



# Türk Turizm Araştırmaları Dergisi

2019, 3(4): 977-994.

DOI: [10.26677/TR1010.2019.223](https://doi.org/10.26677/TR1010.2019.223)

ISSN: 2587-0890 Dergi web sayfası: <https://www.tutad.org>



## ARAŞTIRMA MAKALESİ

### Turizmin Gelişmesinde Alternatif Turizm Pazarlamasının Önemi: Antalya Örneği

Doç. Dr. Mustafa BOZ, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Çanakkale, e-posta: [m.b.istanbul@gmail.com](mailto:m.b.istanbul@gmail.com)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8899274X>

#### Öz

Turizm, dünyanın en hızlı büyüyen endüstrilerinden birisi ve birçok ülke için başlıca döviz ve istihdam kaynağıdır. Turizm çok çeşitli olsa da iki geniş anlayış ayırt edilebilir; kitle turizmi ve alternatif turizm. Kitle turizmi, olumsuz ekonomik, çevresel ve sosyo-kültürel etkileri nedeniyle beklentileri karşılayamamış bulunmaktadır. Kitle turizminin olumsuz etkilerini azaltmak ve yeni deneyimler arayan turistlerin taleplerini karşılamak için alternatif turizm türleri ortaya çıkmıştır. Bu makale iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, kitle ve alternatif turizm kavramları incelenmektedir. Antalya'da turizm sektörünün gelişimi, Antalya turizminde yaşanan sorunlar ve çözüm önerileri literatür incelemesi yapılarak ortaya konulmaya çalışılmaktadır. İkinci olarak, kitlesel ve alternatif turizmin etkilerine ilişkin algı ve tutumlarını ortaya koymak ve Antalya'da turizm sektörünün sorunlarını ve çözüm önerilerini öğrenmek için Antalya'daki seyahat acentalarının yöneticileri ile yüz yüze bir anket çalışması yapılmıştır. Temel araştırma sonuçları, bozulan doğal çevre, turist harcamalarının düşük olması, yurtdışında tanıtım eksikliği ile eğitimsiz ve yetersiz işgücünün Antalya turizminin en önemli sorunları olduğunu göstermektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Alternatif Turizm, Kitle Turizmi, Antalya Turizm Endüstrisi, Sürdürülebilir Turizm.

**Makale Gönderme Tarihi:** 31.05.2019

**Makale Kabul Tarihi:** 06.10.2019

#### Önerilen Atıf:

Boz, M. (2019). Turizmin Gelişmesinde Alternatif Turizm Pazarlamasının Önemi: Antalya Örneği, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(4): 977-994.

© 2019 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.



RESEARCH PAPER

**Importance of Alternative Tourism Marketing in the Development of Tourism: Antalya Case**

Associate Prof. Dr. Mustafa BOZ, Çanakkale Onsekiz Mart University, Faculty of Tourism, Çanakkale, e-mail: [m.b.istanbul@gmail.com](mailto:m.b.istanbul@gmail.com)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8899274X>

**Abstract**

Tourism is one of the fastest growing industries in the world and the main source of foreign exchange and employment for many countries. Although, there is a wide variety of tourism, two broad understanding can be distinguished; mass tourism and alternative tourism. Mass tourism has not been able to meet the expectations due to its negative economic, environmental and socio-cultural impacts. Alternative tourism types have emerged to reduce the negative impacts of mass tourism and meet the demands of tourists seeking new experiences. This article consists of two parts. In the first part, mass and alternative tourism concepts are examined. The development of the tourism sector in Antalya, the problems experienced in Antalya's tourism and solution proposals are tried to be revealed by making a literature review. Secondly, a face-to-face survey was conducted with the managers of the travel agencies in Antalya in order to reveal their perceptions and attitudes regarding the impacts of mass and alternative tourism and to learn the problems and solutions of the tourism sector in Antalya. The basic research results show that the deteriorating natural environment, low tourist expenditures, lack of publicity abroad, and untrained and insufficient labor force are the most important problems of Antalya tourism.

**Keywords:** Alternative Tourism, Mass Tourism, Tourism Industry in Antalya, Sustainable Tourism.

**Received:** 31.05.2019

**Accepted:** 06.10.2019

**Suggested Citation:**

Boz, M. (2019). Importance of Alternative Tourism Marketing in the Development of Tourism: Antalya Case, *Journal of Turkish Tourism Research*, 3(4): 977-994.

© 2019 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.