning and Management Issues, *Tourism Management*, 19(6): 567-582.
- Ritchie, B. W., Tkaczynski, A., ve Faulks, P. (2010). Understanding The Motivation And Travel Behavior Of Cycle Tourists Using Involvement Profiles. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 27(4), 409–425.
- Ross, S., (2001). *Developing Sports Tourism. An eGuide for Destination Marketers and Sports Events Planners*, National Laboratory for Tourism and eCommerce, 1-22.
- Sezgin, O. M. (1995). *Genel Turizm*. Tütibay Yayınları, Ankara.

- Sevinç, H. ve Azgün, S., (2012). Bölgesel Kalkınma ve İnanç Turizmi Bağlamında Akdamar Kilisesi Örneği, Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi (2), 17-21.
- Sofular, Ş. (1989). Su altı Sporları. İstanbul: İstanbul Balıkadamlar Dalış İhtisas Kulübü Yay, Atlas Ofset.
- Somuncu, M. (2004). “Dağcılık ve Dağ Turizmindeki İkilem: Ekonomik Yarar ve Ekolojik Bedel”, Coğrafi Bilimler Dergisi, Cilt: 2, Sayı: 1, 1-21.
- Sustrans, (1999). Cycle Tourism, Information pack TT21, Sustrans, Bristol, UK.
- Süt, A. (2010), Türkiye’de İnanç Merkezlerinin Ülke Turizmine Katkısı Yönünden Değerlendirilmesi Şanlıurfa Örneği, Kültür ve Turizm Bakanlığı Kütüphaneler ve Yayımlar Genel Müdürlüğü Uzmanlık Tezi, Ankara.
- Sykes, D. M. ve Kelly, K. G. (2012). Mapping The Study Of Motorcycle Tourism: Impacts And Opportunities. In Proceedings of International Conference on Tourism and Events: Opportunities, Impacts and Change Ulster Business School Belfast (s. 20-22). Northern Ireland: University of Ulster.
- Sykes, D. M., Kelly, K. G., ve Ireland, B. N. (2012). Mapping The Study Of Motorcycle Tourism: Impacts And Opportunities. *Proceedings Of International Conference On Tourism And Events: Opportunities, Impacts And Change*, 20–22.
- Şekercioğlu, Ç. H. (2002). “Impacts of birdwatching on human and avian communities”, Environmental Conservation, Sayı: 3, 282-289.
- Şener, B. (1997). *Modern Otel İşletmelerinde Yönetim ve Organizasyon*. Gazi Kitabevi. Ankara. s.4.
- Tarıncı, A. (2019). *Alternatif Turizm Çeşitliliği Kazandırmak Amacı İle Gönüllü Turizm: Türkiye Uygulaması*. Doktora Tezi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Konya.
- T.C. Kalkınma Bakanlığı. (2014). *Onuncu Kalkınma Planı Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporu*. Ankara: T.C. Kalkınma Bakanlığı.
- T.C. Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı. (2007). Türkiye Turizm Stratejisi (2023). [https://www.kuzka.gov.tr/dosya/turizm\\_stratejisi\\_2023.pdf](https://www.kuzka.gov.tr/dosya/turizm_stratejisi_2023.pdf), (Erişim: 10.07.2021).
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2021a). *Yayla Turizmi*. <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-11532/yayla-turizmi.html>, (Erişim: 05.07.2021).
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2021b). *Mağara Turizmi*. <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-10335/magara-turizmi.html>, (Erişim: 05.07.2021).

- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2021c). *Turizme Açık Olan Mağaralar*. <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-10336/turizme-acik-magaralar.html>, (Erişim: 05.07.2021).
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2021d). *Termal Turizm Master Plan Bölgeleri*. <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-11479/turkiye39de-saglik-turizmine-yonelik-yapilan-calismalari-ve-etkinlikler.html>, (Erişim: 06.07.2021).
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2021e). *İnanç Turizmi*. <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-10173/inanc-turizmi.html>, (Erişim: 06.07.2021).
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2021f). *Dağcılık*. <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-9892/dagcilik.html>, (Erişim: 10.07.2021).
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2021g). *Kış Sporları Turizm Merkezlerine İlişkin Genel Bilgiler*. <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-10177/kis-sporlari-turizm-merkezlerine-iliskin-genel-bilgiler.html>, (Erişim: 10.07.2021).
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2021h). *Kış Sporları Turizmi Temalı Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgeleri*. <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-10176/kis-sporlari-turizmi-temali-ktkgb39ler.html>, (Erişim: 10.07.2021).
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2021ı). *Kuş Gözlemciliği*. <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-10203/kus-gozlemciligi.html>, (Erişim: 15.07.2021).
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2022i). *Turizm Çeşitleri*, <https://www.ktb.gov.tr/TR-96269/turizm-cesitleri.html> (Erişim: 10.10.2022).
- Timeline of Motorcycles. (2022). *Motosikletin Zaman Çizelgesi*. <http://www.bicyclehistory.net/motorcycle-history/motorocycle-timeline/> (Erişim: 05.01.2022).
- Tosun, C., Bilin, Y. ve Temizkan, R. (2003). *Alternatif Turizm ve Turistik Ürün Çeşitlendirme Stratejileri: Hatay Örneği. Türkiye'nin Alternatif Turizm Potansiyeli ve Güncel Sorunları Konferansı*. Çankırı.
- Tosun, F. ve Altın, M. (1981). *Çayır-Mera-Yayla Kültürü ve Bunlardan Faydalanma Yöntemleri*. Ondokuz Mayıs Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yay. No:1 Ders Kitapları Serisi No:1, Samsun.
- Topay, M., & Koçan, N. (2009). *Kamping/Çadırılı Kamp İçin Alan Seçim Kriterlerinin Belirlenmesi ve Bartın-Uluyayla'da Örnek Bir Uygulama*. *Süleyman Demirel Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, (1), 116-128.
- Topay, M., & Parladır, M. Ö. (2015). *Isparta İli Örneğinde CBS Yardımıyla Alternatif Turizm Etkinlikleri İçin Uygunluk Analizi*. *Tarım Bilimleri Dergisi*, 21, 300-309.

- Tunç Hussein, A. & Saç, F. (2008). Genel Turizm: Gelişimi-Geleceği, Ankara: Siyasal Yayınevi.
- Turhan, M. (1994). Kültür Değişimleri (Sosyal Psikoloji Bakımından Bir Teknik), İstanbul: Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Vakfı Yayınları.
- Turistik Yatırım ve İşletmeleri Nitelikleri Yönetmeliği. (2005). T.C. Resmi Gazete, 25852, 21 Haziran 2005.
- Turizme Bakış. (2020). <https://www.turizmebakis.com/kitle-turizmi-nedir/>, (Erişim: 17.06.2021).
- Turizm Bakanlığı. (1993). Turizm 98. Ankara: Turizm Bakanlığı Yayınları.
- TÜRSAB (Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği). (2004). Yayla Turizmi. [http://www.tursab.org.tr/dosya/1017/may04yayla\\_1017\\_1683015.pdf](http://www.tursab.org.tr/dosya/1017/may04yayla_1017_1683015.pdf), (Erişim: 05.07.2021).
- Türk Tarım Orman Dergisi. (2018). Hem Doğayla İç İçe Olun Hem De Kırsal Kalkınmaya Katkıda Bulunun. <http://www.turktarim.gov.tr/Haber/112/hem-dogayla-ic-ice-olun-hem-de-kirsal-kalkinmaya-katkida-bulunun>, (Erişim: 12.07.2021).
- Türkiye Motosiklet Federasyonu. (2022). Federasyon Tarihçesi. <https://www.tmf.org.tr/tmf/tmf-hakkinda/>, (Erişim: 14.08.2022).
- Uçkun, C. G. ve Türkay, O. (2003). "Alternatif Turizm Türlerinin Sürdürülebilirliği," Türkiye'nin Alternatif Turizm Potansiyeli ve Güncel Sorunları Konferansı, 3-4 Mayıs, Çankırı.
- Uslu, O. (1996). *Çevresel Etki Değerlendirmesi*. Ankara: Türkiye Çevre Vakfı Yayını.
- Usta, Ö. (1993). Turizm, İstanbul: Altın Kitaplar Yayınevi.
- Usta, Ö. (2010). Turizm Genel ve Yapısal Yaklaşım, Detay Yayıncılık.
- Usta, Ö. (2014), Turizm (Genel ve Yapısal Yaklaşım) (4. Baskı), Ankara: Detay Yayıncılık.
- Urry, J. (2009). Turist Bakışı, Çev. Enis Tataroğlu, İbrahim Yıldız, BilgeSu Yayıncılık, 1. Basım, Ankara.
- Ülker, İ. (2006). Dağlarımız: Dağ Sporları ve Dağ Turizmi, Yüksek Dağlarımız ve Kayak Merkezleri, Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı.
- Ünür, Ş. (2009). Kişilerarası İletişimin Konaklama İşletmelerindeki Önemi Ve Beş

- Yıldızlı Otellerde Bir Uygulama. Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 9. cilt (18). sayı, 375-394.
- Wearing, S. L. (1998). The nature of ecotourism: The place of self, identity and communities as interacting elements of alternative tourism experiences, (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Australia: Charles Sturt University, School of Environmental and Information Sciences.
- Weaver, D. B. (1999). Magnitude of Ecotourism in Costa Rica and Kenya. Annals of Tourism Research, 26 (4), 792-816.
- Web Bike World. (2017). British Motorcycles Of The 1930's. <https://www.webbikeworld.com/vintage-classic-antique-motorcycles/> (Erişim: 05.01.2022).
- Weddell, M. (2014). Travel Preferences Of Recreational Motorcyclists. Journal Of Tourism Insights, 5 (1), 4.
- Yarcan, Ş. (1996). *Türkiye'de Turizm ve Uluslararasılaşma*. İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayını.
- Yaşar, O., (2011). Saroz Körfezi Kıyılarında Su Altı Dalış Turizmi (Underwater Diving Tourism on the Coasts of The Gulf of Saros), Zeitschrift für die Welt der Tüken, *Journal of Word of Turks*, 3 (1), 33-55.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2018). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yıldız, Z. ve Kalağan, G. (2008). Alternatif Turizm Kavramı ve Çevresel Etkileri. *Yerel Siyaset*, 35, 42-44.
- Yıldız, Z. (2011), Turizm Sektörünün Gelişimi ve İstihdam Üzerindeki Etkisi, Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi Y. 2011, C.3, S.5. s. 54-71, Isparta.
- Yılmaz, D. (2007). Turizm Sektörünün Tanımı, Yapısı ve Özellikleri. O. İçöz içinde, *Genel Turizm Turizmde Temel Kavramlar ve İlkeler* (s. 1-18). Ankara: Turhan Kitabevi Yayınları.
- Yılmaz, G., (2015). Turizm Destinasyonlarında Restoran Biçimleşmeleri Üzerine Nitel Bir Araştırma: Kapadokya Örneği, Yüksek Lisans tezi, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Yolcu, E. (2006). Şehir Otelleri, Çevre, Mekan, Tasarım İlkeleri Üzerine. Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi. Güzel Sanatlar Enstitüsü İstanbul.

## **EKLER**

### **EK-1 Yarı Yapılandırılmış Görüşme Formu**

Demografik sorular:

Cinsiyetiniz:

Yaşınız:

Eğitim Durumunuz:

Araştırma Soruları:

1-Ne zamandır motosiklet kullanıyorsunuz?

2-Motosikletle seyahat etmeye nasıl başladınız?

3-Yalnız seyahat etmeyi mi yoksa kalabalık gruplarla seyahat etmeyi mi tercih edersiniz?

4-Neden seyahat ediyorsunuz? (Motor tutkusu, destinasyon çekiciliği, blogların ve sosyal medyanın etkisi)

5-Seyahatinizin öncesinde hangi faktörler üzerinde planlama yapıyorsunuz?

6-Gezi tarihlerini neye göre belirlersiniz, seyahate çıkma sıklığınız nedir, bir gezinin ortalama süresi ne kadardır?

7-Güvenlikle ilgili sıkıntı yaşıyor musunuz, ne gibi sıkıntılarla karşılaşıyorsunuz?

8-Seyahat süresince konaklama ihtiyacını nasıl karşılıyorsunuz? Hangi tür tesislerde konaklıyorsunuz?

9-Motosikletle seyahat etmenin ne gibi olumlu etkileri vardır?

10-Seyahatlerinizi hangi güzergahlar (rota) üzerinde gerçekleştiriyorsunuz?