



Ege Coğrafya Dergisi, 24/2 (2015), 57-68, İzmir
Aegean Geographical Journal, 24/2(2015), 57-68, Izmir—TURKEY

ULUSLARARASI TURİZM ULAŞTIRMASININ AKIŞ YÖNÜ VE DAĞILIŞ DOKUSU

Flow Direction and Distribution Pattern of the International Tourism Transport

Fusun BAYKAL

*Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Coğrafya Bölümü
fusun.soykan@ege.edu.tr*

Abstract

International transport links is one of the most important issues for the tourism sector owing to development of tourism, competition, opening of new areas to tourism and affection of tourism demand. International tourism movement takes place along certain routes. Departure point of tourist creates network between routes and destinations and emerges distribution pattern. The route of direction in other words the flow direction of transport will be changed, blocked, restricted, extended or reduced the distance of flow by many factors such as climatic conditions, attractiveness, technological innovation, political developments, campaigns, individual reasons etc.

Distribution pattern of international tourism transport can be analyzed with four scales: neighbouring countries, regions, continental and cross-continental. Since the 1950s, the flow direction and distribution pattern of transport has also changed for the reason that the tourist generating and receiving countries in the world has considerably changed as number and space.

Keywords: Tourist flow, route, corridor, destination, distribution pattern

Öz

Uluslararası ulaşım bağlantıları turizmin gelişmesini, rekabeti, yeni alanların turizme açılmasını ve turistik talebi etkilediği için turizm sektörünün en önemli konularından biridir. Uluslararası turizm hareketi belirli rotalar boyunca gerçekleşir. Turistin çıkış yeri, rota ve destinasyon arasında bir ağ oluşur ve bir dağılış dokusu ortaya çıkar. Rotaların yönünü, diğer ifadeyle ulaştırmanın akış yönünü değiştirecek/engelleyecek/sınırlayacak/akış mesafesini uzatacak veya kısaltacak pek çok faktör vardır: iklim koşulları, çekicilikler, teknolojik yenilikler, siyasal gelişmeler, kampanyalar, bireysel nedenler vd.

Uluslararası turizm ulaştırmasının dağılış dokusu dört ölçekte analiz edilebilir: komşu ülkeler, bölgeler, kıta-içi, kıta-dışı. Dünyada 1950'lerden bu yana turist gönderen ve kabul eden ülkeler sayı ve mekân olarak büyük değişimlere uğradığı için ulaştırmanın akış yönü ve dağılış dokusu da değişmiştir.

Anahtar kelimeler: Turist akışı, rota, koridor, destinasyon, dağılış dokusu

GİRİŞ

Günümüzde insanların çeşitli nedenlerle yer değiştirme hareketinde “*turizm amaçlı*” kısa süreli göçler önemli bir yer kaplamaktadır. Çünkü turizm; insanların devamlı yaşadıkları yerin sınırları dışına çıkıp seyahat etmeleri ile başlamaktadır. Seyahati mümkün kılan ulaşım, turizmi tamamlayan bir eleman durumundadır (Soykan, 1997). Yakın tarihlere kadar askeri ve ekonomik ihtiyaçlara göre şekillenmiş olan ulaşım sistemleri ve onların araçları, turizmin gittikçe büyüyen ekonomik değeri karşısında turizm temelli değişimlere sahne olmaktadır. Şöyle ki; ticari ulaşım sistemleri mal ve hizmetleri tüketicinin bulunduğu yere taşıırken, turizm ulaşım sistemleri ise tüketicileri turistik mal ve hizmetlerin üretim ve tüketiminin yapıldığı yere taşımaktadır. Bir bölgenin turizm kaynakları ve sunulan hizmetler, eğer turist oraya erişebilirse değer kazanmaktadır. Ulaşım kolaylıkları bir yerde turizmin doğuşunu ve gelişmesini teşvik ederken, gelişen turizm de o bölgede ulaşım altyapısının iyileştirilmesine yol açarak hizmet kalitesini artırmakta ve sonuçta bölgesel sosyo-ekonomik kalkınma gerçekleşmektedir.

Birbirine sıkı sıkıya bağlı olan turizm ve ulaşımın gelişimi, büyük aşamalar geçirerek bugüne gelmiştir. Turizm, 19. yüzyılda yalnızca elitist bir aktivite iken, son iki yüzyılda geniş kitlelere yayılmış, herkesin katıldığı çok boyutlu bir olguya dönüşmüştür (turizmin demokratikleşmesi). Nitekim uluslararası turist sayısı günümüzde bir milyarı aşmıştır. Bu kesintisiz büyümede özellikle ulaşım teknolojisinin gelişmesi büyük rol oynamış, o yüzden ulaşım ve turizm ayrılmaz bir ikili haline gelmişlerdir. 19.yüzyılın ikinci yarısında demiryolu taşımacılığının başlaması, 20. yüzyıl boyunca otomobilin ve 1970’li yıllardan sonra havayolu ulaşımının yaygınlaşması, turizmin gelişmesine büyük katkı vermişlerdir (Pamelard, 2009). Böylece bir ülkede iç turizmde kullanılan ulaşım bağlantıları kadar, dış turizme hizmet eden sınır ötesi bağlantılar turizmin yaygınlaşması yanında, onun rekabet edebilirliğini, yeni alanların turizme açılmasını, yıl içinde turizm sezonunun süresini ve turistik talebi doğrudan etkiler hale gelmiştir.

Turizm ulaştırması, insanların turistik amaçlarla yaptıkları seyahatlerde ekonomik prensiplere uygun olarak, turizm pazarlarından turist çekim merkezlerine hızlı, güvenli ve düzenli bir şekilde taşınmasını sağlayan bir hizmet faaliyetidir. Bu taşınmanın ucuz olması ve zaman faydası sağlaması beklenir. Turizm ulaştırması, ulaştırma sistemleri arasında koordinasyonu gerektirir (Gürdal, 1990). Turizm ile ulaşım arasındaki ilişkiler çok boyutludur: bütçe-ulaşım, süre-ulaşım, turizm türü-ulaşım gibi. Şüphesiz bu ilişkilerde amaç, yer, zaman gibi değişkenler de önemli birer belirleyicidir. Sözelimi turizm türüne bağlı olarak gidilecek yer ve yıl içindeki zaman dilimi ile kullanılacak ulaşım sistemi ve onun araçları arasında sıkı bir bağ vardır.

Turizm ulaştırmasında coğrafi mekâna (kara, su, hava) ihtiyaç olduğu için hem ulaşım coğrafyası hem de turizm coğrafyası kapsamında araştırmalara konu olmaktadır. En başta; turistlerin yaşadığı yerler ile tatile gittiği yerleri (destinasyonlar) birbirine bağlayan ulaşım güzergâhları turizm coğrafyasının önemli konularından biridir. Daha açık ifadelerle; turistlerin tatil yeri seçiminde, yeni turistik mekânların doğuşu ve gelişmesinde ulaştırmanın rolü, turizm hareketlerinin mevsimlik özelliği ile ulaşım arasındaki ilişkiler, turist akışını sağlayan-kolaylaştıran koridorlar ve onların doğal, kültürel ve hizmet çekicilikleri, turizm koridorlarının coğrafi dağılışı, turizm ulaştırmasının ekonomik sektörlerle ilişkisi, turizm ulaştırmasının çevresel, sosyo-kültürel ve ekonomik etkileri gibi birçok konu coğrafyacılar tarafından araştırılmaktadır. Bu çerçevede, turistler (talep) ile ulaştırmanın başladığı, son bulunduğu ve gerçekleştiği coğrafi mekânlar (arz) arasındaki ilişkiler; neden-sonuç sorgulamaları, dağılışı ve etkiler temelinde analiz ve sentez edilerek incelenmektedir.

Turizm dinamik bir sektördür, o nedenle turizmle ilgili her konuda bir hareket vardır. Ulaştırma sözü konusu olduğunda, turistlerin bir yerden diğerine taşınması anlaşılmalıdır. Bu taşınma sırasında turistlerin niteliksel ve niceliksel özellikleri de taşındığından, seyahat esnasında ve gidilen yerde çok boyutlu değişiklikler meydana gelebilmektedir. Sözelimi ulaştırmaya endeksli bir turizm hareketi (güzergâh turizmi, kruvaziyer turizmi vd), diğer turistik olguları canlandırmakta,

sonuçta coğrafi mekân üzerinde doğrudan ya da dolaylı çevresel etkiler çikabilmektedir.

Uluslararası turizme katılanların her geçen yıl artması, turizmin daha geniş kitlelerce yapılması demektir ve o nedenle turistler yeni keşfedilen coğrafi mekânlara taşındığı gibi, belirli alanlarda da çevresel ve sosyal taşıma kapasitesini aşan yoğunlaşmalar meydana gelmektedir. Ayrıca turist akışının yoğun olduğu güzergâhlarda aşırı kullanım sonucunda trafik sıkışıklıkları, gürültü ve hava kirliliği görülmektedir.

TURİST AKIŞI VE TURİST TRAFİĞİ

Turizmde toplu (organize) ya da bireysel yapılan yer değiştirme hareketi, beraberinde bir akışı temsil eder. Türkçede tam ifadesini bulmasa da akış sözcüğü, turizm literatüründe sıkça kullanılmaktadır.

Turist akışı; turist gönderen bölgeler veya ülkeler ile turist kabul eden bölgeler veya ülkeler arasında gerçekleşen geliş-gidiş anlamına gelmektedir. Bu durumda akış, tek taraflı ya da çift taraflı olabilir. Genellikle gelişmiş ülkeler turist göndermekte, az gelişmiş ülkeler ise turist kabul etmektedir. Turist akışı daha ziyade uluslararası turizm kapsamında kullanılan bir terimdir ve uzak mesafeleri işaret eder. Ancak, iç kısımlardan kıyılara, kentlerden kıyılara, kayak merkezlerine vd. ne doğru belirli güzergâhlar boyunca kısa mesafeli turist akışları da vardır.

Turist akışı aynı zamanda turist trafiği ile örtüşmektedir. Çünkü akış yoğunluğu her ulaşım sisteminde trafik yoğunluğuna yol açabilir. Turizme katılanların sayısına, dolayısıyla ulaşım araçlarının sayısına ve sefer sıklığına bağlı olarak, turist akışında yoğunluk olabilmektedir. Bu yoğunluk, turizmin yüksek ya da düşük sezonuna göre değişir. Turist trafiğinin yoğunluğu en fazla karayolunda hissedilir ve özellikle belirli günlerde (hafta sonu vb.) ve hava koşullarının olumsuzluğu karşısında (yağmur, kar, sis vb.) artar. Aynı zamanda, yolculuğa çıkış ve varış noktalarında (limanlar, havalimanları, garlar, terminaller), özellikle kitle turizmi organizasyonları sırasında sıkışıklıklar yaşanır.

Turist trafiğine uluslararası boyutta ve uzak mesafeler ölçeğinde bakıldığında, her ulaşım sisteminde izlenen belirli rotaların olması nedeniyle, dünya turist trafiğinin kendine özgü bir

dağılım dokusunun şekillendiği görülür. Kıyı turizmi için yaz aylarında (yüksek turizm sezonunda) Akdeniz ülkelerine yönelen turist akışları, karayolu ve havayolu başta olmak üzere büyük bir trafik yoğunluğuna neden olur. Kıyı turizmi destinasyonlarına sık seferler düzenlenir ve böylece ulaşım sistemlerinin kullanım kapasitesi son noktasına kadar kullanılır.

Uluslararası turist akışının rotasını değiştirecek / engelleyecek / sınırlayacak / akış mesafesini uzatacak veya kısaltacak pek çok faktör vardır. Bunlar, akışın başladığı ve bittiği yer ile akışın gerçekleştiği rotaların coğrafi özellikleriyle (en başta iklim) yakından ilişkili olduğu kadar, günümüzde daha çok ekonomik, teknolojik, sosyal, siyasal, askeri durumlarla ve güvenlik hizmetleriyle yakından ilişkilidir. Sözelimi, doğal afetler, ekonomik krizler, yasal engeller, politik kararlar, vize, işbirliği anlaşmaları, terör, salgın hastalıklar, savaşlar vb. turist akışının şekillenmesinde rol oynamaktadır.

TURİZM ULAŞTIRMASINDA ROTALAR VE KORİDORLAR

Turizm ulaştırmasında en sık kullanılan sözcüklerden biri de izlenen yol anlamına gelen “*rota*”dır. Rota, hem turistler için hem de ulaşım araçları için kullanılır. Her ikisinin de bir çıkış noktası vardır ve varış noktasına ulaşmak için bir yol izlenmek zorundadır. Her ulaşım sisteminin kendine özgü rotaları vardır. Turistler açısından rotanın önemi; eğer organize turlara katılmışlarsa rotadaki parkuru ve yolları seçme şanslarının olmayışı; tatil programını kendileri hazırlamışlarsa, istedikleri rotayı seçme şansına sahip olmalarıdır.

Günümüzde tek bir ulaşım sistemi ve onun tek ulaşım aracı yerine kombine hizmetler turistlere daha çekici gelmektedir. Tren, otobüs, bisiklet, gemi, uçak gibi araçlar, birbirleriyle bağlantılı olarak pazarlanmakta, bu hem kolaylık hem de hareket özgürlüğü getirmektedir. Dolayısıyla izlenen rotalar klasik rotalardan ayrılmakta, onların yerine çok seçenekli ve ulaşım ağı çok yaygın yeni rotalar doğmaktadır.

Tatil yeri seçimi kadar rota seçiminde de kişisel tercihler (aktif-pasif tatil, sağlık ve spor amaçlı geziler, keşfetme, öğrenme, yerel kültürü tanıma vb) ve günümüzün popüler turizm türleri

(ekoturizm, kırsal turizm, jeoturizm, dağ turizmi, sportif turizm vb) önemli bir belirleyici olmaktadır. Sözelimi ekoturizm; doğa korumacılığına önem veren, yerel kültüre saygıyı ön planda tutan ilkelere sahip olduğu için her yere motorlu araçlarla ulaşılmaması, daha çok kırsal yolların kullanılması kabul görmekte, yürüyerek, bisikletli ya da atlı gezilere ilgi duyulmaktadır. Bu durumda birkaç saatlik yürüyüşlerden, haftalarca süren uzun yürüyüşlere kadar yapılan etkinliklerde rota seçimi çok önem taşımaktadır.

Bilindiği üzere turizm, seyahat ve konaklamadan oluşan bir bütündür. Turistler kimi zaman tatillerinde seyahati ön plana alıp konaklamayı arka plana atmaktadırlar. Bu şekilde belirli yerlerde gecelemlerin yapıldığı, seçilen rotadan ayrılmayarak gezip-görme-keşfetme amaçlı etkinlikler bütününe “*Güzergâh Turizmi*” denilmektedir (Özgüç, 1984). Sözelimi Türkiye’de Karadeniz Bölgesi ve Kapadokya’da yapılan geziler, güzergâh (rota) turizmine örnek gösterilebilir.

Uluslararası turizm veya iç turizm ulaşımında izlenen rotaların oluşturduğu, turist akışının gerçekleştiği belirli hatlar vardır ki bunlar zamanla gelenekselleşerek ve kalıplaşarak birer “*turizm koridoru*” haline gelirler. Koridor sözcüğü mekanla ilişkilidir ve turizm ulaştırmasının coğrafi boyutuna işaret eder. Nitekim bir vadiyi, bir dağ eteğini, bir kıyıyı kilometrelerce izleyen karayolu ve demiryollarında milyonlarca turist seyahat eder. Turizm bölgelerine ve sayfiye yerlerine turist akışını sağlayan turizm koridorlarının analizi turizm planlaması açısından çok önemlidir (Özgüç, 1998). Turizm koridorları, belirli bir tema etrafında bir veya birkaç bölgeyi içine alacak şekilde turizmde bütünleşme ve tamamlayıcılık konseptine uygun olarak bir yapılanmayı içine alabilir. Bu durumda özne ulaştırma ve temaya uygun yollar seçilerek alt ve üst yapı hizmetleri yenilenir. Sözelimi Fransa’nın “*Alsace şarap yolu*”, tematik turizm koridoruna bir örnektir.

Türkiye Turizm Stratejisi 2023’te “*Turizm Gelişim Koridorları*”nın oluşturulması hedeflenmektedir. Planda, “*belli bir güzergâhın doğal ve kültürel dokusunun yenilenerek, belli temalara dayalı olarak turizm amacıyla geliştirileceği*” ve koridorların “*bir varış noktası*” olarak bütüncül şekilde planlanacağı, yönetileceği, tanıtım ve

pazarlamasının yapılacağı belirtilmektedir. Planda yedi adet Turizm Gelişim Koridoru önerilmektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007).

ULUSLARARASI TURİZM ULAŞTIRMASI

Turizm ulaştırması, insanların turizm pazarlarından turist çekim merkezlerine hızlı, güvenli ve düzenli bir şekilde taşınmasını sağlayan bir hizmet faaliyetidir (Gürdal, 1990). Dünyada ulaşım teknolojisindeki gelişmeler mesafeleri kısaltmakta ve maliyetleri düşürmektedir. Kıta içi yolculuklarda izlenen geleneksel karayolu rotaları, ucuz uçak seferlerinin yaygınlaşmasıyla kullanım yoğunluğunu kaybetmeye başlamıştır. Söz gelimi 2003-2004 arasında dünyada havayoluyla taşınan yolcu sayısı % 15 artarken, karayolunda bu oran % 6,3’te kalmıştır. Uluslararası yolculuklar 2013 yılında % 53 havayolu, % 40 karayolu, % 5 denizyolu ve % 2 demiryolu ulaşım sistemleriyle gerçekleşmiştir (UNWTO, 2014). Diğer taraftan, bir ulaşım türünden diğerine geçilen yerlerde (aktarma noktaları) yapılan “*Transit Turizmi*”, önemini korumaktadır. Hava ve deniz limanları ile önemli demiryolu merkezleri, transit turizminin yoğunlaştığı düğüm noktalarıdır (New York, Montreal, Cape Town vb.) (Özgüç, 1998). Bütün bu değişimler ve yenilikler günümüzde uluslararası turizm hareketinde bölgelerarası alışveriş, turistik akışın yönü ve yoğunluğu hakkında bir fikir vermektedir.

Turizm ulaştırması uluslararası ölçekte başlayıp, bölgesel ve yerel ölçeğe kadar inebilmektedir. Her ölçekte bir turist akışı vardır ve ülkeler arasındaki bütünleşmeyle bir “*bölgesel kalp*” oluşmaktadır (Özgüç, 1998). Turist akışının gerçekleştiği güzergâhlar, turizm ulaştırmasının, turizm coğrafyasının, kültürel coğrafyanın ve hatta göç coğrafyasının konusudur.

İnsanlar tatillerini geçirmek üzere, seçtikleri destinasyona ulaşmak için yüzlerce km’den binlerce km’ye uzanan yolculuklara çıkarlar. Bu yolculuklarda kullanılacak çeşitli ulaştırma sistemleri ve onların araçlarından birini ya da birkaçını seçerler. Geriye, hangi yolun/yolların takip edileceği kalır. Kitle turizminde ve paket turlarda bunların tümü ilgili seyahat şirketi tarafından planlanmaktadır. İşte turistin destinasyon seçiminden başlayarak, bireysel, örgütsel ya da bir seyahat şirketinin ulaşım

planlamasına uzanan tüm işlemler sonucunda turizm hareketi; yön ve trafik olarak, dağılım ve yoğunluk boyutunda dünyada farklı özelliklerle karşımıza çıkmaktadır. Nasıl ki dünyada turizmin bir coğrafi dağılım kalıbı varsa, uluslararası turizm hareketinin de ulaşım koridorları veya turist akışı temelinde bir dağılım kalıbı vardır.

Turizm Ulaştırmasında Güncel Gelişmeler

Ulaştırma sektöründe geçmişten bugüne yaşanan yenilikler, turizmde hareketliliğin gitgide artmasına neden olmuştur. Özellikle havayolu taşımacılığında *charter* seferlerin başlaması bir çığır açmıştır. İlk havayolu *charter* uçuşlarının 1949 yılında başlamasından sonra 1971'de Avrupa-Akdeniz arasındaki trafiğin yarısı bu tür uçuşlara ait olmuştur. Havayolunda düşük ücretli uçakların 1970'lerden itibaren devreye sokulması, yolcu sayısında bir patlama yarattığı gibi yeni turistik merkezlerin doğuşunda da rol oynamıştır (Gay, 2006).

Çağdaş turizm hareketlerinin doğmasında en önemli rolü oynayan demiryolu, günümüze doğru 1980'lerden sonra "*hızlı tren*" teknolojisiyle birlikte Avrupa'da hızlı tren ağının giderek yaygınlaşmasına (Fransa'da 350 km hızla giden TGV'ler, Almanya'da 280 km hızla giden ICE'ler, İtalya'da, Milano-Roma arasında çalışan 250 km hıza sahip Pendolis'ler gibi) yol açmıştır. Garların şehir merkezlerinde yer alması, hava ve deniz limanlarına bağlantıların olması, e-bilet alınabilmesi gibi özellikler demiryolunun rekabet gücünü arttırmıştır (Emekli, İbrahimov, Soykan, 2006).

Karayolunun, karasal ortamlarda "*her yere*" ulaşabilme üstünlüğü taşıması ve diğer ulaşım sistemlerine kolay entegre olabilmesi; onu turizmin gelişiminde, turizmin dağılımında, turizm türlerinin çeşitlenmesinde önemli bir faktör haline getirmiştir. Günümüzde karayolunun turizm ile bütünleştiği özel arakesit vardır: *ekoturizm, kırsal turizm, doğa turizmi, yeşil turizm, trekking, atlı ve bisikletli geziler*. Eskiden yerel halkın ve hayvanların kullandığı patikalar, keçi yolları, toprak köy yolları, bugün birer "*yürüyüş yolu*" haline gelmişlerdir. Karayolu-turizm arasındaki bu olumlu etkileşimlere rağmen, ekosistem dengesi hassas bölgelere ulaşan asfalt yollar erişebilirliği arttırmakta, kitle turizmi çevresel sorunlar yaratmaktadır.

Denizyolu ulaştırması, havayollarının gelişmesiyle egemenliğini yitirmişse de *kruvaziyer turizmi, yat turizmi, feribot taşımacılığı, tekne gezileri* gibi farklı uygulamalar turizmde kendine yer edinmiştir. Kruvaziyer turizminin son yıllarda çok rağbet görmesi, seyahat gemilerinin konfor bakımından en gelişmiş turistik ulaştırma aracı olmasından kaynaklanmaktadır. Denizyolu yolcu taşımacılığı, küçük adaların ekonomileri için önemli etkilere sahip olduğundan *hovercraft* ve hidrofil tipi taşıyıcılar modern araçlar hizmete girmiştir (Baykal, 2013).

Bütün bu ulaştırma sistemlerindeki gelişmelerle ulaşım araçlarında daha fazla enerji tüketildiği ve gaz emisyonları arttığı için bugün ağır etkiler ortaya çıkmış ve "*sürdürülebilir ulaştırma*" gündeme gelmiştir. Daha uzak yerlere daha hızlı gitme isteği ne yazık ki kirliliğe yol açan yolculukları teşvik etmektedir ve bunların başında havayolu ulaşımı gelmektedir. Bu sorun çoğu yerde küçümsenmekte ve sürdürülebilir kalkınma politikalarında hesaba katılmamaktadır. Ayrıca, sürdürülebilir turizm aktörleri genellikle çevre yönetimi ve insanlara saygı çabalarına odaklandığından, turizmde ulaşımın önemini göz ardı etmektedirler. Hâlbuki artık, sürdürülebilir turizmde ulaşım sektörünü dikkatle ele almak zamanı gelmiştir. O halde gerçek bir sürdürülebilir turizme ulaşım araçları nasıl adapte edilebilir? İşte bu hedefe ulaşmak için "*eko hareketlilik-eko seyahat*" kavramı ortaya çıkmış ve daha az kirlüten ulaşım biçimleri ve araçlarının arayışına gidilmiştir (Pamelard, 2009).

Turizm ulaştırmasında "*slow seyahat*" bir başka güncel kavramdır ve Avusturya örneğinde olduğu gibi, Alplerde yürüyüş, güneş enerjisiyle çalışan minibüsler, Tuna kıyılarında bisikletli geziler sera gazı emisyonlarını azaltmak için uygulamaya konulan yeniliklerden bazılarıdır (Follet, 2014).

Turizm ulaştırmasında en popüler kavramlardan biri de "*temalı turistik rotalar-yollar*"dır. Bu rotalar; göz alıcı bir rota boyunca ziyaretçilere açık turistik yerlerden geçerek ve hizmetlerden yararlanarak bir destinasyona ulaşmak için izlenen yoldur. Eğer bu rota, bir döngü şeklinde başladığı yerde bitiyorsa "*tur*" olarak adlandırılmakta, çıkış ve varış noktaları farklı ise "*yol*" adını almaktadır (Beudet, 2003). Adı ister yol olsun ister tur, temalı rotaları işaretlemek ile onlara bir kimlik

vermek arasında sıkı bir ilişki bulunmaktadır. Turistik rotaların belirlenmesi, turist akışını kanalize etmekte, ekonomiyi harekete geçirmekte ve yeni turistik sitlerin düzenlenmesini sağlamaktadır. Bugün Fransa'da üç yüzden fazla temalı turistik rota vardır, şu örnekler verilebilir: *La Route des Vins d'Alsace* (Alsace Şarap Rotası), *La Route de la Lavande* (Lavanta Rotası), *La Route des Moulins* (Değirmenler Rotası), *La Route Napoléon* (Napolyon Rotası), *La Route des Châteaux* (Şatolar Rotası). Ayrıca, Almanya (Romantik Rota vd.), İskoçya (Viski Rotası vd.), Portekiz, İsviçre, Belçika, Norveç vd. ülkelerde de bu tür rotalar bulunmaktadır. Bu ulusal yollar dışında ülkeleri birleştiren sınırötesi rotalar da vardır (Beaudet, 2003).

Turizm ulaştırmasındaki son gelişmelerden bir diğeri, seyahatlerde özel araçların kullanımını minimum seviyeye indirmek amacıyla özellikle tren yolcularının indikten sonra otellerine bedava transfer edilmeleriyle ilgilidir. Bu konuda elektrikle çalışan minibüsler, teleferik ve funikülerlerden yararlanılmaktadır. Özellikle de ekoturizm, kırsal turizm ve kayak turizminde dağ ve vadi köylerine ulaşımında bu yöntem *-arabası ulaşım-* uygulanmaktadır. Bisiklet de "*sıfır karbon*" çalışmaları içinde kentten kıra ulaşımında yerini almıştır. Sözgelimi Avusturya'da iyi derecede işaretlenmiş 10 bin kilometrelik bisiklet yolu ağı, gölleri ve nehir kıyılarını içine almaktadır. Bunlardan en ünlüsü Tuna nehri boyunca Hainburg'dan (Avusturya) Passau'ya (Almanya) uzanan 430 km'lik bisiklet yoludur. Bir başka bisiklet yolculuğu Burgenland'da kiraz bahçeleri arasında tümüyle gaz emisyonlarından uzakta, arabaların dolaşımının yasak olduğu bir ortamda yapılmaktadır (Follet, 2014). Teşvik gören uygulamaların diğerleri; kırsalda at ve atlı arabalar kullanımının yaygınlaştırılması, akarsu ve kanalların bireysel veya kolektif olarak kullanılmasıdır (Martineau, 2009).

Uluslararası turizm sera etkili gaz salınımlarından %5 oranında sorumludur. Bu oran içinde havayolu taşımacılığının % 40, karayolunun % 32, otellerin % 21 payı vardır. Hiçbir önlem alınmadığı takdirde, uluslararası turizmin yarattığı kirliliğin payının % 5'ten 2030 yılında % 150'ye çıkacağı öngörülmektedir

(<http://www.consequencespaystouristiques.sitew.fr>). Sonuç olarak; yakıt hücreli motorlu trenler ve

hava kirleticileri için ileri kontrol sistemleri gibi motorlu araçlar için öngörülen geleceğin ana teknolojilerine ilişkin son çalışmalar, ulaştırma sektöründe enerji kullanımı yolları ve onun çevre üzerindeki etkileri için köklü değişiklikler olacağını göstermektedir. Bu kapsamda, hibrit elektrikli araçların geliştirilmesi, doğrudan enjeksiyonlu benzin ve dizel motorlarının yaygınlaştırılması, biyoyakıtların geliştirilmesi, ileri uçak teknolojilerinin kullanılması, deniz taşımacılığının yaygınlaştırılması, kamyon taşımacılığında turbo dizel motorlu kamyonların yaygınlaştırılması ve sürdürülebilir ulaştırma sistemlerinin uygulanması gündeme gelecektir. Sürdürülebilir ulaştırma sistemine ulaşabilmek için de ulaştırma ve kent içi trafik sistemlerinin, motorlu taşıtların daha az yakıt tüketmelerini sağlayabilecek teknolojilerin kullanılması, kent içinde raylı toplu taşımacılığın, şehirlerarası yük ve yolcu taşımacılığında demiryollarının ve denizyollarının önemsenmesi ve uygulanması gerekmektedir (Türkeş, 2003).

Uluslararası Turizm Ulaştırmasında Akış Yönü ve Dağılım Dokusu

Uluslararası turizm hareketini anlayabilmek için onun üç temel bileşenini bilmek gerekir (Bunnik, 05.10.2014):

1. Turist gönderen ülkeler
2. Turist alan (kabul eden) ülkeler
3. Turist akışı (turizm ulaştırması)

Uluslararası turizm hareketinde turist gönderen ve alan ülkeler arasındaki turist akışının yönünü ve trafik yoğunluğunu belirleyen çok sayıda faktör vardır (Özgüç, 1998):

1. İklim
2. Ülkeler arası mesafe
3. Doğal, kültürel ya da insan tarafından yaratılmış çekicilikler
4. Ulaşım bağlantıları ve teknolojik yenilikler
5. Göreceli maliyetler
6. Kültürel bağlar
7. Siyasal faktörler.

İklim: İtici, çekici, yönlendirici, sınırlandırıcı, engelleyici vd. özellikleriyle çok önemli bir faktördür. Nitekim Avrupa'da ve Kuzey

Amerika'da ana turist akışlarının serin ve değişken iklim koşullarına sahip kuzeyden, sıcak ve istikrarlı güneye doğru (Avrupa'da; Akdeniz'e, Kuzey Amerika'da; Florida, Kaliforniya ve Karayipler'e) olmasındaki temel nedenlerin başında iklim faktörü gelmektedir (Özgüç, 1998). İklim; uluslararası turizm hareketinin yönü, bölgesel kalıbı ve coğrafi dağılımı, mevsimlerin kullanımı (yıl içindeki yoğunluğu), konaklama süresi, turistlerin tercihi üzerinde etkili olan çok önemli bir faktördür.

Ülkeler arası mesafe: Genellikle mesafe ne kadar kısa ise, turist trafiğinin de o kadar yoğun olacağı hesap edilir. Bu, komşu ülkeler arasında sık geliş gidişlerle kendini belli eder. Öte yandan, uzun karayolu seyahatlerinde yol boyunca çekici yerler, varılacak yere gitmeyi engelleyebilir ya da ulaşım süresini uzatarak varıştaki kalınacak süreyi kısaltabilir. Buna "*mesafenin bozucu etkisi*" denilmektedir.

Doğal, kültürel ya da insan tarafından yaratılmış çekicilikler: İnsanlara çoğunlukla kendilerine yabancı doğal ve kültürel ortamlar çekici gelir ve o nedenle bu tür yerler tatil yeri seçiminde göz önüne alınır. Aynı zamanda, konaklama, yeme-içme, alışveriş, eğlence vd. olanaklar, belirli bir kalite, ucuzluk ve orijinallik taşıması oranında geniş kitleleri o yere çeker. Bu durumda, benzer yerler arasında rekabet üstünlüğü olanlara doğru turist trafiği yoğun olur.

Ulaşım bağlantıları ve teknolojik yenilikler: Günümüzde ulaşımın fiziksel altyapısının kalitesi kadar, bağlantıların güçlülüğü de turizm hareketinin yönü ve trafiği üzerinde rol oynamaktadır. Aktarmasız ve alternatifleri olan yolculuklar, tatilde yer seçimini etkilemektedir. Kısa sürede ve düşük maliyetle ulaşmak, her turist için beklentisidir. O nedenle paket turlar, turistler için büyük kolaylıktır.

Göreceli maliyetler: Gelişmiş ülkelerde yaşayanlara, kenar ülkeler (az gelişmiş ülkeler) her zaman çekici gelmektedir. Eğer buralarda altyapı yeterli ise ve siyasal istikrar varsa, turist akışı doğmaktadır. Söz gelimi, Kuzey Amerika pazarından Meksika ve Karayipler'e, Avrupa ülkelerinden Kuzey Afrika ülkelerine her yıl milyonlarca turist akmaktadır.

Kültürel bağlar: Aynı kültürel geçmişi paylaşan ülkeler arasında, turist trafiğinin sık olduğu görülmektedir. Yine, geçmiş yıllarda çeşitli ülkelere göç edenler, bugün köklerini aramak, atalarının yaşadıkları yerleri görmek ya da akrabalarını ziyaret etmek amacıyla seyahate çıkmaktadırlar.

Siyasal faktörler: Günümüzde ülkeler arasındaki siyasal işbirlikleri veya anlaşmazlıklar turist alışverişi üzerinde oldukça etkilidir. Eski yıllarda yaşanan savaşlar, işgaller de bugünün turizmüne çeşitli yönlerden etkide bulunmaktadır. Anıları tazelemek üzere karşılıklı ziyaretler yapılmakta ve turizm bu anlamda "*barış elçisi*" görevini üstlenmektedir. Buna karşılık, sıcak-soğuk savaşların sürdüğü ülkeler arasında turizm hareketi çok sınırlı kalmaktadır. Öte yandan yıkılan duvarlar, açılan sınır kapıları ve gümrük formalitelerinin kalkması, değişen yönetim sistemleri uluslararası turizme büyük ivme kazandırmıştır (Dehoorne, Saffache et Tatar, 2008).

Bütün bu faktörlerin ötesinde turistleri özellikle uluslararası turizm hareketine yönelten ve onların yer seçimlerini etkileyen güncel faktörler de vardır. Söz gelimi turizm sektörünün her alanındaki ucuzluk kampanyaları, kitle iletişim araçlarının teknolojesi, internetin e-rezervasyonlara olanak tanınması başta gelmektedir.

Dünyada turist gönderen ve alan ülkeler arasındaki uluslararası turizm hareketleri, turizmin uluslararası nitelik kazandığı 1900'li yılların başından 1980'lere kadar dört aksta yoğunlaşmış ve "*tek taraflı/tek gidişli (akışlı)*" egemenliğini uzun yıllar korumuştur (Hacıoğlu, 1985). Şöyle ki;

1. Gelişmiş ülkelere
2. Amerika'dan Avrupa'ya
3. Kuzey ve Batı Avrupa'dan Akdeniz Havzası'na
4. Sanayi bölgelerinden kıyılara doğru

Şüphesiz bu akışlar 1980 sonrasında da devam etmiş ve onlara yenileri eklenmiştir. Sözgelimi; Uzak Doğu, gelişmiş ülkelerin turistlerini kendine çektiği gibi, başta Japonya, Çin ve Kore'den çok sayıda turist dünyanın her yerine dağılmaktadır.

Uluslararası turist akışının günümüzdeki dağılışı dokusu coğrafi yaklaşımla değerlendirildiğinde birbirinden farklı dört ölçeğe ayrılabilir:

1. Komşu ülkeler arası turist hareketleri
2. Bölgesel turist hareketleri
3. Kıta içi turist hareketleri
4. Kıta dışı turist hareketleri

Bu alanlardaki turist hareketlerini analiz edebilmek için zaman, mekan, talep ve hizmet yönünden araştırmalar yapılmalıdır. Çünkü 1950'lerden bu yana dönemsel olarak mekansal genişleme veya daralma, turist sayısında artış veya azalma ile ulaşım sistemleri ve araçlarında büyük değişimler yaşanmıştır. Nitekim 1950'den 1980'lerin başına kadar uluslararası turist sayısı 30 milyondan 300 milyona ulaşarak, turizm hareketi kitlesel boyuta dönüşmüştür (Lozato-Giotart, 1987). Bu değişimleri saptama ve karşılaştırmalar yapmada en büyük engel ise istatistiksel verilerin azlığı ve verilerde ülkeler arası bir standardın olmayışıdır.

Uluslararası verilere göre turistlerin %80'i kendi bölgelerinde yer değiştirmektedir. Bu oran, turist akışının kısa mesafelerde daha yoğun olduğunu ve çoğunlukla da rotaların kısa olduğunu ortaya koymaktadır. Sözelimi Avrupa'ya kıta dışından gelenlerin oranı yalnızca %13'tür ve Amerikalılar (% 6) ile Asyalılar (% 4) ağırlık taşımaktadır. İngilizlerin %10'u kıta dışına çıkmakta, Fransızların % 20'si Amerika kıtası ve kuzey Afrika'ya gitmektedir (Dehoorne, Saffache et Tatar, 2008). Aşağıda Avrupa merkezli turist hareketleri, dört ölçeğe uygun olarak ve zaman-mekân temelinde analiz edilmektedir.

Avrupa'da uluslararası turizm şüphesiz 1950'li yıllardan önce de vardı, ancak ülkelere gelen yabancı turistler çoğunlukla kıta içi ülkelere aitti. Nitekim İtalya'ya 1938 yılında gelen yabancı turistlerin % 97'si, 1949 yılında da % 93'ü Avrupalı (hatta ağırlıklı olarak komşu ülkeler: % 87) olmuştur. Bu yıllarda kıta turizminde önde gelen ülkeler Fransa, İtalya, İsviçre, İngiltere, Almanya ve Avusturya'dır. Bu ülkelere Avrupa dışından gelen yabancı turistleri ABD başta olmak üzere Amerika kıtası ülkelerinden gelenler oluşturmuştur (Fransa'ya Ortadoğu ülkelerinden gelenler de vardır) (Anonymous,1950).

Avrupa'nın II. Dünya Savaşı sonrası turizm coğrafyasına bakıldığında; Fransa, İtalya ve İsviçre'nin üç büyük gücü oluşturduğu, İngiltere ve İsveç'in uluslararası turizmde büyüme yoluna girdiği görülmektedir. Savaşın hemen sonrasında Avrupa'nın doğusu-batısı arasında, hatta Tuna ülkeleri ve Balkan ülkeleri arasında kıta içi turizm hareketlerinde ciddi bir azalma doğmuş, sözelimi; Çekoslovakya'ya gelen Fransız, İngiliz ve Hollandalı turistler 1948 yılına göre 1949'da yarı yarıya azalmıştır (Anonymous,1950). Avrupa'da Akdeniz Havzası'nın ünlü turizm üçlüsü -Fransa, İspanya ve İtalya- 1980'li yıllarda kuzey Avrupalıların birinci destinasyonu olmuştur. Akdeniz'de Yunanistan'dan İsrail'e, Mısır'dan Fas'a, Kıbrıs ve Balear adalarına uzanan bir coğrafyada turizm atağa kalkmıştı (Cazes,1989).

Avrupa kıtasında 2004 yılında uluslararası turist trafiğinin % 87'ini kıta içi, % 13'sini kıta dışından gelenler oluşturmuştur. Bu oranlara göre Avrupa'da turizm ulaştırması, kıta içi ülkeler arasında yoğunluk taşımaktadır. Avrupa kıtasında en önemli bölgesel destinasyon olan Akdeniz Havzası'nda toplam turistlerin % 92'si Avrupa ülkelerinden gelmektedir (Cabrini, 2006). Avrupa'da turistin büyük oranda Avrupalı olmasının nedeninde; yakınlık, kolay ulaşım, ucuz uçak seferleri, AB ülkeleri arasında vizesiz dolaşım ile turistik çekiciliklerin (iklim, doğal zenginlikler ve kültür, konaklama vb.) kıtanın doğu-batı, kuzey-güney arasındaki farklılıkları yatmaktadır. Avrupa'ya kıta dışından gelen turistler ise Amerika ve Uzakdoğu ağırlıklıdır.

Dünyada En Fazla Turist Gönderen Ülkeler (Çıkış Ülkeleri)

II. Dünya Savaşı'ndan sonra turizmin gelişmeye ve 1960'lardan sonra kitle turizminin yaygınlaşmaya başlamasıyla başlıca turist gönderen ülkeler ve onların yer aldıkları bölgeler de şekillenmeye başlamıştı. Nitekim Avrupalılar, uluslararası turistlerin (1980'de 300 milyon) 2/3'sini meydana getirmekteydi. Avrupa kıtasındaki turist akışları çoğunlukla; güneş ve denize kavuşmak için Akdeniz kıyılarına yönelme şeklindeydi. Ayrıca 1960'larla birlikte amenaje edilen Alpler'deki kayak merkezlerine ilgi artmıştı. Başkentler ve önemli tarihsel kentler de bir diğer tercih edilen yerlerdi. Bu yıllarda bir başka önemli bir turist grubunu da kuzey Amerikalılar (1980'de 30

milyon uluslararası turist) oluşturmaktaydı. ABD ve Kanadalı turistler kendi ülkeleri arasında bir akışa sahip olduğu gibi Avrupa da onlar için en önemli dış destinasyonların başında geliyordu (Lozato-Giotart, 1987).

Günümüzde uluslararası turizme en fazla turist gönderen ilk on ülke 2012 yılı itibariyle şu sıralamaya sahiptir (<http://data.worldbank.org>):

Tablo 1- Uluslararası Turizmde En Fazla Turist Gönderen İlk On Ülke (2012)

Sıra	Ülke	Turist sayısı (milyon)
1	Çin	83,1
2	ABD	60,7
3	Birleşik Krallık	56,5
4	Almanya	53,6
5	Rusya Federasyonu	36,0
6	Kanada	32,2
7	İtalya	28,8
8	Fransa	25,4
9	Ukrayna	21,0
10	Hollanda	18,6

Bu ülkelerin bölgesel dağılımı şu şekildedir:

1. Avrupa: Almanya, Birleşik Krallık, Fransa, İtalya, Rusya Federasyonu, Ukrayna, Hollanda
2. Kuzey Amerika: ABD, Kanada
3. Uzakdoğu: Çin.

Avrupa'da en fazla turist gönderen ülke Birleşik Krallık'tır. Bu ülkeden 2012 yılında 56,5 milyon turist yabancı ülkelere gitmiştir (sırasıyla ABD, İspanya, Portekiz, İtalya, Fransa, İrlanda, Almanya, Yunanistan, Hırvatistan vd.) (<http://resources.woodlands-junior.kent.sch.uk>).

İkinci sıradaki Almanların en fazla gittikleri ülkeler ise İspanya, İtalya, Türkiye, Hırvatistan, Avusturya, Fransa, İngiltere ve ABD olarak sıralanmaktadır. Alman turistler 2012 yılında en çok Avrupa ülkelerini (% 39) tercih etmişlerdir (<http://www.allemagneinfo.com>). Üçüncü sıradaki Fransızlar ise en çok İspanya, Fas, İtalya, İngiltere, ABD, Yunanistan, Tunus ve Portekiz'e gitmişlerdir.

Amerika kıtasının en fazla turist gönderen ülkesi olan ve dünyada da ikinci sırada yer alan ABD'den yurtdışına çıkan Amerikalılar en fazla Meksika (% 33), Kanada (% 19) ve Karayip ülkeleri (% 11) ile

kıta dışından İngiltere, İspanya, İtalya, Almanya, Fransa'yı (toplam % 18) öncelikli olarak tercih etmişlerdir.

Uzakdoğu ülkelerinin turistleri de son yıllarda uluslararası turizmin önemli katılımcıları arasına girmişlerdir. Özellikle Çinliler bugün uluslararası turizmde en yüksek sayıya (83,1 milyon) sahiptirler. Çinliler birinci derecede komşu ve yakın ülkeleri tercih etmekte (Hong Kong, Macau, Güney Kore, Tayland, Tayvan, Singapur, Japonya, Vietnam, Malezya, Endonezya, Kamboçya, Filipinler, toplamın % 50'si), arkasından ABD, Fransa, Rusya Federasyonu, Almanya, İsviçre, Avustralya vd. gelmektedir.

Dünyada En Fazla Turist Alan Ülkeler (Varış Ülkeleri/Destinasyonlar)

Dünya turizmde 1980'lere gelinceye kadar geleneksel destinasyonların merkezi Avrupa kıtasıdır. Kıyılar (özellikle Akdeniz), dağlar (en başta Alpler), kentler ve doğu Avrupa geçmişten bugüne turistler için hep çekici olmuştur. Avrupa'dan sonra günümüze doğru Kuzey Amerika; Atlas ve Pasifik Okyanusu kıyıları, büyük kentleri, ünlü doğal çekicilikleri, eğlence merkezleri ile hem Avrupalıların hem de Uzakdoğuların tercih alanına girmiştir (Lozato-Giotart, 1987).

Günümüzde uluslararası turizm hareketlerinde en fazla turist kabul eden ülkeler 2013 yılı itibariyle şu sıralamaya sahiptir (La Direction Générale des Entreprises (DGE), 2014):

Tablo 2- Uluslararası Turizmde En Fazla Turist Alan İlk On Ülke (2013)

Table 2: The top 10 international tourism destinations (2013)

Sıra	Ülke	Turist sayısı (milyon)
1	Fransa	84,7
2	ABD	69,8
3	İspanya	60,7
4	Çin	55,7
5	İtalya	47,7
6	Türkiye	36,8
7	Almanya	31,5
8	Birleşik Krallık	31,2
9	Rusya Federasyonu	28,4
10	Tayland	26,5

Bu destinasyonların dünyadaki konumlarına bakıldığında, üç bölgede yoğunlaştıkları görülür:

1. Avrupa: Fransa, İspanya, İtalya, Türkiye, Almanya, Birleşik Krallık, Rusya Federasyonu
2. Kuzey Amerika: ABD
3. Uzakdoğu: Çin ve Tayland.

Dünya turizm destinasyonları arasında lider konumundaki Fransa'ya gelen yabancı turistlerin büyük çoğunluğu Avrupalıdır (% 80) ve yakın ülkelere giriş yapmışlardır: Alman, İngiliz, Belçikalı, İtalyan, İsviçreli, Hollandalı ve İspanyol vd (<http://www.entreprises.gouv.fr>).

Uluslararası turizmde ikinci önemli destinasyon durumundaki ABD'ye gelen yabancı turistlerin geldikleri ülkeler sırasıyla şunlardır: Kanada (% 33), Meksika (% 20), Birleşik Krallık (% 6), Japonya (% 5), Brezilya (% 3), Almanya, Çin, Fransa, Güney Kore, Avustralya vd. (<http://travel.trade.gov>).

Dünya turizm destinasyonları arasında doğu Asya'nın yıldızı konumundaki Çin'e gelen turistler ağırlıklı olarak komşu ve yakın ülkelere gidenlerdir: Hong Kong (% 27), Macau (% 14), Güney Kore, Tayland, Tayvan, Singapur, Japonya, ABD vd. Avrupa'dan ise en çok Fransız, Rus, Alman ve İsviçreli Çin'e gitmektedir (<http://skift.com>).

Yukarıdaki değerlendirmeler ışığında uluslararası turizm hareketinde en fazla turist gönderen ve kabul eden ülkelerin üç bölgede toplandıkları görülmektedir: Avrupa, Kuzey Amerika ve Uzakdoğu. Bu bölgeler, dünya turizminin dağılım dokusunu şekillendirmekte ve uluslararası turist akışının yönünü belirlemektedir.

Uluslararası turizm hareketinde bölgesel odakları oluşturan Avrupa, Kuzey Amerika ve Uzakdoğu'da yer alan ülkeler hakkında şu yorumlar yapılabilir:

- Almanya, Fransa, Birleşik Krallık, Rusya Federasyonu, İtalya, ABD ve Çin, dünyada hem en fazla turist gönderen hem de en fazla alan ülkeler olarak Avrupa, kuzey Amerika ve Uzakdoğu arasında bölgelerarası uzun mesafeli karşılıklı turizm hareketinin yaratıcısıdır.
- Kanada, Ukrayna ve Hollanda, en fazla turist gönderen ilk on ülkeden üçü olarak tek yönlü akışın temsilcisidir. Diğer ifadeyle bu ülkeler

uluslararası turizme katılan vatandaşlarından çok daha az dışardan yabancı turist almaktadırlar.

- İspanya, Türkiye ve Tayland ise en fazla turist kabul eden ilk on destinasyon arasına giren üç ülke olarak tek yönlü akışın sahibidir. Çünkü bu ülkelere gelen turiste göre çok daha az yerli turist yurtdışına çıkmaktadır.
- Üç bölgenin kendi içinde uluslararası boyutta, ancak yakın-kısa mesafelerde gerçekleşen turizm hareketi de bulunmaktadır ki, buralarda turizm ulaştırması (turist akışı) çok daha yoğun, dolayısıyla turizm hareketinin dağılım dokusu çok daha sıktır.

SONUÇ

Turizm ulaştırması, turizm sektörünün en önemli hizmetlerinden biridir. Ulaştırma, turistlerin seyahatinde yerelden uluslararası boyuta kadar büyük bir önem taşır. Ulaştırmanın taleple ilgisi yanında, çok daha büyük işlevleri vardır: yeni yerlerin turizme açılması, rekabet gücünü etkilemesi, turistik alanların genişlemesi, turistik rotaların ve koridorların doğması, turist akışının sağlanması ve yönlendirilmesi, turizmin dağılım dokusunun şekillenmesi.

Uluslararası turizm ulaştırmasının akış yönü geçmişten bugüne oldukça değişmiş, yeni rotalar eklenmiştir. Çünkü turizmde atılım yaparak turist kabul eden ülkeler (destinasyonlar) çoğalmış, turist gönderen ülkeler çeşitlenmiştir. Bu değişimlere bir de turist sayısının hızlı artışını eklediğimizde dünyada kitle turizmine bağlı yoğun bir turist hareketi ve beraberinde odak bölgeler doğmuştur. Avrupa, Kuzey Amerika ve Uzakdoğu hem turist gönderen hem de turist alan bölgeler olarak, turizmin dağılım dokusunda söz sahibi olmuşlardır. Bu üç bölge arasındaki uluslararası turizm hareketi dışında her bir bölgenin kendi içinde de yoğun bir turist akışı vardır ki bu konuda Avrupa kıtası başta gelmektedir. Bunun nedeninde ise; geleneksel destinasyonlar, kolay ve konforlu ulaşılabilirlik, kısa mesafeler, pasaportsuz ve vizesiz geçişler, kıtanın doğu-batı, kuzey-güney doğrultusundaki doğal ve kültürel farklılıklar, yüksek hizmet kalitesi ve Akdeniz iklimi başta gelmektedir.

Uluslararası turizm hareketinde en güncel gelişmelerden biri Uzakdoğu'nun turist gönderen ve alan bir bölge olarak önemli bir paya sahip olmasıdır. Nitekim Çin, dünyada en fazla turist

çeken ülkeler arasında 1., dünyaya en fazla turist gönderen ülkeler arasında 5. sıradadır. Bu gelişim hızı Avrupa ve Kuzey Amerika'nın önüne geçmiştir. Yapılan projeksiyonlara göre önümüzdeki yıllarda Uzakdoğu'nun dünya turizmindeki yeri ve önemi daha da artacaktır.

Referanslar

- Anonymous. (1950). *Le tourisme international en Europe. Etudes et Conjoncture - Economie Mondiale*, 5, 4, 21-58 (<http://www.persee.fr>)
- Baykal, F. (2013). "Uluslararası turizm ulaştırması ve turist akışı". *Turizm Coğrafyası*, Ünite 4, 100-125, Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi yayını: 1478
- Beudet, G. (2003). "Les routes touristiques à thème: entre marketing territorial et valorisation identitaire". *Teoros*, **22-2**, 1-9.
- Bunnik, B. (05.10.2014). *Le tourisme dans le monde* (<http://geobunnik.over-blog.fr>)
- Cabrini, L. (2006). *Overview of international and European Tourism: 2005 result and short term Outlook, Europe 45th Meeting of the UNWTO Commission for Europe*, 26 April 2006, Almaty, Kazakhstan.
- Cazes, G. (1989). *Le tourisme international. Mirage ou stratégie d'avenir?*. Hatier, Paris.
- Dehoorne, O., Saffache, P. et Tatar, C. (2008). Le tourisme international dans le monde: logiques des flux et confins de la touristicité, *Études Caribéennes*, 9.10.2008 tarihinde <http://etudescaribeennes.revues.org> adresinden alınmıştır.
- Emekli, G., İbrahimov, A., Soykan, F. (2006). Turizmde küreselleşmeye coğrafi yaklaşımlar ve Türkiye, *Ege Coğrafya Dergisi*, 15, 1-6.
- Follet, J.-P. (2014) La mobilité douce. 06.11.2014 tarihinde <http://www.austria.info/fr> adresinden alınmıştır.
- Gay, J.-C. (2006). "Transport et mise en tourisme du monde", *Cahiers de Géographie*, 4, 11-22.
- Gürdal, M. (1990). *Turizm Ulaştırması*. Adım Yayıncılık. Ankara.
- Hacıoğlu, N. (1985). Uluslararası Turizm. U. Ü. Balıkesir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksek Okulu Ders Notları: 88/3.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2007). Türkiye Turizm Stratejisi 2023. Eylem Planı 2007-2013. Ankara.
- La Direction Générale des Entreprises (DGE). (2014). *Mémento du Tourisme*. Edition 2014.
- Lozato-Giotart, J.P. (1987). *Géographie du Tourisme*. Mason "Collection Géographie", 2.édition, Paris.

- Martineau, Y. (2009). Nouvelles mobilités touristiques, Les Cahiers Espaces no: 100, Editions Espaces tourisme & loisirs, 124 s.
- Özgüç, N. (1984). *Turizm Coğrafyası*. İstanbul Üniversitesi Yayınları: 3267. İstanbul.
- Özgüç, N. (1998). *Turizm Coğrafyası, Özellikler, Bölgeler*. Çantay Kitabevi. İstanbul.
- Pamelard, C. (2009). L'adaptation des moyens de transport pour un tourisme durable: le concept d'écomobilité. M1 Aménagement, urbanisme et développement touristique durables.
- Soykan, F. (1997). "Ege Bölgesi'nde turizm ulaştırması", *Ege Coğrafya Dergisi* 9, 71-88.
- Türkeş, M. (2003). Sera gazı salımlarının azaltılması için sürdürülebilir teknolojik ve davranışsal seçenekler (Sustainable technological and behavioral options for reducing of greenhouse gas emissions), V. Ulusal Çevre Mühendisliği Kongresi Bildiriler Kitabı, 267-285, Ankara.
- UNWTO. (2014). Faits saillants du tourisme. Edition 2014 (pdf). 07.11.2014 tarihinde www.unwto.org adresinden alınmıştır.
- <http://www.allemagneinfo.com>
- <http://www.consequencespaystouristiques.sitew.fr>
- http://ctig.univ-lr.fr/page_tourisme4monde.htm
- <http://data.worldbank.org>
- <http://www.entreprises.gouv.fr>
- <http://geopolis.francetvinfo.fr>
- <http://mecometer.com>
- <http://resources.woodlands-junior.kent.sch.uk>
- <http://skift.com>
- <http://travel.trade.gov>