

## REKREASYONEL TURİZMDE MÜŞTERİ POTANSİYELİNİN BELİRLENMESİNE YÖNELİK BİR PİLOT ÇALIŞMA

Yrd. Doç. Dr. Fatma DEMİRCİ OREL\*  
Mehmet Cihan YAVUZ\*\*

### Özet

*Rekreasyon*, katılanın gönüllü olarak seçtiği ve boş zamanını değerlendirdiği etkinlikleri kapsar. Bu etkinlikler, müzikal uğraşlar, sportif etkinlikler, oyunlar, sanatsal etkinlikler, hüner gerektiren etkinlikler, doğa etkinlikleri, sosyal ve kültürel etkinlikler olarak genel başlıklar altında toplanabilir. Rekreasyon kapsamındaki bu etkinliklerin, ortam değişikliği gerçekleştirilerek yapılması gereği ve zorunluluğu vardır. Dolayısıyla, bu çalışmada, birbirini tamamlayan ve birlikte ele alınması gereken iki kavram olan rekreasyon ve turizm, **Rekreasyonel Turizm** olarak adlandırılmıştır. Bu çalışmanın amacı, rekreasyonel etkinliklerde bulunabilecek potansiyel müşterilerin ihtiyaç ve beklentilerini ortaya koymaktır. Araştırma Adana ilinde gerçekleştirilmiş ve veriler anket yardımıyla yüzyüze görüşme tekniği kullanılarak toplanmıştır. Araştırmanın sonuçlarına göre, bireylerin rekreasyonel etkinlik ihtiyaçlarının giderilmesine yönelik tesis talebi oldukça yüksek düzeydedir. Aynı zamanda, deneklerin bu tür tesislerden bekledikleri en önemli iki özellik yüksek düzeyde hizmet kalitesi ve doğaya yakınlıktır.

**Anahtar sözcükler:** Rekreasyon , rekreasyonel turizm, pazar potansiyeli

### Abstract

The number of people who are engaged in outdoor recreation, recently called as recreational tourism, has been increasing tremendously.. There has been too much increase in travel to the areas of natural resources. Recreation is any particular activity for what people do in their spare time for amusement and enjoyment. Forms of recreation include sport, games, gardening, playing the musical instrument, and etc. As such the purpose of this paper is to reveal what the potential customers' need and expect. Data was collected in Adana which is a city in the southern part of Turkey and both personal interview and survey methods were used in collecting data. Based on the results of the study we conclude that there seems to be need for recreational facilities to spend in the spare time of the people studied and expectation for higher quality of service and lower distance to the nature.

**Key Words:** Recreation, recreational tourism, market potential

---

\* Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü

\*\* Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Öğrencisi

## 1.Giriş

Şehirlerdeki hava, su, toprak kirliliği, nüfus artışının sebep olduğu sıkışıklık, kişisel yükümlülük ve zorunluluklar, toplumsal sorunlardan kaynaklanan sıkıntılar ve yaşamın tekdüze hale gelmesi gibi çeşitli olumsuzluklar insanları yıpratmaktadır. Yenilenmek, beden ve ruh sağlığına tekrar kavuşmak ve mutlu olmak, bu olumsuz koşulların etki alanı dışına çıkmak ile mümkün olabilir. Bunun sağlanması ise, gelişmiş ülkelerin pek çoğunda olduğu gibi rekreasyon sayesinde mümkündür.

**Rekreasyon**, katılanın gönüllü olarak seçtiği ve boş zamanını değerlendirdiği etkinlikleri kapsar (Serarslan ve Bakır, 1988:28). Bu etkinlikler, müzikal uğraşlar, sportif etkinlikler, oyunlar, sanatsal etkinlikler, hüner gerektiren etkinlikler, doğa etkinlikleri, sosyal ve kültürel etkinlikler olarak genel başlıklar altında toplanabilir. Öte yandan, rekreasyon kapsamındaki bu etkinliklerin, ortam değişikliği gerçekleştirilerek yapılması gereği ve zorunluluğu vardır. Ortam değiştirme, psikolojik açıdan bir gereklilik, rekreasyonel etkinliklerin amaca uygun olarak gerçekleştirilebilmesi açısından da zorunluluktur. Çünkü bu etkinlikler için geniş ve doğaya yakın alanlar ile özel alt yapı olanaklarına ihtiyaç vardır. Bu açıdan bakıldığında, rekreasyon kavramı, seyahat ve konaklamayı içeren turizm kavramı ile yakın bir ilişki içerisine girer.

Bu çalışmada, birbirini tamamlayan ve birlikte ele alınması gereken iki kavram olan rekreasyon ve turizm, içeriklerinin bileşimi açısından **Rekreasyonel Turizm** (Sağcan, 1986:79; Önen,1996:1) olarak adlandırılmıştır.Çalışmada, Adana ilinde rekreasyonel turizm hareketlerine katılanlar ve katılmak isteyenler açısından, rekreasyonel turizm ihtiyaçlarının neler olduğu ve nasıl giderilmesi gerektiği araştırma konusu yapılmıştır.

## 2. Rekreasyonun Tanımı ve Önemi

Rekreasyon, yenilenme, yeniden yaratılma veya yeniden yapılanma anlamına gelen Latince *recreatio* kelimesinden gelmektedir. Rekreasyon kelimesinin Türkçe karşılığı da yaygın bir şekilde boş zamanları değerlendirme olarak kullanılmaktadır. Bu, rekreasyonun boş zaman tanımı ile sıkı sıkıya ilişkili bir kavram olduğunu göstermektedir. Çünkü, rekreasyon her şeyden önce boş zamanı olan insanların gerçekleştirebilecekleri etkinliklerle ilgilidir. Boş zaman, insanların çalışma saatleri dışındaki zamanları tanımlar (Karaküçük, 1997:21,51). Herhangi bir zorunluluk ya da yükümlülük olmaksızın değerlendirilme potansiyeli olan zamanlar boş zaman kavramı içine girer (Shivers ve DeLisle, 1997:93). Diğer bir ifade ile, boş zamandaki rekreasyonel etkinlikler para kazanma amacı ile yapılmaz.

Bir diğer tanıma göre, rekreasyon, insanların iş, görev ve ödev gibi yerine getirilmesi zorunlu etkinlikleri ve yükümlülükleri sonrasında kalan boş zamanlarında dinlenmek, eğlenmek, yenilenmek, bireysel açıdan tatmin olmak için gönüllü olarak katıldıkları etkinlik ya da deneyimlerdir (Kraus, 1977:5).

Sanayileşme sürecinde hızlı ve monoton üretim temposu insanların verimliliği üzerinde olumsuz etki yaratmış ve bunun karşılığında boş zamanların rekreasyonel yönden değerlendirilmesi ile üretim potansiyelinin artırılması hedeflenmiştir (Şahin vd. 2001:73). Özellikle beden gücüyle çalışmanın önemli olduğu sanayileşme döneminde

boş zaman, yorulan insanın fiziksel gücünü yeniden kazanmasına yardımcı olan dinlenme fonksiyonunu yerine getirmekteydi. Boş zamanın dinlenme fonksiyonu kadar önemli diğer iki fonksiyonu olan eğlenme ve kişiyi özgür kılma fonksiyonlarının bilincine ise daha sonraki dönemlerde varılabilmektedir (Sağcan, 1986:7).

Rekreasyon açısından, özellikle özgür kılma fonksiyonu çok önemlidir. Çünkü zorunluluk ve yükümlülükler nedeniyle zamanın kölesi haline gelen insan, bunların olmadığı dönemlerde, zamanın hakimi olmakta ve böylece kendi potansiyelinin farkına varma, içindeki gizli enerjiyi ortaya çıkarma ve yaratıcı olarak kullanma, kısaca kendini gerçekleştirme olanağına kavuşur.

Kendini gerçekleştirme, boş zamanın, rekreasyon tarafından oluşturulan temel kullanış biçimidir. Kendini gerçekleştirme ihtiyacı, insanın temelde tüm potansiyelini gerçekleştirme, hayatını dolu dolu yaşama ihtiyacını ifade ettiği için rekreasyon amaçlarıyla eş anlamlıdır. Rekreasyon kapsamındaki bazı etkinlikler yolu ile insanlar, bir yandan kendini gerçekleştirme ihtiyaçlarını giderirken, diğer yandan dinlenme ve eğlenme ihtiyaçlarını giderme şansını da elde etmektedirler. Dolayısıyla, rekreasyon olanağı olmayan, yani kendini gerçekleştirmek için yeterli özgürlüğü bulamayan insanlar her şeyden önce mutsuz olurlar (Karaküçük,1997:82,83). Mutsuzluk ise kişinin ruh sağlığının bozulmasına, bunun sonucunda içine kapanıklık, saldırganlık gibi bazı kişilik sorunları ile karşılaşmasına ve zararlı alışkanlıklar edinmesine neden olabilir.

Zaman açısından yeterli özgürlüğü bulamamak beden sağlığının da bozulmasını beraberinde getirir. Nitekim gelişmiş ülkelerde zaman yetersizliğine bağlı olarak, insanların fizyolojik etkinlikleri en düşük seviyeye ulaşmıştır. Bunun sonucunda bu ülkelerde kalp ve damar hastalıklarından ölüm oranı tek başına % 45'lere çıkmıştır. Ayrıca doğrudan ya da dolaylı olarak diyabet, kolesterol, kemiklerde deformasyon, romatizma, şişmanlık ve stres vb. birçok fizyolojik ve psikolojik rahatsızlık vakalarında artışlar olmuştur ([www.mu.edu.tr/departments/besyo](http://www.mu.edu.tr/departments/besyo),2002). Sağlığın korunmasında, rekreasyon içerisinde değerlendirilen hobi, spor, oyun, dans, açık hava etkinlikleri ve grup etkileşimlerinin büyük önemi vardır. Rekreasyon fizyolojik ve psikolojik tabanlı rahatsızlıkların sadece önlenmesinde değil aynı zamanda giderilmesinde de etkilidir (Kraus, 1977: 12-13).

Rekreasyon, çocuklar, ergenler, yetişkinler, erkekler, kadınlar, engelliler, yaşlılar, hastalar, bunların yanı sıra ordu, endüstri ve ticari hayat mensupları gibi farklı gruplar için farklı özellik ve önemde olabilir. Rekreasyon, özellikle yeni yetişen nesil açısından yetenekleri geliştirmek ve kendini tanımak, günlük koşuşturmalar arasında boğulan ve yorulan yetişkin nesil açısından etkin bir dinlenme ve yenilenme imkanı yaratmak ve yaşlı nesil için huzurlu bir sosyal ortam oluşturmak açılarından önemlidir. Rekreasyon, günümüzde kişilerin ve ulusların yaşam biçimini etkileyen önemli bir unsur haline gelmiştir. Öte yandan, rekreasyon fiziksel, sosyal, kültürel ve ekonomik yönleri olan bir kavramdır. Bu faktörler, rekreasyona katılım açısından çok önemlidir. Çünkü, bireysel olarak beğenilen bir etkinlik, ancak kişinin fiziksel, sosyal, kültürel ve ekonomik olanaklarının elverişli olması durumunda rekreasyon haline gelebilir. Bu faktörler açısından olanakların elverişli olmaması durumu, rekreasyona katılımın önünde bir engel olabilmektedir.

### 3. Rekreatyonel Turizmin Tanımı ve Önemi

Turizm insanların, kişisel tatmin amacıyla, kendi hür iradeleri ve istekleri doğrultusunda, maddi çıkar elde etme amacı gözetmeksizin, sürekli olarak oturdukları yerlerden ayrılarak geri dönmek koşuluyla başka bir merkeze, belirli bir süre için gitmeleri ve orada kaldıkları sürece oluşturdukları faaliyetlerdir (Öner, 1997: 3,5). Bu tanıma dikkat edilirse turizmin, seyahat etme ve konaklama şartı dışındaki diğer tüm şartları rekreasyon ile birebir örtüşmektedir.

Rekreatyonel turizm etkinlikleri gönüllü olarak girişilen, insanların boş zamanları boyunca tam bir istek ve tatmin duyarak yaptıkları, hoşça giden ve olumsuz etkisi olmayan faaliyetler olarak tanımlanır (Shivers ve DeLisle, 1997:102). Rekreatyon etkinlikleri turizmle ilgisi açısından şu şekilde sınıflandırmak mümkündür(Lawson ve Band-Bovy, 1977:1):

- Yüksek düzeyde toplumsal kapsamlı aktiviteler
- Kültür ve sanat yönlü aktiviteler
- Sportif aktiviteler
- Genel açık alan aktiviteleri

Bu çalışmada *rekreatyonel turizm*, insanların boş zamanları boyunca, tek düzelikten kurtulmak için yaşadıkları çevreden, yaşam ritmi ve biçiminden bir süreliğine uzaklaşarak, düşledikleri fırsatları değerlendirmelerine, özgürce hareket etmelerine ve kendilerini yenilemelerine olanak sağlamak için gönüllü olarak katıldıkları etkinliklerin tümü olarak ele alınmıştır. Rekreatyonel turizm etkinlikleri, turizm hareketleri içinde en büyük grubu oluşturmaktadır ve bu etkinliklerin bir kısmı Tablo 1’de gösterilmiştir.

**Tablo 1. Rekreatyonel Turizm Etkinlikleri**

• Piknik,	• Aile Kampçılığı,	• Bisiklet sürme,
• Olta ile balık avlama,	• Vahşi kampçılık (safari),	• Konser ve tiyatroya gitme,
• Güneşlenme,	• Off-road oto sürme,	• Tenis oynama,
• Araba sürme,	• Avcılık,	• Golf oynama,
• Yürüyüş,	• Off-road motosiklet sürme,	• Her türlü oyunlar,
• Yüzme,	• Su alanlarını inceleme,	• Basketbol,
• Fuar, eğlence ve alışveriş yerlerini ziyaret,	• Doğada yaşam,	• Voleybol,
• Doğada yürüyüş,	• Hayvan besleme,	• Buz pateni,
• Sandal gezintisi,	• Bahçe işleri,	• Bowling,
• Yelkencilik,	• Kayak yapmak,	• Bilgisayar oyunları,
• Rafting,	• Ilıcalar,	• Modern Danslar,
• Derin sulara dalış,	• Yatçılık,	• Kitap okumak,
• Bitki örtüsü inceleme,	• Kuş ve doğa gözlemciliği,	• Maket yapmak,
• Doğal yapıları inceleme,	• Fotoğrafçılık,	• Yeme-içme (Gurme),
• Tarihi yapıları inceleme,	• Resim yapmak	• Uçurtma uçurmak,
• Koleksiyonculuk,	• Enstrüman çalma,	• Savunma sporları,
• Telsizcilik,	• Şarkı söyleme,	• Fal, Burç
• Dağcılık,	• Paintball,	• Yemek yapmak,
• Futbol,	• At binmek,	• Partiler,
• Masa Tenisi,	• Tütün mamulleri,	• Kumar oynamak,
• Hentbol,	• Koşu yapmak,	• Jimnastik,
	• Halk Oyunları,	• Aerobik,

*Kaynak: Mustafa Sağcan, 1986, s.5.*

Rekreatyonel turizmi meydana getiren üç aşama vardır (Leberman ve Mason, 2002:5):

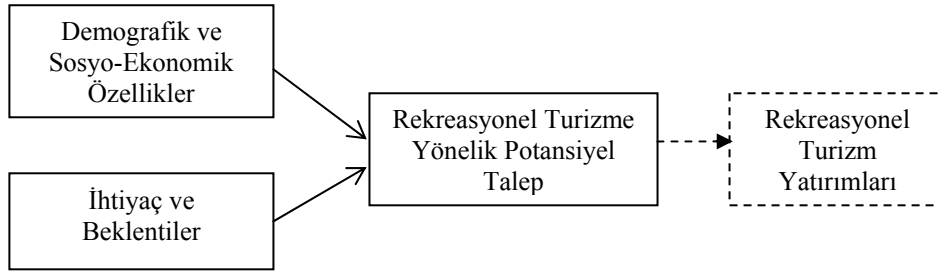
1. Hızla artan insan nüfusuna bağlı olarak ortaya çıkan talep,
2. Bu talebi doğuran ihtiyaçlar ve
3. Bu ihtiyaçları karşılayabilecek arzın doğuşu, bir başka ifadeyle rekreatyonel turizm alanına yatırım yapacak özel girişimcilerin ortaya çıkışı.

Rekreatyonel turizm, tüm fonksiyonları ile insan için bir mutluluk kaynağıdır. Ancak, rekreatyonel turizm ile ilişkili fonksiyonların amaca uygun bir şekilde gerçekleştirilebilmesi, insanların bu tür etkinliklere katılım düzeyleri ile birlikte gerçek ihtiyaç ve beklentileri teşhis edilerek sağlanabilir. Bu çalışma, rekreatyonel turizme yönelik Adana il merkezindeki müşteri potansiyelini ortaya koyma amacı ile yapılmıştır. Rekreatyonel turizm kapsamındaki etkinliklerin, her yaşta insanın gelişimindeki önemli rolü, bizim için de temel harekete geçiş noktası olmuştur.

#### 4. Adana İlinde Rekreatif Turizme Olan Müşteri Potansiyelinin Belirlenmesine Yönelik Bir Pilot Çalışma

İnsanlar günlük yaşam içerisinde, rollerinin gereklerini yerine getirirken yorulur ve stres yüklenirler. Sahip oldukları boş zamanları, yenilenmek ve kendilerini daha da geliştirmek için değerlendirmek isterler ki, bu oldukça önemlidir. Bu açıdan bakıldığında, rekreasyon her yaş kesimindeki insanlar açısından büyük bir öneme sahiptir. Bu çalışmada, Adana ilinde yaşayan kişilerin rekreatif etkinliklere katılma ve katılmayı isteme düzeyleri ile bu yöndeki eğilim ve beklentileri belirlenerek rekreatif turizmde müşteri potansiyelinin ortaya konması amaçlanmıştır.

Turizmde müşterinin yaşı, cinsiyeti, mesleği, yaşam tarzı ve geliri gibi demografik ve sosyo-ekonomik özellikleri onun turistik tüketim kararları üzerinde etkilidir. Bir müşterinin kişisel özellikleri, onun nereye gideceğini ve ne tür bir tesisi tercih edeceği konusundaki kararlarını yönlendirir (Çakıcı, 1999:32). Rekreatif turizmde yönelik potansiyel talebin belirlenmesi ise, turizmde pazarlama anlayışının gereği olarak müşteri istek ve ihtiyaçlarının teşhisinden geçer (Serarslan ve Bakır, 1988:28). Dolayısıyla bu çalışmada, araştırmaya katılan bireylerin kişisel özelliklerinden ve ihtiyaç, tercih ve beklentileri ile ilgili görüşlerinden yararlanılarak Adana ilinde rekreatif turizmde yönelik bir müşteri potansiyelinin olup olmadığı saptanmaya çalışılmıştır. Bu saptamanın, ileride yapılması olası daha geniş kapsamlı çalışmalarla birlikte rekreatif turizm altyapı yatırımlarına ışık tutabileceği düşünülmektedir. Buradan hareketle araştırma modeli Şekil 1'de görüldüğü gibi betimlenebilir.



Şekil 1. Araştırma Modeli

#### Araştırma Yöntemi

Keşifsel araştırma modelinin kullanıldığı bu çalışma, Adana il merkezinde yapılmış bir pilot çalışma niteliğindedir. Bu çalışmada, nitel araştırmalarda kullanılan amaçlı örnekleme yöntemlerinden "kartopu örnekleme" yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntemin seçilme nedeni, zengin bilgi kaynağı olabilecek bireylerin saptanmasına olanak sağlamasıdır. (Yıldırım ve Şimşek, 1999:69). Adana ilinde boş zamanları değerlendirmeye olanak sağlayan işletmeler; oteller, yüzme havuzu işletmeleri, yeme-içme işletmeleri, sportif amaçlı kulüpler olmak üzere geniş bir çeşitlilik göstermektedir. Bu işletmeler içerisinde gerçek anlamda rekreatif hizmet sunan işletme tanımına uyan 10 işletme yapılan bir diğer çalışmada (Çabuk ve Yavuz, 2003:7) saptanmıştır. Bu işletmelerin ikisi beş yıldızlı otel, biri aquapark, üçü spor

kulübü, üçü dinlenme tesisi ve sonuncusu da bir havuz işletmesidir. Bu işletmeler içerisinde iç mekanda çalışma yapmamıza izin veren iki işletmenin müşterileri çalışmanın ilk örneklemini oluşturmuştur. İlk aşamada kısa olan bu listeye, araştırma süreci içinde ulaşılan kişilerin önerilerinden yola çıkarak daha fazla sayıda birey dahil edilmiştir. Sonraki aşamada bu listede ön plana çıkan bireyler seçilerek toplam 108 kişiye ulaşılmıştır. Veri toplama yöntemlerinden görüşme yönteminin enstrümanlarından olan yarı yapılandırılmış bir soru formu kullanılarak, deneklere hem daha önce hazırlanmış sorular, hem de bu sorulara ilişkin ayrıntılı bilgi alma amacıyla ek sorular sorulmuştur. Soru formunda yer alan sorular üç grupta toplanabilir. Birinci grup sorular, kişinin fiilen yaptığı ve gelecekte yapmak istediği rekreasyonel etkinlikleri ortaya koyma amacına yöneliktir. İkinci grup sorular, rekreasyonel hizmet sunumunun yapıldığı işletmelerden beklenen özellikleri ve bu özelliklere bireylerin verdiği önem düzeyini ortaya koymaya yöneliktir. Bireylerin demografik ve sosyo-ekonomik özelliklerini saptamaya yönelik sorular ise, üçüncü ve son grup soruları oluşturmaktadır.

## **5. Araştırmadan Elde Edilen Bulgular ve Değerlendirme**

### **Örnekleme Ait Demografik ve Sosyo-Ekonomik Bilgiler**

Araştırmaya katılan deneklerin cinsiyeti, medeni halleri, eğitim düzeyleri ve gelir durumlarına ilişkin dağılımı gösteren bilgiler Tablo 2’de verilmiştir. Anketi cevaplayan deneklerin %42.6’sını kadın, %57.4’ünü ise erkekler oluşturmaktadır. Medeni durumlarına bakıldığında, aynı şekilde % 42.6’sının bekar, %57.4’ünün evli olduğu görülmektedir. Katılımcıların eğitim seviyeleri oldukça yüksektir. Buna göre %50.9’u lisans, %39.8’i yüksek lisans ve doktora düzeyinde olmak üzere toplamın %90.7’si en az üniversite düzeyinde eğitime sahiptir.

**Tablo 2. Katılımcıların Cinsiyet, Medeni Hal, Yaş Grubu, Eğitim Düzeyi ve Hane Halkı Gelirine Göre Dağılımı (n=108)**

		Frekans (n)	%
Cinsiyet	Kadın	46	42.6
	Erkek	62	57.4
	Toplam	108	100.0
Medeni Hal	Bekar	46	42.6
	Evli	62	57.4
	Toplam	108	100.0
Yaş Grupları	18-26	20	18.5
	27-35	53	49.1
	36-44	23	21.3
	45-53	11	10.2
	54 ve üzeri	1	0.09
	Toplam	108	100.0
Eğitim Düzeyi	Lise	7	6.5
	Meslek Yüksekokulu	3	2.8
	Üniversite	55	50.9
	Yüksek Lisans/Doktora	43	39.8
	Toplam	108	100.0
Hane Halkı Geliri	500 – 999 milyon TL.	41	38.0
	1.000 – 1.499 milyon TL.	24	22.2
	1.500 – 1.999 milyon TL.	18	16.7
	2.000 – 2.499 milyon TL.	13	12.0
	2.500 – 2.999 milyon TL.	7	6.5
	3.000 milyon TL. ve üzeri	5	4.6
	Toplam	108	100.0

Ankete katılan bekar deneklerin hiçbiri çocuk sahibi değildir. Ankete katılan evli deneklerin ise %79'u en az bir çocuk sahibidir.



**Tablo 3. Medeni Durum ve Çocuk Sahipliğine Göre Rekreatif Turizm İşletmelerini Ziyaret Sıklığı**

Medeni Durum	Ziyaret Sıklığı (%)				Toplam
	Her hafta sonu	İki haftada bir	Ayda bir	Düzensiz aralıklarla	
Bekar (46)*	28.3	56.5	13.0	2.2	100.0
Evli (62)	25.8	45.2	24.2	4.8	100.0
Çocuğu yok (59)	27.1	54.2	16.9	1.8	100.0
Çocuğu var (49)	26.5	44.9	22.5	6.1	100.0

\* Parantez içindeki rakamlar frekansları göstermektedir.

Tablo 3’de görüldüğü gibi, ankete katılan deneklerin rekreatif turizm işletmelerini ziyaret eğilimi iki haftada bir seçeneğinde yoğunlaşmıştır. Çocuklu ailelerin, çocuksuz ailelere kıyasla bu tip işletmeleri daha fazla ziyaret edebileceği düşüncesinden yola çıkarak yaptığımız karşılaştırmada gözlenebilir bir ilişki bulunamamıştır. Medeni durum ve çocuk sahipliği ile rekreatif turizm işletmelerini ziyaret sıklığı arasında belirgin farklılıklar yoktur.

Genelde doğaya yakın olmaları gerektiğinden, rekreatif hizmet sunan işletmeler şehirden uzaktırlar. Dolayısıyla bu tür işletmelere ulaşmak otomobil sahibi olmayı gerektirir. Ankete katılan kişilerin %66.7’sinin otomobili vardır. Bu kişiler içerisinde evli olanların otomobil sahipliği oranı %85.5, bekar olanların otomobil sahipliği oranı %41.3’tür. Bu sonuçlara göre, evli deneklerin bekar deneklere kıyasla ulaşım imkanlarının daha iyi olduğu söylenebilir.

#### **Deneklerin Doğaya Yaklaşımları**

Günümüzde çoğu bahçesiz, ağaç manzarası bile olmayan apartman dairelerinde yaşayan insanlar için doğa ile iç içe olmanın değeri oldukça önemli hale gelmiştir. Bu insanlar evlerinde hayvan besleyerek veya çiçek yetiştirerek doğa ile iç içe olma ihtiyaçlarını dışa vurmakta ve kısıtlı imkanlarıyla bunu gidermeye çalışmaktadırlar. Örneğin, çalışmaya katılan deneklerin %38’i hayvan beslemekte veya çiçek, sebze vb. yetiştirmektedir. Ancak, %32.4 gibi bir orana sahip olan büyük bir kesim ise, bu faaliyetleri gerçekleştirmek için imkanlarının olmadığını dile getirmişlerdir.

#### **Deneklerin Rekreatif Etkinliklere Katılım Düzeyleri**

Deneklerin çeşitli rekreatif etkinliklere olan katılım düzeylerini belirlemek üzere üç noktalı bir derecelendirme ölçeği kullanılmıştır. Rekreatif etkinliklerin daha iyi algılanabilmesi için rekreatif tanımı ve rekreatif etkinliklerin yer aldığı aşağıdaki şekil deneklere gösterilmiş ve daha sonra bu etkinliklere ne düzeyde katıldıkları sorulmuştur.

## Şekil 2. Gruplar İtibariyle Rekreatyonel Etkinlikler

Rekreatyon, çalışma saatleri dışında boş zamanlarda yapılan faaliyetlerdir.	
Rekreatyonel Etkinlikler	
Müzikal Uğraşlar	Enstrüman, orkestra, koro, solo çalışmaları vb.
Sportif Etkinlikler	Tenis, basketbol, voleybol, futbol, golf, binicilik, yüzme, dalış, ralli, paten, masa tenisi, aerobik, aletli jimnastik vb.
Oyunlar	Eğitici ve eğlendirici çeşitli çocuk oyunları, zeka oyunları, satranç, bilardo, tavla, bowling, briç, paintball vb.
Dans Çalışmaları	Folklorik, modern dans, tango vb.
Özel Yetenek Etkinlikleri	Resim, aşçılık, seramik ve grafik sanatlar, maden ve ahşap işleri, heykelticilik, fotoğrafçılık vb.
Doğa Etkinlikleri	Doğa yürüyüşleri, piknik, bağ-bahçe işleri, balık tutma, kampçılık, doğayı koruma etkinlikleri vb.
Kültürel ve Sosyal Etkinlikler	Sinema, tiyatro, dost-akraba ziyaretleri, sergi ve fuarlar, eğlence, festival, konferans, toplantılar, partiler, kutlamalar vb.

Deneklerin rekreatyonel etkinliklere katılma düzeyleri bireysel açıdan incelenmiş ve yüzde dağılımları Tablo 4 sunulmuştur.

**Tablo 4. Rekreatyonel Etkinliklere Bireysel Katılım Düzeyi**

Etkinlikler	Katılım Düzeyi (%)			
	Sürekli	Bazen	Hiçbir Zaman	Toplam
Müzikal Uğraşlar	3.7	25.0	71.3	100.0
Sportif Etkinlikler	22.2	62.0	15.7	100.0
Oyunlar	5.6	53.7	40.7	100.0
Dans Çalışmaları	3.7	13.9	82.4	100.0
Özel Yetenek Etkinlikleri	5.6	31.5	63.0	100.0
Doğa Etkinlikleri	8.3	64.8	26.9	100.0
Kültürel ve Sosyal Etkinlikler	40.7	52.8	6.5	100.0

Tablo 4'te görüldüğü gibi, ankete katılan deneklerin çok büyük bir çoğunluğunun sürekli olarak bir etkinlikte bulunmadığı anlaşılmaktadır. Deneklerin yarısından fazlası sportif etkinlikler, doğa etkinlikleri, kültürel ve sosyal etkinlikler ile oyunlara düzensiz olarak iştirak etmektedirler. Öte yandan, kültürel ve sosyal etkinliklere düzenli olarak katılanlar %40.7 gibi önemli bir oranı oluştursa da, deneklerin ifadelerinden bu etkinliklerin çoğunun dost ve akraba ziyaretlerinden oluştuğu anlaşılmıştır.

Deneklerin rekreatyonel etkinliklere ailece katılma düzeyleri ise Tablo 5'de sunulmuştur.

**Tablo 5. Rekreatyonel Etkinliklere Ailece Katılım Düzeyi**

Etkinlikler	Katılım Düzeyi (%)			
	Sürekli	Bazen	Hiçbir Zaman	Toplam
Müzikal Uğraşlar	0.0	11.1	88.9	100.0
Sportif Etkinlikler	0.9	36.1	63.0	100.0
Oyunlar	1.9	29.6	68.5	100.0
Dans Çalışmaları	0.0	9.3	90.7	100.0
Özel Yetenek Etkinlikleri	0.9	18.5	80.6	100.0
Doğa Etkinlikleri	4.6	45.4	50.0	100.0
Kültürel ve Sosyal Etkinlikler	24.1	33.3	42.6	100.0

Tablo 5, araştırmaya katılan deneklerin, ailece rekreatyonel etkinliklere düzenli olarak katılma durumunun genel olarak düşük olduğunu göstermektedir. Denekler bu duruma, ailece yapılmaya uygun rekreatyonel etkinliklerin ya da bu etkinliklerin yapılmasına imkan verecek bir ortak mekanın olmaması ile aile bireylerinin bir araya gelmekte zamana bağlı birtakım güçlüklerle karşılaşmasının neden olduğunu belirtmişlerdir. Ailece en fazla yapılan rekreatyonel etkinlikler grubu kültürel ve sosyal etkinlikler grubudur. Bu grubun içeriğinin ise, çoğunlukla dost-akraba ziyaretlerinden oluştuğu karşılıklı görüşmelerden anlaşılmıştır.

Rekreatyonel etkinliklere katılımdaki düşüklük, sadece deneklerin kendilerinden kaynaklanmamaktadır. Tablo 6’da görüldüğü gibi, ankete katılan kişilerin %54.6’sı rekreatyonel etkinliklerde bulunmak için gittikleri bir yer olmadığını belirtmiştir. Bu tür etkinlikleri yapmak için gittikleri bir yer olduğunu belirtenlerin oranı ise %45.4’tür ve bu katılımcıların yarısından fazlası (%57) bu işletmeleri tatmin edici bulmamaktadır. Rekreatyonel etkinliklerde bulunmak üzere tercih ettikleri işletmelerden tatmin olanların oranı ise %43 olarak tespit edilmiştir.

**Tablo 6. Fiilen Gidilen Yere Göre Beklentilerin Tatmin Düzeyi**

		Beklentileri Tatmin		Toplam	
		Etmiyor	Ediyor	%	n
Fiilen Gidilen Yere	Yok	-	-	% 54.6	59
	Var	%57.0 n=28	%43.0 n= 21	% 45.4	49
<b>Toplam</b>				% 100	108

### **Rekreasyonel Etkinlikte Bulunma İsteği ve Rekreasyonel Hizmetleri Sunacak İşletmelerden Beklenen Özellikler**

Tablo 7 incelendiğinde, ankete katılanlar içerisinde sürekli olarak herhangi bir rekreasyonel etkinlikte bulunma isteğinde olanların oranının yüksek olduğu anlaşılmaktadır. Diğer bir ifadeyle, ankete katılan kişilerde rekreasyonel etkinlikleri düzenli hale getirme isteği vardır. Esasen katılımcılar, mevcut rekreasyonel etkinlik düzeylerini yeterli bulmadıklarını ve bu tarz etkinliklere yaşamlarında daha fazla yer vermek istediklerini, ancak, zaman kısıtı ile birlikte herkesin bir araya gelebilmesine olanak verecek bir ortak mekanın olmamasının bunu engellediğini dile getirmişlerdir.

**Tablo 7. Bireysel Olarak Rekreasyonel Etkinlikte Bulunma İsteği**

Etkinlikler	Rekreasyonel Etkinlikte Bulunma İsteği (%)			
	Sürekli	Bazen	Hiçbir Zaman	Toplam
Müzikal Uğraşılar	54.5	39.4	6.1	100.0
Sportif Etkinlikler	84.6	14.3	1.1	100.0
Oyunlar	44.9	50.7	4.4	100.0
Dans alışmaları	44.3	41.4	14.3	100.0
Özel Yetenek Etkinlikleri	55.1	42.0	2.9	100.0
Doğa Etkinlikleri	78.2	21.8	0.0	100.0
Kültürel ve Sosyal Etkinlikler	83.9	16.1	0.0	100.0

Ankete katılan deneklere, bir rekreasyonel hizmet işletmesinden bekledikleri özellikler ve bu özelliklere verdikleri önem düzeyleri sorulmuş, elde edilen verilere ilişkin yüzde dağılımları Tablo 8’de sunulmuştur. Tabloda belirtilen 10 (on) zellik ankette yer almaktadır. Ancak denekler, ankette bulunan “diğer” seçeneği vasıtasıyla, işletmelere ilişkin diğer bir on özellik daha belirtmişlerdir. Deneklerin hassasiyetle belirtmelerinden dolayı bu özelliklere de analizde yer verilmesi uygun görülmüştür.

**Tablo 8. Rekreatyonel Hizmet İşletmesinden Beklenen Özelliklere Verilen Önem Düzeylerine İlişkin Yüzde Dağılımları**

<b>Tesis Özellikleri</b>	<b>Önemli (%)</b>	<b>Kararsızım (%)</b>	<b>Önemli değil (%)</b>
Hizmet Kalitesi	92.6	5.6	1.9
Fiyat Düzeyi	88.0	8.3	3.7
Müşteri Profili	89.8	10.2	0.0
Ulaşım Kolaylığı	80.6	13.0	6.5
Konaklama Olanığı	70.4	14.8	14.8
Doğaya Yakınlık	92.6	5.6	1.9
Çevre Düzenlemesi	91.7	7.4	0.9
Eğlence Olanakları	86.1	13.0	0.9
Sportif Olanaklar	88.0	8.3	3.7
Yemek Çeşitliliği	78.7	16.7	4.6

Tablo 8’de görüldüğü gibi denekler belirtilen özelliklerin tamamını oldukça yüksek düzeyde önemli bulmaktadırlar. Bu özellikler içerisinde en önemli görülenler ise hizmet kalitesi, doğaya yakınlık ve çevre düzenlemesidir. Ankete katılanların %90’ından fazlası rekreatyonel işletmelerde bu üç özelliği önemli bulmuşlardır. Bu tür işletmelerden beklenen diğer özellikler ise şöyle sıralanabilir: İşletmeye gelen müşterilerin profili (%89.8); fiyat düzeyi (%88); sportif olanaklar (%88); eğlence olanakları (%86.1); ulaşım kolaylığı (%80.6); yemek çeşitliliği (%78.7) ve konaklama olanığı (%70.3).

Deneklerin anketteki “diğer” seçeneği vasıtasıyla belirttikleri ikinci 10 (on) özellik grubu da ayrıca incelenmiştir. İnceleme sonuçlarına göre, ankete katılan denekler için bu işletmelerin birçok etkinliği aynı anda yapmaya uygun altyapısı olan (%45.4), konforlu (%23.1), çocuk etkinliklerine uygun (%19.4), sakin (%18.5), güvenli (%10.2), geniş (%9.3), tanıdıkların da görülebileceği (%4.6), acil sağlık hizmeti sağlayan (%2.8), ürün yeniliği ve çeşitliliği yüksek (%2.8) ve su kıyısında olan (%2.8) bir yer olması ayrıca önemlidir.

Buradan, şehirde yaşayan insanların alışık olduğu bazı “konfor” özelliklerinin, doğa ile iç içe olma düşüncesi ile ikinci plana itilmemesi gerektiği anlamı kolaylıkla çıkarılabilir. Bunun yanı sıra, özellikle çocuklu aileler için çocuk etkinliklerine uygun alt yapının ve oyun alanlarının bu tür işletmelerde olmasının beklenmesi oldukça doğaldır. Bunlara ek olarak, şehir gürültüsü ve karmaşasından kaçıp kendine sakin, sessiz, huzurlu bir yer arayan insanların da var olduğunu unutmamak gerekir. Güvenlik ve sağlık hizmetleri gibi üst düzey önem derecesine sahip konular, zaten resmi düzenlemelerle yapılması belirli bir şekil ve zorunluluğa bağlanmış işletme özellikleridir.

### Deneklerin Üyelik Sistemine Yaklaşımları

Deneklerin rekreasyonel bir turizm işletmesinde üyelik sistemine yönelik yaklaşımları öğrenilmeye çalışılmış ve elde edilen sonuçlar Tablo 9’da sunulmuştur. Buna göre, ankete katılanların hemen hemen tamamı (%91.7) bu tür işletmelerde üyelik sistemi olmasından yanadır. Ancak, bunların %24.1’i üyelik sisteminin sadece üyelere giriş hakkı veren bir sistem olması gerektiğini savunurken, %67.6’sı ise, üyelik sisteminin üye olmayanlara da giriş olanağı verecek şekilde yapılandırılmasından yanadır.

**Tablo 9. Üyelik Sistemine Yaklaşımlar**

Yaklaşımlar	n	Oranı (%)
Üyelik sistemi olmalıdır ve sadece üyeler girebilmelidir.	26	24.1
Üyelik sistemi olmalıdır, ancak üye olmayanlar da girebilmelidir.	73	67.6
Üyelik sistemi olmamalıdır.	9	8.3
<b>Toplam</b>	108	100.0

Üyelik sistemini, sağlayacağı yararlar açısından deneklerin değerlendirmesi istenmiş ve elde edilen sonuçlar Tablo 10’da sunulmuştur. Bu sonuçlara göre, ankete katılanların %77.8’i, üyelik sisteminin kaliteli bir müşteri portföyünün oluşmasına aracı olacağını düşünmektedir. Kişilerin, gitmeyi düşündükleri bu tür işletmelerde kaliteli bir müşteri kitlesi görmek istemelerinin temelinde yatan güdü muhtemelen “güvenlik” konusu ile ilişkilendirilebilir. Çünkü, bu tür müşteri kitlesi, genellikle eğitim ve kültür seviyesi yüksek insanlardan meydana gelir. Bu tür insanlar diğerlerinin haklarına saygı gösteren, kendi çıkarları yanında diğerlerinin de çıkarlarını göz önünde bulunduran kişilerdir. Dolayısıyla, kaliteli müşteri kitlesinin, işletmenin sahip olduğu “güvenli yer” imajını destekleyeceği düşünülebilir. Bu nedenle, güvenliği tehdit edebilecek kimselerin, çeşitli kontrol yöntemlerinin kullanılması yolu ile işletme alanına girmesinin engellenmesi ve güvenli bir “aile” ortamının yaratılması çok önemlidir. Bunu yaparken, işletmenin hedef kitlesi içerisinde bulunan kişileri sistem dışına itmeyen, ilk kayıtta maddi şartları ağır ve aidatları çok yüksek olmayan, kademeli bir üyelik sistemi akla yatkın görünmektedir.

Tablo 10’da görüldüğü gibi ankete katılanların %50’si ise üyelik sisteminin sağlayacağı diğer bir avantajlı durumun “öncelikli ve kolay rezervasyon” olduğunu belirtmiştir. Yine deneklerin %50’si üyelik sisteminin “bütçe dostu” bir yönünün de olduğunu düşünmektedir. Bunların yanı sıra, deneklerin %34.3’ü, üyelik sistemi dahilinde kendilerine sağlanacak olan “özel ilgi görme” vb. hizmetler yolu ile “ait olma” hislerini tatmin edeceklerini belirtmiştir.

**Tablo 10: Üyelik Sisteminin Sağladığı Yararlar**

Yararlar	(%)*
Fiyat avantajı yaratır.	50,0
Müşteri profilini kaliteli hale getirir.	77,8
Rezervasyon kolaylığı sağlar.	50,0
Prestij sağlar.	16,7
Aidiyet (sahiplik) hissi yaratır.	34,3
Aidatlar dolayısıyla gereksiz mali yükler getirir.	8,3
Etkinliklerden haberdar olunmasını sağlar.	0,9
Üyelerin sorumluluk duygularını güçlendirir.	0,9
Hiçbir etkisi yoktur.	1,9

\* Birden fazla seçenek tercih edildiği için toplam yüzde 100'ü aşmaktadır.

## 6. Çalışmanın Sonuçları

Adana ilinde yapılan pilot niteliğindeki bu çalışma ile, rekreasyonel etkinliklere yönelik potansiyel müşteri talebinin olup olmadığı ortaya konmaya çalışılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre, ankete katılan deneklerin % 60 ve yukarısı gibi büyük bir çoğunluğunun düzenli olarak herhangi bir rekreasyonel aktivitede bulunmadığı ortaya çıkmıştır. Öte yandan, deneklerin %55'inden fazlasının ise düzenli olarak bu aktivitelerin içinde yer almak istedikleri anlaşılmıştır. Bir başka deyişle, çalışmaya katılan deneklerin rekreasyonel etkinlik ihtiyacı yüksek çıkmıştır. Çalışmanın özellikle il merkezinde yapılmış olması bu sonucun yüksek çıkmasına neden olmuştur. Çünkü il merkezlerinde yoğun ve tempolu iş yaşamı, kalabalık, zaman darlığı, yeşil alan, rekreasyon alanı ve yapılarının yetersiz olduğu gözlenmektedir. Araştırmaya katılan bireyler, Adana ili çevresinde boş zamanlarını etkin bir şekilde değerlendirebilecekleri tesislerin olmayışını bir şikayet unsuru olarak belirtmişlerdir. Dolayısıyla, bireylerin rekreasyonel etkinlik ihtiyaçlarının giderilmesine yönelik tesis talebi oldukça yüksek düzeydedir. Aynı zamanda deneklerin bu tür tesislerden bekledikleri en önemli iki özellik yüksek düzeyde hizmet kalitesi ve doğaya yakınlıktır.

Araştırma sonucunda deneklerden elde edilen izlenim, rekreasyonel hizmet işletmelerinin özellikle şehir dışında olması gerektiği yönündedir. Bu eğilim insanlara, sürekli yaşanılan ortamdaki bir kaçış imkanı anlamını taşımaktadır. Bu tür işletmelerin, fazla ulaşım maliyeti yükletmeyecek ve mahrumiyet hissi verilmeyecek, ancak doğanın içinde hissettirecek kadar kentten uzak olması istenmektedir.

Özetle araştırmaya katılan bireylerin yoğun iş baskısı ve zorlu yaşam koşulları altında tek düze bir yaşam sürmekte olduğu, zaman darlığını gerekçe göstererek yeterli rekreatif etkinlikte bulunamadıkları, kendilerine zaman yarattıklarında da bu etkinlikleri gerçekleştirecek tesislerin olmadığından şikayetçi oldukları anlaşılmaktadır.

## 7. Çalışmanın Kısıtları

Bu çalışma keşifsel nitelikte yapılmış bir pilot çalışmadır. Dolayısıyla, belirli bir örnek hacmi saptanmamış ve tesadüfi olmayan bir örnekleme yönteminden yararlanılmıştır. Elde edilen araştırma sonuçlarının genellenmesi gibi bir amaç söz konusu değildir. Adana ilini yansıtabilmesi açısından daha büyük örneklerle yapılacak çalışmalardan daha ayrıntılı bilgiler elde edilebilecek ve konuyla ilgili genellemeler yapılabilecektir.

## Kaynaklar

- Çabuk, Serap ve M. Cihan Yavuz (2003), “Adana İlinde Rekreatyonel Hizmetler Arz Yapısının Araştırılmasına Yönelik Bir Çalışma”, **Pazarlama ve İletişim Kültürü Dergisi (Pİ)**, Ekim, Cilt 2 Sayı 6, ss.4-10.
- Çakıcı, Celil (1999), “Turist Satın Alma Davranışlarının Otel İşletmeciliği Açısından İncelenmesi”, **Pazarlama Dünyası**, Kasım-Aralık, Yıl:13 Sayı:78, ss.31-37.
- Karaküçük, Suat (1997), **Rekreasyon (Boş Zamanları Değerlendirme) Kavram, Kapsam ve Bir Araştırma** (İkinci Baskı), Ankara: Seren Ofset.
- Kraus, Richard G.(1977), **Recreation Today: Program, Planning and Leadership** (Second Edition), California: Goodyear Publishing Company.
- Lawson, Fled ve Manuel Band-Bovy (1977), **Tourism and Recreation Development**, London.
- Leberman, Sarah I. ve Peter Mason (2002), “Planning for Recreation and Tourism at the Local Level: Applied Research in the Manawatu Region for New Zealand”, **Tourism Geographics**, Volume 4, Issue 1, ss.3-21.
- Önen, Oğuzhan (1996), Kitle Turizmine Karşı Alternatif Turizm, Ekoturizm Örneği. Türkiye’de Ekoturizme Uygun Alternatif Turizm Türleri, Ankara: Türkiye Kalkınma Bankası A. Ş. APM.
- Öner, Çiğdem (1997), **Seyahat Ticareti**, İstanbul: Literatür Yayınları.
- Saçcan, Mustafa (1986), **Rekreasyon ve Turizm**, İzmir: Cumhuriyet Basımevi.
- Şahin, Şükran., A. Çabuk ve F. Dilek(2001), **Sürdürülebilir Peyzaj Planlama Kapsamında Mersin / Tarsus Kıyı Bölgesinin Turizm Açısından Değerlendirilmesi**, Ankara: T.C. Ankara Üniversitesi Araştırma Fonu Müdürlüğü Yayınları.
- Serarslan, M. Zahit ve Müslüm Bakır (1988), “Turizm Pazarlamasında Sporun Yeri ve Türkiye Açısından Değerlemesi”, **Pazarlama Dünyası**, Mayıs-Haziran, Yıl:2 Sayı:9, ss.28-30.
- Shivers, Jay S. and L. J. Delisle (1997), **The Story of Leisure**, Australia.
- Yıldırım, Ali ve Hasan Şimşek (1999), **Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri** (Birinci Baskı), Ankara: Seçkin Yayınevi.
- <http://www.mu.edu.tr/departments/besyo/rekrea.html>, (2002)