



TOURISM AND RECREATIONAL POTENTIAL OF CAMPINGS IN TURKEY IN ACCOMMODATION

Birol Çağatay YAŞAR¹, ✉ Faik ARDAHAN²

¹Istanbul Aydın University / Faculty of Sport Sciences, İstanbul, Turkey.

²Akdeniz University / Faculty of Sport Sciences, Antalya, Turkey.

 0000-0003-0054-7658

 0000-0003-0293-4707

Abstract : *The aim of this study is to determine the current profiles of the camps in accommodation, which are alternative tourism and outdoor recreation resources certified by the municipalities and the Ministry of Tourism, and to offer suggestions about what can be done for the campings. At the same time, it is possible to make comparisons between the number of camping sites and their usage rates in Turkey and EU countries. In accordance with the descriptive research model, the statistical data in the database of the Ministry of Tourism were handled and the situation of the camps in tourism was revealed. The alternative tourism potential of Camping and Caravanning in Turkey is quite large in terms of economic potential. As of the end of 2021, there are 77 municipality-certified and 12 ministry-certified facilities. The number of incoming people to camping shows that increasing by consistently. The majority of the incoming to camping in Turkey are seen in camping in inland areas rather than sea-sun-sand tourism. When the number of camping in Turkey are compared to EU countries, although Turkey has the highest population density, the number of camping sites is quite small compared to EU countries.*

Keywords : *Camp Areas, Alternative Tourism, Recreation*

Citation : Yaşar, B. Ç., & Ardahan, F. (2023). Tourism and Recreational Potential of Campings in Turkey in Accommodation. *International Journal of Physical Education Sport and Technologies*, 4(2), 1-12.



TÜRKİYE'DEKİ KAMPİNGLERİN KONAKLAMA AÇISINDAN TURİZM VE REKREASYONEL POTANSİYELİ

Özet: Bu çalışmanın amacı, belediyeler ve Turizm Bakanlığı tarafından belgelendirilmiş alternatif turizm ve açık alan rekreasyon kaynağı olan kampinglerin konaklama açısından mevcut profillerini belirlemek ve kampinglere yönelik nelerin yapılabileceğine ilişkin öneriler sunabilmektir. Aynı zamanda Türkiye ve AB ülkelerindeki kampinglerin sayıları ve kullanım oranları arasında kıyaslama yapabilmektir. Tanımlayıcı araştırma modeline uygun olarak Turizm Bakanlığı veri tabanında bulunan istatistik verileri ele alınarak kampinglerin turizmdeki durumları ortaya konulmuştur. Türkiye'deki potansiyeli açısından bakıldığında kampinglerin alternatif turizm potansiyeli oldukça büyüktür. 2021 yıl sonu itibarıyla 77 adet belediye belgeli, 12 adet bakanlık belgeli tesis bulunmaktadır. Kampinglere geliş sayıları 2020 yılı hariç istikrarlı olarak artış göstermiştir. Türkiye'deki kampinglere geliş sayılarının büyük bir çoğunluğu deniz-güneş-kum turizminden ziyade iç karalarda bulunan kampinglerde gerçekleştiği görülmektedir. Türkiye'de bulunan kamping sayıları AB ülkeleri ile kıyaslandığında, Türkiye nüfus yoğunluğu en yüksek olan ülke olmasına rağmen kamping sayıları AB ülkelerine göre oldukça az sayıdadır.

Anahtar kelimeler: Kamp Alanları, Alternatif Turizm, Rekreasyon

İnsanlar kentleşme, nüfus artışı, çalışma ve okul hayatının yaratmış olduğu stres gibi etkenlerden dolayı bulunulan çevreden kaçış; aynı zamanda dinlenme, eğlenme, farklı yerler görme ve farklı aktivitelerde bulunma isteği gibi sebeplerden dolayı buldukları yerden geçici bir süreliğine başka bir yere gitmek ihtiyacı hissetmektedirler. Bu istek ve ihtiyaçlar bireylerin yer değiştirme esnasında gerçekleştirdiği konaklama eylemleri sayesinde turizm hareketliliğine dönüşmektedir.

Turizmin bir bölgeye ya da bir ülkeye en büyük faydalarından birisi şüphesiz ekonomik faydalarıdır. İnsanların turizm hareketliliği içerisinde gerçekleştirdikleri konaklama, ulaşım, yeme içme, alışveriş ve eğlenceye ayrılan ücretler turizm endüstrisine katkı sunan etkenlerdir ve bu etkenlere yönelik sunulan hizmetler oldukça önem arz etmektedir. Mevcut turizm potansiyelinden faydalanmak ve yeni fırsatlar yaratabilmek için sunulan hizmetlerin çeşitlendirilmesi daha fazla bireyin turizm hareketliliği içerisine girmesini

sağlayarak turizmin endüstrisinin kalkınmasını ve aynı zamanda da sürdürülebilirliğini destekler.

Turizm içerisinde hizmet veren otel, motel, tatil köyü, hostel, apart otel, pansiyon, kamping gibi çeşitli konaklama işletmeleri bulunmaktadır. Özellikle kitle turizmine hizmet eden otel ve tatil köyü gibi büyük konaklama tesisleri turizm endüstrisine büyük katkılar sunsa da kamping gibi niş konaklama tesisleri de alternatif turizm ve açık alan rekreasyon kaynağı olarak turizm endüstrisi içerisinde önem arz etmektedir. Bu çalışmanın amacı, söz konusu alternatif turizm ve rekreasyonel kaynak olan kampinglerin turizm konaklama faaliyetleri açısından mevcut durumlarını ve potansiyellerini analiz etmektir.

Literatürde turizm ile ilgili birden çok tanım yapıldığı görülmektedir. Turizm, genel olarak ziyaretçilerin faaliyetlerini ifade etmektedir. Ziyaretçilerin, istihdam amacı taşımayan herhangi bir ana amaç (iş, eğlence veya diğer kişisel amaçlar) için, kendi olağan çevresi dışındaki ana varış noktasında bir yıldan az bir süre

için konaklaması veya seyahat etmesi şeklinde gerçekleştirildikleri geziler turizm gezileri olarak nitelendirilmektedir (United Nations, 2010). Turizm, dinlenme, eğlenme, görme, tanıma, sportif faaliyetlerde bulunma veya izleme, bilgi ve görgüsünü artırma gibi amaçlarla; ya da sadece zevk için yapılan gezi (seyahate çıkma) demektir (Doğanay ve Zaman, 2001).

Rekreasyonun “insanların serbest zamanlarında özgür iradeleri ile yalnız veya gurupla zevk alarak yapabildikleri ve bunun sonucunda eğlendikleri, dinlendikleri, bedenlen ve ruhen bir tazelenme, yenilenme hissettikleri ve haz elde ettikleri etkinlikler ve ilişkiler toplamı” tanımı ile turizm tanımları arasındaki ilişkiye bakıldığında her çeşit turizm hareketi aynı zamanda rekreasyon olarak kabul görecektir (Ardahan vd., 2016).

Dünya Turizm Örgütü'nün tanımına göre turizm; devamlı kalışa dönüşmeyecek ve aynı zamanda kazanç sağlayıcı herhangi bir faaliyette bulunmamak koşulu ile insanların geçici bir süre konaklamalarından meydana gelen olay ve ilişkiler bütünüdür. Tanımda bahsedildiği gibi bahsedilen konaklamalar, kazanç sağlama amacı taşımamaktadır. Konaklamalar belirli bir süre içinde gerçekleştirilir, geziyi yapan ve konaklayan birey geçici olarak konakladığı süre sonunda yaşadığı yere geri döner. Öğrenim maksadıyla gerçekleştirilen uzun süreli konaklamalar ve iş arama maksadıyla gerçekleştirilen geziler turizm olarak adlandırılmaz. Turizmin birçok sınıflandırma şekli mevcuttur, bunlar; amaçlarına göre sınıflandırma (dinlenme, kültürel, sosyal, ekonomik, politik, spor, dini, sağlık), çeşitli kriterlere göre sınıflandırma (katılımcı yaş grupları, katılımcı sayıları, turistin geldiği yer, sezon, konaklama tesisinin şekli, konaklama süresi, kullanılan ulaştırma aracı, sosyal içerik, finansman çeşidi) ve ağırlama endüstrisi ile ilgili sınıflandırmalardır (konaklama işletmeleri, yiyecek-içecek işletmeleri) (OSMED, 2023).

Turizm aktivitesinin pek çok elemanı bulunmakla birlikte bu elemanlar dinamik ve statik elemanlar olarak başlıca iki kategoride ele alınabilir. Turizm hareketi, insan ve onun seyahat etme dinamiğinden

ayrı düşünülmeceği için turizmin dinamik elemanları, turizmin asıl öznesi olan birey ve onun seyahat etme isteğidir. Aynı zamanda turizm hareketliliği içerisinde mekân, zaman ve organizasyon bağlantısının kurulabilmesini sağlayan ulaşım ve iletişim araçları da turizmin dinamik elemanları arasında yer alır. Turizmin statik yani sabit elemanları arasında genel olarak konaklama tesisleri gösterilir. Bunlara, herhangi bir bölgeye yönelik turizm hareketliliğinin ana sebeplerinden olan bölgenin doğal, beşerî ve kültürel kaynakları da dahil edilir (Doğanay ve Zaman, 2001). Konaklama tesisleri ya da bir diğer söylemle konaklama işletmeleri ise iki kategoride toplanabilir. Bunlar; temel konaklama işletmeleri (otel, motel, tatil köyü vb.) ve yardımcı konaklama işletmeleridir (kamping, apart hotel, hostel, oberj vb.) (OSMED, 2023)

Kamping, karavan ve diğer geçici barınak biçimleriyle ilişkilendirilmesine rağmen, bir kamp alanında veya yabancı ortamda kısa bir süre için bir çadırda yaşama faaliyetini ifade eder. Terminolojik olarak bir “kamping deneyimini” tanımlamak uluslararası açıdan farklılıklar gösterebilir. Örneğin, Avustralya ve Yeni Zelanda'da, herhangi bir hizmetin olmadığı kırsal alanlarda kamp yapmak ve karavanda konaklamak, "boondocking" olarak adlandırılır. Bunun yanı sıra ticari parklar, karavan parkları, tatil parkları, turistik parklar gibi 32 farklı terimle anılır (Brooker, 2011). Kuzey Amerika'da, aynı türden bu parklar genellikle kamp alanı, karavan parkı, gezi parkı veya karavan tatil yeri olarak tanımlanır. Avrupa'da kamp yapılan ve karavanla konaklama imkânı olan yerlere kamp alanı denir (Alan Rogers, 2011). Kuzey Amerika'da ise bir kamp alanı içindeki tek bir alanı ifade eder (Brooker ve Joppe, 2013). Kısaca tanımlamak gerekirse kamping; çadır, karavan, bungalov veya gece konaklama için kullanılan ekipmanlarla konaklama yapılan kamp alanları şeklinde tanımlanabilir.

Kampingler kullanım alanı olarak insanların farklı istek ve ihtiyaçlarına karşılık veren çoğunlukla çadır ve karavan ile konaklama imkanı sunan konaklama tesisleridir. Kampingler, ister rekreatif isterse turizm maksatlı olsun yerli ve yabancı birçok insan tarafından

talep görmektedir. Türkiye’de 2022 yılına kadar belediye ve Turizm Bakanlığı tarafından belgelendirilen yalnızca 89 adet kamping bulunmakta ve bunun çoğunluğu belediye belgeli tesislerdir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2023). 2021 yılında Turizm Teşvik Kanunu kapsamı dahilinde “ilgili idarelerden alınmış işyeri açma ve çalıştırma ruhsatı ile faaliyette bulunan ve turizm işletmesi belgesi bulunmayan konaklama tesislerine” Bakanlığa müracaatları halinde “Basit konaklama turizm işletmesi” belgesi verileceği belirtilmiştir. Bakanlık belgeli konaklama tesisleri; işletme belgeli, yatırım belgeli ve basit konaklama işletme belgeli olmak üzere üç farklı belgelendirme yapmaktadır. Buradan da anlaşılacağı gibi belgelendirme konusunda müracaat edilecek kurum ve kavram karmaşası bulunmaktadır.

Turizm endüstrisi, ülke ekonomisine önemli derecede katkı sunmaktadır. Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler için turizm faaliyetleri önem arz etmektedir ve bunun için bu konumdaki ülkeler turizm faaliyetlerine önem vermektedirler. Bu durum beraberinde farklı sorunları da getirmektedir. Turizm faaliyetlerinin çeşitlendirilerek alternatif turizm faaliyetlerinin geliştirilmesi bu sorunların giderilmesini sağlar (Öztürk ve Yazıcıoğlu, 2002).

Yılın her mevsimine uygun alternatif turizm çeşitlerinin olması mevsimsellik nedeniyle oluşan olumsuz ekonomik etkilerin azaltılması için önem arz etmektedir. Doğal çevreye uygun şekilde yapılacak altyapı, üst yapı ve iyileştirmeler turistik bölge ve ülke açısından hem ekonomik hem sosyolojik yarar sağlayabilir (Akpur ve Zengin, 2019).

Alternatif turizm bölgeye ve ülkeye katkılar sağlarken aynı zamanda her gelir düzeyinden bireylere turizm faaliyetlerine katılma imkânı sağlar. Kentleşme ve nüfusun yaşlanması gibi demografik özelliklerin değişmesi kamp alanlarının da değişiminde oldukça önemli bir rol oynamaktadır (Milohnić ve Bonifacic, 2014).

Bir alternatif turizm çeşidi olan “ekoturizm” kamp alanları için dikkate alınması gereken bir kavramdır. Uluslararası Ekoturizm Topluluğu’na göre ekoturizm “çevreyi koruyan, yerel halkın refahını sürdüren ve

eğitim içeren doğal alanlara yapılan sorumlu seyahat” biçimi olarak tanımlanmaktadır. Eğitim hem personeli hem de misafirleri kapsamalıdır. Ekoturizm, korumayı, toplulukları ve sürdürülebilir seyahati birleştirmekle ilgilidir. Ekoturizm faaliyetlerini uygulayan, bunlara katılan ve pazarlayanların ekoturizm ilkelerini benimsemesi gerekmektedir. Bu ilkeler; fiziksel, sosyal, davranışsal ve psikolojik etkileri en aza indirmek, çevresel ve kültürel farkındalık ve saygı oluşturmak, hem ziyaretçiler hem de ev sahipleri için olumlu deneyimler sağlamak, koruma için doğrudan finansal faydalar sağlamak, hem yerel halk hem de özel sektör için finansal faydalar yaratmak, ziyaretçilere, ev sahibi ülkelerin siyasi, çevresel ve sosyal iklimlerine karşı duyarlılığı artırmaya yardımcı olan deneyimler sunmak, düşük etkili tesisler tasarlamak, inşa etmek ve işletmek, yerel halkların haklarını ve manevi inançlarını tanımak ve güçlendirmek için onlarla ortaklaşa çalışmak (TIET, 2015).

Kamp alanları ve karavan parkları, düşük bütçeli bir turizm alanından, farklı demografik özelliklere sahip bireyler tarafından farklı değerlere sahip, çok yönlü bir rekreasyon deneyimine evrilmiştir. Kaçış, sosyalleşme, özgürlük ve keşif gibi ihtiyaçlar neticesinde oluşan alternatif bir konaklama biçimi ya da yaşam tarzı olarak kendini yeniden konumlandırmıştır (Brooker ve Joppe, 2013).

Kamp yapmak, kısmen aktivite ve kısmen konaklama olan bir açık alan rekreasyon aktivitesidir. Kamp yapmak terimi iki farklı amaç için kullanılır. Bunlardan ilki doğa severlerin veya doğa sporcularının backpacking, trekking, dağcılık, kanyoning, kuş gözlem gibi açık alan rekreasyonu aktivitelerinin parçası olarak daha önceden planlanmış yerlerde ve sürelerde bireylerin çoğu zaman beraberlerinde taşıdıkları çadırlarla bir ya da belirli bir süre konaklamak amaçlı yaptıkları aktiviteyi tarif eden kavram iken, ikincisi ise daha çok belediyeler ve turizm bakanlığının belgelendirdikleri tatil amaçlı konaklamayı tarif eden kamping işletmelerindeki konaklamayı tarif eden kavramdır.

Patterson vd. (2015) karavancılığı hem turizm taşımacılığının hem de konaklamanın bir parçası olan bir turizm biçimi olarak şekillendirmektedir. Bu nedenle, karavancılık aynı zamanda sürüş turizminin bir alt kümesi ve açık havada misafirperverliği içeren daha geniş rekreasyonel deneyimlerin bir bileşeni olarak anlaşılmalıdır.

Temel olarak kamp yapmak çadırcılıktan karavan, rekreasyonel araçlar (RV) ve lüks imkanları içerecek şekilde gelişmiştir. Bu farklı konfor, tarz ve benzersizlik seviyeleri, Avrupa, Kuzey Amerika ve Avustralya'daki popülaritesine katkıda bulunmuştur. Örneğin, Amerika Birleşik Devletleri'nde kamp yapmak 2011'de 39,9 milyon geceden 2012'de 42,5 milyon geceye çıkmıştır. Avrupa'da tüm gecelerin altında biri bir kamp alanlarında geçirilmiştir. Avustralyalıların %86'sı ve Yeni Zelandalıların %80'i yaşamları boyunca en az bir kez bir karavan veya tatil parkını ziyaret etmektedir (Brooker ve Joppe, 2013).

Kampçılık sektörünü ve karavan parklarını uluslararası düzeyde etkileyen radikal değişikliklerin ardından, arz yönlü araştırmaların kritik bir odağı, bu alanların yenilikçi yönetimidir (Lucivero, 2012; Cvelić-Bonifačić vd., 2017; Brochado ve Brochado, 2019; Milohnić vd., 2019). Blichfeldt (2009), 'Kampçılığın' değişen karakterinin akışkan ortamında, geleneksel kamp alanları ve karavan parkları için rekabetçi yönetim stratejileri geliştirmeye ihtiyaç olduğunu belirtmektedir. Rekabet edebilirlik ve kıyaslama için çerçeve olarak bir entegre raporlamanın getirilmesi de yararlı bir adımdır (Persic vd., 2017). Yönetim stratejisinin diğer bir yönü, Poldrugovac vd., (2019) tarafından gösterildiği gibi rekabetçi fiyatlandırma ve gelir yönetimidir. Kamp alanlarının sürdürülebilir yönetimi, araştırma ilgisinin arttığı bir konudur (Timothy ve Teye, 2009; Del Moretto vd., 2017). Gračan ve Birin (2013), kamp alanlarının sürdürülebilir kalkınmasında ekolojik standartların uygulanmasının önemini vurgulamaktadır. Sürdürülebilir kamp alanı yönetimi ve kamp alanlarının sertifikasyonu, Milohnić ve Cvelić Bonifačić (2015) tarafından daha ayrıntılı olarak incelemeler yapılmıştır. Avrupa'nın en önemli kamp yerlerinden biri olan Hırvatistan'ın deneyiminden,

"yenilikçi kamp yönetiminin, konaklama birimlerinin kaliteli bir karışımını benimseyerek ve yenilikçi kamp konaklama biçimleri sunarak kamp ürünündeki değişiklikleri yönetmesinin beklendiği" vurgulanmıştır. Birkaç Avrupa ülkesinde yaşanan finansal krizler ve artan seyahat maliyetleri göz önüne alındığında, "kamp ekipmanlarının artık satın alınmadığı, kamp alanında kiralandığı alternatif kamp konaklama sistemleri" talep eden yükselen bir tüketici segmenti vardır (Cerović, 2014).

Son zamanlarda kamping ve karavan parklarının "turizm ve konaklama sektörünün oldukça ihmal edilen bir unsuru" olduğu gözlemlenmiştir (Mikulić vd., 2017). Kamp turizmi, önemi artan ve aynı zamanda görünümünde önemli değişiklikler yaşayan küresel bir olgudur. Bununla birlikte, özellikle son on yılda akademik ilgide memnuniyet verici bir artış olmuştur. Bilimsel algıdaki bu artış, hem bir açık hava misafirperverliği biçimi olarak kamp turizminin sürekli popülaritesi hem de bu turizm segmentinin görünümündeki önemli değişiklikler tarafından artırılmıştır. Talep tarafı araştırmaları, katılımcıların kamp alanları ve karavan parklarından farklı demografik özellikleri, motivasyonları ve memnuniyetleri ile ilgili olarak daha fazla ilgiyi hak etmektedir. Ek olarak, kamp turizminin daha az gelişmiş arz tarafı, kamp turizminin evrimi hakkında tarihsel araştırmaların takibi de dahil olmak üzere daha fazla bilimsel inceleme gerektirir. Sektörün gelişmekte olan gelişiminde devletin olduğu kadar özel girişimcilerin de değişen rolü çok az araştırılmıştır. Politika endişesi, kamp turizminin yerel ekonomik kalkınma ile bağlantısı ve yerel turizm planlaması ve destinasyon gelişimi üzerindeki etkileridir. Son olarak, kamp alanlarının veya karavan parklarının sürdürülebilir yönetimi de dahil olmak üzere inovasyon ve kamp turizmini çevreleyen kritik bir araştırma konuları kümesi vardır (Rogerson ve Rogerson, 2020).

Bu çalışmanın amacı; belediyeler ve Turizm Bakanlığı tarafından belgelendirilmiş alternatif turizm ve açık alan rekreasyon kaynağı olan kampinglerin konaklama açısından mevcut profillerini belirlemek ve

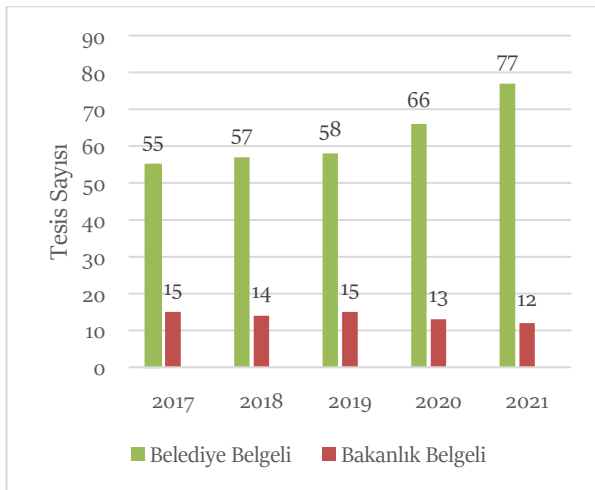
kampinglere yönelik nelerin yapılabileceğine ilişkin öneriler sunabilmektir.

Yöntem

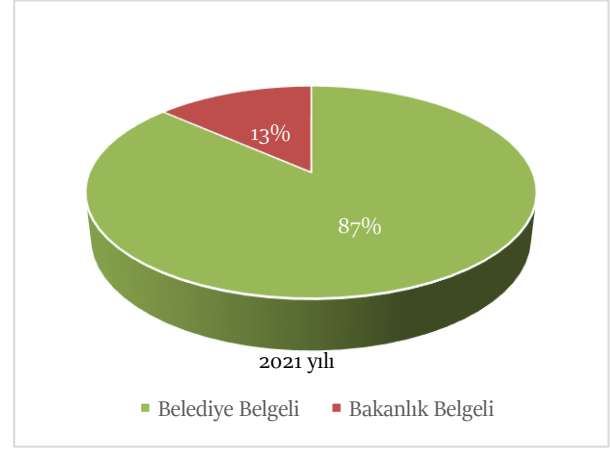
Bu çalışma tanımlayıcı bir çalışma olup Türkiye verilerinin tamamı Kültür ve Turizm Bakanlığı veri tabanından (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2023), AB ülkelerine ait veriler ise Eurostat veri tabanından (Eurostat, 2023) alınmıştır. Türkiye'nin konaklama açısından mevcut konaklama işletmeleri, yatak kapasiteleri, turist ve turistlerin geceleme sayıları ile ilgili turizm verilerinin analizleri yapılarak belediye ve Turizm Bakanlığı tarafından belgelendirilmiş kamp alanları hakkında istatistiksel çıkarım yapılmış ve bu veriler AB ülkelerinde bulunan kamp alanları verileri ile karşılaştırılmıştır.

Bulgular

Türkiye'de kampingler ticari faaliyetlerini sürdürebilmek için belge almaları gerekmektedir. Kampinglerin ruhsatlandırma yetkisi belediyeler ve Turizm Bakanlığına aittir. Turizm Bakanlığının istatistik veri tabanında 2017 yılından itibaren kamping verilerine rastlanmaktadır. Grafik-1'den de görülebileceği gibi, 2021 yıl sonu itibariyle 77 adet belediye belgeli, 12 adet bakanlık belgeli tesis bulunmaktadır. Grafik-2'de ise 2021 yılı toplam sayılarına oransal olarak baktığımızda kampinglerin %87'si belediyeler tarafından %13'ü ise bakanlık tarafından belgelendirildiği görülmektedir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2023).

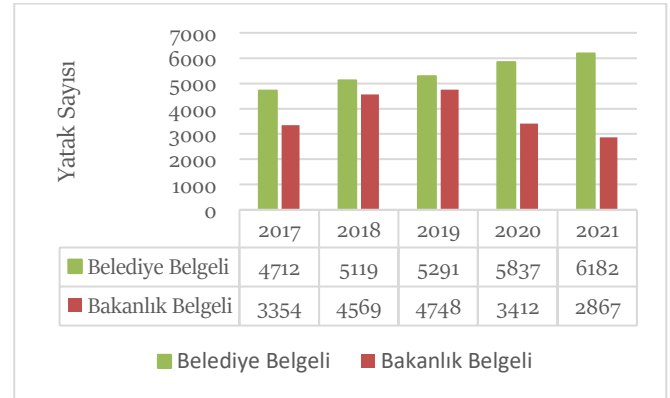


Grafik 1: Yıllara Göre Kamping Sayıları



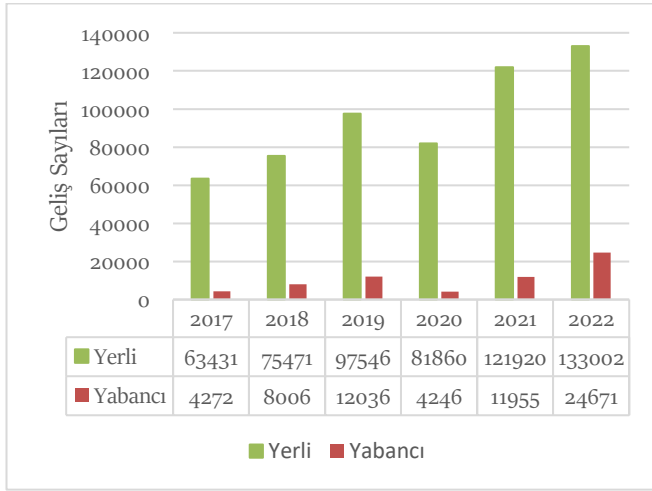
Grafik 2: 2021 Yılı Kamping Dağılımları

Kampinglerin son beş yıllık yatak kapasiteleri Grafik-3'te verilmiştir. Belediye belgeli tesislerin sayısındaki yıllık artış toplam yatak kapasitesinin de artışını sağlamış ve 2017 yılında 4712 olan yatak kapasitesi 2021 yılında 6182'ye çıkarak %31,2 oranında artış göstermiştir. Bakanlık belgeli tesislerin toplam yatak kapasiteleri ise son iki yılda düşüş göstererek 2017 yılında 3354 olan yatak kapasitesi 2021 yılında 2867'ye gerileyerek %14,5 düşüş göstermiştir.



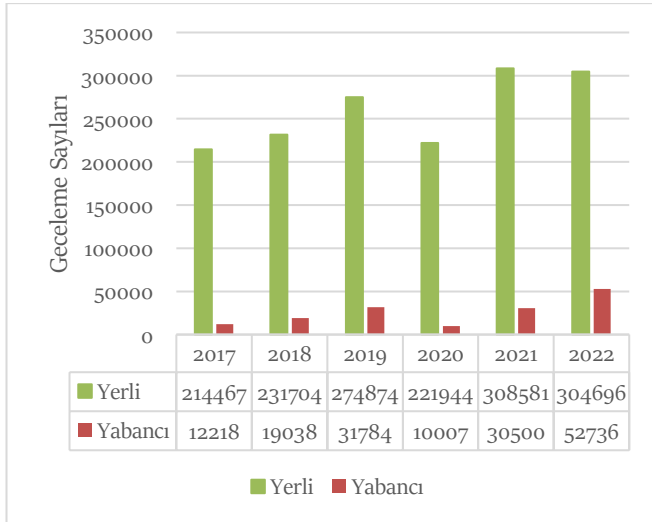
Grafik 3: Kampinglerin Yatak Kapasiteleri

Yerli ve yabancı turistlerin hem belediye hem de bakanlık belgeli kampinglere geliş sayıları Grafik-4'te verilmiştir. Turist geliş sayıları son altı yılda (2020 yılı hariç) düzenli olarak artış göstermiştir. Özellikle 2021-2022 yılları arasında yabancı turistlerin kampinglere gelişinde yüzde yüzün üzerinde (%106,4) bir artış görülmektedir. Tesise geliş sayısı turist sayısını değil toplamda gerçekleştirilen geliş sayısını ifade etmektedir. Yani bir turist aynı tesise farklı zamanlarda birden fazla gelmiş olabilir ve her defasında yeni bir geliş olarak kayıt edilmiştir.



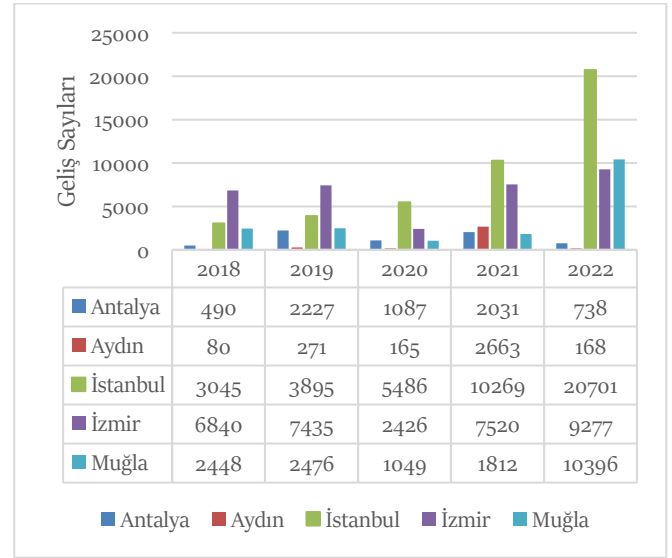
Grafik 4: Tesislere Geliş Sayıları

Hem belediye hem de bakanlık belgeli tüm kampinglerde gerçekleştirilen geceleme sayıları Grafik-5'te verilmiştir. 2017 yılı ile 2022 yılı kıyaslandığında toplam geceleme sayıları artış göstermiştir. Son altı yılda yerli turistlerin geceleme sayısı %42,1 artış gösterirken, yabancı turistlerin geceleme sayısındaki artış toplamda %331,6'dır.



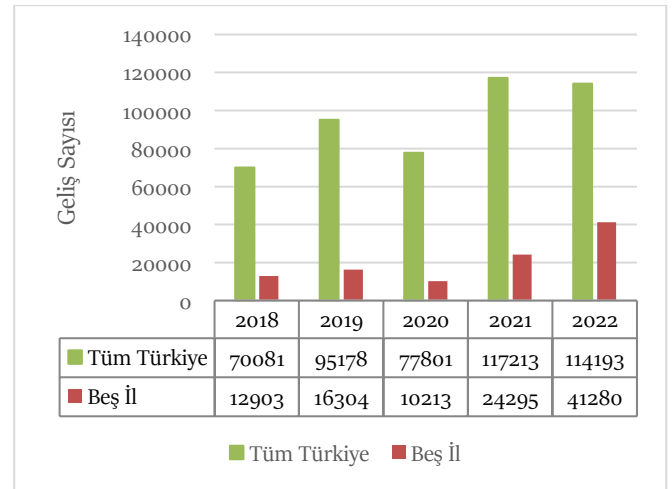
Grafik 5: Kampinglerde Geceleme Sayıları

Türkiye'nin beş büyük sahil kenti olan İstanbul, İzmir, Antalya, Muğla ve Aydın'da, turistlerin belediyeler tarafından belgelendirilmiş kampinglere geliş sayıları Grafik-6'da verilmiştir. Grafik-6'dan da görülebileceği gibi, 2018 yılında 6840 geliş ile İzmir birinci sırada iken, 2022 yılında 20701 geliş ile İstanbul birinci sırada yer almaktadır. Son beş yıllık veriler incelendiğinde turistlerin geliş sayılarındaki artış oranları; Antalya %50,6, Aydın %110, İstanbul %579,8, İzmir %35,6, Muğla %324,7'dir.



Grafik 6: Belediye Belgeli Kampinglere Geliş Sayıları

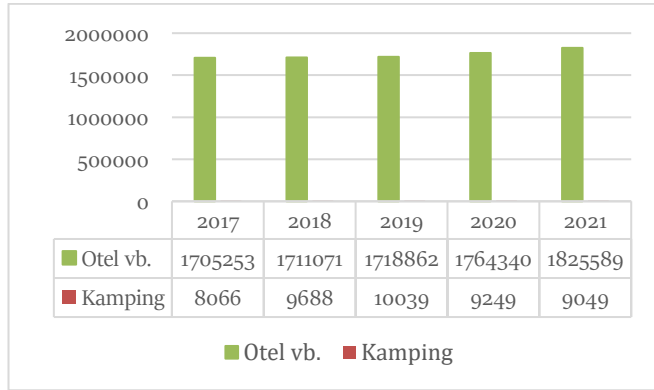
Türkiye genelinde bulunan belediye belgeli kampinglere geliş sayıları ile yukarıda bahsedilen beş büyük kentteki belediye belgeli kampinglere geliş sayıları Grafik-7'de verilmiştir. 2022 yılında beş büyük kentteki tesislere geliş sayıları toplamda 41280 iken, Türkiye'deki tesislere geliş sayıları toplamda 114193'tür. Beş büyük kentteki geliş sayıları Türkiye geneli geliş sayılarının %36,1'idir.



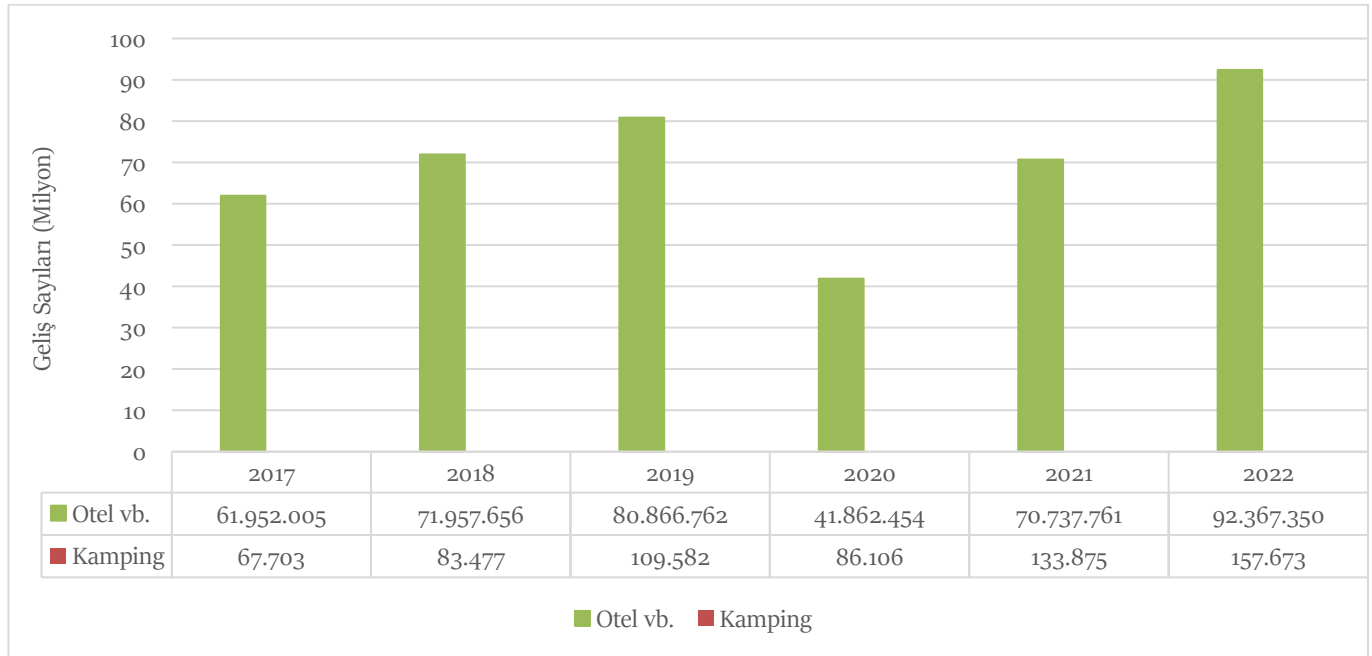
Grafik 7: Belediye Belgeli Kampinglere Geliş Sayıları

Türkiye'deki belediye ve bakanlık belgeli tüm konaklama tesisleri içerisinde kampinglerin yeri Grafik-7'de verilmiştir. Grafik-8'den de görülebileceği gibi, 2021 yılında kampinglerin toplam yatak kapasitesi 9049 iken, diğer tüm konaklama tesislerinin toplam yatak kapasiteleri 1825589'dur. Türkiye'de ki kampinglerin yatak kapasiteleri, tüm

konaklama tesislerinin yatak kapasiteleri içerisinde %0,5'ine karşılık gelmektedir.



Grafik 8: Türkiye'deki Tüm Konaklama Tesislerinin Yatak Kapasiteleri



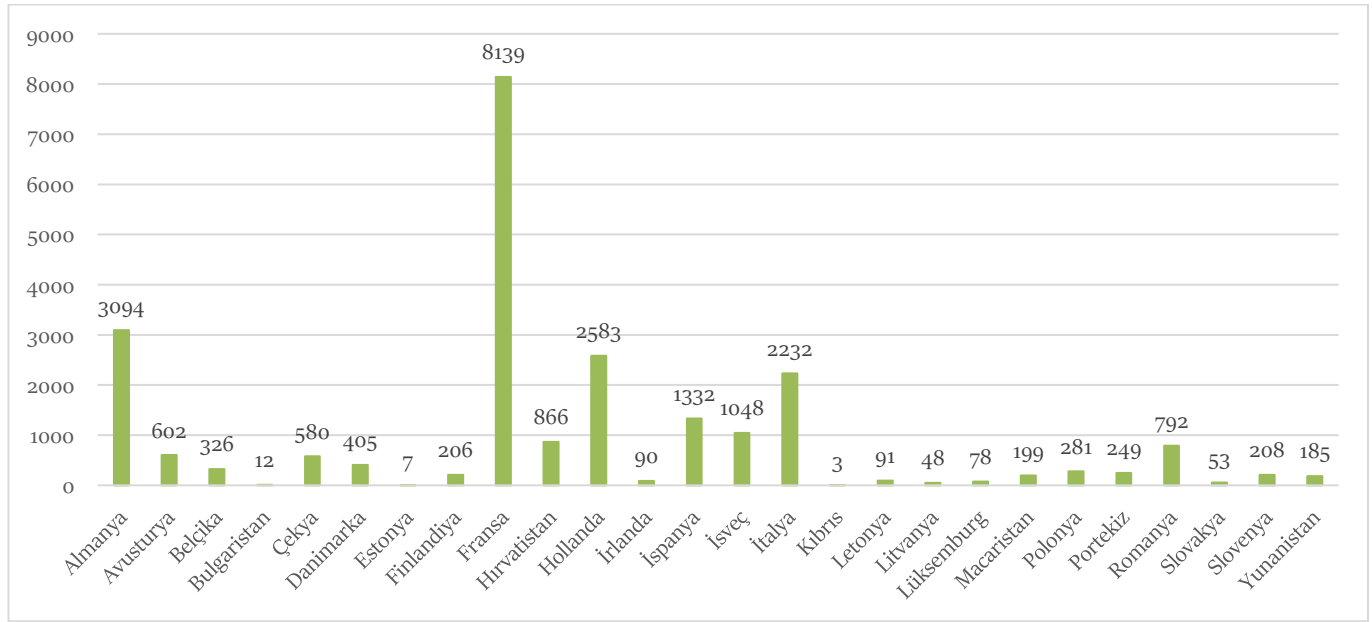
Grafik 9: Konaklama Tesislerine Geliş Sayıları

Türkiye ile kıyaslama yapılabilmesi için Avrupa Birliği ülkelerinde ikamet eden bireylerin turizm hareketliliği içerisinde konaklama türleri iki kategoride incelenmektedir, bunlar; 1-Otel ve benzer konaklama tesisleri, tatil ve diğer kısa dönem konaklama tesisleri (otel vb.), 2-Kamping, rekreasyonel araç parkları ve karavan parklarıdır (kamping). Eurostat (2023) verilerine göre AB ülkelerindeki tüm konaklama tesislerinin 573267'i (%96'sı) otel vb., 23708'i (%4'ü) ise kampinglerden oluşmaktadır. Tüm konaklama tesisleri içerisinde otel vb. yatak kapasiteleri 19746059

Türkiye'deki belediye ve bakanlık belgeli turizm konaklama tesislerine geliş sayıları Grafik-9'da verilmiştir. 2022 yılında kampinglere geliş sayıları 157673 iken diğer otel vb. tüm konaklama tesislerine geliş sayıları toplam 92367350'dir. Tüm Türkiye'de yıl boyu kampinglerde gerçekleşen geliş sayıları tüm konaklama tesislerinde gerçekleşen geliş sayılarının yaklaşık %0,2'sine karşılık gelmektedir.

(%70), kampinglerin 8389786'dır (%30). Tüm konaklama hizmetleri içerisindeki turistlerin geceleme oranları otel vb. %90,5, kampinglerde ise %9,5'dir. Kampinglerin sayıları ülkeden ülkeye oldukça farklılık göstermektedir. 27 ülke arasında ülke başına ortalama 912 tesis düşerken Fransa 8130 tesisle AB Ülkeleri arasında en çok tesise sahip ülke konumundadır. Malta için herhangi bir veri bulunamamış ve Kıbrıs verilerinde ise kampinglerin Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde ya da Güney Kıbrıs Rum

Yönetimi'nde olduğuna dair bir bilgi verilmemiştir (Grafik-10).



Grafik 10: AB Ülkelerindeki Kamping Tesisleri Sayıları

Tablo 1: Kampinglerin Nüfusa ve Yüzölçümüne Göre Sıralaması

	Nüfus sayısı (Milyon)	Kişi başına düşen kamp sayısı (1/Milyon)	Metrekareye düşen kamp sayısı (1/Bin)	
1	Türkiye	83,6	Hırvatistan 216,5	Hollanda 76
2	Almanya	83,2	Hollanda 147	Lüksemburg 39
3	Fransa	67,7	Lüksemburg 130	Hırvatistan 15,8
4	İtalya	59,2	Fransa 120,2	Fransa 12,9
5	İspanya	47,3	İsveç 100,8	Belçika 10,9
6	Polonya	37,8	Slovenya 99,05	Slovenya 10,4
7	Hollanda	17,5	Romanya 72,66	Danimarka 9,87
8	Belçika	11,6	Danimarka 69,83	Almanya 8,76
9	Romanya	10,9	Avusturya 67,6	Çekya 7,53
10	Yunanistan	10,7	Çekya 55,24	İtalya 7,52
11	Çekya	10,5	Letonya 47,89	Avusturya 7,34
12	İsveç	10,4	İtalya 37,7	Romanya 3,38
13	Portekiz	10,2	Finlandiya 37,45	Portekiz 2,73
14	Macaristan	9,7	Almanya 37,18	İspanya 2,65
15	Avusturya	8,9	İspanya 28,16	İsveç 2,57
16	Bulgaristan	6,5	Belçika 28,1	Macaristan 2,18
17	Danimarka	5,8	Portekiz 24,41	Letonya 1,44
18	Slovakya	5,5	Macaristan 20,52	Yunanistan 1,42
19	Finlandiya	5,5	İrlanda 18	İrlanda 1,32
20	İrlanda	5	Yunanistan 17,29	Slovakya 1,1
21	Hırvatistan	4	Litvanya 17,14	Polonya 0,92
22	Litvanya	2,8	Slovakya 9,64	Litvanya 0,77
23	Slovenya	2,1	Polonya 7,43	Finlandiya 0,68
24	Letonya	1,9	Estonya 5,38	Kıbrıs 0,33
25	Estonya	1,3	Kıbrıs 3,33	Estonya 0,16
26	Kıbrıs	0,9	Bulgaristan 1,85	Türkiye 0,11
27	Lüksemburg	0,6	Türkiye 1,06	Bulgaristan 0,1

AB ülkeleri ve Türkiye'deki kamping sayıları arasında bir kıyaslama yapabilmek için öncelikli olarak ülkelerin nüfus sayıları ve yüzölçümleri bilgilerini incelemek gerekmektedir. AB ülkeleri arasında kişi başına düşen kamp sayısı sıralamasında Hırvatistan birinci sırada iken yüzölçümlerine bakıldığında m² başına düşen kamp alanı sıralamasında Hollanda ilk sırada yer almaktadır. Türkiye nüfusu en büyük ülke olmasına rağmen kişi başına düşen kamp sayısı sıralamasında son sırada, yüz ölçümüne düşen kamp alanı sıralamasında ise sondan ikinci sırada yer almaktadır (Tablo-1).

Tartışma ve Sonuç

Türkiye'deki potansiyeli açısından bakıldığında kampinglerin alternatif turizm potansiyeli oldukça büyüktür. Özellikle Covid-19 pandemi sonrasında itibaren ciddi artış gösteren karavan ve çadır satışları, bireylerin tatil tercihlerindeki değişimler kampinglere yatırım yapılması Turizm Bakanlığı, Orman ve Milli Parklar Yönetimi ve turizm yatırımcılarının yoğunlaşmasına neden olmaktadır. ABD'de Timothy ve Teye (2009), tesis tedarikinde kamu ve özel

sektörün üstlendiği farklı rollere vurgu yapmaktadır. Rogerson ve Rogerson, (2020), özel kamp alanları tesislerin yüzde 53'ünü oluştursa da, kamu kurumu kamp alanları ticarileştirilmediği ve bunun yerine hükümetler tarafından sübvansede edildiği ve sunulan çok az olanakla kar amacı gütmeyen veya kendi kendini idame ettiren işletmeler olarak görüldüğü için ABD talebinin dörtte üçünü oluşturduğunu ifade etmektedir.

Kampinglere geliş sayıları 2020 yılı hariç istikrarlı olarak artış göstermiştir. 2020 yılındaki düşüş ise büyük olasılıkla Covid-19 pandemisi nedeniyle bir süreliğine gerçekleşen sokağa çıkma yasakları ve tesislerin kapanmasına bağlı olmasıdır. Eurostat (2023) verilerine göre 2019 yılında AB Ülkeleri içerisinde ikamet eden bireylerin %1,84'ü tatil tercihlerini Türkiye'den yana kullanmaktadır. 2021 ve 2022 yılı kıyaslandığında yabancıların kampinglere gelişleri yüzde yüzün üzerinde, geceleme sayıları ise yüzde üçyüzün üzerinde artış göstermiş olması dikkat çekici bir hareketliliktedir. Ülkemizde bulunan kampingler turizm açısından yabancılar için bir çekim gücü olma potansiyeline sahiptir diyebiliriz.

AB ülkelerinde ikamet eden turistlerin konaklama tesislerinde geceleme tercihleri tüm konaklama tesisleri içerisinde %9,5'lik bir orana sahip olması yabancı turistlerin kamp alanlarına ilgisinin azımsanamayacak derecede yüksek olduğunu göstermektedir. Cerović'in (2014), kampçılığı Avrupa'da yaklaşık 400 milyon geceleme sağlayan ve bazı ülkelerde konaklama birimlerinin çoğunluğunu oluşturan önemli bir ekonomik alan olarak ifade etmesi bu çalışmayı destekler niteliktedir.

Turizm denildiğinde ülkemizde büyük oranda ilk aklı gelen muhtemelen güneş-deniz-kum turizmidir. Bu kapsamda sahil kenarında bulunan beş büyük kent olan Antalya, Aydın, İstanbul, İzmir ve Muğla'da bulunan belediye ve bakanlık belgeli kampingler incelendiğinde, 2022 yılı içerisindeki turist geliş sayılarının yüksekten düşüğe doğru sırasıyla İstanbul, Muğla, İzmir, Antalya ve Aydın olduğu görülmektedir. Burada dikkat çeken nokta, Antalya özellikle yazın turizm hareketliliğinin en yüksek olduğu şehir

olmasına rağmen kampinglere geliş sayılarının diğer şehirlere göre oldukça düşük olmasıdır. Antalya hem temel konaklama tesisi hem de yardımcı konaklama tesisinin varlığı açısından oldukça avantajlı bir şehirdir. Ayrıca Antalya, turizm açısından büyük bir hareketliliğe sahip yerli ve yabancı birçok turist tarafından tercih edilen, doğal güzeleliğe sahip birçok destinasyona sahiptir. Bu destinasyonlarda görünürde oldukça fazla kamping mevcuttur. Genel bir kıyaslama yapıldığında bu beş ilde bulunan belediye belgeli kampinglere geliş sayısı, Türkiye'nin tamamındaki belediye belgeli kampinglere geliş sayılarının yalnızca %36,1'dir. Bu verilere göre kampingler güneş-deniz-kum turizminden daha fazla kullanım potansiyeline sahiptir denilebilir. Bu çalışmanın sonuçlarına örnek teşkil edebilecek şekilde (2021) çalışmasında Kapadokya'nın kamping bilinirliği olan önemli bir bölge olduğunu belirtmiştir.

Sahilde uzanıp güneş losyonu ile kitap okumaktan bunalan turistler, giderek deneyime dayalı alternatif turizme yönelmektedirler (Samarathunga ve Gamage, 2020). Türkiye'de temel turizm konaklama işletmeleri günümüzde her şey dahil sistemde kitle turizminin ön planda olduğu bir turizm anlayışına sahiptir. Ancak değişen demografik yapı, ekonomi, insan ihtiyaçları, iklim değişikliği, doğa bilinci, ortam ve ekipman çeşitliliği bireyleri daha fazla kişisel alanlara sahip, daha özgür ve kalabalığın az olduğu bir tatil anlayışına doğru yönlendirmektedir. Türkiye'deki kampinglere geliş sayılarının %63,9'u deniz-güneş-kum turizminden ziyade iç karalarda bulunan kampinglerde gerçekleştiği görülmektedir. Aynı zamanda son altı yılda ortalama kalış süreleri belediye belgeli kampinglerde 2,67 gece, bakanlık belgeli kampinglerde 3,8 gecedir.

AB Ülkeleri içerisindeki tüm turistik konaklama tesislerinin yatak kapasitelerinin %30'unu kampingler karşılarken, Türkiye'deki tüm turistik konaklama tesislerinin yatak kapasitelerinin %0,5'ini ve gerçekleşen gelişlerin %0,2'ni kampingler karşılamaktadır. Yüzdeler olarak düşük görünse de turizm hareketliliği içerisinde konaklama, yeme içme, ulaşım ve alışveriş gibi tüm turizm gelirleri

düşünüldüğünde özellikle bulunan yöreye ekonomik katkılar sağladığı söylenilebilir.

Türkiye’de bulunan kamping sayıları AB ülkeleri ile kıyaslandığında, Türkiye nüfus yoğunluğu en yüksek olan ülke olmasına rağmen kamping sayıları AB ülkelerine göre oldukça az sayıdadır. Türkiye nüfus sayısının büyüklüğü, elverişli iklimi, geniş ve çeşitli doğal güzelliklere sahip coğrafyası sayesinde kampingler açısından büyük potansiyele sahiptir. Bireylerin tatil yapma anlayışındaki değişim de göz önünde bulundurularak mevcut potansiyeli harekete geçirebilmek için belediyeler, Turizm Bakanlığı, Tarım ve Orman Bakanlığı ve üniversitelerin ilgili bölümleri tarafından kampingler için gelişim ve eylem planları gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Bu planlar içerisinde ekoturizm ilkeleri de göz önünde bulundurularak sürdürülebilirlik sağlanmalıdır. Bu bulgulara paralel olarak, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2007) yayımladığı 2023 turizm eylem planlarında, alternatif turizm çeşitlerinden olan ekoturizm ve yayla turizminin geliştirilmesi yönünde stratejik kararlara yer vermiştir. Kampingler genellikle yerel işletmeler ya da yerel insanların sıklıkla çalıştığı işletmelerdir. Aynı zamanda turistler çevredeki yerel halkla da etkileşim halindedirler. Kampinglerde kaynak doğanın kendisi olduğu için doğa ile etkileşimde oldukça üst düzeydedir.

Kaynaklar

- Akpur, A., & Zengin, B. (2019) İznik Gölü ile Çevresinin Kamp ve Karavan Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi “Evaluation of Camping and Caravan Tourism Potential of Iznik Lake and Its Environment”. *Turar Turizm ve Araştırma Dergisi*, 8(2), 4-20
- Alan Rogers (2011). *The best campsites in Europe*. Goldhurst: Allan Rogers Guides. Alliance Strategic Research (2011). The caravan and park industry. RV & Accommodation Industry Association of Australia. Brisbane: Caravan.
- Ardahan, F., Turgut, T., & Kaplan Kalkan, A. (2016). *Her Yönüyle Rekreatyon*. Ankara: Detay Yayıncılık, 215.
- Ardıç Yetiş, Ş. (2021). Kapadokya’da Turistik Ürün Olarak Kamping mi Glamping mi? *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 131-148.
- Blichfeldt, B.S. (2009). Innovation and Entrepreneurship in Tourism: The Case of a Danish Caravan Site. *Pasos*, 7 (3), 415-431.
- Brooker, E. (2011). *Insearch of entrepreneurial innovation in the Australian Outdoor Hospitality Parks Sector*. Doctoral thesis. Gold Coast, Australia: Griffith University. Unpublished
- Brochado, A. & Brochado, F. (2019). What Makes a Glamping Experience Great? *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 10 (1), 15-27.
- Brooker, E. & Joppe, M. (2013). Trends in Camping and Outdoor Hospitality- An International Review. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 4(3), 1-6.

Turistlerin, işletme çalışanları ya da çevredeki yerel halkla etkileşimi esnasında sosyal ve kültürel farklılıklar ortaya çıkabilir, doğaya karşı farklı yaklaşımlar sergilenebilir. Bu farklılıkların etkisinin en aza indirilebilmesi için hem yerel halkın hem de turistlerin bu konularda bilinçlendirilmesi gerekmektedir. Bunlara ek olarak turizm faaliyetleri içerisinde kamping konaklama türünün artırılması, bu konaklama türünü seçen bireylerin tatil planlarını daha iyi yapabilmesi, tesislerin yönetim süreçlerini daha verimli hale getirebilmesi ve doğal yapının bozulmaması için takip edilebilir ortak bir ağ üzerinden rezervasyon sisteminin oluşturulması önemlidir.

Bu çalışma kampinglerin konaklama turizmi içerisinde ki mevcut yeri ve potansiyeli hakkında genel bilgilendirmeler sunmakla beraber Türkiye’de faaliyet gösteren kampinglerin sayısı, kampinglerde konaklayan bireylerin orada konaklama nedenlerini, yılın hangi mevsimlerinde daha çok tercih edildiği, tesislerin nitelik olarak yeterliliği, tesis standartları, yöresel ve ulusal ekonomik etkileri gibi daha detaylı çalışmalar yapılması gerektiğini göstermektedir. Bununla birlikte belgelendirme açısından tek bir kuruluş altında toplanması sürdürülebilirlik ve standartlaşma açısından önemlidir.

- Cerović, Z. (2014). Innovative Management of Camping Accommodation. *Horizons: International Scientific Journal Series A*, 13, 55-68.
- Cvelić-Bonifačić, J., Milohnić, I. & Cerović, Z. (2017). Glamping – Creative Accommodation in Camping Resorts: Insights and Opportunities. *ToSEE – Tourism in Southern and Eastern Europe, Vol. 4*, pp. 101-114.
- Del Moretto, D., Colla, V. & Branca, T.A. (2017). Sustainable Mobility for Campsites: The Case of Maccia Lucchese. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 68 (2), 1063-1075.
- Doğanay, H., & Zaman, S. (2001). *Türkiye Turizm Coğrafyası* (3. Baskı). Konya: Çizgi Kitabevi.
- Eurostat (2023). <https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism> Erişim tarihi: 23.05.2023
- Gračan, D. & Birin, A. (2013). The Implementation of Ecological Standards in Sustainable Development of Croatian Camps. *Tourism in Southern and Eastern Europe*, 2, 131-143.
- Lucivero, M. (2012). *Camping and Open-air Tourism: An Opportunity for Sustainable Tourism in Coastal Areas*. In 6th Conference of the International Forum on Urbanism (IFoU) TOURBANISM, Barcelona. Delft: International Forum on Urbanism, 1-9.
- Mikulčić, J., Prebežac, D., Šerić, M., & Krešić, D. (2017). Campsite Choice and the Camping Tourism Experience: Investigating Decisive Campsite Attributes Using Relevance-determinance Analysis. *Tourism Management*, 59, 226-233.
- Milohnić, I. & Bonifacic, J. C. (2014). *Global Trends Affecting Camping Tourism; Managerial Challenges and Solutions*. Faculty of Tourism and Hospitality Management in Opatija. Biennial International Congress. Tourism & Hospitality Industry; Opatija (2014): 380-393.
- Milohnić, I. & Cvelić-Bonifačić, J. (2015). Sustainable Camping Management: A Comparative Analysis Between Campsites and Hotels in Croatia. *Tourism in Southern and Eastern Europe*, 3, 211-222.
- Milohnić, I., Cvelić-Bonifačić, J., & Licul, I. (2019). Transformation of Camping into Glamping – Trends and Perspectives. *Tourism in Southern and Eastern Europe*, 5, 457-473.
- OSMED (2023). <https://www.osmed.com.tr/turizm-nedir/> Erişim tarihi: 08.05.2023.
- Öztürk, Y. & Yazıcıoğlu, İ. (2002). Gelişmekte Olan Ülkeler İçin Alternatif Turizm Faaliyetleri Üzerine Teorik Bir Çalışma. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi* (2), 183-195.
- Patterson, I., Pegg, S. & Mahedevan, R. (2015). The Benefits of Short Stay Caravan Travel Based on the Lived Experiences of Grey Caravanners in Australia. *Tourism Analysis*, 20 (5), 539-549.
- Persic, M., Jankovic, S. & Cvelić-Bonifačić, J. (2017). Integrated Reporting As a Trend and Challenge for Benchmarking and Competitiveness of the Camping Business. *Tourism in Southern and Eastern Europe*, 4, 451-468.
- Poldrugovac, K., Jankovic, S. & Persic, M. (2019). The Significance of Competitive Pricing and Revenue Management in Camping. *International Journal of Revenue Management*, 11 (1-2), 76-88.
- Rogerson, C. M., & Rogerson, J. M. (2020). Camping tourism: A review of recent international scholarship. *Geo Journal of Tourism and Geosites*, 28(1), 349-359.
- Samarathunga, W. H. M. S., & Gamage, D. (2020). Alternative tourism as an alternate to mass tourism during the Post-COVID-19 recovery phase: The case of Sri Lanka. Sage Submissions. Preprint. <https://doi.org/10.31124/advance>, 12361301, v1.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, (2007). *Türkiye Turizm Stratejisi 2023*. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları-3085 (21).
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, (2023). <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-9851/turizm-istatistikleri.html> Erişim tarihi: 08.05.2023.
- TIET (2015). <https://ecotourism.org/what-is-ecotourism/> Erişim tarihi: 10.07.2023.
- Timothy, D. J., & Teye, V. B. (2009). *Tourism and the Lodging Sector*. London: Butterworth-Heinemann.
- United Nations (2010). *International Recommendations for Tourism Statistics 2008*. United Nations Publication, New York