

Turizm, Coğrafya ve Turizm Coğrafyası

Turizm Coğrafyasında Temel Kavramlar

Turizm

Turist

Turizm coğrafyası

Turizm endüstrisi

Turizm sistemi

Turizmde motivasyon

Turizm çeşitleri

Turizm Coğrafyasında Temel Kavramlar

- Turizm nedir?
- Turizmin rekreasyon, boş zaman (serbest zaman) gibi kavramlarla nasıl bir ilişkisi vardır?
- Turist kimdir?
- Turizm coğrafyası turizmin hangi boyutu ile ilgilenir?
- Turizmde Coğrafyacının rolü nedir?
- Turizm endüstrisi nedir?
- Turizm sistemi nedir? Hangi bileşenlerden oluşur?
- Turizmde motivasyon (güdüler) nelerdir? İnsanlar niçin turizm etkinliklerine katılır?
- Turizm çeşitleri nelerdir?

Turizm nedir?

“Turizm” sözcüğü genel tabirle anlaşılrsa ve kabul edilse de, anlam ve yorum farklılıklarına konu olan bir terimdir.

Tanımsal problemin ortaya çıkmasının bir nedeni, turizm sözcüğünün tek başına çeşitli kavramları anlatmak için kullanılması, diğer bir neden de, coğrafya, ekonomi, işletme ve pazarlama, sosyoloji, antropoloji, tarih ve psikoloji gibi çeşitli bilim dallarının çalışma alanına girmesi ve bu bilim dalları arasındaki kavramsal yapı farklılaşmasının kaçınılmaz bir şekilde bakış açısına ve vurguda zıtlıklara yol açmasıdır.

Turizmin Tarihsel Gelişimi, Dünyadaki Bugünkü Ekonomik ve Sosyal Boyutları

Turizm, ekonomik olduğu kadar aynı zamanda sosyal bir sektördür. Bu yönüyle de pek çok disiplinin ilgi alanına girmektedir. Şüphesiz ki, her disiplin turizmi kendi bakış açısıyla ele almaktadır. Bu nedenle de çoklu ilgi düzeyine sahip turizmde tanımlar, kavramlar ve bilimsel çalışma yöntemleri farklılıklar göstermektedir.

Turizm kavramı üzerindeki tartışmaların nedeni

Ekonomistler

- Endüstri / Sektör

Pazarlamacılar

- Pazar

Çevrebilimciler

- Çevresel etkiler

Toplumbilimciler

- İnsan davranışı

Coğrafyacılar

- Mekansal boyut

Turizm nedir?

Turizm organizasyonları, hükümet ve uluslar arası kurumlar (Birleşmiş Milletler gibi) tarafından kullanılan resmi tanımlarda bir yakınlaşma olmuşsa da, halkın turist kavramı ve turizm aktivitesi hakkındaki kabullenmeleri halen belirgin olarak farklılık göstermektedir.

Yine de biz bazı temel teknik turist ve turizm tanımlarını başlangıç olarak alabiliriz. Örneğin:

Turizm nedir?

Turist

- Tura çıkmış bir insan.

Tur

- Başladığı yerde biten, genelde ise keyif veya eğitim amaçlı, sonunda eve dönülen bir yolculuktur.

Turizm

- En basit anlamıyla “dinlenmek ve tatil geçirmek amacıyla yolculuğa çıkmak”tır.



Turizm nedir?

Turizm, eğer yalnızca seyahat olayı olarak kabul edilecek olursa, bu olayın geçmişinin belki de insanlığın geçmişi kadar eski dönemlere uzandığı söylenebilir. Bir endüstri ve toplumsal olay olarak kabul edildiğinde ise, turizmin 20. yüzyılın başlarında bugünkü anlamı ile ortaya çıkmış olduğunu belirtmek gerekir. Bunun sonucunda da günümüzde turizm öylesine büyük bir toplumsal olay ve endüstri durumuna gelmiştir ki, bu olayla ilgili bölgelerin ve mekanların belirli plan ve politikalarla faaliyetlerini yürütmeleri bir zorunluluk haline gelmiştir.

Turizm nedir?

- *“İnsanların devamlı ikamet ettikleri, çalıştıkları ve her zamanki olağan ihtiyaçlarını karşıladıkları yerlerin dışına seyahatleri ve buralardaki, genellikle turizm işletmelerinin ürettiği mal ve hizmetleri talep ederek, geçici konaklamalarından doğan olaylar ve ilişkiler bütünüdür.”*

AIEST (Uluslararası Bilimsel Turizm Uzmanları Birliği)

- *“Turizm, turist tanımına giren ziyaretçilerin seyahat ve konaklamaları sırasında gerçekleştirmiş oldukları toplumsal ve ekonomik faaliyetler bütünüdür.”*

Turizm nedir?

Turizm esas olarak seyahatle ilgilidir ancak insanların seyahatleri geçicidir.

Turizm motivasyonu çeşitli kaynaklardan gelebilir. Turizmin sadece keyif motivasyonları ile ilgili olduğunu düşünürüz ama turizm aynı zamanda iş dünyasını, eğitim, sağlık ve dini amaçlı gezileri de içerir.

Turizm faaliyetleri, konaklama, pazarlama sistemleri, eğlence ve çekicilik gerektirir.

Turizm olayının meydana gelebilmesi için

Seyahatin devamlı oturulan, çalışılan ve günlük ihtiyaçların sağlandığı yerler dışına yapılması;

Konaklama sırasında genellikle turizm işletmelerinin ürettiği mal ve hizmetlerin talep edilmesi;

Konaklamanın geçici olması;

Seyahatin gelir elde etmek amacıyla yapılmaması gerekir.

Turizmle ilgili bazı temel kavramlar

Uluslararası turizm:

Bir ülkenin ülke dışıyla bağlantılı turizmini ifade eder. Bir ülkeye bir başka ülkede oturanlar tarafından yapılan ziyaretler ile o ülkede yaşayanların ülkeleri dışına yaptıkları ziyaretleri kapsar.

İç turizm:

Bir ülkede yaşayanların kendi ülkelerinde başka yerlere yaptıkları ziyaretlerdir.

Ülke içi turizm:

İç turizm ile ülkeye dışarıdan yapılan ziyaretleri birlikte kapsayan kavramdır (bir ülke içindeki konaklama kolaylıkları ve çekiciliklerin oluşturduğu turizm pazarı da denilebilir).

Ulusal turizm:

İç turizmle birlikte o ülkeden dışarıya yapılan turizm ziyaretlerini kapsar (ülke halkının seyahat acenteleri ve havayolları için oluşturduğu pazar).

Turist kimdir?

Turist kimdir?

Turist kimdir sorusunun yanıtı ise yapılan tanımlamalara göre farklı şekillerde tarif edilmektedir. Ancak burada kronolojik sırayla üç önemli tanımı vurgulamakta yarar bulunmaktadır.

Turist kimdir?

Birleşmiş Milletler (1937)

- “24 saat ve daha fazla bir süre kalmak üzere oturduğu ülkeden başka bir ülkeye seyahat eden herhangi bir kişidir.”

Dünya Turizm Örgütü (1981)

- “Turizmin yukarıda sıralanan amaçlarına uygun olarak, en az 24 saat kalmak fakat 1 yıldan fazla olmamak üzere bulunduğu yerden başka yere gidenlerin turist, 24 saatin altında kalacak olanların da ziyaretçidir.”

Birleşmiş Milletler İstatistik Komisyonu (1993)

- *Dünya Turizm Örgütü'nün Ottawa International Conference on Travel and Tourism Statistics* adlı toplantısının ardından “*Recommendations on Tourism Statistics*” başlığı altında hazırladığı bir dizi öneriyi kabul ederek turizmin dünya ekonomisi üzerindeki etkisinin incelenmesinde yeni bir adım daha atmıştır. Buna göre;

Turist kimdir?

Kabul edilen tanıma göre turizme katılarak seyahate çıkan herkes, Dünya Turizm Örgütü'nün (WTO) önerisine uygun olarak, “*ziyaretçi*” olarak anılacaktır; bu bakımdan “*ziyaretçi*” terimi bütün turizm istatistikleri sisteminin temel kavramı haline gelmektedir. Ziyaretçiler “*uluslar arası ziyaretçiler*” ve “*iç ziyaretçiler*” olarak gruplanabilecektir. Uluslar arası ziyaretçiler de 24 saatten çok kalanlar ve ziyaret ettikleri ülkede bir gece geçirmeden aynı gün geri dönenler (günübirlikçi) olarak ayrılabilirler. İç ziyaretçiler ise kendi ülkesi içinde bir başka yere 12 ayı geçmeyecek bir süre için giden, seyahat amacı ziyaret olan kişileri ifade etmektedir. Bunlar da, aynen uluslar arası ziyaretçiler gibi, geceleyen ziyaretçiler ve günübirlikçiler olarak ayrılabilirler.

Farklı kaynaklarda ya da farklı kurumlar tarafından yapılan turist tanımlamaları bulunmaktadır. Örnek:

Turist kimdir?

“Sürekli oturduğu yerden en az 150 km uzağa, çalışma ve eğitim gibi gündelik (rutin) faaliyetler dışında kalan faaliyetlere katılmak üzere seyahat eden ve en az 1 gece konaklama yapan kişidir.»

«Para kazanma amacı olmaksızın, dinlenmek ve eğlenmek için ya da kültürel, bilimsel, sportif, idari, diplomatik, dinsel, sıhhi ve benzeri nedenlerle, oturduğu yer dışına geçici olarak çıkan ve tüketici olarak belirli bir süre seyahat edip kalan ve yeniden ikametgâhına dönen kimsedir.”

1996/22747 Sayılı Seyahat Acentaları Yönetmeliği

Turizm endüstrisi nedir?

Başlangıç dönemlerinde *turizm tatil ya da eğlence* amaçlı çıkılan seyahatler sırasında gerçekleşen sosyo-ekonomik faaliyetler olarak tanımlanıyordu. Bugün, seyahat endüstrisi turizmi *iş amaçlı* seyahatleri de içine alacak şekilde tanımlamaktadır.

Turizmi zevk için yapılan seyahatlere eş tutma eğilimi nedeniyle, bu endüstri tercih edilen terminoloji olarak her yönü içeren bir anlam sunduğundan *seyahat endüstrisi* şeklinde adlandırılmaktadır.

Yıllar boyunca, turistin ve turizm endüstrisinin tanımları hakkında ciddi tartışmalar yapılmıştır. Bu çerçevede turizm endüstrisi; «*Seyahate çıkan birey ya da grupların istek ve gereksinimlerini karşılayan, turizm ile doğrudan ya da dolaylı olarak ilgili tüm kişileri, ticari işletmeleri, örgütleri, kamu kurumlarını ve bunlarla ilgili bağlantılı elemanlarını, bu kişi ve kuruluşların turistik mal ve hizmet üretim ve tüketim faaliyetleri ile ilgili endüstridir.*» şeklinde tanımlanabilir.

Tourism value chain

Figure 4. Tourism Value Chain



Source: UNWTO adapted from Tourism & Leisure Europraxis consulting based on various sources.

Turizm Endüstrisinin Elemanları

Turizm kaynakları



Genel altyapı ve turizm altyapısı



Kabul kolaylıkları



Eğlence ve spor kolaylıkları



Turizm kabul hizmetleri

Turizm Endüstrisinin Elemanları

- ***Turizm kaynakları***

- Doğal kaynaklar
- İnsani Kaynaklar

- ***Genel ve turizm altyapısı***

- Seyahat ve iletişim araçları
- Sosyal donanımlar
- Temel donanımlar
- Telekomünikasyon

- ***Kabul kolaylıkları***

- Oteller, konuk evleri, kasabalar ve köyler
- Devremülkler
- Tamamlayıcı konutlar
- Alıcı personel için konutlar
- Gıda ve içecek donanımları

- ***Eğlence ve spor kolaylıkları***

- Rekreatyönel ve kültürel kolaylıklar
- Spor kolaylıkları

- ***Turizm kabul hizmetleri***

- Seyahat acenteleri
- Otel ve yerel reklam ofisleri
- Enformasyon ofisleri
- Araba kiralama
- Rehberlik hizmetleri

Turizm Coğrafyası

Turizm coğrafyası, turizmdeki olay ve ilişkilerin mekansal açıklamasıyla ilgilenen bilim dalıdır. Genelde ekonomik coğrafyanın bir alt dalı olarak değerlendirilen turizm coğrafyası, günümüzde coğrafya disiplini içinde adeta başlıbaşına bir çalışma alanı haline gelmiştir. Bunun temel nedeni, yukarıdan beri açıklanan turizmin ekonomik ve sosyal anlamda büyük bir gelişme göstermiş olması, çok boyutluluğu ve dinamik yapısıdır. Aynı zamanda turizm konusunun çok disiplinli bir çalışma alanı olmasından kaynaklanmaktadır.

Coğrafya disiplinin turizmle ilişkisi

Ekonomistler

- Endüstri / Sektör

Pazarlamacılar

- Pazar

Çevrebilimciler

- Çevresel etkiler

Toplumbilimciler

- İnsan davranışı

Coğrafyacılara

- Mekansal boyut

Turizmin coğrafi boyutları

İnsan-çevre etkileşimi ve peyzaj

Çevrenin korunması ve yönetimi

Çevresel algı ve mekan duygusu

Mekansal davranış ve insan hareketliliği

Turizmde Coğrafyacının rolü nedir?

Turizmde Coğrafyacının rolü nedir?

Coğrafyacı turizm çalışmalarına yönetim, mesleki ve akademik düzeylerde katkı yapacak niteliklere sahiptir. Bu anlamda coğrafyacının başlıca görevlerinden biri, yeni turizm alanlarının ya da turistik gelişmelerin potansiyellerini değerlendirmektir.

Coğrafyacı, ele alınan bir ülke, bölge ya da yörenin;

- *Çevre koşulları,*
- *Nüfus özellikleri,*
- *Kültürü ve ekonomik gelişmişliği hakkındaki bilgisiyle;*
- *Buna paralel olarak, bir bölgeyi turistik gelişme için çekici kılan ya da kılmayan çeşitli faktörlerin sentezini yapabilme yeterliliği ile bu tür konulara karşı iyi bir şekilde donanmış durumdadır.*

Turizmde Coğrafyacının rolü nedir?

Coğrafyacıların turizm alanında yapabilecekleri görevlerden biri, uluslararası turist akışındaki yönleri analiz etmek ve gelecekteki eğilimi hakkında tahmin yapmaktır. Yükselen akaryakıt fiyatları, enflasyon, ekonomik depresyon dönemleri ve döviz değişim oranları gibi sürekli değişen faktörlerin de turist akışını doğuran ya da durduran başka coğrafi ve ekonomik faktörlerle birlikte gözönüne alınması gerekir.

Yerel ölçekte ise coğrafyacı yeni sayfiye yerlerinin, konaklama tesisleri ile diğer hizmetlerin yer seçiminin planlanmasında çok yararlı bir rol oynayabilir. Birçok durumda bu kolaylıklar ya da kullanışlar, çevre koşulları, belli başlı turist güzergâhlarına yakınlık ve benzeri gibi mekân elemanları gözönüne alınmadığı için, kötü bir yer seçimine sahne olmuşlardır.

Uluslar arası turizm için yönetim planlarında coğrafyacıya genellikle iş alanındaki coğrafyacidan daha farklı bir düzeyde gerek duyulur. Yönetimde görev alan bir coğrafyacı en büyük olasılıkla ulusal ya da bölgesel düzeyde planlama ve turizmin teşviki için kurulan bir kuruluştaki çalışıyor olacaktır.

Turizmde Coğrafyacının rolü nedir?

Coğrafyacı, bir ülke ya da bölgenin turist potansiyelini değerlendirir ve ülkeye halihazırdaki turist akışını analiz eder, gelecek hakkında tahminde bulunur. Yeni turizm alanlarının, konaklama tesislerinin ve diğer hizmetlerin yer seçimi çalışmalarında görev yapar. Yerel, bölgesel ve ülkesel düzeydeki turizm planlaması çalışmalarında görev yapar. Turizmin çevresel etkilerini değerlendirir. Hükümet tarafından geliştirilen kolaylıkların planlanmasında lokasyon faktörlerini incelemek işlerini üstlenecektir. Kartografik ve CBS bilgisi ile turizmle ilgili haritalama işlerinde çalışır. Coğrafyacı çeşitli türde turist haritalarının hazırlanması ve üretiminde önemli bir rol oynayabilir.

Turizmde Coğrafyacının rolü nedir?

Halen pek çok ülkede küçük ölçekli kara ya da demiryolu haritalarından ülke çapında, örneğin ulusal parklar, dağlık bölgeler, şehirler gibi turizm bölgelerini içine alan büyük ölçekli haritalara kadar çeşitli haritalar yayınlanmaktadır. Bunun yanında kış sporları meraklıları, dağcılar, sanatseverler ve yemekseverler için çoğu kez resimsel ya da dekoratif yapıda özel haritalar yayınlanır. Bu da açıkça coğrafyacıların çalışma alanıdır. Turistler tarafından kullanılacak haritaların tasarımından ayrı olarak, turist akışları, turistik kolaylıkların yer seçimi, sayfiyelerin planlanması ve doğal çevrenin incelenmesi ve benzeri amaçlar için haritaların geliştirilmesinde de kartografik beceriler kullanılabilir.

Bu kısa açıklamadan da anlaşılacağı gibi, coğrafyacıların turizm konusunda oldukça geniş bir çalışma ve ilgi alanı bulunmaktadır.

Mekanın turizm açısından incelenmesinde coğrafyacının rolü

Bölge arazisinin morfolojisinin incelenmesi

Alanın ikliminin incelenmesi ve analizi

Hidrolojik elemanların incelenmesi

Flora ve faunasının incelenmesi

Kültürel özelliklerin incelenmesi

Tarihsel özelliklerin incelenmesi

Erişilebilirlik ve donanım durumunun tespiti

Kaynakça

- Ceylan, S., Somuncu, M. 2016. Kültür Turizmi Alanlarında Turizmin Çeşitlendirilmesine Eleştirel Bir Bakış: Safranbolu UNESCO Dünya Miras Alanı, *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1 (1): 53-64.
- Doğaner, S. 2001. *Türkiye Turizm Coğrafyası*, Çantay Kitabevi, İstanbul.
- Güney, İ., Somuncu, M. 2017. Coğrafyacıların Turizm Disiplinine Akademik Katkıları: “Annals of Tourism Research” Dergisi Üzerinden Betimsel Bir Analiz, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(54), 453-462.
- Güney, İ., Somuncu, M. 2017. *Turizm Alanlarının Yaşam Döngüsü Üzerine Bir Araştırma: Kuşadası Örneği*, Lambert Academic Publishing.
- Güney, İ., Somuncu, M. 2018. Kuşadası İlçesi’nde Turizmin Yaşam Döngüsü: Mekânsal ve Toplumsal Ögeler Üzerinden Bir Değerlendirme, *Türk Coğrafya Dergisi*, 71:101-116.
- Hall, C.M. and Page, S.J. 2014. *The Geography of Tourism and Recreation Environment, Place and Space*, Routledge, London and New York.
- İçöz, O. (Ed.). 2007. *Genel Turizm: Turizmde Temel Kavramlar ve İlkeler*, Turhan Kitabevi, Ankara.
- İçöz, O., Var, T., İlhan, İ. 2002. *Turizm Planlaması*, Turhan Kitabevi, Ankara.
- Karaküçük, S. 2005. *Rekreasyon: Boş Zamanları Değerlendirme*, Gazi Kitabevi, Ankara.
- Kozak, N., vd. 2019. Genel Turizm: İlkeler, Kavramlar, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Okuyucu, A., Somuncu, M. 2012. Kültürel Mirasın Korunması ve Turizm Amaçlı Kullanılmasında Yerel Halkın Algı ve Tutumlarının Belirlenmesi: Osmaneli İlçe Merkezi Örneği, *Ankara Üniversitesi Çevre Bilimleri Dergisi*, 4(1):37-51.
- Okuyucu, A., Somuncu, M. 2014. Türkiye’de İnanç Turizmi: Bugünkü Durum, Sorunlar ve Gelecek, İçinde: Bilim, Y., Özer, Ö., (Ed.), *İnanç Turizmi: Seçme Konular*, Çizgi Kitabevi Yayınları, Konya, 11-46.

Kaynakça

- Okuyucu, A., Somuncu, M. 2015. Yalova-Çınarcık'taki İkinci Konutların Ekonomik Etkilerinin Değerlendirilmesi, *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 13(2), 139-159.
- Okuyucu, A., Somuncu, M. 2016. İkinci Konut Sahipliliğinde Motivasyon, Sosyo-Demografik Özellikler ve Seyahat Karakteristikleri Arasındaki İlişkiler: Yalova-Çınarcık Örneği, *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 14(1), 39-56.
- Okuyucu, A., Somuncu, M. 2017. İkinci Konutların Sosyo-Kültürel Etkilerine Yönelik Yerel Halkın Tutumları: Yalova-Çınarcık Örneği, *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 28(2), 257-268.
- Okuyucu, A., Somuncu, M. 2018. 1990-2015 Yılları Arasında Türkiye'ye Yönelik Uluslararası Turizm Hareketlerindeki Değişim, *Türk Coğrafya Dergisi*, 71:7-13.
- Özgüç, N. 2015. Turizm Coğrafyası: Özellikler ve Bölgeler, Çantay Kitabevi, İstanbul.
- Somuncu, M. 2002. 2002 Dünya Dağlar Yılında Dünyada ve Türkiye'de Dağ Turizmi, *II. Turizm Şurası Bildirileri*, I. Cilt, Ankara, 185-192.
- Somuncu, M. 2003. Türkiye'de Koruma Altındaki Dağlık Alanlarda Turizm/Rekreasyon ve Çevre Etkileşimi: Aladağlar ve Kaçkar Dağları Milli Parkı Örnekleri, *Coğrafi Çevre Koruma ve Turizm Sempozyumu, Ege Üniversitesi Coğrafya Bölümü Sempozyumları 2*, İzmir, 65-72.
- Somuncu, M. 2004. Dağcılık ve Dağ Turizmindeki İkilem: Ekonomik Yarar ve Ekolojik Bedel, *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 2(1): 1-22.
- Somuncu, M. 2006. Turizmin Kalkınmaya Etkisi ve Türkiye Turizmindeki Bölgesel Farklılıklar", Ankara Üniversitesi Türkiye Coğrafyası Araştırma ve Uygulama Merkezi *IV. Ulusal Coğrafya Sempozyumu Bildiri Metinleri*, Ankara, 163-177.
- Somuncu, M. 2010. The Dilemma in Turkish highlands: preservation of natural and cultural heritage and tourism development – A case study of the Eastern Black Sea Region, In: Amoéda, R., Lira, S., and Pinherio, C. (Eds.), *Heritage and Sustainable Development*, Vol.1, Portugal, 431-440.

Kaynakça

Somuncu, M. 2014. Ekoturizm, İçinde: Altun, A. (Ed.), *Turizm ve Tanıtım*, Atatürk Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi, Erzurum, 8:1-19.

Somuncu, M. 2014. The Success of the State and Local People in the Development of Sustainable Mountain Tourism in Turkey, In: Debarbieux, B., Oiry Varacca, M., Rudaz, G., Maselli, D., Kohler, T., Jurek, M., (Eds.), *Tourism in Mountain Regions, Hopes, Fears and Realities*, Sustainable Mountain Development Series, Geneva, Switzerland: UNIGE, CDE, SDC, 80-81.

Somuncu, M. 2016. İklim Değişikliğinin Dünya ve Türkiye Turizmine Etkileri, İçinde: *Küresel İklim Değişikliği ve Etkileri*, Somuncu, M., (Ed)., Türkiye Çevre Vakfı Yayını, Yayın No: 191, Ankara, 157-182.

Somuncu, M. 2016. Tourism and the Commodification of Cultural Heritage in the Eastern Black Sea Mountains, Turkey, In: Koulov, B., Zhelezov, G. (Eds.), *Sustainable Mountain Regions: Challenges and Perspectives in Southeastern Europe*, Springer, London-New York, 243-255.

Somuncu, M. 2018. İklim Değişikliği Türkiye Turizmi için Bir Tehdit mi, Bir Fırsat mı? *TÜCAUM 30. Yıl Uluslararası Coğrafya Sempozyumu, 3-6 Ekim 2018, Bildiriler Kitabı*, Ankara, 748-771.

Somuncu, M., Işık, D. 2012. Erciyes Dağı'nın Rekreasyon Alanı Olarak Kayseri Kenti İçin Önemi ve Dağın Sosyo-kültürel Yaşam Üzerindeki Etkileri. İçinde: Asiliskender, B., Ceylan, B, Tozoęlu, A.E. (Ed.), *Kayseri'nin Yirminci Yüzyılı: Mimarlık, Kent Tarihi ve Kültürü* Abdullah Gül Üniversitesi Yayınları, Kayseri, 225-251.

Somuncu, M., Okuyucu, A., Altundal Öncü, M. 2019. Second Home Tourism in the Eastern Black Sea Region of Turkey: Development Issue and Mobility Pattern, *Ankara University Journal of Environmental Sciences*, 7(2): 63-82.

Somuncu, M., Yılmaz, M. 2006. Rize İlinde Yayla-Dağ Turizminin Gelişimi ve Yöredeki Ekonomik, Kültürel, Ekolojik Etkileri", *1. Rize Sempozyumu*, Rize, 208-216.

Kaynakça

Somuncu, M., Yiğit, T. 2008. Göreme Milli Parkı ve Kapadokya Kayalık Sitleri Dünya Mirası Alanındaki Turizmin Sürdürülebilirlik Perspektifinden Değerlendirilmesi, Ankara Üniversitesi Türkiye Coğrafyası Araştırma ve Uygulama Merkezi V. *Ulusal Coğrafya Sempozyumu Bildiri Metinleri*, Ankara, 387-402.

UNWTO.2019. World Tourism Organization, *UNWTO Tourism Highlights 2019 Edition*.

Varnacı Uzun, F., Somuncu, M. 2012. Ihlara Vadisi'ni Ziyaret Eden Turistlerin Yerel Halkın Turizme Katılımına İlişkin Görüşleri, *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(22):113-118.

Varnacı Uzun, F., Somuncu, M. 2014. Ihlara Vadisi'ndeki Turizm Faaliyetlerine ve Alanın Korunmasına İlişkin Turist Görüşlerinin Analizi, *International Journal of Human Sciences*, 11(2), 517-542.

Varnacı Uzun, F., Somuncu, M. 2015. Evaluation of the Sustainability of Tourism in Ihlara Valley and Suggestions, *European Journal of Sustainable Development*, 4 (2): 165-174.

Williams, S., Lew, A.A. 2015. *Tourism Geography: Critical Understanding of Place, Space and Experience*, Routledge, London and New York.