



# Tourism and Recreation

<https://dergipark.org.tr/tourismandrecreation>

E-ISSN: 2687-1971

## Ev tatili (staycation): aldatmaca mı yoksa gerçek bir turist deneyimi mi?

### Staycation: deception or a real tourist experience?

Selin Kama<sup>1</sup>, Taner Akkoç<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup> Bitlis Eren Üniversitesi, Kanık Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Rekreasyon Yönetimi Bölümü, skama@beu.edu.tr, 0000-0002-2707-091X

<sup>2</sup> Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, taner.akkoc@omu.edu.tr, 0000-0002-2196-3266

#### MAKALE BİLGİSİ ARTICLE INFO

Araştırma / Research Article

Anahtar Kelimeler:

Geleneksel turizm, Ev tatili, Turist deneyimi, Turist tatmini

Key Words:

Traditional tourism, Staycation, Tourist experience, Tourist satisfaction

Gönderme Tarihi / Received Date:

04.04.2024

Kabul Tarihi / Accepted Date:

27.06.2024

Yayımlanma Tarihi / Published Online:

30.06.2024

DOI:

[10.53601/tourismandrecreation.1465126](https://doi.org/10.53601/tourismandrecreation.1465126)

#### ÖZET

Yaşanan ekonomik krizler ve COVID-19 Pandemisi sebebiyle bireyler son dönemlerde “evde tatil yapma” şeklinde ifade edilen “staycation” ya da ev tatili faaliyetine yönelmiştir. Bu kapsamda çalışmanın amacı ev tatili faaliyetleri sonucu elde edilen deneyimin, geleneksel turizm faaliyetleriyle elde edilen rahatlama duygusu ve tatmin ihtiyacını ne düzeyde karşılayabildiğini tespit etmektir. Nitel araştırma yönteminin benimsendiği çalışmada yarı yapılandırılmış görüşme tekniğiyle veri toplanmıştır. Yapılan analizler sonucu ev tatili faaliyetinin; katılım, motivasyon, deneyim, duygu, verimlilik, anlamlılık ve keşif temalarından oluşan bir turizm faaliyeti olduğu belirlenmiştir. Ev tatili deneyimini en çok anlamlılık teması ön plana çıkarırken en az üzerinde durulan tema ise verimlilik olmuştur. Araştırma sonuçlarına göre katılımcılar evde tatili deneyimini kişisel bir aldatmaca olarak görmektedir. Bu kapsamda ev tatili deneyimiyle elde edilen tatminin artırılması için hem ev ortamında hem de bölgede sanal gerçeklik uygulamalarının artırılması kültürel, sanatsal ve sportif etkinliklerin çeşitlendirilmesi önerilmektedir.

#### ABSTRACT

Due to the economic crises and the COVID-19 pandemic, individuals have recently turned to staycation activities, which are defined as "holidays at home". In this context, the study aims to determine to what extent the experience obtained as a result of staycation activities can meet the need for relaxation and satisfaction obtained through traditional tourism activities. In the study where the qualitative research method was adopted, data was collected using a semi-structured interview technique. As a result of the analysis, it was determined that the staycation activity is a type of tourism consisting of the themes of participation, motivation, experience, emotion, efficiency, meaningfulness, and discovery. While the theme of meaningfulness came to the fore the most in the Staycation experience, the theme that was least emphasized was efficiency. According to the research results, participants see the staycation experience as a personal deception. In this context, it is recommended to increase virtual reality applications to increase the satisfaction obtained with the staycation experience. Additionally, it is recommended to diversify cultural, artistic, and sports activities in the region.

## 1. Giriş

Turizm, stresli ve telaşlı yaşam koşullarından uzaklaşma için önemli bir an, kendini iyi hissetmenin bir yolu ya da yaşam kalitesinin bir göstergesi olarak görüldüğünden bir lüks olarak değil yaşamın vazgeçilmez bir parçası olarak görülmektedir (Bronner & Hoog, 2014; Fox, 2009). Ancak, krizler ve felaketler çoğu zaman bu hareketliliği sınırlandırmakta, turist davranışları ve harcama kalıpları da buna bağlı olarak derinden etkilenmektedir (Senbeto & Hon, 2020). Özellikle, son yıllarda COVID-19 pandemisi ve ekonomik krizler benzin fiyatlarından, yemek masraflarına ve otel odalarına kadar her şeyin pahalılaşmasına yol açarak insanların tatile çıkmanın ek masrafına değil değirmeyeceğini sorgulamasına neden olmuştur (Fox, 2009). Buna bağlı olarak yaşam tarzlarını değiştirerek paket tatillerden tamamen vazgeçmeleri ya da masraflarını azaltarak evlerinin yakınındaki kırsal alanlar ve kasabalarda dinlenme fırsatı sunan mekanları ziyaret etmeleri staycation kavramının giderek daha popüler hale gelmesinde

etkili olmuştur (Pawłowska & Matoga, 2016). Staycation her ne kadar yurt içi gezileri ve evde kalma bağlamıyla iki farklı ortamda gerçekleşse de Türkçe alan yazına “ev tatili” ifadesiyle geçmiştir (Elnur, 2022). Bu nedenle, bu çalışmada da “ev tatili” şeklinde kullanılacaktır.

Krizlere bağlı olarak gelişen sosyal ve ekonomik değişimler, farklı ziyaretçi gruplarına yönelik turizm ürünlerinin insanların değişen ihtiyaç ve beklentilerine yanıt olarak yaratılmasında etkili olabilmektedir (Pawłowska-Legwand & Matoga, 2016). Ev tatili bu tür krizlere bir yanıt olarak bireylerin evlerine daha yakın yerlere seyahat etme olasılıklarını tanımlayan bir olgudur (Papatheodorou vd., 2010). Bu nedenle “ev tatili” alan yazında corona ve ekonomik durum başta olmak üzere krizler konusuna atıfta bulunularak yurtiçi seyahatler (James vd., 2017; Karim vd., 2022; Rosu, 2020) ve evde vakit geçirme bağlamıyla (Blichfeldt, 2008; Wixon, 2009) çalışılmıştır. Pandemi sırasında stresi hafifletmenin ve refahı artırmanın bir yolu olarak irdelenen

kavramın çerçevesi kısıtlı sayıda örneklem ile belirlenmeye ve anlaşılmaya çalışılmıştır (Li vd., 2023). Bu çalışmalar, seyahatin devam edememesi, evde zorunlu tatile ilişkin tepkileri ve deneyimleri keşfetmeye (Jacobesen vd., 2023) COVID-19'un etkisi altında ziyaretçi davranışlarını anlamaya yönelik olarak yapılmıştır (Moon ve Chan, 2022; Lin vd., 2021). Ancak COVID-19 pandemisinin etkisini yitirdiği ve hayatın normaleştiği günümüz koşullarında insanların ekonomik sebeplerle ev tatili faaliyetini tercih etme zorunluluklarının sosyal ve psikolojik bağlam üzerindeki etkilerini irdeleyen çalışmalara rastlanmamıştır. Bu bağlamda çalışmada COVID-19 pandemisine ek olarak artan ekonomik bunalımın evde kalmayı zorunlu hale getirdiği bu dönemde insanların ev tatili faaliyetini ne düzeyde tatil olarak benimsedikleri irdelenecektir. Buna göre, çalışmanın amacı bireylerin turizm ihtiyacını karşılamak için katıldığı "ev tatili" faaliyetleri sonucu elde ettikleri deneyimi geleneksel turizm faaliyetlerinden elde edilen deneyimlerle kıyaslamaktır. Böylece turistlerin katıldığı "ev tatili" faaliyetlerinin geleneksel turizm faaliyetlerinin getirdiği rahatlama duygusunu ve tatmin ihtiyacını karşılayıp karşılamadığı tespit edilecektir.

Turizmin, tüm gezegende mutluluk yaratmak için başlatılan en büyük ticari müdahalelerden biri olduğu tartışmasızdır (Pearce, 2009). Bu deneyim, seyahat sürecinde yapılan etkinliklerle birlikte bireyin psikolojisi ya da mutluluk düzeyi üzerinde etkili olmaktadır (Milman, 1998). Genellikle mekânsal olarak ayrılmış çeşitli faaliyetlerde bulunma ihtiyacına karşı içsel ve dışsal motivasyonlarla gerçekleştirilen seyahatler bir amaç ya da amaca ulaşmak için araç olarak değerlendirilmektedir (Mokhtarian vd., 2015). Bireyler kendilerini kaybetmek ve sonra yeniden bulmak, kalplerini ve gözlerini açmak, zamanın akışına kapılmak ve dünyanın farklı coğrafyalarına dağılmış zenginlikleri öğrenmek için seyahat etmektedir (Iyer, 2000). Bu nedenlerle, pandemi sonrası evde ya da aile yanında geçirilen tatiller kapsamında "ev tatili"nin, seyahat etmenin bu amaçlarını veya kazanımlarını karşılayıp karşılamadığı tartışılması gereken bir durumdur. Diğer taraftan, son dönemlerde yaşanan ekonomik zorluklar ve COVID-19 pandemisi bireyleri hem ekonomik hem de zamansal açıdan daha kısıtlı imkânlarla yapabilecekleri turizm etkinliklerine yöneltmiştir. Bu açıdan çalışma evde, akraba yanında kısaca yaşanan bölgede gerçekleşen turizm etkinliklerinin şekillendirdiği ya da yarattığı turistik ürünlerin tespit edilmesi bakımından önem arz etmektedir. Bu durum değişen turist davranışlarını ve tüketim alışkanlıklarını da beraberinde getirecektir. Bu bağlamda ev tatili faaliyetleri kapsamındaki turistik ürünleri tercih eden turistlerin ortak özelliklerinin ortaya çıkarılması da araştırmayı önemli bir noktaya taşımaktadır. Alan yazını bölümünde de aktarıldığı üzere "ev tatili" turizm açısından yeni bir kavram olduğu için sınırlı sayıda araştırmalarda tanımı üzerinde henüz bir uzlaşmaya varılmadığı görülmektedir. Turizm alan yazınına yeni girmiş "ev tatili" kavramı üzerine yapılan bu araştırma söz konusu eksikliği gidermeye dönük katkı sunacağı için önemli görülmektedir.

Bu çalışmada öncelikle ev tatili kavramı tanımlanmış ve ev tatili faaliyetinin birey üzerindeki etkileri irdelenmiştir. Sonrasında ise yarı yapılandırılmış görüşme tekniğiyle

katılımcılardan elde edilen veriler pozitivist bir bakış açısıyla değerlendirilmiştir. Son olarak araştırmada alan yazını ve sektör açısından çalışmada elde edilen bulgular tartışılarak çeşitli öneriler geliştirilmiştir.

## 2. Kavramsal Çerçeve

### 2.1. Ev Tatili

Yükselen benzin fiyatları ve sarsılan ekonominin Amerikalı orta sınıfının tatil planlarını sekteye uğrattığı 2008 yazında 'Evde kalma, 'evde tatil yapma' uygulaması gelişmiş (Molz, 2009; Sharma, 2009) COVID-19'un yaygın etkileri nedeniyle son yıllarda bir turizm türü olarak görülmeye başlamıştır (Li vd., 2023; Moon & Chan, 2022). Seyahat kalıplarının para, zaman ve fazla katılım gerektirmeyen kişinin kendi bölgesinde gerçekleştirdiği rekreasyon etkinliklerine benzeyen bu yurt içi turizm türü (de Bloom vd., 2017; Entas vd., 2023) nüfusun hızının ve davranışının sistematik bir şekilde dönüştürüldüğü ve kontrol edildiği bir yapı ortaya koymaktadır (Sharma, 2009). Yaygınlaşan ve büyüyen pazar potansiyeline rağmen sınırlı sayıda yapılan araştırmalarda anlamı konusunda fikir birliğine varılmamıştır (Li vd., 2023).

'Ev tatili' terimi, blog veya köşe yazarlarının ve yaşam tarzı yorumcularının evde tatil fikri üzerine görüş belirtmesiyle medyada hızla yayılan bir tatil biçimini tanımlamak için kullanılmaktadır (Molz, 2009). Karmaşık bir kültürel olgu olan ev tatili (Sharma, 2009) yeni bir odaklanma alanı yaratan veya tüketim değerleriyle ilgili bir değişimi yansıtan kültürel ve ekonomik açıdan potansiyel olarak önemli bir yerel tatil türü veya kısa süreli tatildir (Kay & Wang, 2010). Pawłowska-Legwand ve Matoga'ya (2016) göre ise yeni bir boş zaman değerlendirme anlayışı sunarak şehirlilerin yaşadıkları yerleri yeniden keşfetmeleri ya da ona yakın dinlenme fırsatlarını seçmeleriyle ilişkilidir. Dolayısıyla, yakın olanın heyecan verici doğasına dikkat çekerek ve sürdürülebilir bir alternatifle yorucu, uzun mesafeli seyahat zorunluluğunu ortadan kaldırmakta, maliyetleri en aza indirmekte ve tatil süresini maksimuma çıkarmaktadır (Rosu, 2020). Oxford İngilizce Sözlüğü daha açık bir ifadeyle "kişinin yurt dışında değil kendi ülkesinde veya evinde geçirdiği ve yerel turistik mekanlara günübirlik geziler içeren bir tatil" şeklinde tanımlanmaktadır (Davison & Ryley, 2016). Bütün bu tanımlamalar değerlendirildiğinde ev tatili, kişinin ikametgahında veya ikametgahına yakın bir yerde çeşitli boş zaman etkinliklerine katılımını, farklı yiyecek ve içecek türlerinin tadını çıkarmayı ve yerel veya bölgesel alanda rekreasyon ve turizm fırsatlarından yararlanmayı da içeren tatil benzeri geçici bir aktiviteye atıfta bulunmaktadır (Jacobsen, 2023). Bu aktivitelere katılanlar genellikle kültür meraklıları, maceracı yemek yiyenler, sosyetikler ve partilere gidenler, sağlık konusunda bilinçli bireyler, ailelerine ve arkadaşlarına güvenen televizyon/sinema tutkunları, gösteri sanatları ve müze meraklılarıdır (James, vd., 2017).

### 2.2. Ev Tatili Deneyimi

Pek çok destinasyon, bireylerin kaçıyormuş gibi hissetmelerini sağlayacak eğlence fikirleri geliştirerek, evlerini veya eve yakın çevrelerini keyifle vakit geçirilebilen

**Tablo 1. Görüşme Soruları**

1	Geçtiğimiz yıllarda yaz tatillerinizi nasıl değerlendiriyordunuz?
2	Bu yıl yaz tatilinizi nasıl değerlendirdiniz?
3	Gerçekten gitmek istediğiniz yerler ve yapmak istediğiniz faaliyetler olup olmadığı konusunda neler söylemek isterdiniz?
4	Tatil sürecinde neler yaptınız? Hangi etkinliklere katıldınız?
5	Bu tatil türü/deneyimi psikolojik açıdan sizi ne kadar dinlendirdi?
6	Tatil sürecinin sonunda işe döndükten sonra kendinizi ne kadar zinde hissettiniz? İş hayatındaki verimliliğe etkisi konusunda ne düşünüyorsunuz?
7	Bu tatili sizin için anlamlı kılan neydi?
8	Bu tatil sürecinizi günlük yaşamınızdan ya da iş saatleri dışında kalan boş zamanınızdan ayıran nedir?
9	Türkiye'de bu tür ev ve akraba yanında geçirilen tatilleri ya da katıldığımız türdeki etkinlikleri iyileştirmek ve daha eğlenceli hale getirmek için sizce neler yapılmalı?
10	Tatil süreciniz ve bu süreçte edindiğiniz deneyimler, kazanımlarla ilgili eklemek istediğiniz başka hususlar var mıdır?

**Kaynak:** Yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

bir tatil mekanına dönüştürmüştür (Fox, 2009). Özellikle, şehir destinasyonlarında popüler yerli turizm ürünlerinden biri olan seyahat ile ilişkilendirilen, düzgün tasarlanmış konaklama ürünleriyle, mevcut rutinler bozularak ziyaretçilere stresten uzaklaşma olanağı sağlanmış ve boş zaman aktivitelerini ev dışına ve konaklamaya kadar genişletmiştir (Entas vd., 2023). Bu doğrultuda hijyen, eğlence, yenilik ve sosyal etkileşimlerden oluşan dört temel boyutta kaliteli hizmet sunan ev tatili (Yan vd., 2022) özgürlüklerin kısıtlanması ve sosyal ilişkilerin azalması sonucunda hayal kırıklığı ve can sıkıntısı yaşayan bireylere yerel eğlence aktivitelerini keşfetme veya stresin azaltılması yönünde fırsatlar sağlamaktadır (Jorgensen vd., 2023).

Besson (2017) ev tatili süreci kişinin kendisi ve/veya sosyal çevreleri için performans veya anlatı oluşturması, çevredeki estetiği fark etme, kendini ifade, kimlik inşa etme ve başkalarıyla bağlantı kurmaktan kişisel gelişime dayalı ödomanik zevk elde etmeye kadar pek çok deneyimi içermektedir. Bu deneyimler yapılan araştırmalarda temiz hava almaktan iyi beslenmeye, dinlenmeden manzaranın tadını çıkartmaya kadar çeşitlenmektedir (Lundberg, 1972). Tıpkı bir turizm hizmeti gibi bu deneyimler de farklı ziyaretçi grupları açısından önem düzeylerine göre değer kazanmaktadır (Akkuş, 2017). Ev tatili turizminin de günümüze kadar yapılmış turizm araştırmalarında mevcut deneyimlere benzer deneyimler sergilemesi beklenmektedir. Bu bakımdan bu çalışmada ev tatili deneyimi yenilik, anlamlılık, kaçış, dinlenme, katılım ve haz boyutlarıyla ele alınmaktadır.

Tatil sürecinde seyahat etmek başlı başına bir zevk olarak, ustalık ve kontrol, hareket etme, iyi vakit geçirme, insanın rekabet içgüdüsüne, yaratıcılık duygusuna, zorluklarla baş etme becerisine katkıda bulunmaktadır (Lundberg, 1972). Gerçek bir tatilin taklidi olan ev tatili ise tatil amaçları açısından yetersiz olsa da boş zaman etkinliklerinin bulunduğu hızlı onarım imkânı konusunda başarılı görülmektedir (Besson, 2017). Ev tatili bireylerin, yereli yeniden keşfederek güncel olaylarla etkin bir şekilde başa çıkma yoluyla rahatlatma, kaçış, yenilik arayışı ve nostaljik deneyim ihtiyaçlarına karşılık vermektedir (Lin vd., 2021). De Bloom vd. (2017) göre tren, bisiklet gibi yavaş ve sürdürülebilir ulaşım araçlarıyla fiziksel olarak her zamanki yaşam ortamına yakın olmasına rağmen bireyler alışılmadık kültürel ve sosyal ortamlarda yeni ve büyüleyici nitelikleri keşfetme ve uzakta olma duygusunu yaşama olanağına sahiptir. Diğer bir ifadeyle, ev tatili, kalacak yer bulmaktan valiz hazırlamaya

kadar seyahatle ilgili pek çok stresi sınırlayarak bireylerin merak duygularını canlandırmak, yeni parkurlar ve yapılacak yeni şeyler keşfetmeye çalışmak için bir dizi fırsat sunmaktadır (Ramgade & Divakaran, 2020).

Özellikle COVID-19 sürecinde bireylerin rahatlamaları, dinlenmeleri ve günlük yaşamın stresinden kaçarak öznel iyi oluşları için ev tatili etkili bir strateji olarak kabul edilmektedir (Moon & Chan, 2022). Ev ortamında deneyim fırsatları evde tatiline katılan bazı tatilciler açısından "evde hiçbir şey yapmayarak rahatlatma" açısından mükemmel bir yöntem olarak değerlendirilmektedir (Blichfeldt, 2008). Diğer taraftan, evden sürüş mesafesindeki kısa süreli geziler bireylerin yenilenen yönlendirilmiş dikkat ile sürekli bir yorgunluk ve olumsuz duygu sarmalına girmelerinin önüne geçerek, krizle baş etmede olumlu bir ruh hali de yaratabilmektedir (Lin vd., 2021). Pandemi döneminde ev tatili, sosyal etkileşimleri ve sosyal bağlantı ve uyumun yeniden sağlanmasına yönelik arzuları ve ihtiyaçları karşılamak için uygulanabilir ve güvenilir bir işlev görmüştür (Yan vd., 2022). Bu süreçte ev tatili, yerel topluluğa hem zaman hem de para yatırımı yaparak bireyin topluma borcunu ödemesinin bir yolu; diğer insanlara faydalı olarak toplumun bir şekilde daha iyi hale gelmesine yardımcı olma durumu ya da çok kültürlü toplum hakkında yeni bir şeyler öğrenilmesine etki etmiştir (Rosu, 2020).

**Tablo 2. Katılımcıların Demografik Özellikleri**

Katılımcılar	Cinsiyet	Yaş	Meslek
K1	Erkek	34	İşçi
K2	Erkek	34	Memur
K3	Kadın	29	Akademisyen
K4	Erkek	41	Akademisyen
K5	Erkek	31	İşçi
K6	Kadın	36	Akademisyen
K7	Erkek	37	Öğretmen
K8	Erkek	50	Memur

**Kaynak:** Yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

### 3. Yöntem

Yaşanan COVID-19 pandemisi ve ekonomik krizler sebebiyle insanların son dönemlerde deneyimlemeye başladığı ev tatili olgusunun geleneksel turizm türlerinden elde edilen kazanımları sağlayıp sağlamadığının irdelendiği bu çalışma nitel araştırma yöntemiyle yürütülmüştür.

Araştırma deseni olarak fenomenolojik yaklaşım

**Tablo 3.** Staycation Deneyimine İlişkin Temalar

Temalar	Sıklık	Yüzde
Katılım	18	17.6
Motivasyon	9	8.8
Deneyim	31	30.3
Duygu	12	11.7
Verimlilik	9	8.8
Anlamlılık	22	21.5
Keşif	10	9.8
<b>Toplam</b>	<b>102</b>	<b>100</b>

**Kaynak:** Yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

benimsenmiştir. Fenomenoloji bireylerin bir kavram veya fenomen üzerinden yaşadıkları deneyime ilişkin ortak düşüncelerin tespit edilmesini sağlamaktadır. Böylece fenomeni deneyimleyen bireylerin ortak özellikleri tanımlanmakta ve fenomenle ilgili bireysel deneyimler evrensel nitelikteki bir açıklamayı mümkün kılmaktadır (Creswell, 2013). Alan yazını bölümünde aktarıldığı üzere stresi hafifletmenin bir yolu olarak irdelenen ev tatili kavramının çerçevesi kısıtlı sayıda örnekleme belirlenmeye ve anlaşılmasına çalışılmıştır (Li vd., 2023). Bu sonuç fenomenin daha geniş kitlelere ulaşılarak halâ irdelenmeye gerek duyulduğunu ortaya koymaktadır. Ek olarak ev tatili kavramı daha çok COVID-19'un etkileri üzerinden incelenirken yaşanan ekonomik zorlukların etkisi üzerinden yeterli düzeyde ele alınmadığı görülmüştür. Bu eksiklik ev tatilinin anlaşılması için farklı kriz durumlarının göz önüne alınmasının da gerekli olabileceğine işaret etmektedir. Sözü geçen bu gereklilikler araştırmayı fenomenolojik yaklaşıma yönelten unsurlar olmuştur.

### 3.1. Veri Toplama Yöntemi

Araştırmada ihtiyaç duyulan verilerin toplanabilmesi için yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Her ne kadar görüşme soruları önceden planlansa da araştırmacı görüşmenin akışına göre alt sorularla katılımcıda daha ayrıntılı bilgi alabildiği için (Ekiz, 2009) bu teknik tercih edilmiştir.

**Tablo 4.** Katılım Temasına İlişkin Kodlar

Katılım
Aile ziyareti
Akraba ziyareti
Köy gezisi
Arkadaş ziyareti
Yakın çevre gezisi
Rekreasyon alanları

**Kaynak:** Yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Araştırmada bireylerin turizm ihtiyacını karşılamak için katıldığı ev tatili faaliyetleri sonucu elde ettikleri deneyim üzerinden birtakım sonuçlara ulaşılacak istenmektedir. Bu sebeple araştırma soruları turist deneyimleri üzerine çalışılmış alan yazından elde edilmiştir. Bu çerçevede görüşme sorularının hazırlanmasında Akkoç (2017) tarafından yapılan çalışmalarda kullanılan turist deneyimlerine ilişkin ifadelerden yararlanılmıştır. Bu çalışmadan yararlanarak hazırlanan görüşme formu Tablo 1'de sunulmuştur.

### 3.2. Örneklem

Araştırmada amaçlı örnekleme yöntemlerinden biri olan ölçüt (kriter) örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Araştırma verileri Samsun'da 15-20 Mart tarihleri arasında, konuya ilişkin bilgi birikimi olan ve görüşme konusunda deneyimli bir araştırmacı tarafından toplanmıştır. Ölçüt örnekleme önceden belirlenmiş bir dizi ölçütü karşılayan durumların çalışılmasını gerektirir. Araştırmanın konusuna giren herhangi bir durum araştırmacı tarafından ölçüt olarak belirlenebilir. Ölçüt örneklemedeki esas nokta seçilecek olan durumların en zengin bilgiyi üretecek türden bir özelliğe sahip olmasıdır (Baltacı, 2018). Buna göre araştırmada ölçüt örnekleme için belirlenen temel kriter katılımcının turizm ihtiyacını son dönemlerde belirli sebeplerle evde, akraba yanında ya da bulunduğu bölgede geçirmiş olmasıdır. Bu durumun ev tatili kavramının çerçevesini belirleyen en önemli kriter olması sebebiyle bu kavrama ilişkin en doğru bilgilerin belirlenen kriterle elde edilebileceği düşünülmektedir. Kıral (2021) fenomenolojik bir araştırma geleneğinde, katılımcı sayısının 2 ile 25 arasında olabileceğini ifade etmektedir. Ek olarak, fenomenolojik araştırmalarda örneklemin küçük tutulması gerektiği önerilmektedir (Karagöz, 2017). Bu çerçevede görüşmeler 8 katılımcıdan sonra sonlandırılmıştır. Görüşmeler ortalama 25 dakika sürmüştür. Katılımcılara ilişkin demografik bilgiler Tablo 2'de sunulmuştur. Katılımcıların 6'sı erkek 2'si kadındır. Yaşları ise 31 ile 50 arasında değişmekle birlikte

**Tablo 5.** Motivasyon Temasına İlişkin Kodlar

Motivasyon
Enflasyon
Düşük maaş
Mesleki sorunlar
Yetersiz yıllık izin
Zaman yetersizliği

**Kaynak:** Yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

genellikle orta yaşta bireylerdir. Katılımcıların 2'si işçi olup diğer katılımcılar kamu çalışanıdır.

### 3.3. Veri Analizi

Görüşmeler ses kayıt cihazıyla gerçekleştirilmiştir. Kayıt cihazındaki ses dosyaları VoiceDocs isimli yazılımla deşifre edilmiş ve yazılımlın algılayamadığı ifadeler manuel olarak düzeltilmiştir. Katılımcılar için K1, K2, ..., K8 şeklinde kod numaraları belirlenmiştir. Deşifre işlemi tamamlandıktan sonra verilerin analizi için içerik analizi ve betimsel analiz tercih edilmiştir. İçerik analizinde, araştırma süreci sonunda ortaya çıkan metindeki birçok kelimenin daha az sayıda içerik kategorisine indirgenmesi amaçlanmıştır (Altunışık, vd., 2012). Böylece araştırmacı ham verilerde görülemeyen ancak kavramsal kodlama ve kategorilendirme sonucunda ortaya çıkan ilişkilere ulaşabilmektedir (Saruhan ve Özdemirci, 2013). İçerik analizinin uygulanabilmesi için veriler NVivo 12 paket programına aktarılmıştır. Analiz sonucu veriler araştırmacılar tarafından ayrı ayrı titizlikle kodlanmıştır. Daha sonra kodların anlam bütünlüğü ve kendi aralarındaki ilişki dikkate alınarak temalar oluşturulmuştur. Ortaya çıkan temaların bir kısmı Akkoç'un (2017) çalışmasındaki temalar ile benzerlik göstermekle birlikte ev tatili deneyimine özgü

**Tablo 6.** Deneyim Temasına İlişkin Kodlar

Deneyim	
Piknik yapma	Temalı parklar
Sohbetler	Doğa turizmi
Günübirlik gezi	Ev içi etkinlik
Kamp yapma	Alışveriş
Butik otel	Kültürel geziler
Şehir turizmi	Denize girme

**Kaynak:** Yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

temalar da belirlenmiştir.

### 3.4. Geçerlik ve Güvenilirlik

Geçerlik ve güvenilirlik araştırma sonuçlarının inandırıcılığını ortaya koymak açısından dikkate alınan iki önemli kriterdir (Yıldırım & Şimşek, 2018). Geçerlik için bulguların birtakım araçlar sayesinde araştırmacı gözetiminde doğrulanması gerektiğini ifade eden Creswell (2017) bunun için birkaç öneride bulunmuştur. Buna göre öncelikle araştırma bulgularının geçerliği için akran incelemesi ve dış denetimler yapılmıştır. Bu bağlamda araştırmada elde edilen veriler ve bulgular diğer araştırmacı ve bir alan uzmanının geri bildirim yoluyla incelenmiştir. Ek olarak araştırmacı, araştırma süreci boyunca tarafsız kalarak önyargılı olduğuna dair bir izlenim oluşturmamıştır. Son olarak görüşme formundaki sorulara yönelik öneriler için alanında uzman akademisyenlerin görüşlerine başvurulmuştur. Bu görüşler doğrultusunda benzerlik gösteren sorular görüşme formundan çıkartılmış, ifadelerin anlaşılabilirliği sağlanmış ve görüşme formuna son şekli verilmiştir.

Bir araştırmada bulguların gerçeği ne ölçüde yansıttığını ortaya koyan güvenilirlik koşulunun (Ekiz, 2009) sağlanabilmesi için Yıldırım ve Şimşek'in (2018) önerileri dikkate alınmıştır. Buna göre her iki araştırmacı tarafından veriler değerlendirilmiş ve belirlenen tema ve kodların birbirleriyle uyumlu olup olmadıkları incelenmiştir. Ayrıca, güvenilirliğin sağlanması için katılımcıların yeniden görüşlerine başvurulmuştur. Araştırma sonunda ortaya çıkan bulgular alan yazına aktarılan bilgiler ve elde edilen ham verilerle karşılaştırılarak bulguların doğruluğu teyit edilmiştir. Ek olarak araştırmanın deseni, görüşme formunun oluşturulması, veri toplama süreci ve analizine ilişkin tüm süreçlerde tutarlı bir yöntem benimsendiği açık bir şekilde okuyucuya aktarılmıştır. Bu çalışmada veri toplama aracı ve yöntemiyle ilgili süreçlerin yürütülebilmesi için Bitlis Eren Üniversitesi 01/04/2024 tarihli ve Etik İlkeleri ve Etik Kurulunun 2024/03-26 ve E.5281 sayılı kararıyla izin alınmıştır.

## 4. Bulgular

Araştırmada bireylerin ev tatili deneyimine ilişkin elde edilen bilgiler dört başlık altında irdelenmiştir. Buna göre öncelikle katılımcıların geçtiğimiz yıllarda tatillerini nasıl geçirdikleri belirlenmiştir. Daha sonra katılımcıların elde ettiği ev tatili deneyimlerinden hareketle oluşturulan temalar aktarılmıştır. Son olarak bu türden tatillerin daha verimli ve eğlenceli hale gelmesi için neler yapılabileceği iki ayrı başlık altında aktarılmıştır.

**Tablo 7.** Duygu Temasına İlişkin Kodlar

Duygu
İşe yakın olma korkusu
Haz eksikliği
Kendini kandırma
Yorgun hissetme

**Kaynak:** Yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

### 4.1. Bireylerin Geçtiğimiz Yıllarda Tatillerini Nasıl Değerlendirdiğine İlişkin Bulgular

Katılımcıların daha önceki tatil deneyimleri daha uzak şehirlere ve uzun sürelerle gerçekleşmiştir. Son dönemlerde ise daha çok akraba ve arkadaş yanında konaklamalar yapıldığı ve daha kısa sürelerde etkinliklerin gerçekleştirildiği görülmüştür. Katılımcılar konuya ilişkin düşüncelerini şu şekilde ifade etmiştir:

*“Evlenmeden önce genelde şehir dışına gidiyordum. Yıllık izinlerimde işte arkadaşlarımın olduğu yerlere veya bazen direkt kendi organizasyonumu yaparak bireysel gidip geziyordum.”* (K1). *“Üç yıl öncesine kadar her şey dahil hizmet veren otelleri tercih ederken, şimdi biraz daha pansiyon tipi konaklamalar ve işte akraba arkadaş evlerinde kısa süreli tatiller.”* (K3). *“Yani pandemi öncesinde klasik tatiller gerçekleştiriyorduk. Kısıtlamalarla bu iş bitti pandemiden sonra da ekonomik gerekçelerle tatilimizin şekli değişti. Daha kısa süreli yani deniz kum güneşten daha çok kültüre dayalı oldu.”* (K4) *“Tabii ki deniz kum güneş herkesin görmek istediği yerler olduğu için ben de oralara gidiyordum. Bu tatil on, on beş gün sürüyordu.”* (K5) *“Yani ben özellikle ege taraflarını tercih ediyorum. Her yaz düzenli olarak gitmeye çalışıyorum. Ancak son zamanlarda ekonomik sebeplerle biraz zor olmaya başladı benim için.”* (K7) *“Ben mesela daha çok böyle kapalı bir mekânda değil. Açık hava, deniz kenarı, sahilleri tercih ediyorum.”* (K8)

Bireylerin geçtiğimiz yıllarda tatillerini nasıl değerlendirdiği belirlendikten sonra elde ettikleri duygu, düşünce ve deneyimler uygun kod ve temalarla ortaya çıkarılmıştır. Bu kod ve temalara ilişkin açıklamalar bir sonraki başlık altında aktarılmıştır.

### 4.2. Ev tatili Deneyimine İlişkin Bulgular

Tablo 3'te katılımcıların ev tatili deneyiminden hareketle oluşturulan temalar yer almaktadır. Buna göre bireylerin ev tatili deneyimi %17,6 katılım, %8,8 motivasyon, %30,3 deneyim, %11,7 duygu, %8,8 verimlilik, %21,5 anlamlılık ve %9,8 keşif temalarından oluşmaktadır.

Yapılan toplam 102 kodlama işlemi 7 tema ve 50 koda indirgenmiştir. Temalar ile sıklık ve yüzde değerleri Tablo 3'te görülebilir. Her bir tema içerdiği kodlarla birlikte ayrı başlıklar halinde Tablo 3'teki sıraya göre anlatılmıştır.

\*Katılım: “Bu yıl yaz tatilinizi nasıl değerlendirdiniz?”

Katılımcıların son zamanlarda yaşadığı tatil deneyimlerine bakılırsa ekonomi ve pandemiye dayalı sebeplerle tatillerin daha çok yakın çevrelerde, akraba ve arkadaş yanında gerçekleştiği görülmektedir.

Katılımcılar konuya ilişkin düşüncelerini şu şekilde ifade

**Tablo 8.** Verimlilik Temasına İlişkin Kodlar

Verimlilik	
Fiziksel yorgunluk	Gerginlik
Ruhsal yetersizlik	İyi hissetmeme
Uyum sağlayamama	İşe karşı isteksizlik
Düşük performans	

**Kaynak:** Yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

etmiştir: “Evlendikten sonra biraz profil değişti, çocuk da var. Çocukları alıp götürmek biraz daha problemler oluyor. O yüzden genelde çıkmıyorum. Ne oluyor aile içinde gezmiş oluyorum. İşte eşimin annesinin köyüne ve kendi köyüne gidiyorum. Eğer gezeceksem de kendi aracım ile böyle çok problem olmayacak şekilde konaklama ihtiyacı duymayacağım şekilde gezip geliyorum.” (K1). “Ailemin yanına Balıkesir’e tatil gittim ama biraz evlilik hazırlıklarıyla geçti.” (K2). “Bu yıl yaz tatili iki kez tatile çıktım. Biri Antalya’da Olympos’ta diğeri de İstanbul’da arkadaşlarımda geçirdim.” (K3). “Genelde akraba ziyaretleri olurdu ve bunlardan ayrılan bölümde de kendimize ayırdığımız bir tatil dönemi olurdu. Bu yıl o dönemi de akraba ziyaretleri içine yerleştirip işte orda yakın çevre ziyaretleriyle gerçekleştirdik. Kültürel, doğal alanlar, temalı parklar vesaire şeklinde ama bir deniz kum güneş tatiline yer yoktu.” (K4). “Ben bu yıl yaz tatilinde çalışmak durumundaydım. Belli başlı bayram izinleri hariç hiçbir yere gidemedim. Onda da yaz sonu örneğin eylülde kendime vakit ayırıp şehir dışına yakın mesafeli olmak kaydıyla arkadaşlarımla yanına gittim.” (K5) “Aile yanında, akraba ziyaretleriyle geçti.” (K6). “Bu sene de egeye gittim. Ama hem zaman olarak çok kalamadım hem de istediğim türden bir konaklama değildi. Kalan izinlerimi de ailemin yaşadığı şehirde ve bulunduğum çevrede denize girerek kullandım.” (K7) “Çok uzak bir yere gitmedim. Açık konuşayım yani bu civarlarda takıldık.” (K8).

\*Motivasyon: “Gerçekten gitmek istediğiniz yerler ve yapmak istediğiniz faaliyetler olup olmadığı konusunda neler söylemek isterdiniz?”

Araştırma sonunda katılımcıların dahil olduğu turizm faaliyetlerinden genellikle memnun olmadıkları, içinde buldukları koşullar gereği bu tür bir turizm faaliyetine katıldıkları görülmüştür.

Katılımcılar konuya ilişkin düşüncelerini şu şekilde ifade etmiştir: “Yani şöyle olabilir. Ekonomik durum yerinde olmuş olsa belki bir otel belki bir tatil köyü ayarlanıp ailece gidilebilirdi. Aslında olması gereken bu ama şimdi bir de işin ekonomik tarafı var.” (K1). “İstanbul’da mesela daha merkezi bir yerde daha rahat konaklayabileceğim seçeneklerde kalmak isterdim. Yani rahat hissedebileceğim tabii bu şekilde hissetmemin temel sebebi ekonomik. Biraz daha uzun süreli bir tatil isterdim.” (K3). “İşte maaşlarımızın eridiği bu dönemde klasik tatil bizim için oldukça zor. Kendimizi tatil olarak kandırdığımız bu formattan çıkıp bir hafta boyunca hiçbir şey yapmadan hiçbir şeyi kafaya takmadan dinlenmiş olduğumuz bu konforu satın almayı hayal ediyorum.” (K4). “Güzel bir beş yıldızlı olabilirdi. Bu güzel olurdu. Dinlenmeye ihtiyacım vardı. Arkadaşlarımla yanına gittiğimde de hayal ettiğim gibi tatil, deniz, kum ve otel olmadı.” (K5) “Yani zaman açısından istediğimiz gibi bir tatil

**Tablo 9.** Anlamlılık Temasına İlişkin Kodlar

Anlamlılık	
Kültürel katkı	Kalabalık aile yaratma
Anı biriktirme	Huzur verme
Aile bağının artması	Manevi doygunluk
Nostalji yaratması	Aile için zamanın artması

**Kaynak:** Yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

değildi. Yıllık izin kavramının kısa olmasından dolayı ve gitmek zorunda olduğumuzdan dolayı aile yanında o şekilde değerlendirdik.” (K6). “Yani aslında ben doğa içinde bungalow evlerde kalıp tüm egeyi gezerek neredeyse üç hafta tatil yapardım. Ama şimdi bir hafta ancak idare edebildim ve çadırda kaldım.” (K7) “Farklı yerler görmek isterdim bunlar bildiğiniz yerler zaten ama bazı imkanlardan dolayı yapamadık. Yani bir Karadeniz turuna çıkmak isterdim.” (K8)

\*Deneyim: “Tatil sürecinde neler yaptınız? Hangi etkinliklere katıldınız?”

Katılımcıların son yaşadığı tatil deneyimlerine bakılırsa genellikle, akraba ve arkadaş çevresiyle yakın çevredeki rekreasyon alanlarında yapılan etkinliklerin gerçekleştiği görülmektedir.

Katılımcılar konuya ilişkin düşüncelerini şu şekilde ifade etmiştir: “Ziyaret, yeme içme, vakit geçirme yani akraba ziyaretiyle değerlendirdik bazen. Çok sık olmamakla beraber belki bu yaz bir kere veya iki kere Yakakent’te Geyikkoşan’a gittik. Pikniğimizi yaptık, denize girdik gününbirlik gittik geldik.” (K1). “Genelde bir gezi rotası belirliyorum kendime ve kamp atma olabilir. Bir butik otelde konaklama olabilir ama bu bir haftayı falan kapsıyor. Genelde ailemlle sahilde vakit geçiriyorum.” (K2). “Daha çok deniz, kum, güneş yaz tatili olduğu için Antalya’da biraz şehri tanımak amacıyla merkezde gezdik” (K3). İlk sıraya temalı parklar, müze gibi alanlar ikinci sıraya da şehir turizmi üçüncü sıraya da doğa turizmi diyebiliriz. Bunlar kültürel bir doygunluk sağlıyor. Ama dinlenme ve eğlenme kısmı eksik kalıyor.” (K4). “Ailemlle değerlendirdiğim vakitlerde kesinlikle birlikte kahve, sohbet, akşam filmleri öyle geçiyor. Arkadaşlarımla yanına gittiğim zaman da ben doğa yürüyüşünü, tarihi yerleri gezmeyi çok seviyorum. Her sokağı, her köşeyi resimlendirerek bir anı olarak saklamak için o şekilde değerlendiriyorum.” (K5) “Denize gittik, piknik yapıldı. Yakın şehirlere gidildi. Köy ziyareti oldu. Bayram alışverişi yapıldı.” (K6). “Ben doğa içinde olmayı seviyorum. Bir haftalık tatili doğa keşifleriyle ve denizde geçirdim. Daha sonra bir hafta da ailemlle birlikte kaldım. Orada da yakın ilçelere gittik. Yani bazen Samsun’da deniz olması beni mutlu ediyor. En azından burada tatil yapmış gibi oluyorum” (K7) “Gezdik, piknik yaptık, nasıl diyeyim mesela Bafra’nın pidesi meşhur işte onları tattık.” (K8).

\*Duygu: “Dile getirdiğiniz bu tatil türü/deneyimi psikolojik açıdan sizi ne kadar dinlendirdi?”

Katılımcılar yakın çevrede veya aile, akraba ve arkadaş yanında gerçekleştirdiği turizm faaliyetleri için ruhsal olarak dinlenmiş ve tazelenmiş hissettiğini söylemekle birlikte yeterli kadar haz elde edemediklerini de dile getirmiştir. Özellikle aileyle birlikte geçirilen vakit sucunu manevi olarak

**Tablo 10.** Keşif Temasına İlişkin Kodlar

Keşif	
Eskiye hatırlama	Farklı bir kültür tanıma
Kendini keşfetme	Örf ve adetleri keşfetme
Özlem duygusunun keşfi	Yeni beceri kazanma
Farklı bir ortamın keşfi	Yakın yerlerin keşfi

**Kaynak:** Yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

edindikleri duyguyla yetinme eğilimi göze çarpmaktadır.

Katılımcılar konuya ilişkin düşüncelerini şu şekilde ifade etmiştir: “Şehir dışına çıkmanın verdiği hazzı vermiyor. Yani şehir dışına çıkmak demek, iş ortamından normal rutinin dışına çıkıp dinlenmek demek. Aynı şey olduğu sürece tam olarak bunu yapamıyorsun. Çünkü sürekli yakınsın müdahil olma durumum var. Sürekli temas halinde hissediyorsun. Şehir dışına çıkınca her türlü psikolojik olarak daha rahatsızsın çünkü iş yerine gelme ihtimalin yok” (K1). “Yani kendi kendimizi kandırma gibi. Burada boş boş evde oturacağımıza çıkalım dolaşalım diyorsunuz. Yani bunun içinde dinlenmek hiç yok hatta günü bilirlik git gel yapınca daha da yorucu oluyor.” (K4) “Kesinlikle dinlenmiş hissetmedim. Tatilin kısıtlı olması sonrasında tekrar aynı sürece yeniden dönmek kesinlikle yorucu oluyor.” (K5) “Yani eskiden yaptığım tatiller gibi değil. Şimdi hep bir kaygı var. Param mı yetmez gitmesem mi bunları düşünüyorum (K7).

\*Verimlilik “Tatil sürecinin sonunda işe döndükten sonra kendinizi ne kadar zinde hissettiniz?”

Katılımcılar tatilde geçirdikleri süre sonunda hissettikleri zindeliğin gerek iş motivasyonu gerekse verimlilik açısından genellikle yeterli olmadığını ifade etmiştir.

Katılımcıların konuya ilişkin düşünceleri şu şekilde aktarılmıştır; “Şimdi ikisini göz önüne alıyorum şehir dışı ve şehir içi olarak bakıyorum ve arada çok fark var. Şehir dışından gelince tamamen yenilenmiş hissediyorsun. Ama burada olunca ortama maruz kaldığın için yüzde yüz dinlenmiş hissetmiyorsun.” (K1). “Bir bocalama süreci bir hafta falan oluyor. İş ortamındaki bazı birikmiş yükler de var belli bir noktada yoruyor tabii ki.” (K2). “Ben bütün bir sektör olarak insanların bu manada sıkıntısı olduğunu düşünüyorum. Zaten tatil anlayışı yoktu pandemi koşulları, ekonomik faktörler filan insanların performansını olumsuz etkiliyor. Hatta insanların gergin olduğunu iş hayatındaki mutluluklarını da olumsuz etkilediğini düşünüyorum.” (K4). “İnsan istediğini alamayınca işe de gelmek istemiyor. Yani iznin var ama durumlar kötü o zaman çalışmayı haksızlık olarak görüyorum” (K7).

\*Anlamlılık: “Bu tatili sizin için anlamlı kılan neydi?”

Katılımcıların son dönemdeki tatil deneyimi sonucu elde ettikleri en anlamı çıktının genellikle aileyle geçirilen zamana bağlı olduğu görülmüştür.

Katılımcılar konuya ilişkin düşüncelerini şu şekilde ifade etmiştir; “Aile ile vakit geçirmenin de kendi içinde bir hazzı var. Yani kardeşim geliyor dışarıdan, anne baba, seni biraz da çocukluğuna götürüyor. Biraz nostalji yapıyorsun.” (K1). “Bu tatili benim için anlamlı kılan ailemler birlikte olma ihtiyacı.” (K2) “Burada sosyalleşme önemliydi ancak

dinlenmek de önemliydi benim için.” (K3). “Yani akraba ziyaretinde aslında ilişkilerin bozulabileceğini düşünüyorum. Çünkü eskiden daha fazla vakit geçirirdik ama şimdi hep dışarda olduğumuz için bu ilişkiler bozulabiliyor. Yani bana bir şey katmasını bir tarafa bırak zararı var.” (K4). “Annem ve babamla terasımızda basket potası kurup birlikte basket oynamışlığımız bile var” (K5). “Anı biriktirdim şimdi aile büyüklerimizin yaşları bayağı büyük. Aile yanında tatile gittiğin zaman karşı taraf mutlu oluyor ister istemez bundan dolayı huzurlu hissediyorsun.” (K6). “Tek iyi tarafı eskiden tüm tatilimi doğada ve denizde geçirirdim. Şimdi ailemin yanına da gidiyorum. Beraber yakındaki ilçelere gidip onlarla vakit geçiriyorum. Manevi olarak daha tatmin edici tabii.” (K7)

\*Keşif “Bu tatil sürecinizi günlük yaşamınızdan ya da iş saatleri dışında kalan boş zamanınızdan ayıran nedir?”

Katılımcılar deneyimledikleri turizm faaliyetlerinin günlük yaşamındaki boş zaman etkinliklerinden farkını ortaya koyarken genellikle zamanın önemine dikkat çekmiştir.

Katılımcılar konuya ilişkin düşüncelerini şu şekilde ifade etmiştir; “Yani ondan farklı olarak biraz daha özüne dönüp dinlenme gibi ifade edebilirim.” (K1). “Dinlenmek, sosyalleşmek farklı bir yerde vakit geçirmek.” (K3). “Evet mesela farklı bir kültüre yönelik örf adet öğrenmiş oldum. Yeni bir kültür deneyimledim. Mesela peynir yapmayı ve tandır ekmeği yapmayı öğrendim.” (K6) “Yani ailemler vakit geçirmenin verdiği manevi huzur diyebilirim. Farklı şehirlerde olduğumuz için iş çıkışı böyle bir duygu oluşmuyor. Aileyle yakın çevredeki ilçeleri de görüyoruz tabii bu sayede.” (K7)

Bireylerin ev tatili deneyiminden hareketle belirlenen temalardan sonra bu türden tatillerin daha verimli ve eğlenceli hale gelmesi için neler yapılabileceği de katılımcılara sorulmuştur. Elde edilen bilgiler aşağıda iki başlık altında aktarılmıştır.

\*Ev tatili Deneyiminin Daha Verimli Olması İçin Yapılması Gerekenlere İlişkin Bulgular

Katılımcılar olumsuz ekonomik koşulların devam etmesi durumunda yakın çevrede, ev veya akraba yanında geçirilen etkinliklerin özellikle yerel yönetimlerin atacağı adımlarla daha faydalı olabileceğini ifade etmektedir. Katılımcıların konuya ilişkin düşünceleri şu şekilde aktarılmıştır.

“Yine ekonomiyle ilgili bir durum. Ekonomi iyi olduğu sürece hep beraber bir şeyler yapılabilir. Bir yerlere gidilebilir. Mesire alanı artırılabilir. İnsanların hep beraber vakit geçirebileceği alanlar artarsa mesela tiyatroydu, festivaldi işte o tarz faaliyetlere vakit ayrılıp hep beraber gidilebilir.” (K1). “Öncelikle iki tarafında biraz teknolojiden sıyrılması lazım. Kendilerine alan ve vakit yaratmaları gerekiyor.” (K2). “Arkadaşlar bize daha yakın olduğu için zaten keyifli ama akraba nasıl diyebilirim onlarla biraz çıkar ilişkisi işte yani ekonomik (K3). Yani şöyle bununla ilgili bir kanun çıktı evlerin turizm tesisi olarak kullanımıyla ilgili. Bu alanda bir gelişme var. Bir de eskiden kamu tesisleri vardı. Bunlar yeniden canlandırılabilir. Buna ek olarak kamu kurumları için ise hizmet içi eğitimle, kongre gibi çeşitli etkinliklerle bir şekilde kamu desteğiyle bu tür tatil alanlarına insanlar

yönlendirilebilirse iyi olur diye düşünüyorum. Kamu dışındaki sektörler için de burada iş verenin ön plana çıkması lazım” (K4). “Ekonominin biraz iyileştirilmesi gerektiğini düşünüyorum. Belli başlı yerlere örnek veriyorum Eskişehir’de ailemle birlikte gezmek keyifli olacaktır. Ama az önce bahsettiğim ekonomik sebepler bunu tabii ki engelliyor.” (K5) “Plajlar geliştirilebilir o konuda eksik var. Ondan sonra hep birlikte yemek yenebilecek mekân sayısı çok az. Birlikte eğlenecek, gidilecek yer ve rekreasyon alanları çok az.” (K6). “Yani ekonomik şartlar ortada bu durumda tabii devletin biraz insanları teşvik etmesi lazım. Bulduğumuz yerlerde belediyeler eğlence alanlarını genişletebilir mesela. Spor ve sanat etkinliklerinin sayısı artırılabilir.” (K7). “Bence her şeyin başında ekonomi geliyor. Beş yıldızlı otelde tatil yapar mısın dersin yapamam ama doğada birkaç gün zaman geçirme dersin o oluyor.” (K8).

### 4.3. Katılımcıların Eklemek İstedikleri Diğer Düşüncelere İlişkin Bulgular

Katılımcılar son dönemdeki tatil süreçlerinde edindikleri deneyim sonucu genel değerlendirmelerde bulunmuştur. Katılımcıların buna yönelik düşünceleri şu şekilde aktarılmıştır.

“Yani koşulların oluşması lazım burada belirleyici olan şey ekonomi işte. Koşullar oluşunca insanlar yöneliyor.” (K1). “Kendi tatil deneyimden yola çıkarak daha fazla aktiviteye katılma imkânı olabilirdi. Gene bu ekonomik şartlara dayanıyor. Bundan dolayı biraz çekiniyor insan. Bir de ilerde tatil seçeneklerinde yeni kuşağın sanal gerçeklik ortamlarına sürüklenebileceğini düşünüyorum.” (K3). “Türkiye’de tatil kültürününün yavaş yavaş ortadan kalktığı bir döneme doğru gidiyoruz gibi geliyor bana. Yani eskiden olduğu gibi yabancılar gelecek tatil yapacak ama biz yapmayacağız. 80’ler, 90’lar gibi olacak yine.” (K4) “Sürekli arkadaşlarla bir yerlere giden biriydim. Bu vaktin daha kaliteli olduğunu sananlardandım ama artık aileyle daha çok vakit geçirmeyi kesinlikle öneririm. Ben bu konuda çok değiştim” (K5) “Yani özellikle bu süreçte edindiğim iki önemli tecrübe var. Biri pandemi diğeri ekonomik koşullar. Bunlar bana hayatın gerçekten çok değerli olduğunu öğretti. Sevdiklerimizle her anın tadını çıkartmamız lazım. Ekonomi düzülirse yine tatile çıkarım ama aileme de daha çok zaman ayırırım.” (K7)

## 5. Sonuç ve Tartışma

Ekonomi, sosyo-kültürel konular, çevresel etkiler ve politik alanlarda ortaya çıkan krizler ve çeşitli felaketler, turist davranışları ve kararlarını dönüştürerek turist akışındaki azalmayla turizm endüstrisini önemli ölçüde etkilemektedir (Senbeto & Hon, 2020). Özellikle, kriz dönemlerinde yaşanan kısıtlamalar ve sınırlılıkların eğlence amaçlı seyahatleri bir lüks haline getirmesiyle turizm ve rekreasyon davranışlarının kişinin olağan çevresi etrafında veya içinde şekillenmesi minimum seyahat mesafesi gerektiren yerleşik turizm tanımlarını da değiştirmektedir (Qiu vd., 2023). Bu çalışmada alan yazınında son yıllarda sıklıkla yer bulan ev tatili kavramının geleneksel turizm faaliyetlerinin getirdiği rahatlama duygusunu ve tatmin ihtiyacını karşılama düzeyi derinlemesine incelenmiştir.

Turizm bir bireyin çeşitli destinasyonlara hayal kurma, fantezi ve haz beklentisiyle belirli bir süre farklı bir destinasyonda

konaklamasını ve seyahatini içermektedir (Urry, 1990). Ev tatili ise bireyin tatil sürecini evde ya da eve yakın bir yerde çeşitli boş zaman etkinlikleriyle geçirdiği bir turizm çeşidi olarak tanımlanmaktadır. Bu tür seyahatler genel anlamıyla bireyin ev ortamından özgürleşerek 10 veya 100 km yarıçapındaki bir otelde konaklama, yeni bir kafede akşam yemeği yeme, bir sanat sergisine gitme, yerel bir festival ya da yeni macera aktivitelerini deneyimlemeyi içeren bir kaçış deneyimi sunmaktadır (Ramgade & Divakaran, 2020). Dolayısıyla, belirli miktarda uzaklık hissi sağlayarak bireylerin yeni insanlarla tanışma ve sosyalleşme olasılığını yükselttiği için ev tatilinden daha etkili bir deneyim süreci sunmaktadır (De Bloom vd., 2017). Ancak temelde, turistler doğaları gereği alışlagelmiş bir seyahat ortamında bulunmanın aksine olağan ikamet yerlerinden kaçmak istediklerinden, onarıcı nitelikler kazandıracak yeni bir mekâna ihtiyaç duymaktadırlar (Lehto, 2013). Bu çalışmada katılımcılarla yapılan görüşmeler genel olarak değerlendirildiğinde katılımcılardan bazılarının ev tatili faaliyetini bir tatil deneyimi olarak göremediği ve dolayısıyla bunu bir aldatmaca olarak tanımladığı görülmektedir. K2 ve K4’ün sırasıyla ev tatili faaliyeti için aktardığı “... Yani kendi kendimizi kandırma gibi. ...” ve “... Kendimizi tatil olarak kandırdığımız bu formattan...” şeklindeki düşünceler bu sonucu destekler niteliktedir. Sonuç olarak ev tatili sürecinde her ne kadar bireyler belirli deneyimlerle turizmin sunduğu rahatlama, yenilenme vb. ihtiyaçlarını karşılamaya çalışsa da turizmin yarattığı uzun süreli etkilerden uzak bir sürece işaret etmektedir.

### 5.1. Pratik Çıkarımlar

Turizmin ekonomik krizlere karşı daha duyarlı olması kamu ve özel sektör arasındaki iş birlikleri, bölgesel iş birliği ve ortaklık yoluyla kolektif stratejilerin geliştirilmesini gerektirmektedir (Papatheodorou vd., 2010). Turistlerin rahatlama, kaçış ve nostalji motivasyonlarını vurgulayan pazarlama stratejileriyle rutin görevlerden kopmasına olanak sağlanması amacıyla (Lin vd., 2021) ev tatili deneyimine yönelik öneriler geliştirilmesi sektörün güçlendirilmesi açısından önemlidir. Katılımcılardan gelen öneriler doğrultusunda ev tatili deneyimine yerel halkın katılımı kamu kurumları ve işletmeciler tarafından uygulanabilir birkaç temel başlıkta teşvik edilebilir. Öncelikle günümüzde internet ve sanal uygulamaların yaygın kullanımı göz önüne alındığında hem ev hem de bölgede sanal gerçeklik uygulamalarının artırılması ev tatili deneyimine yönelik ilgiyi özellikle gençler arasında artırabilir. Diğer taraftan, yerel anlamda çeşitli kültürel, sanatsal ve sportif etkinliklerin ve etkinlik alanlarının geliştirilmesi de ev tatili faaliyetinin bireyler için daha çekici bir turizm türüne dönüştürülmesinde etkili olabilir. Son olarak ekonomik sorunlardan kaynaklı olarak tatil imkânı bulunmayan ya da görece az olan yerel halka kamu desteğinin verilmesi bir gereksinim olarak değerlendirilmektedir. Çocuklar ve gençler için gençlik kamplarının düzenlenmesi önerilmektedir.

### 5.2. Teorik Çıkarımlar

Çalışmada katılımcılara, ev tatili deneyimine katılım şekilleri, motivasyonları ve deneyimlerine ilişkin sorular sorulmuştur. Görüşmeler sonucunda öne çıkan motivasyonla ilgili temalar



katılımcıların genellikle fiyata duyarlı bireyler olduklarını göstermektedir. Ev tatili tipolojisinde fiyata duyarlı bireylerin konaklama paketi seçeneklerine yönelik güçlü bir tercih göstermemekle birlikte, zamanlarını ürün bilgilerini analiz ederek ve en iyi fırsatları güvence altına alarak harcadıkları ifade edilmektedir (Qiu vd., 2023). Çalışmanın bulguları genel olarak değerlendirildiğinde çoğunlukla ekonomik sebeplerle bu tatil türünü tercih etmeye yönelmiş olan katılımcıların yakın yerlerde ve olabildiğince az masraflı tatil deneyimlerini tercih ettikleri görülmektedir. Ancak burada iki önemli problemin ortaya çıkması olasılığı bulunmaktadır. Öncelikle, aile ve akraba yanında konaklama, her ne kadar sanatsal ve sportif etkinliklerle faydalı deneyimler yaratsa da aile ilişkileri ve tatil süreci üzerinde olumsuz etkileriyle karşı karşıya kalılabilmektedir. İkinci olarak bu tür kısa süreli geziler ve özellikle aile yanında konaklama bireyin günlük rutinlerine döndüğünde verimliliğini bir turizm hareketi kadar yoğun bir biçimde artıramamaktadır.

Çalışmada yer alan diğer sorular ise turistik deneyim ile bağlantılı biçimde katılımcıların anlamlılık, verimlilik, keşif ve duygu deneyimlerini anlamaya yöneliktir. Bu deneyimler, ev tatili deneyiminin şekillenmesinde rol oynayan önemli temalar arasında yer almaktadır. Bu çalışmada katılımcılar tarafından en çok vurgulanan anlamlılık iken verimlilik teması en az vurgulanan temalardan biri olmuştur. Ev tatili faaliyetine yönelik duygusal deneyimler ve keşif deneyimleri de üzerinde durulan kavramlar olarak gözlemlenmiştir. Turistler seyahat sürecinde belirli etkinliklerle ilgilendiği veya bunlara katıldığı için etkinlik ve seyahate ilişkin verileri anılara dönüştürerek hafızada kalıcı olacak kadar güçlü deneyimler yaratabilmektedir (Larsen, 2007). Dolayısıyla seyahatin yenilik ve uzaklaşma gibi duygular yaratarak bireyin elde ettiği hedonik çıktıları maksimize etme faydası (De Bloom vd., 2017) ev tatili deneyiminde azalmaktadır. Güçlü deneyimlerin yaratılması için tatilin anlamlılık değerinin artırılması ev tatili faaliyetine karşı ilginin de artmasını sağlayabilir. Diğer bir ifadeyle, anlamlılık değerinin artırılması bireylerin ilgilenimlerine bağlı olarak stratejik bir pazarlama aracı olarak kullanılabilir (Akkuş, 2017). Ancak, anlamlılık düzeyinin artırılmasının yanı sıra deneyimin uzun süreli etkisinin ve kişinin günlük yaşamındaki verimliliğinin yükseltilebilmesi için duygu ve keşif deneyimlerine katkı sağlayacak etkinliklere de önem verilmesi gerekmektedir.

### 5.3. Sınırlılıklar ve Gelecek Çalışmalar için Öneriler

Alan yazınında aktarıldığı üzere stresi hafifletmenin bir yolu olarak irdelenen ev tatili kavramının çerçevesi kısıtlı sayıda örnekleme belirlenmeye ve anlaşılma çalışılmıştır (Li vd., 2023). Bu sonuç fenomenin daha geniş kitlelere ulaşarak halâ irdelenmeye gerek duyulduğunu ortaya koymaktadır. Öncelikle, medyada hızla yayılan bu tatil biçimi aslında bireyin davranışlarının otoriteler tarafından nasıl sistematik bir biçimde dönüştürülebileceğinin ve kontrol edilebileceğinin bir örneğini sunmaktadır. Daha açık bir ifadeyle, bireylerin tercih ve isteklerinin medya yardımıyla dönemin koşullarına uygun hale getirilmesinin bir örneğini temsil etmektedir. Dolayısıyla, konuya ilişkin sosyolojik bir analizin yürütülmesi turist davranış ve motivasyonlarının daha iyi anlaşılması açısından gerekli görülmektedir. Sosyolojik analizler, toplumsal alanda ziyaretçilerin güdülenmelerini hem çekicilik

unsurları hem de itme ve çekme faktörleri açısından değerlendirmeyi mümkün kılacaktır. Diğer taraftan ev tatili kavramının yerel turizm, iç turizm ve rekreasyondan nasıl farklılaştığının, bu kavrama duyulan gereksinimin nedenlerinin daha detaylı araştırmalarla ortaya konulması gerekmektedir. Ek olarak ev tatili kavramı daha çok COVID-19'un etkileri üzerinden incelirken yaşanan ekonomik zorlukların etkisi daha kısıtlı sayıda çalışmanın konusu olarak gözlemlenmiştir. Bu eksiklik kavramın anlaşılmasında başka unsurların da gerekli olabileceğine işaret etmektedir. Araştırma önemli bir sınırlılığı da içermektedir. Buna göre araştırma verileri Samsun iliyle sınırlı kalmıştır. Farklı illerde yapılacak olan araştırmalarla konuya ilişkin daha geniş verilere ulaşılabilecektir.

**Etik Beyan:** Bu çalışmada veri toplama sürecinde yapılan görüşmeler için Bitlis Eren Üniversitesi Etik Kurulu'ndan 01/04/2024 tarihli ve E.5281 nolu toplantısında E.130958 sıra sayılı kararı ile izin alınmıştır. Aksi bir durumun tespiti halinde TO&RE Dergisinin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk çalışmanın yazarlarına aittir.

**Yazar Katkı Beyanı:** 1. Yazarın katkı oranı %50, 2. Yazarın katkı oranı ise %50'dir.

**Çıkar Beyanı:** Yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.

### Kaynakça

- Akkuş, G. (2017). Kış turizmi destinasyonunda yaşanan unutulmaz turizm deneyimleri: Kültürlerarası karşılaştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14(3), 223-236.
- Besson, A. (2017). Everyday aesthetics on staycation as a pathway to restoration. *International Journal of Humanities and Cultural Studies*, 4(2).
- Blichfeldt, B. S. (2008). Vacationing at home. *Tourism Recreation Research*, 33(1), 93-97.
- Bronner, F., & de Hoog, R. (2014). Vacationers and the economic "double dip" in Europe. *Tourism Management*, 40, 330-337.
- Creswell, J. W. (2013). *Nitel araştırma yöntemleri* (Çev. M. Bütün; S. B. Demir). London: Sage Publication.
- Creswell, J. W. (2017). *Araştırma Deseni: Nitel, nicel ve karma yöntem yaklaşımları*. (Çev. S. B. Demir). Eğitim Kitap, Ankara.
- Davison, L., & Ryley, T. (2016). An examination of the role of domestic destinations in satisfying holiday demands. *Journal of Transport Geography*, 51, 77-84.
- De Bloom, J., Nawijn, J., Geurts, S., Kinnunen, U., & Korpela, K. (2017). Holiday travel, staycations, and subjective well-being. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(4), 573-588.
- Ekiz, D. (2009). *Bilimsel araştırma yöntemleri (2. Baskı)*. Anı Yayıncılık, Ankara
- Elnur, A. (2022) Sürdürülebilir kentsel boş zaman formu olarak staycation. *Sürdürülebilir kentsel formlar*. (ed. C. Kahraman). Karadeniz Kitap.
- Entas, D., Sulistyadi, Y., Widiastiti, A. A. I. P., Nurita, W., Sanjaya, I. W. K., & Lestari, N. P. (2023, July). Check for updates Staycation as a Way to Boost Millennial Travel Consumption Levels in the New Normal Era. İçinde *Proceedings of the 1st International Hospitality, Travel and Event Conference (IHTREC 2023)*, (ss. 244-116). Springer Nature.
- Fox, S. (2009). Vacation or staycation. *The Neumann Business Review*, 1-7.
- Jacobsen, J. K. S., Farstad, E., Higham, J., Hopkins, D., & Landa-

- Mata, I. (2023). Travel discontinuities, enforced holidaying-at-home and alternative leisure travel futures after COVID-19. *Tourism Geographies*, 25(2-3), 615-633.
- James, A., Ravichandran, S., Chuang, N. K., & Bolden III, E. (2017). Using lifestyle analysis to develop lodging packages for staycation travelers: An exploratory study. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 18(4), 387-415.
- Karagöz, Y. (2017). SPSS ve AMOS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri ve Yayın Etiği, Nobel Yayıncılık, Ankara.
- Karim, N. I. A., Ambotud, A., Abd Rahim, F. A., & Ariff, N. A. N. (2022). Travel Risk Perception and Travel Intention on Staycation in Malaysia: Post COVID-19. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 12(10), 557-567.
- Kay, M. J., & Wang, Y. (2010). Marketing the Staycation: The Salience of the Local in Destinations Branding. *Proceedings of the Northeast Business & Economics Association*, 590-592.
- Kıral, B. (2021). Nitel araştırmada fenomenoloji deseni: türleri ve araştırma süreci. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 10(4), 92-103.
- Larsen, S. (2007). Aspects of a psychology of the tourist experience. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 7(1), 7-18.
- Lehto, X. Y. (2013). Assessing the perceived restorative qualities of vacation destinations. *Journal of Travel Research*, 52(3), 325-339.
- Li, H., Zhang, J., Wan, Q., Wang, Q., & Xu, J. (2023). Customers' hotel staycation experiences: implications from the pandemic. *Current Issues in Tourism*, 1-18.
- Lin, Z. C., Wong, I. A., Kou, I. E., & Zhen, X. C. (2021). Inducing wellbeing through staycation programs in the midst of the COVID crisis. *Tourism Management Perspectives*, 40, 100907.
- Lundberg, D. E. (1972). Why tourists travel. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 12(4), 64-70
- Milman, A. (1998). The impact of tourism and travel experience on senior travelers'. Psychological Well-Being. *Journal of Travel Research*, 37(2), 166-170.
- Mokhtarian, P. L., Salomon, I., & Singer, M. E. (2015). What moves us? An interdisciplinary exploration of reasons for traveling. *Transport reviews*, 35(3), 250-274.
- Molz, J. G. (2009). Representing pace in tourism mobilities: Staycations, slow travel and the amazing race. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 7(4), 270-286.
- Moon, H., & Chan, H. (2022). Millennials' staycation experience during the COVID-19 era: mixture of fantasy and reality. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 34(7), 2620-2639.
- Papatheodorou, A., Rosselló, J., & Xiao, H. (2010). Global economic crisis and tourism: Consequences and perspectives. *Journal of Travel Research*, 49(1), 39-45. DOI:
- Pearce, P. L. (2009). The relationship between positive psychology and tourist behavior studies. *Tourism Analysis*, 14(1), 37-48.
- Qiu, R. T., King, B. E., Tang, M. F. C., & Fan, T. P. (2023). Customer preferences for staycation package attributes. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 10, 1287.
- Ramgade, A., & Divakaran, P. (2020). Impact of Pandemic on Tourism and how staycation is becoming the most popular tourism trend post COVID-19. *Journal Of Critical Reviews*, 7 (2), 1489-1496
- Senbeto, D. L., & Hon, A. H. (2020). The impacts of social and economic crises on tourist behaviour and expenditure: an evolutionary approach. *Current Issues in Tourism*, 23(6), 740-755.
- Sharma, S. (2009). The Great American Staycation and the Risk of Stillness. *M/C Journal*, 12(1).
- Urry, J. (1990). The 'Consumption' of tourism. *sociology, Sociology*, 24(1), 23-35.
- Yan, Q., Shen, H., & Hu, Y. (2022). "A home away from hem": exploring and assessing hotel staycation as the new normal in the COVID era. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 34(4), 1607-1628.
- Pawlowska-Legwand, A., & Matoga, Ł. (2016). Staycation as a way of spending free time by city dwellers: examples of tourism products created by Local Action Groups in Lesser Poland Voivodeship in response to a new trend in tourism. *World Scientific News*, 51, 4-12.
- Rosu, A. (June, 2020). Making sense of distance. Mobility in staycation as a case of proximity tourism. (Masters thesis) Lund University, Sweden.
- Wixon, M. (2009). *The great American staycation: How to make a vacation at home fun for the whole family (and your wallet!)*. Simon and Schuster.
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2018). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık, Ankara.

### Extended Abstract

Due to the economic crises and the COVID-19 Pandemic, individuals have recently turned to staycation activities, which are defined as "holidays at home". Staycation is a phenomenon that describes the possibility of individuals traveling closer to home as a response to such crises (Papatheodorou et al., 2010). This concept has been explored mostly as a way to relieve stress and increase well-being during the pandemic. In addition, the framework of the concept has been tried to be determined and understood with a limited number of samples. In today's conditions, where the COVID-19 pandemic has lost its effect and life has normalized, no studies have been found examining the effects of people's obligation to choose staycation activities for economic reasons on the social and psychological context. In this context, the study will examine to what extent people adopted the staycation activity as a holiday during the increasing economic crisis in addition to the COVID-19 pandemic. In this respect, the study is important in terms of identifying the tourist products shaped or created by tourism activities that take place at home, with relatives or in the nearby region. This situation will bring about changing tourist behaviors and consumption habits. In this context, revealing the common characteristics of tourists who prefer touristic products within the scope of staycation activities carries the research to an important point.

Staycation, with blog and lifestyle commentators commenting on the idea of a holiday at home (Molz, 2009), has developed due to the rising gasoline prices and the economic turmoil (Molz, 2009; Sharma, 2009) and the widespread effects of COVID-19 in recent years (Moon and Chan, 2022; Li et al., 2023). Staycation involves many practices of tourism such as participating in various leisure activities at or near one's residence, enjoying different types of food and beverages, and taking advantage of recreation and tourism opportunities in the local or regional area (Jacobsen, 2023). It includes many experiences such as creating a performance or narrative for oneself or the social environment, noticing the aesthetics in

the environment, self-expression, building identity, and connecting with others to obtain eudemonic pleasure (Besson, 2017). In addition, short-term trips within driving distance from home can also create a positive mood in coping with the crisis, preventing individuals from entering a spiral of constant fatigue and negative emotions with renewed directed attention (Lin et al., 2021). In particular, during the pandemic period, staycation has served as a feasible and reliable function to meet social interactions, desires, and needs for the restoration of social connection and harmony (Yan et al., 2022). In this regard, participants in staycation are divided into six groups. These are culture enthusiasts, adventurous eaters, socialites and partygoers, health-conscious individuals, television/cinema enthusiasts who rely on their families and friends, and performing arts and museum enthusiasts (James, et al., 2017).

This study was conducted with a qualitative research method. The phenomenological approach was adopted as the research design. While the concept of staycation was examined mostly through the effects of COVID-19, it was observed that it was not discussed through the impact of the economic difficulties experienced. This deficiency indicates that other factors may be necessary to understand the concept. These requirements were the factors that led the research to a phenomenological approach. Semi-structured interview technique was used to collect the data needed for the research. The research questions were derived from the studied literature on tourist experiences. Criterion sampling method, one of the purposeful sampling methods, was preferred in the research. Although the generally accepted number of participants in sample selection for the semi-structured interview technique is 12 (Onwuegbuzie & Collins, 2007), the interviews were terminated after eight participants because the data started to repeat during the interview. Content analysis and descriptive analysis were preferred to analyze the data. Peer review and external audits were conducted to ensure the validity of the research findings. To ensure reliability, the accuracy of the findings was confirmed by comparing the information transferred from the literature and the raw data obtained.

The participants' previous holiday experiences were in more distant cities and for longer periods of time. In recent times, it has been observed that more people stay with relatives and friends and activities are held for shorter periods of time. As a result of the analysis, it was determined that the staycation activity is a type of tourism consisting of the themes of participation, motivation, experience, emotion, efficiency, meaningfulness and discovery. While the most emphasized theme of the Staycation experience was meaningfulness, the least emphasized theme was efficiency.

In this study, the need of relaxation and satisfaction experiences of individuals participating in the staycation movement has been evaluated from the perspective of traditional tourism experiences and satisfaction. Several important theoretical and practical results have been reached. First of all, even though the literature review and interviews of this study show that the staycation experience is a process far from the long-term effects of tourism, destinations try to meet the needs of residents through staycation. Second, participants of this study mostly prefer long-distance tourism,

while they prefer the relaxation and renewal offered by tourism with certain experiences. Moreover, they define staycation as a scam rather than a holiday. Finally, it is considered a necessity to provide public support to local people who do not have any or relatively few holiday opportunities due to economic problems. Considering the widespread use of the internet and virtual applications, increasing virtual reality applications both at home and in the region may increase the interest in staycation experience, especially among young people. Moreover, the development of various cultural, artistic, and sports activities and activity areas locally can be effective in transforming the staycation activity into a more attractive type of tourism for individuals. It is recommended to organize youth camps for children and teenagers.