



# JOURNAL OF SOCIAL AND HUMANITIES SCIENCES RESEARCH

Uluslararası Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırma Dergisi

Open Access Refereed e-Journal & Refereed & Indexed

Article Type	Research Article	Accepted / Makale Kabul	21.05.2019
Received / Makale Geliş	21.01.2019	Published / Yayınlanma	23.05.2019

## TURİSTİK ÜRÜN ÇEŞİTLENDİRMESİ KAPSAMINDA TEMA PARKLAR: KONYA ÖRNEĞİ

### THEME PARKS WITHIN THE SCOPE OF TOURISTIC PRODUCT DIVERSIFICATION: EXAMPLE OF KONYA

**Prof. Dr. Ahmet BÜYÜKŞALVARCI**

Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Konya / TÜRKİYE, ORCID: 0000-0001-7207-3987

**Arş. Gör. Sercan ARAS**

Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Konya / TÜRKİYE, ORCID: 0000-0003-0770-3692

**Öğr. Gör. Emel ÇINARLI**

Selçuk Üniversitesi, Akören Ali Rıza Ercan Meslek Yüksekokulu, Konya / TÜRKİYE, ORCID: 0000-0002-0371-782X

## ÖZET

Turistik ürün çeşitlendirmesi; turizmde değişen talep yapısı ve giderek artan rekabet ortamında, günümüz turizm işletmeleri ve destinasyonları için kaçınılmaz bir hal almıştır. Turistik ürün çeşitlendirmesi ve sezonun tüm yıla yayılması noktasında öne çıkan tema parklar, turizmin önemli bir ögesi olarak tüm dünyada ve Türkiye’de giderek yaygınlaşmaktadır. Tema parklar; turistlerin, herhangi bir şehri ziyaret etmelerini sağlayan ana motivasyon kaynaklarından biridir ve buldukları turizm destinasyonuna göz ardı edilemez bir rekabet avantajı sağlamaktadır. Yapılan yüksek yatırımlar, ziyaretçi sayıları ve elde edilen gelirler göz önüne alındığında, tema park sektörünün oldukça önemli bir hal aldığı görülmektedir. Bu çalışmanın amacı, Konya ilindeki mevcut tema parkları değerlendirmek ve sektörün dünyadaki ve Türkiye’deki gelişimi göz önüne alınarak çeşitli öneriler geliştirmektir.

**Anahtar Kelimeler:** Tema parklar, Turistik ürün çeşitlendirmesi, Konya

## ABSTRACT

Touristic product diversification has become inevitable for today’s tourism enterprises and destinations with the changing demand structure and increasingly competitive environment in tourism. Theme parks, prominent in connection with touristic product diversification and extension of the season to the whole year, are becoming increasingly common all over the world and in Turkey as an important element of tourism. Theme parks are one of the main motivation sources for tourists to visit any city and provide a competitive advantage that can not be ignored for the tourism destination in which they are situated. Considering the high investments, the number of visitors and the revenues obtained, it is seen that the theme park sector has become quite important. The aim of this study is to evaluate the existing theme parks in province of Konya and bring forward various proposals taking into consideration the development of the sector in the world and Turkey.

**Keywords:** Theme parks, Touristic product diversification, Konya

## 1. GİRİŞ

Son derece ümit vadeden bir sektör olan turizm, 21. yüzyılda muazzam bir gelişme potansiyeline sahiptir. Ülke ekonomisine ciddi katkısı, turizmi dünya çapında cazip bir faaliyet haline getirmektedir. Diğer taraftan, turizm endüstrisinin büyüyen yapısı, destinasyonların turizmin oluşturduğu etkilerden etkilenmemesini imkansız hale getirmektedir. Destinasyonlar, kitle turizmi maliyetlerini en aza

indirmeye ve değişen toplumsal yapılara, teknolojik yeniliklere ve artan çevresel farkındalığa uygun şekilde cevap vermeye çalışmaktadırlar. Bu çabaların bir kısmı, destinasyonların turizm ürünü çeşitlendirmelerinin benimsenmesi ve pazarlarının yenilenmesidir (Farmaki, 2011:39).

Turistik ürün çeşitlendirmesi; herhangi bir turizm destinasyonunun giderek artan rekabet ortamında ve sürekli değişen tüketici tercihleri karşısında mevcut durumunu korumak, daha iyi bir konuma gelmek ve daha fazla gelir elde ederek rekabet üstünlüğü sağlamak için mevcut turistik ürünlerine yenilerini eklemek, yeni ve farklı ürünler geliştirmek olarak ifade edilmektedir. Turistik ürün çeşitlendirmesi; dinamik bir yapıya sahip olan turizm sektöründe hem ulusal hem de uluslararası alanda giderek artan rekabet ortamında günümüz turizm işletmeleri ve destinasyonları için kaçınılmaz bir hal almıştır (Sarkım, 2007:157).

Turizm ürünlerinin çeşitlendirilip sezonun tüm yıla yayılması bakımından oldukça önemli olan tema parklar, turizmin önemli bir unsurudur ve tüm dünyada giderek yaygınlaşmaktadır. Tema parklar, eğlencenin çoğunlukla bir fikir ya da konuyla ilişkili olduğu parklarda sunulan ortamda insanların eğlendiği, herkese açık eğlence alanlarıdır. Turizmden elde edilen gelirden önemli bir pay sahibi olan tema parklar, buldukları turizm destinasyonuna göz ardı edilemez bir rekabet avantajı sağlamaktadır. Yapılan yüksek yatırımlar, ziyaretçi sayıları ve elde edilen gelirler göz önüne alındığında tema park sektörünün oldukça önemli bir hal aldığı görülmektedir. Bu noktadan hareketle; bu çalışmanın temel amacı, Konya ilindeki mevcut tema parkları değerlendirmek ve sektörün dünyadaki ve Türkiye'deki gelişimi göz önüne alınarak çeşitli öneriler geliştirmektir.

Çalışmada ilk olarak turistik ürün kavramı, turistik ürünün özellikleri ve turistik ürünü oluşturan faktörler ile ilgili bilgi verilmiştir. Turistik ürün çeşitlendirmesi, gerekçeleri ve yararları ile birlikte anlatılmıştır. Daha sonra, tema parkların tanımı yapılarak özellikleri, tarihsel gelişimi ve yaygın tema türleri incelenmiştir. Dünyada en çok ziyaret edilen tema parklar örnekler verilerek anlatılmıştır. Tema parkların Türkiye'deki gelişimi açıklanmış ve Türkiye'den çeşitli örnekler verilmiştir. Son bölümde ise Konya'daki mevcut tema parklar anlatılmış ve sektörün şehir bazında ne durumda olduğu ortaya konarak öneriler geliştirilmiştir.

## 2. TURİSTİK ÜRÜN VE TURİSTİK ÜRÜN ÇEŞİTLENDİRMESİ

Turistik ürün kavramına ilişkin pek çok farklı tanım bulunmaktadır. Bu tanımlara bakıldığında, turistik ürünün birçok mal ve hizmeti içine alan çok karmaşık bir yapısı olduğu görülmektedir (Hacıoğlu ve Avcıkurt, 2011:5).

Hacıoğlu'na (2000) göre, turizmde ürün iki farklı şekilde ortaya çıkmaktadır. Birincisi, bir ülke veya yöreye ait doğal, tarihi ve turistik kaynakların tamamından oluşan turizm ürünüdür. İkincisi ise, tüketicilerin yer değiştirmelerine ve tatil yapmalarına olanak sağlayan hizmetlerin tamamı, yani bir paket turdaki turistik hizmetlerin bütünüdür.

Turizm ürünü; turistlerin evlerinden ayrılışlarıyla başlayıp dönüşlerinde biten karmaşık bir deneyime sahip olmalarını sağlamak için gerekli olan ulaşım, konaklama, yiyecek ve içecekler, rehberlik hizmetleri, etkinlikler için malzeme ve altyapı sağlanması gibi mal ve hizmetlerin birleşimi olarak tanımlanmaktadır (UNESCO ve UNEP, 2009:25).

Usta (2008)'ya göre genel anlamıyla turistik ürün; turistin sürekli yaşadığı yerden ayrılıp tekrar aynı yere dönünceye kadar geçirdiği sürede satın aldığı mal ve hizmetler ile yaşadığı deneyimlerin bütününden oluşmaktadır.

Herhangi bir turistik üründe bulunması gereken temel özellikleri şöyle sıralamak mümkündür (Hacıoğlu, 2000:42; Usta, 2008:109-110):

-Turistik ürün, üretildiği yerde tüketilmesi gereken bir üründür. Diğer ürünler gibi tüketicinin ayağına gitmez. Aksine, tüketici konumundaki turist; turistik ürüne sahip olabilmek için, onun üretildiği yere gitmek zorundadır.

-Hizmet veya ürünün zamanında satılması gerektiğinden turistik ürün stoklanamaz. (Örneğin otel yatağı, uçak koltuğu depolanamaz.)

-Turizm ürünleri çoğunlukla emek-yoğun biçimde üretilirler. Makineleşme ve otomasyon oldukça azdır.

-Konaklama, yeme-içme, ulaşım, eğlence gibi pek çok hizmetin bir araya gelmesiyle oluştuğu için, bileşik ürün özelliği taşımaktadır.

-Turistik ürünlerde standartlaştırma çok azdır. Özellikle de hizmet veya servislerin aynı kalıplarda olması mümkün değildir.

-Turistik üründe markaya bağlılık oldukça azdır ve imaj kavramı önemlidir. Bir ülke veya bir yöre turistik ürün olabilir.

-Turistik ürün sadece bir mal veya hizmet değil, aynı zamanda bir uyum bütünlüğüdür. Bu uyum, dokunulabilen ve dokunulamayan öğelerden oluşur.

-Turistler satın aldıkları ürünü önceden göremezler.

-Turistik üründe çekicilik, yararlılık ve kolay elde edilebilirlik özelliklerinin bulunması gerekir.

-Turistik ürünler daha çok sübjektif değerlendirilirler.

Tüm bu özellikler dikkate alındığında turistik ürün; üretildiği yerde ve üretildiği anda tüketilmesi gereken, depolanamayan, hizmet üretimi olduğu için standart bir kalite tutturulması çok zor olan, çekicilik, yararlılık ve kolay elde edilebilirlik niteliklerini taşıması gereken bileşik bir üründür (Bardakoğlu, 2011:51). Tüm bu özelliklerin bilinmesi, etkin ve verimli bir turistik ürün ve turizm politikası geliştirebilmek adına önem arz etmektedir (Sarkım, 2007:142).

Kozak ve diğerleri (2013), turistik ürünü oluşturan unsurların beşe ayrıldığını belirtmektedir. Bunlar; çekicilik, etkinlikler, ulaşılabilirlik, turizm işletmeleri ve imajdır. Bunlardan biri veya birkaçının bir üründe bulunmaması halinde, o ürünün turizm ürünü olarak işlev görmesi mümkün olmamaktadır.

Turistlerin turizm olayına katıldıkları süre boyunca tükettikleri mal ve hizmetlerin tamamı, turistik ürün olarak nitelendirilmektedir. Dolayısıyla; turistik ürünleri, seyahatin asıl amacı olarak değerlendirmek de mümkündür. Beklentileri karşılayabilecek ve turisti tatmin edebilecek ölçüde kaliteli ürünler oluşturmak, turizm piyasasında varlığın sürdürülebilmesi için oldukça önemlidir (Bardakoğlu, 2011:46).

Bu nedenle; turizm planlamacılarının ve yöneticilerinin, turistlerin ihtiyaçlarını karşılayan ve hatta aşan yüksek kaliteli turizm ürünleri geliştirmenin pazardaki rekabet ve hayatta kalma açısından çok önemli olduğunu fark etmeleri gerekmektedir (Benur, 2013:16).

Turistik ürün çeşitlendirmesi; herhangi bir turizm destinasyonunun giderek artan rekabet ortamında ve sürekli değişen tüketici tercihleri karşısında mevcut durumunu korumak, daha iyi bir konuma gelmek ve daha fazla gelir elde ederek rekabet üstünlüğü sağlamak için mevcut turistik ürünlerine yenilerini eklemek, yeni ve farklı ürünler geliştirmek olarak ifade edilmektedir (Sarkım, 2007:157).

Dünya turizmindeki mevcut gelişmeler, standart turist tipinin ve turist beklentilerinin zamanla değişmesi turistik ürünlerde çeşitlendirme yapılmasını gerekli kılmıştır. Dolayısıyla, turist kabul eden ülke veya bölgeler; değişen turistik talebe ve artan turist beklentilerine cevap verebilmek için mevcut kaynakları kullanarak turistik ürünlerin kalitesini yükseltmeye, farklı ve yeni turistik ürünler oluşturarak turistik ürün çeşitlerini arttırmaya çalışmaktadırlar (Sarkım, 2007:161). Turizm sektöründeki teknolojik gelişmeler, rekabet, uluslararası turizm hareketlerindeki gelişmeler, marka ve imaj değiştirme isteği, turizmde yeni stratejiler ve yenilikler, turistik ürün yaşam süresi, turizmin mevsimlik özelliği ve turist profilindeki değişimler turistik ürün çeşitlendirmenin gerekçelerindedir.

Turizm ürünü çeşitlendirme, (ülke, bölge vb.) bir destinasyonun; kitlesel ve özelleşmiş, kentsel ve kentsel olmayan, doğal ya da insan kökenli, maddi veya maddi olmayan kaynaklara dayalı turizm gibi, o destinasyondaki pek çok turizm türünün eşzamanlı gelişimini gerektiren bir pazarlama stratejisidir (Petkova ve Marinov, 2014:33).

Turizm ürünlerinin çeşitlendirilmesi; farklı ihtiyaçların ve farklı ilgilerin karşılanması için, farklı ürün ve deneyimler sunarak, yerli ve yabancı turistler arasında ortaya çıkabilecek gerginlik ve çatışmaların azaltılmasına yardımcı olabilir ve bu da yerli turist akışını arttırarak zorlu mevsimlerde uluslararası turist akışı eksikliğinin yerini almasını sağlayabilir (Benur, 2013:37).

Turizm ürünlerinin çeşitlendirilmesi stratejisi; farklı turizm türleri, turistlerin çeşitli ihtiyaçlarını karşıladığı için daha fazla tatmin düzeyini beraberinde getirir. Böylece, turistler kalma sürelerini uzatırlar ve destinasyonu başkalarına da tavsiye ederler ki bu da turizm şirketlerinin ve destinasyonların gelirlerinin artmasına ve yerel halk için yeni iş imkanlarının doğmasına yol açar. Dolayısıyla bu da yerel nüfusun yaşam standardını arttırır. Ayrıca, çeşitlendirilmiş ürün karışımı, benzer olumlu etkilere sahip (destinasyon için yeni olanları içeren) çeşitli pazar bölümlerini cezbedebilir. Öte yandan; turizm ürün çeşitlendirmesi, aynı bölgede, aynı kaynakların, aynı anda yoğun bir biçimde kullanılma ihtimalini azaltır ve böylece çevrenin korunmasını sağlar. Bir destinasyonun geniş arazisi üzerindeki çeşitli kaynaklara dayalı farklı turizm türleri sunulduğunda, bu kaynaklar ve çevre daha uzun süre korunmakta ve gelecek nesillerin ihtiyaçlarına hizmet edebilmektedir. Ayrıca, farklı zamanlarda farklı turizm türleri geliştirilebilmekte, bu da yıl boyunca tüm mevsimlerde destinasyon imkanlarının daha da fazla kullanılmasına yol açmaktadır (Petkova ve Marinov, 2014:34).

Turizm ve rekreasyon faaliyetlerine katılanların en çok kullandığı alanlardan biri de parklardır (Hacıoğlu ve Avcıkurt, 2011:84). Park kavramları arasında ise özellikle ABD ve Avrupa başta olmak üzere ziyaretçi sayıları ve elde edilen gelirlerle tüm dünyada öne çıkan tema parklar, turistik ürün çeşitlendirme kapsamında turizm destinasyonlarına önemli bir rekabet avantajı sağlamaktadır.

### 3. TEMA PARK

Tema parklar, turizmin önemli bir unsurudur ve tüm dünyada giderek yaygınlaşmaktadır. Uluslararası Eğlence Parkları ve Çekicilikleri Birliği (IAAPA) tarafından belirtildiği gibi tema park; yiyecek, kostüm, eğlence, mağazalar ya da eğlence oyuncaklarıyla gezinti gibi temalı atraksiyonlar içeren bir eğlence parkıdır (Guo, 2014:6).

Tema parkların kökeni, Orta Çağ Avrupa'sındaki mutluluk bahçelerine kadar uzanmaktadır. Canlı eğlence, ateş oyunları, dans, oyuncaklı oyunlar ve ilkel korku trenleriyle bugünkü tema parkların referans noktası olan bu bahçeler, 1700'lere kadar oldukça popüler olmuşlardır ve bazıları bugüne kadar ayakta kalmayı başarmıştır. 1583'te kurulan Kopenhag'daki Bakken, dünyanın en eski eğlence parkı olarak günümüze kadar gelmiştir. Endüstrinin keşfedilmeye başlanması ve bu parkların çok beğenilmesiyle, 1800'lerin sonunda Amerika'nın her yerinde inşa edilmeye başlanmışlardır. 1955'te Walt Disney tarafından inşa edilen Kaliforniya'daki Disney World'ün tamamlanması ve 1961 yılında Six Flags'in açılması ise dönüm noktası olmuş ve sektörün gelişimi için çok önemli yatırımlar olmuşlardır (Baran ve Kont, 2015:2).

Geissler ve Rucks (2011)'a göre, tema parklar genellikle mimari, peyzaj, mağazalar, oyuncaklarla geziler ve yiyecek hizmetleri de dahil olmak üzere tasarım özellikleri bakımından eğlence parklarından farklılaşmaktadır. Tema parklar genellikle; aileler için çekicilik unsurları, kostümlü kahramanların, gezinen müzisyenlerin olduğu bir eğlence ortamı, eğlence oyuncaklarına ve gösteri kapasitesine yüksek yatırım, yüksek bakım standartları, ziyaretçileri daha uzun kalmaya teşvik eden faaliyetler, tek bir fiyat kabul politikası gibi özelliklere sahiptirler. Tema parklar, ziyaretçileri eğlendirici oyun ya da uğraşların olduğu bir eğlence ya da yeni bir deneyim ortamına çekerler.

Bir tema park, parkın tamamına veya alanlar, tesisler gibi bazı kısımlara yayılan tek bir temaya ait olanakları içerir. Dolayısıyla tema park, bir yandan aldatici bir dünyayla karşılaşmayı, diğer yandan da ziyaretçinin hayattaki sıradan şeyleri geride bırakma arzusunu gerçekleştirmeyi amaçlayan "kapalı bir dünya" dır (Braun, 2001: 25).

Turistlerin ya da ziyaretçilerin tema park ziyareti deneyimlerini en iyi duruma getirmek için tema parkların gelişimi; fiziksel çevre, ulaşım, konaklama, altyapı, sunulan imkanlar, kurumsal ortam ile ekonomik, sosyal ve kültürel açılardan uygun biçimde planlanmalıdır (Aziz vd., 2012:99). Ayrıca; başarılı bir tema park, yerel ekonomiyi destekleyecek ve istihdam fırsatları yaratacaktır, aksi takdirde para ve arazi kaynaklarının israfı olacaktır (Guo, 2014:6).

Tema parklar, önde gelen birçok aile turizmi destinasyonu için çekim merkezidir. Tema parkların başarısı, bir bölgeye aile turistlerinin sürekli akışını sağlamada önemli bir rol oynamaktadır ki bu da, parkların içinde bulunan ya da parklara yakın konumdaki otelleri olumlu etkiler. ABD, Avrupa ve Asya; faaliyet gösterdikleri turizm ortamını değiştiren, iyi yapılandırılmış küresel ve bölgesel tema parklara sahiptir (Colliers International, 2014: 2).

Modern tema parklarda kullanılan tema türlerinin örnekleri arasında tarihi dönemler, peri masalları, hayvanlar, su, deniz ve fütürizm yer almaktadır. Bu temalar, günlük yaşantıdan tamamen uzak bir ortamda yaşama dahil olma hissi yaratmak ve bunu sürdürmek için kullanılır. Tema parkların çoğu, izole ve bağımsız birimlerdir. Ayrıca, tema parkların çoğunun özel sektör şirketleri olarak geliştirildiğini, hedef alındığını, yönetildiğini ve ticari işletmeler olduğunu belirtmek gerekir. Dünyanın en bilindik tema parkları Disneyland, Disneyworld ve Euro Disney gibi Disney parklarıdır (Raluca ve Gina, 2008: 636).

Tema parkların ziyaretçilere belli başlı tek bir tema sundukları düşünülse de, bugün tema parkların çoğu, temalı alanlar ya da farklı çekim noktaları açısından çoklu temalar içermektedir. Tema parklar, tema özelliklerine göre sınıflandırılırken literatürde pek çok farklı sınıflandırma ve temaların tanımlamaları bulunmaktadır. Ancak; en kapsayıcı olduğu düşünülen şekliyle, tema parklar genellikle yedi tema türü ve ilişkili özellikleriyle sınıflandırılabilir (Wong ve Cheung, 1999):

1. *Macera*: Heyecanlı ve hareketli, korkutucu, gizemli, heyecan verici trenler
2. *Fütürizm*: Geleceğin toplumu ve teknoloji, buluşlar, bilimsel ve teknolojik keşifler, robot teknolojisi, bilim kurgu
3. *Uluslararası*: Dünya lezzetleri, uluslararası köy, minyatür kopyalar, manzara noktaları, dünya fuarları
4. *Doğa*: Hayvanlar, bitkisel sunum, doğal bahçeler, peyzaj, deniz ve denizcilik yaşamı, doğal harikalar, okyanus, vahşi yaşam
5. *Fantezi*: Animasyon, çizgi film karakterleri, çocuksu çekicilik, çocuk oyun parkları, peri masalları, sihirbazlık, hayal ürünü, mitoloji ve efsaneler
6. *Tarih ve kültür*: Yerliler, otantik, kültürel miras, kültürel köy, altına hücum, tarihi ambiyans
7. *Filmler*: Amerikan vahşi batı gösterileri, komedi, sinema filmleri, gösteri dünyası, dublör gösterileri

### 3.1. Dünyadaki Tema Parklar

1991 yılında kurulmuş olan ve merkezi ABD’de bulunan Temalı Eğlence Birliği (Themed Entertainment Association-TEA) tarafından her yıl, dünyadaki tema parkların bir önceki yılda gösterdiği performans ve ziyaretçi sayılarının değerlendirildiği “Theme Index” adlı rapor yayınlanmaktadır (Baran ve Kont, 2014:3). 2017 raporuna göre dünyanın en çok ziyaret edilen ilk 25 tema parkı sıralaması aşağıdaki gibidir.

**Tablo1.** Dünyada En Çok Ziyaret Edilen İlk 25 Tema Park Sıralaması

DÜNYADA EN ÇOK ZİYARET EDİLEN İLK 25 TEMA PARK		ZİYARETÇİ SAYISI		
		2016	2017	DEĞİŞİM
1	MAGIC KINGDOM AT WALT DISNEY WORLD (ABD)	20.395.000	20.450.000	0.3 %
2	DISNEYLAND (ABD)	17.943.000	18.300.000	2.0 %
3	TOKYO DISNEYLAND (JAPONYA)	16.540.000	16.600.000	0.4 %
4	UNIVERSAL STUDIOS JAPAN (JAPONYA)	14.500.000	14.935.000	3.0 %
5	TOKYO DISNEYSEA (JAPONYA)	13.460.000	13.500.000	0.3 %
6	DISNEY’S ANIMAL KINGDOM AT WALT DISNEY WORLD (ABD)	10.844.000	12.500.000	15.3 %
7	EPCOT AT WALT DISNEY WORLD (ABD)	11.712.000	12.200.000	4.2 %
8	SHANGHAI DISNEYLAND (ÇİN)	5.600.000	11.000.000	96.4 %
9	DISNEY’S HOLLYWOOD STUDIOS AT WALT DISNEY WORLD (ABD)	10.776.000	10.722.000	-0.5 %
10	UNIVERSAL STUDIOS AT UNIVERSAL ORLANDO (ABD)	9.998.000	10.198.000	2.0 %
11	CHIMELONG OCEAN KINGDOM (ÇİN)	8.474.000	9.788.000	15.5 %
12	DISNEYLAND PARK AT DISNEYLAND PARIS (FRANSA)	8.400.000	9.660.000	15.0 %
13	DISNEY CALIFORNIA ADVENTURE (ABD)	9.295.000	9.574.000	3.0 %
14	ISLANDS OF ADVENTURE AT UNIVERSAL ORLANDO (ABD)	9.362.000	9.549.000	2.0 %
15	UNIVERSAL STUDIOS HOLLYWOOD (ABD)	8.086.000	9.056.000	12.0 %

**Tablo1.** Dünyada En Çok Ziyaret Edilen İlk 25 Tema Park Sıralaması (Devamı)

DÜNYADA EN ÇOK ZİYARET EDİLEN İLK 25 TEMA PARK		ZİYARETÇİ SAYISI		
		2016	2017	DEĞİŞİM
16	LOTTE WORLD (GÜNEY KORE)	8.150.000	6.714.000	-17.6 %
17	EVERLAND (GÜNEY KORE)	6.970.000	6.310.000	-9.5 %
18	HONG KONG DISNEYLAND (HONG KONG)	6.100.000	6.200.000	1.6 %
19	NAGASHIMA SPA LAND (JAPONYA)	5.850.000	5.930.000	1.4 %
20	OCEAN PARK (HONG KONG)	5.996.000	5.800.000	-3.3 %
21	EUROPA-PARK (ALMANYA)	5.600.000	5.700.000	1.8 %
22	WALT DISNEY STUDIOS PARK AT DISNEYLAND PARIS (FRANSA)	4.970.000	5.200.000	4.6 %
23	DE EFTELING (HOLLANDA)	4.764.000	5.180.000	8.7 %
24	TIVOLI GARDENS (DANİMARKA)	4.640.000	4.640.000	0.0 %
25	UNIVERSAL STUDIOS SINGAPORE (SİNGAPUR)	4.100.000	4.220.000	2.9 %
İLK 25'TEKİ TOPLAM KATILIM 2017		232.525.000	243.926.000	
İLK 25'TEKİ KATILIM BÜYÜMESİ 2016-2017		233.057.000	243.926.000	4.7 %

**Kaynak:** Themed Entertainment Association (TEA), 2018:10-11.

Dünyada en fazla ziyaret edilen ilk 25 tema parkın ziyaretçi sayısı 2017 yılında toplam 243 milyon 946 bin kişidir. Dünyadaki en büyük ilk 10 tema park grubunun ise 2017 yılı ziyaretçi sayısı 475 milyon 767 bin kişidir. Bunun 150 milyon 14 bin kişisi Walt Disney Grubuna aittir. Dolayısıyla, Walt Disney'in tema park ve eğlence sektöründe açık ara liderliği göze çarpmaktadır (TEA, 2018:9).

Aşağıda dünyada en fazla ziyaret edilen tema parklardan çeşitli örnekler bulunmaktadır:

**Tivoli Bahçeleri, Kopenhag, Danimarka:** Kopenhag'da bulunan Tivoli Bahçeleri, dünyanın en eski ikinci tema parkı olup 1843 yılında açılmıştır. Tivoli Bahçeleri, ABD'deki Disneyland'den 112 yıl önce açılmıştır. Sahibi ve işletmecisi Danimarkalı Tivoli firmasıdır (Baran ve Kont, 2015:37). Bahçelere hayran kalan Walt Disney ve diğer pek çok ünlü gibi, masal yazarı Hans Christian Andersen de Tivoli Bahçeleri'ni pek çok kez ziyaret etmiştir. Eğlence sürüşlerinin yanı sıra, tiyatrolar, konser alanları, çiçek bahçeleri, akvaryum, suni göl, pek çok dükkan ve bir lunaparkın da olduğu Tivoli Bahçeleri, 7'den 70'e herkese hitap etmektedir (<https://www.tivoli.dk/en/>, 2018)

**Tokyo Disneyland:** 1983 yılında açılan Tokyo Disneyland, ABD dışında açılan ilk Disney tema parkıdır. Disneyland, Disneysea ve İkspiari olmak üzere 3 eğlence bölümüne ayrılmıştır (<https://travel.sygi.com/tr/>, 2018). Disneyland olmasından dolayı çocuklara yönelik eğlence odaklıdır ve ünlü animasyon karakterleri ile temalı gösteriler yer almaktadır (Baran ve Kont, 2015: 6). 2017 yılında 16 milyon 600 bin kişilik ziyaretçi sayısı ile Asya-Pasifik bölgesinin en fazla ziyaret edilen tema parkı ve tüm dünyada en fazla ziyaret edilen üçüncü tema park özelliği taşımaktadır (TEA, 2018: 45).

**Universal Stüdyoları Orlando:** Florida'da bulunan Universal Stüdyolar 2 bölümden oluşmaktadır. Karikatürler ve masalsi temanın ön planda olduğu ilk bölüm daha çok çocuklara yöneliktir. Karayip Korsanları'ndan Sinbad'a kadar pek çok hikaye sunulmuş olan parktaki ikinci bölümde ise Mummy, Terminator, Hulk gibi filmlerin stüdyoları bulunmaktadır. Ayrıca, tam iki park arasındaki geçişte dünyanın en büyük Hard Rock Cafe'si bulunmaktadır (<https://gezimanya.com/>, 2018). 10 milyon 198 bin kişilik ziyaretçi sayısı ile 2017 yılında dünyanın en fazla ziyaret edilen onuncu tema parkıdır (TEA, 2018:10).

**Puy Du Fou, Les Epesses, Fransa:** Tamamen ses, ışık ve gösteri üzerine kurulu bir tema parktır. Tema parkta roller coaster gibi herhangi bir "sürüş (ride)" bulunmamaktadır. Akşam vakitlerinde gerçekleştirilen dans, ışık, su ve müzik gösterilerinin yanı sıra, gladyatör savaşları, Vikingler'in Orta Çağ'a ait bir köye saldırısı gibi 14 farklı gösteri ve 4 tarihi köy bulunmaktadır. 2012 yılında dünyanın en iyi tema parkı seçilmiştir (Baran ve Kont, 2015:58). Puy Du Fou Tema Parkı 2017 yılında 2 milyon 260 bin kişilik ziyaretçi sayısı ile, Avrupa'nın en fazla ziyaret edilen dokuzuncu tema parkıdır (TEA, 2018:55).

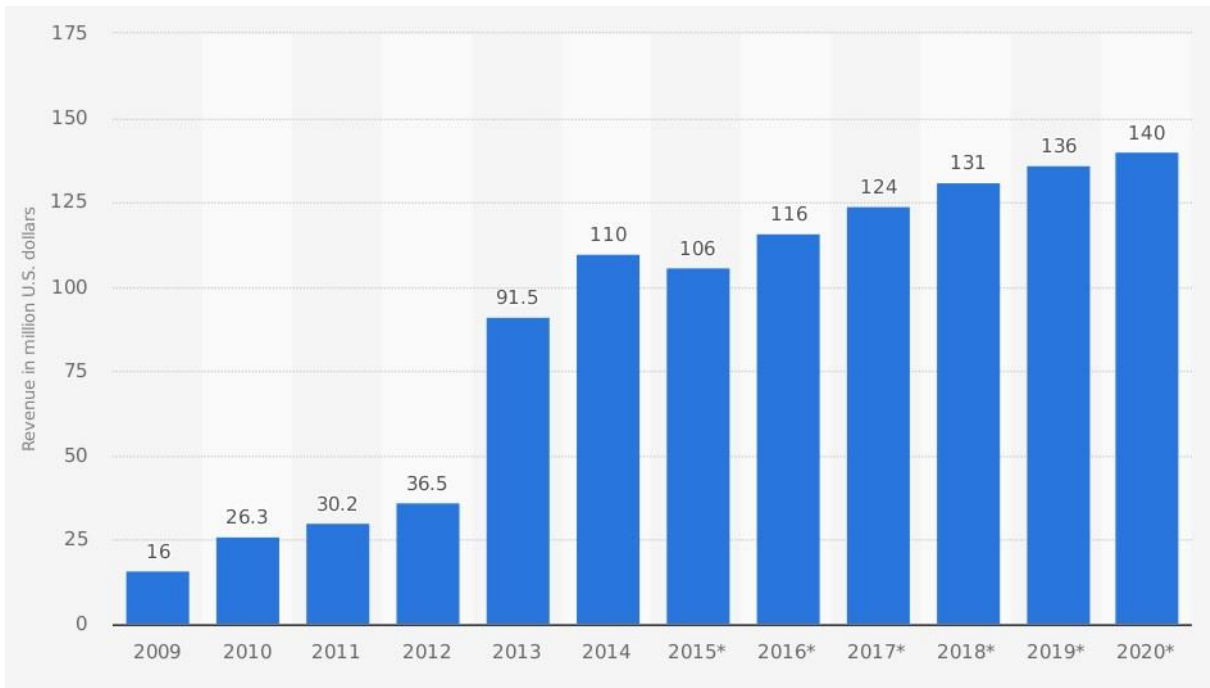
**Ocean Park, Hong Kong:** İçerisinde okyanus hayvanlarının bulunduğu akvaryumlarla birlikte hayvan temalı bir eğlence parkı olan Ocean Park'ın eğitici yanı da bulunmaktadır. Doğal yaşamı korumaya

yönelik araştırmaya dayalı eğitimler yapılmaktadır (Baran ve Kont, 2015: 9). Parktaki 2 ayrı bölüm arasında, Çin denizinin manzarasının görüldüğü bir teleferik bulunmaktadır. Park alanında, çeşitli canlıların orijinal yaşam alanlarında görülebildikleri bölüm ile eğlence araçlarına ayrılan bölüm vardır. Akvaryum bölümünde deniz yaşamından örnekler sergilenmektedir (<http://www.gezi-yorum.net/>, 2018).

### 3.2. Türkiye'deki Tema Parklar

Türkiye'deki tema park sektörünün gelişimine bakıldığında; mevcut tema parkların ve ziyaretçi sayılarının giderek arttığı görülmektedir ve bu durum rakamlara da yansımaktadır. Bununla birlikte; tüm dünyada, özellikle ABD ve Avrupa'daki tema parkların ziyaretçi sayıları ve elde edilen gelirler incelendiğinde, Türkiye'nin bu konuda oldukça uzun bir mesafe katetmesi gerektiği ortaya çıkmaktadır.

Statista'nın eğlence ve tema park sektörünün Türkiye'deki gelişimini ortaya koyan tahmin istatistiği; Türkiye'nin 2009-2014 yılları arasındaki eğlence merkezi ve tema park etkinliklerinin gelirlerini, 2020 yılına kadar olan tahminlerle birlikte göstermektedir. Buna göre; 2009'da 16 milyon dolar olan gelir seviyesinin 2020 yılında 140 milyon dolar olacağı tahmin edilmektedir ([www.statista.com](http://www.statista.com), 2018).



**Şekil 1.** Türkiye'de 2009'dan 2020'ye kadar eğlence ve tema park etkinliklerinin gelirleri (milyon dolar bazında).

**Kaynak:** ([www.statista.com](http://www.statista.com), 2018).

2018 yılında; Türkiye ve komşu ülkelerdeki Eğlence-Etkinlik, Park-Rekreasyon Endüstrisini bir araya getiren bir platform olan ilk ve tek ihtisas fuarı Atrax, 6. kez düzenlenmiştir. Sektörde Türkiye'deki ilk ve tek ödül yarışması olan Shining Star Awards- Eğlence, Etkinlik ve Rekreasyon Ödülleri her yıl; en başarılı temalı açık alan eğlence merkezi, en başarılı temalı kapalı alan eğlence merkezi, en başarılı su parkı, en başarılı temalı konut gibi çeşitli dallarda Atrax Fuarı kapsamında verilmektedir ([www.atraxexpo.com](http://www.atraxexpo.com), 2018).

Aşağıda Türkiye'deki tema parklardan çeşitli örnekler bulunmaktadır:

**İstanbul (Vialand), İstanbul:** Alışveriş caddelerinden oluşan AVM'si, konsept mağazaları ve geniş etkinlik alanları ile İstanbul'un Avrupa Yakası'ndaki Eyüp'te yaklaşık 600 dönümlük arazi üzerine kurulan İstanbul ya da eski adıyla Vialand; Türkiye'nin dünya standartlarındaki ilk temalı parkı konumundadır (<https://www.kulturportali.gov.tr/>, 2018). Dünyada ve Türkiye'de bir tema parkı, AVM ve gösteri merkeziyle birleştiren ilk alışveriş, eğlence ve yaşam kompleksi olan ve 650 milyon dolara mal olan İstanbul, 2013'te açılmıştır. 7'den 70'e herkese hitap eden tema parkın girişinde görkemli, masalsi bir şato vardır. 3 saniyede 110 km hıza çıkan, dünyanın en iyi 4. Roller Coaster'ı "Nefeskesen"i

bünyesinde bulunduran tema parkta, Adalet Kulesi, King Kong, Viking gibi heyecan verici eğlence üniteleri ile 4000 metre karelik bir alana kurulan ve 20 milyon dolara mal olan “Fatih’in Rüyası” gibi 30 aşkın ünite ziyaretçilerin hizmetine sunulmuştur (<http://www.isfanbul.com/>, 2018).

**The Land of Legends, Belek, Antalya:** Türkiye'nin en büyük yaşam ve eğlence parkı olarak nitelendirilen The Land of Legends, 1 Temmuz 2016'da misafirlerini ağırlamaya başlamıştır. Dünyanın en uzun mesafeli hızlı trenlerinden olan Hyper Coaster ile birlikte 5 büyük tren ve çok farklı su üniteleri bulunan tema parkta 100'ün üzerinde aktivite bulunmaktadır. Her yaşta çocuk ve ziyaretçiye göre üniteler bulunan temalı parktaki yapılarda İstanbul'dan tarihi örnekler de kullanılmıştır. Ülkenin değişik yerleri tanıtılırken, tarih de ön plana çıkarılmıştır. Tema park, 2017 yılında 550 bin ziyaretçiyi ağırlamıştır ([www.antalyagazetesi.com](http://www.antalyagazetesi.com), 2018). Projede aynı zamanda Türkiye'nin çocuklara özel olarak tasarlanmış ilk oteli bulunmaktadır. Otelin, The Land of Legends Theme Park'taki atmosferden esinlenilerek özel olarak tasarlanmış ve çocuk dostu lüks mobilyalarla donatılmış odalarında; play station, çift ekranlı led tv ve barkovizyona bağlı projektör gibi imkanlar bulunmaktadır (<https://www.thelandoflegendsthemepark.com/>, 2018). Ziyaretçilerin; dünyanın çeşitli şehirlerinde gerçekleşen gösterileri 100 milyondan fazla kişi tarafından izlenen, eğlence dünyasının dâhisi olarak bilinen Franco Dragone'un şovlarını izleme imkanı bulacağı tema parkın tüm etapları tamamlandığında 4 milyar liralık bir yatırım olması planlanmaktadır ([www.hurriyet.com.tr](http://www.hurriyet.com.tr), 2018).

**Eskişehir Sazova Parkı:** Bilim, Sanat ve Kültür Parkı olarak da geçen Sazova Parkı, Eskişehir-Kütahya yolu üzerinde 400000 m<sup>2</sup> alan üzerine kurulmuştur. Türkiye'deki en özgün parklar arasında gösterilen Sazova Parkı'nda; Masal Şatosu, Korsan Gemisi, Yapay Gölet, Hayvanat Bahçesi, Sualtı Dünyası, Bilim ve Deney Merkezi, Uzay Evi, Türk Dünyası Bilim Kültür Merkezi, Esminyatürk gibi farklı temaları olan bölümler ile amfiteyatro, oyun parkları, kafe ve restoranlar bulunmaktadır (<https://gezipgordum.com>, 2018).

**Osmaniye Masal Parkı:** Oldukça renkli ve değişik bir konsepti olan ve 100 milyon lira yatırımla 35 dönüm arazi üzerine kurulan Masal Parkı, 15 Ocak 2018'de açılmıştır. Türkiye'nin farklı coğrafi bölgelerinin öne çıkan doğal güzelliklerinin bulunması; parkın sadece Osmaniyelilerin değil, diğer şehirlerden insanların da ilgisini çekmesini sağlamaktadır. Parkta; Manavgat Şelalesi, Peri Bacaları, Ağrı Dağı, İzmir Saat Kulesi, Boğaz Köprüsü gibi tematik eserlerin benzerleri, Mezopotamya bölgesine özgü düzenlenen lunapark, Türkiye'nin çevresindeki denizleri temsil eden havuzlar, sualtı dünyası, masal ağacı ve çok uzun yürüme parkurları bulunmaktadır. Bu yürüme parkurları boyunca da özellikle Türk masal kahramanları ve egzotik sokaklar bulunmaktadır (<https://gezilmesigerekenyerler.com>, 2018).

Bunların dışında, Türkiye'nin farklı şehirlerinde farklı temalara sahip olan daha pek çok tema park bulunmaktadır. Bu tema parklara; İstanbul'da dinazor temalı Jurassic Land, Türkiye'nin ilk minyatür parkı Minyatürk, dünyanın en büyük tematik akvaryumu olarak nitelendirilen Akvaryum, Legoland; Antalya Kemer'deki Dinopark ve yine Antalya'daki Akvaryum; Gaziantep'te Parkantep Harikalar Diyarı; Ankara'da 2019'un Mart ayında açılan ve Avrupa'nın en büyük tema parkı olma özelliğine sahip olan Ankapark; Kayseri'de Anadolu Harikalar Diyarı; İzmir'de dünyanın ilk evrensel değerler temalı parkı olan Karşıyaka Evrensel Çocuk Müzesi ve Eğitim Kampüsü vb. pek çok örnek verilebilir.

### 3.3. Konya'daki Tema Parklar

**Konya Tropikal Kelebek Bahçesi (Kelebekler Vadisi):** Konya'nın Selçuklu ilçesinde 385 bin m<sup>2</sup> alan üzerine kurulan ve Konya'nın en büyük parkı olan Kelebekler Vadisi Parkı'nda yer alan Tropikal Kelebek Bahçesi, Avrupa'nın en büyük kelebek uçuş alanıdır. Dünyanın en ilginç ekolojik çalışmaları arasında gösterilen ve dünyadaki sayılı alanlardan birisi olan Tropikal Kelebek Bahçesi, 3500 m<sup>2</sup>lik gezi alanı ile toplamda 7600 m<sup>2</sup>lik bir kullanım alanına sahiptir. 1600 m<sup>2</sup>lik kelebek uçuş alanında 45 türde binlerce kelebeğin uçabildiği ve doğal yaşam alanına sahip olduğu bahçenin içinde, kelebeklerin en iyi şartlarda yaşayabilmeleri için 28° sıcaklığa ve %80 nem oranına sahip olacak şekilde tropikal iklim şartları oluşturulmuştur. Malezya'dan İngiltere'ye, Hollanda'dan Meksika'ya dünyanın dört bir yanından farklı türlere ait kelebeklerin kimi tropikal ormanlardan, kimi Buz Denizi kıyılarından gelmektedir. Kelebeklerin larvadan kelebek haline gelişine kadar tüm evrelerinin gözlenebildiği Tropikal Kelebek Bahçesi'nde ayrıca, 98 türe ait 20 bin bitki bulunmaktadır. Kelebekleri kendi nektar bitkileri etrafında uçarken gözlemlemek mümkündür. Tropikal Kelebek Bahçesi'ne tepeden



bakıldığında binanın da kelebek şeklinde olduğu görülmektedir. Mimari yapısıyla, Türkiye'nin en prestijli ödülllerinden olan "Sign of the City Awards" 2018 ödülünü almıştır ve kelebek şeklindeki tasarımıyla, hem yerli hem de yabancı turistler için şehrin sembol ziyaret mekanları arasında yer almaktadır. Giriş yapılan ve ilk gezilen alan kelebeğin büyük kanadıdır. Kelebeklerin gün ışığı ile hareket edebilmesi için binanın etrafı ışığı geçiren ve farklı boyutlarda olan camlarla kaplıdır. Kelebek uçuş alanı gezildikten sonra yapay bir mağaradan geçilerek binanın küçük kelebek kanadı bölümüne geçilmektedir. Burada yine tropikal alanlardan getirilmiş orkide çeşitlerini ve içlerinde rengarenk papağanların olduğu tropikal kuşları görmek mümkündür. Daha sonra da kelebeklerin yaşam döngüsü, davranışları, sınıflandırılması gibi pek çok konuda bilgi edinilebilecek ve böcek çeşitlerinin de bulunduğu Böcek Müzesi'ne geçilmektedir. Tropikal Kelebek Bahçesi'nde ayrıca Eğitim Sınıfı'ndan randevu alan okul öğrencilerine doğa eğitimleri ve bahçe eğitimleri verilmektedir (<http://www.konyakelebeklervadisi.com/>, 2018; [www.raillife.com.tr](http://www.raillife.com.tr), 2018; <https://gezimanya.com>, 2018; [www.hurriyet.com.tr](http://www.hurriyet.com.tr), 2018). Tropikal Kelebek Bahçesi'nin bilet fiyatları; öğrenciler için 10 TL, sivil ziyaretçiler için ise hafta içi 15, hafta sonu 17,5 TL'dir. Konya için önemli bir turizm destinasyonu olan Tropikal Kelebek Bahçesi'ni, ziyarete açıldığı tarih olan 3 Haziran 2015'ten bu yana, toplamda 1.021.110 kişi ziyaret etmiştir.



**Resim 1.** Konya Tropikal Kelebek Bahçesi

**Kaynak:** <https://gezimesigerekenyerler.com>, 2018; <http://www.konyakelebeklervadisi.com>, 2018.

**80 Binde Devr-i Alem Parkı:** 2014 yılında 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı'nda hizmete açılan ve Konya'nın Meram ilçesinde bulunan park; T-Rex Parkı, Pamuk Şekeri Parkı ve Cihan-ı Türk Parkı olmak üzere üç bölümden oluşmaktadır. Hareketli ve sesli dinazorların bulunduğu T-Rex Parkı'nda 50 dinazor maketi yer almaktadır. Çocukların hayal dünyasına katkıda bulunacak olan Pamuk Şekeri Parkı, "Masal Dünyası" Parkı'dır. Burası çocukların en çok ilgi gösterdiği bölümdür ve Şirinler, Hulk, Pembe Panter, Batman, Spiderman, Çakmaktaşlar gibi çizgi film ve masal kahramanları bulunmaktadır. Ünlü komedyenler ile 13 Türk büyüğünün büstleri, masal ağacı ve 51 metre uzunluğundaki kafeterya olarak hizmet veren Osmanlı Kadırgası da bu bölümde yer almaktadır. Yetişkinlerin ilgisini en çok çeken bölüm olan Cihan-ı Türk Parkı'nda ise tarihi ve kültürel mirası yansıtan 120 minyatür yer almaktadır. Hem tarih öncesi yaratıkların hareketli bir şekilde bulunması, hem de minyatür eserlerin ve masal kahramanlarının bir arada bulunmasından dolayı Türkiye'de bir ilk olma özelliği taşıyan park, farklı konseptleriyle tüm yaş gruplarına hitap etmektedir. Parkta ayrıca yeşil alan ve restoran da bulunmaktadır. 80 bin metrekarelik alan üzerine 40 milyon TL yatırımla inşa edilen park Konya turizmine oldukça önemli bir katkı sağlamaktadır ([www.80bindedevrialem.com](http://www.80bindedevrialem.com), 2018; [www.konyagezirehberi.net](http://www.konyagezirehberi.net), 2018; <https://emlakkulisi.com>, 2018). 80 Binde Devr-i Alem Parkı'nın bilet fiyatları; öğrenciler için 3 TL, sivil ziyaretçiler için 7 TL'dir. Açılış tarihi olan 23 Nisan 2014'ten, 2018 yılının sonuna kadar toplamda 1.500.000 kişi tarafından ziyaret edilmiştir.



**Resim 2.** 80 Binde Devr-i Alem Parkı

**Kaynak:** <https://www.pusulahaber.com.tr>, 2018; [www.80bindedevrialem.com](http://www.80bindedevrialem.com), 2018.

**Ecdat Parkı (Konya Kalehan Ecdat Bahçesi):** Konya'nın Selçuklu ilçesinde 110 bin metrekarelik alan üzerine kurulan parkta Selçuklu ve Osmanlı mimarisinden örnekler bulunmaktadır. Park, yaklaşık 20 milyon liraya mal olmuştur. Parkta; 12bin 500 metrekarelik gölet, Osmanlı ve Selçuklu Kameriyeleri, surlar içinde tarihi liman, Osmanlı Sokağı, Namazgah Çeşmesi, seyir kulesi, kule kafe, değirmen, deniz feneri, Osmanlı Kahvehanesi, boğaz yalısı, Selçuklu giriş tagı, Osmanlı Otağı amfi, cami, Mehteran binası, desenli bahçe, Hasbahçe, Selçuklu Hanı restoran, kamelyalar, sosyal donatılar ve el sanatlarının sergilenip satıldığı satış yerleri bulunmaktadır. Selçuklu dönemi mimarisine uygun özellikte inşa edilen ve toplantı salonu olarak hizmet verecek olan bir kervansarayın da bulunduğu parkın göletinde, kayıklarla gezinti yapılabilmektedir. Zırh ve kalkanyla Osmanlı askerini canlandıran iki görevlinin nöbet beklediği kapıdan giren ziyaretçilere parkta, Yeniçeriler ile atlı Selçuklu askerleri eşlik etmektedir. Park içerisinde zaman zaman Konya Büyükşehir Belediyesi Mehter Takımı tarafından mehter konserleri gerçekleştirilmektedir. Park, Türkiye'de tarihi dokunun hissedildiği mimari tarzda bir ilk özelliği taşımaktadır. Selçuklu Devleti'ne başkentlik yapan ve pek çok eseri bünyesinde barındıran şehre kazandırılan park, Konya'nın yeni cazibe merkezlerinden biri olmuştur ([www.konyagezirehberi.net](http://www.konyagezirehberi.net), 2018; [www.konya.bel.tr](http://www.konya.bel.tr), 2018; <https://emlakkulisi.com>, 2018).



**Resim 3.** Ecdat Parkı

**Kaynak:** [www.konyagezirehberi.net](http://www.konyagezirehberi.net), 2018.

**Japon Parkı:** Türk-Japon halklarının kardeşlik duygularını geliştirmek ve iki ulusun birbirlerini daha iyi tanımaları için, Konya Büyükşehir Belediyesi tarafından Japon mimarisi ve kültürüne uygun olarak yapılan ve 2010 yılında hizmete sunulan park, 1 milyon 550 bin TL'ye mal olmuştur. 30000 m<sup>2</sup> alan üzerine kurulmuş olan parkın her noktasında, Japon sanatının genel karakteri olan doğal malzemeler kullanılmıştır. Japon bahçelerindeki her ögenin bir anlamı vardır ve birinin yokluğu ile bahçenin ifade etmek istediği anlam tamamen değişir. Dolayısıyla, bu parktaki hiçbir eleman da gelişigüzel yerleştirilmemiştir. Parkta büyük bir bölümü oluşturan kuru bahçe, granit kayasından elde edilen

çakıllardan yapılmıştır. Beyaz çakıldan oluşturulan bu bahçe, suyu; çakıl ise temizlik ve saflığı sembolize etmektedir. Bahçede düz çizgiler yoktur. Yollar da dahil her şeyin kıvrımlı ve kavislidir. Japon siyah çamı ve Japon ardıcı gibi ağaçlar ile Konya iklimine uygun Japon bitkileri bulunmaktadır. Japon bahçesinin tüm özellikleriyle yaşatılacağı parkta; Japon Çay Evi, Japon mimarisine uygun seyir terasları, kamelyalar, suni tepeden akan şelaleler, 4 bin metrekarelik gölet, balıklar, Japon ahşap köprüler, bambu su oyunları, kaya bahçeleri, desenli çakıl bahçeleri (zen gardens), Japon mimarisine uygun giriş kapıları, oturma grupları, taş fenerler ve bahçenin etrafında Japon stili duvarlar bulunmaktadır. Özel günlerinde fotoğraf çektirmek isteyenlerin de yoğun ilgi gösterdiği Japon Parkı, şehrin turizmüne önemli bir katkı sağlamaktadır ve şehrin çekim merkezlerinden biri haline gelmiştir (www.memleket.com.tr, 2018; www.konyalife.com.tr, 2018).



**Resim 4.** Japon Parkı

**Kaynak:** www.japonpark.com, 2018.

#### 4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Turizmde değişen talep yapısı ve artan rekabet; turistik ürün arz eden ülke, bölge, yöre veya işletmelerin, turistlerin ihtiyaçları ve istekleri doğrultusunda turistik ürünlerini farklılaştırmalarını ve çeşitlendirmelerini gerekli kılmaktadır (Sarkım, 2007:155). Turistik ürün çeşitlendirmesi ve sezonun tüm yıla yayılması noktasında öne çıkan tema parklar, turizmin önemli bir ögesi olarak tüm dünyada ve Türkiye’de giderek yaygınlaşmaktadır.

Statista’nın tema park sektörünün Türkiye’de de giderek geliştiğini ortaya koyan araştırması incelendiğinde; Türkiye’nin 2009 yılında eğlence merkezi ve tema park etkinlikleri gelirlerinin 16 milyon dolar seviyesinde olduğu, 2020 yılında söz konusu rakamın tahmini olarak 140 milyon doları aşacağı görülmektedir. Dünyada ise tema park sektörünün büyüklüğü 45 milyar dolara ulaşmış durumdadır. Amerika’da ABD, Avrupa’da ise Fransa bu konuda öne çıkan ülkelerdir. Başta ABD ve Avrupa olmak üzere, tema park sektöründe elde edilen gelirler milyar dolarlarla ifade edilmektedir. Türkiye’de ise son yıllarda bu alana yapılan yüksek yatırımlar dikkat çekse de, elde edilen gelirlerle bakıldığında Türkiye’nin tema park odaklı eğlence pazarında oldukça gerilerde olduğu görülmektedir.

Konya’da ise bu kapsamda değerlendirilebilecek 4 adet temalı park bulunmaktadır:

-Doğa teması kapsamında değerlendirilebilecek, içerisinde aynı zamanda botanik bir park bulunan, kelebek temalı Tropikal Kelebek Bahçesi,

-Tarih, kültür, uluslararası ve fantezi temalarının bir arada bulunabileceği 80 Binde Devr-i Alem Parkı,

-Tarih ve kültür temalı Ecdat Parkı,

-Doğa ve kültür temalı Japon Parkı.

Tropikal Kelebek Bahçesi ve 80 Binde Devr-i Alem Parkı’na girişler ücretlidir. Tropikal Kelebek Bahçesi’nin bilet fiyatları; öğrenciler için 10 TL, sivil ziyaretçiler için ise hafta içi 15, hafta sonu 17,5

TL'dir. Tropikal Kelebek Bahçesi'ni; ziyarete açılış tarihi olan 3 Haziran 2015 tarihinden bu yana, toplamda 1.021.110 kişi ziyaret etmiştir. 80 Binde Devr-i Alem Parkı'nın bilet fiyatları ise öğrenciler için 3 TL, sivil ziyaretçiler için 7 TL'dir. Açılış tarihi olan 23 Nisan 2014'ten, 2018 yılının sonuna kadar toplamda 1.500.000 kişi tarafından ziyaret edilmiştir. 2017 yılında ziyarete açılan Ecdat Parkı ile 2010 yılında hizmete sunulan Japon Parkı'na ise girişler ücretsizdir. Her iki parka da, hafta içi ve hafta sonu ziyaretçiler yoğun ilgi göstermektedir.

Konya'daki mevcut temalı parkların, şehrin çehresine değer kattığı ortadadır. Turizm anlamında; Konya ile ilgili zihinlerdeki Mevlana kısıtlamasını ortadan kaldıran, şehrin turizmine alternatif sunan, Konya'da görülecek yerler sıralamasında ilk sıralarda olan ve şehrin yeni çekim merkezleri olmaları itibarı ile Konya'nın yükselen bir turizm merkezi olmasına katkıda bulunan temalı parkların sayısı, yerel yönetimlerce uygulanacak doğru planlama ve stratejilerle arttırılabilir. Türkiye'nin yüzölçümü en büyük ili olan Konya, tema parkların kurulması için alan olarak oldukça müsaittir. Şehrin çeşitli noktalarında; dünyada öne çıkan ve en çok ilgi çeken tema park örnekleri araştırılarak, ziyaretçilerin ilgisini çekecek farklı temalara sahip yeni parklar inşa edilebilir. Yüksek yatırım gerektirse de, yerli ve yabancı ziyaretçilerin ilgisini çeken ve şehrin turizmine katkısı yadsınamayan tema parklar, uzun vadede şehrin tanıtımına ve markalaşmasına da katkı sağlayacaktır.

## KAYNAKÇA

- Aziz, N.A., Ariffin, A.A.M., Omar, N.A. ve Evin, C. (2012). Examining the Impact of Visitors' Emotions and Perceived Quality towards Satisfaction and Revisit Intention to Theme Parks. *Jurnal Pengurusan*, 35(2012), 97-109.
- Baran, H. ve Kont, G. (2014). Tema Parklar. [http://izto.org.tr/demo\\_betanix/uploads/cms/yonetim.ieu.edu.tr/5641\\_1447767196.pdf](http://izto.org.tr/demo_betanix/uploads/cms/yonetim.ieu.edu.tr/5641_1447767196.pdf), Erişim Tarihi: 16.11.2018.
- Baran, H. ve Kont, G. (2015). Asya ve Avrupa'da En Fazla Ziyaret Edilen Tema Parklar. [http://izto.org.tr/demo\\_betanix/uploads/cms/yonetim.ieu.edu.tr/5641\\_1447762313.pdf](http://izto.org.tr/demo_betanix/uploads/cms/yonetim.ieu.edu.tr/5641_1447762313.pdf), Erişim Tarihi: 16.11.2018.
- Bardakoğlu, Ö. (2011). Turistik Ürün Bakımından Destinasyon Planlaması ve Pazarlaması Kapsamında İzmir Turizminin Değerlendirilmesi ve Geliştirilmesine Yönelik Bir Model Çalışması, Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Benur, A.M. (2013). Product Diversification, Product Relationships and the Economic Resilience of Libyan Tourist Destinations, Doktora Tezi, Sheffield Hallam University, United Kingdom.
- Braun, M. (2001). The Economic Impact of Theme Parks on Regions. NEURUS Papers, NEURUS-Network of European and US Regional and Urban Studies.
- Colliers International. (2014). DNA of Theme Park Hotels. <http://www.colliers.com/-/media/files/emea/uae/case-studies/dna-of-theme-park-hotels-13102014.pdf>, Erişim Tarihi: 17.11.2018.
- Farmaki, A. (2011). A Critical Evaluation of Tourism Product Diversification: The Case of Cyprus, Doktora Tezi, Nottingham Trent University, United Kingdom.
- Geissler, G.L. ve Rucks, C.T. (2011). The Overall Theme Park Experience: A Visitor Satisfaction Tracking Study. *Journal of Vacation Marketing*, 17(2), 127-138.
- Guo, W. (2014). What Effects Theme Park Performance: A Comparative Case Study of Disney Theme Parks in East Asia, Yüksek Lisans Tezi, Columbia University, USA.
- Hacıoğlu, N. (2000). *Turizm Pazarlaması*. Bursa: Vipaş A.Ş.
- Hacıoğlu, N. ve Avcıkurt, C. (2011). *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi (2. Basım)*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Kozak, N., Kozak, M.A., ve Kozak, M. (2013). *Genel Turizm İlkeler-Kavramlar (14. Baskı)*. Ankara: Detay Yayıncılık.

- Petkova, E. ve Marinov, V. (2014). Development of Diversified Tourism Destination Products-A Case Study of Tourism Destination, Municipality of Sofia, Bulgaria. *Journal of Environmental and Tourism Analyses*, 2(1), 33-47.
- Raluca, D.C. ve Gina, S. (2008). Theme Park-The Main Concept of Tourism Industry Development. *Annals of the University of Oradea, Economic Science Series*, 17(2), 635-640.
- Sarkım, M. (2007). Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Turistik Ürün Çeşitlendirme Politikaları ve Antalya Örneği, Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- TEA (Themed Entertainment Association). (2018). Theme Index Museum Index 2017: Global Attractions Attendance Report. [http://www.teaconnect.org/images/files/TEA\\_268\\_653730\\_180517.pdf](http://www.teaconnect.org/images/files/TEA_268_653730_180517.pdf), Erişim Tarihi: 21.11.2018).
- UNESCO ve UNEP (United Nations Educational Scientific and Cultural Organization ve United Nations Environment Programme). (2009). Sustainable Tourism Development in UNESCO Designated Sites in South-Eastern Europe. [http://portal.unesco.org/es/files/45338/12417872579Introduction\\_Sustainable\\_Tourism.pdf](http://portal.unesco.org/es/files/45338/12417872579Introduction_Sustainable_Tourism.pdf), Erişim Tarihi: 20.11.2018.
- Usta, Ö. (2008). *Turizm Genel ve Yapısal Yaklaşım*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Wong, K.K.F. ve Cheung, P.W.Y. (1999). Strategic Theming in Theme Park Marketing. *Journal of Vacation Marketing*, 5(4), 319-332.
- <http://www.gezi-yorum.net/> (Erişim Tarihi: 24.11.2018)
- <http://www.isfanbul.com> (Erişim Tarihi: 25.11.2018)
- <http://www.konyakelebeklervadisi.com/> (Erişim Tarihi: 20.12.2018)
- <https://emlakkulisi.com> (Erişim tarihi: 22.12.2018)
- <https://gezilmesigerekenyerler.com> (Erişim Tarihi: 14.12.2018)
- <https://gezimanya.com/> (Erişim Tarihi: 22.11.2018)
- <https://gezipgordum.com> (Erişim Tarihi: 11.12.2018)
- <https://travel.syggic.com/tr/> (Erişim Tarihi: 22.11.2018)
- <https://www.kulturportali.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 24.11.2018)
- <https://www.pusulahaber.com.tr> (Erişim Tarihi: 22.12.2018)
- <https://www.thelandoflegendsthemepark.com/> (Erişim Tarihi: 10.12.2018)
- <https://www.tivoli.dk/en/> (Erişim Tarihi: 22.11.2018)
- <www.antalyagazetesi.com> (Erişim Tarihi: 10.12.2018)
- <www.atraxexpo.com> (Erişim Tarihi: 11.12.2018)
- <www.hurriyet.com.tr> (Erişim Tarihi: 10.12.2018)
- <www.japonpark.com> (Erişim Tarihi: 27.12.2018)
- <www.konya.bel.tr> (Erişim Tarihi: 23.12.2018)
- <www.konyagezirehberi.net> (Erişim Tarihi: 22.12.2018)
- <www.konyalife.com.tr> (Erişim Tarihi: 25.12.2018)
- <www.memleket.com.tr> (Erişim Tarihi: 25.12.2018)
- <www.raillife.com.tr> (Erişim Tarihi: 20.12.2018)
- <www.statista.com> (Erişim Tarihi: 11.12.2018)
- <www.80bindedevrialem.com> (Erişim Tarihi: 22.12.2018)