

TÜROFED

Araştırma:

Turizm Raporu

3

Araştırma:

Çalışma Sermayesi

Güncel:

Uluslararası Utrecht Turizm Fuarı

Makale:

Turizmde Ekonomik ve Bölgesel Kalkınma

Makale:

Özel İlgi Turizmi Kapsamında Anamur Mağaraları: Bir Turistik Ürün Geliştirme



İçindekiler

TÜROFED

Türkçe Üretkenlik Dergisi yayınıdır

İzmir - Galata

Ahmet BABUÇ

Genel Yayın Yönetmeni
Nesrettin ALKANDEMİR

Editor

Genç SAVRAN

Online Yayıncılık

Yaratıcı Yayıncılık

Özgen İBRAHİM

YAYIN KURULU

Serhat AYDIN

ALID

Anadolu Türkçe Öğretmenleri Derneği

Halek NİSİLOĞLU

ETİK

Ege Turizm Akademik Kurul

HARİP ÖZTÜRK

BOĞAZ

Roulette Öğretmenleri ve İktisadiyatı Derneği

Gülten GÜNER

ALID

Anadolu Türkçe Öğretmenleri Derneği

Sıfırtı DİLMEK

ALID

Okul Müdürlükleri ve İktisadiyatı Derneği

Tayyar ZALMOĞLU

ÇUKUR

Çukurova Türkçe Öğretmenleri Derneği

Gülnar HURDA

KÖRGE

Kıyıda ve Öte Yerde İktisadiyatı Derneği

Ahmet TOK

KARTAL

Raportaj Öğretmenleri ve İktisadiyatı Derneği

Özgen AYIK

Serhat AYDIN

ALID

Anadolu Türkçe Öğretmenleri ve İktisadiyatı Derneği

İlhan AKKOÇ

ALID

Okul Müdürlükleri ve İktisadiyatı Derneği

Tinaz BAYINDIR

ÖZGEN

Tunali Öğretmenleri ve İktisadiyatı Derneği

Yavuz TOBUÑOĞULLARI

ETİK

Fatih Öğretmenleri Derneği

Yazın

ÇUKUR

Okul Müdürlükleri ve İktisadiyatı Derneği

Yaratıcı Yayıncılık

A. Can ELMACI

Okul Müdürlükleri ve İktisadiyatı Derneği

Reklam Koordinatörü

Bergül KOKÇİCEK

Okul Müdürlükleri ve İktisadiyatı Derneği

Genel Yayıncılık

Genel Yayıncılık

GRAPHX

Genel Yayıncılık

Genel Yayıncılık

Genel Yayıncılık

Genel Yayıncılık

Genel Yayıncılık

Genel Yayıncılık

Genel Yayıncılık

Genel Yayıncılık

Genel Yayıncılık

Genel Yayıncılık

Genel Yayıncılık

Genel Yayıncılık

Genel Yayıncılık

Genel Yayıncılık

Genel Yayıncılık

Genel Yayıncılık

Genel Yayıncılık

Genel Yayıncılık

Genel Yayıncılık

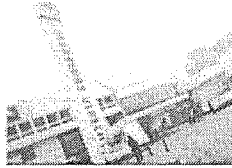
Genel Yayıncılık

Genel Yayıncılık



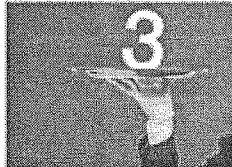
Haber:
2011'DE Hedef: 31 Milyon
Turist, 25 Milyar Dolar Gelir

06



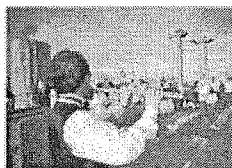
Güncel:
Uluslararası Utrecht Turizm
Fuarı'nı 122 Bin Kişi
Ziyaret Etti

34



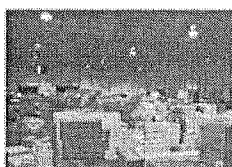
Rapor:
TÜROFED 3. Turizm
Raporunu Açıkladı

38



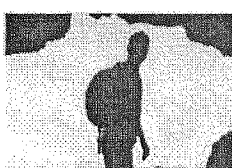
Makale:
Turizmde Ekonomik ve
Bölgesel Kalkınma

49



Araştırma:
Çalışma Sermayesi

61



Makale:
Özel İlgi Turizmi Kapsamında
Anamur Mağaraları:
Bir Turistik Ürün Geliştirme

67

www.turofeddergi.com • info@turofeddergi.com

Bu dergide yayımlanan tüm yazıların yasal sorumluluğu yazarlarına aittir.

İnterbasım Yayın ve Ambalaj San. Tic. Ltd. Şti. tesislerinde 5000 adet basılmıştır.

Özel İlgi Turizmi Kapsamında Anamur Mağaraları:

Bir Turistik Ürün Geliştirme

Günümüzde turizm tüm dünyada gelişmektedir. Toplumlar arası ilişkilerin ilerlemesinde ve var olan kaynakların değerlendirilmesinde çok önemli rol oynayan turizm ülkemiz içinde vazgeçilmez bir kazanç kaynağıdır.

Ülkemizde deniz, kum, güneş üçgenine sıkışan turizm yatırımlarını daha farklı alanlara kaydırabilmek ve farklı turistik ürünleri ortaya çıkarabilmek Türk turizminin gelişmesine çok önemli katkılarda bulunacaktır. Bugün tüm dünyada gelişen alternatif turizm faaliyetleri ülkemiz açısından da değerlendirilebilecek önemli fırsatlardır.

Bireylerin kitle turizminin getirdiği olumsuzluklardan rahatsız olmaları, farklı alternatifler aramaları ve kendi kişisel zevklerine yönelik harekete geçmeleri sonucu günümüzde özel ilgi turizmi olarak adlandırılan yeni bir turizm çeşidi doğmuştur.

Özel ilgi turizmi kapsamında son yıllarda gelişme gösteren alternatif turizm faaliyetlerinden birisi de mağara turizmidir.

Mağara turizmi genel olarak insanların heyecan ve keşfetme duygularına hitap eden, insanların kendi oluşturdukları ekiplerle amatör veya profesyonel düzeyde mağaraları tanımalarına olanak sağlayan bir turizm çeşididir.

Ayrıca son yıllarda kişilerin sağlık bulma amacıyla da mağaralara yöneldikleri de bilinen bir gerçektir. Mağaraların otel haline getirilip insanların buralarda konaklamaları da son yıllarda karşımıza çıkan yeni trendlerden biridir. Turizm açısından yeni seçenekler sunabilme olanaklarına sahip olan ülkemiz, mağaralar bakımından da oldukça zengin bir coğrafyada bulunmaktadır.

Turizm ve Turistik Ürün Kavramı

Turizm kavramı, kök itibarıyla eski bir geçmişe sahiptir. Latince'de dönmek, çevreyi dolaşmak, geri dönmek anlamına gelen "tourmus" kelimesinden türetilmiştir (Usta,2008).

Turizm olayı gerçekte de bir hareket ve geri dönüşten oluşmaktadır. Temelde insanların yaşadıkları yerlerden çeşitli nedenlerle başka yerlere geçici olarak gitmeleri ve daha sonra yaşadıkları yerlere geri dönmelerini ifade eder. Turistik ürün ise, turistin seyahat ve geçici konaklamasından doğan ihtiyaçlarını karşılayabilecek nitelikte olan mal, hizmet veya mallar ve hizmetler karışımından oluşan tüm kapasitedir.

Turistik ürün sadece bir mal veya hizmet olabileceği gibi, çoğu kez ihtiyacı karşılayabilecek nitelikteki bir bütün de olabilmektedir (Olalı,1990). Turistik ürüne yönelik talebi ise belli başlı bazı durumlar etkilemektedir. Turistik ürüne yönelik talebi etkileyen faktörler aşağıdaki gibi sıralanabilir:

- a) Ekonomik Faktörler
 - Kişi başına düşen milli gelir
 - Gelir seviyesi
 - Ulaşım olanakları
 - Ödemeler dengesi
 - Turizm endüstrisinin durumu
 - Konjonktürel durum
- b) Demografik faktörler
- c) İrasyonel faktörler (gelenekler, sosyal çevre vb.)
- d) Sosyal faktörler
- e) Politik faktörler
- f) Psikolojik faktörler (Olalı ve Timur,1988).

Özel İlgi Turizmi

Özel ilgi turizmi, kişi veya grupların özel ilgileri nedeniyle yaptıkları boş zaman değerlendirme faaliyetleri, bireysel ya da gruplar halinde özel ilgiler tarafından yönlendirilen boş zaman deneyimlerinin bir bütünü şeklinde tanımlanmaktadır (Sung,2004; Tanrısevdi,2009).

Özel ilgi turizmi, benzer düşüncelerdeki ya da ortak zevkleri olan insanların birlikte seyahat edebileceği ortamı sağlayacak şekilde organize edilen turlardır. Özel ilgi turizmine giren turlara katılacaklar öncelikle kendi özel ilgi alanlarına, tutkularına ulaşmak için zaman, para ve emek ayırabilecek nitelikteki potansiyel müşterilerdir. Tek bir paket olarak sunulan



özel ilgi turları sayesinde, sonradan yapılabilecek düzeltmeler ile veya parçaları da bir bütün olarak değiştirilerek farklı alternatiflerin üretilebilmesi imkanı da verilmektedir. Bu yolla özel ihtiyaçların karşılanabileceği yepyeni ilgi alanlarını içeren tur paketleri de yaratılabilmektedir (Küçükaskan,2006).

Özel ilgi turizminin kitle turizmine bir alternatif olarak ortaya çıkmış olması sebebiyle alternatif turizm kapsamında ele alındığı da farklı kaynaklarda görülmektedir. Aralarındaki fark alternatif turizm faaliyetlerinin ilerleyen dönemlerde kitle turizmine dönüşme ihtimalinin yoğunluğudur.

Özel ilgi turizmine katılan kişiler sadece spesifik konularla ilgilendikleri için özel ilgi turizmi kapsamında yer alan bir faaliyetin kitle turizmine dönüşmesine imkan yoktur. Özel ilgi turizmi kapsamında ele alınabilecek pek çok tür olmakla birlikte, bunlardan en fazla bilinenleri; kuş gözlemleme, botanik, balık avlama, yatçılık, macera, kayak ve mağaracılıktır (Tanrısevdi ve Çavuş,2003).

Özel ilgi turizminin Temel Özellikleri

Özel ilgi turizmi, kişilerin gelir seviyelerindeki artışlar ve farklı deneyimler

yaşamak isteyen insan sayısının artması neticesinde son yıllarda çok fazla gelişmiş ve çeşitlenmiştir. Özel ilgi turizmine katılan turist tipleri belli başlı olarak aşağıdaki gibi sınıflandırılabilir.

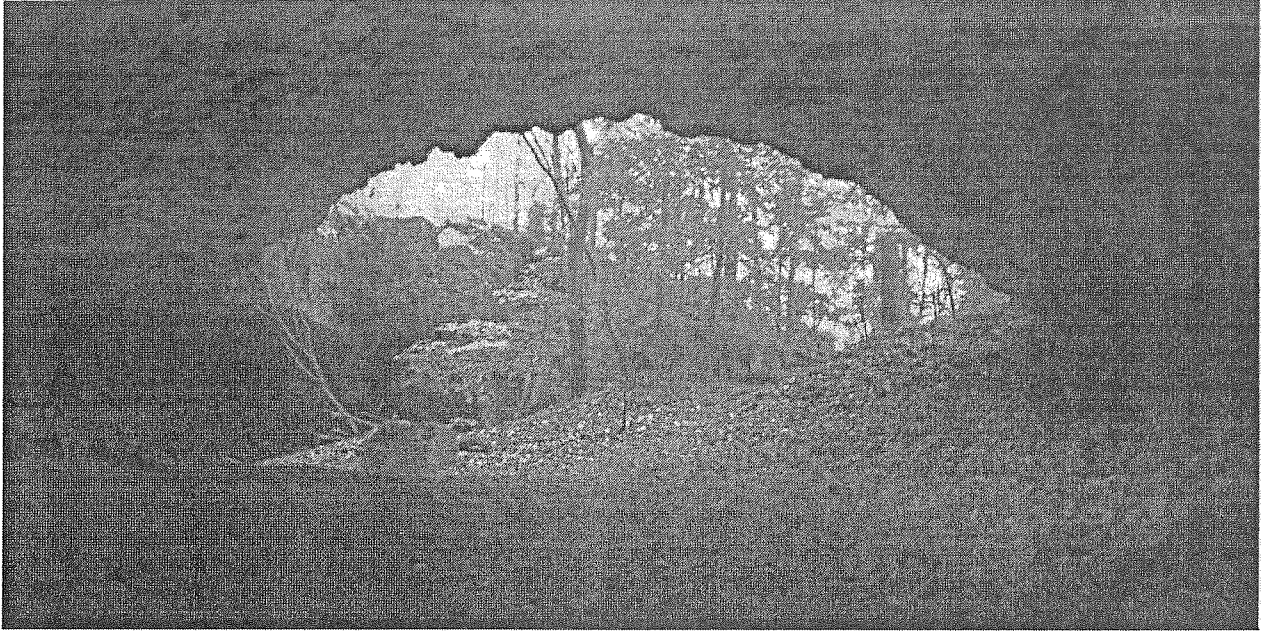
Yeni Başlayanlar: Yeni başlayanlar, içlerinde potansiyel bir ilgi alanına yönelme güdüsüne sahip insanlardır. Günlük yaşantının sıkıcı yanlarından kurtulmak ya da kendilerini geliştirmek amacıyla herhangi bir ilgi alanına yönelen kişilerdir.

Meraklılar: Yeni başlayanlardan bir adım önde olan kişilerdir. Kendilerine uyan belirli bir özel ilgi alanını seçmişlerdir ve bu alanı daha yakından tanımaya çalışmaktadırlar. Meraklılar, neyi istediklerini ve neyi yapabileceklerini, kapasite ve sınırlarını daha net bir biçimde tanımlayabilen kişilerdir.

Uzmanlar: Belirli bir özel ilgi alanını seçmiş ve özel ilgileri hakkında geniş bilgiye sahip kişilerdir.

Fanatikler: Kendilerini tamamen bir özel alana vermiş, hatta bu alana adanmış kişilerdir. Maceracılık ve riskli davranışları sergilemek en üst düzeydedir. Katıldıkları faaliyet ile ilgili tüm sınırlarını zorlarlar (Himmetoğlu ve Brotherton,1994).





Mağara Turizmi

Uzun yıllar boyunca Türkiye, kıyı turizmi üzerinde yoğunlaşmış, Akdeniz ve Ege kıyıları da ilk etapta bu konuda geliştirilmeye çalışılmış bölgeler olmuşlardır. Günümüzde ise Türk turizm politikalarında değişimler yaşanmaya başlamıştır.

Değişim daha çok selektif turizm çeşitlerinin oluşması yönünde olmuştur. Kültür bazlı yavaş gelişen ama emin bir gelişme sürecindeki kırsal turizm kaynaklarına dayalı olan, sağlık ve doğa kökenli turizm çeşitlerine doğru bir değişim gözlenmiştir.

Yeni oluşturulan destinasyonlar ve turistik ürünlerin tanıtımı ve uygulanmasına çalışılırken, kıyı turizm kökenli deniz – kum – güneş bileşkesinin etkilerinin azaltılması yönünde çalışmalar yapılmaktadır. Çünkü kıyı turizminin geliştiği yerlerdeki doğal yapı taşıma kapasitesini hemen hemen doldurmuş durumdadır. Dünya genelinde, turizm alanında özellikle kıyı bölgeler bahsedildiği gibi büyük gelişmeler gösterirken, gelecek trendler olan doğal kökenli ve kültürel turizmin oluşması için Türkiye'nin elinde geniş turistik ürün çeşitlendirme fırsatları mevcuttur (Tosun vd.2006).

Yeraltında kayalar içerisinde insan girişine olanak verecek şekilde genişlemiş doğal yeraltı boşlukları olarak tanımlanan mağaralar, binlerce yılda oluşan doğa

şekilleridir ve eşsiz görsel zenginlikleriyle bugün ülke turizminde önemi her geçen yıl artmaktadır (İşçen, 1992; Ulusan ve Batman,2010).

Mağara Turizmi, doğal ve kültürel değerlerin koruma-kullanma dengesi içerisinde turizme kazandırılması amacıyla mağaraların turizme açılması ile yapılmaktadır. Kısaca ifade etmek gerekirse Mağara turizmi, sağlık ve merak amacıyla mağaralara yapılan seyahatlerdir (Usta,2008).

1950'li yıllarda dünyada mağara turizmi olayının yaygınlık kazanmasına bağlı olarak ülkemizde de bu konuda etkileşim olmuş ve 1966 yılında ilk örnek olarak Burdur İnsuyu Mağarası turizme açılmıştır. Daha sonra Alanya'daki Damlataş, Silifke'deki Cennet-Cehennem ve Narlıkuyu Mağarası, Anamur'daki Köşekbükü, Tarsus'taki Eshab-ı Kehf (Yediuyurlar), Antalya'daki Karain ve İstanbul'daki Yarımburgaz Mağarası turizme açılmıştır.

(http://www.ae.metu.edu.tr/~yiscen/araştırma/arastir_4.html)

Mağaraların turizm amaçlı değerlendirilebilmeleri için birtakım özelliklere sahip olmaları gerekmektedir.

a) Mağaraların ön etüdünün M.T.A. Genel Müdürlüğü'nce yapılarak turizm amaçlı kullanıma elverişli olduğu belirlenmelidir.

b) Turizmin yoğun olduğu yerleşim

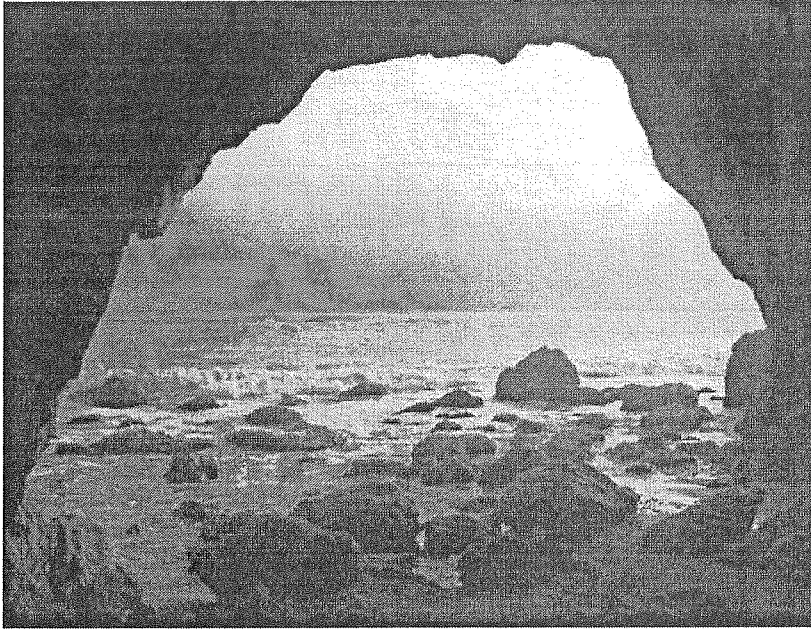
merkezlerine yakın olmalıdır.

c) Günübürlük ulaşım kolay ve rahat sağlanabilmelidir. Yerleşim merkezlerine en fazla iki saat uzaklıkta olmalıdır.

d) İlginç morfolojik oluşumlara ve kültürel değerlere sahip olmalıdır (Günlü ve Şahin,2007).

Turizm çeşitliliği açısından ülkemizdeki mağaralar, önemli bir potansiyel oluşturmaktadır. Ülkemizin yüzde 40'ı, mağara oluşumları açısından önemli bir nitelik olan karstlaşmaya uygun kayalardan meydana gelmiştir. Erimeye uygun kayaların kapladığı alan ve bu alanlarda tespit edilen mağara sayısının oranına göre Türkiye'de 20.000'den fazla mağaranın bulunabileceği öngörülmektedir. Bunlardan 800'ü MTA, 450 tanesi de değişik kulüp ve demeklerce olmak üzere ancak 1250'si incelenmiştir.

Türkiye'nin en uzun mağarası, 16 kilometreden fazla olan Isparta'daki Pınargözü Mağarası; en derin mağarası ise -1429 metre ile Mersin'deki Çukurpınar Mağarasıdır. Türkiye'de yiminin üzerinde mağara turizme açılmış olup, bunların dışında yalnızca uygun ekipman sağlanarak rehber eşliğinde girilebilecek özel ilgi gruplarına yönelik bir çok mağara da bulunmaktadır (<http://www.kultur.gov.tr/TR/ belge/1-43089/magara-turizmi.html>).



Bir Turistik Ürün Olarak Anamur

Akdeniz bölgesinde bulunan Anamur İlçesi Doğuda Bozyazı, Batıda Antalya İline bağlı Gazipaşa, Kuzeyde Karaman İline bağlı Ermenek İlçesi, Güneyde Akdeniz ile çevrilidir. İlçe merkezi Mersin'e 230 Km., Antalya'ya 265 Km., Karaman'a 230 Km., Kıbrıs'a 40 Mil (76 Km) uzaklıkta olup, Mersin-Antalya Devlet Karayolu üzerinde kurulmuş, yüzölçümü 1241 Km² dir.

Orta Toros Dağlarının Akdeniz'e inen kolları ilçe topraklarının içinden geçer. Bu nedenle arazi engebeli ve dağlıktır. Kıyıda 5-10 Km. içerlerde 500-1000-1500 metre yükseklikteki dağlara rastlanmaktadır. Anamur sınırları içinde Alamos, Kızıldağ, Naldöken Dağları bulunur. İlçe ekonomisine büyük katkıları bulunan ormanlar 853 Km.²'lik bir yüz ölçüme sahip olup, ilçe yüzölçümünün yüzde 60'ını teşkil etmektedir. Anadolu'nun Akdeniz'deki en güney noktası olan "Anamur Burnu" ilçenin 7 Km. batısındadır. Bugün ilçenin kurulduğu Çorak ovasının batısında Sultansuyu, Doğusunda Anamur Çayı (Dragon) ilçenin iki önemli akarsuyudur. İlçenin iklimi karakteristik Akdeniz iklimi olup, yazları sıcak ve kurak, kışları ılık ve yağışlıdır (http://www.anamur.bel.tr/anamur_cog_rafi.php).

Anamur coğrafi olarak çok uzak olmasına

rağmen, Mersin iline bağlı bir ilçedir. Mersin ili Türkiye'nin turizm açısından değerli Akdeniz sahillerininin 326 kilometrelik bir kısmında yer alan ancak, henüz turizmde beklenen gelişmeyi yakalayamayan bir şehirdir. Mersinin ve dolayısıyla Anamur'un turizm potansiyelini gerçekleştirememesinin pek çok sebebi vardır. Bu sebeplerin önde gelenleri arasında; turizm mevzuatının Mersin'de turizmin gelişmesine yeterli zemin hazırlamaması, ikincil konutların sayıca fazlalığı, politik çevrelerin yeterli desteği sağlamaması, tanıtım eksikliği ve belediyelerin turizm bilincinden yoksunluğu gösterilebilir (Duman ve Yağcı,2004).

Bir Turistik Ürün Örneği: Anamur Mağaraları

İçinde bulunduğu coğrafya sebebiyle dünyanın en önemli mağara potansiyellerine sahip olan ülkemiz, özellikle yabancı mağaracıların ilgi odağı konumundadır. "gösterişsiz" bir doğa turizmi olan mağaracılık, ülkemizde oldukça az tanınmakta ve hak ettiği ilgiyi görememektedir. Sadece Fransa'da 30 bin civarında profesyonel mağaracı bulunmaktadır. Ülkemizde ise bu sayı bir kaç yüz ile sınırlı kalmaktadır.

Ülkemizde binlerce mağara olduğu tahmin edilmektedir. Bunların henüz 1000-1500 kadarı araştırılmış olup, birçok mağaranın varlığı bile bilinmemektedir

(<http://www.mad.org.tr>). Günümüzde turistler ya keşif amaçlı ya da sağlık bulma amacıyla mağaraları ziyaret etmektedirler.

Anamur sahip olduğu mağaralar ile bu iki talep unsuruna da hitap edebilmektedir. Belirli bir plan dahilinde mağara turizmi geliştirilirse Anamur sadece ikinci konutlarında tatil yapan insanların bir alternatifi olmaktan çıkar ve mağara turizmi sayesinde çok daha fazla gelişme gösterebilir. Ancak Anamur mağaraları bir turistik ürün olarak pazarlanacaksa eğer tercih edilmesi gereken yol; özel ilgi turizmine yönelmek ve var olan mağaraları profesyonel mağaracıların hizmetine sunmaktır.

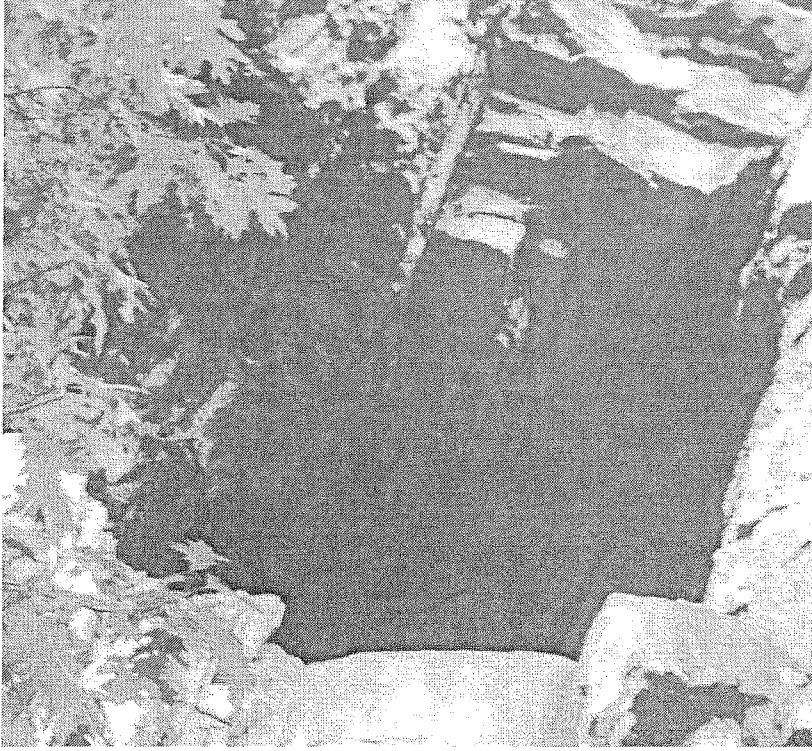
Mağara turizmi genel olarak gençlerin ve maceraperestlerin ilgi alanına girdiği için bir turistik ürün olarak gelişmeye müsaittir. Türkiye'nin en derin mağaralarına ev sahipliği yapan Anamur sahip olduğu potansiyeli tanıtarak bu konuda marka bir turizm destinasyonu olabilmelidir.

Mağara turizmi keşiflerden başka sağlık arayan turistler için de son yıllarda popüler olmaya başlamıştır. Anamur mağaralarından yalnızca bir tanesi bu konuda öne çıkmaktadır. Köşekbükü mağarası gerekli tanıtım ile en azından yerli turistler için bir cazibe merkezi haline getirilebilir. Profesyonel mağaracıların rağbet edeceği Çukurpınar mağarası ise çevrede oluşturulacak konaklama tesisleri ile çok geniş kitlelere ulaşabilme potansiyeline sahiptir.

Köşekbükü Mağarası

Anamur İlçesi Ovabaşı Köyündedir. İlçe Merkezine 9 km. uzaklıktadır. 20.000 yıllık bir geçmişe sahip olan mağara 500 m² lik bir alana oturmuştur. Çevrede oturanların inancına ve tecrübelerine dayanılarak elde edilen bilgiler göre bu mağaranın astım hastalarına iyi geldiği söylenmektedir.

Mağara içerisinde belli bir program içinde ve her defasında 4'er saatlik süreler içinde kalmak şartıyla astımlı hastaların şifa bulduğu ileri sürülmektedir. Mağarada nem oranı yüzde 80, hava basıncı 762 milibar ve sıcaklık 18 derecedir. Mağara 3 bölümden meydana gelmiştir. Birinci bölümün adı Huzur, ikinci bölümün adı Şifa, üçüncü bölümün adı ise Dilek'tir. Amatör mağaracıların keşfetmek için ilgi duyabileceği bir mağara dır (<http://www.mersinkulturturizm.gov.tr/bolge/1-63895/magara-turizmi.html>).



Üçü Mağarası

Anamur İlçesi, Güneybahşiş Köyündedir. İlçe Merkezine 12 km. uzaklıkta olup, Toros Dağlarındadır. Ulaşım karayolu ile sağlanmaktadır. Yaklaşık 5 km.lik kısmı stabilize kaplıdır.

Mağara 3.zamanın miyosen devri kalkerlerinden oluşmuştur ve mağaraya 3 m. çapında dairesel formda bir delikten girilmektedir. Mağara içi, birbirine geçit veren beş ayrı bölümlü olup toplam 450 m. uzunluğundadır. Tavan yüksekliği 10-20 m.dir. Mağara içerisinde altı adet göl bulunmaktadır.

(<http://www.mersinkulturturizm.gov.tr/bolge/1-63895/magara-turizmi.html>).

Büyük Mağarası

Anamur İlçesi, Abanoz Yaylasındadır. İlçe merkezine 60 km. uzaklıkta olup, 1500 m yüksekliktedir. Yolu asfalt kaplıdır. Mağara 700 m. uzunluğunda ve yedi bölümden oluşmaktadır. İçerisinde pek çok sarkit ve dikitler bulunan mağara hem amatör hem de profesyonel mağaracılara hitap edebilecek düzeydedir <http://www.mersinkulturturizm.gov.tr/bolge/1-63895/magara-turizmi.html>

Çukurpınar Mağarası

Çukurpınar mağarası, Anamur İlçesi,

Sugözü köyü sınırları içerisinde. İlçe merkezine 46 kilometre uzakta olup 1880 metre yükseklikte Taşeli platosunda yer alır. 1990 yılında keşfedilen mağara dünya çapında konu ile ilgilenenlerin ilgisini çekmektedir. Henüz ziyaretçilere açılmayan mağara 1429 metre derinliğindedir ve mağara içi keşif çalışmaları hala devam etmektedir. Şu anki haliyle dünyanın en derin ikinci mağarasıdır.

<http://www.mersinkulturturizm.gov.tr/bolge/1-63895/magara-turizmi.html>

Buğu Mağarası

Şehir merkezinin kuzey kısmında, Toros dağları üzerinde 1500 metre uzaklıktadır. Mağara içerisine inışı biraz zordur. İçerisinde bulunan sarkit ve dikitleri ile ilgi çekici bir mağaradır.

<http://www.anamurunesi.com/tarihdo ga/magaralar/digermagaralar.htm>
Söz konusu mağaraların dışında Adamdaş mağarası, Kazıklar mağarası, Dede mağarası ve Aydıncık mağaraları da ilçe sınırları içerisinde yer almaktadır. Diğer yandan sahip olunan coğrafi özellikler ve jeolojik yapı sebebiyle Anamur sınırları içerisinde keşfedilmeyi bekleyen pek çok mağaranın bulunduğu inanılmaktadır.

Diğer Turistik Ürünler

Mağara turizmini bir turistik ürün olarak geliştirip pazarlamayı düşündüğümüzde, Anamur'a özgü destekleyici turistik ürünleri de pazarlama karnasına dahil etmemiz gerekmektedir. Destekleyici turistik ürünler ile turistik ürünler birbirinden farklı kavramlardır. Turistik ürün çeşidi ile destekleyici ürün arasındaki fark, doğrudan talep yaratıp yaratmaması ile ilgilidir. Turistik ürün doğrudan talep yaratmakta ve turist çekmektedir. Destekleyici turistik ürün ise doğrudan talebe neden olmamakta ancak asıl talep edilen ürünün çekiciliğini artırmaktadır (Timur,2009). Aşağıda verilen tarihi eserler mağara turizminin destekleyici unsurları olarak kullanıldığında Anamur'a yönelik talebin artması kaçınılmaz olacaktır.

Anamurium Kalesi Kenti

Anamurium kentinin kalıntıları Nagidos'un yaklaşık 30 km. batısında, Anadolu'nun güneyindeki en uç noktasında bulunan Anamur burununa doğuya bakan yamaçlarında yer alır. Kentin ne zaman kurulduğu hakkında herhangi bir bilgi olmamasına rağmen Roma İmparatorluğu döneminde varlığını sürdürdüğü bugüne kadar ulaşan kalıntılardan anlaşılmaktadır.

Anamurium adının "rüzgarlı yer" anlamında kullanıldığı da antik kaynaklarca ifade edilir. İ.S. 1. yüzyılda kentin çevresine ilk surların yapıldığı, şehrin bir süre Kommageneli Antiochos'un (İ.S.38-72) yönetimine bırakıldığı günümüze ulaşan tarihi bilgiler arasındadır. Kıbrıs'a yakını olması yüzünden özellikle Romalılar zamanında bir ara istasyon konumunda olan Anemurium, aynı zamanda kara yoluyla, Toroslardaki en önemli Roma kentlerinden biri olan Germanikopolis ile bağlantılıydı.

Sahip olduğu coğrafi konum nedeniyle Anamurium, bu bölgedeki doğal kaynakların ihraç edildiği önemli bir ticaret kenti olarak bilinmekteydi. Anamurium antik kentinin Nekropolü günümüze ulaşmış en sağlam nekropollerden biridir. Tarih ve arkeoloji tutkunları için keşfedilmesi gereken bir yerdir. http://www.anamurso.org/icerikDetay_Anemurium_14819.html

Mamure Kalesi

Mamure Kalesi, Antalya-Mersin karayolu üzerinde Anamur'a 8 km. uzaklıkta Bozdoğan köyü sınırları içerisinde yer alır. Üç bölümden oluşan kalenin 39 kulesi,

camisi ve hamamı bulunur. Mamure kalesi Türkiye sınırları içerisinde yer alan kaleler arasında bugüne kadar ulaşabilmiş en sağlam kale özelliğine sahiptir. Karamanoğulları Beyliği döneminde inşa edilen kale günümüzde bir açık hava müzesi özelliğini taşımaktadır. Diğer yandan şehirde bulunan Titiopolis antik kenti de turistik açıdan önemli bir kültürel mirastır.

Turizm ülkemiz açısından son derece önemli bir sektördür. Son otuz yıldır sürekli gelişen Türk turizmi son bir kaç yıldır küresel mali krizlerinde etkisiyle zaman zaman zor günler geçirmektedir. Var olan yatak sayısının fazlalığı ve düşük sezonların uzunluğu sebebiyle atıl kapasite haline gelen turizm işletmelerinin sayısı yıldan yıla artmaktadır.

Ülkemiz için deniz kum güneş üçlüsüne

sıkışan turizm talebini daha farklı alanlara kaydırabilmek çok önemlidir. Farklı destinasyonlara yönelik talebin arttırılmasında başta Turizm Bakanlığı olmak üzere endüstri içindeki herkese görevler düşmektedir. Farklı turizm destinasyonları ve turizm çeşitliliği sayesinde ülkemiz, sadece dört ay tam kapasite ile çalışan yazlık tesislerden kurtulabilecektir. Turizm çeşitlendirmesi ile turizm sezonu on iki aya yayılabilecek bu da Türk turizmi açısından son derece olumlu katkılar sağlayacaktır.

Turizmin çeşitlendirilmesi ve sadece kitle turizmine yönelik olmayıp farklı alanlarda da faaliyet gösterilmesi gerekliliğini ortaya çıkartan kavram ise özel ilgi turizmidir. Özel ilgi turizmi kitle turizminden farklı olarak daha az sayıda bireyin ancak daha tutkulu olarak, ilgilendikleri alanda turistik

faaliyete katılmalarıdır.

Özel ilgi turizmi kapsamında yer alan mağara turizmi de son yıllarda özellikle maceraperest turist tipi olarak adlandırılan turistlerce tercih edilen bir turistik faaliyet olarak gelişmektedir.

Diğer yandan gençler tarafından da her geçen gün sayısı artan mağaracılık kulüpleriyle mağara turizmine katılım günden güne artmaktadır.

Coğrafi konumu deniz ve dağlar arasında yer alan Anamur ilçesi, sahip olduğu mağaralar ile mağaracılık alanında öne çıkabilecek bir potansiyele sahiptir. Anamur doğru bir şekilde gerçekleştirilecek tanıtma faaliyetleri ile mağaracılık ile ilgili yerli ve yabancı turist potansiyelini etkileyebilecek mağaracılık alanında bir marka haline gelebilecektir.

- Duman, T. ve M.İ. Yağcı. (2004). Mersinde Turizmi Geliştirmek İçin Ne Yapmalı? *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, C:15, S.1, s:9-20.
- Günlü, E. ve Şahin, N. (2007). Genel Turizm. Turizmde Temel Kavramlar ve İnkeler (Ed. Orhan İÇÖZ). İçinde "Turizmde Ürün Geliştirme ve Alternatif Turizm" Turhan Kitabevi, Ankara.
- Himmetoğlu, B. Ve Brotherton, B. (1994). Özel İlgi Turizmine Ampirik Bir Yaklaşım, I. Turizm Sempozyumu 17-18 Kasım 1994, İzmir Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınları.
- İşçen, Y. (1992). Mağara Turizmi. *Amfora Aylık Turizm, Tanıtım, Kültür, Çevre Dergisi*, 2, 28.
- Küçükaslan, N. (2006). PARADOKS. *Ekonomi, Sosyoloji ve Politika Dergisi*, (e-dergi). <http://www.paradoks.org> Yıl:2 Sayı:2, ISSN 1306-7979
- Olalı, H. (1990). Turizm Politikası ve Planlaması, İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi, Yayın No:226.
- Olalı, H. ve Timur, A. (1988). Turizm Ekonomisi, Ofis Ticaret Matbaacılık, İzmir.
- Sung, H. H. (2004). "Classification of Adventure Travelers: Behavior, Decision Making and Target Markets", *Journal of Travel Research*, 42: 343-356.
- Tannisevdi, A. ve Çavuş, Ş. (2003). Özel İlgi Turizmi ve Özel İlgi Turizmi Kapsamında Kuşadası ve Çevresinde Var Olan Potansiyel Kaynaklar Üzerine Kuramsal Bir İnceleme. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, C:14.S:1s:9-22.
- Tannisevdi, A. (2009). Türk Özel İlgi Gezginleri Sansasyon Arama Özelliği Sergilemekte midir? *Ege Akademik Bakış Dergisi*,9,4,1313-1340.
- Timur, A. (2009). Turistik Ürün Politikası, Doktora Ders Notları.
- Tosun, C. Bilim, Y. ve Temizkan, R. (2006). Alternatif Turizm ve Turistik Ürün Çeşitlendirme Stratejileri: Hatay Örneği. <http://myo.ankara.edu.tr/~iktisad/TURKONF/web/Cevat-Bilim/Cevat-Bilim.doc>
- Uluşan, Y., ve Batman, O. (2010). Alternatif Turizm Çeşitlerinin Konya Turizmine Etkisi Üzerine Bir Araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*,23,243-260.
- Usta, Ö. (2006). Turizm. Genel ve Yapısal Yaklaşım. Detay Yayıncılık, Ankara.
- İnternet Erişim Kaynakları
http://www.ae.metu.edu.tr/~yiscen/arastirma/arastir_4.html
<http://www.kultur.gov.tr/TR/belge/1-43089/magara-turizmi.html>
http://www.anamur.bel.tr/anamur_cografi.php
<http://www.mad.org.tr>
<http://www.mersinkulturturizm.gov.tr/belge/1-63895/magara-turizmi.html>
<http://www.anamurunesesi.com/tarihdogu/magaralar/digermagaralar.htm>
http://www.anamurtso.org/icerikDetay_Anamurium_14819.html