

Karavan Turizmi: Yeni Bir Seyahat Trendi Olarak Yerli Turistlerin Motivasyonları ve Deneyimleri

Buse YILMAZ¹ , Hatice GÜÇLÜ NERGİZ^{1*} 

¹Kocaeli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Türkiye.

ÖZ

Bu çalışmanın amacı, karavan turizminin Türkiye'deki mevcut durumu ve geleceğine ilişkin bilgiler elde etmektir. Araştırma, nitel araştırma desenine uygun olarak tasarlanmış ve veriler yarı yapılandırılmış mülakat formu aracılığıyla toplanmıştır. Saha çalışmasında, Türkiye'de yaşayan ve aktif olarak karavan kullanan 20 kişi ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Elde edilen veriler içerik analizi yöntemiyle incelenmiş ve MAXQDA24 programı kullanılarak analiz edilmiştir. Kodlamalar oluşturulmuş ve MAXMaps haritası, hiyerarşik kod-alt kod modelleri ile kelime bulutu aracılığıyla bulgular görselleştirilmiştir. Araştırma sonuçları, Türkiye'de karavan turizminin giderek geliştiğini, karavanların cazip bir konaklama alternatifi olarak tercih edildiğini ve reklam ile konumlandırma faaliyetlerinin bu turizm türünün potansiyelini artırdığını göstermektedir. Bununla birlikte, karavan yaşamının belirli zorluklar barındırdığı; ancak bu yaşam tarzına uygun özelliklere sahip bireyler tarafından tercih edildiğinde, destinasyonlar açısından daha sürdürülebilir bir turizm biçimi sunabileceği sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Karavan, Karavan Turizmi, Yerli Turist, Nitel Araştırma, Türkiye

* Corresponding author e-mail: hg.nergiz@kocaeli.edu.tr

Cite as: Yılmaz, B. & Nergiz Güçlü, H. (2025). Karavan Turizmi: Yeni Bir Seyahat Trendi Olarak Yerli Turistlerin Motivasyonları ve Deneyimleri. *Journal of New Tourism Trends*, 6(2), 215-237. <https://doi.org/10.58768/jointtt.1820222>

Caravan Tourism: Domestic Tourists' Motivations and Experiences as a New Travel Trend

ABSTRACT

The aim of this study is to obtain information on the current status and future prospects of caravan tourism in Türkiye. The research was designed using a qualitative research approach, and data were collected through semi-structured interviews. In the field study, interviews were conducted with 20 individuals living in Türkiye who actively use caravans. The collected data were analyzed using content analysis and processed with MAXQDA24 software. Coding was performed, and a MAXMaps map, hierarchical code-subcode models, and a word cloud were generated. The findings indicate that caravan tourism in Türkiye is steadily developing, caravans are preferred as an attractive accommodation option, and promotional and positioning activities focusing on caravans enhance the potential of this sector. Moreover, it is suggested that caravanning, as a challenging lifestyle, may contribute to more sustainable outcomes for destinations when used by individuals with specific characteristics.

Keywords: Caravan, Caravan Tourism, Domestic Tourist, Qualitative Research, Türkiye

1 Giriş

Dünyada küreselleşmenin artması ve teknolojik gelişmelerin turizme yansımaları yadsınamayacak boyuttadır. Teknolojik ilerlemeler, tatil algısındaki değişimler, bireysel deneyimlere verilen önem, karbon ayak izine artan duyarlılık ve hızlı şehirleşme, insanların doğada zaman geçirme arzusunu artırmıştır (Zengin ve Heper, 2013, s. 48). Ayrıca deneyimsel yaşam tarzını benimseme ve sürekli yenilik arayışı, turizm katılımında insanların tercihlerini değiştirmiştir. Bu faktörler, bireyleri seyahatlerinde daha sürdürülebilir, kişisel ve özgün deneyimler aramaya yönlendirerek turizm endüstrisinde çeşitli dönüşümlere neden olmuştur.

Artan turizm talebi, farklılaşan turistik ürün beklentileri ve bireyselleşmenin ön plana çıkmasıyla doğa temelli yeni turizm türleri gelişmiştir (Kozak ve Bahçe, 2009, s. 168). Bunlardan biri olan karavan turizmi, seyahat deneyimlerine yeni bir boyut kazandıran ve doğayla iç içe bir tatil alternatifi sunan bir seyahat türüdür. Bu sayede insanlar daha basit yaşam tarzları benimseyebilmekte, doğal çevrelerle temas kurmakta ve kendileriyle, aileleriyle veya arkadaşlarıyla yeniden bağlantı kurma fırsatı bulmaktadır (Brooker ve Joppe, 2013, s.340).

Türkiye’de karavan turizmi giderek önem kazanmaktadır. Karavan Turizmi Zirvesi 2022 raporuna göre, 2021 yılı itibarıyla Türkiye’de 6.744’ü çekme karavan, 1.247’si motokaravan olmak üzere toplam 7.991 adet tescilli karavan bulunmaktadır (Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı, 2022). Karavan kullanıcıları, bu turizm türünü doğada olmak, özgürlük, istedikleri an seyahat edebilme, evlerini yanlarında taşıyabilme ve ekonomik nedenlerle tercih etmektedir (Lashley, 2015, s. 115; Taşkesen, 2019, s. 61; Altanlar, 2007, s. 37). Konaklama masraflarının düşük olması ve yiyecek-içecek ihtiyaçlarının karavanda karşılanabilmesi, karavan turizminin önemli tercih sebeplerindendir (Doğantan, 2014, s.27).

Karavan turizmi, geniş alana yayılan rekreasyon faaliyetlerini teşvik etmesi, ev konforunu eğlenceli bir şekilde sunması ve küçük boyutuyla rahatlık ve özgürlüğü temsil etmesi nedeniyle tercih edilmektedir (Brooker ve Joppe, 2013, s. 1; Patterson vd., 2015a, s. 285). Ayrıca hareketli ve mobil yapısı, “araba turizmi” kavramının doğmasına katkıda bulunmaktadır (Prideaux ve McClymont, 2006, s. 46). Son yıllarda sürdürülebilir çevreye olan ilgi, kültürel keşifler, yenilikçi deneyim arayışı ve doğa merkezli seyahatlerin popülaritesinin artması, karavan turizminin önemini daha da artırmıştır (Altanlar, 2007, s. 97). Bu turizm türü, ev konforunu samimi ve eğlenceli bir şekilde deneyimleme olanağı sunarken, sıcaklık, konfor ve özgürlük gibi unsurları da içermektedir (Taşkesen, 2019, s.61).

Karavan turizmi, doğa ile uyumlu yapısı, çevreye minimum zarar vermesi ve bireylere toplumsal yaşamın farklı yönlerini deneyimleme olanağı sunması nedeniyle sürdürülebilir turizme hizmet eden bir seyahat türü olarak değerlendirilmektedir (Şenol, 2008, s. 482). Bireylere sağladığı esneklik ve bağımsızlık ise karavan turizminin giderek artan popülarliğinin temel nedenleri arasında yer almaktadır (Patterson vd., 2015a, s. 285). Bu özellikleriyle karavan turizmi, geleneksel kitle turizminin sınırlarını aşarak bireysel ilgi ve deneyim odaklı turizm ürünlerine yönelen önemli bir alternatif turizm türü hâline gelmiştir. Bununla birlikte, karavan turizminin artan önemine rağmen, bu alana yönelik akademik çalışmaların sınırlı olduğu dikkat çekmektedir. Nitekim Lashley (2015, s. 121), karavancılık ve karavan kullanıcılarını doğrudan ele alan araştırmaların sayıca yetersiz olduğunu belirtirken, Mikkelsen ve Cohen (2015) karavan turizminin turizm yazınında görece ihmal edilmiş bir konu olduğunu vurgulamaktadır. Benzer şekilde, Okumus vd. (2019) tarafından gerçekleştirilen bibliyometrik analiz, kamping ve karavan turizminin farklı konaklama türleri arasında en az incelenen alanlardan biri olduğunu ortaya koymaktadır. Özellikle Türkiye bağlamında, karavan turizminin mevcut durumunu kullanıcıların bakış açıları doğrultusunda ele alan ve ülke geneline odaklanan çalışmaların sınırlı olduğu görülmektedir. Bu çalışmada, Türkiye’de karavan turizminin mevcut durumuna kullanıcı perspektifinden ışık tutulması; karavan turizminde geleneksel nokta, tercih edilen destinasyonlar ve geleceğe yönelik beklentilerin ortaya konulması yoluyla literatüre katkı sağlanması amaçlanmaktadır.

2 Kavramsal Çerçeve

2.1 Karavanın Tanımı ve Tarihçesi

Karavan, mobil konut birimi olarak kullanılan taşınabilir bir yapıdır ve genellikle araç veya römork şeklinde taşınabilir yaşam alanları olarak hizmet verir (Altanlar, 2007, s. 37; Doğan, 2014, s. 40). Kelimenin kökeni Fransızca “caravane”, Farsça ise “kervan”dır (TDK, 2023). Karavanlar tarih boyunca farklı kültürlerde ve amaçlarla kullanılmıştır. Taşınabilir barınaklar ve çadırlar, karavanların erken örneklerini oluşturur. Orta Asya göçebe toplulukları ve Roma ordusu, taşınabilir yaşam birimlerinden yararlanmışlardır. Dünyadaki ilk modern karavan, 1830 yılında Paris’te sirk sahibi Antoine Franconi için üretilmiştir (Arı, 2019, s.25). Karavanlar, kullanım amaçlarına göre farklı türlere ayrılır. Temel türler arasında çekme karavanlar ve motokaravanlar yer alır (Altanlar, 2007, s.37). Motokaravanlar, özel olarak seçilen araçlar üzerine inşa edilir ve “campervan” veya “alkovenli motokaravan” olarak adlandırılır. Alkovenli modellerde ön kabin üzerinde uyku alanı yer alır ve genellikle 4–6 kişilik kapasiteye sahiptir (Palamutçu, 2019, s. 37–39). Çekme karavanlar ise O1 ve O2 şaseler üzerine inşa edilen römorklardır ve 750 kg altı ve üstü olmak üzere farklı sınıflara ayrılır (UKKF, 2024). Karavanların bazı modelleri, güneş panelleri ve su depoları gibi bağımsız enerji ve su sistemleri ile donatılmıştır (Tuncel, 2007). Karavanların kullanım amaçları, bireysel tercihlere ve bütçelere bağlı olarak çeşitlilik göstermektedir.

Karavan turizmi, bireylere özgürlük, esneklik ve doğayla etkileşim olanağı sunar (Patterson vd., 2015a). Küreselleşme ve medya, karavan yaşam tarzının yayılmasında önemli rol oynamıştır; film, dizi, müzik

ve sosyal medya, karavan kültürünü romantize ederek talebi artırmıştır (Doğantan, 2014, s.39). Karavan turizmi, sürdürülebilir bir yaşam tarzını destekleyen doğa dostu bir seyahat alternatifi olarak da önem taşır (Gürtekin, 2011; Doğantan, 2014).

2.2 Türkiye’de Karavan Turizmi

Türkiye, zengin tarihi ve doğal kaynaklarıyla karavan turizmi için ideal bir destinasyondur (Doğantan, 2014, s.17). Ülke genelinde karavan parkları, kamp alanları ve doğal konaklama noktaları mevcuttur. Özellikle sahil bölgeleri ve İç Anadolu, Karadeniz’in yeşil alanları, Ege ve Akdeniz kıyıları karavan turizmi açısından yoğun ilgi görmektedir. Türkiye’de karavan turizminin yaygınlığı, altyapı iyileştirmeleri, belediyelerin destek çalışmaları ve karayolu ağının genişliği ile desteklenmektedir (Akpur ve Zengin, 2019; UKKF, 2024).

Son yıllarda COVID-19 pandemisi ve sosyal mesafe gereklilikleri, karavan turizmine olan ilgiyi artırmıştır (Buldaç, 2021; Şengel vd., 2020). Türkiye’de yapılan çalışmalarda, Batman, İznik Gölü ve Karadeniz bölgesi gibi destinasyonlarda karavan turizminin potansiyeli değerlendirilmiş ve fizibilite analizleri yapılmıştır (Rüzgâr, 2021; Akpur ve Zengin, 2019). Karavan turizmi, sadece ekonomik bir aktivite değil, aynı zamanda doğal ve kültürel kaynakların korunması ve sürdürülebilir turizmin teşvik edilmesi açısından da önemlidir (UKKF, 2024).

3 Teorik Çerçeve

Bu çalışma, karavan turizmini çok katmanlı bir teorik çerçeve içerisinde ele almaktadır. Karavan turizmi; bireysel turist davranışlarından yaşam tarzı tercihlerine, destinasyon gelişiminden turizm planlamasına uzanan çok boyutlu bir yapıya sahip olması nedeniyle farklı kuramsal yaklaşımlar çerçevesinde açıklanabilen bir turizm türüdür. Bu bağlamda çalışma, karavan turizmini hem mikro düzeyde bireysel deneyim ve motivasyonlar hem de makro düzeyde destinasyon yönetimi ve sürdürülebilirlik yaklaşımları üzerinden değerlendirmektedir.

Bilim ve Özer (2021), karavan turizminin doğal ortamlarda gerçekleştirilen, doğal kaynaklardan yararlanmayı içeren açık hava etkinlikleri kapsamında ele alınabileceğini ve bu turizm türüne katılan bireylerde çevresel duyarlılığın görece yüksek olduğunu belirtmektedir. Bu özellikler doğrultusunda karavan turizmi, yaşam tarzı turizmi yaklaşımları çerçevesinde değerlendirilebilmektedir. Karavan kullanıcılarının doğayla temas kurma, hareket özgürlüğü elde etme ve konut ile ulaşım aracını bütünleştirme gibi deneyimsel unsurlar, bu turizm türünün ayırt edici özellikleri arasında yer almaktadır (Nijas vd., 2023).

Literatürde, karavan turizminin turist davranışları, destinasyon gelişimi ve turizm planlaması boyutlarının çoğunlukla ayrı ayrı ele alındığı, bu unsurların bütüncül bir teorik çerçevede yeterince değerlendirilmediği vurgulanmaktadır (Mikulić vd., 2017). Ancak önceki araştırmalar, karavanla seyahat etmenin ardındaki motivasyonlara ilişkin daha net bulgular ortaya koymuştur (Patterson vd., 2015b). Bu bulgular karavan turizminin tek tip bir turist davranışıyla açıklanamayacağını; motivasyonların, kullanım biçimlerinin ve beklentilerin önemli ölçüde farklılaştığını ortaya koymaktadır. Bunun yanı sıra karavan turizmi, destinasyonlar açısından bir ürün çeşitlendirme ve konumlandırma aracı olarak da ele alınmaktadır. Karavan turizminin destinasyonlar üzerindeki etkileri, kullanıcı profilleri ve tüketim biçimlerine bağlı olarak farklılaşmakta; bu nedenle her destinasyon için tek tip bir gelişim modeli sunmamaktadır. Ancak uygun planlama, altyapı yatırımları ve düzenleyici bir çerçeve ile desteklendiğinde karavan turizmi, özellikle bölgesel ve kırsal alanlar için sürdürülebilir bir turizm alternatifi oluşturabilmektedir. Bu yönüyle çalışma, karavan turizmini sürdürülebilir turizm ve

turizm planlaması yaklaşımları çerçevesinde ele alan bütüncül bir teorik perspektif sunmayı amaçlamaktadır. Literatürde, kamping ve karavan turizminin turizm ve konaklama endüstrisi içerisinde görece ihmal edilmiş bir alan olduğu vurgulanmaktadır (Mikulić vd., 2017; Rogerson & Rogerson, 2020). Mevcut çalışmaların büyük ölçüde küresel Kuzey ülkelerine odaklandığı, gelişmekte olan ülkeler ve özellikle Türkiye bağlamında sınırlı sayıda araştırmanın bulunduğu dikkat çekmektedir. Bu durum, karavan turizminin farklı coğrafi, sosyo-ekonomik ve kültürel bağlamlarda nasıl şekillendiğine ilişkin kuramsal bilginin yetersiz kalmasına yol açmaktadır. Ayrıca literatürde karavan turizmi çoğunlukla ya talep tarafı (kullanıcı profilleri, motivasyonlar, deneyimler) ya da arz tarafı (kamp ve karavan parkları, altyapı, planlama) üzerinden ele alınmakta; bu iki boyutun bütüncül bir çerçevede değerlendirilmesine yönelik çalışmalar sınırlı kalmaktadır. Bu bağlamda, karavan turizmini kullanıcı perspektifi üzerinden ele alırken aynı zamanda destinasyon gelişimi ve sürdürülebilir turizm planlamasıyla ilişkilendiren bütüncül yaklaşımlara duyulan ihtiyaç artmaktadır.

4 Yöntem

Bu çalışmada nitel araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Nitel araştırma, neden-sonuç ilişkilerini belirlemek veya tahmin yapmak yerine, katılımcılar açısından bir olgunun ne anlama geldiğini ortaya koymayı amaçlanmaktadır (Merriam, 2018, s.13). İnsanların deneyimlerini nasıl yorumladıkları ve bu deneyimlere ne anlam yükledikleri nitel araştırmaların odak noktasını oluşturmaktadır (Merriam, 2018, s. 5). Bu yöntem, olayları doğal ortamlarında inceleyerek, katılımcıların olaylara yüklediği anlamları yorumlamayı sağlamaktadır (Gegez, 2021, s.43). Nitel araştırma süreci, tanımlama, çözümleme, yorumlama ve anlam arayışını içeren teknikleri kapsar ve insanların dünyayı algılama biçimlerini anlamaya yöneliktir (Yükselen, 2017, s. 233; Van Maanen, 1979, s. 520). Araştırmacı bu süreçte aktif bir rol üstlenir; katılımcılarla görüşmeler yapar, olay ve ortamı gözlemler, ancak katılımcıların yanıtlarını yönlendirmez (Yükselen, 2017, s. 234). Nitel araştırma, toplumsal yaşamı ve insani sorunları bütüncül bir yaklaşımla incelemeyi hedefler ve veri toplama sürecinde gözlem, görüşme ve literatür taraması gibi yöntemler kullanılmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2018, s. 41; Silverman, 2018, s.7).

4.1 Veri Toplama Aracı

Bu araştırmada, karavan turizmi katılımcılarının deneyimlerini belirlemek amacıyla yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi kullanılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşmeler, araştırmacının katılımcıya önceden belirlenmiş sorular sorarak bağ kurmasını ve araştırma amaçlarıyla tutarlı veriler elde etmesini sağlar (Silverman, 2018, s. 232). Görüşme formu, literatür taraması sonucunda oluşturulmuş ve karavan turizmi ile ilgili önceki çalışmalar temel alınarak hazırlanmıştır (Doğantan, 2014; Tuncel, 2007; Arı, 2019; Buldaç, 2021). Katılımcılar soruları anlamadığında veya yanıtlamakta zorlandığında, araştırmacı açıklama yapabilir ancak yönlendirme yapmaktan kaçınır (Merriam, 2018, s.105). Araştırmada iç geçerliliğinin sağlanmasında ayrıntılı betimleme ve katılımcı teyidinden yararlanılmıştır. Ayrıntılı betimleme, inceleme konusu haline getirilen bir analiz biriminin yeterli ve ayrıntılı bir şekilde betimlenerek ne yapılmak istendiğinin tam olarak ortaya konması ve araştırmanın sonuçlarının başka zamanlara ve durumlara aktarılabilme yeteneği artırılmaya çalışılmasıdır (Tutar, 2022). Dış geçerliliğin sağlanabilmesi için ise katılımcı sayısında en uygun sayıya ulaşılması hedeflenmiş ve bu sayı 20 kişi olarak gerçekleştirilmiştir. Ayrıca, iç geçerliliğin sağlanmasında daha güvenilir veri toplamaya olanak sağlamasından dolayı görüşmeler yüz yüze gerçekleştirilmiştir (Forrester ve Sullivan, 2018). Görüşmeler, yüz yüze gerçekleştirilmiş ve katılımcılardan ses kaydı için izin alınmıştır. Bu yöntem, verilerin daha güvenilir bir şekilde toplanmasını ve esnek sorular sorulmasını sağlamıştır. Görüşmeler sırasında soruların sırası ve içeriği, katılımcının yanıtlarına göre esnetilmiş ve gerektiğinde ek sorular

yöneltilmiştir. Açık uçlu sorular, katılımcıların olayları yorumlama biçimlerine ve deneyimlerine dair daha derin bilgiler sunmuştur (Silverman, 2018, s. 238; Sönmez ve Alacapınar, 2016, s. 24).

4.2 Örneklem ve Örneklem Yöntemi

Araştırma evreninin büyüklüğünün bilinmemesi, araştırma sürecinin kısıtlı olması ve araştırma alanının genişliği nedeniyle anakütlenin tamamına ulaşmak mümkün olmamıştır. Bu nedenle, olasılıklı olmayan örneklem yöntemlerinden kartopu örneklem tekniği tercih edilmiştir. Kartopu örneklemede, evrende yer alan herhangi bir birey ile temas kurulmakta ve bu kişi aracılığıyla araştırma kapsamına uygun diğer katılımcılara ulaşılmaktadır (Altunışık vd., 2012, s. 143). Bu örnekleme yaklaşımında, araştırma problemine ilişkin derinlemesine bilgi sağlayabileceği düşünülen kişiler seçilmekte; süreç içinde önerilen katılımcılar kartopu etkisiyle artarak evreni temsil edecek yeterliliğe ulaşmaya kadar görüşmeler sürdürülmektedir. Görüşmelerde benzer yanıtların tekrar etmeye başlaması, örneklemin yeterli düzeye ulaştığının ve veri doygunluğunun sağlandığının bir göstergesi olarak kabul edilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2018, s. 139). Nitel araştırmalarda örneklem büyüklüğünün, örneklemin homojenliği ve araştırma amaçlarına bağlı olarak belirlenmesi gerektiğini vurgulayan Kuzel (1992, s. 41), homojen örneklem için altı ile sekiz görüşmenin; maksimum çeşitliliğin ya da aykırı bulguların hedeflendiği durumlarda ise on iki ile yirmi veri kaynağının yeterli olabileceğini belirtmektedir. Bu çalışma kapsamında, karavan sahiplerinden oluşan ve belirli ortak özellikler taşıyan bir örneklemle yürütülen görüşmeler sonucunda, toplam 20 katılımcı ile veri doygunluğuna ulaşıldığı değerlendirilmiş ve örneklem bu noktada sınırlandırılmıştır (Yıldırım ve Şimşek, 2018, s. 139; Saruhan & Özdemirci, 2011, s. 146). Görüşme yapılacak kişilere karavanlara ilişkin sosyal medya sitelerinden, karavan alanlarına gidilerek ve karavan sahibi olduğu bilinen önceden tanışılmış kişilerle konuşarak ulaşılmıştır.

4.3 Veri Analizi Süreci

Toplanan veriler, içerik analizi yöntemi kullanılarak değerlendirilmiştir. İçerik analizi, araştırmacının belirlediği metin, belge ve dokümanların içeriğini önceden belirlenmiş kurallar ve sistematik bir süreç doğrultusunda, nesnel ve tekrarlanabilir biçimde inceleyerek tema, kategori ve anlam örüntülerini ortaya koymayı amaçlayan bir nitel veri analiz tekniğidir (Metin ve Ünal, 2022, s. 275).

Görüşme kayıtları çözümleme sürecine alınmadan önce yazıya dökülmüş, temalar ve kodlar belirlenmiştir. Verilerin düzenlenmesi ve analizinde MAXQDA 24 programı kullanılmıştır. Program aracılığıyla kodlama yapılmış, hiyerarşik kod-alt kod modelleri oluşturulmuş ve MAXMaps ile kavramsal ilişkiler görselleştirilmiştir. Ayrıca, katılımcıların ifadelerinin frekans ve önem düzeylerini göstermek için kelime bulutu analizi gerçekleştirilmiştir. Analiz sürecinde, araştırma amaçları doğrultusunda ortaya çıkan temalar, katılımcıların deneyim ve görüşlerini yansıtacak şekilde yorumlanmıştır. Bu süreç, nitel araştırmanın temel amacı olan katılımcı perspektifini anlamak ve deneyimlerin öznel anlamlarını ortaya koymak doğrultusunda yürütülmüştür (Merriam, 2018, s. 13; Yıldırım ve Şimşek, 2018, s. 41).

5 Bulgular

Çalışmada, Türkiye’de karavan turizmine ilişkin bilgi elde etmek amacıyla karavan turizmi katılımcılarıyla görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bu doğrultuda toplam 20 katılımcıyla görüşülmüş olup, görüşme yapılan katılımcıların demografik özellikleri Tablo 1’de sunulmaktadır.

Tablo 1. *Katılımcıların Demografik Özellikleri*

K	Cinsiyet	Yaş	Meslek	Medeni Durum	Eğitim	Karavan Kullanım Süresi
1	Erkek	60	Emekli Kaptan	Evli	Lise	3,5 Yıl
2	Kadın	50	Öğretmen	Evli	Lisans	2 Yıl
3	Erkek	35	Öğretmen	Evli	Lisans	1 Yıl
4	Erkek	36	Avukat	Bekar	Lisans	3 Yıl
5	Erkek	51	Emekli	Evli	Ortaokul	4 Yıl
6	Erkek	35	Endüstri Mühendisi	Evli	Yüksek Lisans	5 Yıl
7	Erkek	31	Paraşüt Pilotu	Bekar	Lisans	2 Yıl
8	Erkek	42	İnşaatçı	Bekar	Ön Lisans	2 Yıl
9	Kadın	54	Emekli Milli Sporcu/ Eski UKKF Başkanı	Evli	Lisans	14 Yıl
10	Erkek	50	Memur	Evli	Lisans	3 Ay
11	Erkek	54	Akademisyen	Evli	Doktora	1 Yıl
12	Erkek	48	Karavan Üreticisi	Evli	Lise	5 Yıl
13	Erkek	37	Serbest Meslek	Bekar	Yüksek Lisans	5 Yıl
14	Erkek	35	Akademisyen	Evli	Doktora	1 Yıl
15	Kadın	59	Emekli Bankacı	Evli	Lise	10 Yıl
16	Erkek	43	Adalar İlçe Başkanı	Bekar	Lisans	5 Yıl
17	Erkek	45	Serbest Meslek	Evli	Lise	2 Yıl
18	Erkek	40	İtfaiye Personeli	Evli	Lisans	10 Yıl
19	Erkek	27	İşletmeci	Bekar	Lisans	4 Yıl
20	Erkek	30	Pazarlama Uzmanı	Evli	Ön Lisans	2 Yıl

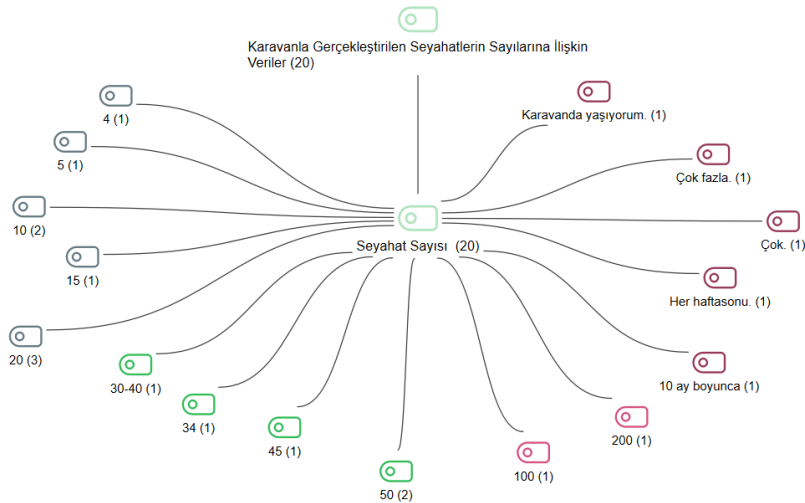
Katılımcıların karavan kullanmaya başladıkları tarihler dikkate alınarak ne kadar süredir karavanla seyahat ettiklerini gösteren bilgiler Tablo 2’de sunulmuştur.

Tablo 2. Katılımcıların Karavan Kullanmaya Başlama Süreleri

Karavan Kullanım Süresi	Katılımcı Kodları	n
3 Ay	10	1
1 Yıl	3, 11, 14	3
2 Yıl	2, 7, 8, 17, 20	5
3 Yıl	4	1
3,5 Yıl	1	1
4 Yıl	5, 19	2
5 Yıl	6, 12, 13, 16	4
10 Yıl	15, 18	2
14 Yıl	9	1
TOPLAM		20

Tablo 2’den elde edilen verilere göre, karavan kullanım süresi açısından en uzun süreli kullanıcı, 14 yıldır karavan kullanan bir katılımcıdır. Katılımcıların büyük bir kısmı ise ortalama 2 yıldır karavan kullanmaktadır. Öte yandan, bir katılımcının yalnızca 3 aydır karavan kullandığı belirlenmiş ve bu kişi en kısa süreli kullanıcı olarak tespit edilmiştir.

Katılımcılara karavanla kaç kez seyahat ettikleri sorulmuş olup, bu soruya verilen yanıtların dağılımı Şekil 1’de sunulmaktadır



Şekil 1. Karavan Seyahat Sayılarının Hiyerarşik Kod-Alt Kod Gösterimi

Şekil 1, karavan kullanıcılarının karavan kullanmaya başladıkları tarihten itibaren gerçekleştirdikleri seyahat sayısına ilişkin yanıtları göstermektedir. Bu verilere göre, bir katılımcının 4 kez gerçekleştirdiği seyahat en düşük seyahat sayısı olarak belirlenirken,

“Karavanda yaşıyorum” yanıtını veren katılımcı en fazla seyahati yapan kişi olarak kabul edilmiştir. Ayrıca üç katılımcı, diğerlerinden daha yoğun olarak 20 kez seyahat ettiklerini belirtmiştir.

Katılımcılara ayrıca karavan kullanımına yılda ayırdıkları süre sorulmuş ve elde edilen yanıtlar Tablo 3’te sunulmuştur.

Tablo 3. *Katılımcıların Karavan Seyahatlerine Ayırdıkları Süre*

Karavan Seyahatine Ayrılan Süre	Katılımcı Kodları	n
1 ay	1, 5, 6, 12, 17	5
2 ay	3, 14, 15	3
3 ay	2, 8	2
5 ay	11, 13	2
6 ay	8	1
7 ay	16	1
9 ay	9	1
Uzun seyahatler	19	1
Tatiller ve hafta sonları	10	1
Çok fazla	4	1
Tam zamanlı	7	1
TOPLAM	-	20

Tablo 3, katılımcıların karavan seyahatlerine yılda ayırdıkları süreleri göstermektedir. Verilere göre, bir aylık karavan seyahatleri 5 katılımcı tarafından gerçekleştirilmiş ve bu süre en çok tercih edilen en kısa süre olarak belirlenmiştir. En uzun seyahat süresi ise 1 katılımcı tarafından 9 ay olarak gerçekleştirilmiştir. Dört katılımcı, sorulara net yanıtlar vermeyerek süreç bildiren ifadeler kullanmıştır. Bu yanıtlar şunlardır:

“Yaklaşık 2 buçuk sene doğada düzenli yaşadım. Şu an işlerim dolayısıyla yılda birkaç kez uzun süreli seyahatler için fırsatım oluyor”. **K (19)**

“Hafta sonlarımı, resmî tatillerimi, bayram tatillerimi ve yıllık izinlerimi karavan seyahatlerime ayırıyorum”. **K (10)**

“Bu yıl tam zamanlı olarak karavanda kalıyorum”. **K (7)**

Katılımcıların karavan kullanımını tercih etme nedenleri incelendiğinde, doğa, özgürlük, rahatlık ve deniz kenarı yanıtları gelmektedir. Katılımcıların yanıtlarından örnekler aşağıda sunulmuştur:

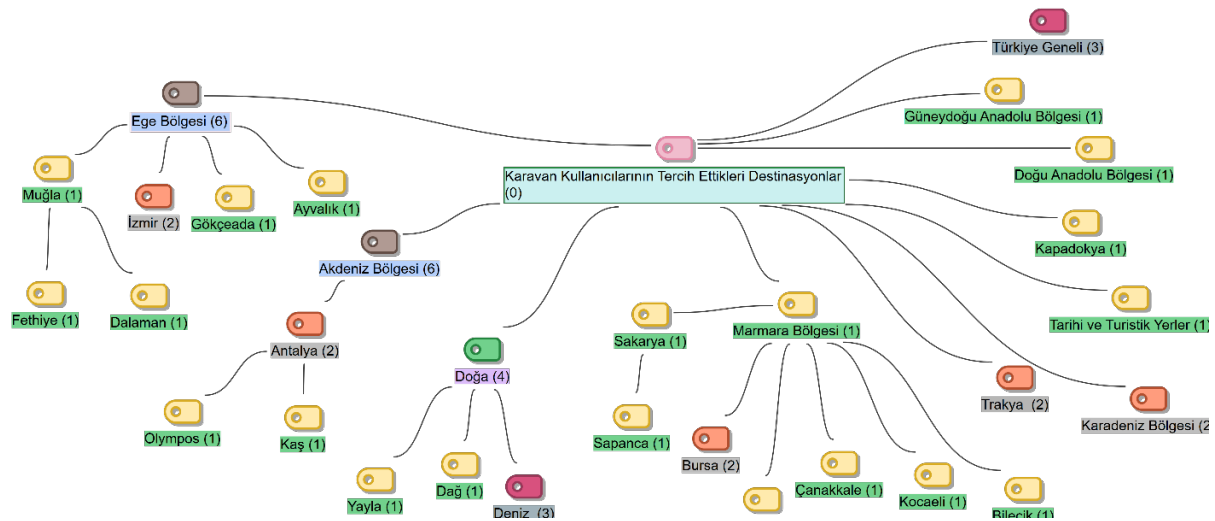
“Evden çalışıyoruz. Hafta sonları özgürlüğümüz oluyor. Hafta içi de olabiliyor. İstedığımız zaman çıkıp gezebiliyoruz”. **K (3)**

“Her gittiğimiz yerde evimizin olması, her gittiğimiz yerde ne yiyeceğiz, nerede uyuyacağız, nasıl konaklayacağız, derdimizin olmaması. Karavan çok cazip bir fikir. Önceden beri hep hayalimdi”. **K (10)**

“Karavanı tercih etme sebeplerimiz; farklı yerler görebilme amaçlı, boş zamanı değerlendirme ayrıca yaş itibariyle hayattan çalma, anı yaşama diyebilirim”. **K (1)**

“Oteller çok pahalı. Ve biz direkt seyahat etmeyi seviyoruz. Karavanı ilk etapta fotoğraf çekme hobimiz için kullanmaya başlamıştık. Köpeğimizde var karavanda daha rahat ediyoruz, oteller kabul etmiyor”. **K (15)**

Katılımcılara karavan kullanımlarında tercih ettikleri destinasyonların hangileri olduğuna ilişkin soru sorulduğunda alınan yanıtlara ilişkin bulgular Şekil 2’de yer almaktadır.



Şekil 2. Karavan Kullanıcılarının Tercih Ettikleri Destinasyonlar

Şekil 2’de karavan kullanıcılarının tercih ettikleri destinasyonlara ilişkin bilgiler verilmiştir. Ege ve Akdeniz Bölgesi’ni tercih edenlerin 6, doğa yanıtı verenlerin 4, Türkiye geneli yanıtı verenlerin 3 ve Karadeniz Bölgesi’ni tercih edenlerin 2 olduğu gözlemlenmiştir. Katılımcıların verdikleri yanıtlara ilişkin örnekler aşağıda yer almaktadır:

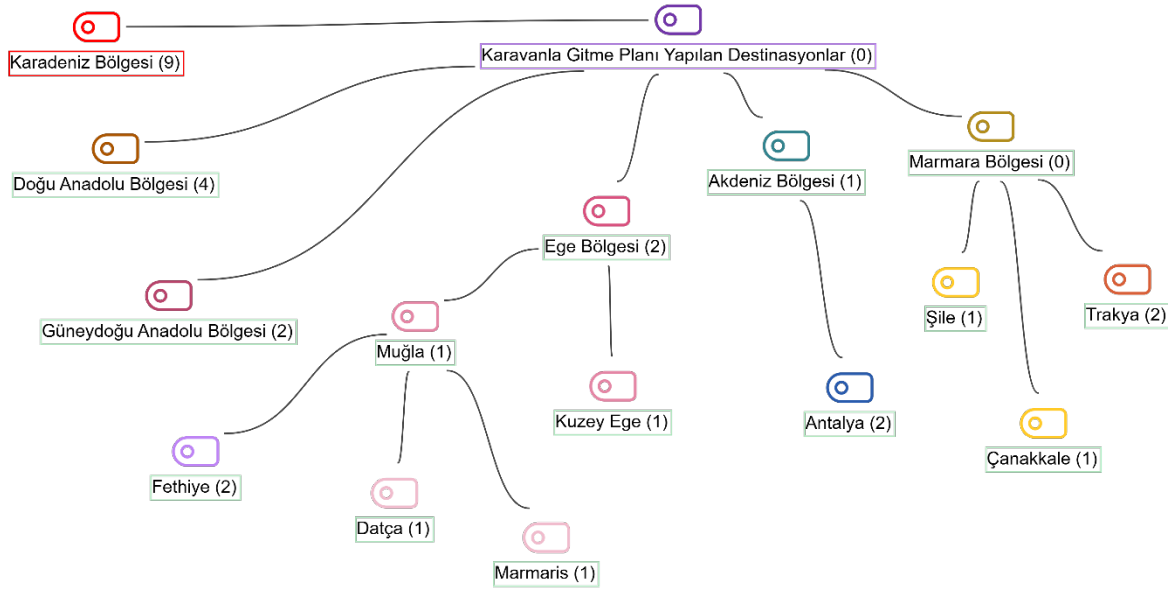
Biz sahil şeridinde yaşadığımız için özellikle sahili çok fazla tercih etmiyoruz. Eşimle beraber daha farklı, özellikle doğa, dağ ya da kışın tatil yapmak gibi”. **K (1)**

“Çocuklar deniz tarafını istiyor ama aslında beklentim mevsimlik. Dört kişinin konaklayabileceği bir karavanımız var. Sıcak havalarda serin yerlere, soğuk havalarda sıcak yerlere gitmek mantıklı. Şimdilik Marmara Bölgesi’ni tercih ediyorum. Bursa ilinin ilçeleri, Kocaeli ve Sakarya”. **K (10)**

“Akdeniz Bölgesi’ne gidiyorum genel olarak. Ama en uzun süre olarak Ayvalık’ta kalıyorum bu arada. Ayrıca merak ettiğim bir yer olarak, Güneydoğu’ya hiç gitmedim. Yani o bölgeyi çok merak ediyorum ama karavanda sıkıntı oluyormuş diye duyuyorum. O yüzden de hiç cesaret edemedim”. **K (4)**

“Türkiye’de gitmediğim yer yok. Doğasını seviyorum ülkenin. Ege, Akdeniz, Karadeniz, Doğu her yere gittim”. **K (16)**

Katılımcılara karavanla seyahat etmeyi planladıkları destinasyonların hangileri olduğuna ilişkin sorulan soruya verdikleri yanıtlar Şekil 4’te yer almaktadır.



Şekil 3. Karavan Kullanıcılarının Gitme Planı Yaptıkları Destinasyonlar

Şekil 4, karavan kullanıcılarının seyahat etmeyi planladıkları destinasyonlara ilişkin bulguları göstermektedir. Verilere göre, Karadeniz Bölgesi 9 katılımcı tarafından en çok tercih edilen destinasyon olarak öne çıkmaktadır. Bunu 4 katılımcının seçtiği Doğu Anadolu Bölgesi izlemektedir.

Katılımcıların karavan seyahat planlarına dahil ettikleri destinasyonlara ilişkin yanıtlar aşağıda sunulmuştur

“Türkiye’de gitmediğimiz yer kalmadı. Ama Balkanlara gitmek hedefimiz”. **K (9)**

“Karavan park sorunu olacağını düşündüğümünden gitmekten kaçındığım yerler var. Ama gitmek istediğim yerler Kuzey Ege olabilir.” **K (14)**

“Her yere gittim ama Bulgaristan ve Yunanistan için çok öneride bulunanlar oluyor. Gitmek istediğim yerler oralar”. **K (16)**

“Akdeniz turu yapmak istiyorum, Ölüdeniz, Fethiye sonrasında da Karadeniz turu düşüncem var fakat yolları bizi biraz yorabilir”. **K (20)**

Katılımcılar, karavan maliyetlerini genellikle yüksek olarak değerlendirmiştir. Yanıtlar yüksek, düşük ve uygun kategorileri üzerinden alınmış olup, tüm katılımcılar örnek fiyat belirtmemiştir. Fiyat örneği veren katılımcılar ise karavan sahipliğinin 100.000 TL ile 1.500.000 TL arasında değiştiğini belirtmiştir.

Karavan maliyetleri için öngörülen bütçeye ilişkin yanıtlar aşağıda sunulmaktadır:

“Şu an elektrik ve güneş paneli tesisatıyla en ucuz karavanı 200.000 liraya alırsınız. Ayrıca küçük bir karavanda bir yere gitmek için daha uygun zaten”. K (4)

“Sektörün revaçta olması ister istemez fiyatlara olumsuz etki ediyor. İşçilik maliyetleri yüksek. Genel olarak piyasası da yüksek. Bunun dışında her şey olağan”. K (20)

“Maliyet çok değişkenlik gösteriyor. Yerli karavanlar da var ucuza, yabancılarda var. Bütçenize göre her bütçeye göre karavan var ama karavan çekmek için güçlü bir araç lazım. Yakıt gideriniz çok artıyor. Tabi konakladığınız yerde karavan alanıysa ekstra maliyetler fazlalaşıyor. Oralarda Türkiye’de genelde pahalı benim gözlemlediğim, yurtdışı daha uygun yani yarı yarıya belki dörtte biri fiyatına bile gelebiliyor yani. Ama konaklama genelde hani bir otel kadar olmasa da maliyetli bence”. K (3)

“Karavan dövize bağlı olduğu için biraz pahalı. Karavan, ekipmanları, içindekiler, hepsi euro ya da dolarla satılıyor”. K (17)

Katılımcıların 7 günlük karavan seyahatinin maliyet düzeylerine ilişkin değerlendirmeleri Tablo 4’te sunulmaktadır.

Tablo 4. Katılımcıların 7 Günlük Karavan Seyahatine İlişkin Maliyet Düzeyleri Değerlendirmeleri

Algılanan Maliyet Düzeyi	n
Uygun	12
Düşük	2
Belirtilmemiş	6
TOPLAM	20

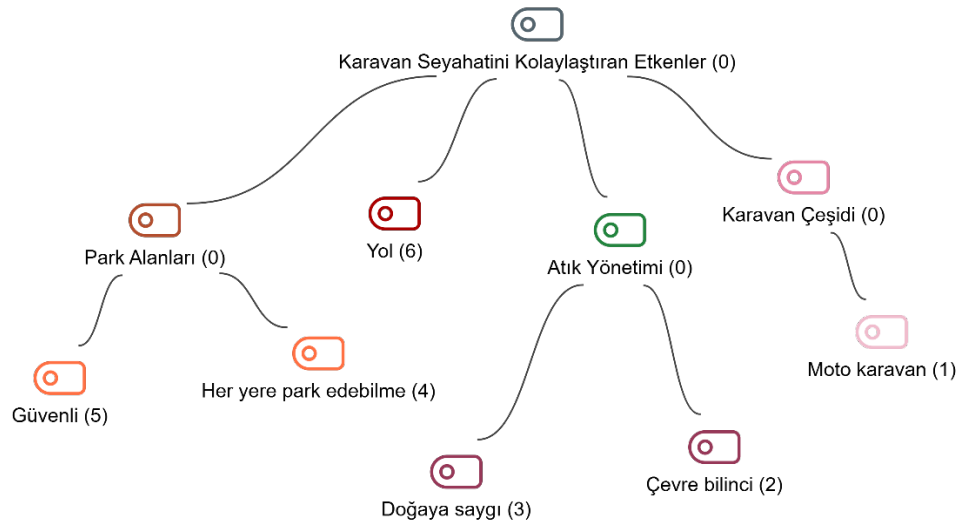
Tablo 4’te katılımcılara yönlendirilen 1 haftalık karavan seyahati için ayrılması gereken bütçeye ilişkin sorunun yanıtları yer almaktadır. Karavan seyahatlerinin fiyatlarının yüksek oranda uygun bulunduğu, yüksek yanıtını katılımcılardan hiçbirinin vermediği, 2 katılımcının düşük olarak değerlendirdiği gözlemlenmektedir. Yanıtların bazıları aşağıda yer almaktadır:

“5000 diyende var 15.000 diyende var. Ama 5000’e yakıt dahi alınmaz. Bu arada karavan parka girmem bir ağacın altına çekerim karavanımı genel olarak. Buna rağmen 15.000 bütçe ayrılmalı diye düşünüyorum”. K (4)

“Tamamen beklentiler ile alakalı bir soru, gerçek karavancılık aslında Instagram görsellerinde ki gibi değil, daha minimal bir yaşam ve öze dönüş olarak adlandırılabilir. Daha az eşya, daha ekolojik ve ekonomik bir yaşam. Mesela suyu ve elektriğinizi olabildiğince ekonomik kullanmanız gerek. Yanınızda bulunduracağınız eşyalar kısıtlı olmalı. Fakat, başka bir pencereden bakacak olursak 5,10 milyon bütçeli karavanlarla çok daha astronomik tatil planları da çıkarılabilir. Kişisel olarak akaryakıt harici 10.000 ₺ gibi bir bütçeyle rahatlıkla planlama yapılabilir”. K (20)

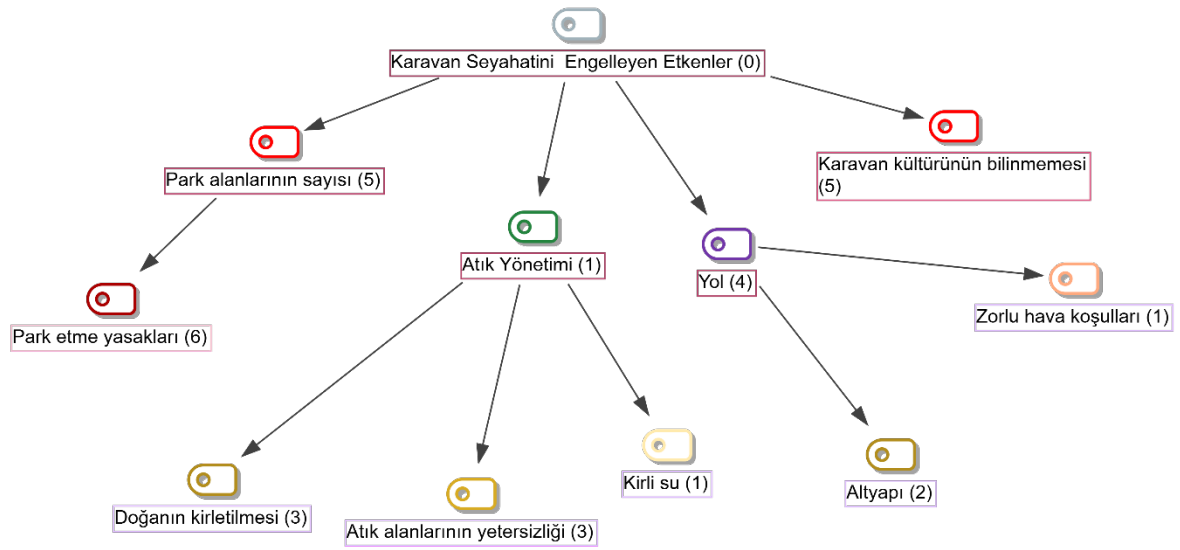
“Çok değişkenlik gösteriyor da hani hafta sonu için 3 veya 5.000 arası. Bir hafta tatil gibi olanlar için işte 15.000 diyebiliriz”. K (3)

Karavan seyahatlerini kolaylaştıran faktörlere ilişkin katılımcı yanıtları Şekil 4'te sunulmaktadır:



Şekil 4. Karavan Seyahatini Kolaylaştıran Etkenler

Bulgulara göre, en yüksek frekansa sahip etken yol olarak belirlenmiştir. Karavanların her yere park edebilme olanağı sağlıyor olması takip etmektedir. Ayrıca, doğaya saygı ve çevre bilinci de karavan seyahatlerini kolaylaştıran faktörler arasında görülmektedir. Karavan seyahatlerini engelleyen etkenler ise Şekil 5'de sunulmaktadır."



Şekil 5. Karavan Seyahatini Engelleyen Etkenler

Şekil 5'teki bulgulara göre, park alanlarının yetersizliği ve karavan kültürünün bilinmemesi en yüksek frekansa sahip engelleyici etkenler olarak belirlenmiştir. Bunu, yola bağlı zorlu hava koşulları ve altyapı eksiklikleri takip etmektedir.

Katılımcıların, karavan seyahatlerini kolaylaştıran ve engelleyen etkenlere ilişkin yanıtları aşağıda sunulmaktadır:

“Çekme karavanlarsanız biraz yolların kalitesi önemli. Çünkü arkanızda sonuçta bir hareket eden cisim var. Onun için stabilizatör oluyorsunuz, süspansiyon oluyorsunuz falan ama yani ne kadar olursa olsun yolların kalitesi de çok önemli. Bir de yokuşlar, virajlar çok önemli. Hız yapacağınız durumlarda özellikle dikkat edilmesi gerekiyor”. K (3)

“Ulaşılabilirlik ve yol”. K (20)

“Karavanla seyahatlerde yolun durumu çok önemlidir. Kamp alanındaki su, elektrik, tuvalet boşaltma alanı ve gri su (bulaşık, duş suyu) giderlerinin olması da oldukça önemlidir. Biz çekme karavan kullanıyoruz. Bu yüzden yolda maksimum 90-100 km/s hızla gidebiliyoruz. Bu durum biraz zorlaştırıcı olabilir. Ancak, yorulduğunuzda istediğiniz yerde durup geceleleyebilir ve dinlenebilirsiniz. Çekme karavan olduğu için, gittiğiniz yerde karavanı bırakıp araba ile alışverişe veya diğer işlerinize gidebiliyorsunuz”. K (17)

“Engelleyen faktörler mevsim koşulları sıcak soğuk yağmur kar; ayrıca yol durumu, yani yolun karavanla ulaşımına uygun olup olmaması sözgelimi bazı dağ ve orman yolları karavanla girilemeyecek kadar kötü olabiliyor ve tabii ki güvenlik güvenli olmayan yerlere seyahat etmeyi istemiyoruz”. K (11)

“Yol konusunda gelişme oturacaktır. Gelişmekte olan bir ülke olduğumuz için ileriye doğru düzelecektir”. K (12)

“Moto karavanlarda pek öyle bir şey yok. Her yere gidebiliyorum. Çekme karavanlarda bir yere bırakıp gitmeniz gerekiyor. O yüzden ben her yere giriyorum. Yani benim öyle bir sorunum yok”. K (9)

Karavanların çevre üzerindeki etkilerine ilişkin olarak katılımcılara yöneltilen soruların yanıtları Şekil 6’da gösterilmiştir.



Şekil 6. Karavanların Çevreye Etkileri

Şekilde yer alan bilgilere göre, karavanların çevre üzerindeki etkileri olumlu ve olumsuz olmak üzere iki ayrı kategoride incelenmiştir. Olumsuz etkiler arasında çevre kirliliği en yüksek frekansa sahiptir; bunu park alanlarının birbirine yakınlığı izlemektedir. Olumlu etkiler kapsamında ise atık istasyonları en yüksek frekansı göstermektedir; ardından özel alanlara saygı ve otellere kıyasla çevre dostu oluşu önemli olumlu etkenler olarak öne çıkmaktadır. Katılımcıların karavanla seyahatin çevre üzerindeki olumlu ve olumsuz etkilerine yönelik değerlendirmeleri aşağıda yer almaktadır.

“Türkiye doğal güzellikler konusunda bitirilmeyecek bir ülke bu açıdan karavanda zararlı değil. Ama bir eğitim alınması gerekir. Kirli su atıklarını cami avlularına boşaltanlar var bunun önüne geçilmesi gerekir”. K (12)

“Karavan alanlarında ya da direkt doğada gri su için söyleyeceğim. Kokacağı için belli bir yerde ama gri suyu için mesela insanlar tankını koyup bulaşğını yıkıyor. Sürekli taşarak doğaya karışıyor, toprağa karışıyor. Hem de bir karavan yemeği düşündüğünüz zaman kahvaltıdan akşam yemeğine kadar her şey yağlı yiyecekler olacak işte. Mangal oluyor, o oluyor, bu oluyor. Bütün o yağı her şeyi doğaya bırakmış oluyor. O yüzden doğru kamping yerleri olmadıktan sonra bu çevreyi asla biz koruyamayız”. K (18)

“Seyahatin değil fakat park halindeki eylemlerden bahsedebiliriz. Örneğin atık ya da kirli suların gerekli yerlere boşaltılmaması, çevre kirliliği veya yan yana sıralı bir şekilde yapılmış parkların halkın plaja ulaşmasının engellemesi olarak değerlendirebiliriz”. K (20)

“Karavancı gittiği yerde 3-4 gün kalmalı ve her türlü ekipmanı yanında bulundurmalıdır. Gri su ve tuvalet suyunu her yere bırakmamalıdır. Ne yazık ki, bu konuda dikkatsiz davranan insanlar var ve bu durum çevredekileri rahatsız ediyor”. K (17)

“İnsanlar şikâyet ediyor diyoruz ya toplum her yere karavan çekiyorlar ya gerçekten de bazı insanlar karavan kullanımını bilmiyor, sandalye atıyor, masa atıyor, ateş yakıyor. Ne bileyim sessiz sakin insanlar gelmişler, sen geliyorsun oraya gecenin üçüne kadar masalar atıyorsun. Öteki karavanlara geldiğinde bağıra bağıra bağıra şarkılar söylüyorsun falan yani nasıl diyeyim. Yine bu kültürü bilmeyen insanların verdiği rahatsızlıklar bunlar. Bu işe bilinmeden girilmesi çevreye zarar verebilir. Hem gürültü hem de çevre kirliliği anlamında dikkat edilmesi gerekir”. K (4)

“Çevre üzerinde olumlu etkileri: yapılaşmaya alternatif bir konaklama imkânı sunduğu için betonlaşmayı ve çevre tahribatını azaltmış oluyor. Çevre olumsuz etkileri: bu daha çok bilinçsiz karavancıların yaptığı şeyler atıklarını etrafa döküp çevreyi kirleterek konakladıkları yerdeki doğayı tahrip ederek doğaya zarar verebiliyorlar”. K (11)

Katılımcılara, karavanla seyahatler sırasında çeşitli turizm aktivitelerinden yararlanıp yararlanmadıkları sorulmuştur. Bu sayede karavan turizminin diğer turizm aktiviteleri veya spor dallarıyla ilişkisi incelenmeye çalışılmıştır. Elde edilen yanıtlar Tablo 5’te sunulmaktadır.

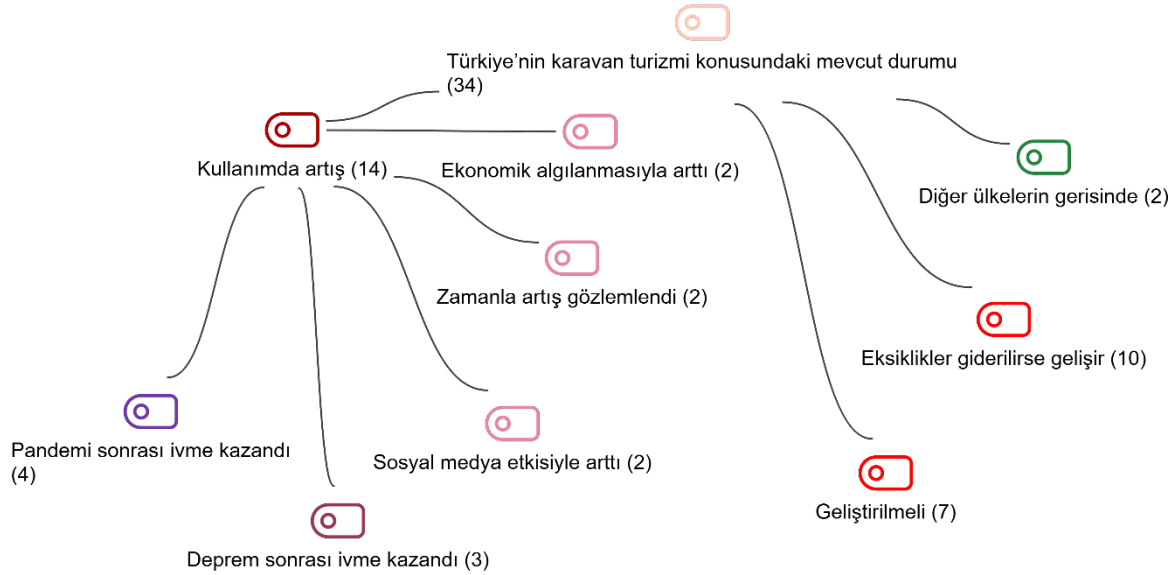
Tablo 5. Karavanla Seyahat Etmenin Sağladığı Turizm Olanakları

Faaliyet Türü	Sağlanan Turizm Olanakları	Katılımcı Kodları	n
Doğa temelli rekreasyon faaliyetleri (yüzme, yürüyüş, keşif, tırmanış, yoga, bisiklet, dalış)	Kaliteli yaşam, sosyalleşme	1, 3, 4, 6, 7, 8, 9, 10, 12, 13, 15, 16, 18, 19	14
Kültürel ve tarihi miras ziyaretleri	Tarihsel bilgi edinme, kültürel deneyim	14, 19	2
Deniz ve kültür turizmi	Ziyaret imkânı, turistik unsurlara erişim	2, 5, 11, 17	4

Tablo 5’te yer alan veriler doğrultusunda, karavan seyahatlerine katılan bireylerin birçok farklı aktiviteyi gerçekleştirebildiği görülmektedir. Katılımcıların büyük bir kısmının özellikle ‘yüzme, doğa yürüyüşü,

doğa keşfi, tırmanış, yoga, bisiklet sürüşü ve dalış' gibi aktiviteleri yaptığı tespit edilmiştir. Ayrıca, dört katılımcı 'doğa, deniz ve kültür turizmi' aktivitelerine, iki katılımcı ise 'kültürel ve tarihi miras ziyaretleri' aktivitelerine katıldıklarını belirtmiştir.

Türkiye'de karavan turizminin mevcut durumuna ilişkin bilgiler Şekil 7'de genel hatlarıyla gösterilmektedir.



Şekil 7. Türkiye'nin Karavan Turizmindeki Mevcut Durumu

Şekil 7'de yer alan bilgilere göre, Türkiye'de karavan kullanımında artış yaşandığı en yüksek frekanslı yanıt olarak öne çıkmaktadır. Bunu, eksikliklerin giderilmesi durumunda gelişebilir ve geliştirilmelidir yanıtları takip etmektedir. Türkiye'nin karavan turizmindeki mevcut durumuna ilişkin katılımcı yanıtları aşağıda sunulmaktadır:

"Türkiye'nin şu anki mevcut karavan potansiyeli özellikle o deprem olayından sonra gözler karavanlara çevrildi. Diğer ülkelerle mukayese edildiğinde karavan kitlesi veya karavan kullanan özellikle tatil amaçlı kullanan insanlar fazla değil". K (1)

"Bir yandan araştırıyorum, bir yandan yavaş yavaş görüyorum. Karavan alanları derli, toplu bildiğim kadarıyla. Özel kamp karavan alanları var ama Covid19 salgını ve sonrasında patlayan karavan turizmi, artı peşinden gelen ekonomik krizle birlikte fiyatlar uçmuş vaziyette. Dolayısıyla durum böyle ise Türkiye karavan tesisi noktasında yeterli mi? Özel sektör kısmı için söyleyebileceğim şu ki; uçuk fiyatlar ve belediyenin sağladığı imkânlar sağlanmıyor. Geliştirilmesi lazım diye düşünüyorum". K (10)

"Gelişecektir. Ben karavan sayısında ivme kazandırılmış bir artış gözlemliyorum. Ama henüz tam gelişmiş değil". K (7)

"Türkiye karavan turizmine henüz yeni başlıyor ve yeni alıyor. Tam anlamıyla gelişmedi. Şu an karavan turizmine büyük ilgi var bu güzel". K (19)

Katılımcılara yönlendirilen son soru, karavan turizmiyle ilgili beklentileri ve bu turizmin geliştirilmesine yönelik önerilerini içermektedir. Bu soruya verilen yanıtlar aşağıda sunulmaktadır

“Normalde diğer ülkelerde belki de sıradan insanların veya çok cüzi gelirleri olan insanların çok rahat bir şekilde veya mecburen karavanda yaşamak veya karavanda seyahat etmek gibi zorunluluğu doğuruyor. O insanların ev alamama imkânları veya pozisyonu. Oysa bizim ülkemizde karavanı olan insanı zengin olarak lanse ediyorlar. Yani gayet lüks veya zengin veya elit. Oysa kesinlikle bunlar hep ekonomik olarak hesaplanıp yapılan şeyler, yani günümüz şartlarında otellerde diyelim 10 gün tatil yaptığımız zaman karavanla bunu hem özgür hem daha rahat hem daha bireysel olarak lehinize çevirerek çok daha güzel bir tatil yapabiliyorsunuz. Yani Türkiye olarak algının değiştirilmesi gerekiyor”. K (1)

“Yerel belediyelerin bu konu çerçevesinde daha efektif çalışmaları, deniz, sahil, koy ya da bakir bölgelere ulaşımın kolaylaştırılması, ana yollar üzerinde karavanlar için atık kirli suların boşaltılabileceği ve temiz su, elektrik gibi gereksinimlerin karşılanabileceği tesisler”. K (20)

“Eğitim denebilir kültür denebilir. Avrupa’nın bu açıdan örnek alınması gerekir. Bence belediye lokasyon belirleyip tesis açıp güvenlik görevlisiyle kontrolü sağlayıp, 1-2 gün ücretsiz olup sonrasında ücret alınabilir”. K (12)

“Karavancılığın Türkiye’de gelişebilmesi için benzin istasyonları dahil bazı kriterler getirilmesi gerekiyor. Türkiye’de bu karavancıların zaten gelişmesini de istemiyorlar. Çünkü karavan olunca çok gezen insandır. Çok insanla tanışan insandır. Belli bir kültürü, belli bir fikrini taşıyan insandır. Bir şeyler o kadar engelleniyor ki, ben karavan kültürüne karşı çıkılıyor sanırım diye düşünmeye başlıyorum. Ama bu işi çok iyi yapan belediyeler de var ve akıllıca bir iş de bence. Yani şöyle akıllıca bir defa bir şehrinize turizm akışı sağlıyorsunuz. Belediyeler de burada şehirlerde çok daha uzağa karavan tesisi yaparak sadece bir hizmet gibi sunuyorlar ki bu da yanlış oluyor. Yani şunu demek istiyorum. Ben Belediye Başkanı olsam karavanların ne bileyim bir gece veya 2 gece veya 3 gece bunu geçmemek kaydıyla konaklayacakları, onlara ihtiyaçlarını karşılayacak yerler yaparım. Çünkü bunu yaptığım zaman burada sirkülasyon sağladığım zaman o bölgedeki esnafı desteklemiş olurum. Çünkü mutlaka gelecek alışveriş yapacak, şehri tanıyacak, turizmi tanıyacak”. K (15)

“Liste çok uzun ama kısaca ülkede bilinçlenme olmalı. Bakanlığı bir projeye gidip yönlendirmek lazım. Ticarete döndü bu iş bundan kurtulunması lazım. Tatil kafasıyla yaklaşılmamalı bu bir yaşam tarzı. Öğrenilmesi gerekiyor”. K (13)

“Fiyatların genel olarak düşürülmesi gerektiğini düşünüyorum. Devletin karavanla ilgili yatırımları teşvik ederek geliştirilmesine katkı sağlaması gerektiğini düşünüyorum. Karavanla ilgili mevzuatın genişletilmesi gerekiyor. Birçok ilde karavanla park yapma yasağı var. Bunun düzenlenmesinin esnetilmesi gerekir. Özel kamp alanı işletmelerinin mafya gibi kişilerin işletmesinden ve insanları kapıdan döndürmesinden rahatsızım bu kişilerin elinden bu tesislerin alınması gerekiyor. İnsanlarda karavana teşvik edilmeli ve bu turizm geliştirilmeli.” K (5)

“Belki toplumda buna dair bir farkındalık yaratılması işte okullarda bununla ilgili eğitim verilmesi olabilir. Karavan seyahatlerinin sirkülasyon halinde olması geleneği daha Türkler tarafından kazanılmamış. Bunun özellikle öğrenilmesi gerekiyor. Gezginci ruhu kazanılmalı”. K (14)

“Karavancılara kısıtlamaların kaldırılması gerekiyor. Her yeri olmasa bile bazı yerleri otopark gibi kullanabilmeliyim. Şurada haklılar elbette herkes aynı değil, karavanı verirken o zaman kime verip vermeyeceğini kontrol etmeliler. Karavan kültürüne sahip kişiyi de engellemiş oluyorlar. Kimlerin karavan alabileceğini sınırlandırmaları lazım. Ayrıca altyapı ve karavan park sayısı da yetersiz”. K (4)

Çalışmada görüşülen 20 katılımcının sorulara verdikleri yanıtlar doğrultusunda bir kelime bulutu oluşturulmuştur. Bu kelime bulutu, katılımcıların en sık kullandıkları ifadeleri ve kelime tekrarlarını görselleştirerek belirlemeye olanak sağlamaktadır. Katılımcıların karavan turizmine yönelik algılarını anlamak açısından önemli bir göstergedir. Şekil 9’da katılımcıların yanıtlarına ilişkin oluşturulan kelime bulutu yer almaktadır.



Şekil 8. Katılımcıların Yanıtlarına İlişkin Kelime Bulutu

Şekil 8'e göre en sık tekrar edilen kelimeler 'saygı', 'uygun' ve 'altyapı' olarak öne çıkmaktadır. Bu kelimeleri 'karavan' ve 'özgürlük' ifadeleri takip etmektedir. Ayrıca kelime bulutunda 'hijyen', 'rota', 'emekli', 'sürdürülebilir', 'karavan parkı', 'kültür' ve 'imkân' gibi kavramlar da yer almakta olup, katılımcıların karavan turizmine ilişkin algılarını yansıtan önemli unsurlar olarak değerlendirilmektedir.

6 Sonuçlar

Teknolojik gelişmeler, tatil anlayışındaki değişimler, bireysel ilgi alanlarının çeşitlenmesi, karbon emisyonlarını takip etmenin önemi, hızlı kentleşme ve çevreyle yeniden bağ kurma ihtiyacının artması (Zengin ve Heper, 2013, s. 48) deneyim odaklı yaşam biçimlerinin önem kazanmasına neden olmuştur. Doğayla yeniden bağlantı kurma isteğinin bir sonucu olarak, son yıllarda doğa temelli turizm faaliyetlerine olan talebin arttığı belirtilmektedir (O'Neil, 2010, s. 147). Bu bağlamda, karavan turizmine yönelik ilginin de giderek arttığı gözlemlenmektedir.

Bu çalışmada, Türkiye'nin karavan turizminin mevcut durumuna ilişkin bilgiler elde edilerek geleceğe yönelik çıkarımlarda bulunmak amaçlanmıştır. Katılımcılara yöneltilen sorular aracılığıyla karavan turizminin bugünkü durumu ve gelişim potansiyeli üzerine veriler toplanmıştır. Araştırma bulgularına göre, Türkiye'de karavan turizmi uzun süredir hem iç turizm hem de dış turizm kapsamında etkin bir şekilde sürdürülmektedir. Son yıllarda karavan turizminin ivme kazanmasında; bireysel seyahat eğilimlerinin artması, özgürlük arayışı, doğayla bütünleşme isteği ve karavanların sunduğu çok yönlü imkânların etkili olduğu görülmektedir. Bununla birlikte, kamp ve karavan turizminin aşırı turizme karşı

sürdürülebilir bir alternatif sunduğu ve özellikle pandemi sonrası dönemde doğa temelli, izole ve sağlıklı turizm arayışlarını desteklediğine ilişkin bulgular, Bilim ve Özer'in (2021) çalışmasıyla örtüşmektedir. Buna ek olarak, COVID-19 pandemisi, karavanla seyahatlerin artışında belirleyici bir faktör olarak öne çıkmaktadır. Karavanla seyahatin, seyahat sırasında başkalarıyla teması azaltma ve bulaş riskini en aza indirme avantajı sunduğu literatürde vurgulanmaktadır (Mundet vd., 2024). Bu araştırmanın sonuçları da, pandemi sonrası dönemde karavan kullanıcı sayısının arttığını ve karavanların yalnızca belirli bir karavan kültürüne sahip bireyler için değil, daha geniş bir kitle için tercih edilen bir turizm biçimi hâline geldiğini göstermektedir. Ayrıca, reklam ve konumlandırma faaliyetlerinin bu alana yoğunlaşması karavan turizminin potansiyelini artırmıştır. Günümüzde karavanların, Türkiye ekonomisi açısından da değerlendirilerek tercih edilmeye başlandığı görülmektedir. Karavanların satın alma maliyetleri yüksek olsa da uzun vadede sürdürülebilir bir tatil olanağı sunması, bu tercihin temel nedenlerinden biridir. Buna ek olarak, Mundet ve arkadaşları (2024), karavan kullanıcılarının araçlarını son beş yıl içinde edindiğini (%52,5) saptamıştır. Bu çalışmanın bulguları da söz konusu eğilimi doğrular niteliktedir. Katılımcıların büyük bölümünün (20 kişiden 17'sinin) karavanla seyahate son beş yıl içinde başlamış olması, karavan turizminin özellikle pandemi sonrası dönemde ivme kazandığını ve yeni kullanıcılar açısından hızla yaygınlaşan bir turizm biçimi hâline geldiğini göstermektedir.

Katılımcıların ifadelerine göre, karavan kullanımının tanınırlığının artmasında sosyal medya paylaşımları ile farklı şehirlerde düzenlenen karavan fuarları önemli bir rol oynamaktadır. Bu bulgu, Avustralya'da karavanla seyahat eden yaşlı bireylerin sosyal medya kullanımını inceleyen Darley ve arkadaşları (2017) tarafından elde edilen sonuçlarla da örtüşmektedir. Söz konusu çalışmada, yaşlı bireylerin sosyal medyayı coğrafi mesafe nedeniyle evden uzak olsalar dahi aile ve arkadaşlarıyla etkileşim kurmayı sağlayan işlevsel bir araç olarak kullandıkları ortaya konmuştur.

Bu doğrultuda, karavan satışlarının ve kullanım oranlarının arttığı, karavan turizminin Türkiye'de popüler bir alternatif haline geldiği söylenebilir. Ancak karavanla seyahat, geçmişten gelen bir kültür ve yaşam felsefesi olarak değerlendirildiğinde, bu kültürün zamanla dönüşüme uğradığı ve özgün değerlerinin zarar görebildiği de gözlemlenmektedir. Bu nedenle, karavan kültürüne ilişkin bilinçlendirme çalışmalarının yapılması önem taşımaktadır.

Çevre bilinci, karavan seyahatlerinin temel unsurlarından biridir. Karavan alanlarının planlanması ve inşasında sürdürülebilirliğin esas alınması gerektiği vurgulanmaktadır. Ancak Türkiye'nin mevcut durumu, Avrupa, Amerika ve Avustralya ile karşılaştırıldığında oldukça geride görülmektedir. Türkiye'nin karavan sahipliği bakımından gelişmiş olduğu, ancak karavan kültürü açısından gelişim göstermesi gerektiği savunulmaktadır.

Katılımcılar, karavan yaşamının belirli bir bilgi birikimi ve disiplini gerektirdiğini; doğa bilgisi, ekipman kullanımı, çevre düzeni ve temizlik konularında bilinçli bireylerin karavan kullanımına daha uygun olduğunu belirtmişlerdir. Bunun yanı sıra, Türkiye'de karavanların ağırlıklarına göre vergilendirilmesi ve park yasakları dışında denetim mekanizmalarının yetersiz olması, olumsuzluklara yol açabileceği için eleştirilmiştir. Karavan kullanıcılarının denetlenebileceği bir kurum veya sistemin oluşturulması, hatta karavan sahibi olmadan önce gerekli eğitimlerin verilmesi önerilmiştir.

Önceki çalışmalar, karavanla seyahatte sosyal etkileşimin önemli bir motivasyon unsuru olduğunu ve karavan parklarının sunduğu topluluk ortamının gezginler arasında sosyalleşmeyi, uzun süreli dostlukların kurulmasını ve kalıcı sosyal ağların oluşmasını desteklediğini ortaya koymaktadır (Patterson vd., 2015b). Bu çalışmada da katılımcıların karavanla seyahatin sunduğu en önemli olanaklar arasında kaliteli yaşam ve sosyalleşme unsurlarını vurgulamaları, elde edilen bulguların literatürle örtüşüğünü göstermektedir. Ayrıca, bu araştırmanın bulguları, maliyet algısı, riskten kaçınma

eğilimi ve aile odaklı etkinliklerin, bireylerin karavanla tekrar seyahat etme kararlarını etkileyen temel unsurlar arasında yer aldığını ortaya koymaktadır. Bunun yanı sıra, karavan turizminin sürdürülebilir biçimde gelişebilmesi için karavan alanlarının sayısının artırılması, sunulan hizmetlerin kalitesinin yükseltilmesi ve fiyatlandırma politikalarının ziyaretçi beklentileri doğrultusunda iyileştirilmesi gerektiği belirlenmiştir. Bu bağlamda, özel işletmelere ait karavan alanlarının fiyat-performans açısından olumsuz algılandığı; belediye destekli alanların ise hizmet standartları bakımından yetersiz bulunduğu ifade edilmiştir. Bu sonuçlar, tekrar ziyaret eden bireylerin karavan parkları içerisinde mekâna ve topluluğa yönelik güçlü duygusal bağlılıklar geliştirdiğini ve ziyaret süresinin artmasıyla birlikte bu bağlılığın yoğunlaştığını ortaya koyan Marles'in (2006) bulgularıyla örtüşmektedir. Ipławatte ve arkadaşları (2005), Avustralya'da kamp turizmine yönelik devlet desteklerinin artırıldığını belirtmektedir. Bu araştırmanın bulguları doğrultusunda, Türkiye'de de karavan turizminin sürdürülebilir biçimde gelişebilmesi için benzer destek mekanizmalarının hayata geçirilmesi gerektiği değerlendirilmektedir. Buna ek olarak, karavan kullanımının çevresel etkilerini azaltmak amacıyla atık yönetimi ve temiz su teminine yönelik altyapı çalışmalarının yaygınlaştırılması önem taşımaktadır. Bu araştırmanın bulguları, karavan turizmine ilişkin önemli çıkarımlar ortaya koymakta olup, söz konusu çıkarımlar temelinde geliştirilen öneriler aşağıda sunulmaktadır.

Çevresel Öneriler

- Karavan sahibi olacak kişilere gerekli eğitim ve ekipman kullanımı bilgisi verilmelidir.
- Karavan kullanıcılarını denetleyen bir kurum oluşturulmalıdır.
- Karavan alanlarının yaygınlaştırılması, hizmet kalitesinin standartlaştırılması ve düzenli denetimler yapılmalıdır.
- Atık boşaltma ve su temini alanlarının iyileştirilmesiyle seyahatlerin kesintisiz sürdürülmesi sağlanmalıdır.
- Doğanın korunmasına yönelik farkındalık artırılmalı ve çevre temizliği konusunda bilincin yaygınlaşması sağlanmalıdır.
- Altyapı ve yol düzenlemelerinde karavan seyahatleri göz önünde bulundurulmalıdır.

Ekonomik Öneriler

- Karavan alanı giriş ücretleri denetlenmeli ve adil fiyatlandırma sağlanmalıdır.
- Belediyelerin ekonomik karavan park projeleri geliştirmesi teşvik edilmelidir.
- Karavan sahipliğine yönelik vergi düzenlemeleri gözden geçirilerek iyileştirilmelidir.

Kültürel Öneriler

- Karavan kültürünün toplum genelinde tanıtılması ve bilinirliğinin artırılması sağlanmalıdır.
- Karavan yaşamına uygun bilgi, disiplin ve çevre duyarlılığına sahip bireylerin bu alana yönlendirilmesi teşvik edilmelidir.

Sınırlılıklar

Bu araştırma, nitel araştırma desenine dayalı olarak yürütülmüş olup, amaçlı ve kartopu örnekleme yöntemiyle belirlenen 20 katılımcıdan elde edilen verilerle sınırlıdır. Görüşmelerde veri doygunluğuna ulaşılmış olmakla birlikte, kullanılan örnekleme yöntemi ve çalışmanın bağlama özgü yapısı nedeniyle bulguların istatistiksel anlamda genellenebilirliği sınırlıdır. Nitel araştırmalarda genelleme, evrene yönelik sayısal çıkarımlar yapmak yerine, benzer bağlamlara analitik aktarım yoluyla katkı sunmayı amaçlamaktadır. Bu nedenle elde edilen sonuçlar, karavanla seyahat eden bireylerin deneyimlerini derinlemesine anlamaya yönelik olup, farklı örneklem grupları ve bağlamlarda yapılacak çalışmalarla desteklenmeye açıktır.

Gelecek Araştırmalar İçin Öneriler

Bu çalışma, Türkiye’de karavan turizminin mevcut durumunu ve geleceğine ilişkin değerlendirmeleri nitel bir bakış açısıyla ele almıştır. Gelecekte yapılacak araştırmalarda:

- Farklı bölgelerdeki karavan kullanıcılarıyla daha geniş örneklemeler üzerinde nicel araştırmalar yapılarak sonuçların genellenebilirliği artırılabilir.
- Karavan turizmi paydaşları (belediyeler, turizm işletmeleri, karavan üreticileri vb.) ile yapılacak karşılaştırmalı çalışmalar, sektörün gelişim dinamiklerini daha kapsamlı biçimde ortaya koyabilir.
- Karavan turizminin sürdürülebilirlik, çevre yönetimi ve altyapı planlaması boyutları üzerine odaklanan derinlemesine analizler yapılabilir.
- Pandemi sonrası dönemde değişen seyahat alışkanlıklarının karavan turizmine etkisini inceleyen karşılaştırmalı araştırmalar gerçekleştirilebilir.

7 Beyanname

Bu çalışma sorumlu yazarın “Karavan turizmi : Yerli turistler üzerine bir araştırma” başlıklı yüksek lisans tezinden geliştirilmiştir.

7.1 Rakip Çıkarlar

Bu çalışmada herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Kaynakça

- Akpur, A. ve Zengin, B. (2019). İznik Gölü ile çevresinin kamp ve karavan turizm potansiyelinin değerlendirilmesi. *Turizm ve Araştırma Dergisi*, 8(2), 4-20.
- Altanlar, A. (2007). Akçakoca alternatif turizm olanaklarının araştırılması. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bolu.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Yıldırım, E. ve Bayraktaroğlu, S. (2012). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. Sakarya: Sakarya Kitabevi.
- Arı, E. (2019). Mobil mekân kavramı kapsamında taşınabilir mekân organizasyonu. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Konya.
- Bilim, Y., & Özer, Ö. (2021). No “over”, yes “minimal”! Camp and caravan tourism. *Anais Brasileiros de Estudos Turísticos: ABET*, 11(1), 11.
- Brooker, E. and Joppe, M. (2013). Trends in camping and outdoor hospitality- an international review, *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 3(4), 1-6.

- Buldaç, M. (2021). Küresel salgın sürecinde değişik mekân arayışı: karavan ve kullanıcı deneyimleri. *Yıldız Journal of Art and Design*, 8(2), 90–104.
- Darley, T., Lambert, C. and Ryan, M. (2017). Grey Nomads' caravanning use of social networking sites. *Information Technology & Tourism*, 17(4), 379-398.
- Doğantan, E. (2014). Frigya bölgesine alternatif konaklama tesisi önerisi: Karavancılık. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Forrester, M. A. and Sullivan, C. (2018). *Doing qualitative research in psychology: A practical guide*. New York: SAGE.
- Gegez, A. E. (2021). *Pazarlama Araştırmaları*. İstanbul: Beta Yayıncılık
- Gürtekin, B. F. (2011). Mobil mekân kapsamında karavan-treyler tasarımının iç mekân organizasyonu yönünden incelenmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Ipawatte, C., Carter P., Heaney, L. and Lubulwa, M. (2005). A profile of travellers who used caravan or camping accommodation in Australia in 2003/04. Niche Market Report No.6. Canberra: Tourism Research Australia.
- Kozak, M. A. ve Bahçe, S. (2009). *Özel İlgi Turizmi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kuzel, A. J. (1992). Sampling in qualitative inquiry. In B. F. Crabtree & W. L. Miller (Eds.), *Doing qualitative research* (pp. 31–44). Sage Publications, Inc.
- Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı. (2022). <https://www.kuzka.gov.tr/>, Erişim Tarihi: 20 Şubat 2024.
- Lashley, C. (2015). Researching snails on holiday: An agenda for caravanning and caravanners?, *Research in Hospitality Management*, 5(2), 115–122.
- Marles, K. H. (2006). Repeat visitors to Australian caravan parks. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Griffith University, Department of Tourism, Leisure, Hotel and Sports Management, Griffith Business School, Avustralya.
- Merriam, S. B. (2018). *Nitel Araştırma: Desen ve Uygulama İçin Bir Rehber* (çev. S. Turan). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Metin, O. ve Ünal, Ş. (2022). İçerik analizi tekniği: İletişim bilimlerinde ve sosyolojide doktora tezlerinde kullanımı. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(Özel Sayı 2), 273-294.
- Mikkelsen, M.V. & Cohen, S.A. (2015). Freedom in Mundane mobilities: Caravanning in Denmark. *Tourism Geographies*, 17(5), 663-681.
- Mikulić, J., Prebežac, D., Šerić, M. and Krešić, D. (2017). Campsite Choice and the camping tourism experience: investigating decisive campsite attributes using relevance-determinance Analysis. *Tourism Management*, 59, 226-233.
- Mundet, L., Grijalvo, M. and Marin, J. (2024). Are camper travel lovers the new wave of tourism? A growing trend for destinations. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 25(5), 918-939.
- Nijas, V. P., Srivastava, A., & Das, B. K. (2023). Identification of tourism potential of Vagamon (Idukki, Kerala) for caravan park. *International Journal of Innovative Research in Science, Engineering and Technology*, 12(4), 2733-2740.
- Okumus, F., Köseoglu, M.A., Putra, E.D., Yıldız, M. and Dogan, I.C. (2019). Conceptual structure of lodging context studies: 1990-2016. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 43(2), 210-225.
- O'Neill, M. A., Riscinto-Kozub, R. A. and Hyfte, M. F. (2010). Defining visitor satisfaction in the context of camping oriented nature-based tourism – the driving force of quality!. *Journal of Vacation Marketing*, 16(2), 141–156.
- Palamutçu, T. (2019). Sayısal ortamda tasarım ve üretim teknolojileri; mobil yaşam kabini tasarımı ve üretimi alan çalışması. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Patterson, L., Pegg, S. and Litster, J. (2015a). Grey nomads on tour: a revolution in travel and tourism for older adults, *Tourism Analysis*, 16(3), 283-294.
- Patterson, I., Pegg, S. and Mahadevan, R. (2015b). The benefits of short stay caravan travel based on the lived experiences of grey caravanners in Australia. *Tourism Analysis*, 20(5), 539-549.
- Prideaux, B. and McClymont, H. (2006). The changing profile of caravanners in Australia. *International Journal of Tourism Research*, 8(1), 45-58.
- Rogerson, C. M. and Rogerson, J. M. (2020). Camping tourism: A review of recent international scholarship. *Geo Journal of Tourism and Geosites*, 28(1), 349-359.
- Rüzgâr, B. (2021). Batman ili kamp ve karavan turizmi ön fizibilite raporu. Dicle Kalkınma Ajansı. <https://www.dika.org.tr/assets/upload/dosyalar/batman-ili-kamp-ve-karavan-turizmi-on-fizibilite-raporu.pdf> Erişim Tarihi: 20 Şubat 2024.
- Saruhan, Ş. C. ve Özdemirci, A. (2011). *Bilim Felsefe ve Metodoloji – Araştırmada Yöntem Problemi (SPSS Uygulamalı)*. İstanbul: Beta Basım.

- Silverman, D. (2018). *Nitel Veri Yorumlama*. (çev. E. Dinç). İstanbul: Pegem Akademi
- Sönmez, V. ve Alacapınar, F. G. (2011). *Örneklendirilmiş Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Şengel, Ü., Genç K., Işkın, M., Ulema, Ş. ve Uzut, İ. (2020). Turizmde “sosyal mesafe” mümkün mü? Kamp ve karavan turizmi bağlamında bir değerlendirme. *Electronic Turkish Studies*, 15(4), 1429- 1441.
- Şenol, F. (2008). Kamp ve Karavan Turizmi: Hacıoğlu, N. ve Avcıkurt, C. (Editörler.) *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi* içinde (s. 481- 499). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Taşkesen, M.G. (2019). Mobil Konutlar ve iç mekân biçimlenişi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Başkent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Tuncel, A. (2007). Mobil konutlarda iç mekân organizasyonu ve mobil mekânların tarihsel gelişimi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Tutar, H. (2022). Nitel araştırmalarda geçerlilik ve güvenilirlik: Bir model önerisi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(Özel Sayı 2), 117-140.
- Türk Dil Kurumu (TDK). (2023). <https://sozluk.gov.tr/> Erişim Tarihi: 15 Ekim 2023.
- Ulusal Kamp Karavan Federasyonu (UKKF). (2024). <https://ukkf.org/> Erişim Tarihi: 15 Ekim 2023.
- Van Maanen, J. (1979). Reclaiming qualitative methods for organizational research: A preface. *Administrative Science Quarterly*, 24(4), 520-526.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2018). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yükselen, C. (2017). *Pazarlama Araştırmaları*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Zengin, B. ve Heper, F. Ö. (2013). Kocaeli ilinin alternatif turizm potansiyelinin değerlendirilmesi. *Turizm ve Araştırma Dergisi*, 2(1), 46-68.



© 2020 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)