

Konaklama Sektöründe Sürdürülebilirlik: Glamping İşletmeleri Örneği** (Sustainability in the Hospitality Industry: The Example of Glamping Facilities)

* Buğcan GÜVENOL^a , Simge KÖMÜRCÜ SARIBAŞ^a 

^a İzmir Kâtip Çelebi University, Faculty of Tourism, Department of Tourism Management, İzmir/Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 21.07.2022

Kabul Tarihi: 07.09.2022

Anahtar Kelimeler

Sürdürülebilirlik

Sürdürülebilir konaklama

Sürdürülebilir turizm

Glamping

İzmir

Öz

Turistlerin çeşitli nedenlerle değişen istek ve beklentileri glamping işletmelerine yönelik talebin artmasına neden olmaktadır. Glamping işletmeleri betonlaşmadan uzak ve geri dönüşüme destek olan mimari yatırımları ve gerçekleştirdikleri çeşitli çevresel uygulamalarla sürdürülebilir turizm olgusunu doğrudan desteklemektedir. Bu kapsamda turizm faaliyetlerinin sürekliliği açısından glamping işletmeleri önemli işletmeler olarak kabul edilmektedir. Bu araştırmanın amacı; İzmir'deki glamping işletmelerinin ve glamping mimarisinin sürdürülebilir konaklamaya katkılarının incelenmesi ve sürdürülebilirlik kapsamında işletmelerin yaptıkları genel ve mimari çalışmaların ortaya konmasıdır. Bu kapsamda nitel araştırma yöntemlerinden biri olan mülakat tekniğiyle İzmir'de bulunan 8 adet glamping işletmesi yetkilisiyle görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Elde edilen veriler MAXQDA nitel analiz programıyla analiz edilmiş ve içerik analizi ile yorumlanmıştır. Araştırmadan elde edilen en önemli bulgular işletmelerin çevrenin korunması ve geliştirilmesi için sürdürülebilirlik çabalarının olduğu ve aynı zamanda işletmecilerin bireysel olarak da çevresel duyarlılıklara sahip olduğu bulgularıdır. Ayrıca, glamping işletmelerinin mimari özellikleri sayesinde sürdürülebilirlik kavramıyla doğrudan bir ilişkili olduğu ve covid-19 pandemisinin bu işletmelere farkındalık kazandırdığı bulgularına ulaşılmıştır. Gelecek çalışmalarda belirli bir bölge ya da Türkiye'den tesisler seçilerek şehrsel ya da bölgesel farklılıkların ortaya konulabileceği, yapılan farklı sürdürülebilirlik uygulamalarına ulaşılabileceği ve çalışmanın kapsamının genişletilebileceği öngörülmektedir.

Keywords

Sustainability

Sustainable accommodation

Sustainable tourism

Glamping

İzmir

Abstract

Tourists' demands and expectations changed for various reasons, causing an increase in the demand for glamping facilities. Glamping facilities directly support the concept of sustainable tourism with their non-concretization and recycling architectural investments and various environmental practices. In this context, glamping facilities are accepted as important in terms of the continuity of tourism activities. The research aims to examine the contributions of glamping facilities and glamping architecture in İzmir to sustainable accommodation and to reveal the general and architectural works of the enterprises within the scope of sustainability. In this context, with the interview technique, which is one of the qualitative research methods, interviews were conducted with 8 glamping facilities in İzmir. The obtained data were analyzed with MAXQDA qualitative analysis program and interpreted with content analysis. The most important findings from the study are that the facilities have sustainability efforts to protect and develop the environment, and at the same time, the operators also have individual environmental sensitivities. In addition, it has been found that glamping facilities are directly related to the concept of sustainability thanks to their architectural features, and the covid-19 pandemic has brought awareness to these facilities. It is foreseen that in future studies, urban or regional differences can be revealed, different sustainability practices can be reached, and the scope of the study can be expanded by choosing a specific region or facilities from Turkey.

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

* Sorumlu Yazar

E-posta: bugcan.guvenol@ikcu.edu.tr (B. Güvenol)

DOI: 10.21325/jotags.2022.1096

**Bu araştırma 6-8 Haziran 2022 tarihleri arasında 3. Turizmde Mimarlık ve Kültürel Miras Kongresi adlı etkinlikte sözlü bildiri olarak sunulan bildiriden geliştirilmiştir."

GİRİŞ

Destinasyonlarda potansiyel turistleri seyahate yönelten farklı çekicilikler olsa da yeterli alt ve üst yapı ve ulaşım hizmetleri verilemediğinde bu destinasyonlara istenilen düzeyde turist akışı sağlanamamaktadır. Turizmin gelişimi ve turizmden elde edilecek kazanımların artması için çok sayıda konaklama, ulaştırma, yiyecek içecek, eğlence gibi hizmetlerin sağlanmasına yönelik tesislere ihtiyaç duyulmaktadır. Konaklama sektörü turizmin en önemli gelir yaratıcı alanlarından bir olarak turizmin gelişimine doğrudan katkıda bulunmaktadır.

Turizm endüstrisi yeşil teması ve sürdürülebilir turizm olgusunu 1980'lerden beri ciddiye almaya başlamış, konaklama sektörü de çevre dostu operasyon yönetiminin geliştirilmesinde ön saflarda yer almıştır (Swarbrooke, 1999, s. 10). Ancak konaklama sektöründeki klasik otel işletmeleri ne kadar çaba harcasalar da genellikle enerji açısından verimsiz olup, inşaat ve işletim aşamalarında sürdürülebilir olmayan malzemeler kullanmaktadırlar. Oysa glamping işletmeleri klasik otel işletmelerine göre birçok durumda çevre dostu ve sürdürülebilir turizm için en iyi seçenek olarak düşünülmektedir (GlampingHub, 2022). Birçok glamping alanı güneş enerjisi, kompost gibi uygulamaları tasarımlarına dâhil etmekte ve atılan malzemeleri yeniden kullanma çabasında olmaktadır. Ayrıca glamping işletmeleri birimlerinin taşınabilir olma özelliği binaların çevre üzerindeki zararlı etkilerini en aza indirmek için önemli bir faktördür (Perkins & Twose, 2015, s. 12). Glamping kavramsal olarak ifade edildiğinde doğa tabanlı olmasıyla, yerel ürünleri kullanmayı teşvik etmesiyle ve kaynakların verimli kullanılmasıyla kırsal kalkınmayı destekleyen de bir turizm çeşididir (Çelik vd., 2017, s. 1284). Ayrıca glamping işletmeleri, konsepti gereği genellikle betonlaşmadan uzak mimarisi ve tasarımıyla da ön plana çıkmaktadır. Glamping tüm bu özellikler sayesinde sürdürülebilirliğe de önemli derecede katkı sağlamakta ve çevreye duyarlı turistlerin de dikkatini çekmektedir. Kovid-19 pandemisi de glamping işletmelerine olan farkındalığın ve ilginin artmasını etkileyen faktörlerden birisidir.

İzmir ili geniş doğa alanları, yüz ölçümü, iklimi ve kıyı özellikleri sayesinde glamping işletmeleri için önemli bir potansiyeli barındırmakta ve son dönemde glamping işletmelerinde bir artış olduğu görülmektedir. Bu bağlamda işletmelerin sürdürülebilir turizm kapsamında yaptıkları faaliyetleri ortaya koymak önem arz etmektedir. Ayrıca, alanyazında glamping işletmelerine yönelik sınırlı çalışma bulunmakta, bu nedenle araştırmanın güncel bir çalışma olarak gelecek araştırmalara da katkı sağlayacağı düşünülmektedir. İzmir'deki glamping işletmelerinin ve glamping mimarisinin sürdürülebilir konaklamaya katkılarının incelenmesi ve işletmelerin sürdürülebilirlik kapsamında yaptıkları genel ve mimari çalışmaların ortaya konması çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Çalışmanın amacına göre İzmir'de bulunan glamping işletmelerinin mevcut durumu belirlenecektir.

Kavramsal Çerçeve

Turizm faaliyetleri destinasyonlara ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel gibi çeşitli olumlu etkilere neden olurken aynı zamanda plansız gelişmeler sonucunda birçok olumsuz etkilerin de ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Özellikle doğal ve sosyal çevrede oluşan tahribatların çoğu zaman tamirata mümkün olmamakta ya da çok uzun zamanlar gerektirmektedir. Bu nedenle dünyada turizm faaliyetlerinden elde edilecek birçok faydanın sürekliliğinin sağlanabilmesi için sürdürülebilirlik kavramı zaman içinde önem kazanmıştır (Alkan, 2015, s. 6692). Sürdürülebilirlik kavramı, günümüz ve yeni nesillerin ihtiyaçlarını göz önüne alarak doğal ve insan yapımı tüm kaynakları yok etmeden, niteliğine zarar vermeden ve aynı zamanda bu kaynakları geliştirmeye yönelik çabalarla faydalanma temel düşüncesinden oluşmaktadır (Demir & Çevirgen, 2006, s. 95). Bu düşünceden hareketle

sürdürülebilirlik kavramı kısaca uzun veya belirsiz bir süre boyunca refah durumunu devam ettirmek olarak tanımlanabilir (Kuhlman & Farrington, 2010, s. 3441). Alanyazında sürdürülebilirlik, sürdürülebilir ve sürdürülebilir kalkınma terimleri bulunmaktadır. Sürdürülebilirlik kavramı genellikle kalkınma kelimesiyle birlikte kullanılmaktadır. Böylece sürdürülebilir kalkınma kavramı ortaya çıkmaktadır. Ayrıca, sürdürülebilirlik kavramının sürdürülebilir kalkınma kavramıyla eş anlamlı bir şekilde de kullanımının yaygın olmasına rağmen aralarında bir ayrımın yapıldığı da görülmektedir (Waas vd., 2011, s. 1639). Bu ayrıma göre sürdürülebilirlik kavramı genellikle sürdürülebilir bir dünya gibi uzun vadeli bir hedef iken sürdürülebilir kalkınma ise bu hedefi başarmak için sürdürülebilir tarım, sürdürülebilir ormancılık, sürdürülebilir üretim vb. gibi birçok sürece ve yola atıfta bulunan bir kavramdır (UNESCO, 2012). Bu bağlamda sürdürülebilir turizm ise turizm endüstrisindeki uygulamaları belirtmek amacıyla daha genel bir kavram olan sürdürülebilirlik kalkınma kavramından türetilmiştir (Garrod & Fyall, 1998, s. 200).

Kitle turizminin 1960'lardan itibaren popülerliğinin artmasından bu zamana gerçekleştirilen bir dizi önemli çalışma sürdürülebilir turizm kavramının oluşmasına katkı sağlamıştır. 1970'lerde turizmin olumsuz etkileri fark edilmeye başlanmış, bu nedenle kamu kuruluşları turizm endüstrisini bir bütün olarak turizmin doğasını değiştirmeden ve turizmin kötü yanlarını kısa vadede iyileştirme amacıyla ziyaretçi yönetimi tekniklerini kullanarak yönetmeye çalışmışlardır. Sürdürülebilir turizm kavramı, 1980'lerin sonlarından itibaren turizm akademisyenleri ve paydaşlarının Bruntland Raporu'nun turizm endüstrisi için etkilerini düşünmeye başladığı zaman kullanılmaya başlanmıştır. Ancak o zamanlar yeşil teması ve yeşil turizm terimleri daha yaygın olarak kullanılıyordu. 1990'ların başından itibaren sürdürülebilir turizm terimi daha yaygın olarak kullanılmaya başlanmıştır (Swarbrooke, 1999, s. 8-9). Turizm endüstrisinin çevreye ve ekolojiye duyarlı bir bakış açısı kazanması yeni arayışların da ortaya çıkmasına neden olmuştur. Böylece, yeni turizm alanları ortaya çıkmış veya var olan turizm alanlarına yeni fonksiyonlar kazandırılmıştır (Beyhan & Ünügür, 2005, s. 80). Çünkü işletmelerin devamlılığı ve rekabet edebilirliği yaşanan çevresel değişimlere uyum sağlayabilmesiyle mümkün olmaktadır (Yavuz, 2010, s. 81). Sürdürülebilirliği ve hareketliliği (kolay taşınabilir) nedeniyle korunmuş doğa alanlarında veya ormanlarda konumlanan glamping türü konaklama önerilmektedir (Vrtodušić Hrgović vd., 2018, s. 629).

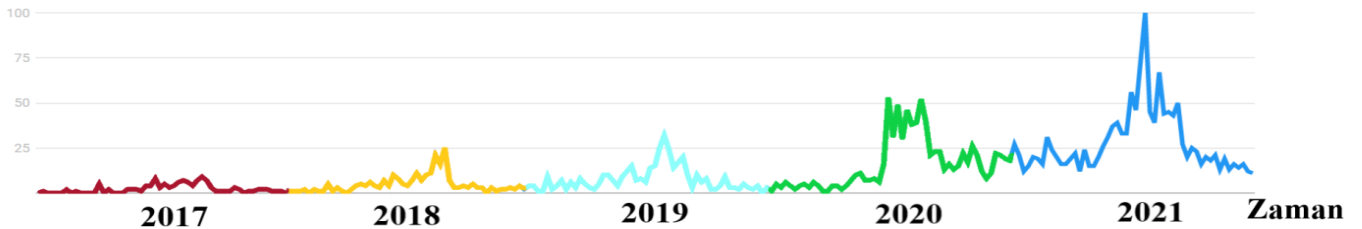
Glamping kelime anlamı olarak göz alıcı (glamorous) ve kamp (camping) kelimelerinin birleşmesiyle ortaya çıkmış bir kavramdır (Brochado & Pereira, 2017, s. 77). Glamping; temelinde kamp yapmak olan fakat klasik kampçılıktan daha lüks hizmet sunan (The Glamping Association, 2022), bu sayede klasik kamp hayatındaki kötü hava, soğuk veya ıslak çadırlar veya rahat olmayan yataklar gibi hoş olmayan deneyimlerin olmadığı (Vrtodušić Hrgović vd., 2018, s. 628) çevreye saygı ilkelerini benimseyerek (Lucivero, 2012, s. 3) ekoloji ve sürdürülebilirliğe önem veren (Kabourakis, 2017), ziyaretçilerine açık hava otel deneyimi (Brochado & Pereira, 2017, s. 77) ile çeşitli aktiviteler ve olanaklar sunan (Yıldırım & Erkılıç, 2019, s. 481) alternatif bir konaklama çeşididir (Tüter vd., 2018, s. 205). Glamping tesisini tercih eden turistler (glampers) ise gerekli asgari konfor ve hizmetlerden vazgeçmeden doğa turizmi yapma niyetinde olan bireylerdir (Fernandes vd., 2021, s. 220).

Glampinge dair Amerika'daki insan faaliyetlerinin en eski kanıtı Paleo-Kızılderililerinin clovis kültürüne ait M.Ö. 11.500'den kalma taş aletlerde rastlanılmaktadır. Daha sonra M.Ö. 10.000 civarında tipi (teepee) çadır tipi yerleşim kanıtı keşfedilmiştir (Campking, 2022). Günümüzde popüler ve iyi bilinen bir glamping türü olan yurt, 6. yy'da göçebe kültürler tarafından taşınabilirliği ve kurulumu çok kolay olması aynı zamanda sert hava koşullarına da

dayanıklı olması nedeniyle için tercih ediliyordu (GlampingHub, 2019). 13. yy.'da Cengiz Han tarafından kurulan Moğol İmparatorluğu'nun zaman içinde genişlemesiyle yurt tipi çadırların onunla birlikte yayılmasına yol açmıştır. Avrupa'da bulunan Türkiye, Macaristan ve Romanya gibi ülkelerdeki insanlar da yurt tipi çadır kullanmaya başladı (GlampSource, 2022). 16. ve 17. yüzyıllarda İskoçya'da Atholl'un üçüncü Kontu John Stewart, Kral James V. ve annesi için İngiltere'deki ilk lüks kamp alanı olarak adlandırılabilir şeyi bir araya getirmiş, çadırların içlerini kendi sarayından aldığı lüks mobilyalar ve süslemelerle doldurmuştur. 7-24 Haziran 1520 tarihleri arasında Fransa'nın Balinghem kentinde Altın Kumaş Tarlası adlı diplomatik bir zirve düzenlenmiş ve zirvede kırmızı şarabın aktığı çeşmelerle çevrili yaklaşık 2.800 çadır ve marqueeeler kurulmuştur (GlampingHub, 2019). Osmanlı'da ise padişahlar için lüks ve abartılı bedevi çadır kentleri kurulmakta ve çadırlar pahalı kilimler, mobilyalar, sedariler (salon), avizeler ve ipek kumaşlarla süslenmiştir. Osmanlı'da glamping terimi kullanılmasa da geriye dönük düşünüldüğünde dünyanın ilk glamperları olabilirlerdi. 19. yy.'da zengin Amerikalı ve Avrupalı kaşifler, Afrika'da safari yaparken lüks yatak ve konfor talep etmişlerdir. Ayrıca evlerindeki rahatlıklarını korumak istediler ve bunu yanlarında dışarıya taşıdılar. Bu da kanvas safari çadırlarında bulunan kral yataklar ve konforlu mobilyalarla sonuçlanmıştır (Juffermans, 2016). Google Trends'e göre ise glamping ile ilişkili anahtar kelime Google'da ilk olarak aramalar en çok İrlanda ve Birleşik Krallık'ta doygun olacak şekilde 2007'nin başlarında başlamıştır (Barebones, 2013).

Günümüzde ise birçok ülkede glamping işletmelerine olan ilgi artmaktadır. Grafik 1'de Google Trendlerine göre Türkiye'de glamping kelimesine olan ilginin zaman içindeki değişimi gösterilmektedir.

Zaman İçindeki İlgisi



Grafik 1. Türkiye'de glampinge olan ilginin zaman içindeki değişimi (2017-2021) (Google Trends, 2022)

Grafik 1'de Türkiye'de internet ortamında sıklıkla kullanılan arama motoru Google'ın Trendlerine göre son beş yıl içinde (01.01.2017-31.12.2021) bireyler tarafından glamping kavramına olan ilginin arttığını anlaşılmaktadır. Benzer bir şekilde, Yetgin Akgün ve Ünal (2021: s. 200-201) Google Trendlere göre 01.01.2019-12.06.2021 tarihleri arasında Türkiye'de glamping kavramını incelemişler ve glamping kavramının bilinirliğinin arttığını ifade etmişlerdir. Ayrıca, trendlere göre Türkiye'deki alt kategori bölgeler sırasıyla Kırklareli, Muğla, Çanakkale, Balıkesir ve İzmir'dir. Bu grafik sadece google trendlerine göre glamping kelimesi ile ilgili olup, glamping işletmelerinde kullanılan ürünlerin (bungolov, dome çadır, tiny ev vb.) veya klasik kampçılığın aratılmasıyla kişilerin glamping işletmelerine yönelik farkındalığının daha da fazla olduğu çıkarımı yapılabilir.

Sürdürülebilir bir konaklama işletmesi olmak için gerekli unsurlar; işletmenin doğa ile bütünlük sağlayacak şekilde tasarlanması, bulunduğu çevreye zarar vermeyerek geri dönüşüme uygun ürünlerle inşa edilmesi, çevreye olabildiğince az vermesi, personelin çevreye karşı bilincinin yüksek olması, yerel halk ile iş birliği içinde olması ve kullanılan yenilikler ve sistemlerle su tüketimi, atık yönetimi gibi konulara önem vermesidir (Vatan & Poyraz, 2016, s. 27-28). Bu bağlamda, glamping işletmeleri sahip olduğu özellikler ve yaptıkları birbirinden farklı

uygulamalar sayesinde sürdürülebilir konaklamaya elverişli işletmelerdir. Çünkü glamping işletmeleri yapısı gereği doğada bulunan, yerel halkla iletişimde olabilen, çevreye çok boyutlu olacak şekilde duyarlı işletmeler olup kurulumlarında ve gelişimlerinde betonlaşmadan uzak sürdürülebilir olma eğilimindedirler.

Alanyazında glamping işletmeleri ile ilgili sınırlı çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmalara örnek olarak; Lu vd., (2021) glamping işletmeleri bağlamında doğayla ilgili özelliklerin müşterilerin duyguları ve ağızdan ağıza pazarlama üzerindeki etkisini incelediklerini araştırmada benzersiz ekolojinin (otantiklik, manzara ve doğal yaşam tarzı) ve konaklama ortamının (oda ve kamusal alan) müşterilerin duygusal değerini (gerginlik, eğlence ve sosyal bağ dahil) etkileyebileceğini ve bunun da ağızdan ağıza pazarlamaya etkisinin etkileyebileceği sonucuna ulaşmışlardır. Düzgün (2021) covid-19 pandemi sürecinde turistlerin tatil süreçlerinde meydana gelen değişimler üzerine glamping tesisinde yaptığı araştırmada pandemi sonrası turistlerin glamping tesislerine ilgisinin olduğu sonucuna ulaşmıştır. Yetgin Akgün ve Ünal (2021) glamping işletmelerinde konaklayan turistlerin güncel olumlu Tripadvisor yorumlarını incelediklerini araştırmada yorumların kategorilere göre yiyecek-içecek lezzeti, doğanın güzel olması, glamping işletmelerinin konaklama tipi ve çalışanların güler yüzlü olması konularında sıklıkla durulduğu tespit etmişlerdir. Meriç vd., (2021) Van Gölü havzasındaki glamping potansiyelini inceledikleri araştırmada ilgili destinasyonun glamping turizmine genel olarak uygun olduğu ve yerel yönetimlerin de bu konudaki desteğe istekli olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Brochado ve Brochado (2019) turistlerin glamping deneyimlerini belirlemek amacıyla çevrimiçi ortamdaki gezgin yorumlarını inceledikleri araştırmada glamping deneyiminin çok boyutlu olduğunu ve bu işletmelerini tercih eden farklı pazar segmentlerinin glamping deneyimlerinin belirli yönlerine odaklandığı sonucuna ulaşmışlardır. Milohnić vd. (2019) kamp yöneticileri, ekipman üreticileri ve misafirlerin glamping hakkındaki eğilimleri ve bakış açılarını inceledikleri araştırmanın sonucuna göre glamping türü konaklamanın klasik kampın geleceği olduğunu ve gelecekte bu işletmelere olan talebin artacağını, kamp alanında yeni ve yenilikçi konaklama uygulamaları ile glamping alanına dönüştürülmesinin kamp alanları ve tatil parklarının rekabet gücüne katkıda bulunacağını ifade etmişlerdir. Konak ve Özhasar, (2019) Türkiye’de faaliyet gösteren glamping işletmelerinin web sitelerini içerik analizi ile değerlendirdikleri araştırmada analize dâhil edilen işletmelerin kendi web sitelerinin bulduklarını fakat güncel olmadıkları sonucuna ulaşmışlardır. Filipe vd., (2018) bireylerin glamping’i seçme motivasyonlarını veya engellerini belirlemek ve turistlerin glamping ve kampçılık arasındaki farklara ilişkin algılarını keşfetmek amacıyla yaptıkları araştırmanın sonuçlarına göre glampingin tercih edilmesinde en önemli motivasyon kaynağının doğa ile doğrudan temas olduğu, diğer önemli kaynakların ise cazibe, konfor, mahremiyet ve farklı bir deneyim olduğu görülmüştür. Engeller ise maliyetler, sınırlı teklif, bilgi eksikliği ve kampa nazaran orijinal olmamasıdır. Göktaş vd., (2017) glamping kavramını incelemek ve glamping turizminin mevcut durumunu belirleyerek sektörün olumlu ve olumsuz yanlarını tespit etmek üzere yaptıkları araştırmada glamping turizminin Türkiye’de birçok destinasyonda yapılabileceğini ve bununla birlikte glamping tesislerinin düşük bütçe ile kurulması ve yüksek kâr marjına sahip olmaları nedeniyle kısa vadede maliyetlerin karşılanabileceği sonucuna ulaşmışlardır. Sakáčová (2013) glamping tesisini tercih eden turistleri (glampers) tanımaya yönelik yaptığı araştırmada tatil köyü ve karavan turisti olmak üzere en az iki farklı turist tipi olduğunu belirtmiştir. Ayrıca, her iki grubu da doğa ile yakın temas halinde olmak ve evde alıştıkları konfordan da vazgeçmek istemeyen bireyler olarak ifade etmiş ve aralarındaki farklara da değinmiştir.

Yöntem

Bu çalışmada araştırmanın amacına bağlı olarak, bireylerin veya grupların sosyal veya beşeri bir soruna yükledikleri anlamı keşfetmeye ve anlamaya yönelik bir yaklaşım olan ve elde edilen verilere tümevarımsal bir şekilde yorumlar yapılmasına imkân sağlayan (Creswell & Creswell: 2018, s. 41) nitel araştırma yöntemi benimsenmiştir. Çalışmada araştırma soruları oluşturularak yarı yapılandırılmış anket formu hazırlanmıştır. Anket formunda bulunan araştırma sorularını oluşturabilmek için öncelikle araştırma kapsamına giren çalışmalar incelenmiştir. Ardından, araştırma soruları literatürden elde edilen bilgilere göre (Olçay & Turhan, 2017; Çelik vd., 2017; Cvelić-Bonifačić vd., 2017; Düzgün, 2021) yazarlar tarafından oluşturulmuştur. Bu bağlamda katılımcılara 12 adet açık uçlu soru ile birlikte katılımcıların demografik özelliklerini belirlemek üzere sorular yöneltilmiştir. Formda bulunan açık uçlu sorular şu şekildedir;

1. Glamping kavramı size ne ifade etmektedir?
2. İşletmeniz ne zamandan beri faaliyettedir? İşletmeniz glamping olarak mı kuruldu, yoksa daha önceden farklı bir konseptte hizmet vermiş miydi?
3. İşletmeniz sezonluk bir işletme midir?
4. Sizi glamping işletmesi açmaya/işletmeye yönelten nedenler nelerdir? Nasıl karar verdiniz?
5. Glamping işletmesi için kuruluş yeri seçiminde dikkat ettiğiniz etmenler nelerdir?
6. İşletmenizde konaklayan misafir profili nasıldır?
7. İşletmenizde konaklayan misafirlerinizi çevreye duyarlılık anlamında değerlendirebilir misiniz?
8. Kişisel olarak çevresel duyarlılıklarınız nelerdir?
9. Glamping mimarisinin temel özellikleri nelerdir?
10. Sizce glamping mimarisi ile sürdürülebilir konaklama arasındaki ilişki nedir?
11. İşletmenizde sürdürülebilirlik kapsamında neler yapıyorsunuz?
12. Kovid-19 pandemisinin işletmenize etkileri nelerdir?

Araştırmanın amacına uygun olarak İzmir'deki glamping işletmeleri çalışmanın ana kütesini oluşturmaktadır. Amaçlı örneklem tekniği ile İzmir'deki 8 adet glamping işletmesi ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Yapılan görüşmeler zaman kıstası ve katılımcıların iş yoğunluğu nedeniyle çevrimiçi bir şekilde, 24 Mayıs-16 Temmuz 2022 tarihleri arasında ve yaklaşık 25-30 dakika gerçekleştirilmiştir. Katılımcı teyidi, araştırmaya dâhil olan katılımcıların araştırmadaki olgu hatalarını o an düzeltebilmesine veya yapılan yorumlara itiraz edebilmesine olanak tanıyan bir tekniktir (Erlandson vd., 1993, s. 142). Bu nedenle görüşmeler esnasında inandırıcılığı artırabilmek adına katılımcı teyidinden faydalanılmıştır. Ayrıca görüşmeler sırasında düzenli not tutulmuş ve yapılan görüşmeler katılımcılardan izin almak suretiyle kayıt altına alınmıştır. Kayıt altına alınan veriler her bir katılımcının dosyası ayrı olacak şekilde yazıya dökülerek deşifreler gerçekleştirilmiştir. Katılımcılar her bir işletmeyi ve o işletmenin yetkilisini temsil etmek üzere K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7 ve K8 olarak kodlanmış ve ayrıntılı olarak betimlenmiştir. Bilgisayar destekli programlar araştırmacılara nitel verileri analiz etme sürecinde kolaylık, esneklik, hız ve sistematiklik kazandırmakta ve bununla birlikte araştırmacıların verilere yakın durması

sayesinde geçerlilik, analizde kesinlik sağlamasıyla güvenilirlik ve örneklem sayısının yüksek olduğu durumlarda genellenebilirlik konusunda destek sağlamaktadırlar (Kuş, 2006, s. 337; Coşgun İlgar & İlgar, 2014, s. 76). Bu bağlamda araştırmada verileri işlemek, analiz etmek ve görselleştirmek amacıyla MAXQDA nitel analiz programından faydalanılmıştır. Tüm görüşme deşifreleri MAXQDA proje dosyasına aktarılmış ve öncelikle ön kodlama yapılmıştır. Ön kodlama sonrasında ortaya çıkan kodlara göre kod listesi oluşturulmuş ve görüşmeler kodlanmaya başlanmıştır. Kodlama sürecinde her yeni oluşan kod için belgeler daha önce kodlansa bile tekrardan incelenmiştir. Böylece belgelerde kayıp verinin önüne geçilmeye çalışılmıştır. Ayrıca tüm kodlama süreci tarafsız olarak gerçekleştirilmiştir. Bütün belgeler kodlandıktan sonra elde edilen veriler içerik analizi ile yorumlanmaya çalışılmıştır. İçerik analizi, araştırmacıların temel olarak birbirine benzeyen verileri belirli kavramlar ve temalar oluşturmak amacıyla bir araya getirdiği ve okuyucunun anlayacağı şekilde raporlaştırdığı bir analiz tekniğidir (Çiçek vd., 2010, s. 197). Analize ek olarak araştırmaya önem kazandıran katılımcılara dair karşıt veya en sık kullanılan ifadeler doğrudan alıntılar yapılarak bulgular bölümünde yer verilmiştir. Ayrıca bu araştırma İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi Sosyal Araştırmalar Etik Kurulunca etik açıdan uygun bulunmuştur (Karar No: 2022/12-02)

Bulgular

Tablo 1. Katılımcıların demografik özellikleri

Katılımcı	Yaş	Cinsiyet	Eğitim Düzeyi	İşletmedeki Görevi
K1	35	Kadın	Üniversite	İşletme sahibi
K2	27	Kadın	Üniversite	İşletme yöneticisi
K3	52	Erkek	Lise	İşletme sahibi
K4	39	Kadın	Üniversite	İşletme sahibi
K5	39	Kadın	Üniversite	İşletme sahibi
K6	36	Erkek	Üniversite	İşletme sahibi
K7	45	Erkek	Üniversite	İşletme sahibi
K8	24	Erkek	Üniversite	İşletme sahibi

Tablo 1'e göre katılımcıların yaşlarının genel olarak değişkenlik gösterdiği görülmektedir. Ancak cinsiyetlerinde ve eğitim düzeylerinde genel olarak belirli bir farklılık olmadığı anlaşılmaktadır. Ayrıca, sadece K2 işletme yöneticisi olup diğer katılımcılar işletme sahibidir. K2, işletme yöneticisi olmasına karşın işletmenin kuruluşunda ve işleyişinde büyük bir rol sahibidir.

Tablo 2. İşletmelere yönelik bilgiler

Katılımcılar/İşletme	Kurulma Amacı	İlk Faaliyet Yılı	Faaliyet Dönemi
K1	Glamping	2017	12 Ay
K2	Glamping	2021	Sezonluk
K3	Glamping	2021	12 Ay
K4	Glamping	2019	12 Ay
K5	Glamping	2021	Sezonluk
K6	Glamping	2021	12 Ay
K7	Glamping	2020	12 ay
K8	Glamping	2021	12 ay

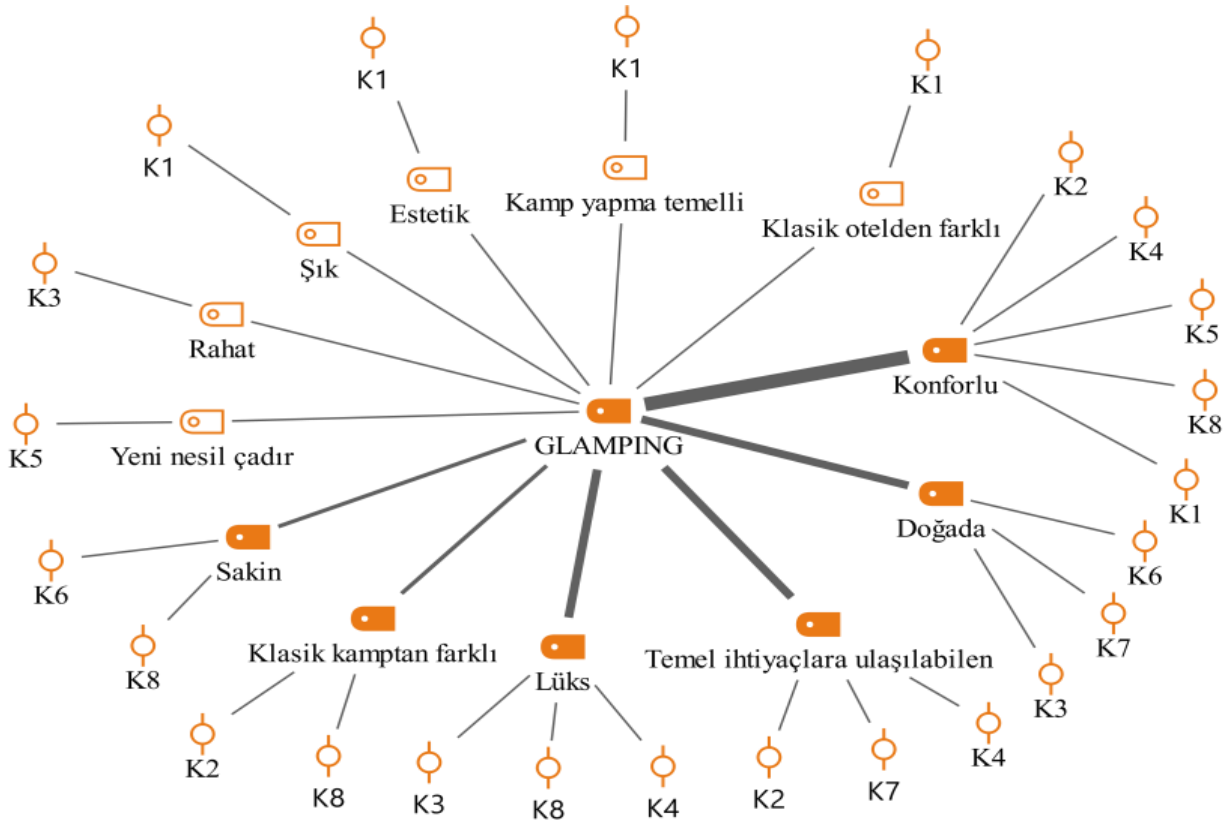
Tablo 2'ye göre katılımcı işletmelere yönelik bilgiler yer almaktadır. İşletmelerin tümünün daha önce klasik kamp gibi bir işletmeyi glamping işletmesine dönüştürmediği, kuruluş amaçlarının glamping işletmesi açmak olduğu görülmektedir. İşletmelerin büyük çoğunluğu 2021'de faaliyete başlarken ilk açılan işletme 2017 yılından bu yana faaliyetlerine devam etmektedir. Ayrıca, işletmelerin çok büyük bir çoğunluğunun on iki ay boyunca

faaliyet gösterdiği görülmektedir. Ancak iki işletme faaliyet yıllarının yeni olması nedeniyle sezonluk çalışmalarını ve gerekli hazırlıkların sağlanmasıyla on iki ay boyunca hizmet vermek istediklerini dile getirmişlerdir. Bu konu hakkındaki katılımcıların ifadeleri şu şekildedir;

“Geçen yıl yeni olduğu için kışın aslında işletmemizi kapattık, yani geçen yıl sezonluk çalıştık. Ama bu sene imkânlar olursa kışın da açık kalmayı planlıyoruz. Eğer kış turizmine göre dönüşüm geçirebilirsek, tadilat yapabilirsek kışın da açık kalacak.” (K2)

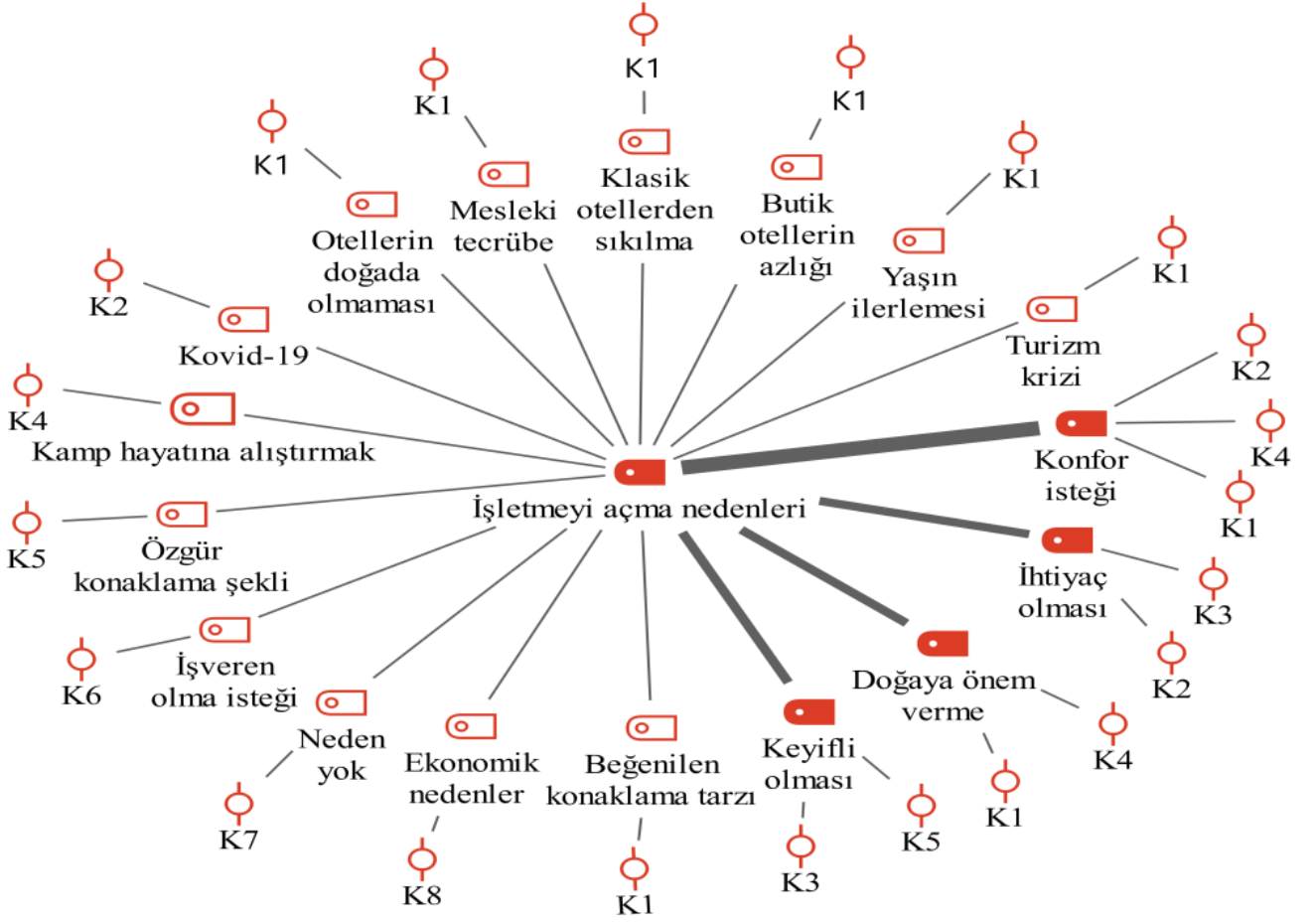
“İlk sezon için kışın açtık. Bu sezon da açık kalmayı planlıyoruz.” (K5)

Şekil 1. Glamping ile ilişkili ifadelerle yönelik kod alt kod modeli



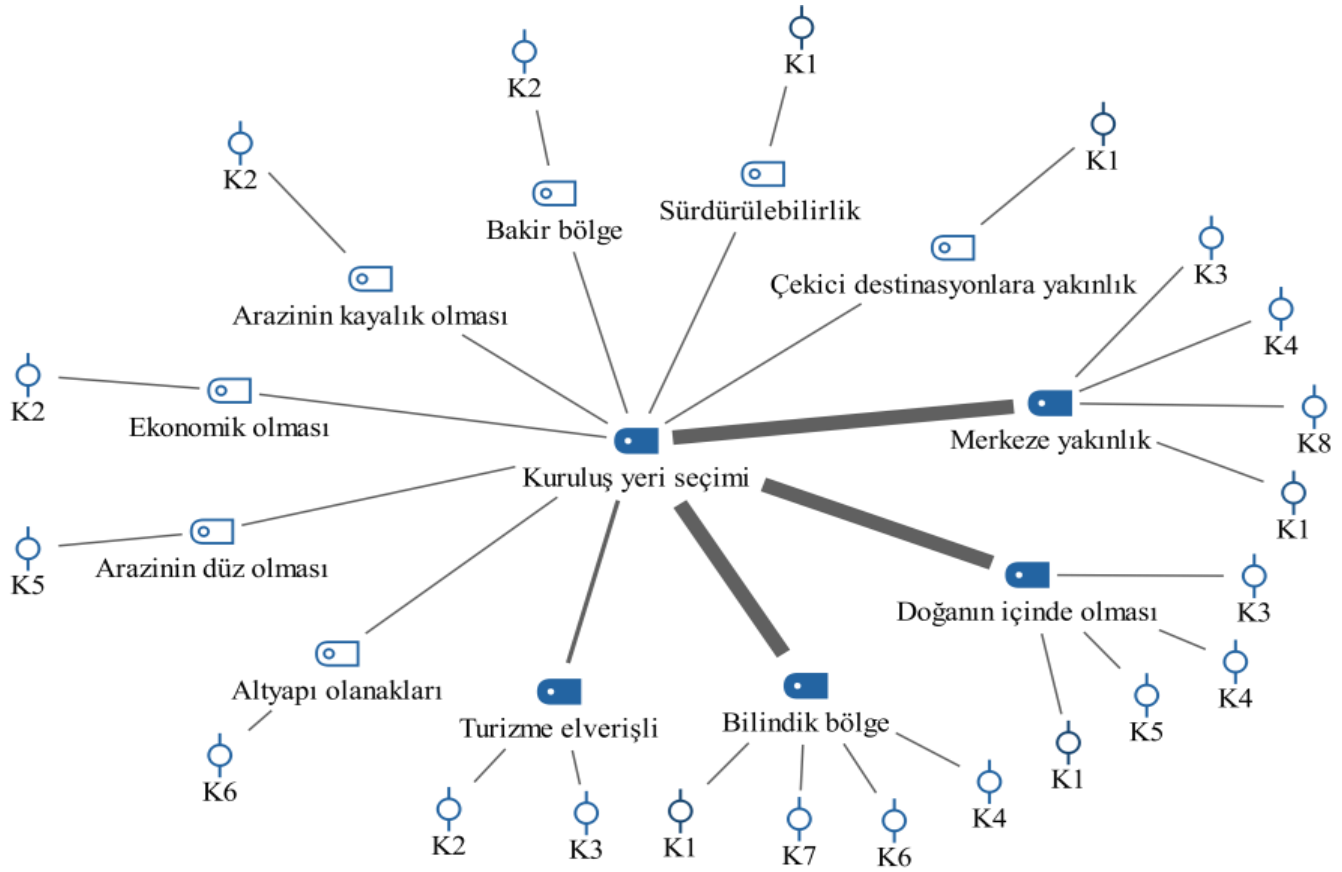
Şekil 1’de katılımcıların glamping kavramına ilişkin ifadeleri gösterilmektedir. Verilen cevaplara göre katılımcılar glampingi en fazla konfor kelimesi ile ilişkilendirmiştir. Aynı zamanda doğada, temel ihtiyaçlara ulaşılabilen, lüks, klasik kamptan farklı olan ve sakin kelimeleri ortaya çıkan diğer önemli ifadelerdir.

Şekil 2. Glamping işletmesi açma nedenlerine ilişkin kod alt kod modeli



Katılımcıların glamping işletmesi açma nedenleri Şekil 2’de gösterilmektedir. Elde edilen bulgulara göre bu nedenler genel olarak katılımcıların hayatlarında konfor isteğinin olması, glamping işletmesi türünün bir ihtiyaç haline gelmesi, kendilerinin doğaya verdikleri önem ve glamping işletme faaliyetlerinin keyifli olması verilen en önemli cevaplar arasındadır.

Şekil 3. Kuruluş yerine ilişkin kod alt kod modeli



Şekil 3'e göre katılımcılar kendi glamping işletmelerini faaliyete geçirecekleri alanı belirlerken merkeze yakın ancak yine de doğanın içinde olmasına, bildikleri bir bölge olmasına ve bu bağlamda da turizme elverişli bir alan olmasına dikkat ettiklerini ifade etmişlerdir.

Tablo 3. İşletme ziyaretçilerine yönelik bilgiler

Katılımcılar	Milliyet	Eğitim Seviyesi	Yaş	Cinsiyet	Kalış Süresi
K1	Yerli	Yüksek	Genç-Orta	Kadın	2 Gün
K2	Yerli	Yüksek	Genç-Orta	Kadın	2-7 Gün
K3	Yerli	Yüksek	Genç-Orta	Karma	2-4 Gün
K4	Yerli	Yüksek	Genç-Orta	Karma	3-4 Gün
K5	Yerli	Yüksek	Genç-Orta	Karma	4-5 Gün
K6	Yerli-Yabancı	Değişken	Değişken	Karma	1 Gün
K7	Yerli-Yabancı	Yüksek	Genç-Orta	Kadın	1 Gün
K8	Yerli-Yabancı	Yüksek	Genç-Orta	Kadın	3-5 Gün

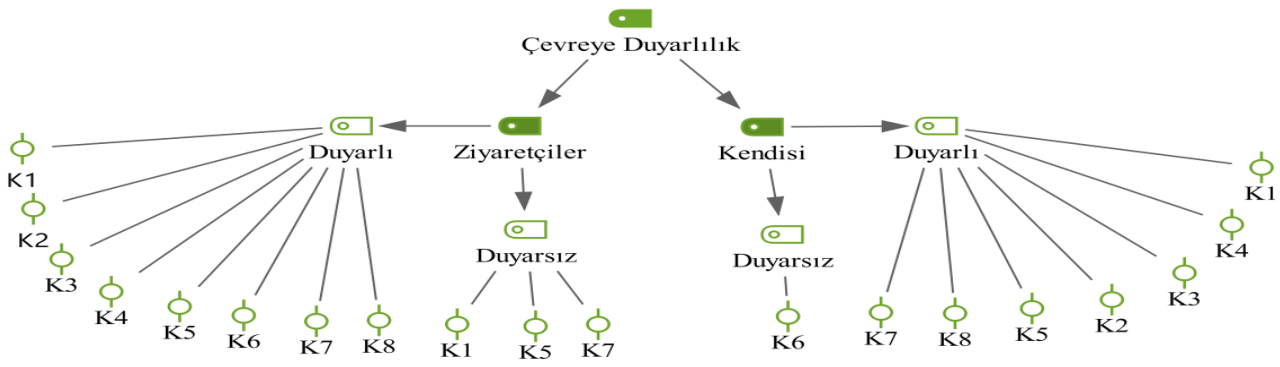
Tablo 3'de işletme ziyaretçilerine yönelik katılımcılardan elde edilen bulgular gösterilmektedir. Tabloya göre, işletme ziyaretçileri genel olarak yerli, eğitim seviyeleri yüksek, yaş ortalamaları genç-orta kesimdir. Ziyaretçilerin cinsiyetleri arasında bir fikir birliğine varılamasa da kadın ziyaretçilerin bireysel olarak da glamping işletmelerine yöneldiği çıkarımı yapılabilir. Benzer bir şekilde ziyaretçilerin işletmede kalış süreleri de değişiklik göstermektedir. Ayrıca, işletme ziyaretçilerinin ilk kez kamp yapmak için glamping işletmesini tercih ettikleri elde edilen diğer bulgular arasındadır. Konuya ilişkin katılımcıların ifadeleri şöyledir;

“Misafirler biz hiç kamp yapmadık hayatımızda burada denemek istiyoruz, ilk önce konforlu bir deneyim diyorlar. Biz glamping olarak kurulduk ama çadır için boş alanımız da var. Hani çadırları ile gelen misafirler için.. Yani karma bir yapıdayız. Bu bir yandan karmaşık görülebiliyor glamping beklentisi ile gelen misafirlerimiz için ama glamping deneyimden sonra kendi çadırlarını alıp da aynı şekilde alanımıza gelebiliyorlar. Misafirlerimiz kendi çadırları ile alanda kendi deneyimlerini yapmaya çalışıyorlar.” (K2)

“Kitlemizin %60 %70 gibi bir bölümü daha önce hiç kamp yapmamış kişiler. İlk defa deniyorlar. Bunların büyük bir kısmı doğada bir tesiste çok az kalmış kişiler.” (K1)

“Kimisi sadece işte ilk defa bir kampta veya bir çadırda nasıl hayat geçirilir diye deneyimlemek için geliyor. Tabi bu deneyim sanki sadece çadır hayatıymış gibi düşünülüyor ama aslında doğanın içerisinde normal bir otel odası gibi. Bu çok hoşlarına gidiyor.” (K3)

Şekil 4. Çevreye duyarlılık temasına ilişkin hiyerarşik kod-alt kod modeli



Şekil 4’te çevreye duyarlılık teması, temanın altında oluşturulmuş ziyaretçiler ve işletme yetkililerinin kendisini ifade eden kategoriler, kategorilerin altında duyarlı veya duyarsız olmak üzere oluşturulan kodlar yer almaktadır. İşletme yetkililerinin çok büyük bir çoğunluğu kendilerini çevreye duyarlı olarak tanımlamakta ve bu özelliklerini işletmelerinin kuruluşlarında da yansıttığı anlaşılmaktadır. Yalnızca bir katılımcı kendisini çevreye duyarlı olmayan biri olarak ifade etmektedir. Konuya ilişkin katılımcıların ifadelerinden örnekler şöyledir;

“Açıkça söyleyeyim çevreye duyarlı biri değilim açıkçası, hiç değilim yani.” (K6)

“Kişisel olarak böyle şeyler başlamıştı. İşte minimal yaşam, sürdürülebilirlik vesaire... Zaten fikir olarak da bunlar öncesinde başladığı için işletmemizde özellikle karavan kullanmak istememiz, bunu doğa içinde yapmak istememiz, bir metre küp beton bile kullanmadan konaklama tesisi yapılabilirimin altını çizmek istememiz bu nedenle...” (K1)

“Çevreye kesinlikle dikkat ediyorum... ama bana çok akıl vermeye çalışan oldu. Arazinin konumundan dolayı inşaat yapılırsa şöyle olur, böyle olur, şöyle iyidir falan ama ben tam tersine bunları yapmadım. Çünkü bence doğayı koruyabileceğimiz kadar korumalıyız.” (K3)

“Hayatımızı doğanın içerisinde geçirelim diye buraya geldik dolayısıyla tabii ki elimizden geldiği kadar çevreye duyarlı yaklaşıyoruz.” (K4)

“Genel yapılanmamıza baktığınız zaman bizim burası normalde bir zeytin ağaçlarının olduğu bir çiftlik. 450 tane zeytin ağacımız var. Bunun haricinde burası bir sürü meyve ağaçları, farklı türden ağaçlar, endemik bitkilerin olduğu bir yer. Ancak biz bir tane bile ağaç kesmedik.” (K7)

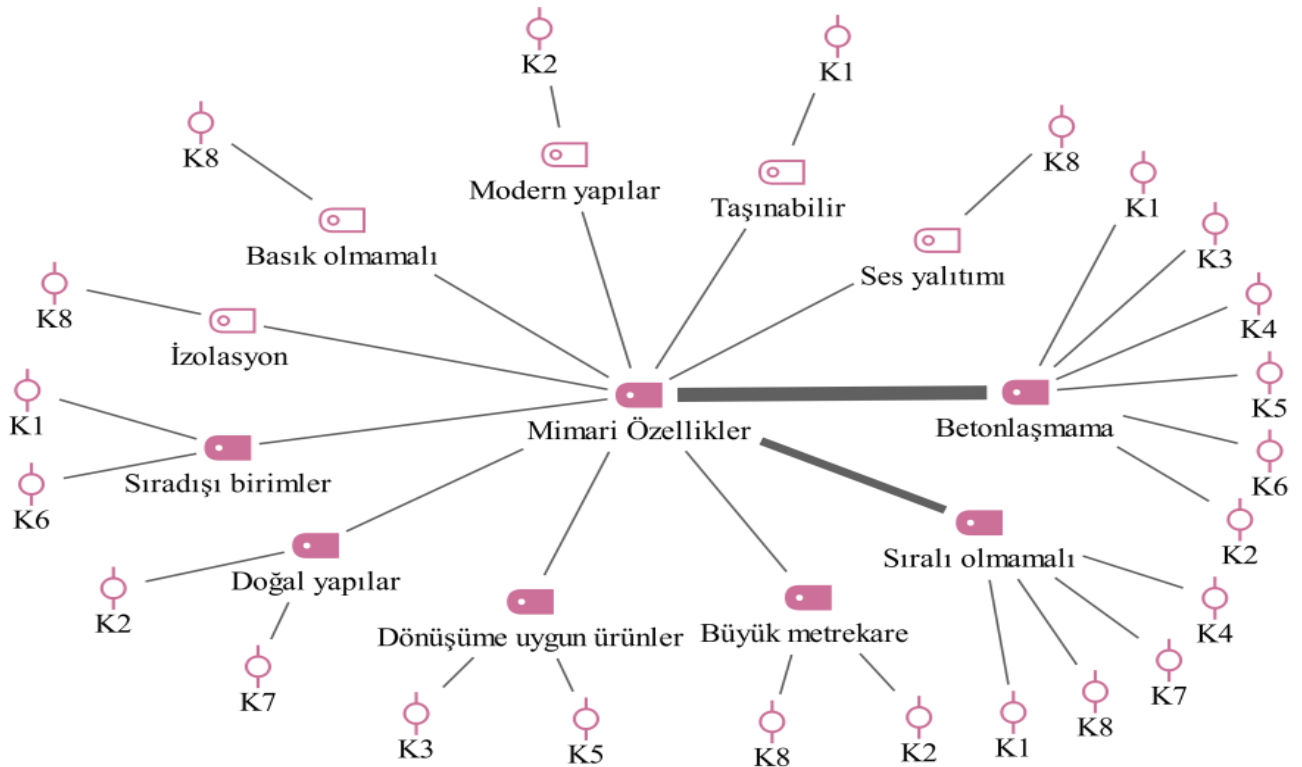
“Benim arazim üç dönüm ve araziye bir tane beton atılmadı çünkü biz bunu çok önemsedik. Bizim işletmemiz tamamen ahşap üzerine kurulu. Mesela ben işletmeme yangın riski yüksek olduğu için sigorta yaptıramıyorum. O kadar tehlikeli yani öyle söyleyeyim...” (K8)

Katılımcılar, işletme ziyaretçilerinin de genel olarak çevreye duyarlı kişiler olduğunu düşünmektedirler. Ancak bazı katılımcılar yine de çevreye duyarlı olmayan ziyaretçilerinin de olduğunu ifade etmişlerdir.

“Yüzde vererek söyleyeyim misafirlerimizin %70’i %80’i doğaya saygılı kişiler. Bunu gözlemliyoruz. Doğaya saygılı, kamp ortamına uyumlu, zaten bunu seven, bunu arayan, bunu isteyerek gelen kişiler... Yani misafirlerimiz daha önce tecrübe etmese de bunu seven veya buna istekli olan ve uyuma hazır bir kitle... ancak misafirlerimizin çok az bir bölümü yani %10’luk bir kısmı son derece uyumsuz, daha çok böyle nereye geldiğini bilincinde olmadan gelen kişiler. Yani bir şehir oteli ile bir glampingi birbirine kolaylıkla karıştırabilecek şekilde davranışa sahip olan kişiler.” (K1)

“Türkiye ve yabancı misafirler olarak ayırıyorum. Çağımız teknoloji çağı, dolayısıyla bizim genelde misafirlerimizin tabii bunun böyle ölçüp biçip matematik olarak bir hesabını yapmadım ama ben net söylüyorum %70-%80 arası fotoğraf için geliyor... Dolayısıyla böyle bir grupta çevre ve çevre ile ilgili bir şey beklemiyoruz. Çünkü mesela biz diyoruz ki çevrede sigara içilmeyecek, sigara izmariti yerlere atılmayacak. Her bir odada evimizde işte ilave çöp poşetlerimiz var. Hatta bazı evlerimizde hem dışarıda hem içeride çöp var. Misafirlerimize çöpünüz şeyiniz varsa atmanız gerekiyor diyoruz. Ama biz genel olarak çok fazla izmarit de topluyoruz yerlerden, sağdan soldan çöp de topluyoruz. Yabancılar birazcık daha farklı onlar bilerek geliyorlar buraya.” (K7)

Şekil 5. Glamping mimarisine ilişkin kod-alt kod modeli



Şekil 5’te katılımcıların glamping mimarisi hakkındaki ifadeleri yer almaktadır. Elde edilen bulgulara göre glamping mimarisinde en önemli olan unsurun betonlaşmama olduğu anlaşılmaktadır. Aynı zamanda birimlerin sıralı şekilde olmaması başka bir deyişle birimlerin alanda dağınık şekilde konumlanması gerektiği ifade edilmiştir. Birimlerin metrekarelerinin büyük, doğal yapıda, sıra dışı ve dönüşüme uygun olması gerektiği ise elde edilen diğer önemli bulgulardır.

Katılımcılara ayrıca glamping mimarisi ile sürdürülebilirlik arasındaki ilişkiyi belirleme amacıyla soru yöneltilmiştir. Katılımcılardan elde edilen bilgiler doğrultusunda sürdürülebilirlik ilişkisi teması altında sürdürülebilirliğe farkındalık, sürdürülebilirliğe elverişli ve sürdürülebilirliği destekler kategorileri oluşmuştur. Bu bağlamda glamping mimarisi ve sürdürülebilirlik arasındaki ilişkiye yönelik verilen yanıtlara göre oluşturulmuş belge temelli kod ilişkiler tablosu Tablo 4’de gösterilmiştir.

Tablo 4. Glamping mimarisi ve sürdürülebilirlik ilişkisi

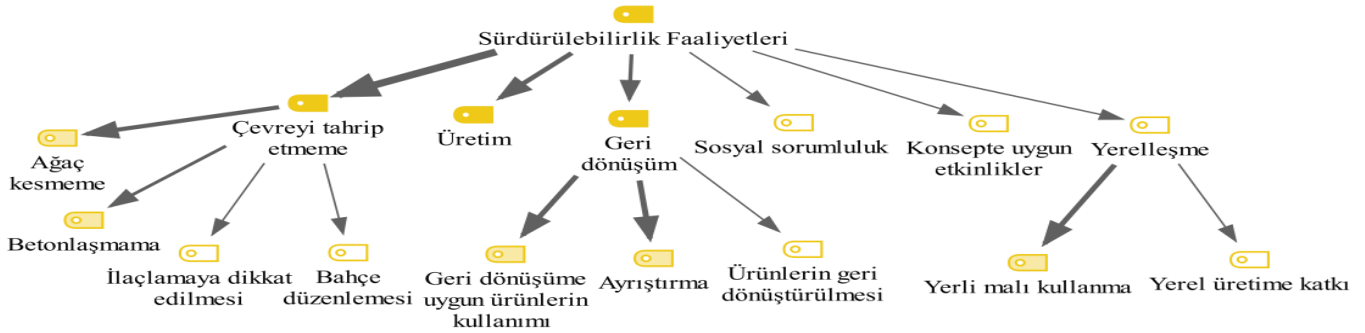
	Sürdürülebilirliğe farkındalık	Sürdürülebilirliğe elverişli	Sürdürülebilirliği destekler
✓ Mimari Özellikler			
Betonlaşmama	■	■	■
Sıralı olmamalı		■	■
Büyük metrekare		■	■
Dönüşüme uygun ürünler	■		■
Doğal yapılar		■	
Sıradışı birimler	■	■	
Ses yalıtımı			■
İzolasyon			■
Basık olmamalı			■
Modern yapılar		■	
Taşınabilir		■	

Tablo 4, glamping mimarisindeki ifadeler ile sürdürülebilirlik arasındaki ilişkiyi göstermektedir. Sürdürülebilirliğe farkındalık sağlaması ile glamping mimarisinin betonlaşmama özelliği arasında en yüksek ilişkinin olduğu görülmektedir. Ayrıca mimaride dönüşüme uygun ürünler kullanımı ve sıra dışı birimlerin bulunması da sürdürülebilirliğe farkındalık kazandıran diğer boyutlardır. Glamping mimarisinin yine betonlaşmamaya ek olarak kurulan birimlerin sıralı olmaması ve doğal yapıda olması özellikleriyle sürdürülebilirliğe elverişlilik açısından aralarında en yüksek ilişkinin olduğu görülmektedir. Son olarak glamping mimarisini oluşturan çoğu özellik ile sürdürülebilirliği desteklemesi arasında ilişkinin olduğu görülmektedir. Ayrıca bazı katılımcılar (K4 ve K7) glamping mimarisinin sürdürülebilirlik ile direkt olarak ilişkisinin olmadığını ifade etmişlerdir. Konuya ilişkin katılımcıların ifadeleri şöyledir;

“İşletme yöneticilerinin ve işletmeye gelen kişilerin ihtiyaçlarına göre değişebiliyor.. Ama işletmenizin kendi açınızdan sürdürülebilir yapabilmek adına da gelen talepleri de değerlendirmek zorundasınız. Mesela biz hiç televizyon koymadık dört yıldır ama Wi-Fi koymak zorundayız. Çünkü herkes işini şu an internet üzerinden yapıyor. Glamping dediğiniz zaman lüks bir anlayış sunduğumuz için bazı şeyleri bozarak da hizmet sağlıyorsunuz. Mesela klima.. tamam ekolojik olsun her şey, güneş enerjisi ile olsun işte ekelim biçelim çok güzel.. ama müşteri diyor ki yanıyorum yani, bana yetmiyor rüzgar. O zaman klima koymak zorundasınız, elektriği kullanmak zorundasınız. Doğanın içerisinde bunu sağlayabilirsiniz tamamen doğal bir şekilde yani.. tamamen ekolojik olarak çalışan işletmeler de var ama onun sürdürülebilirliği bizim çağımızda çok mümkün değil. İnsanlar konfora çok alıştığı için çok mümkün değil.” (K4)

“Glamping tesisleri normal şartlar altında sürdürülebilirliğe olanak sağlar. Belki önümüzdeki orta uzun vadede devlet ya da resmi erkler eko turizm gibi bir kanun tasarısı yapabilir. Dolayısıyla bu şekilde büyük araziler içerisine kurulmuş tesislerin kendi kaynaklarını kendi üretimlerini sağlayacak altyapılar kurulmasını zorunlu hale getirecek birtakım şeyler yapılabilir. Şu an da yok öyle. O yüzden bir kolerasyon yok şu anda.. Glamping diye baktığımızda çoğu tesisin elektriği de suyu da diğer kullanılan şeyleri de bizim gibi normal tükettiğimiz şekilde sağlanıyor. Hani yüz tanenin kaç tanesi kendi elektriğini kend üretir, kendi suyunu geri dönüştürebilir olarak kullanır, işte attığını farklı şekillerde değiştirebilecek bir alt yapısı var. Çok fazla yoktur yani, %1’i geçmez.” (K7)

Şekil 6. Sürdürülebilirlik faaliyetlerine ilişkin hiyerarşik kod-alt-kod modeli

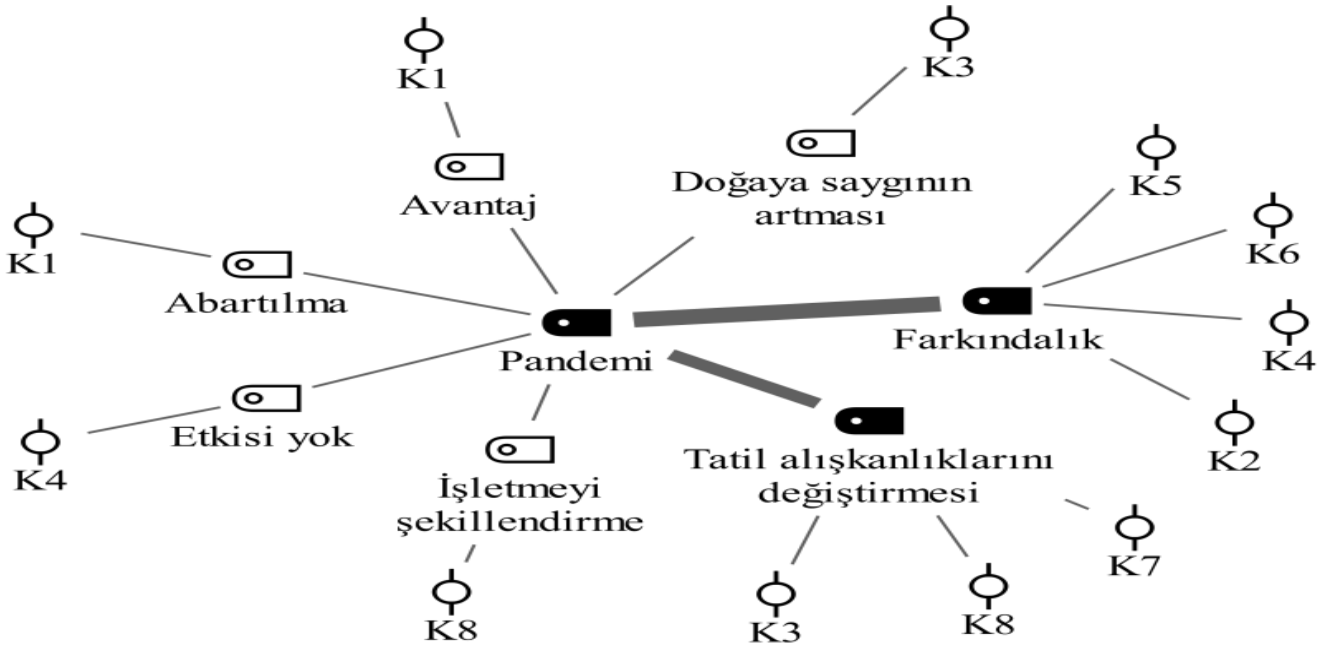


Şekil 6’ya göre işletmelerin sürdürülebilirlik adına yaptığı faaliyetler genel olarak çevreyi tahrip etmeme, üretim yapma, geri dönüşüm, sosyal sorumluluk projeleri gerçekleştirme, konsepte uygun etkinlikler düzenleme ve yerelleşme faaliyetleri olduğu görülmektedir. İşletmelerin çevreyi tahrip etmeme adına yaptıkları faaliyetlerden en sık olanları buldukları alandaki hiçbir ağacı kesmemeleri ve hiç betonlaşma yapmamalarıdır. Ayrıca kullanılan ürünlerin geri dönüşüme uygun ürünler olduğu ve atıklarını olabildiğince ayrıştırdıkları görülmektedir. İşletmeler, konumlandıkları alandaki bahçelerinde meyve-sebze üretimi yapmakta ve yerelleşmek adına da diğer satın aldıkları ürünlerin yerli malı olmasına dikkat etmektedirler. İşletmeler misafirlerini ağırlarken gerçekleştirdikleri etkinliklerin konseptleriyle uygun olmasına dikkat etmektedir. Bu bağlamda yapılan etkinlikler ise doğa yürüyüşleri, bisiklet gezintileri, meyve-sebze toplama, gürültüsüz yumuşak müzik dinletileri vb. etkinliklerdir. Son olarak, diğer uygulamalardan farklı olarak bazı işletmelerin sürdürülebilirlik adına farkındalık olabilmesi için bazı sosyal sorumluluk uygulamaları gerçekleştirdiği görülmektedir. Konuya ilişkin katılımcı ifadeleri şöyledir;

“Günlük olarak her gün yapamasak da belirli günler çıkıp sokakta çöp toplama, deniz kenarını temizleme gibi etkinlikler yapıyoruz. Yani elimizden geldiği kadar bir şeyleri öğretmeye çalışıyoruz umarım da başarılı oluyoruzdur.” (K4)

“Çöp konusunda mesela geçen yıl bize Almanya’dan misafirler gelmişti. Onlar da orada çevre projeleri yürütüyor. Hep birlikte yakın çevrede yapabildiğimiz kadar çöp toplama ve çevre düzenleme projesi yaptık. Bu şekilde tabii ki duyarlılığımızı olabildiğince elimizden geldiğince yapmaya çalışıyoruz.” (K2)

Şekil 7. Kovid-19 pandemisinin işletmelere etkisine ilişkin kod alt kod modeli



Şekil 7’de Kovid-19 pandemisinin glamping işletmelerine etkisine yönelik katılımcı ifadeleri yer almaktadır. Elde edilen bulgulara göre pandemi sürecinde glamping işletmelerine olan farkındalığın arttığı anlaşılmaktadır. Ayrıca pandeminin kişilerin tatil alışkanlıklarında değişikliğe de neden olduğu elde edilen diğer önemli bir bulgudur. Ek olarak bir katılımcı kendisinde pandeminin bir glamping işletmesi açmaya yönelik bir motivasyon olmadığını fakat işletmesini şekillendirirken çok büyük bir etken olduğunu ifade etmiştir.

“Pandemi başladığında biz bu işletmeyi kurmamıştık. Zaten işletmeyi yaparken de bunu göz önüne aldık. İşletmeyi pandemiden önce yapsaydım belki yirmi tane çadır koyacaktım. Ama pandeminin etkisiyle birlikte çadırımı yarıya düşürüp on tane kurdum. Bunun sebebi de pandemi yani. Glampinge yönelmeme etki değil kesinlikle, ama işletmemi şekillendirirken baz aldığım en büyük şeylerden biri kovid-19’du.” (K8)

Bir katılımcı ise pandeminin glamping işletmelerine konseptleri gereği diğer klasik konaklama işletmelerinin aksine bir avantaj sağladığını, fakat bu durumun medyada olduğundan daha fazla abartılarak öne çıktığını aslında kendilerinin de kötü bir dönemden geçtiklerini ifade etmiştir.

“Medyanın böyle göstermeyi sevdiğini fark ettik biz. Biz de aslında ilk başta bizim için iyi bile olabilir gibi diye düşündük. Ama maalesef ki hiç öyle olmadı. Tam tersi biz çok çok kötü bir 2 yıl geçirdik. Evet insanların evden çıkış motivasyonu zaten yoktu. Çıkmaya karar verenlerin yer tercihlerinde ise biz avantajlıydık. Bir gazete bayramda geldi işte dedi ki haber yapmak istiyorum falan. Ben de sevindim yani glampingle ilgili bir şey yapılacak. Bana dedi ki bayramı çok dolu geçirdiğinizle ilgili bir haber olacak, bayram haftası halkın karavan kampına ilgisi büyüktü falan gibi. Yani evet biz doluyuz ama sen bunu nereden biliyordun ki daha bayram yeni başlamıştı üstelik arife günüydü.. Biraz o haberlerin şişirildiğini düşünüyorum. Evet biz avantajlıydık diğer konaklama tesislerine göre ama abartıldığı kadar da değil.” (K1)

Sonuç

Katılımcılardan elde edilen bulgulara göre glamping genel olarak; “Klasik otel işletmelerinden ve kamp yapmaktan farklı fakat temelinde mutlaka kamp yapmayı barındıran hem doğa içerisinde hem de temel ihtiyaçlara

kolaylıkla ulaşabilecek mesafede olan, birimlerinin taşınabilir ve estetik olduğu fakat sıralı konumlanmadığı, misafirlere 12 ay boyunca konforlu ve lüks deneyimler sunabilen, sürdürülebilirliğe önem veren doğa dostu alternatif bir konaklama şekli” olarak ifade edilebilir.

İşletmelerin faaliyete başlama dönemi çoğunlukla 2021 yılı olduğu görülmektedir. Bu bağlamda özellikle İzmir’de glamping işletmelerinin yeni kurulmaya başlandığı ve bu işletmelere yönelik talebin artmaya başladığı anlaşılmaktadır. Benzer bir şekilde alanyazında Türkiye’de glamping kavramının yeni geliştiği ve bu bağlamda glamping işletmelerinin nispeten yeni kurulduğu görülmektedir (Birdir vd., 2015; Çelik vd., 2017; Düzgün, 2021). Glamping işletmelerine olan talebin artmasında Kovid-19 pandemisinin etkisi yadsınamazdır. Elde edilen bulgulara göre; pandemi kişilerin tatil anlayışlarının değişmesine neden olmuştur. Bu değişiklik ile birlikte kişiler pandemi koşullarına uygun tatil fırsatları aramışlar ve bu sayede glamping işletmelerine yönelik farkındalık artmıştır. Benzer bir şekilde Kovid-19 pandemisinin kişilerin glamping tesisleri gibi işletmelere yönelmesinde etkili olduğunu ifade eden çalışmalar bulunmaktadır (Craig & Karabas, 2021; Cebeci, 2021; Kim vd., 2021; Zorlu vd., 2022).

Glamping işletmesinde konaklayan kişilerin çevreye karşı duyarlı olduğu, kalış sürelerinin işletmeden işletmeye farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca, çalışmadan elde edilen bulgulara göre işletmelerde konaklayan kişilerin demografik özellikleri ile alanyazındaki glamping işletmelerini tercih eden kişilerin demografik özellikleri genel olarak benzer özellikler gösterdiği görülmektedir (Birdir vd., 2015; Çelik vd., 2017; Olcay & Turhan, 2017; Cvelić-Bonifačić vd., 2017; Gökteş ve Kızırmak, 2017; Düzgün, 2021). Her ne kadar benzer sonuçlar bulunsa da, Olcay ve Turhan (2017) Muğla ve Antalya’da yaptıkları araştırmada glamping işletmelerinden konaklayan kişilerin yerlilerden ziyade daha çok yabancılar olduğu bulgusuna ulaşmıştır. Oluşan bu farklılığın araştırmaya konu olan şehirlerin farklılığından dolayı olduğu düşünülmektedir.

Araştırma sonuçlarına göre, glamping mimarisinin betonlaşmadan uzak, doğal, sıra dışı, geniş bir alanda dağınık konumlanan birimlerinin olması ve kullanılan ürünlerin dönüşüme uygun olması gerekmektedir. Ayrıca, glamping işletmelerinin mimari özellikleri sayesinde sürdürülebilirlik kavramıyla doğrudan bir ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Fernandes vd., (2021) yaptıkları araştırmada sürdürülebilir turizm kapsamında glamping işletmelerinin bir turizm destinasyonunun sürdürülebilir gelişimi için en etkili araç olarak turizm endüstrisinde bir inovasyon örneği olduğunu, aynı zamanda bu işletmelerde sürdürülebilir kalkınma ilkelerinin uygulandığını vurgulayarak glamping tesislerindeki sürdürülebilirliğin hem günlük süreçlerinde hem de inşaat ve malzeme seçimlerindeki politika ve uygulamalarıyla ölçüldüğünü ifade etmişlerdir. Ardıç Yetiş (2021) Kapadokya Bölgesi’nde kamp işletmecileri ile yaptığı araştırmaya göre, kamp işletmelerinin sürdürülebilir bir anlayışa sahip olduğu sonucuna ulaşmıştır. Bu bağlamda sadece glamping işletmelerinin değil, glamping kavramının ortaya çıkmasına katkı sağlayan klasik kamp tesislerinin de sürdürülebilirlik kavramına önem verdiği çıkarımı yapılabilir. Ayrıca işletme yetkilileri bireysel olarak da çevresel duyarlılıklara sahip, tesislerin kurulum aşamasından işletimine kadar tüm süreçlerde çevresel kaygıları gözetken kişilerdir. Bu bağlamda işletmeciler tesislerinde betonlaşmaya gitmeyerek, var olan ağaçları kesmeyerek, geri dönüşümü destekleyerek, yerel üretime önem vererek, kendi bahçelerinde meyve-sebze üretimi yaparak sürdürülebilirliğe katkıda bulunmaktadırlar. Benzer bir şekilde Önem (2019) yaptığı araştırmada İzmir’deki glamping işletmecilerinin yaptıkları uygulamalarda doğaya zarar vermektan kaçındıkları ve olabildiğince kendi bahçelerinde üretim yaptıklarına değinmiştir.

Glamping tesisleri gelişmeye devam eden işletmelerdir ve bu tesisler kişiler tarafından yeni deneyimlenmeye başlamıştır. Bireysel olarak da çevreye duyarlı olan kişilerin glamping tesislerine olan ilgisini artırabilmek ve dolayısıyla glamping işletmelerinin de gelişebilmesi için işletmelerin tanıtım faaliyetlerine daha fazla önem vermeleri önerilmektedir. Özellikle sosyal medya reklamlarının ve paylaşımlarının işletme tanıtımlarında daha hızlı ve etkili olacağı düşünülmektedir. Bu bağlamda sosyal medya üzerinden yapılabilecek farkındalık çalışmaları gibi pratik uygulamalara ihtiyaç vardır. Diğer konaklama işletmelerine göre konsepti gereği çevre dostu uygulamaları daha kolay benimseyebilen glamping işletmeleri sürdürülebilir turizm kavramına katkı sağlamada önem arz etmektedir. Aynı zamanda bu işletmeler yaptıkları tüm faaliyetlerle buldukları bölgeye ekonomik katkılar da sağlamaktadır. Bu noktada yerel yönetimlerin glamping işletmelerinin faaliyetlerini daha ileriye taşıyabilmeleri için çeşitli uygulamalar ve teşviklerle desteklemeleri gerekmektedir. Bu sayede hem işletmeler faaliyetlerini geliştirebilecek hem de bölgesel kalkınmaya destek sağlanacaktır.

Turizm endüstrisinde sürdürülebilirlik adına yapılmış birçok çalışma bulunmaktadır. Ancak glamping türü konaklama ile ilgili yapılan çalışmaların sınırlı oluşu ve bu konaklama türünün kendine has özelliklerinin bulunması gibi nedenlerle çalışmanın teorik olarak sürdürülebilir turizm ve sürdürülebilir konaklama kavramlarına katkı sağladığı düşünülmektedir.

Bu araştırma nitel bir araştırma olup, sadece İzmir’de faaliyet gösteren glamping işletmelerindeki yetkililerin bakış açılarını ele almaktadır. Ayrıca, çalışmada bazı sınırlılıklar bulunmaktadır. Bunlardan ilki İzmir’de bulunan tüm glamping tesisleriyle görüşülmek istenmiş fakat iş yoğunluğu nedeniyle sadece 8 adet işletme yöneticisiyle görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler zaman kıtası ve işletme mesafelerinin birbirinden farklı konumlanması nedeniyle çevrimiçi olarak gerçekleştirilmesi ise diğer bir sınırlılıktır.

Gelecek araştırmalar nicel veya karma bir desenin benimsenmesiyle daha genellenebilir sonuçlar ortaya konulabilir, belirli bir bölge ya da Türkiye’den tesisler seçilerek şehrsel ya da bölgesel farklılıklar incelenebilir, işletme düzeyinde yapılan farklı sürdürülebilirlik uygulamaları araştırılarak çalışmanın kapsamı genişletilebilir. Ayrıca, glamping işletmelerinde konaklayan kişilerin çevresel farkındalıkları ve sürdürülebilirlik tutumları incelenebilir. Mevcut glamping işletmelerinin yaşadığı sorunların belirlenmesi bu tesislerin gelişimi açısından önem arz edeceği düşünülmektedir.

Beyan

Makalenin tüm yazarlarının makale sürecine verdikleri katkı eşittir. Yazarların bildirmesi gereken herhangi bir çıkar çatışması yoktur. Bu araştırma İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi Sosyal Araştırmalar Etik Kurulunca etik açıdan uygun bulunmuştur (Karar No: 2022/12-02)

KAYNAKÇA

- Alkan, C. (2015). Sürdürülebilir turizm: Alaçatı destinasyonuna yönelik bir uygulama. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 10(40), 6692-6710. <https://doi.org/10.19168/jyu.36395>
- Ardıç Yetiş, Ş. (2021). Kapadokya’da turistik ürün olarak kamping mi glamping mi?. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 131-148.

- Barebones, (2013). History of the glamping movement. <https://blog.glamping.com/history-of-the-glamping-movement/> (Erişim Tarihi: 11.07.2022).
- Beyhan, Ş. G., & Ünügür, S. M. (2005). Çağdaş gereksinimler bağlamında sürdürülebilir turizm ve kimlik modeli. *İTÜ Dergisi Seri A: Mimarlık, Planlama, Tasarım*, 4(2), 79-87.
- Birdir, K., Unur, K. & Dalgıç A. (2015). Türkiye ve dünya’da kamping ve yeni bir turistik ürün olarak ‘Glamping’. *1. Eurisia International Tourism Congress: Current Issues, Trends and Indicators (EITOC-2015)*, 28-30 Mayıs 2015, Konya/Türkiye, Vol. 2, 168-177.
- Brochado, A., & Brochado, F. (2019). What makes a glamping experience great?. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 10(1), 15-27. <https://doi.org/10.1108/JHTT-06-2017-0039>
- Brochado, A., & Pereira, C. (2017). Comfortable experiences in nature accommodation: Perceived service quality in glamping. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 17, 77-83. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2017.01.005>
- Campking. (2022). Glamping history. <https://www.campking.in/history-of-glamping/> (Erişim Tarihi: 10.07.2022).
- Cebeci, H. (2021). *Covid-19 Salgını Sonrasında Güncellenen Turizm Algısının Glamping Turizmine Etkisi Üzerine Bir Araştırma: Giresun Örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Giresun Üniversitesi, Giresun, Türkiye.
- Coşgun İlgar, S., & İlgar, M. Z. (2014). Nitel veri analizinde bilgisayar programları kullanılması. *İZÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(5), 31-78.
- Craig, A. C., & Karabas, İ. (2021). Glamping after the coronavirus pandemic. *Tourism and Hospitality Research*, 21(2). <https://doi.org/10.1177/1467358421993864>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. (Fifth Edition). Sage.
- Cvelić-Bonifačić, J., Milohnić, I., & Cerović, Z. (2017). Glamping–creative accommodation in camping resorts: insights and opportunities. *ToSEE–Tourism in Southern and Eastern Europe*, 4, 101-114.
- Çelik, N., Bahar, O., & Tatar, S. (2017). Kırsal kalkınmada glamping turizminin rolü: Club amazon bördübet örneği. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(51), 1282-1287. <http://doi.org/10.17719/jisr.2017.1855>
- Çiçek, H., Demirel, M., & Onat, K. O. (2010). İşletmelerin web sitelerinin değerlendirilmesine ilişkin bir araştırma: Burdur ili örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(3), 187-206.
- Demir, C., & Çevirgen, A. (2006). *Turizm ve Çevre Yönetimi Sürdürülebilir Çevre Yaklaşımı*. Ankara: Nobel.
- Düzgün, E. (2021). Pandemi sonrası yeni turist tercihi: Glamping turizmi. *ODÜ Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 11(1), 145-158.
- Erlanson, D. A., Harris, E. L., Skipper, B. L. & Allen, S. D. (1993). *Doing Naturalistic Inquiry: A Guide to Methods*. Sage.
- Fernandes, S., Ferreira, D., Alves, T., & de Sousa, B.M.B. (2021). *Glamping And The Development of Sustainable Tourism: A Portuguese Case Study*. In: Lubowiecki-Vikuk, A., de Sousa, B.M.B., Đerčan, B.M., Leal Filho,

- W. (eds) Handbook of Sustainable Development and Leisure Services. World Sustainability Series. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-59820-4_14
- Filipe, S., Santos, C. A., & Barbosa, B. (2018). Tourists' motivations and obstacles for choosing glamping: An exploratory study. *CBU International Conference*, 6, 113– 119. <https://doi.org/10.12955/cbup.v6.1142>
- Garrod, B., & Fyall, A. (1998). Beyond the rhetoric of sustainable tourism. *Tourism Management*, 19(3), 199-212. [https://doi.org/10.1016/s0261-5177\(98\)00013-2](https://doi.org/10.1016/s0261-5177(98)00013-2)
- GlampingHub. (2022). What is Glamping?. <https://glampinghub.com/what-is-glamping> (Erişim Tarihi: 19.06.2022).
- GlampingHub. (2019). From camping to glamping: History and evolution. <https://glampinghub.com/blog/history-of-glamping/> (Erişim Tarihi: 10.07.2022).
- Glampsource. (2022). History of glamping. <https://glampsource.com/en/histoire-du-glamping/> (Erişim Tarihi: 10.07.2022).
- Google Trends. (2022). <https://trends.google.com.tr/trends/explore?date=2017-01-01%202021-12-31&geo=TR&q=glamping>
- Göktaş, L. S., Çetin, G., & Kızılırmak, İ. (2017). Özel İlgi Turizmi Olarak Glamping Turizminin Mevcut Durumu: Bir Örnek Olay Analizi Araştırması, 4. *Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi (9 – 12 Kasım)*, Kuşadası, Aydın
- Göktaş, L. S., & Kızılırmak, İ. (2017). Bolu yedigöller milli parkı'nın glamping turizmi potansiyeli açısından değerlendirilmesi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(4), 43-51.
- Juffermans. (2016). History of glamping. [https://www.glamxperience.com.au/when-did-people-start-to-glamp/#:~:text=History%20of%20Glamping&text=During%20the%2016th%20and%2017th,\)%2C%20chandeliers%20and%20silk%20fabrics](https://www.glamxperience.com.au/when-did-people-start-to-glamp/#:~:text=History%20of%20Glamping&text=During%20the%2016th%20and%2017th,)%2C%20chandeliers%20and%20silk%20fabrics) (Erişim Tarihi: 10.07.2022).
- Kabourakis, G. (2017). Glamping introduction and an off grid, sustainable glamping version. https://www.academia.edu/31549392/Glamping_intro_and_an_off_grid_sustainable_glamping_version (Erişim Tarihi: 19.06.2022).
- Kim, Y-J., Lee, S., & Son, Y. (2021). Changes and applications of rural tourism in the post covid-19 era through social data analysis. *Journal of The Korean Society of Rural Planning*, 27(4), 43-54. <https://doi.org/10.7851/ksrp.2021.27.4.043>
- Konak, S., & Özhasar, Y. (2019). Türkiye'deki glamping işletmelerinin web site içeriklerinin analizi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(2), 937-949. <https://doi.org/10.21325/jotags.2019.400>
- Kuhlman, T., & Farrington, J. (2010). What is sustainability?. *Sustainability*, 2(11), 3436-3448. <https://doi.org/10.3390/su2113436>
- Kuş, E. (2006). *Bilgisayar Destekli Nitel Veri Analizi*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi, Ankara, Türkiye.

- Lu, J., Wang, X., Dai, Z., Chen, G., & Feng, Y. (2021). Antecedents of customer WOM in glamping: The critical role of original ecology. *International Journal of Hospitality Management*, 95, 102919. <https://doi.org/10.1016/J.IJHM.2021.102919>
- Lucivero, M. (2012). Camping and open-air tourism: An opportunity for sustainable tourism in coastal areas. In 6th Conference of the International Forum on Urbanism (IFoU) TOURBANISM, Barcelona. Delft: *International Forum on Urbanism*, 1-9.
- Meriç, S., Subaşı, A., & Şahin, S. (2021). Van gölü havzasının glamping turizmi potansiyeli. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 53, 401-418. <https://doi.org/10.53568/yyusbed.1003697>
- Milohnić, I., Cvelić Bonifačić, J., & Licul, I. (2019). Transformation of camping into glamping—trends and perspectives. *Tourism in South East Europe*, 5, 457-473. <https://doi.org/10.20867/tosee.05.30>
- Olçay, A. & Turhan, U. (2017). Türkiye’de glamping hizmeti veren işletmelerin sahip ve yöneticilerinin “yeni turizm trendi glamping” ile ilgili görüşleri (muğla ve antalya örneği). *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 16(4), 980-996. <http://doi.org/10.21547/jss.314773>
- Önem, B. (2019). *Glamping İşletmecilerinin Özgeci Davranışları ve Psikolojik İyi Oluş Düzeylerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, Türkiye.
- Perkins, N., & Twose, S. (2015). *On The Edge Glamping: Design Investigations in The New Zealand Landscape*. Victoria University of Wellington.
- Sakáčová, K. L., (2013). *GLAMPING – Nature Served on Silver Platter*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Aalborg Üniversitesi, Aalborg, Danimarka.
- Swarbrooke, J. (1999). *Sustainable Tourism Management*. Cabi.
- The Glamping Association. (2022). The history of glamping. <https://www.glampingassociation.co.uk/history-of-glamping.php> (Erişim Tarihi: 19.06.2022).
- Tüter, D. N., Duran, E., Yıldırım, H. M., & Eryücel, Ö. (2018). *Sürdürülebilir Turizmde Yeni Trend Glamping Turizmi: Çanakkale Örneği*. In F. Alaeddinoğlu, E. Cihangir, ve M. Şeremet (Eds.), *The Congress Book of Full Texts-IWACT 2018* (pp. 205-216). Paradigma.
- UNESCO. (2012). Education for sustainable development: sourcebook. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000216383?posInSet=1&queryId=dc13f45c-0fa6-484d-be79-94656568be41> (Erişim Tarihi: 09.07.2022).
- Vatan, A. & Poyraz, M. (2016). Nasıl sürdürülebilir otel olunur?. *ÇATALHÖYÜK Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1, 15-30.
- Vrtodušić Hrgović, A. M., Cvelić Bonifačić, J. & Licul, I. (2018). Glamping—new outdoor accommodation. *Ekonomika Misaoi Praksa*, 2, 621-639.
- Waas, T., Hugé, J., Verbruggen, A., & Wright, T. (2011). Sustainable development: A bird’s eye view. *Sustainability*, 3(10), 1637-1661. <https://doi.org/10.3390/su3101637>

- Yavuz, V. A. (2010). Sürdürülebilirlik kavramı ve işletmeler açısından sürdürülebilir üretim stratejileri. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(14), 63-86.
- Yetgin Akgün, D., & Ünal, İ. (2021). Glamping işletmelerine ilişkin tripadvisor'daki çevrim içi yorumların içerik analizi ile değerlendirilmesi. *Journal of Gastronomy, Hospitality, and Travel*, 4(2), 199-214. <https://doi.org/10.33083/joghat.2021.68>
- Yıldırım, G., & Erkiş, E. (2019). An overview of glamping tourism within the context of the middle east tourism: The case of turkey. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 6(4), 475-489. <https://doi.org/10.31771/jrtr.2019.48>
- Zorlu, K., Tuncer, M., & Taşkın, G. A. (2022). The effect of COVID-19 on tourists' attitudes and travel intentions: An empirical study on camping/glamping tourism in Turkey during COVID-19. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*. <https://doi.org/10.1108/JHTI-02-2022-0069>

Sustainability in the Hospitality Industry: The Example of Glamping Facilities**Buğcan GÜVENOL**

İzmir Kâtip Çelebi University, Faculty of Tourism, İzmir/Turkey

Simge KÖMÜRCÜ SARIBAŞ

İzmir Kâtip Çelebi University, Faculty of Tourism, İzmir/Turkey

Extended Summary

Different attractions are needed for the development of tourism in a destination. The natural environment is also of great importance among these attractions. For this reason, it is important for the continuity of the resources to use the existing resources without being destroyed as much as possible. The increase in the sensitivity of today's tourists to the environment has affected their purchasing behavior as well as their accommodation preferences. The Covid-19 pandemic, which has affected the whole world, has also changed tourists' holiday habits. The changing demands and expectations of tourists cause the demand for glamping facilities, which are in a natural environment and suitable for sustainable principles due to their concept away from the crowd, to increase day by day.

Glamping is a concept that emerged with the combination of the words glamorous and camping (Brochado & Pereira, 2017, p. 77). Glamping; It is based on camping but offers more luxurious services than classical camping (The Glamping Association, 2022) so that there are not any unpleasant experiences such as bad weather, cold or wet tents, or uncomfortable beds in classical camping life (Vrtođušić Hrgović et al., 2018, p. 628), adopting the principles of respect for the environment (Lucivero, 2012, p. 3), giving importance to ecology and sustainability (Kabourakis, 2017), offering its visitors an open-air hotel experience (Brochado & Pereira, 2017, p. 77) and various activities and opportunities (Yıldırım & Erkiş, 2019, p. 481) is an alternative type of accommodation (Tüter et al., 2018, p. 205). Glampers who prefer a glamping facility are individuals who intend to engage in nature tourism without sacrificing the necessary minimum comfort and services (Fernandes et al., 2021, p. 220).

Necessary elements to be a sustainable accommodation business; The facilities should be designed in a way that integrates with nature, it is built with products suitable for recycling without harming the environment, gives as little to the environment as possible, and the staff has a high awareness of the environment, cooperation with the local people, and should use water consumption with the innovations and systems used in, and waste management (Vatan & Poyraz, 2016, p. 27-28). In this context, glamping facilities are suitable for sustainable accommodation thanks to their features and different practices. Because glamping facilities, by their nature, are in nature, able to communicate with local people, sensitive to the environment in a multidimensional way, they tend to be sustainable away from concretization in their establishment and development.

İzmir; Thanks to its large natural areas, surface area, climate, and coastal features, it has the potential for glamping facilities and there has been an increase in glamping facilities recently. In this context, it is important both to get to know the glamping facilities and to reveal the general and architectural works of the businesses within the scope of sustainable tourism. In this way, it will contribute to the literature in ensuring the continuity of tourism activities. This study aims to examine the contributions of glamping facilities and glamping architecture in İzmir to provide sustainable accommodation and to reveal the general and architectural studies of facilities within

the scope of sustainability. In this study, in which a qualitative research design was adopted, a semi-structured questionnaire was prepared by creating research questions first. The research questions in the questionnaire were created by the authors according to the information obtained from the literature (Olçay & Turhan, 2017; Çelik et al., 2017; Cvelić-Bonifačić et al., 2017; Düzgün, 2021). For the research, glamping facilities in İzmir constitute the universe of the study. With the purposeful sampling technique, interviews were conducted with 8 glamping facilities in İzmir. Due to the time limit and the workload of the participants, the interviews were held online between 24 May-16 July 2022 for approximately 25-30 minutes. Participants were coded and described in detail as K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7, and K8 to represent each facility and the authorized person of that facility. To process, analyze and visualize the data, the MAXQDA analysis program was used and the data were interpreted with content analysis.

According to the findings obtained from the participants, it is seen that the ages of the participants vary between 24-52. However, it is understood that there is not any general difference in genders and educational levels of the individuals. It is seen that not all enterprises have transformed facilities such as a classic camp into a glamping facility before, and the purpose of their establishment is to open a glamping facility. While the majority of facilities started operation in 2021, the first facility that opened has been operating since 2017. In addition, it is seen that the vast majority of facilities operate for twelve months. However, two facilities stated that they work seasonally since their operating years are new and that they want to provide service for twelve months by providing the necessary preparations. Participants associated the glamping concept with comfort the most. In this theme, other important expressions are; established in nature, where basic needs can be reached, luxury, different from classical camps, and calm words emerge. The motivations of the participants to open a glamping facility are among the most important answers given that the participants generally want comfort in their lives, the type of glamping facility has become a necessity, the importance they attach to nature, and the enjoyment of the glamping facility activities. In addition, the participants stated that while determining the area where they will operate their glamping facilities, they pay attention to being close to the center but still in nature, being a region they know, and in this context, an area suitable for tourism.

Tourists are generally locals, have high education levels, and the average age is young-middle class. Although there is no consensus on the genders of the visitors, it might be also that female visitors tend to go to glamping establishments alone. Similarly, tourists' stay lengths in the facility also vary. In addition, it is among the other findings that the tourists prefer the glamping facility for camping for the first time. The vast majority of participants define themselves as environmentally sensitive and it is understood that they reflect these characteristics in the establishments of their facilities. Only one participant expresses himself as a non-environmentally sensitive person.

It is understood that the most important element in glamping architecture is non-concrete. At the same time, it was stated that the units should not be sequential, in other words, the units should be dispersed in the area. Other important findings are that the square meters of the units should be large, naturally structured, extraordinary, and suitable for recycling. It is seen that there is the highest relationship between awareness of sustainability and the non-concrete feature of glamping architecture. In addition, the use of products suitable for transformation in architecture and the presence of extraordinary units are other dimensions that raise awareness of sustainability. It is seen that there is the highest relationship between the glamping architecture, in addition to the non-concreteness,

and the fact that the units installed are not sequential and have a natural structure, in terms of suitability for sustainability. Finally, it is seen that there is a relationship between most features that make up the glamping architecture and its support for sustainability. In addition, some participants (K4 and K7) stated that glamping architecture is not directly related to sustainability. It is seen that the activities carried out by the enterprises in the name of sustainability are generally not destroying the environment, producing, recycling, realizing social responsibility projects, organizing events by the concept, and localization activities.

According to the latest findings, it is understood that awareness of glamping facilities has increased during the pandemic process. In addition, it is another important finding that the pandemic caused changes in people's holiday habits. One participant stated that the pandemic was not a motivation to open glamping, but it was a huge factor in shaping his facility.

As a result, glamping facilities continue to evolve and they are started to be experienced by tourists. Glamping facilities, which can adopt environmentally friendly practices more easily due to their concept compared to other accommodation facilities, are important in contributing to the concept of sustainable tourism. In addition, participants are individuals who respect nature and pay attention to the environmental compatibility of the practices carried out in the enterprises.

This research is qualitative research and only deals with the authority's perspectives on the glamping facilities operating in Izmir. There are some limitations of this study. The first of these was to meet with all glamping facilities in İzmir, but due to the workload, only 8 facilities' participants were interviewed. Another limitation is that the interviews are conducted online. Because the facilities are located far from each other and there is a time constraint.

It is thought that the study will theoretically contribute to the concept of sustainable tourism. Future research can provide more generalizable results by adopting a quantitative or mixed design, urban or regional differences can be examined by selecting facilities from a particular region of Turkey, and the scope of the study can be expanded by investigating different sustainability practices. In addition, it is thought that determining the problems experienced by the existing glamping establishments will be important for the development of these facilities.

Ek-1: Etik Kurul İzni

T.C.
İZMİR KÂTİP ÇELEBİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL ARAŞTIRMALAR ETİK KURULU

ETİK ONAY BELGESİ

ARAŞTIRMANIN BAŞLIĞI	Konaklama Sektöründe Sürdürülebilirlik: Glamping ve Glamping Mimarisi
SORUMLU ARAŞTIRMACININ ADI SOYADI	Buğcan GÜVENOL
ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ KARAR	Bu çalışmanın amacı, İzmir ilinde bulunan Glamping işletmelerinin ve Glamping mimarisinin sürdürülebilir konaklamaya katkılarının incelenmesi ve sürdürülebilirlik kapsamında işletmelerin yaptıkları genel ve mimari çalışmaların ortaya konmasıdır.
ETİK KURUL KARARI	Yukarıda bilgileri verilen başvuru dosyası ile ilgili belgeler araştırmanın /çalışmanın gerekçe, amaç, yaklaşım ve yöntemleri dikkate alınarak incelenmiş ve araştırmanın / çalışmanın başvuru dosyasında belirtilen kişilerle gerçekleştirilmesinde etik ve bilimsel sakınca bulunmadığına oy birliği ile karar verilmiştir.
KARAR NO	2022/12-02
KARAR TARİHİ	05.07.2022

SOSYAL ARAŞTIRMALAR ETİK KURULU

1. Prof. Dr. Kerem BATIR - Başkan
2. Doç. Dr. M. Ağâh TEKİNDAL – Başkan Yardımcısı
3. Prof. Dr. Çiğdem ÜNAL- Üye (İzinli)
4. Doç. Dr. Aytuğ ARSLAN- Üye
5. Prof. Dr. Esra AKIN- Üye
6. Doç. Dr. Levent ÇETİN- Üye
7. Doç. Dr. Özge KARAEĞE - Raportör
8. Doç. Dr. Mehmet DİRİK- Üye
9. Doç. Dr. İsmail ERKAN- Üye
10. Doç. Dr. Nurcihan KİRİŞ- Üye
11. Doç. Dr. Fatma GÜRİSOY - Üye



Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Belge Doğrulama Kodu: P7EH9FP Belge Takip Adresi: <https://ubs.ikc.edu.tr/ERMS/Record/ConfirmationPage/Index>