

Karavan Turizmi 8

Ezgi Can Altuntaş¹

Sezer Köseleler²

Şefik Okan Mercan³

Özet

Turizm olgusu, insanların bilinçlenmesi, sürdürülebilir turizme olan eğilim, teknolojik gelişmeler ve özelleştirilmiş turizm ürün ve çeşitlerine olan ihtiyaçların artması nedeniyle değişme göstermiştir. Bunun sonucunda alternatif turizm türleri ve insanların ihtiyaçlarını gözetten birçok turizm ürünü ortaya çıkmıştır. Sürüş turizminin bir alt segmenti olan karavan turizmi, pandemiyle birlikte daha popüler bir turizm çeşidi haline gelmiştir. Gerek sürdürülebilir bir turizm çeşidi olması gerekse doğayla etkileşim kurmaya fırsat vermesi karavan turistlerinin sayısının artmasında önemli rol oynamıştır. Konaklamanın yapıldığı yerlerin aynı olması, sürdürülebilir olması ve doğayla iç içe bir turizm çeşidi olması dolayısıyla kamp turizmiyle birlikte değerlendirilen karavan turizmi ilgili alanyazında genel olarak birlikte çalışmıştır. Karavan turizmi özelinde çalışmaların yetersiz olduğu düşüncesiyle bu çalışmanın amacı karavan turizminin önemi ortaya koymak ve alanyazına katkı sağlamaktır. Bu çalışmada yapılan alanyazın taraması ışığında; karavanların tarihsel gelişimi, karavan turizminin özellikleri, sürdürülebilir turizm ile bağlantısı, karavan turizmiyle karıştırılan kavramlar, karavan turistinin özellikleri incelenmiştir. Bunun yanı sıra dünyada ve Türkiye’de karavan turizmi ile ilgili istatistiklere de yer verilmiş ve konuyla ilgili öneriler sunulmuştur.

- 1 Doktora Öğrencisi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, ezgicanusak@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0001-8533-869X>
- 2 Doktora Öğrencisi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, koselerszr@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-0270-5122>
- 3 Prof. Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, okanmercan@comu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0003-1737-014X>

1. Giriş

İkinci dünya savaşı sonrasında gelişmeye başlayan deniz-kum-güneş üçlüsüyle tanınan kitle turizmi ile doğaya verilen zararları azaltmak ve turistlerin değişen isteklerine ve ihtiyaçlarına ayak uydurabilmek için turizmde çeşitlenmeye gidilmiştir. Özellikle 1990'lı yıllardan itibaren bu çeşitlilik birçok alternatif turizm çeşidinin ortaya çıkmasına olanak sağlamıştır (Zayım vd., 2022: 218). Son yıllarda turizmde çeşitlenmeler ve farklı hizmet anlayışlarına yönelimde artış görülmektedir. Bu yönelim çoğu zaman bireysellik, mekân ve zaman sınırlarından kopma ve çevrecilik eğilimleri tarafından şekillenmektedir. Karavan turizmi bu eğilimlerin sonucunda ortaya çıkan bir kavramdır. Karavan turizmi, doğayla iç içe ve daha özgür bir seyahat deneyimi sunmasından dolayı popüler olan bir tatil seçeneği olarak dikkat çekmektedir. Karavan, bireylere hem konforlu bir yaşam alanı hem de özgürce rotalarını belirleme olanağı sağlamaktadır. Karavanlar özellikle Covid-19 sonrasında sosyal mesafeyi koruyarak seyahat etmek isteyen insanların tercihi olmuştur. Bu araçlar; ulaşım, konaklama, yeme-içme gibi ihtiyaçları karşıladığı için kimilerine göre sadece tatil seçeneği değil aynı zamanda bir yaşam biçimi olarak değerlendirilmektedir. Karavancılık, şehir yaşamının stresinden uzaklaşmak isteyenler için önemli bir fırsat yaratmaktadır. Bu yüzden son yıllarda özellikle Amerika, Avustralya ve Avrupa'da birçok turist bu tatil türünü tercih etmeye başlamıştır.

Türkiye'de karavan turizmi son yıllarda yaygınlaşmaktadır. Bu noktada karavancılık, Türkiye için bir yeni eğilim özelliği göstermektedir (Yılmaz ve Güçlü Nergiz, 2023). Türkiye, eşsiz doğası, tarihi zenginlikleri ve zengin kültürel mirasıyla karavan turizmi için önemli bir potansiyel taşımaktadır. Türkiye'nin doğusundan batısına ve güneyinden kuzeyine birçok rota karavan turistleri tarafından keşfedilmeyi beklemektedir. Özellikle Antalya ve çevresindeki şehirler karavan turistleri tarafından ilgi görmektedir (Kenar, 2023). Bütün ilgiye ve potansiyele rağmen Türkiye'de karavan turistlerinin ihtiyaçlarını karşılayacak tesis ve donanımların yetersizliği karavan turizminin önünde bir engel oluşturmakta ve bu turizm çeşidinin Türkiye'de yaygınlaşmasının önüne geçmektedir (Türkay vd., 2024).









Literatür incelendiğinde karavan turizmi çalışmalarının yetersiz olduğu görülmektedir. Bununla birlikte faydalanılan tesislerin aynı olmasından dolayı genel olarak karavan turizmi ve kamp turizmi birlikte çalışılmıştır. Bu çalışma da sadece karavan turizmine odaklanmaktadır.




2. Karavan Kavramı ve Tarihi

TDK’de karavan kelimesi “bir otomobilin arkasına takılan veya hem taşıt hem konut olarak kullanılan üstü kapalı, ev özelliğinde araç” şeklinde tanımlanmaktadır (TDK, 2024). Kökeni Fransızca “caravane” olan karavanın geçmişi atlı arabaların yaygın olduğu özellikle İngiltere ve Avrupa’da konargöçerlerin dolaştığı 1880’lere kadar uzanmaktadır. Daha o dönemlerde bile arabalar tekerlekli evlere dönüştürülmüştür. O karavanların bazılarında tuvaletler, kömür sobaları, hatta piyanolar bulunmaktadır. Konargöçer gezginlerinin en ünlüsü olan Dr. R. W. Gordon Stables, 1885 yılında inşa edilen 2 ton ağırlığında atlı karavan kullanmıştır. Ancak I. Dünya Savaşı’nın başlamasıyla birlikte atlı karavanların sonu gelirken ticari karavan üretimi gelişme göstermiştir (Patterson vd., 2015). 20. yüzyılın başlarından itibaren dönemin teknolojisine ayak uydurarak ahşap tasarımlardan uzaklaşan karavan üretimi, motorlu taşıtlara uygun olarak tasarlanmıştır. Özellikle 1930’lar karavan üretiminde ve kullanımında hızlı bir gelişime şahitlik etmiştir. Çelik gövdeli ilk karavan 1938 yılında üretilmiştir (Hjluger, 2015). O yıllarda özellikle ABD’de gelişim gösteren karavan ticareti, 400.000’e yakın karavan üretimi ile sonuçlanmıştır (Patterson vd., 2015). 20. yüzyılın başlarından itibaren teknolojinin gelişimiyle birlikte karavanlar değişerek günümüz karavanlarına dönüşmüştür (Şekil 1.).

Şekil 1. Karavan Tasarımının Tarihsel Süreci

	<p>1885 Emekli bir Deniz Kuvvetleri doktoru olan Dr. Gordon Stables, 19. yüzyılda dünyanın ilk boş karavanı olan The Wanderer’ı kullandı. Karavan, ormanda birkaç saat geçirmek için tasarlanmıştı. Uzunluğu 30 metre olan karavanın içinde bir kitaplık, bir Çin dolabı ve bir piyano bulunmaktaydı.</p>
	<p>1919 İlk ticari turne kervanı, Birinci Dünya Savaşı’ndan sonra Eccles araba ile çekilen karavanla ortaya çıktı. İngiliz Bill Riley ve oğlu tarafından kurulan Eccles Motor Transport, modern karavanları doğurdu. İlk modelleri o sırada 90 Euro fiyatlıydı ve o döneme göre oldukça pahalıydı.</p>
	<p>1937 1930’larda karavanın daha uygun fiyatlı hale geldiğini ve bu nedenle orta sınıflarla daha popüler olduğunu dönemlerdi. İlk üretici Car Cruiser, karavan ağırlığının azaltılması ve hafifletilmesi açısından zamanının çok ilerisindeydi. Örneğin, 1937 Car Cruiser Rallisi Four De Luxe, karavan tasarımının aerodinamik açıdan önemli ölçüde ilerlediği bir tasarımdı.</p>

	<p>1946 Karavana çoğunluğun ilgi duyması uzun zaman aldı ama 1930'larda Eccles karavanları, tüm dünyadan özel kişiler ve konargöçerler tarafından ilgi görmeye başladı. İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra Eccles, jigs ve flow-line montajı ile seri üretim ölçeklerinde üretilen National Caravan kuruldu. Fiyatlar daha ucuz olmasına rağmen markayı lüks statüsünden çıkaramadı.</p>
	<p>1973 1970'li yıllarda karavanlar, alaşımli alüminyum panellerden yapılmıştı. Bu paneller onları daha sağlam yapmıştı. ABI Monza serisi; şık, hafif ve bütçe dostuydu.</p>
	<p>1958 50'lerin sonunda, Cheltenham Company tarafından Cam takviyeli plastik kullanımı başladı. Cheltenham Sable, hafifliği ve uzunluğu sayesinde çiftler tarafından uygun olduğu için o zamanın en iyi modellerinden biriydi.</p>
	<p>1969 Ace, Birleşik Krallık'taki ilk karavan üreticisi olan GRP, diğer üreticilerden 15 yıl önce tam yükseklikte ön ve arka panelleri üreten ilk üreticiydi.</p>
	<p>1979 Astral Cameo 1980'lerde ve sonrasında ikiz aks kervan popülaritesinin hızını belirleyen firma olmuştur. Astral markası, 1970'lerde turizm karavan pazarında büyük bir oyuncu olmuş ve çift aks turizmini endüstrinin temel unsurlarından biri haline getirmeye yardımcı olmuştur.</p>
	<p>1989 Swift her zaman yenilikçi teknolojilere büyük yatırım yapmıştır. 1989 yılında Corniche'yi piyasaya sürdüler. Bu model aerodinamik bir çekim sunmak için CTP kalıplarını kullanarak tasarımda ilerleme kaydettiler.</p>
	<p>1996 Bailey Ranger tarz açısından çığır açan bir formda olmasa da ekonomik, hafif ve aranan bir markaydı. Aile ve çiftlere az para ile iyi donanımlı bir karavan sundu ve 2010 yılına kadar en çok satılan karavan oldu.</p>
	<p>1998 Elddis, Genesis'i içte ve dışta güçlü stillerle yeniden piyasaya sürdü. İsmi anlamı yaratılış olan ürün 1998'den günümüze kadar tüm Elddis ürünlerinin satışını etkilemektedir.</p>

	<p>2008 21. yüzyılda karavan tasarımı kavramı ortaya çıkmaya başladı. İki Avustralyalı mimar tarafından geliştirilen bu model, her müşterinin kendi düzenini sağlamasına olanak veriyordu. Model günümüzde de pazardaki en orijinal römorklardan biri olarak gösterilmektedir.</p>
	<p>2011 2011, diğer birçok üreticiyi etkilemeye devam eden sunroof Conquerors ve Challenger serilerini başlatan Swift Group'un yılıydı. Swift 2000'li yıllarda büyüdü ve şimdi Sterling, Sprite ve Autocruise'i kapsamaktadır.</p>
	<p>2012 Sealander kervanlarının denize açıldığı yıl oldu. Bu yataklı mobil ev, elektrikli bir gemi ve kamp römorkunun özelliklerini birleştirmek amacıyla Alman tasarımcı Daniel Straub tarafından tasarlandı.</p>

Kaynak: Arı, 2019

3. Karavan Turizmi

Karavan turizmi, ulaşım ve konaklama ihtiyaçlarına cevap vermektedir. Bu nedenle sürüş turizminin (drive-tourism)⁴ bir alt kümesidir. Prideaux ve McClymont (2006) karavancılığı *“bir gezi sırasında ana konaklama biçimi olarak karavanın kullanıldığı bir turizm alt kümesi”* olarak tanımlamıştır. Bir diğer tanımda karavan turizmi, *“istenilen yerde durulup konaklama yapılabilmesi, istenilen zamanlarda hareket edilebilmesi, otel tarzı işletmelerin konseptlerine uyma zorunluluğundan kaçınılmasına olanak sağlayan bir alternatif turizm türü”* olarak tanımlanmıştır (Akçura ve Karadağ, 2015: 107). Özellikle son yıllarda popülerlik kazanan karavan turizmi; günlük hayatın kurallarından uzaklaşma, daha fazla özgür hissetme ve otelin sınırlarından uzak ev konforunda bir tatil deneyimi sunmaktadır.

Karavan turistleri, tatillerini otel gibi sabit yapılarda yapmak yerine karavanlarda yapmayı tercih eden kişilerden oluşmaktadır. Bu nedenle karavan turisti diğer turistlerden ayrılmaktadır. Literatürde karavan turistinin profilini belirlemeye yönelik kısıtlı çalışma bulunmaktadır. Konuyla ilgili çalışmalardan biri Southerton ve diğerlerine (1998) aittir. Araştırmacılara göre karavan turisti özellikleri bakımından dört grupta incelenebilir. İlk

4 Sürüş turizmi, *“kişisel ya da kiralık bir araçla bir başlangıç noktasından bir varış noktasına seyahat etmeye ve yolculuk sırasında turizmle ilgili aktivitelerle meşgul olmaya odaklanan turizm”* olarak tanımlanmıştır (Prideaux ve McClymont, 2007).

grup eğlence arayışında olan, genellikle çocuklarıyla tatil yapan ve karavan kiralayan grup aile eğlencesi arayanlardır. İkinci grup boş zaman aktivitelerine katılmak için karavanı bir aracı olarak kullanan aktivite arayanlardır. Üçüncü grup tek başlarına kalmaktan hoşlanan, kalabalıklardan hoşlanmayan bireylerden oluşan özel rahatlayıcılardır. Son grup ise meraklılar olarak adlandırılan turistlerdir. Bu turistler karavan kültürüne karşı meraklıdır ve karavan onlar için bir yaşam tarzıdır. Konuyla ilgili bir diğer çalışmada Brooker ve Joppe (2013), karavan turistlerini kalış sürelerine göre 3 sınıfta incelemiştir. Buna göre, turistlerin yıl boyunca karavanlarda konaklaması tam zamanlı konaklamadır. Uzun süreli konaklama, mevsimsel konaklama olarak tanımlanmaktadır. Bu turistler mevsim boyunca karavanlarda konaklayıp daha sonra kalıcı evlerine dönen turistlerdir. Kısa süreli konaklama ise kısa süreli hafta sonu tatili için konaklayan turistlerdir.

Farklı turist tipolojileri farklı motivasyonları da beraberinde getirmektedir. Genel olarak karavan turistleri; doğayı deneyimleme, sosyalleşme, özgürlük ve stresi azaltmak gibi motivasyonlarla hareket etmektedir. Karavan turistlerinin motivasyonlarını inceleyen birçok araştırma bulunmaktadır. Bunlardan biri Prideaux ve McClymont (2006) tarafından yapılmış çalışmadır. Araştırmacılara göre karavan turistleri, kültürel değerleri ziyaret etme, doğayla yakınlık kurma ve az maliyetle yeme-içme ihtiyaçlarını giderme motivasyonlarıyla seyahat etmektedir. Bir diğer çalışmada Cridland (2008), yaşlı karavan turistlerinin motivasyonlarını incelemiştir. Buna göre yaşlı karavan turistleri rutinlerinden uzaklaşma, maceraya atılma ve yeni deneyimler kazanma motivasyonlarıyla karavan turizmine katılmaktadır. Mundet vd. (2023) ise çalışmasında doğayla temas kurma, yeni yerler keşfetme, Covid-19'dan etkilenmeme, arkadaş ve aileyle deneyim paylaşma ve rahatlama unsurlarının karavan turistlerini motive ettiği sonucuna ulaşmıştır.

Brooker ve Joppe (2013) açık hava konaklama sektörünü karavan parkları, kamp alanları ve “glamping” alanları olarak belirlemiştir. Karavan kullanıcıları, kırsal alanlarda belirlenmiş noktalarda konaklama olanağına sahiptir. Bu alanlara karavan parkları denilmektedir. Karavan parkları temel düzeyden daha lüks standartlara kadar çeşitli hizmetler sunmaktadır. Ancak günümüzde bu sektör önemli bir rekreasyon ve turizm etkinlikleri deneyimine dönüşmektedir (Rogerson ve Rogerson, 2021). Doğal alanda yapılan turizm birçok etkinlik fırsatını da beraberinde getirmektedir. Karavan turistleri, karavan parklarında konaklayarak; fotoğraf safarisi, kuş gözlemciliği, flora ve fauna gözlemciliği, bisiklet turu, fuar ve festival etkinlikleri, yerel hayatı deneyimleme, trekking ve balıkçılık gibi etkinliklere katılabilmektedirler (Öncül ve Nemutlu, 2023).

Türkçe alanyazında Türkiye’de sadece karavan turizmi özelinde çalışmaların az olduğu görülmektedir. Karavan turistini Türkiye’ye çekmek için karavan turisti profilinin, isteklerinin, ihtiyaçlarının ve motivasyonlarının belirlenmesi önemlidir. Bu sayede Türkiye’nin karavan turizmi potansiyeli daha iyi şekilde değerlendirilebilecektir.

3.1. Karavan Turizminin Sürdürülebilir Turizmle İlişkisi

II. Dünya Savaşı’ndan sonra öne çıkan ve deniz-kum-güneş üçlüsiyle ifade edilen kitle turizmi; çevreyle uyumlu olmayan uygulamaları, kaynakların sorumsuz bir şekilde kullanılması ve yanlış yönetim gibi nedenlerden dolayı ekonomik, sosyal ve çevresel olarak ciddi tahribata sebep olmuştur (Zayım vd., 2022: 217). Kitle turizminin sebep olduğu tahribatın dikkat çekmeye başlaması ve bireyseliğin sebep olduğu turizmde farklılık arayışı; özel ilgiye dayalı alternatif turizm türlerinin doğmasına sebep olmuştur. Sonrasında ise sürdürülebilirlik kavramı büyük önem kazanmaya başlamıştır (Yılmaz ve Güçlü Nergiz, 2023: 16).

Dünya Turizm Örgütü (2023) sürdürülebilir turizm ilkelerini; çevresel sürdürülebilirlik, sosyal sürdürülebilirlik ve ekonomik sürdürülebilirlik olmak üzere 3 boyutta incelemiştir. Buna göre; ekolojik dengeyi korumak, doğal mirasın ve biyolojik çeşitliliğin korunmasını sağlamak, çevresel kaynaklardan sorumlu bir şekilde yararlanmak çevresel sürdürülebilirliği; yerel toplumun sosyokültürel özgünlüğüne saygı göstermek, toplumun kültürel mirasını ve geleneksel değerlerini koruyarak hoşgörü ve anlayış içinde olmak sosyal sürdürülebilirliği ve tüm paydaşlara adil bir şekilde dağıtılan sosyoekonomik faydalar sağlamak, yoksulluğun azaltılmasına katkıda bulunmak ve istihdam ve gelir fırsatları yaratmak da ekonomik sürdürülebilirliği temsil etmektedir (Tokmak, 2023).

Yukarıdaki ilkelerle uyumu nedeniyle doğa temelli bir turizm türü olan karavan turizmi çoğu zaman sürdürülebilir bir turizm türü olarak değerlendirilmektedir. Bu nedenle literatürde birçok çalışma karavan turizmi ile sürdürülebilirliği ilişkilendirmiştir.

Hardy ve Kirkpatrick’e (2017) göre karavan turizmi, çevresel olarak sürdürülebilir bir turizm türüdür. Bunun nedeni her ne kadar doğa kaynaklı bir turizm olsa da karavan turizminde diğer turizm türlerine oranla su, temiz hava gibi kaynakların tüketimi düşüktür. Bununla birlikte binaların kullanıldığı otel gibi konaklama tesislerine göre arazi kullanımı azdır. Bu da karavan turizminde minimal bir tüketimi mümkün kılmaktadır. Swarbrooke (1999) ise karavan turizminde geleneksel konaklama türlerine oranla altyapıya çok ihtiyaç duyulmadığı için arazi kullanımının az olacağını

belirtmektedir. Swarbrooke'e göre arazi kullanımının az olması çevresel bozulmayı engelleyebilir. Bununla birlikte karavan tatilleri fazlaca ziyaret edilen destinasyonlardaki nüfus yoğunluğunu azaltarak bu bölgelerdeki turizmden kaynaklanan zararları azaltabilir (O'Neill vd., 2010).

Rogerson (2021) çalışmasında, karavan turistlerinin ekonomik sürdürülebilirliğe katkısından bahsetmektedir. Rogerson, karavan turistlerinin yerel ürünlerden faydalandığını ve bunun yerel ekonomiye katkı sağladığını belirtmektedir. Holloway vd. (2011) ise Avustralya'da karavan turistlerinin yerel işletmelere ve topluma karşı sorumlu ve duyarlı davrandıkları ve yerel işletmelerden alışveriş yaparak bu işletmeleri ve toplumu destekledikleri sonucuna ulaşmışlardır. Karavan turizmi aynı zamanda istihdam yaratma kapasitesine sahiptir. Karavan alanları turizm aktiviteleri kapsamında mevsimlik istihdam olanakları sağlayabilmektedir (Öncül ve Erduran Nemutlu, 2023).

Türkey, Dilmaç ve Taşerer (2024) çalışmalarında karavan turistlerinin seyahat motivasyonunda sosyalleşmenin önemli bir yeri olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Çalışmanın sonuçlarına göre karavan turistleri için arkadaş edinmek, sosyal ilişkilerini geliştirmek önemlidir. Birçok karavan turistinin ailesiyle veya arkadaşlarıyla seyahat etmesinin nedeni de budur. Foley ve Hayllar (2007) ise çalışmalarında karavan alanlarında arkadaşlık ve topluluk konusunu işlemiştir. Sonuçlara bakıldığında karavan turistleri için topluluk hissi önemli dostluk yolları sağlamıştır. Karavan turistlerinin önem verdiği dostluk ilişkileri karavan parklarının odağının tesis ve hizmetlere yoğunlaşmasından ziyade arkadaşlık ve topluluk hissini oluşmasını sağlayacak uygulamalara yoğunlaşması gerektiğini göstermektedir. Örneğin birden fazla aile grubunun beraber zaman geçirmesi için barbekü alanları ve piknik masalarının tasarlanması bu arkadaşlığın oluşmasına katkı sağlayabilir. Karavan turizminin ayrıca yeni nesillerin eğitime katkı sağlama potansiyeli de bulunmaktadır. Bazı aileler çocuklarına doğal ve çevresel duyarlılık kazandırmak ve doğal ve sosyal varlıklara saygı duymayı öğretmek amacıyla karavan turizmini tercih etmektedir (Garst vd., 2010).

Karavan turizmi literatürde genellikle sürdürülebilir bir turizm olarak nitelendirilse de doğaya olumsuz etkileri de olabilmektedir. Bunun nedeni insan faaliyetlerinin doğayı olumsuz etkileme potansiyelidir. Yüksek ses ve organik olmayan atıklar doğaya zarar verebilmektedir. Diğer bir neden bilinçsiz kullanımdır. Karavan kullanıcıları, doğaya verdikleri zararların farkında olmayabilirler. Özellikle yeni kullanıcılar, çevresel hassasiyet konusunda düşündükleri kadar duyarlı olmayabilirler bu da doğaya önemli zararlar verebilir. Kontrol edilemeyecek kadar büyük alanlar nedeniyle

karavan kullanıcılarını takip etmek ve kontrol etmek zorlaşmaktadır. Doğal yaşama serbest bir şekilde girebilen kamp ve karavancılar yanlış davranışları nedeniyle doğaya önemli ciddi zararlar verebilirler (Bilim ve Özer, 2021).

Çalışmalarda da görüldüğü üzere karavan turizmi genel olarak sürdürülebilir bir turizm türü olarak görülmekte ve sürdürülebilirlik ile ilişkilendirilmektedir. Ancak yanlış yönetim uygulamaları ve bilinçsiz gerçekleşen bir karavan tatili doğaya geri döndürülemez hasarlar da verebilmektedir. Türkiye’de ise karavan turizminin gelişebilmesi için sürdürülebilirlik bilincinin ve sürdürülebilir uygulamaların oluşturulması gerekmektedir. Bunun için bu konu ile ilgili eğitimlerin verilmesi, karavan turizminin sürdürülebilirliğini sağlamak ve doğaya verilen zararı en aza indirmek için önemlidir.

3.2. Karavan Turizmi ile Karıştırılan Kavramlar

Karavan turizmi diğer birçok turizm çeşidiyle benzer ve uyumlu özellikler göstermektedir. Karavanlar özellikle buldukları yerler, konaklama türü ve motivasyonlar bağlamında benzer kavramlarla karıştırılmaktadır. Bu kavramlar genel olarak çadır kampçılığı ve glamping’dir. Bu kavramlar aşağıda açıklanmaktadır.

3.2.1. Çadır Kampçılığı

Kampçılık, yenilenme ve sosyalleşme için aktivite olanağı sunan popüler bir konaklama ve açık hava rekreasyonu olarak tanımlanabilir (Brooker ve Joppe, 2014; Brochado ve Pereira, 2017).

Tablo 1. Kampçılığın Tarihsel Gelişimi

Sene	Gelişim
1861	Organize bir şekilde yapılan ilk kamp-ABD
1874	Tatil amaçlı ilk kamp- ABD
1876	İlk özel nitelikli kamp
1885	Herkese hitap eden ilk kamplar
1900	İlk genç erkekler kampı
1908	Kampçılık ile ilgili ilk el kitabı- Thomas Hiram Holding
1910	Amerikan Kamp Birliği'nin (ACA) kuruluşu
1912	İlk kızlar kampı
1941	Gençlik Kampları Birliği'nin kuruluşu
1948	İlk defa kamp standartlarından bahsedilmeye başlandı.
1996	İlk kez akredite kamplarda konaklamak için konaklama bedeli alınması kararlaştırıldı.
1997	İlk defa kamp alanlarının çocuk gelişimine etkisi ile ilgili araştırmalar yapıldı

Kaynak: Topay ve Koçan, 2009

Tabloda da görüldüğü gibi 1860'lardan beri devam eden kampçılık faaliyetleri insanlara sağlıkları için pozitif etki yaratma ve şehir yaşamının kalabalığından uzaklaşma fırsatı sunmaktadır. Kamplar özellikle pandemiyle birlikte popülerliğini artırmıştır. Günümüzde geleneksel kampçılığın yanında glamping, kış kampçılığı, tarihi kampçılık gibi farklı türler ortaya çıkmıştır (Gök ve Özhasar, 2023). Bu da literatürde kavram karmaşasına neden olmuştur.

Çadır kampçılığı ve karavan kampçılığı literatürde çoğu zaman birlikte kullanılmaktadır (Akpur ve Zengin, 2019). Bunun nedeni doğa turizm destinasyonları olarak kamp alanlarının hem çadırlara hem de karavanlara ev sahipliği yapmasıdır. Ancak çadır kampçılığı ve karavan kampçılığı birbirlerinden farklı kavramlardır. Geleneksel çadır kampçılığı, kısa süreli olarak doğal yaşamın içinde ve çadırda konaklama faaliyetidir. Diğer taraftan karavan bir karayolu aracıdır. Zaman içinde teknolojik gelişmelerle birlikte daha konforlu bir tatil sunan karavanlar önemli bir turizm aracı haline gelmiştir (Gürer, 2024).

Çadır kampları ve karavan kampları farklı konaklama şekillerinden dolayı farklı avantaj ve dezavantajlara sahiptir. Geleneksel çadır kampları, düşük maliyetli ve herhangi bir büyük sermaye olmadan erişilebilirdir. Öte yandan karavan kampçılığı için özellikle ilk maliyetler yüksektir ve belli bir yatırım gerektirmektedir. Bu nedenle çadır kampçılığı düşük gelir düzeyine sahip gençlerin ilgisini çekerken, karavanlar yüksek gelire sahip belli bir yaşın üzerindeki bireylerin kullandığı araçlardır (Akpur ve Zengin, 2019). Çadır kampçılığında kamp kurma alanları çok esneklerdir. Kamp alanları ve diğer doğal alanlar olmak üzere birçok yerde çadır kurulabilir. Ancak karavanlar için konaklama yeri bulmak önemli bir sorundur. Kamp alanlarından bazıları karavanlar için uygun olmayabilir. Bu da gidilebilecek destinasyonları sınırlandırabilir. Çadır kampında doğal yaşam daha yakın hissedilebilir. Ancak karavanlar doğayla bütünleşmenin önüne geçebilir. Karavan kampları, bir ev rahatlığı sunmaktadır. Karavanların içerisinde yatak, mutfak ve banyo gibi alanlar doğada bir ev konforu sağlamaktadır. Ancak çadır kampları, herkes için uygun olmayabilecek rahatsız durumları da beraberinde getirebilir. Karavan kampları olumsuz hava koşullarından korunmak konusunda çadır kamplarına oranla daha avantajlıdır. Karavanlar daha uzun süreli tatiller için daha uygun bir seçenektir. Ancak çadır kampları olumsuz hava koşullarına karşı duyarlılığı ve rahatsız olabilecek konaklama şekli nedeniyle daha kısa tatiller için uygundur (<https://www.caravansa.co.za>).

3.2.2. Glamping

Doğal yaşamı deneyimlemek ancak bunun için konforundan ve lüks yaşamdan feragat etmek istemeyen turistler için uygun olan glamping “glamorous” (ihtişamlı) ve “camping” (kamp) kelimelerinden türetilmiş bir kavramdır. Kökeni Afrika safarilerine dayanan bu turizm çeşidi kamp yaşamının olumsuz etkilerini ortadan kaldırarak doğal yaşamda lüks bir tatil olanağı sunmaktadır. Doğayla uyumlu olmasından dolayı sürdürülebilir bir turizm olarak nitelendirilen glamping lüks çadırlar, kabinler ve ağaç evler gibi sabit yapılarda konaklamayı içermektedir (Brooker ve Joppe, 2013). Her geçen gün daha fazla insan bu ürünü tercih etmektedir. Glamping’i tercih eden turistlerin özellikleri aşağıdaki gibidir (Ergüven vd., 2015).

- 50 yaş üzerindeki kişiler
- Sağlıklı ve sürdürülebilir yaşam tarzını benimseyenler
- Yüksek gelire sahip kişiler
- Orta gelire sahip olan çiftler ve aileler
- Doğayı, lüksü seven ancak kamp malzemeleriyle uğraşmak istemeyen kişiler
- Doğada iken aynı zamanda lüksün keyfini yaşamak isteyen kişiler
- Geçmişteki kamp anılarını hatırlamak ve bu deneyimi konforla birleştirmek isteyen kişiler
- Otel dışında doğada dinlendirici aktiviteler yapmak isteyenler
- Kamp sırasında çocuklarının sosyalleşmesini isteyen ebeveynler

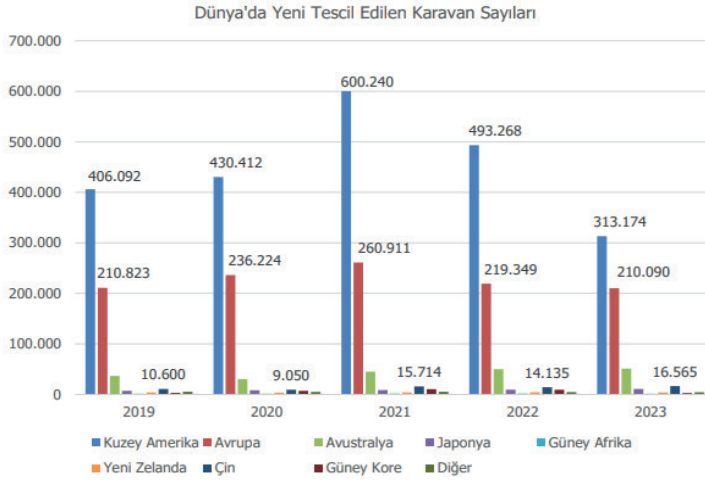
Glamping’i karavan turizminden ayıran özelliklerden biri tatil için sabit yapıların tercih edilmesidir. Karavan turizmi farklı noktalara hareket ederek yeni yerler keşfetme olanağı sunarken glamping sadece bulunduğu çevrenin aktivitelerinden ve doğal güzelliklerinden faydalanmayı içermektedir. Diğer bir fark ise glamping daha izole bir tatil deneyimi isteyenlerin tercih ettiği bir aktivite (Gök ve Özhasar, 2023) iken karavan turizmi daha sosyal bir tatil deneyimi isteyenler için uygundur (Akpur ve Zengin, 2019).

3.3. Dünyada ve Türkiye’de Karavan Turizmi

Covid-19 salgını tüm dünya için yıkıcı etkileri çok büyük olan bir süreçtir. Bu dönemde kitle turizmi yerini daha çok alternatif turizme bırakmıştır. Pandemi döneminde en çok artış gösteren alternatif turizm türlerinden biri de kamp ve karavan turizmidir. İstatistikler incelendiğinde pandemi döneminde ABD’de karavan sektöründe %80’lik bir talep artışı görülmüştür

(TOBB, 2021). Bu talep özellikle Kuzey Amerika’da tescil edilen karavan sayılarına da yansımıştır (Resim 1.).

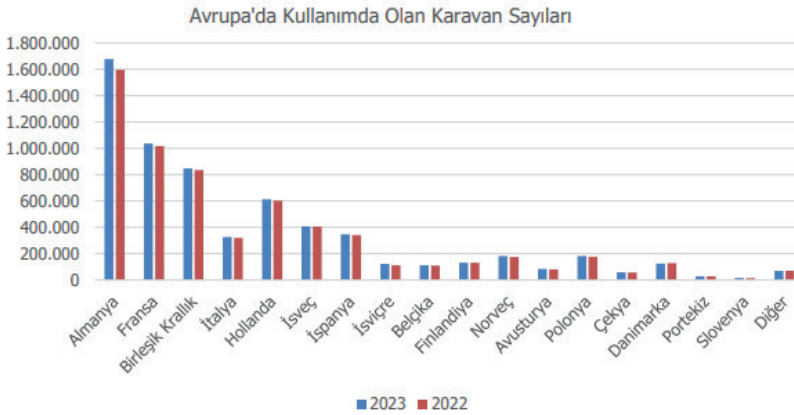
Resim 1. Dünya’da tescil edilen Karavan sayıları



Kaynak: KUZKA, 2024

Pandeminin bitmesiyle 2023 yılında Kuzey Amerika’da tescil edilen karavan sayılarının %36,5 oranında düştüğü tespit edilmiştir. Avrupa karavan sektörü için durum daha stabildir (KUZKA, 2024). Avrupa’nın karavan sayıları incelendiğinde Almanya’nın 1.678.087 karavan sayısı ile birinci ülke olduğu görülmektedir (Resim 2.).

Resim 2. Avrupa’da Kullanılan Karavan Sayıları



Kaynak: KUZKA, 2024

Türkiye’de karavan sektörü diğer birçok Avrupa ülkesine göre geridedir. Bunun nedeni yurt dışında bulunan karavan sektörünün zamanla uzmanlaşması ve Türkiye’nin bu sektörde daha yeni olmasıdır. Türkiye’de özellikle 2021 yılından itibaren karavan sayılarının önemli ölçüde arttığı görülmektedir. Türkiye’de genel olarak motorlu karavanların eski araçların dönüştürülmesi ile üretildiği görülmektedir. Çekme karavanlar ise yeni üretilmiş karavanlardır (KUZKA, 2024).

Tablo 2. Türkiye’de Yıllara Göre Trafikçe Kayıtlı Karavan Sayıları

	Motokaravan	Çekme Karavan
2017	1.237	3.172
2018	1.543	3.626
2019	1.850	4.230
2020	2.849	5.982
2021	4.934	10.845
2022	8.089	15.500
2023	13.437	20.429

Kaynak: KUZKA, 2024

Türkiye Seyahat Acentaları Birliği’nin 2021 yılında 1072 kişi üzerinde yaptığı bir çalışmaya göre 2021 yılında karavan üreten işletme sayısı toplam işletme sayısının %20’sini oluştururken karavan kiralayanların sayısının %40 olduğu görülmüştür. Karavanları hem üreten hem de satan işletme oranı ise %40 olarak bulunmuştur. Kiralanan karavanların %85,8 oranla yaz aylarında kiralandığı, en az karavan kiralamanın ise %32,8 ile kış aylarında olduğu tespit edilmiştir. Covid-19 sürecinde Türkiye’de sokağa çıkma yasağının üretim konusunda tedirginliğe sebep olması ve tedarik sürecinin olumsuz etkilenmesi pandeminin karavan sektörüne olumsuz etkileri olsa da kiralama adetlerinin artması karavan turizmine olumlu etkisi olarak görülmektedir. Doğayla buluşma isteği, kalabalıktan kaçma isteği covid-19 sürecinde insanları kamp yapmaya yönlendiren sebepler olmuştur. Bu sebepler haricinde virüsten korunma isteği ve ekonomik olduğu düşüncesi de covid-19 sürecinde insanları kamp alanlarına çeken sebeplerdir (TÜRSAB, 2021).

Pandemiden sonra karavan turizmi büyümeye devam etmiştir. Günümüzde insanların çadır ve karavanlarıyla kamp yapabileceği doğal güzelliklerle dolu birçok kamp alanı bulunmaktadır. ABD’de yapılan tahminlere göre yaklaşık 16.000 kamp alanı bulunmaktadır. Özellikle Kuzey Amerika’da popüler olan

kamp ve karavan turizmi Avustralya ve Yeni Zelanda'da da oldukça yaygındır. Avrupa'da ise Hırvatistan, Almanya, İspanya, Türkiye ve Birleşik Krallık'ta kamp ve karavan turizminin yaygın olduğu belirtilmektedir. Uluslararası bağlamda kamp turizminin etkilerinin arttığı çünkü "*kampçılığın bir niş ürün olmaktan çıkıp ana akım turizmüne dönüştüğü*" belirtilmektedir (Rogerson ve Rogerson, 2020).

Türkiye'de ise karavan turizmi için uygun birçok doğal alan bulunmaktadır. Bu alanlardan bazıları Tablo 3'te belirtilmektedir.

Tablo 3. Türkiye'nin Önde Gelen Karavan Parkları

Kamp Alanı	Yer	Özellikler
Akyaka Orman Kampı	Muğla	Tuvalet, sıcak ve soğuk duş, bulaşık alanı, market, kafe, çocuk parkı, araç otoparkı
Aktur Çadır ve Karavan Kampı	Muğla	Elektrik, su, market, eczane, kuaför, sıcak su, duş, tuvalet, mutfak, çamaşır alanı
Sahil Kamp	İstanbul	Kafe, market, aydınlatma, güvenlik, otopark, şarj istasyonları, Wi-Fi, çamaşırhane, mutfak
Yedigöller Milli Parkı Karavan Kamp Alanı	Bolu	Tuvalet, büfe, mescit
Kaş Kamping	Antalya	Restoran, tuvalet, duş, elektrik, su, sıcak su, çamaşırhane, mutfak
Hipo Kamp	İzmir	Market, mutfak, tuvalet, duş, şarj istasyonu, güvenlik, kiralık kasa, restoran, kafe
Karagöl Tabiat Parkı Orman Kampı	İzmir	Piknik alanı, tuvalet, restoran, mangal alanı
Kaya Kamping Göreme	Nevşehir	Açık havuz, tuvalet, banyo, mutfak
Gökçeada Şen Kamping	Çanakkale	Tuvalet, elektrik, duş, Wi-Fi, mutfak, çocuk oyun alanı, otopark alanı

Kaynak: <https://kamphayati.com/>

Türkiye birçok alternatif turizm türü için uygun coğrafyaya sahip bir ülkedir. Bununla birlikte Türkiye'de kamp ve karavan turizmine en uygun bölgeler büyük çoğunlukla Ege ve Akdeniz'de bulunmaktadır. Türkiye'de kamp ve karavan turizmi için kurulan tesis sayısı 226 olmakla beraber bu alanların toplam tesis içindeki payı %0,9'dur (TOBB, 2021). Türkiye Otelciler Federasyonu'nun (TÜROFED) yayınladığı 2019 Turizm Raporuna göre 2019'un ilk 9 ayında bu alanları kullanan yabancı turist sayısı 33.569 kişidir (TÜROFED, 2019). Bu sayının artması için karavan turizmine ev

sahipliği yapacak olan karavan parklarının sayılarının artırılması ve mevcut karavan parklarının niteliklerinin iyileştirilmesi gerekmektedir.

4. Sonuç ve Öneriler

Karavan turizmi hem dünyada hem de Türkiye’de hızlı bir şekilde popüler olan bir turizm çeşidi olarak dikkat çekmektedir. Özellikle pandemi döneminde gerek sosyal mesafe kurallarına uymaya yardımcı olması gerekse doğayla yakın ilişki içerisinde bir tatil yapma fırsatı sağlamasından dolayı bu popülerlik artmıştır. Dünyada özellikle ABD, Avustralya ve bazı Avrupa ülkeleri karavan turizmi için gelişmiş altyapıya ve hizmet anlayışına sahipken Türkiye’de karavan turizmi için büyük potansiyel bulunmaktadır. Bunun nedeni Türkiye’nin dört mevsimin yaşandığı bir konumda olması, doğal güzelliklerin fazla olması ve zengin kültürel mirasa sahip olmasıdır. Ancak Türkiye’de karavan turizminin gelişimi için bazı önemli adımlar atmak gerekmektedir.

1. Konu ile ilgili akademik çalışmaların yapılması gerekmektedir. Özellikle Türkiye’de karavan turisti profili, turist motivasyonları, itme ve çekme faktörleri gibi çalışmaların özellikle karavan turizmi özelinde yapılması gerekmektedir.
2. Karavan turizmi için yasal düzenlemeler yapılmalı ve bu düzenlemeler mevcut ve potansiyel karavan turizmi işletmelerini ve karavan turistlerini teşvik edecek nitelikte olmalıdır.
3. Karavan turizminin sürdürülebilirlikle ilişkisi kurularak bu konu hakkında eğitimler verilerek farkındalık oluşturulmalıdır.
4. Karavan park alanlarının sayısı artırılmalı ve mevcut parkların iyileştirilmesi sağlanmalıdır.

Türkiye karavan turizmi için önemli bir potansiyele sahip olmakla beraber henüz önemli bir karavan turizmi destinasyonu olarak tanınmamaktadır. Bu nedenle doğru stratejiler oluşturularak Türkiye’nin yerli ve yabancı turistler için önemli bir karavan turizmi destinasyonu olması sağlanabilir. Bunun için sektör paydaşlarının bilinçli ve iş birliği içerisinde hareket etmesi gerekmektedir.

5. Kaynakça

- Akçura, M., & Karadağ, L. (2015). Yerel Halkın Bakış Açısıyla Kırsal Turizmin Uygulanabilirliği: Datça Örneği. *International Journal Of Social And Economic Sciences*, 5(1), 105-110.
- Akpur, A., & Zengin, B. (2019). İznik Gölü İle Çevresinin Kamp Ve Karavan Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi Evaluation Of Camping And Caravan Tourism Potential Of Iznik Lake And Its Environment. *Turar Turizm Ve Araştırma Dergisi*, 8(2), 4-20.
- Arı, E. (2019). *Mobil Mekan Kavramı Kapsamında Taşınabilir Mekan Organizasyonu* (Master's Thesis, Necmettin Erbakan University (Turkey)).
- Bilim, Y., & Özer, Ö. (2021). No "Over", Yes "Minimal"! Camp And Caravan Tourism. *Anais Brasileiros De Estudos Turísticos*.
- Brochado, A., & Pereira, C. (2017). Comfortable Experiences In Nature Accommodation: Perceived Service Quality In Glamping. *Journal Of Outdoor Recreation And Tourism*, 17, 77-83.
- Brooker, E., & Joppe, M. (2013). Trends In Camping And Outdoor Hospitality—An International Review. *Journal Of Outdoor Recreation And Tourism*, 3, 1-6.
- Brooker, E., & Joppe, M. (2014). Developing A Tourism Innovation Typology: Leveraging Liminal Insights. *Journal Of Travel Research*, 53(4), 500-508.
- Cridland, S. (2008). *An Analysis Of The Winter Movement Of Grey Nomads To Northern Australia: Planning For Increase Senior Visitation* (Doctoral Dissertation, James Cook University).
- Ergüven, M. H., Yılmaz, A., & Kutlu, D. (2015). Hybrid Tourism Within The Context Of Touristic Product Diversification: Glamping.
- Foley, C., & Hayllar, B. (2007). A Tale Of Two Caravan Parks: Friendship, Community And The Freedom Thing. *Tourism Today*, 7, 7-28.
- Garst, B. A., Williams, D. R., & Roggenbuck, J. W. (2009). Exploring Early Twenty-First Century Developed Forest Camping Experiences And Meanings. *Leisure Sciences*, 32(1), 90-107.
- Gök, B., & Özhasar, Y. (2023). Glamping İşletmelerinde Asgari Standartların Belirlenmesi: Keşfedici Bir Nitel Çalışma. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 33(2), 821-830.
- Gürer, B. (2024). Doğa Turizminde Yeni Eğilim: Modern Kampçılık. *Gaziantep University Journal Of Social Sciences*, 23(4), 1677-1696.
- Hardy, A., & Kirkpatrick, J. B. (2017). Exploring The Attitudes And Behaviours Of Recreational Vehicle Users. *Journal Of Outdoor Recreation And Tourism*, 18, 100-104.
- Hjalager, A. M. (2015). 100 Innovations That Transformed Tourism. *Journal Of Travel Research*, 54(1), 3-21.

- Holloway, D., Green, L., & Holloway, D. (2011). The Intratourist Gaze: Grey Nomads And ‘Other Tourists’. *Tourist Studies*, 11(3), 235-252.
- Kenar, G. (2023). Karavan Turistlerinin Motivasyonuna Etki Eden Unsurların Belirlenmesi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 7(2), 445-466.
- Mundet İ Cerdan, L., Grijalvo, M., & Marín Rabiol, J. (2023). Are Camper Travel Lovers The New Wave Of Tourism? A Growing Trend For Destinations. *International Journal Of Hospitality & Tourism Administration*, 2023.
- O’Neill, M. A., Riscinto-Kozub, R. A. Ve 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.
- Öncül, N. E., & Nemutlu, F. E. (2023). Caravan Camping Area Suggestions As A Rural Tourism Opportunity: Canakkale. *Uluslararası Turizm, Ekonomi Ve İşletme Bilimleri Dergisi (IJTEBS) E-ISSN: 2602-4411*, 7(2), 96-106.
- Patterson, I., Pegg, S., & Mahadevan, R. (2015). The Benefits Of Short Stay Caravan Travel Based On The Lived Experiences Of Grey Caravanners In Australia. *Tourism Analysis*, 20(5), 539-549.
- Prideaux, B., & McClymont, H. (2006). The Changing Profile Of Caravanners In Australia. *International Journal Of Tourism Research*, 8(1), 45-58.
- Prideaux, B., & McClymont, H. (2007). Drive tourists: Who Are They, What Do They Do and How Do We Attract Them?. *ASEAN Journal on Hospitality and Tourism*, 6(2), 23-30.
- Ribeiro, J. F. B. (2024). Caravanning In The Iberian Peninsula: Data-Driven Approach To Identify Campers’key Factors For A Perfect Parking Spot.
- Rogerson, C. M., & Rogerson, J. M. (Eds.). (2021). *Urban Tourism In The Global South: South African Perspectives*. Springer Nature.
- Southerton, D., Shove, E., Warde, A., & Deem, R. (1998). Home From Home? A Research Note On Recreational Caravanning. *Department Of Sociology, Lancaster University*, 10.
- Swarbrooke, J. (1999). *Sustainable Tourism Management*. CABI
- Tokmak, C. (2023). Turizm Politikalarının Sürdürülebilir Turizm İlkeleri Doğrultusunda Değerlendirilmesi (Türkiye Cumhuriyeti’nin 100. Yılında 41 Yıllık Turizm Politikaları). *Gaziantep University Journal Of Social Sciences*, 22 (Cumhuriyet’in 100. Yılı), 738-752.
- Topay, M., & Koçan, N. (2009). Kamping/Çadırılı Kamp İçin Alan Seçim Kriterlerinin Belirlenmesi Ve Bartın-Uluyayla’da Örnek Bir Uygulama. *Turkish Journal Of Forestry*, 10(1), 116-128.
- Türkay, O., Dilmaç, E., & Taşarer, E. (2024). Turizmin “Özgürlük” Ve “Yolda Olmak” Hâli: Türkiye’deki Karavan Turistlerini Anlamaya Yönelik

Bir Araştırma. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 26(1), 385-408.

Yılmaz, b., & Nergiz, h. g. (2023). Karavan Turistlerinin Karavan Park İşletmeleri Çevrim İçi Yorumlarının İçerik Analizi ile Değerlendirilmesi: Tripadvisor Örneği. *Uluslararası Turizm, Ekonomi Ve İşletme Bilimleri Dergisi (IJTEBS) E-ISSN: 2602-4411*, 7(1), 15-27.

Zayım, M., Bayartan, M., & Kahraman, M. (2022). Değişen Turizm Algısında Kamp/Karavan Turizmi: Demre Örneği. *Coğrafya Dergisi*, 45, 215-227.

<https://www.caravansa.co.za/caravan-vs-tent-camping-picking-your-perfect-path-to-nature/> (Erişim tarihi: 01.12.2024)

https://www.manisatso.org.tr/UserFiles/dosyalar/turkiye_karavan_sektoru_durum_analizi_raporu_hakkinda_5909.pdf (Erişim tarihi: 03.12.2024)

<https://tursab.org.tr/apps//Files/Content/0ba59553-43d3-4a21-a280-7efaaf-f799a3.pdf> (Erişim tarihi: 03.12.2024)

https://www.kalkinmakutuphanesi.gov.tr/assets/upload/dosyalar/20241105_karavan_imalatinda_hedef_pazar_analizi_rvz.pdf (Erişim tarihi: 03.12.2024)

https://www.turofed.org.tr//panel/upload_system/pages_file/f0d8ac64de76e-795a84a98a188b926b1.pdf (Erişim tarihi: 03.12.2024)

<https://kamphayati.com/en-iyi-karavan-kamp-alanlari/> (Erişim tarihi: 03.12.2024)