



T.C.

İSTANBUL AREL ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

İŞLETME ANABİLİM DALI

Otel Yöneticiliği Programı

**OTEL İŞLETMELERİNDE REKREASYON VE BOŞ ZAMAN
DEĞERLENDİRMELERİ: YÖNETİMSEL BİR YAKLAŞIM**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Gülşah DALKILIÇ

155700101

Tez Danışmanı

Yrd. Doç. Dr. Burak MİL

İSTANBUL-2017



T.C.

İSTANBUL AREL ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

İŞLETME ANABİLİM DALI

Otel Yöneticiliği Programı

**OTEL İŞLETMELERİNDE REKREASYON VE BOŞ ZAMAN
DEĞERLENDİRMELERİ: YÖNETİMSEL BİR YAKLAŞIM**

Yüksek Lisans Tezi

Tezi Hazırlayan

Gülşah DALKILIÇ

155700101


T.C.
İSTANBUL AREL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ
TEZLİ YÜKSEK LİSANS SINAV TUTANAĞI

28/04/2017

Enstitümüz Otel Yöneticiliği Yüksek Lisans Programı öğrencilerinden **155700101** numarah **Gülşah DALKILIÇ** "*Istanbul Arel Üniversitesi Lisansüstü Eğitim - Öğretim ve Sınav Yönetmeliği*"nin ilgili maddesine göre hazırlayarak, Enstitümüze teslim ettiği "**OTEL İŞLETMELERİNDE REKREASYON VE BOŞ ZAMAN DEĞERLENDİRMELERİ:YÖNETİMSEL BİR YAKLAŞIM**" konulu tezini, Yönetim Kurulumuzun **03.04.2017** tarih ve **2017/07** sayılı toplantısında seçilen ve Şefaköy Yerleşkesinde toplanan bir jüri üyeleri huzurunda, ilgili yönetmeliğin 39. maddesi gereğince (**60**) dakika süre ile savunmuş ve sonuçta adayın tezi hakkında **oyçokluğu/oybirliği** ile **Kabul/Red veya Düzeltme** kararı verilmiştir.

İşbu tutanak, 3 nüsha olarak hazırlanmış ve Enstitü Müdürlüğü'ne sunulmak üzere tarafımızdan düzenlenmiştir.


DANIŞMAN
YRD.DOÇ.DR. BURAK MİL


ÜYE
DOÇ.DR. ASLI ALBAYRAK


DOÇ. DR. EMRAH ÖZKUL

YEMİN METNİ

Yüksek lisans tezi olarak sunduğum “Otel İşletmelerinde Rekreasyon ve Boş Zaman Değerlendirmeleri: Yönetimsel Bir Yaklaşım” başlıklı bu çalışmanın, bilimsel ahlak ve geleneklere uygun şekilde tarafımdan yazıldığını, yararlandığım eserlerin tamamının kaynaklarda gösterildiğini ve çalışmanın içinde kullanıldıkları her yerde bunlara atıf yapıldığını belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

28.04.2017

Gülşah DALKILIÇ

OTEL İŞLETMELERİNDE REKREASYON VE BOŞ ZAMAN DEĞERLENDİRMELERİ: YÖNETİMSEL BİR YAKLAŞIM

Gülşah DALKILIÇ

Yüksek Lisans Tezi, İşletme Anabilim Dalı

Otel Yöneticiliği Programı

Danışman: Yrd. Doç. Dr. Burak MİL

Nisan 2017

Sanayi devriminden sonra boş zaman kavramı değer kazanmış, boş zaman değersizdir algısı anlamını yitirmiştir. Boş zamanların değerli hale gelmesi ile insanlar yeni arayışlar içerisine girmiştir. Bu arayışların başında yer alan rekreasyon, turizm ve eğlence hizmetleri olgusu otel işletmeleri için birer çekicilik unsuru haline gelmiştir.

Bu çalışmanın amacı, Türkiye’de rekreasyon, animasyon ve boş zamanı değerlendirme faaliyetlerinin otel işletmelerinde yönetsel anlamda nasıl değerlendirildiği ve yönetim fonksiyonları içinde ne şekilde yer aldığını açıklamak, animasyon ve eğlence hizmetlerinin planlanması, bu faaliyetlerde çalışan personelin örgütlenmesi, işlerin yöneilmesi, koordinasyonu ve kontrolü aşamalarında otel yöneticilerinin rolünü ve karar verme süreçlerinde yer alıp almadıklarını ortaya koymaktır. İnceleme (survey) yönteminin kullanıldığı bu araştırmada veri toplama tekniği olarak anket seçilmiştir.

Anket sonuçlarından, otel işletmelerinin rekreasyon, animasyon ve eğlence hizmetlerinin faaliyetlerini belirleme ile ekibin görev paylaşımını belirleyen rekreasyon aktivite yöneticisi iken, personelin arasındaki koordinasyonu sağlayanlar aktivite birim şefleridir. Otel işletmelerinin rekreasyon, animasyon ve eğlence hizmetleri faaliyetlerini işletmenin kendi tarafından düzenlenmesi, faaliyetlerin programlarını gerçekleştirenin, işletmenin kendi animasyon ekibinin olması, personel ve bütçe denetimini yine işletme yönetiminin yapması, rekreasyon, animasyon ve eğlence hizmetleri yönetiminin, otelin işletme yönetimine bağlı olduğu anlaşılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Rekreasyon, Turizm, Animasyon ve Yönetim-Organizasyon

ABSTRACT

Recreational and Leisure Time Activities in Hotel Management:

Managerial Approach

Gülşah DALKILIÇ

Master Thesis, Business Department

Hotel Management Programme

Danışman: Yrd. Doç. Dr. Burak MİL

Nisan 2017

Since the Industrial Revolution, the concept of leisure has gained importance and the idea that leisure is worthless has lost its meaning. With leisure gaining importance, people have started looking for new experiences. Recreation, tourism and entertainment services have especially become points of attraction for hotel businesses.

The purpose of this study is to explain how hotel businesses evaluate recreation, animation and leisure activities in terms of management, the way these functions are incorporated into management and whether hotel managers are involved in decision-making processes such as planning animation and entertainment services, organizing the staff involved, and the managing, coordinating and controlling of the tasks. This study has been planned as a survey and uses questionnaires as data collection method.

From the results, it is understood that Recreation Activity Managers are determining the division of labor and the activities of recreation, animation and entertainment; whereas Activity Unit Chiefs are responsible for the coordination among staff members. Since hotels organize their own recreation, animation and entertainment activities, schedule these activities using their own staff, inspect their own staff and budget, it is understood that the management of recreation, animation and entertainment services are linked up with the business management of the hotel.

Keywords: Recreation, Tourism, Animation and Management-Organization

ÖNSÖZ

Yüksek Lisans eğitimim boyunca her zaman yanımda olan ve bana bildikleriyle yol gösteren Tez Danışmanım Sayın Yrd. Doç. Dr. Burak MİL, tezimi yazmamdaki emeğiniz, bilginiz ve her şeyden önemlisi sabrınız için sonsuz teşekkürler.

Sayın Doç. Dr. Aslı ALBAYRAK bana ve hayatıma kattığınız her şey için size minnettarım.

Bu süreçte bana güvenen hocalarım Sayın Prof. Dr. Derman KÜÇÜKALTAN ve Sayın Doç. Dr. Emrah ÖZKUL güveniniz için,

Öznur ŞAHİN ve Elvan İSHAK bu çalışmada bana destek olduğunuz için,

Kıvanç DALKILIÇ bana kendimi hep iyi hissettirdiğin için,

Hayattaki en büyük servetim Ailem her zaman benimle olduğunuz için teşekkürler...

Ve Sayın Ayşe ÖZKAVAKLI' ya

Sonsuz Şükranlarımla...

Gülşah DALKILIÇ

İÇİNDEKİLER

ÖZET	i
ABSTRACT	ii
ÖNSÖZ	iii
TABLolar LİSTESİ	iv
ŞEKİLLER LİSTESİ	v

1.BÖLÜM

GİRİŞ

1.1. Araştırmanın Problemi	1
1.2. Araştırmanın Amacı	1

2. BÖLÜM

BOŞ ZAMAN, BOŞ ZAMAN KURAMLARI,

REKREASYON VE ANİMASYONUN TURİZM YÖNETİMİNDEKİ YERİ

2.1.Giriş	3
2.2. Boş Zaman Kavramı ve Boş Zaman Fonksiyonları	5
2.3. Boş Zaman Değerlendirmesi	8
2.4. Boş Zaman Kuramları	9
2.4.1. M. Weber Kuramı	9
2.4.2. P. Lafargue Kuramı	10
2.4.3. B. Russel Kuramı	10
2.4.4. T. Veblen Kuramı	11
2.4.5. E. Fromm Kuramı	12
2.4.6. D. Riesman Kuramı	12
2.4.7. Adorno ve Horkheimer Kuramı	13
2.4.8. A. Gorz Kuramı	13

2.4.9. J. Baudrillard Kuramı -----	13
2.4.10. Yeni Zamanlar Kuramı -----	14
2.4.11. Postmodernizm -----	14
2.5. Rekreasyon ve Animasyon Kavramı -----	15
2.5.1. Rekreasyonun Tanımı, Sınıflandırılması ve Fonksiyonları -----	15
2.5.1.1. Rekreasyonun Tanımı ve Özellikleri -----	15
2.5.1.2. Rekreasyonun Sınıflandırılması -----	18
2.5.1.3. Rekreasyonun Fonksiyonları -----	23
2.6. Animasyonun Tanımı, Sınıflandırılması ve Fonksiyonları -----	26
2.6.1. Animasyonun Tanımı ve Özellikleri -----	26
2.6.2. Animasyonun Sınıflandırılması -----	29
2.6.3. Animasyonun Fonksiyonları -----	31
2.7. Rekreasyona Duyulan İhtiyacın Nedenleri -----	31
2.8. Rekreasyon ve Turizm İlişkisi -----	34
2.9. Rekreasyon ve Turizm Hizmetlerine Olan Talebin Artış Faktörleri -	36
2.9.1. Makro Faktörler -----	37
2.9.1.1. Boş Zaman Artışı -----	37
2.9.1.2. Gelir Seviyesinin Yükselmesi -----	37
2.9.1.3. Eğitim ve Kültür Düzeyinin Artması -----	38
2.9.1.4. Çevre Bilinci ve Doğal Zenginliklerin Etkisi -----	38
2.9.1.5. Sağlık Bilinci ve İsteklerin Değişimi -----	38
2.9.1.6. Değerlerdeki Değişmeler -----	39
2.9.1.7. Tüketici Tercihlerinde Değişmeler -----	39
2.9.2. Mikro Faktörler -----	40
2.9.2.1. Teknoloji -----	40
2.9.2.2. Şehirleşme -----	40
2.9.2.3. Nüfus Artışı ve Hareketliliği -----	41
2.9.2.4. Siyasi Otorite ve Diğer Kurumların Etkisi -----	41
2.9.2.5. Kitle İletişim Araçlarının Etkisi, Reklam Propaganda --	42
2.9.2.6. Eğlence Hareketinin Etkisi -----	42
2.9.2.7. Turizm ve Rekreasyonun Bilincinin Artması -----	43
2.9.2.8. Ulaşım Alanındaki Teknolojik Gelişmeler -----	43
2.10. Otel İşletmelerinde Rekreasyon ve Animasyon Hizmetlerinin	
Uygulanması -----	44
2.10.1. Rekreasyon ve Animasyon Hizmetleri Yönetimi -----	44

2.10.2. Rekreasyon ve Animasyon Hizmetleri Planlaması -----	46
2.10.3. Rekreasyon ve Animasyon Hizmetleri Örgütlenmesi -----	52
2.10.4. Rekreasyon ve Animasyon Hizmetleri Koordinasyonu -----	54
2.10.5. Rekreasyon ve Animasyon Hizmetleri Yöneltilme -----	55
2.10.6. Rekreasyon ve Animasyon Hizmetleri Kontrolü -----	57

3. BÖLÜM

OTEL İŞLETMELERİNDE REKREASYON VE BOŞ ZAMAN DEĞERLENDİRMELERİ: YÖNETİMSEL BİR YAKLAŞIM

3.1. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ -----	59
3.1.1. Araştırma Metodolojisi -----	59
3.1.2. Örneklem Belirlenmesi -----	59
3.1.3. Anket Formunun Düzenlenmesi -----	60
3.1.4. Araştırma Soruları -----	62
3.1.5. Araştırmanın Kısıtları -----	64

4. BÖLÜM

ANALİZ VE BULGULAR

4.1. ARAŞTIRMA BULGULARI -----	66
4.1.1. Rekreasyon ve Animasyon Faaliyetlerine İlişkin Analiz ve Bulgular ---	66
4.1.2. Araştırma Modeli Sonuçları -----	80

5. BÖLÜM

SONUÇ VE ÖNERİLER

5.1. Sonuç ve Öneriler -----	84
5.2. Tartışma -----	86
5.3. Araştırmanın Geleceğe Katkısı -----	89
EKLER -----	90
KAYNAKÇA -----	95
ÖZGEÇMİŞ -----	103

TABLolar LİSTESİ

	Sayfa
Tablo 2. 1. Rekreasyon Etkinlikleri -----	25
Tablo 2. 2. Konaklama İşletmelerinde Rekreasyon ve Animasyon Faaliyetlerinin Uygulama Nedenleri -----	28
Tablo 2. 3. Rekreasyon ve Animasyon Hareketine Olan Talebin Artmasına Neden Olan Faktörler -----	36
Tablo 2. 4. Rekreasyon Planlama Süreci -----	48
Tablo 4. 1. Otel İşletmelerinin Özelliklerine Göre Dağılımı -----	66
Tablo 4. 2. Müşterilerin Özelliklerine Göre Dağılımı -----	69
Tablo 4. 3. Otel İşletmelerinin Rekreatif Faaliyetlerine Göre Dağılımı -----	70
Tablo 4. 4. Rekreasyon Ekibinde Çalışanların Özellikleri ve İşlerine Göre Dağılımı -----	72
Tablo 4. 5. Otel İşletmelerinde Gerçekleştirilen Rekreasyon Faaliyetlerinin Dağılımı -----	78
Tablo 4. 6. Otel İşletmelerinde Gerçekleştirilen Rekreasyon Faaliyetlerinin Müşteriler Üzerine Etkisi -----	79
Tablo 4. 7. Araştırma Model Sonuçları -----	80

ŞEKİLLER LİSTESİ

	Sayfa
Şekil 2. 1. Maslow İhtiyaçları Hiyerarşisi -----	32
Şekil 2. 2. Yönetim Fonksiyonları -----	45
Şekil 2. 3. Etkinlik Planlama Modeli -----	50
Şekil 2. 4. Animasyon Programlarının Hazırlanması ve Uygulanması Şeması	51
Şekil 2. 5. Rekreasyon Yönetiminde Yönetici Düzeyleri -----	53
Şekil 2. 6. Animasyon Faaliyetlerinde Organizasyon Örgütlenme Şeması ----	54
Şekil 3. 1. Araştırma Modeli -----	62
Şekil 4. 1. Otel İşletmelerinde Gerçekleştirilen Su Sporlarının Dağılımı -----	75
Şekil 4. 2. Otel İşletmelerinde Gerçekleştirilen Kara Sporlarının Dağılımı ----	76

1.BÖLÜM

GİRİŞ

1.1. Araştırmanın Problemi

Türkiye’de sahil turizmi konseptine göre hizmet veren otel işletmeleri, rekreasyon ve animasyon hizmetlerini ürün farklılaştırma amacıyla kullanmaktadırlar. Bu amaçla oluşturulan eğlence programları ve gerçekleştirilen aktiviteler çoğu zaman yönetimlerden bağımsız ve etkinliği düzenleyen ekibin uzmanlığına göre planlanmaktadır. Etkinlik halinde turistlere sunulan eğlence aktivitelerinin kişisel beceri, ilgi ve yönelimlere göre uygulanması, aktivitelerin ayrıntılı planlanmalarının önünde önemli bir belirsizlik olarak yer almasına karşın, birçok işletmede yönetim kademelerinin eğlence hizmetleri üzerindeki etkileri uzmanlık dışı bir alan olarak değerlendirilmekte ve profesyonel olduğu düşünülen ekiplere havale edilmektedir.

Bu açıdan bakıldığında uygun bir yaklaşım olarak görülen eğlence hizmetleri operasyonlarının etkinliği, otel yöneticilerinin planlamaları içinde yer alan konaklama, yiyecek içecek, ulaşım ve rehberlik gibi yardımcı hizmetlerin verimliliği ve hizmetin kalite algısı üzerinde belirleyici olmaktadır. Bu nedenle, otel yöneticilerinin eğlence hizmetleri gibi alanlarda hayata geçireceği planlamalar gerek hizmetin doğru yapılması, gerek yatırımın etkinliği, gerekse finansal amaçlara ulaşılabilmesi anlamında önem arz etmektedir.

Bu çalışmada araştırma probleminin tespitinde yöneticilerin bu etkinlikler üzerindeki sevk ve idare fonksiyonunun belirlenmesi zorunluluğundan hareketle otel işletmelerinde rekreasyon faaliyetlerinin hangi perspektifle yönlendirildiğinin ortaya çıkarılması, araştırmanın problemi nazarında değerlendirilmektedir. Bu amaçla ortaya konan problemin tanımlanması, konumunun belirlenmesi, ilişkili verilerin toplanması, analizi ve yorumlanması aşamaları, çalışmanın genel planı içinde yer almaktadır.

1.2. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmada otel işletmelerinde turistlerin boş zamanlarını değerlendirmelerinde kullandıkları rekreasyon, animasyon ve eğlence hizmetlerinin planlanması, bu faaliyetlerde çalışan personelin örgütlenmesi, işlerin yöneltmesi, koordinasyonu ve kontrolü aşamalarında, otel yöneticilerinin rolünü ve karar verme

süreçlerinde yer alıp almadıklarını ortaya çıkarmaktır. Bu amacın sağlanmasına yönelik olarak Türkiye’de yoğunluklu olarak rekreasyon ve animasyon hizmetlerinin sunulduğu otel işletmelerinin alt, orta ve üst kademe yöneticilerine ulaşılmış, bunlardan sağlanan verilerle mevcut durum ve ileriye dönük öneriler geliştirilmiştir.

Çalışma amacının başarıya ulaşması adına hedeflenen kitleye ilişkin değişkenleri test etmek için uygun örneklem seçimi hedeflenmektedir. Bu hedefi gerçekleştirmeye yönelik hazırlanan soru formu, literatürde yer alan çalışmalardan adapte edilmiş ve işletme türüne ait bilgilerin eklenmesiyle ölçek oluşturulmuştur.



2. BÖLÜM

BOŞ ZAMAN KAVRAMI, BOŞ ZAMAN KURAMLARI, REKREASYON VE ANİMASYONUN TURİZM YÖNETİMİNDEKİ YERİ

2.1. Giriş

Endüstrinin gelişimiyle insanların “boş zaman” kavramında önemli bir anlam değişikliği yaşanmıştır. Sanayi devriminden önce çalışma vakitlerinden arta kalan zaman olarak tanımlanan boş zaman, değersiz bir zaman bölümü olarak nitelendirilirken; sanayi devriminden sonra, işte geçen zamandan arta kalan ve dinlenen bölüm olması nedeniyle değer kazanmıştır.

Klasik Yönetim anlayışının dayandığı temel felsefelerden en önemlisi, iş anlayışının ve planlamasının “üretim”e odaklanmasıdır. Üretim, firmaların temel işlevlerinin ölçülmesinde kullanılan yegane enstrüman olarak anlam kazanmaktadır. İnsan bu anlayışa göre üretimin fonksiyonlarından biridir ve üretime katıldığı ölçüde önemlidir.

İlerleyen dönemlerde, modern anlamda yönetim yaklaşımlarının ortaya çıkması ve yaygınlaşmasıyla, insan, kavram olarak kıymet kazanarak yönetimin odaklarından biri haline gelmiştir. Bu süreçte, üretimin temel aşamalarının insanla ilişkilendirilmesi ve üretimin insan tarafından yine insanlar için yapıldığı düşüncesi ağırlıklı olarak kabul görmüştür.

İş yaşamının geldiği noktada boş zaman kavramı, çalışanların profesyonelliklerinin yanında bazen daha ön sıraya çıkmakta ve çalışma yaşamının kendisi çoğu kez, boş zamanı etkin ve değerli halde kullanmanın önemini daha iyi anlaşılmasına yol açmaktadır. Bu açıdan bakıldığında, insanların boş zamanlarını artırmak için çabaladıkları ve hayatlarını planladıkları savı anlaşılabilir olmaktadır.

Yönetimsel bakış açısıyla değerlendirildiğinde birçok alanda karşılaşılan yönetimin karar verme etkileri ve yönlendirilmesi otel işletmelerinde, özellikle modern zamanlarda karşılık bulmaktadır. Merkezi yönetim modellerinin yerine ademi merkeziyetçilik ilkelerinin ikame edilmesi, üretimin yerini hizmet ve bu hizmet kalitesine atfedilen değerın alması gibi etmenler tüketicilerin tercihlerini belirlemelerine yönelik oluşturan algıları şekillendirmede giderek anlam bulmakta ve

otel yönetimlerinin klasik yönetim prensiplerinden ziyade modern anlayışlara yönelmesi sonucunu ortaya çıkarmıştır.

Otel İşletmelerinde yönetimlerin başarıya ulaşmasında sayısı ölçülemeyecek kadar fazla değişken bulunmakta ve bu değişkenler içsel ve dışsal etkilerle birlikte, mikro ve makro çevre bileşenlerini içermektedir. Endüstrideki sert rekabet koşullarının getirdiği bir zorunluluk olarak fiziksel yatırımlar ve üretim gereklilikleri standartları belirlenmiştir. Ancak işletmeler arasındaki hizmet ve nitelik algısını ortaya koyan en önemli unsur hizmetin üretilmesi ve sunulması sırasında meydana gelmektedir.

Temel amaçları konaklama ve bunun yanında yan hizmetler vermek olan otel işletmelerinin, hizmette fark yaratacak faaliyet ve/veya etkinlikleri tasarlamasında kullandıkları perspektif, bölgesel ve pazar bölümlerine göre değişmekte ve tüketici tercihlerine dayanarak çeşitlenmektedir. Bu çeşitlilik içinde özellikle sahil oteli işletmelerinin hizmet repertuarı içinde yer alan rekreasyon, animasyon ve eğlence faaliyetleri önemli yer tutar.

Turizm endüstrisinin Akdeniz çanağında yer alan ülkelerde, birbirlerine yakın dönemlerde yükselişe geçmelerine koşut olarak, eş zamanlı uygulanmaya başlamıştır. Türkiye’de de buna mukabil olarak otel işletmelerinde rekreasyon, animasyon ve eğlence aktiviteleri gerek işletme içi personel tarafından yürütülmüş, gerekse işletme dışından kaynak kullanımı yöntemiyle gerçekleştirilmiştir.

Deniz, kum, güneş turizmini talep eden yabancı turistler tarafından tercih edilen otel işletmelerinde, her şey dahil sistemin etkinliğini artırmaya yönelik düşünceleri destekleyen işletmeciler-yöneticiler, programlarına rekreasyon, animasyon ve eğlence hizmetlerini eklemiş ve bu hizmetler aracılığıyla turistlerin işletmelerde daha uzun süre zaman geçirmelerini sağlamaya yönelik tedbirler alma eğilimi içinde olmuşlardır. Bu nedenle, sözü edilen hizmetlerin yönetim kademelerinde yer aldığı konum ve otel yöneticilerinin eğlence hizmetlerine bakış açıları, endüstri içinde önemli bir uzmanlık ve hatta ayırt edici bir özellik haline almıştır. Bu çalışmada, Türkiye’de rekreasyon, animasyon ve boş zamanı değerlendirme faaliyetlerinin otel işletmelerinde yönetsel anlamda nasıl değerlendirildiği ve yönetim fonksiyonları içinde ne şekilde yer aldığı araştırılmaktadır.

2.2. Boş Zaman Kavramı ve Boş Zaman Fonksiyonları

Boş zaman, kişinin zaruri ihtiyaçlarının dışında kalan, çalışmadığı ve kendi iradesiyle harcayabildiği zamandır (Kılbaş, 2001: 28). Boş zaman kavramı, insanların gündelik hayatından ve sıradan işlerinden sonraya kalan süreçte, kendi gelişimlerini sağlamak adına sanat ve spor aktiviteleriyle uğraşmaları olarak da açıklanabilir. Bireyler kendi isteğiyle katılımcı oldukları bu aktivitelerle, boş zamanlarını değerlendirirken kendilerini de yenileme fırsatı bulmaktadırlar. Karaküçük ve Gürbüz (2007: 24), boş zamanı, 'kişinin kültürel veya toplumsal faktörlerin etkisinden kurtulması, yaşama bağlanması, yaşamı sevmesi ve yaşamdan zevk alması' olarak açıklamaktadır.

Boş zaman kavramı, eski çağlardan günümüze insan hayatında var olan bir süreçtir. İnsanoğlu, yaradılışından dolayı, avlanma, hayatta kalma, çalışma veya bir uğraşa sahip olma isteği taşımasının yanında, çalışmama, kendine zaman ayırma, tembellik etme isteği de taşımaktadır. Tembellik etmenin gerekliliği ile ilgili ilk araştırmaların yapıldığı Antik Yunanda aristokratlar, çok çalışmanın, gerçekte insanı aşağılayıcı bir durum olduğunu ileri sürmektedirler. Bu bağlamda boş zaman olgusu, insanlığın var olduğu günden bugüne kadar sahip olmaları için mücadele ettikleri ve yokluğunda acı hissettikleri bir ihtiyaç olarak ortaya çıkmaktadır (Gül ve diğerleri, 2014: 1). Günümüzde teknolojinin gelişmesi, eğitim, ekonomi, kültür ve sosyal düzeylerin yükselmesi ile kişilerin boş zamanlarındaki artış doğru orantılıdır. İnsanın çalışmaya, uykuya, zaruri ihtiyaçlarına fazla zaman harcaması, kişiyi boş zamanlarından uzaklaştırmaya neden olurken, aslında boş vakit, hayatın zorlayıcı dünyasından uzaklaşarak gevşeme, ferahlama ve rahatlama durumuna kaçış olarak değerlendirilmektedir.

Boş zaman kavramıyla ilişkili literatürde, birçok farklı tanım bulunmakta ve serbest zaman ile boş zaman çoğunlukla aynı veya benzer kabul edilmekte, hatta bazı tanımlarda aynı anlam çerçevesinde ele alınmaktadır. Türkmen ve diğerleri (2013: 2142) boş zamanı, 'insanların çalışma gününün sonunda, hafta sonu tatillerinde ve yıllık izinlerinde, iş dışında kalan zamanların bütünü' kapsar şeklinde açıklamaktadır.

Boş zamanı amaçlarına, yapılış yerlerine ve sürelerine göre sınıflandırabilmek önemli bir unsurdur. Bu sınıflandırmalar içinde en yaygın olarak kullanılan sınıflandırma, sürelerine göre olan sınıflandırmadır.

Hacıoğlu ve diğerleri (2003: 27), boş zaman sürelerini ikiye ayırmışlardır:

Kısa Süreli Boş Zaman: Akşamüstü ve hafta sonları

Uzun Süreli Boş Zaman: Çocukluk, yıllık izin, emeklilik dönemi

Hacıoğlu bu şekilde sınıflandırırken, Jensen (1995: 33) boş zamanı günlük, haftalık, yıllık ve emeklilik gibi dört farklı kategoride ele alarak sınıflandırmaktadır.

Günlük boş zaman: Her gün yapılan rutin işler ve biyolojik ihtiyaçlar karşılandıktan sonra geriye kalan zamandır.

Haftalık boş zaman: Bu durum hafta sonları ile ilgilidir. Çoğu ülkeler için bu 2 günlük bir süreyi kapsar, çeşitli aktiviteler ya da küçük seyahatler yapmak için yeterlidir.

Yıllık boş zaman: İçinde bulunduğumuz çağ teknolojinin ve sanayinin gelişmesi ile birlikte yıllık boş zaman için ayrılan süre gözle görülür bir şekilde artmıştır. Geçmişle karşılaştırıldığında günümüzde çalışanların elde ettiği bu zaman bloğu 2 hafta ile 4 hafta arasında değişmektedir.

Emeklilik boş zamanı: İnsanın emeklilik döneminde daha çok boş zamana sahip olacağı bir gerçektir. Türkiye’de olduğu gibi günümüzde pek çok insan 65 yaşında emekli olurken, bu yaş bazı ülkelerde daha da erken olabilmektedir.

Boş zaman sürelerine göre sınıflandırıldığında kısa ve uzun süreli boş zamanlar ortaya çıkarken, günlük, haftalık, yıllık, emeklilik diye de farklı süre boyutlarını içeren bir sınıflandırma yapılmaktadır. Araştırmacılar ayrıca sosyolojik açıdan da boş zamanı incelemiş ve boş zamanları değerlendirmenin topluma katkıları olan bir fonksiyon olma gerçeğini de ortaya çıkarmışlardır. Buna göre Karaküçük (1999: 48), boş zamanın üç temel fonksiyonundan bahsetmektedir:

Dinlenme fonksiyonu, kişinin beden ve ruhen gerilimlerden uzak durması, dinlenme, yenilenme, motive olma ve yorgunluk atma özelliklerine sahip olabilmesidir. Bu fonksiyon kişinin yenilenmesini ve dinlenmesini, kendini iyi hissetmesini sağlamaktadır. İnsanlar dinlenirken, stres atmak, yorgunluk gidermek, beden ve ruhen kendini iyi hissetmek için yapılan aktivitelerden keyif almak, kişiler için önemli bir unsurdur. Eğlence fonksiyonu ise, eğlenmek, bazen can sıkıntısından kurtulmak için değil, hoş vakit geçirmek ve deşarj olmak, kendini iyi hissetmek için gerçekleştirilmektedir (Foulquie 1994: 142). Eğlence kişinin hoş vakit geçirmesini, yenilenmesini, motive olmasını sağlarken, sosyalleşmesine de katkı da bulunmaktadır. Eğlenme ve rahatlamayı ifade eden, oyun, spor ve diğer tüm aktiviteler ister aktif, ister

pasif olsun kişinin bazı aktivite tiplerine katılma fırsatını sağladığı gibi kendisini geliştirme imkânı da sağlamaktadır.

Gelişim fonksiyonunda, insanları günlük stresten uzaklaştırırken, daha geniş sosyalleşme alanlarına sahip olmasını sağlayan ve insanın kişiliğini geliştirmesine ve gösterilmesine eğilimli olan faaliyetleri kapsar. Kişi iş hayatı dışında isteyerek katıldığı aktiviteler sonucunda kendisini geliştirebilmektedir. Örnek olarak yemek kursuna gitmesi gösterilebilir (Karaküçük, 1999: 49). Gelişim fonksiyonu, bilgi almak, bilgi vermek, kültür geliştirmek ve gönüllü sosyal faaliyetlere katılmak olarak kendini göstermektedir.

Hacıoğlu ve Gökdeniz (1998: 36), boş zaman fonksiyonlarını J. Dumazdier'in bakışıyla başka şekilde ele almıştır: Kişinin çalışma hayatıyla dengeli bir psikolojik yaşantısının olması Psiko-Sosyal fonksiyondur. Şehirleşme, teknoloji, yoğun çalışma şartları ve kentleşme, insanların ilişkilerinin azalmasına ve birbirinden uzaklaşmasına sebep olmaktadır. Kişiler zamanla birbirine yabancılaşırken, boş zamanlar bu noktada daha çok önem kazanmaktadır. Böylelikle kişinin sosyalleşmesine katkı sağlanması, sosyal fonksiyonla gerçekleşmektedir. İnsanların dinlenmesini, rahatlamasını ve serbest olmasını ifade eden, detente (barış) huzur fonksiyondur. Kendine vakit ayıran, yenileyen, dinlenen kişi huzurlu ve mutludur. Ancak şehirler ve rutinlik içinde sıkışıp kalan bireyler kendilerini mutsuz ve bunalımda hissederler. Kişiye hayatındaki acı ve kederlerini unutturmaya yardımcı olan, bunalımdan kurtaran eğlence fonksiyonunun bir parçası olan oyunlar kişiye kendini iyi ve mutlu hissettirir.

Ekonomik sistemler için boş zamanın da fonksiyonu bulunmaktadır. Dinlence, çalışmanın karşıtı olarak gösterilip, bir tüketim olayı olarak karşımıza çıkarken, ekonomik özelliğe de sahip olmaktadır. Dinlence, zaman ve para israfı olarak görülürken, ekonominin de önemli bir motoru haline gelmektedir. Çalışma saatlerinin azalması, serbest zamanın artması kişilerin yetenek ve özelliklerinin ortaya çıkmasıyla, yeni bir iş gücü doğmuştur. Bu iş gücü arz içerisindeki üreticileri tüketici konumuna geçirmektedir. Bu nedenle de, boş zaman artık tüketim zamanı haline gelmektedir (Hacıoğlu ve diğerleri, 2003: 29). Kişiler boş zamanlarında yaptığı aktivitelere gönüllü katılıp, keyif almak isterler, bunun içinde boş zamanlarını etkili, anlamlı ve verimli değerlendirmeye çalışmaktadırlar.

2.3. Boş Zaman Değerlendirmesi

Kişinin zevk ve doyum sağlamak amacıyla, kendi özgür iradesi ile bir aktiviteye katılmasına boş zaman değerlendirme denir. Boş zamanları değerlendirmenin önemli özelliklerinin ilki, kişinin aktivitelere gönüllü katılmasıdır. Özgür zamanlar içinde, bireye doyum veren ve çok çeşitlilik gösteren boş zaman aktivitelerini kişinin kendi dürtüleri belirlemektedir. Sınırlamaları olmayan boş zaman değerlendirme faaliyetleri, insan mekanizmasının fizyolojik ve psikolojik ihtiyaçlarından meydana gelmektedir. Yapılan etkinlik fiziksel, zihinsel, toplumsal veya duygusal aktiviteler olabilmektedir. Amaçları olan bu aktivitelerin değeri kişiden kişiye değişmektedir (Tezcan, 1977: 5-7).

Boş zaman değerlendirilmesi insanlar için ihtiyaç duyulan bir olaydır. Ancak önemli olan boş zamanları etkili ve verimli olarak değerlendirebilmeyi bilmek gerekir. Boş zaman yerinde ve değerli kullanılabilirdiğinde, insana kendi özgürlüğünü yaşama ve kendini bulma olanağı tanımaktadır. Kişinin etkinliklere katılma sebepleri, zaman geçirmek, boş zamanı zevk alarak değerlendirmek, işten ve monotonluktan uzaklaşmak, yeni deneyimler yaşarken, yeni arkadaşlarla tanışmak, sosyalleşmek, yaratıcılık duygusunu tatmak, bir şeyler başarma duygusunu yaşamak ve kendini değerli hissetmek etkinliklere katılma ihtiyacı olarak sayılabilir. Boş zamanın iyi değerlendirilmesi; kişinin kendini ifade etmesine, yaratıcılığını geliştirmesine, yeni deneyimler kazanmasına, toplumsal çevresini geliştirmesine ve üretkenliğini arttırmasına da imkân sunmaktadır (Kılbaş, 2001: 28).

Boş zaman değerlendirmeleri kişiden kişiye değiştiği için, kişilerin boş zamanlarını ne kadar kaliteli değerlendirdikleri önemli bir durum haline gelmektedir. Bazı araştırmacılara göre, boş zamanların her zaman olumlu sonuçları olmayacağını, farklı durumlarda olumsuz sonuçlarda ortaya çıkarabileceğini savunmuşlardır. İnsanların serbest zamanlarında sorun yaratan etkinlikler yapabileceğini kabul etmeyenlere karşılık, farklı bir bakış açısıyla serbest zamanı değerlendirmişlerdir. Serbest zamana karşı iyi bir bakış açısı olması, genellikle zararsız ve iyi bir durummuş gibi algılanması zaman zaman sorunları beraberinde getirmiştir. Çünkü serbest zamanın yıllardır yararlı olduğuna inanılmış ve hiçbir olumsuzluğa imkân yaratmayacak biçimde açıklanmıştır. İnsanların boş zamanlarında problem yaratan aktiviteler yapabileceklerini kabul etmemişlerdir. Oysa boş zaman; zararlı ve olumsuz birçok olayı beraberinde getirmiştir. Bu yüzden, bugün boş zamanın fırsat mı yoksa

risk mi olduğunu tartışmışlardır. Bunun için boş zamanın olumlu ve faydalı sonuçlar ortaya çıkartması için, nasıl değerlendirilmesi gerektiği konusunda çok dikkatli ve bilinçli hareket edilmesi gerekmektedir (Caldwell, 2005: 20; Sivan ve Ruskin, 2000: 14; WLRA, 2001: 202).

Boş zamanın bireyler için olumlu ya da tam aksine olumsuz olması nedeniyle; boş zaman seçimlerinin doğru ve mantıklı yapılması önemli bir unsurdur. Boş zaman etkinliklerinde boşa geçmiş zaman, değersiz uğraşı sonuçları ortaya çıkmamalı ve kötüye kullanılmamalıdır. Bu nedenle boş zamanları değerlendirirken, dikkatli ve temkinli plan yapılmalıdır. Boş zaman faaliyetleri insanın fiziksel, zihinsel-ruhsal, bilişsel ve yaşam kalitesini arttırırken, toplumsal yönden de birçok katkı sağladığından değerlendirmesi ona göre yapılmalıdır (Sivan ve Ruskin, 2000: 13-18).

Kişilerin beklenti ve ihtiyaçları her gün değişirken, yenileri de eklenmektedir. İnsanların boş zamanlarda gösterdikleri yaşam tecrübeleri farklılaşıp, çeşitlenirken, zamanla değişen toplumlar ve insanlar boş zamanı değerlendirmede yeni yaklaşımlar ortaya çıkarmışlardır. Boş vaktin kullanım değeri başkalaştıkça anlamı da değer kazanmaktadır.

2.4. BOŞ ZAMAN KURAMLARI

2.4.1. M. Weber Kuramı: Klasik yaklaşımların başında Marxist, yaklaşımı gelmektedir. Marxist, boş zamanı insanların kendilerini geliştirebileceği alanlardır şeklinde açıklamaktadır. Kapitalist sisteme uyup, hiç boş zamanı olmayan insanı da bir yük hayvanından farklı görmemektedir ve kişileri üretim yapan bir makine olarak da tanımlamaktadır (Marx, 1997: 25). Marxist ayrıca, önemli olan bir şeyler için emek ve zaman harcamak olmamalı, toplumun emeğini belirli bir orandan en alt dereceye düşürmek gerektiğine inanmaktadır. Bu azalmanın sonucunda, toplumun tüm üyelerinin boş zaman ve tanınan olanaklar sayesinde, politika, sanat, spor, bilim alanlarında kendilerini geliştirebileceklerini düşünmektedir (Marx, 1997: 26).

Marx'a göre, sanayi kapitalizminin sürekli bir gelişim içinde bulunması ve her geçen zaman daha karmaşık bir hal alması, toplumun her açıdan sağlıklı işlemlerini güçleştirmektedir. Bu karmaşayı önlemek için de geniş ve karmaşık bürokrasilere ihtiyaç duyulmaktadır. Bu tarz bürokratik yapılar oluşturulduktan sonra, hem bu geniş, karmaşık bürokrasilerin eylemlerinin, hem de buralarda çalışanların tam ve sağlıklı bir

uyumu gerekli hale gelmektedir. Bu acil ihtiyaca zaman temelli sıkı bir disiplin düzeni cevap teşkil etmiş, bu süreçte saat, zaman yeni bir denetim ve düzenleme aracına dönüşmüştür (O'Neill, 1986: 47).

2.4.2. Lafargue Kuramı: İşçilerin, kendilerini öldürürcesine çalışması, buna rağmen yine de yokluk içinde sürünerek yaşamaya çalışmaları anlamsızdır. Ayrıca kapitalizmin üretim ve üretici bulma sorunları işçilerin gücünü iki katına çıkarmak değil, tüketici bulmak, isteklerini kamçulamak ve onlarda sahte gereksinimler yaratmaktır (Lafargue, 1999: 95).

19. yüzyılda aşırı çalışma işçi sınıfının başına bela olduğu için, bu çalışma ayrıca, işçileri her türlü yozlaşmaya, ruhen ve bedenen kendilerini kötü hissetmelerine sebep olmuştur. Lafargue' de bunu delilik diye yorumlamaktadır. Lafargue'nun "Tembellik Hakkı" (1883) adlı eserinde kişilerin çok çalışma deliliğinin tam tersi, çalışma sürelerinin günde 14-16 saatten, günde en az 3 saatle sınırlandırılmasına inanmaktadır. Lafargue, işçileri halkın, para kazanmaktan başka zamanlarının olmamasını, ziyan olarak görmekte ve parasını harcayabileceği, kendine vakit ayırabileceği, dinlenebileceği ve eğlenebileceği zamanı olmalıdır, fikrini de ileri sürmektedir. Eğer ki olmaz ise, halk belli bir süre sonra çalışamaz ve para kazanamaz duruma gelebilir, düşüncesini de savunmaktadır. Halkın çalışmasını para kazanmasını isteyen Tanrı onun bu parayı harcamasını, dinlenmesini ve aynı zamanda mutlu olmasını da ister diye açıklarken, çok çalışmak zamanla, insanları çalışmaya karşı tiksindirmiştir. İnsanlar boş zamanların da yaratıcı etkinliklerde bulunup, serbest bırakılmalıdır diye savunurken, sadece burjuva sınıfının yaşamaya hakkı olduğu inancına karşı koyan "çalışma hakkı" prensibini ret etmiş. Lafargue, "Tembellik Hakkı" eserine karşılık, "Boş Zaman Hakk'ı" eserini ortaya çıkarmıştır (Lafargue, 1999: 112). Boş zaman hakkının bireyin temel gereksinimi olduğunu savunan Lafargue, çalışma saatleri konusundaki düşüncesinde yalnız değildir.

Russel (1990: 111), Lafargue' ya benzer bir görüşü savunarak, insan hayatını etkileyen makinalardan yararlanılmak amacıyla çok uzun saatler süren, çalışma saatlerinin dört saatle sınırlı kalmasını önermiştir. Bu da kişilerin kendileri için zaman ayırmaya ve gelişmeye hizmet edecek, kişinin hayattan zevk almasını sağlayacaktır.

2.4.3. Russel Kuramı: Russel, (1990: 111)' de "Aylaklığa Övgü" isimli eserinde modern çalışma tanımına eleştiri getirmiştir. Bu eserde Russel, çok çalışma

ve kapitalist düzene tepki olarak aylaklığın bir olumsuzluk olmadığını, insanın hayattan zevk alması için bir durum olduğunu vurgulamaktadır. Buna göre, çalışma hayatının bir yazgı olmadığını, boş vaktin artırılması gerektiğini savunmaktadır.

Russel, zorunlu çalışma hayatı, insanları sosyalleşmekten, hayattan uzaklaştırmayacak, yorgunluk ve bitkinlik meydana getirmeyecek ölçüde olmalıdır, diye savunur. Bu durumda çalışma hayatı insanları yormayacak ve tüketmeyecektir. Kişilerde boş vakitlerinde daha çok mutlu olabilecekleri, kendilerini geliştirebilecekleri ve sosyalleşebilecekleri şekilde faaliyetlere katılacaklarını ve özgür tercihlerle beslenerek yol alacaklarını açıklar. İnsanlar mutlu bir hayat hakkına sahip olacaklar, güven, özveri, sevgi ve hoşgörü erdemleri ile yaşamak daha anlamlı olacaktır, düşüncesini savunmaktadır (Russel, 1990: 23-24). Dolayısıyla aylaklık, insansal, doğal, sosyal ve mutlu bir yaşam için kaçınılmaz bir gereklilik halini almaktadır. Aylak olan insan, sosyalleşecek, sosyalleşen insan mutlu olacak, bakış açısıyla aylaklık bir zorunluluktur diye Russel savunmaktadır.

2.4.4. Veblen Kuramı: Kuramcılar içerisinde ilk kez sistematik olarak boş zamanı değerlendiren yazar Veblen'dir. "Aylak Sınıfının Kuramı" isimli eserinde Veblen, kapitalist hayatı hedonist ve irrasyonel bir sistem olarak açıklamaktadır. Veblen'e göre boş zaman kişilere saygınlık kazandırmak ve kendini kanıtlamak amacıyla ziyan edilecek boyutlara varan gösterişçi tüketim olarak açıklamaktadır. "Gösterişçi tüketim" sorununa değinen Veblen, günümüz toplumunda boş zaman faaliyetlerinin de alınır, satılır, bir nesne haline geldiğini savunmaktadır (Veblen, 1995: 68-87).

Veblen' ne göre insanlar gösterişçi ve zengin olmayı, her şeyi çabuk tüketmeyi ve mülkiyeti hayatın önemli noktasına getirmişlerdir. Varlığı ve serveti abartarak gösteren sınıf aynı zamanda, tembellik, bol harcama ve gereksiz tüketici yaşama stilini benimsemektedir Bu sebeple, moda, tüketim ve varlıklı bir sınıf tarafından, diğer alt sınıfları dışlamak amacıyla kullanılmıştır. Bu yüzden üst sınıflar, alt sınıfların nefretlerini kazandıkları gibi, alt sınıf, üst sınıf ayrımının fazlasıyla ortaya çıktığını anlatmıştır (Veblen, 1995: 02-114).

Çalışmanın yeniden üretilmesi için, boş zaman gerekli bir süreçtir. Boş zamanın artmaya başlamasıyla birlikte, rekabete dayalı endüstriyel alanda da artış

görülmüştür. Bunlara örnek, spor, hobi, dinlence ve turizm gösterilmektedir. Bu durum bireyleri ya da toplumu endüstriyel alanda hedef haline getirmektedir (Aytaç, 2002).

2.4.5. Formm Kuramı: Fromm'a göre, çalışmak insanların bağımsızlaşmasını sağlamaktadır. Günümüzde modern üretim anlayışının benimsenmesi sistemli, yöntemli ve daha gerçekçi duruma gelmesidir. İş'in anlamı "İş, zevkli bir etkinlik olmak yerine, zorunluluklardan oluşan, bir göreve ve bir saplantıya dönüşmektedir. Çalışarak daha fazla para kazanmak mümkün oldukça, iş olanakları çoğaldıkça, iş de başarıya ve paraya giden yolun aracı haline gelmiştir (Fromm, 1996: 196). Güvenli ve huzurlu toplumların oluşması ve gelirin toplum katmanlarına yayılmasıyla birlikte kilise şartlarına göre olan, çalışma anlayışı yerini, daha esnek ve özgürlükçü çalışma anlayışına bırakmıştır. Böylelikle boş zamanlar artmış ve insanlar için daha önemli bir boyut kazanmıştır.

Teknoloji ve sanayi boş vakitlerin artmasına sebep olmuştur. Teknolojik gelişme ve üretim artışı, üretimin hem seri hem de kütleli bir karakter haline gelmesini sağlamıştır. Fromm, "Sağlıklı Toplum" adlı eserinde toplumsal hayatlarında kişilerin kendilerine sunulan sorumlulukları zorla yerine getirip, sanki kendileri istiyormuş hissine kapıldıklarını belirtirken, uyumcu toplumların kişiliği nasıl etkilediği ortaya çıkmıştır.

Bireyi kendi kararlarında manipülite eden, kapitalist yaşama düzeni, kişilerin çok fazla çalışması, aktif ve sorumlu bireyler olması gerektiğini belirtmiştir. Kapitalist hegemonik değerlerin zorlayıcı dayatmaları sonucunda, birey tercih ettiklerinin gerçek mi yoksa yalan mı olduğunu fark edememekte, bu da zamanla içselleştirdiği anlayış ve değerlere uygun olarak hareket eden birey olmak yerine, yönlendirilmiş bireyler olmalarının sonuçlarını getirmektedir (Fromm, 1996: 73).

2.4.6. Riesman Kuramı: Riesman, "The Lonely Crowd" adlı yapıtında, insanların içinde yaşadığı toplumun giderek sahte, yapay, birbirine yabancı ve gerçek değerleri yitirmekte olduğunu savunmuştur. Her şeyin maddesel olduğu ortaya çıktığı bu modern hayatta, boş zaman geçirme şekilleri de bu yapaylığın tüm özelliklerini barındırmaktadır (McClay, 1998: 34-42).

Riesman insanların boş zamanlarında birçok etkinliğe katıldıklarını, ancak bunu toplumdan uzaklaşmamak içgüdüleriyle gerçekleştirdiklerini savunmuştur.

İnsanların kopya hayatlar yaşamasına kapitalizm, teknoloji ve toplumsal kültür sebep olmaktadır düşüncesini savunmuştur (Aydoğan, 2000: 163).

2.4.7. Adorno ve Horkheimer Kuramı: Adorno ve Horkheimer'a, işlikteki çalışma anlamı ve iş dışındaki sosyal hayatın anlamı arasındaki çizgiler giderek kaybolmuştur. Bu iş anlamı, kişilerin bütün sosyal ve özel hayatını kapsamış, "işlikteki çalışmanın ethics'i ve işlikteki çalışmanın dışındaki boş zamanın yer değiştirmesi, her şeyden çok "kültür endüstrisi" aracılığı ile olmuştur. (Oskay, 1982: 187).

Adorno ve Horkheimer, kültürel üretimin basit ve kolayca yok edilebilir, olması kitle tüketimine açılması, kültür endüstrisini etkilemektedir. Kültür endüstrisinin, yapay eğlencesi ihtiyaç biçimi haline gelmektedir. Kültür endüstrisini oluşturan ürünler; film, müzik, televizyon, radyo, diziler, magazin, çizgi roman birer örnektir. Kişilerin boş vakitlerini keyifli kılmak, mutlu etmek, her şeyin mükemmel olduğu yanılsaması yaratarak, uyumcu ruh halini meydana getirmektedir. İnsanlar iş dışında kalan zamanlarında gerçekleştirdikleri etkinlikler yabancılaşma psikozu içindeki kişinin yeniden motive olabilmesi için zorunlu bir aktivite halini almıştır. Bunun sonucunda da boş zaman, çalışma zamanının devamı olmaktadır (Rojeck, 1995: 17).

2.4.8. Gorz Kuramı: Gorz, Lafargue'nin "Tembellik Hakkı" manifestosundan yola çıkarak, çalışmanın hayatın temel amaçlarını oluşturmasına, kişisel ve toplumsal olarak bir kimlik oluşturacağı düşüncesine tamamen karşı çıkmaktadır. Gorz'a göre, Boş zaman, daha çok özgürleşme, özerklik anlamı, katılımı, devamlılığı oluşumunda "boş zaman" varoluşsal bir değere ve kişiyi sınırlayan, toplumu bir sistem içerisine alan dizgelerin geri çevrilmesi için boş zaman hayati bir işleve sahip olmaktadır.

Gorz, boş zaman kavramını bir problem olarak görmüştür. Toplumsal eksende hangi içeriğin ve tanımın verilme nedenini bilmeye bağlamıştır. Bunun sonucunda da "iktisadi aklın" bu soruna gerçek yanıtlar vermeye yanaşmadığını savunmuştur. Ayrıca çarpıcı bir şekilde, niçin çalıştığımızı sorgulayan Gorz, " niçin çalışıyoruz" sorusunu sorarak farklılaşan çalışma algısına dikkat çekmek istemiştir (Gorz, 1995: 28).

2.4.9. Baudrillard Kuramı: Baudrillard boş vakit için, "zevkin baskısı" ile tüketilen haz olarak tanımlamıştır (Baudrillard, 1997: 5). Günümüz toplumu bir "tüketim toplumu" düşüncesini benimserken, bu zamanda her şey alınır, satılır anlamı

taşımaktadır. Onun için, boş vakit birey için bir saygınlık anlamı taşımaktadır. İnsanlar, daha fazla tüketmek, boş vaktin alanını genişletmek için çalışmaktadırlar. Kişilerin istediği tek şey, “kendini gerçekleştirme özgürlüğüne, boş vakit aracılığıyla” ulaşmaktır. Birey boş vaktin çokluğunu israf, tüketim ve zenginlik olarak sergilemek istemektedir. Bireyin boş zaman özgürlüğünün olması ve tüketici olarak tercih yapma da serbest olması gerektiğini savunur (Baudrillard, 1997: 193-194).

Modern hayat toplumu tüketici ve tüketim toplumdur. Bu toplumda tüketim reel anlamını yitirmektedir. Kişilerin veya toplumsal kesimlerin yenilenme, gerçekleşme, kendini ifade etme beklentilerine karşılık olmak üzere alınıp satılması değişim değerinin de tüketilmesi söz konusu olmaktadır.

2.4.10. Yeni Zamanlar Kuramı: Yeni Zamanlar (New Times) tezi, tüm dünyanın nitel dönüşüm içinde olduğunu, sadece nicel bir düzlemde değişmediğini savunmaktadır. Kapitalizm zamanla toplumların bölünmesine ve farklılaşmasına neden olmuştur. Ayrıca modern toplumun, standartlaşmaya başladıklarını kabul etmektedir. Bunun da açıklaması fordizmden post-fordizme geçiş sürecinde olduğumuzu bize söylemektedir. Bu yeni zamanlardaki büyük değişimler, zamana ayak uyduramama ve her şeyin altüst olması büyük değişimlerden kaynaklanmaktadır. Belirli bir sınırla değil, bütün bir sosyal ve kültürel dünyayı şekillendirip yeniden adlandıran olaylara değişim denmektedir (Hall and Jacques, 1995: 16).

Yeni Zamanlarda, değişen yaşam stilleri, kimlikler, radikal dönüşümler, daha az çalışma saatleri ve yüksek yaşam şartları olduğu sürece hayatın daha anlamlı olabileceğine inanılmaktadır. Yeni Zamanlar söylemi, kişilerin iyi bir yurttaş, komşu, sevecen bir ebeveyn, çevreci rollerini kimlik ögesi olarak kabul etmektedir. Bunun içinde yine değişen toplumsal yapılar, her şeyi politizasyonuna hizmet edecek biçimde tasarlanmaktadır. Mort ve Gorz, tüketim çılgınlığının kandırmacası ve popüler beğenilerin cazibesini ön plan çıkartarak ev hayatına vurgu yapmaktadır (McRobbie, 1999: 59).

2.4.11. Postmodernizm: “Değişkenlik”, “görelilik”, ”uçuculuk”, “hız”, “yapaylık” diye adlandırılmaktadır. Komşuluk ve aile bağları kavramları yerine yüzeysel hayat tarzları, geçici deneyimler ve hazzın tüketilmesi ön plana çıkmaktadır. Bu konu ile ilgili Postmodern teoristlerin bakış açıları farklı olmuştur. Örneğin, Jameson “geç kapitalizmin kültürel mantığı”, Baudrillard, “hiper gerçeklikler çağı”,

Berman, “katı olanın buharlaştığı bir dönem”, Kellner, “teknokapitalizm”, Feyerabend “ne olsa gider, Sarup, “muğlaklık dönemi”, Eco, “masumiyet çağının sonu”, Gellner, “aşırı görelilik ve öznellik”, olarak tanımlamaktadır. Boş zamanların, post modern dönem açısından taşıdığı önem ise, boş zamanın değerinin olmasıdır (Aytaç, 2002). Postmodern zamanda, kültür değişmiş, sabit ve geleneksel bakış açıları yerine, kaygan, genel-geçer, rahat kimlikler yerini almıştır. Anlık süreler ortaya çıkmış, zaman anlamını yitirmiştir. Bu da toplumun eylem tarzını “komünal boş zaman” pratiği şeklinde değiştirmiştir. Her şey hızla tüketilip, yok edilmektedir (Urry, 1999: 297).

Günlük hayatta haz, imaj, gösterge ve simgeler tüketilmiş, değiş-tokuşa indirgenmiştir. Hazzın ve boş zamanın tüketilmesi için, eğlence mekânları, turistik mekânlar ve parklar daha fazla talep görmektedir. Ortak nokta ise, haz, zevk vericilik ve zahmetsiz ulaşılabilir olma unsurlarını kapsamaktadır. Bu dönemde dostluk, aile ve arkadaşlık bağlarının zayıflaması, kişilerin sürekli bir arayış, haz peşinde olması Postmodernizmin artık insanları ve hayatlarını etkilediğinin bir kanıtı olmaktadır. Ayrıca moda, benliğin değil görünüşün ön plana çıkmasına, gösteriş, abartı, geçici sosyal ve sahte hayatları kişilere yaşatmaktadır (Featherstone, 1996: 160-163).

2.5. Rekreasyon ve Animasyon Kavramı

2.5.1. Rekreasyon Tanımı, Sınıflandırılması ve Fonksiyonları

2.5.1.1. Rekreasyon Tanımı ve Özellikleri

Rekreasyon; kişilerin boş zamanlarında eğlence, hoş vakit geçirme ve tatmin dürtüleri ile gönüllü olarak katıldıkları, bedensel, ruhsal, yorgunluklarını giderip, fiziksel ve ruhsal açıdan kişilere yaratıcı bir güç kazandıran aktiviteler olarak açıklanmaktadır (Sağcan, 1986).

Rekreasyonun kelime anlamına baktığımız zaman, Latince recreation kelimesidir, anlamı da yeniden yaratılma, yenilenme diye tanımlanmaktadır. Rekreasyon kelimesinin Türkçe karşılığı da boş zamanları değerlendirme anlamında ifade edilmektedir. Bu da rekreasyonun, boş zaman ile ilişkisinin ne kadar iç içe olduğunu göstermektedir. Rekreasyon boş zamanı olan insanların, gönüllü olarak, katılabilecekleri aktivitelerin bütününe kapsamaktadır (Karaküçük, 1997: 21-51).

Rekreasyon; insanların rutin işlerinden, monotonluklarından uzaklaşmak, dinlenmek, yenilenmek, kendini iyi hissetmek, eğlenmek ve stresten uzaklaşmak gibi ihtiyaçlarını karşılayabilmek için, bireysel ya da grupça, aktif ve ya pasif, açık veya kapalı, kent ya da kırsal alanlarda gönüllü katıldıkları aktivitelerin tümüne denilmektedir. Günümüz toplumunda, boş zamanların artması, insanların farklı uğraşlar aramasına sebep olmuş, bu da rekreasyonun önemini ortaya çıkarmıştır.

Karaküçük ve Akgül (2016: 329), günümüz modern dünyasında rekreasyon tanımı; bireyin dinlenme, yenilenme ve motive olma ihtiyacını karşılayan, boş zamanlarında bireysel veya grup olarak, gönüllü katıldığı eğlenceli, zevkli aktivitelerin bütünü olarak tanımlanmaktadır. Balık tutmak, kamp yapmak, şarkı söylemek, piyano çalmak, dans etmek veya fotoğraf çekmek birçok insan için rekreatif etkinliktir. Bir kişi için rekreatif etkinlik olan, bir diğeri için “iş” olabilir veya bir kişiye göre eğlenceli bir aktivite bir diğeri için yapılması zorunlu ve zevksiz bir iş olabilir. Önemli olan yapılan bu etkinliğin birey tarafından dış etkenlere bağlı kalmaksızın özgürce seçmesi ve yenilenmesidir. Rekreasyon bir iş olmadığı gibi karşılığında maddi bir kazançta olmamalıdır. Kişi rekreasyon da gönüllü olarak yer aldığı için, her zaman bir öneme sahip olmalıdır. Zamanı kullanım bakımından da kişi mutlaka tatmin olmalı ve zamanı boşa geçirdiğini düşünmemelidir.

21. yüzyılda; ekonomik, kültürel ve sosyal olanaklarla birlikte artan yoğun, yorucu, disiplinli ve monoton yaşam düzeni, insanları fiziksel ve ruhsal olarak yıpratmıştır. Bu durumdan uzaklaşmak, dinlenmek, eğlenmek ve yenilenmek isteyen insanlar, değişen şartlarının da etkisiyle, serbest zaman aktivitelerini arttırmış ve çeşitlendirmiştir (Karadağ, 2002: 4). Geçmişten günümüze rekreasyon kelimesinin tanımı ve anlamı üzerindeki karışıklık henüz ortadan kalkmamıştır. Bunun en büyük sebebi ise, rekreasyonun kişilere, toplumlara ve şartlara göre farklılık göstermesidir. Günden güne beğenilerin değişmesi de bu farklılığı desteklemiş ve çeşitliliği arttırmıştır.

Rekreasyonun, çok çeşitlilik arz etmesi, bireylerin ilgi, hedef, katılım şekilleri ve daha birçok unsura göre değişik anlayışlar sergilemesi, rekreasyonun özellikleri konusunda ortak noktaya ulaşmasını oldukça zorlaştırmıştır. Nitekim rekreasyonun araştırmacılar tarafından kabul gören bazı temel özellikleri şu şekilde ifade edilmiştir

(Karaküçük, 1999: 67-73; Sağcan, 1986: 6; Hazar, 2003: 27; Hacıoğlu ve diğerleri, 2003: 31-33; Gül ve diğerleri, 2014: 54-59).

Rekreasyon faaliyetleri seçimi gönüllü olmalıdır. Kişi rekreasyon faaliyetlerine hiçbir zorlamaya maruz kalmadan serbestçe kendi seçimi ile katılmalıdır. Çünkü katılım istek paralelinde olurken, faaliyet doğrudan kişiyle ilgili olmaktadır. Rekreasyon faaliyetlerine katılımı amaçlar belirler, ancak ortak yapılan bir rekreasyonel faaliyete, katılan kişilerin farklı katılım amaçları olabilmektedir. Bu yüzden her kişinin rekreasyona ihtiyaç duyma nedenleri farklılık gösterebilmektedir. Rekreasyon zevk ve neşe veren faaliyetler bütünüdür. Rekreasyon faaliyetleri bireyleri yoğun ve sıkıcı çalışma temposunun verdiği stresten uzaklaştırıp, kendini daha özgür hissetmesini sağlamaktır. Zaten faaliyete katılmaktaki temel hedefte budur ve faaliyetin uygulandığı süre içinde anlık tatmini yakalamak ve yapılan etkinlikten zevk almak, bedensel ve ruhsal doyuma ulaşmak temel amaçlardandır. Bireylerin herhangi bir işle meşgul olmadıkları vakitlerde veya her türlü sorumluluklardan kurtulduğu zamanlarda bu aktiviteleri yapılabilmektedir. Ancak bu durumda kişinin inisiyatifi ön plandadır ve faaliyetlere devam ya da katılım zorunluluğu bulunmamaktadır. Rekreasyon faaliyetlerinde kişinin mutluluğu ön planda olduğu için, kişi en çok yapmak istediği ve en fazla becerebildiği faaliyetleri seçme şansına sahiptir. Kişinin bu serbest seçimi, kişiye çok çeşitli faaliyetlerin sunulması ve bu çeşitlilik içinden kişinin doğru seçimi yapması gibi bir hassas durumu ortaya çıkarmaktadır.

Faaliyet alanları ise; güzel sanatlar, müzik ve sporda ayrı ayrı özellikler barındırabilmektedir. Bu kadar özellik barındıran rekreasyonun yer, zaman ve bireyler açısından belirli sınırlamaları yoktur. Her boş zamanda ve her yerde yapılabilecek olması rekreasyon kavramının anlamını daha da genişletmektedir. Rekreasyon faaliyetleri, dört mevsim, açık ve kapalı alanlarda yapılabilmektedir. Dolayısıyla rekreasyon faaliyetleri esnek, planlı ya da plansız, beceri sahibi ve beceri sahibi olmayan bireylerce, organize veya organize olmamış alanlarda gerçekleştirilebilir. Kısaca bu faaliyetlerin her birinin fiziksel, zihinsel, ruhsal, toplumsal veya bunlar arasından bir kaçının birleşmesi şeklinde oluşmaktadır. Bunlar oyun, eğlence ve dinlenme gibi faaliyetlerden oluşabilmektedir.

Rekreasyon kişisel olarak olumlu birçok şeye etki ederken, toplumsal değerleri de korumaktan vazgeçmemiştir. Rekreasyon faaliyetleri, uygulama şekilleri, genel

olarak o toplumun kültürel değerleri ile örtüşmeli ve toplumun geleneklerine, göreneklerine, değerlerine uygun olmalı ve sosyal değerlere aykırı olmamalıdır. Rekreasyon faaliyetlerinin, öncelikle ahlaki ve toplum değerlerine uyması, en çok kabul gören özelliklerinden biridir. Kısaca bir başka ülke için hazırlanmış rekreasyon faaliyeti, diğer ülke için tamamen benimsenmeyebilir.

2.5.1.2. Rekreasyonun Sınıflandırılması

Günümüz modern dünyasında rekreasyona yeni tanımlar ve sınıflandırmalar yapılmış. Her bireyin farklı beklentilerle katıldığı rekreatif etkinlikler çok çeşitlendirilmiştir. Bireysel, toplumsal, kültürel, ekonomik ve çevresel şartlar nedeniyle rekreasyon farklı sınıflara ayrılmıştır. Bunun örneklerinden bir tanesini (Tribe, 1995: 2) rekreasyonu basit anlamda üç gruba ayırarak incelemektedir: Bunlar, evde yapılan rekreatif etkinlikleri, müzik dinlemek, televizyon izlemek, radyo dinlemek, okumak, bahçe işleri yapmak, oyun oynamak, egzersiz, hobiler, arkadaşlarla sohbet etmek. Ev dışında yapılan etkinlikler ise, sportif etkinliklere katılım, eğlenceli aktiviteleri izlemek, hobiler, çeşitli alanları ziyaret etmek, bir şeyler içmek, yemek yeme, bahis veya kumar oynamak, tema parklara gitmek olarak sınıflandırılmıştır. Evde ve ev dışında yapılan etkinliklerin dışında, seyahat ve turizm sınıflandırılması da, herhangi bir yere seyahat etmek, konaklamak ve rekreasyon amaçlı gitmek olarak yapılmıştır.

Sınıflandırma zamanla ihtiyaç ve beklentilere göre değişmiş, daha farklı açılardan da sınıflandırılma yapılmıştır. Kişilerin faaliyetlere katılmasına sebep olan amaçları, istekleri ve zevkleri göz önünde bulundurularak rekreasyonun sınıflandırılması gerekmektedir.

Her bireyin farklı amaç ve istekleri bulunabileceği için kesin bir çeşitlendirme yapmak oldukça zordur (Karaküçük, 1999: 74). Rekreasyonun çok yönlü olmasından dolayı, farklı açılardan sınıflandırılmaktadır.

Mekânsal Açıdan Rekreasyon

Mekan olarak rekreasyon çeşitleri açık alan ve kapalı alan rekreasyonu olarak incelenmektedir (Hazar, 1999: 29; Hacıoğlu ve diğerleri, 2003: 36; Sevil ve diğerleri, 2012: 16).

Açık Alan Rekreasyonu: Doğa ile iç içe, geniş alanda, milli parklarda, açık havalarda yapılan faaliyetlerin bütünüdür. Açık alan rekreasyon faaliyetlerinin bazıları şunlardır:

Açık alanda gerçekleştirilen her türlü sportif faaliyetler ve oyunlar, kayak, tırmanma, futbol, balonla gezme, bot/ yat gezisi, kano yapma, kampçılık, izcilik, konaklamalı doğa yürüyüşleri (Trekking), günübirlik doğa yürüyüşleri (Hiking), mağaracılık, kaya tırmanışı, zirve tırmanışı, ata binme, jet ski, nehir veya deniz kayağı, uçurtma uçurma, dağ bisikleti ile dolaşma, doğada yön bulma (Orienteering), kanyon geçişi, paraşüt, yamaç paraşütü, piknik, kuş gözlemciliği, durgunsu kanosu, rafting, aletli sualtı dalışı (Scuba diving), kaykay (Rollerblade), kar kayağı, şnorkel ile denizde gezinme, sörf, su Kayağı buz tırmanışı, denizde yüzme, rüzgar sörfü, doğayı koruma aktiviteleri, bahçe işleri, bisiklete binme, balık avlama, kara avcılığı, arazi aracı ile arazide dolaşma.

Kapalı Alan Rekreasyonu: Toplumun kullanımına ayrılmış kapalı mekânlardaki boş zamanı değerlendirme etkinlikleridir (Hacıoğlu ve diğerleri. , 2003: 36). Binalarda ya da üzeri kapatılmış mekânlarda yapılan rekreasyon aktiviteleridir. Kapalı alan rekreasyon ile ilgili etkinliklerden bazıları şunlardır: Çocuk, gençlik, işletme, spor, özel ilgi ve sosyal kulüpler gibi mekânlarda ve derneklerdeki kapalı mekân etkinliklerine katılmak, Kapalı alanlardaki sergi, defile vb. toplantılara katılmak. Kongre, kutlama etkinliklerine katılmak, Kapalı rekreasyon tesislerindeki sportif etkinliklere katılmak (Basketbol, buz pateni, yüzme, badminton, masa tenisi, jimnastik, voleybol). Kapalı alanlardaki kağıt oyunları, tavla, satranç, talih oyunları etkinliklerine katılmak ve izlemek, ev içi rekreasyon etkinliklerine katılmak (televizyon ve video izlemek, radyo dinlemek, müzik dinlemek, kitap okumak, günlere, toplantılara, kutlamalara katılmak, müzik aleti çalmak, el sanatlarıyla uğraşma, çocuk oyunlarına ve aile eğlencelerine katılmak). Kapalı tesislerdeki sağlıklı yaşam etkinliklerine katılmak (sauna, kaplıca, hamam, masaj). Kurslara gitmek (el sanatları, güzel konuşma, yabancı dil kursları, dekoratif eşya ve çiçek yapımı).

Katılımcıların Milletlerine Göre Rekreasyon Çeşitleri

Ulusal Rekreasyon: O coğrafya içerisindeki kişi ve kuruluşların katıldıkları rekreasyon aktiviteleridir. Festivaller buna örnektir.

Uluslararası Rekreasyon: Yurtiçi ve yurtdışındaki kişi ve kuruluşların katıldıkları etkinlikleridir. Örnek ulusal film festivalleri, müzik festivalleri (Hacıoğlu ve diğerleri, 2003: 37).

Etkinliklere Katılma Şekline Göre Rekreasyon Çeşitleri

Etkinlikler katılma şekline göre aktif ve pasif olarak ikiye ayrılır.

Aktif Rekreasyon: Bireylerin aktif katılımıyla oluşan rekreasyondur. Buna örnek olarak, spor yapmak, dans etmek, seyahat etmek, tiyatroya gitmek gösterilmektedir.

Pasif Rekreasyon: İnsanların rol almadıkları izleyici olarak katıldıkları boş zaman değerlendirme etkinlikleridir. Televizyon izlemek, radyo dinlemek, sinemaya gitmek, spor müsabakası seyretmek, kültür sanat etkinlikleri gibi faaliyetler pasif rekreasyona örnek gösterilebilir.

Katılımcıların Yaşlarına Göre Rekreasyon Çeşitleri:

Çocuk Rekreasyonu: Çocukluk döneminde oyunun önemi çok büyüktür. Bunun içinde, çocuk rekreasyonu, çocuğun fiziksel ve bilişsel gelişimini sağlamak için zamanının büyük bölümünü kapsamaktadır.

Genç Rekreasyon: Gençlik, kişiliğin kurulduğu ve biçimlendiği dönemdir. Bu dönemdeki genç nüfus psikolojik yapıları gereği harekete, maceraya, gelişime ve değişime daha açık bir yapıya sahiptirler. Bunun içinde beğenileri zamanla değişebilir (Kozak ve diğerleri, 2014: 14).

Yetişkin Rekreasyonu: Bireylerin hangi tür rekreasyon faaliyetlerine eğilim gösterdiğini anlamak için yetişkinlik dönemi, genç ve orta yetişkinlik dönemi olarak ikiye ayrılmaktadır (Gül, 2014: 37). Bireylerin on dokuz yirmi yaşlarından başlayarak otuz beşli yaşlarına kadar ki süreyi ele alan döneme genç yetişkinlik dönemi denmektedir. Bireylerin mesleğe hazırlandığı ve meslek sahibi olduğu bu dönem, tüm bu gelişim dönemi içerisinde bireylerin yaşam kalitesi ve koşulları etrafında etkin ya da edilgen olarak katıldıkları tüm rekreasyon etkinlikleri bu kapsam içinde yer almaktadır (Can ve diğerleri, 2010: 3-4).

Bireylerin otuz beş yaşlarından altmışlı yaşlarına kadar geçen dönem orta yetişkinlik dönemi olarak ele alınmaktadır. Bu dönemlerde, kişilerin üretkenliğinin ve

sorumluluklarının artması, çeşitli alanlara yönelik ilgilerinin gelişmesi, mesleki doyuma ulaşması, gelecek kuşakların yetişmesine yardımcı olunması, gelişimsel özelliklerin ortaya çıktığı dönemdir. Bu kapsamda bireylerin boş zamanlarını değerlendireceği, rekreasyon faaliyetlerinin neler olacağı bu bilgiler ışığında belirlenmektedir (Gürses ve Kılavuz, 2011: 158-159).

Üçüncü Kuşak Rekreasyonu: Elli beş yaş üzerindeki kişilerin yaş grubudur. Bu dönemde insanların boş zaman sürelerinin artması, bu yaştaki bireylerin boş zamanlarının fazla olmasından rekreasyonun bir yönü olan turizme katılımın yoğun olmasını sağlamıştır. Bu yaş grubu özellikle termal turizm tercih etmektedir (Hacıoğlu ve diğerleri, 2003: 37).

Katılımcıların Sayısına Göre Rekreasyon

Bireysel Rekreasyon: İnsanların tek olarak katıldıkları aktivitelerdir. Örneğin; Yoga yapmak, sinemaya, tiyatroya gitmek, yüzmek

Grup Rekreasyonu: İnsanların grup halinde rekreasyon aktivitesine katılmasıdır. Takım sporları müsabakaları, konserler, kamp yapmak ve toplu trekking gezileri örnek gösterilebilmektedir. (Sevil ve diğerleri, 2012: 16).

Kitlesel Rekreasyon; İnsanların boş zamanlarını kitlesel olarak değerlendirmeleridir. Kitlesel rekreasyon faaliyetlerine milli maçlar, dünya kupası, şampiyonlar ligi, olimpiyatlar ve spor faaliyetlerinin yanı sıra Rio karnavalı gibi eğlence organizasyonları da örnek gösterilebilmektedir.

Yerel Sınıflamaya Göre Rekreasyon Çeşitleri

Modern yaşamın ve teknolojinin getirdiği olumlu olanaklar yanında yalnızlık, stres, şehirleşme, çevre kirliliği ve nüfus artışının insanlar üzerinde olumsuz etkileri de vardır. İnsanlar bu tip olumsuz etkilerden kurtulmak için fırsat buldukları anda yaşadıkları şehrin dışındaki doğal alanlara çeşitli aktiviteler yapmak, dinlenmek ve eğlenmek için giderler. Şehir yaşamından uzaklaşmaya imkanı olmayan bireyler ise kendilerine en yakın şehir merkezindeki rekreatif alanlarda rekreasyon faaliyetleri yapmaktadırlar.

Yerel sınıflamaya göre rekreasyon kırsal ve kentsel olmak üzere ikiye ayrılır.

Kentsel Rekreasyon: Kent merkezlerinde açık veya kapalı mekânlarda gerçekleştirilen rekreatif etkinliklerini kapsamaktadır. Kentsel rekreasyon etkinlikleri, insanların kolayca ulaşabilecekleri aktivitelerin bütünüdür. Açık veya kapalı spor tesisleri, eğlence yerleri, sinema, tiyatro, hayvanat bahçeleri müzeler ve daha birçok etkinlik, insanların kent içi rekreatif ihtiyaçlarının giderilmesinde geniş imkânlar sunmaktadır.

Kırsal Rekreasyon: “Şehir merkezinin dışında çoğunlukla, manzarası güzel, rekreatif aktiviteleri yapmaya uygun orman, su kenarı ve dağlık bölgelerde yapılan aktivitelerdir” (Sevil, 2012: 16). Doğadaki alanların dinlendirici, rahatlatıcı ve enerji verici etkisi, yerel düzeyde kırsal rekreasyon faaliyetlerinin her geçen gün önemini artırmaktadır. Kamp yapmak, balık tutmak, yürüyüş yapmak örnek olarak verilebilmektedir.

Zaman Açısından Rekreasyon

Günlük Rekreasyon Etkinlikleri: Kişinin kısa mesafede, bir gün içinde boş zamanlarında yaptığı rekreasyon aktiviteleridir. Arkadaşlarla buluşma, yürüyüşler, bisiklete binmek, saha sporları günlük rekreasyon faaliyetlerine örnek olarak sıralanabilir (Sevil ve diğerleri, 2012: 17).

Hafta Sonu Rekreasyon Etkinlikleri: İnsanların kent yaşamında oluşturmuş olduğu, rutin yaşamdan birazda olsa uzaklaşmak üzere, kent çevresinde veya kırsal alanlarda, genellikle bir gece geceleme kapsayan bireysel veya toplu şekilde gerçekleştirilen rekreasyon etkinlikleridir.

Uzun Süreli Rekreasyon Etkinlikleri: Bireylerin iş yaşamı dışında kendisine ve çevresine ayırmış olduğu zamanı günlük faaliyetlerde ya da hafta sonu tatillerinde değerlendirmesine denilmektedir. Ayrıca tüm yıl çalışması karşılığında iş görenlerin motive olmaları için, hükümetlerin ve iş yerlerinin her türlü iş kolunda çalışan iş görenlere tanınan senelik izin hakkını kapsamaktadır. İş görenler bu hakkı değerlendirmek için yaşadıkları şehirden ya da ülkeden uzaklara gitmek için tatil organizasyonu yapmaktadırlar. Bu tür etkinliklere uzun süreli rekreasyon denilmektedir.

Rekreasyon kültürden kültüre, insandan insana değiştiği için sınıflandırılması herkese hitap edebilmesi için önemli olmaktadır. Rekreasyonun çeşitliliği kadar, fonksiyonel açıdan da gruplara ayrılması önem arz etmektedir (Gül ve diğerleri, 2014: 41-42).

2.5.1.3. Rekreasyonun Fonksiyonları

Sevil ve diğerleri, (2012: 56); Hacıoğlu ve diğerler, (2003: 38-40) fonksiyonel açıdan sınıflara ayırmışlardır:

Ticari Rekreasyon: Özel veya devlet, kurum ve kuruluşlarının ücret karşılığı hizmetlerini kullanabilmektir. Ticari rekreasyonu, şehirlerde daha çok görmek mümkündür. Ticari rekreasyon faaliyetlerine; temalı parklar, at yarışları, yabancı dil kursları, özel spor alanları ve özel eğlence mekânları örnektir.

Sosyal Rekreasyon: İnsanların sosyalleşmek, ilişkiler kurmak için katıldıkları etkinliklerin hepsine sosyal rekreasyon denmektedir. Arkadaş gruplarıyla yapılan bisiklet turları, piknik, doğa yürüyüşleri, yemek toplantıları, partiler sosyal rekreasyon aktiviteleri arasındadır. Bu rekreasyon türü, gelir düzeyi ile ilişkilidir. Gelir düzeyi arttıkça sosyal rekreasyon faaliyetleri de artmaktadır.

Sağlık Rekreasyonu: Boş zamanı değerlendirirken, sağlığı koruyucu ve tedavi edici özelliğe sahip etkinliklerdir. Sportif etkinlikler, Termalizme, klimatizme, uvalizme, spa, wellness yönelik geziler, yaylacılık, Türk hamamı, sauna etkinlikleri, yoga, sağlık kampları.

Estetik Rekreasyonu: Eğitim ve kültür düzeyleri yüksek insanların yaptıkları, pasif bir nitelik taşıyan eylemlerdir. Aktif olarak rekreasyon faaliyetlerine katılmaktan hoşlanmayan bireyler sanat olaylarını izleme, ünlü müzik grubu dinleme, resim sergisi dolaşma gibi estetik yönü daha ağır basan faaliyetleri tercih ederler.

Orman Rekreasyonu: Adında da anlaşılacağı gibi orman rekreasyonu faaliyeti şehrin içindeki kent parklarda, ormanlarda veya şehrin dışında kırsal bölgelerde ya da şehir içi mesire yerlerinde yapılan faaliyetleri kapsamaktadır. Örneğin, piknik ve yürüyüşler vb.

Fiziksel Rekreasyonu: Fiziksel rekreasyon, bahçe işleri, yürüyüş, egzersiz, dans, spor kadar eğlence ve harekete dayalı bütün faaliyet biçimlerini kapsamaktadır.

Halka açık olan rekreasyon alanlarında sportif faaliyetler çok yaygın bir biçimde yapılmaktadır. Kişilerin amacı, açık ve kapalı alanlarda yapılan tüm spor çeşitleri ve sportif oyunlara katılmak olan fiziksel rekreasyon faaliyetlerini sınıflandırmak mümkündür: Fizikse beceri oyunları ve yarışmaları: Çocuk oyunları ve yarışmaları, gençlere yönelik oyunlar ve yarışmalar, yetişkinlere yönelik fiziksel beceri oyunları ve yarışmalar, üçüncü yaş grubuna yönelik oyunlar ve yarışmalar.

Sanatsal Rekreasyonu: İnsanların, sanatsal yeteneklerini geliştiren ve arttıran rekreasyon etkinliklerini kapsar. Örneğin: Sepetçilik, seramik işleri, tasarım, kuyumculuk, metal işleri, boyama, plastik kaplama, ağaç işleri, sinema, tiyatro, bale, opera, sanatsal sergi, festival, halk dansları, konser etkinlikleri izlemek örnek olarak verilebilmektedir (Buck, 2007: 117).

Kültürel Rekreasyonu: Kişilerin deneyim, bilgi ve becerilerini arttırmayı amaçlayan her çeşit boş zaman değerlendirme etkinlikleri kültürel rekreasyondur. Turistik geziler, belediyeler, eğitim kurumları, dernekler ve çeşitli kurumlarca açılmış olan kurslara katılmak. Sosyal etkinlikler, geleneksel yaşantı ve eğlence biçimine canlılık kazandırma, eğitsel oyunlar, çocuklar, gençler, yaşlılar için düzenlenen oyunlar, oyun salonları, mücadele ve sportif oyunlar, katılanlarda şok, kasılma, korku yaratan oyunlar örnekleri verilebilmektedir.

Turistik Rekreasyon: İnsanların turizm olayına katılarak boş zamanlarını değerlendirmesine turistik rekreasyon denir. Diğer bir ifadeyle, turistin boş zaman sürecinde gerçekleştirdiği, boş zaman değerlendirme faaliyeti de denilebilmektedir. Turistik seyahat süresince yat gezilerine, eğlence gecelerine katılmak, doğal ve kültürel turistik değerleri görme buna örnek verilebilmektedir. Ancak rekreasyon etkinliği, turizm işletmeleri tarafından turistlere sunuluyor ve yönetiliyorsa bu etkinlikler aynı zamanda animasyon olarak adlandırılabilir.

Tablo 2. 1. Rekreasyon Aktiviteleri

SU AKTİVİTELERİ	KARA AKTİVİTELERİ	MACERA AKTİVİTELERİ	KÜLTÜR-SANAT AKTİVİTELERİ	EĞLENCE-ANİMASYON	REHABİLİTE - BAKIM
Kano	Jogging	Balon seyahati	Müze gezme	Partiler	SPA
Yüzme	Fitness	Gezi	Kültür turu	Havuz oyunları	
Su Kayağı	Aerobik	Dağcılık	Şehir turları	Konser	
Bot ile Gezi	Trekking	Oriyantring	Festivaller	Turnuvalar	
Yat ile Gezi	Dağ Bisikleti	İple Tırmanış	Kongre	El Sanatları	
Rafting	Tırmanma	Kaya Tırmanışı	Konser	Kara Oyunları	
Jet ski	Plaj Voleybolu	Buz Tırmanışı	Şenlikler	Gece Show	
Nehir Gezisi	Basketbol	Mağaracılık	Sinema	Modern Danslar	
Tüplü Dalış	Golf	Bunge-Jumping	Tiyatro	Kumar Oynamak	
Tüpsüz Dalış	Mini golf	Kros Kayak	El Sanatları	Özel Gün Kutlamaları	
Rüzgâr Sörfü	Tenis	Safari	Fuar	Mini Club	
Sörf	Squast	Buz Tırmanışı		Deniz Eğlenceleri	
Yelken	Masa Tenisi	Snowboard		Eğlence Parkları	
Sürat Botu	Bilardo	Kayak			
Deniz Paraşütü	Okçuluk	Of-Road			
Deniz Bisikleti	Plaj Futbolu	Avcılık			
Katamaran	Voleybol	Snowboard			
Su Cimnastiği	Bocce	Paraşütle Atlama			
Kürek	Mini futbol	Yamaç Paraşütü			
Su Cimnastiği	Dart	Dağ Bisikleti			
Banana	Yamaç Paraşütü				
	Futbol				
	Buz Pateni				
	Paintball				
	Yoga				
	Pilates				
	Bowling				
	Bilardo				

Kaynak: Sağcan, (1986: 5), Bentley ve diğerleri, (2001: 33), Hacıoğlu ve diğerleri (2003: 70)'den yararlanarak oluşturulmuştur.

2.6. Animasyon Tanımı, Sınıflandırılması ve Fonksiyonları

2.6.1. Animasyonun Tanımı ve Özellikleri

Animasyon kelimesinin kökeni “anima”, ruh, can ve nesneye hayat veren anlamına gelmektedir. Bu bağlamda animasyon da canlandırma, ruh katma, canlılık getirme anlamında kullanılmaktadır. Animasyon, dinlenme tesislerinde hareket canlılık yaratmak, turistin turlardan, denizden kalan zamanını değerlendirmek ve eğlendirmek için yapılan aktivitelerin bütünüdür (Öğünlü, 1984: 264). Konaklama tesislerinde kalan müşterilerin hoşça vakit geçirmesini ve eğlenmesini sağlamak amacıyla yapılan tüm aktivitelere animasyon, bu aktiviteleri uygulayanlara da animatör denmektedir.

Animasyon, turizm sektöründe önemli bir yere sahiptir. Otel müşterisinin normal hayatlarında yaşadıkları bedenen ve ruhen yıpranmalardan kurtulmalarını sağlayan rahatlatıcı, eğlendirici, dinlendirici ve canlandırıcı etkileri olan aktivitelerin tamamını kapsamaktadır (Hacıoğlu ve diğerleri, 2003: 79). Burada önemli olan otel işletmelerinin, tatilcilerin istek ve ihtiyaçlarına cevap verebilmesidir. Animasyon programları: spor faaliyetleri, çocuk aktiviteleri, gösteriler, yetişkinler için su ve kara aktiviteleri, sergiler, fuarlar, şenliklerden oluşturmaktadır. Bazen bireysel veya grup olarak hitap ettiği turist kategorisine göre farklılık göstermektedir. Türü de günlük, haftalık veya aylık olabilmektedir.

Turizmde animasyon programlarını uygulamak için her şeyden önce; animasyon için gerekli tesise sahip olmak, daha sonra turistlere sunulan faaliyet ve hizmetleri planlamak, organize etmek ve koordinasyon sağlamak gerekirken, en sonunda ise animasyon uygulamasının denetiminin yapılması sağlanmalıdır. Otellerdeki rekreasyon, animasyon ve eğlence imkanlarına ilişkin tanıtım ve reklam işlerini gerçekleştirebilecek, turistin isteklerini anlayabilecek personelde turizmde ve animasyon programlarını uygulamada önemli bir yere sahiptir (KTB, 1983: 40-41).

Animasyon bir rekreasyon türü olduğundan rekreasyonun çoğu özelliği animasyon için de geçerlidir. Her animasyon hizmeti, rekreasyon kapsamının içinde yer almaktadır. Ama her rekreasyon etkinliği animasyon kapsamı içine girmemektedir. Animasyon; turizm işletmelerince ve turistlere düzenlenen, yardımcı bir servis özelliği

taşımaktadır. Animasyon; turistik ürüne çeşitlilik, cazibe, faydalılık ve farklılık özelliklerini ortaya koymaktadır (Hazar, 2009: 53).

Animasyon hizmetleri, otele gelen müşterilerin beğenisini kazanması için, yararlı, cazip, çekici ve eğlenceli olma özelliklerini taşıması gerekmektedir. İnsanı eğlendiren, boş zamanın geçmesini sağlayan, fizyolojik, psikolojik olarak kendini iyi hissettiren ve stres attıran animasyon aynı zamanda kişinin hayata pozitif bakmasını sağlamaktadır. Farklı kültürleri, yaşam biçimlerini sahneleyen animasyon kültür aktarımına yardımcı olduğu gibi, bize farklı kültürleri tanıma fırsatı da sunmaktadır. Bu özelliklere göre, animasyon faaliyetlerinin önemi, ürün çeşitliliği sağlamak, bunun ile birlikte satışları arttırmak ve konaklama süresini uzatmaktır. İşletme için olumlu imaj yaratırken, çekicilik ve cazibe unsuru da kazandırmaktır. Turistleri ülkeye veya işletmeye çekmek, turistlerde müşteri sadakati yaratabilmek ve işletmenin hizmetlerini çekici hâle getirebilmek sebebiyle animasyon önemli bir çekicilik unsuru olabilmektedir (MEGEP, 2007: 6).

Günümüzde oteller, işletmelerini daha cazip hale getirebilmek için çeşitli alternatifler sunmaktadırlar. Animasyon hizmetleri de sunulan bu alternatiflerden sadece bir tanesidir. (Süklüm, 2006: 60), bir çalışmada her şey dâhil sistemde animasyon ile spor aktivitelerini ürün çeşitlendirme ve işletmeyi çekici kılma unsuru olarak ele almıştır. Bunun yanında (Kocaman, 2012: 78), kendi çalışmada otelcilerin müşteri çekebilmek için, özellikle çocuklu ailelerin bir tercih unsuru olan, animasyon ve eğlencenin önemli olduğuna vurgu yapmıştır. Ülkemiz de kıyı bölgelerde bulunan yıldızlı otel işletmelerinde animasyon hizmetleri olarak çeşitli spor ve eğlence etkinlikleri yer almaktadır. Sektörde çok yoğun rekabet olması, otel işletmelerinin müşterilerine sunacakları ürün grupları üzerinde bir marka yaratmak, rakiplerinden farklı olmak ve müşteri sadakatini oluşturmak için animasyonun önemi daha da artmaktadır (Gökdeniz ve diğerleri, 2000: 100).

Tablo 2. 2. Konaklama İşletmelerinde Rekreasyon ve Animasyon Faaliyetlerinin Uygulanma Nedenleri

Gerek Duyulma Nedeni	%
Mevcut Hizmet ve Satışları Arttırmak	24
İşletmeye Geliş Sıklıklarını Arttırma	20
Boş Zamanlara Aktif Katılımı Sağlama	13
İşletmenin Çekiciliğini Arttırmak	12
Müşteri Bazında Marka İmajı Yaratmak	10
İşletmenin Reklamı- Tanıtımı Yapmak	10
İşletmede Geceleme Sayısını Arttırmak	7
Diğer İşletmelerle Rekabet Edebilmek	4
Diğer Nedenler	0
Toplam	100

Kaynak: (Dinç, 1999: 91)

Tablo 2.2'deki sonuçlara göre, konaklama işletmelerinde rekreasyon ve animasyon faaliyetlerinin uygulanma nedeni, mevcut hizmet ve satışı arttırmak (%24) olarak belirlenmiştir. İşletmelerin son yıllarda rekreasyon, animasyon ve eğlence hizmetlerine önem vermesi de bu sonucu desteklemektedir. İşletmeler rekreasyon, animasyon ve eğlence hizmetleri faaliyetleri, satış geliştirme ve arttırmadaki olumlu katkılarından dolayı, yatırımlarını bu konuda çoğaltıp, tercihlerini bu yönde yapmaktadırlar. Bu faaliyetler tüketicileri olumlu etkilerken, işletmeye geliş sıklıklarını, işletmenin çekiciliğini ve işletmenin imajını da etkileyip, diğer işletmelerle rekabet etmesini sağlayabilmektedir.

Rekreasyon ve animasyon faaliyetleri sadece işletme açısından önemli değildir. Müşteriler açısından da önemli bir yere sahiptir. (Hacıoğlu ve diğerleri, 2003: 93, Hazar, 2003: 47-48) animasyonun otel müşterilerine kazandırdıklarını aşağıda sıralamaktadır:

Animasyon, müşterilerin spor faaliyetleri ve çeşitli aktivitelerle eğlenmelerini, hoş vakit geçirmelerini ve deşarj olmalarını sağlamaktadır. Sportif faaliyetlerle kişilerin sağlıklı, zinde kalmaları amaçlanırken, müşterilerin sosyalleşme, yeni kültürler tanıma, farklı gruplarla kaynaşma, yakınlaşma, dayanışma ve iletişim sağlama imkânlarını da sunmaktadır.

2.6.2. Animasyon Sınıflandırılması

Otellerdeki animasyon hizmetleri spor aktiviteleri, eğlenceli oyunlar, çocuk animasyonu (mini kulüp) ve gece gösterileri olarak sınıflandırılmaktadır. Spor a

ktiviteleri genellikle gündüz saatlerinde yapılan sabah jimnastiği, plaj voleybolu, futbol, havuz oyunlarını kapsamaktadır. Spor aktiviteleri ile müşteriler hem canlanıp hem de sosyalleşme imkânı bulabilirler. Oyunlar gün içinde ara ara yapılan animasyon faaliyetleridir (Costa ve Glinia, 2004; Mikulić ve Prebežac, 2011; Pompl, 1983).

Animasyonlar, otellerde müşterilerinin her yaş grubuna hitap edebilmeli ve onlara keyifli anlar yaşatabilmelidir. Bunun içinde animasyon faaliyetleri çok çeşitlilik göstermelidir. Çünkü artık tatil anlayışı olarak sadece sahilde güneşlenmek algısı rafa kalkmış, kişiler tatillerinde daha aktif ve verimli yapabilecekleri aktiviteler arayışı içerisine girmişlerdir.

Günümüzde büyük otellerde özellikle çocuk aktiviteleri (mini kulüp) yer almaktadır. Aileler kendilerinden çok çocuklarının mutlu olmalarını istedikleri için, otellerde yapılan çocuk animasyonlarına önem vermektedirler. Yapılan araştırmalar ailelerin tatil tercihlerinde, çocukların seçimlerinin oldukça önemli bir yere sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Birçok aile çocuğunun tercih ettiği yerde tatil yapmakta, çocukları ile ilgilenecek, onları eğlendirecek yerleri tercih etmektedirler. Bunun içinde çocuk animasyonu, aqua parklar otel tercihlerinde önemli bir yer teşkil etmektedir. Mini kulüpler, gündüz çeşitli aktiviteler yaparken, çocukların sosyalleşmesine de katkı da bulunmaktadırlar. Geceleri ise, gece şovlarından önce çocuklarla mini kulüp dansları yapılmaktadır. (Costa ve Glinia, 2004; Mikulić ve Prebežac, 2011; Pompl, 1983).

Otellerde akşam yemeğinden sonra yapılan Türk gecesi, showlar, latin geceleri, playback ve çeşitli yarışmalar gece gösterisi faaliyetleri içerisinde yer almaktadır. Gösterilerin kaliteli olması ve yetenekli animatörlerle gerçekleşmesi, müşteri memnuniyeti için oldukça önemlidir (Mikulic ve Prebezac, 2011).

Her geçen gün turizm sektörünün gelişmesiyle, insanların tatil ve boş zamanlarındaki artış sebebi ile rekreasyon ve animasyon faaliyetleri farklılaşmakta ayrıca çeşitlenmektedir.

Animasyon çeşitlerini Hazar ve Hacıoğlu farklı sınıflandırmıştır: Hazar (2009: 48); Hacıoğlu ve diğerler, (2003: 38-40)

Niteliksel Açıdan Sınıflandırma: Katılım şekli, yer, fonksiyon, yaş, açıısından sıralayabiliriz:

Mekânsal Açıdan Animasyon Çeşitleri: Kapalı ve açık alan animasyon

Katılımcıların Yaşlarına Göre Animasyon Çeşitleri: Çocuk, Gençlik, Yetişkin, Üçüncü kuşak animasyonları diye sıralanabilir.

Katılım Şekline Göre Animasyon Çeşitleri: Etken ve Edilgen animasyon

Katılımcıların Sayısına Göre Animasyon Çeşitleri: Bireysel animasyon, Grup animasyonu olarak sınıflandırılmaktadır.

Hazar (2009: 48) Animasyon sınıflandırmasını çok çeşitli yaparken, Hacıoğlu, (2003: 99)' da üç sınıflandırma ile yapmaktadır:

Sportif Animasyon Çeşitleri: Deniz, nehir, göl kıyılarında coğrafî durum dikkate alınarak, daha çok gençlerin klasik ekipmanlarla, daha modern veya ayrıntılı donanımlarla gerçekleştirdiği animasyonlardır.

Kültürel Animasyon Çeşitleri: 55 yaş üstü insanların, kültür faaliyetlerine katılmalarını kapsamaktadır. Ayrıca şehrin tanıtımını sağlarken, sadece spor ile denizden hoşlanmayan turist gruplarına hitap etmesi gerekmektedir. Konserler, dans, bale gösterileri, tiyatro, sinema etkinliklerini örnek verebiliriz.

Dinlendirici Animasyon Çeşitleri: Herkese hitap etmeli, sürekli olmalı ve tüm ilgililere yararlı olmalıdır. Özel olmalı ve bu durumda belediyeye yük olmaz, kamuya ait olduğunda bağışlarla finanse edilebilmektedir.

2.6.3. Animasyonun Fonksiyonları

Fonksiyonel Açıdan Animasyon Çeşitleri: Estetik, Sağlıklı Yaşam, Ticarî, Fiziksel, Sanatsal, Kültürel, Sosyal animasyonlardır.

Faaliyet Türüne Göre Sınıflandırma

Sportif Animasyon Çeşitleri: Kişilerin spora ilgi duymaları sonucunda, turizme katılmalarından doğan olayların bütünüdür. Su ve doğa sporları buna örnek gösterilmektedir.

Sosyo-Kültürel Animasyon Çeşitleri: Eski medeniyetlere ait yerleri yurtiçi veya yurtdışında gerçekleştiren ziyaret ve gezi animatörleridir.

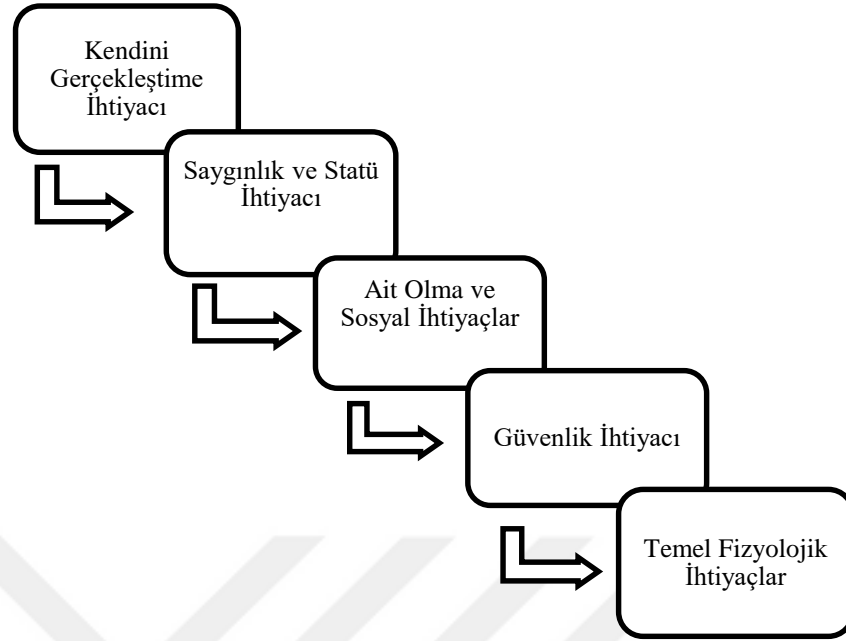
Sağlıklı Yaşam Animasyonları: Sağlıklı yaşam animasyonlarına örnek, yaylacılık, mağaracılık ve termaller olarak gösterilmektedir.

Seyahat Animasyonları: Yolculuk esnasında hediye çekilişleri, gemilerde animasyon etkinlikleri, yolculuk başlangıcında karşılama ve uğurlama etkinlikleri örnek gösterilebilir.

2.7. Rekreyasyona Duyulan İhtiyacın Nedenleri

Maslow'un çalışmasına göre, insanların doğuştan gelen ihtiyaçları vardır. Bunlar belirli bir zaman sonra insanların davranışı haline gelmektedir. Bu teori, bireysel ihtiyaçların hiyerarşik olarak sıralanması temeline dayanır. Maslow'a göre ihtiyaçlar hiyerarşisinde üst basamaktaki ihtiyaçlara ulaşmak için, alt basamakta yer alan bir ihtiyacın karşılanması gerekir ve bu durumda insan davranışlarını yönlendirmektedir. İhtiyaçlar karşılandığında ise, birey bir üst basamaktaki ihtiyaç için istekli olmaktadır (Hall ve Page, 2006: 46-47).

Maslow' un ihtiyaçlar basamağı yukarıdan aşağıya sıralanmaktadır:



Şekil 2.1. Maslow İhtiyaçlar Hiyerarşisi

Kaynak: İnce, 2000: 125; Hall ve Page, 2006: 49'den yararlanılmıŐtır.

Şekilde verilen Maslow'un insan davranıŐları hakkındaki açıklamalarına gÖre, insanlar bir ihtiyaını giderdikten sonra, başka ihtiyaç ortaya çıkmaktadır. Bu ihtiyaç giderme de memnun olma hoşnut olma durumu sÖz konusu değildir. Bu da insanların ihtiyaçlarının sınırsız olduğunu kanıtlamaktadır. İnsan ihtiyaçları hiyerarşik seriye gÖre ve Önem derecelerini belirten bir sıraya gÖre dizilmektedir (Karaküçük, 1999: 86).

Maslow' un hiyerarŐisine gÖre; fizyolojik ihtiyaç, ilk basamaktaki ve en Önemli ihtiyaçtır. Bu ihtiyaını gidermemiŐ kişi için, diğer basamaktaki ihtiyaçlar bir anlam ifade etmez. Bunlar nefes alma, yeme, içme, uyuma, boŐalım gibi ihtiyaçlardır. Açlıktan veya susuzluktan Öleceğini dÜŞünen insan için sevgi, Özgürlük, eğlence kavramları bir anlam ifade etmez. Karnı a bir kişi, Öncelikle fizyolojik ihtiyaını giderecektir. Bu nedenle fizyolojik ihtiyaçlar, hiyerarşinin en alt basamağında yer alır. Güvenlik ihtiyaına gereksinim duyma sebebi ise; kişinin kendini güven ve emniyet içinde hissetmek istemesi, çünkü Maslow insanın Őüpheli ve güvende olmadığı zamanlarda zarar gördüğünü savunmaktadır. İnsanın risk almaktan çekinmesi de bunun sebebi olarak gÖsterilmektedir. İnsan tehlikelere karşı kendini ve çevresindekileri koruma igüdüŐyle hareket etmektedir. Bu durum kiŐilerarası

ilişkiler için de aynı şeyi ifade etmektedir. Bu ihtiyaç, kanunlara uyma, korunma ve yaşama gereksinimlerine dayanmaktadır. Ayrıca iş güvenliği, sosyal güvenlik gibi alanlarda da güvenlik ihtiyacı hissedilebilmektedir.

İnsanın fizyolojik ve güvenlik ile ilgili ihtiyaçları karşılandıktan sonra, sosyal ihtiyaçları ön plana çıkmaktadır. Kişinin sosyal ihtiyaçları bireylerle iletişim kurmak veya bir grupta yer almak ihtiyacı olarak kendini hissettirmektedir. Bu durum ile kişinin bir arkadaş, sevgili, eş ya da çocuklarıyla eksikliğini giderme ihtiyacı olacaktır. Maslow sevgi mutlaka doyurulması gereken bir durum diye savunurken, aslında sevginin tamamıyla doyurulmasının mümkün olmadığını da anlatmıştır. İnsanlar bir yere ait olmak, onlar tarafından kabul edilmek, arkadaş olmak ve çevrelerini etkilemek istemektedirler. Arkadaşlık ve aile çevresi bu ihtiyaca örnek gösterilirken, onlarla beraber gerçekleştirdiği aktiviteler sosyal ihtiyacı karşılamaktadır.

Başkalarıyla, arkadaşlık, birlikte yaşama, dostluk, sevme ve sevilme gibi sosyal ihtiyaçlar insanlar için hem değerli hem de kişiyi hayata bağlamaktadır. İnsanların sosyal ihtiyaçları karşılanmaz ise, kendilerini aidiyet duygusundan yoksun, yalnız ve terkedilmiş gibi görerek, bu da onların mutsuz bir hayat yaşamasına sebep olacaktır. Bundan önce sayılan ihtiyaçların üyesi olan insan kendine, başkalarına karşı önemli ve saygın görünme ihtiyacı hissetmektedir. Kişi hem kendisine, hem de etrafındakilere saygı duyar ve saygınlık görmek ister. Maslow, ayrıca kişinin kendisine özsaygı ve benlik durumlarından bahsetmektedir. Dış faktörlerin kişinin kendisine saygı duymakta yetersiz kaldığını, dile getirirken, bu ihtiyaç giderilmezse, insanda aşağılık duyguları, sosyal sorunlar ve iletişim eksiklikleri ortaya çıkabilmektedir. Bu da insanın saygınlık ve statü ihtiyacı olduğunun bir göstergesi olmaktadır.

Kendini gerçekleştirme ihtiyacı, Maslow' un hiyerarşi basamağının en üstünde karşımıza çıkar, kişinin kendi gücünü, kapasitesini keşfetmesi ve bunları da hayata geçirmesi olarak tanımlanmaktadır. Hiyerarşinin bütün basamakları karşılanırsa da insanın huzursuzluğu bu aşamada ortaya çıkmaktadır. İnsan bu düzeye geldiğinde ben hayattan ne istiyorum sorusunu kendine sorar ve cevaplarını arar. Bu ihtiyaçta, kişinin kendi potansiyelini ortaya çıkarması demektir. Bir işi kendi başına yapması, yaratıcılığı için kendini zamanla geliştirmesi ile ilgili ihtiyaçlar olarak ortaya çıkmaktadır. Kendini gerçekleştirme ihtiyacı, insanın hayatını doyasıya yaşaması diye tanımlanmaktadır. Bu da rekreasyon amaçları ile örtüşmektedir. Kendini

gerçekleştirme rekreasyon deneyimi ile aynı duyguları yaratmaktadır. Dolayısıyla rekreasyon hedeflerini Maslow' un ihtiyaçlar hiyerarşisinin en üst basamağında yer alan kendini gerçekleştirme ihtiyacı, rekreasyonun hedeflerini oluşturmaktadır (Karaküçük, 1999: 87-88).

Maslow' un ihtiyaç basamaklarından anlaşıldığı üzere; bütün insanların çabaları, ömür boyunca daha mutlu bir yaşama erişmektir. Bu bakımdan mutluluk herkes için önemli bir kavramdır. İnsanlar bu ihtiyaçlarından dolayı hep daha fazlasını ve daha iyisine ulaşmayı hayal etmektedirler. Bu beklenti durumu rekreasyon içinde geçerlidir ve rekreasyona her alanda ihtiyaç duyulmaktadır. Bu ihtiyaç insanların hayatının her alanında ve her yaş grubunda kendini hissettirmektedir. Sadece profesyonel anlamda çalışan bireyler için değil yaşlılar, gençler, çocuklar ve engelliler de rekreasyona ihtiyaç duymaktadır.

2.8. Rekreasyon ve Turizm İlişkisi

Usta (2009: 7), turizm sürekli ikamet edilen yer dışında, başka bir yere geçici olarak gitmek, ayrıca burada eğlenmek, yeni yerler keşfetmek, dinlenmek, deşarj olmak amacıyla yapılan aktivitelerdir. Kısa süreliğine konaklanan ve ekonomik kazanç beklentisi olmadan oluşan geçici seyahat ve konaklamaların meydana getirdiği ekonomik ve sosyal nitelikli tüketim olayı ve ilişkilerinin oluşturduğu bir bütünü kapsamaktadır. İnsanlar böylelikle serbest zamanlarını değerlendirirken yeni deneyimler elde etmiş olmaktadır. Bu tanımdan da anlaşılacağı gibi rekreasyon, sadece seyahat etme ve konaklama haricinde turizmden ayrılmaktadır.

Rekreasyon ve turizm faaliyetleri birçok açıdan birbiriyle iç içe durumdadır. Diğer yönden de rekreasyon ve turizm, arasındaki ilişkiler çokta belirgin değildir. Gelir seviyesinin yükselmesi, boş zamanların ve yaşam standartlarının artması, eğitim seviyesinin yükselmesi, teknolojinin gelişmesi ile seyahat etme durumlarının artması rekreasyon ve turizm faaliyetlerine katılma üzerinde büyük bir etkiye sahip olmaktadır. Rekreasyon ve turizm talebi; davranışlar, kazançlar, amaçlar yönünden bakıldığında, iki talep tipinin birbiriyle yakın ilişkili olduğu görülmektedir. Rekreasyon talebi kullanım esaslı imkanlara yönelik iken, turizm talebi kaynak esaslara yöneliktir. Taleplerin ve aktivitelerin değişkenlik gösteren yapılarından dolayı her iki talep grubu arasında benzer yönler bulunmaktadır (Hacıoğlu ve diğerleri, 2003:

49-50). Bu açıklamalardan yola çıkarak, aslında turizm rekreasyondur. Rekreasyon kişilerin serbest zamanlarını değerlendirmek olduğundan, turizmde bunun bir parçasıdır, bunun için rekreasyon ve turizm ilişkisi bazen içe içe, bazen de özellikleri bakımından ayrı şekilde değerlendirilmektedir.

Hazar (2009: 39), Brotherton (1991: 37) rekreasyon ve turizm arasındaki ilişkiyi aşağıdaki gibi değerlendirmektedir:

Turizm ve rekreasyonun, yapısal olarak önemli ölçüde boş zaman ile ilişkilidir. Boş zaman dışına çıkan ve iş ile ilgili olan alanları da bulunmaktadır. Rekreasyon ve turizmin kesiştiği alanlar, turistlerin ve rekreasyon katılımcılarının zaman ve mekan açısından karşılaştıkları durumlardır. Turizm olayına harcanan zaman süresizdir. Eğlence ve dinlenmeye ayrılan zamanda ise sürekli ve düzenlidir. Turizmin nitelikli tanımını yapmak, turizm olgusunun çok boyutlu oluşu ve diğer disiplinler ile olan karmaşık ilişkileri nedeniyle, zorlaşmaktadır. Rekreasyon faaliyetleri, sadece boş zamanı kapsarken, turizm sadece boş zamanı değil, çalışma zamanını da kapsamaktadır. Örneğin; inanç turizmi, akraba ve arkadaş ziyaretleri boş zaman faaliyetleri olmasına rağmen rekreasyon faaliyetleri ile ilgili değildir. Rekreasyon ya da turizmde doğal ve beşeri değerler (tarihi eserler ve kültürel değerler) çekicilik unsuru olarak kullanılmaktadır. Çeşitliliğin çok olması ve günden güne değişmesi rekreasyon ve turizm arasındaki sınırların çizilmesini zorlaştırmıştır.

Rekreasyon ve turizme ihtiyaç duyulması katılımı her geçen gün arttırmıştır. Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde rekreasyon ve turizm katılımı daha fazla olmaktadır. Çünkü yoğun çalışma temposunda olan insanlar, daha fazla dinlenmek, yenilenmek ve motive olmak istemektedir. Bunun içinde rekreasyon ve turizme daha fazla ihtiyaç duymaktadırlar. Rekreasyona ve turizme duyulan ihtiyacın nedenleri sadece kişisel değil, toplumsal açıdan da önem arz etmektedir.

Turizm ve rekreasyon faaliyetleri birbirleriyle benzer görünse de aralarında farklarda bulunmaktadır. Bunlar: turizm için kişilerin yer değiştirmesi gerekmektedir. Ancak rekreasyon için böyle bir yer değiştirme zorunluluğu yoktur. Örneğin; birçok açık hava rekreasyon faaliyetleri doğal ortamlarda ve şehir merkezlerinden uzak alanlarda gerçekleştirilirken, bazı rekreasyon faaliyetleri kişinin yaşadığı bölgede de gerçekleşmektedir. Turizm bu anlamda kişinin ayağına getirilemediği için, önemli bir

ekonomik değer taşıtmaktadır. Rekreasyon ise, ticari olmasına rağmen yetersizdir. Özellikle devlet, sosyal organizasyonlar ve işverenler tarafından ücretsiz rekreasyon imkanlarının sunulması ticari g¼c¼n¼n az olduğunu kanıtlamaktadır. Turizm merkezlerindeki faaliyetlerde değil, ama rekreasyon faaliyetlerinde bazı özel yetenekler gerekmektedir. Spor aktiviteleriyle ilgili yapılacak etkinliklerde, yetkinliği olan kişilerle aktiviteler geręekleřtirilmelidir. Rekreasyon ve turizm kavramı anlamlarda birbirinden farklı gibi g¼r¼nmeseler de, birbirinden farklı bulunmaktadır (Katayev, 2015).

2.9. Rekreasyon ve Turizm Hizmetlerine Olan Talebin Artış Fakt¼rleri

Rekreasyon ve turizm hareketlerine olan talebin artmasına neden olan fakt¼rler Tablo 2. 3.'de yer almaktadır. Rekreasyon ve turizm hareketlerine olan talebin artmasına neden olan fakt¼rler makro ve mikro fakt¼rler olarak ikiye ayrılabilir (Karak¼¼k, 2016: 346):

Tablo 2. 3. Rekreasyon ve Turizm Hareketlerine Olan Talebin Artmasına Neden Olan Fakt¼rler

Makro Fakt¼rler	Mikro Fakt¼rler
Boş Zaman Artışı	Teknoloji
Gelir Seviyesinin Y¼kselmesi	şehirleşme
Eğitim Ve K¼lt¼r D¼zeyinin Artışı	N¼fus Artış Hareketliliği
Çevre Bilinci Ve Doğal Zenginliklerin Etkisi	Siyasi Otorite Ve Diğer Kurumların Etkisi
Sağlık Bilinci Ve İsteklerin Değişimi	Kitle İletişim Araçlarının Etkisi, Reklam Ve Propaganda
Değerlerdeki Değişimler	Eğlence Hareketlerinin Etkisi
T¼keticilerindeki Değişimler	Turizm ve Rekreasyon Bilincinin Artması
	Ulaşım Alanındaki Teknolojik Gelişmeler

Derleyen: (Karak¼¼k, 2016: 346)'den yararlanılarak oluşturulmuştur.

2.9.1. Makro Faktörler

Rekreasyon ve turizm hareketlerine olan talebin artmasına neden olan makro faktörler aşağıdaki gibi açıklanabilir:

2.9.1.2. Boş Zaman Artışı: Boş zamanların artışı, gelişen teknoloji ve sanayileşme ile birlikte çalışma günlerinin süresinin azalması, hafta tatili, yıllık izinler, emeklilik yaşının öne alınması nedenleriyle ortaya çıkmaktadır. Boş zamanların artması, turizm ve rekreasyonun gelişmesine katkıda bulunmaktadır.

Boş zamanların artışı için en etkili olay 1930' larda başlayarak birçok ülke tarafından kabul edilen ve çalışanların yıllık ücretli izin hakkına sahip olması olayıdır. İnsanlar bu haklarını çoğunlukla yaz dönemlerinde kullanarak, daha fazla seyahat etmiş ve böylelikle kitle turizmi geliştirmiştir (Hacıoğlu ve diğerleri, 2003: 53).

Boş zamanın artış sebeplerinin başında teknolojinin gelişmesi, insan gücüne duyulan ihtiyacın azalması, çalışma saatlerinin kısalması nedenler arasında yer almaktadır. Bu durum sonucunda insanlar daha fazla aktiviteye katılmakta ve farklı alternatif arayışı içine girmektedirler. Boş zamanların artmasıyla kentte, kırsalda, açık veya kapalı alanlarda yapılabilecek aktivite alternatifleri de her geçen gün çoğalmaktadır. Turizmde de işletmeler daha fazla müşteri çekebilmek için, müşterilerine farklı aktivite olanakları sunmaktadır.

2.9.1.3. Gelir Seviyesinin Yükselmesi: Gelir düzeyleri ile rekreasyonel faaliyetlere katılım arasında kuvvetli bir ilişki vardır. Gelir düzeyi arttıkça rekreasyon faaliyetlerine katılım artmaktadır (Köfteoğlu, 1996: 26). Rekreasyon ve turizm aktivitelerine katılım artarken, yapılan harcamaların daha yüksek olduğu görülmektedir. Bunun nedenleri bir ailede birden fazla kişinin çalışması olarak gösterilmektedir (Gibson ve Wood, 2000: 46).

Gelir seviyesinin yüksek olması, boş zaman değerlendirmesini ve turizmi de beraberinde etkilemektedir. Gelir seviyesi yüksek olan toplumların hem rekreasyon aktivitelerine hem de turizm faaliyetlerine daha çok katılım sağlandığı görülmektedir. Düşük gelir seviyesi olan toplumların rekreasyon ve turizm faaliyetlerine katılımı da düşük olmaktadır.

2.9.1.4. Eğitim ve Kültür Düzeyinin Artması: Eğitim düzeyi yükseldikçe, insanların gelir seviyesi de yükselmektedir ve buna bağlı olarak seyahat etmek alışkanlıkları da artmaktadır. Eğitim, kültür düzeyinin artması ile turizm ve rekreasyon faaliyetlerine katılım arasında sıkı bir bağ bulunmaktadır. Kültür düzeyi yüksek kişiler başka ülkeleri gezme ve farklı kültürleri tanıma nedenleriyle seyahat etmektedirler. Genç nüfus sayesinde eğitim amacıyla yapılan seyahatler her geçen gün artmakta, turizm ve rekreasyon faaliyetleri üzerinde durumdan olumlu etkilenmektedir. Bir başka dili anlama ve konuşma, dış turizme teşvik eden unsurlardan biridir. Toplumların eğitim düzeyi, buna bağlı olarak kültür ve gelir düzeylerinin artması ile seyahat etme arasında kuvvetli bağ bulunmaktadır (Hacıoğlu ve diğerleri, 2003: 59).

2.9.1.5. Çevre Bilinci ve Doğal Zenginliklerin Etkisi: Kırsal rekreasyonun önemi çevre bilinci ile birlikte daha da artmıştır. Deniz, plaj, milli parklar, dağlar, vahşi hayat, ormanlık alanlar, kaplıcalar, doğal değerler, göller, nehirler daha çok rekreasyonel amaçlı tasarlanmış ya da tasarlanmamış doğal ortamların bulunması rekreasyonel faaliyetlere katılımı arttırmaktadır. Yaşlı nüfusun daha çok kullandığı kaplıcalar daha cazip hale gelmektedir (Karaküçük, 1999: 119).

Her geçen gün insanların şehirlerden kaçıp, doğal olana ulaşma isteği, doğayı daha değerli kılmıştır. İnsanlar doğal zenginliklere ulaşarak, uzaklaştıkları doğaya yakın olmaya çalışmaktadırlar. Bunun sonucunda da doğal olanın kıymetini anlayıp, ona sahip çıkmaktadır. Sanayileşme, şehirleşme ve kalabalık nüfus doğaya zarar verdiği gibi, doğal olanı da kirletmektedir. Yeşil alanlar tahrip edilirken insanın doğa ile ilişki kurması da zorlaşmış, insanlar doğadan uzaklaşmıştır. Bu sebeplerden dolayı, sağlıklı yaşamı bulamayan insanların, doğaya, kırsal rekreasyon faaliyetine ve turizm olayına katılımı artmaktadır (Hacıoğlu ve diğerleri, 2003: 60).

2.9.1.6. Sağlık Bilinci ve İsteklerin Değişimi: Kişilerin bedenlen ve ruhen kendilerini iyi ve sağlıklı hissetmeleri için yaptıkları rekreatif etkinliklerin başında spor gelmektedir. Günümüz koşullarının ortaya çıkardığı hareketsiz, yoğun ve stresli yaşam tarzı, insanlar üzerinde olumsuz etkiler yaratmaktadır. Bunun sonucunda insanların istekleri zamanla değişmiş ve yeni sağlık yöntemlerinin ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Bireyler bu nedenle: onları hareketsizlikten kurtaracak, yenileyecek, dinlendirecek, bedensel ve ruhsal sağlık kazandıracak yeni eylem arayışı içine girmişlerdir. Bunlar, yarışmasız, bireysel, maceraya yönelik, heyecan verici ve doğa

da yapılan, trekking, rafting, sörf, dağcılık, bisiklet, yoga, paraşüt sporlar buna örnek gösterilebilir (Karaküçük, 1999: 114).

Yerel yönetimlerin spora daha fazla önem vermesi, parklara spor alanlarının yapılması, semtlerde bahar aylarında spor aktivitelerinin düzenlenmesi, her semte spor ve kültür kurslarının açılması isteklerin değiştiğini, spor bilincinin de arttığını göstermektedir. Şehir yaşamında sıkışan insanlar doğa da, doğal olanla farklı alternatif arayışı içine girerken, doğadaki termal sular böylelikle önem kazanmış insanlar dinlenmek ve huzur bulmak için bu yerlere yönelmişlerdir. Termal suların bulunduğu doğal alanlar sağlık turizmi yönünden önem arz edecek ve sağlıklı yaşam kentlerinin jeotermal enerjiyle ısıtılması tercih sebebi haline gelecektir (Hacıoğlu ve diğerleri, 2003: 62).

2.9.1.7. Değerlerdeki Değişmeler: Eski dönemlerde çalışmak kutsal sayılırdı, boş zaman ise gereksiz bir savurganlık olarak kabul edilmekteydi. Modern hayatta çalışmanın boşucu olarak görülmesi, boş zamanın artması ve kişinin kendini mutlu edecek etkinliklere katılması, daha çok tercih edilir hale gelmiştir. Boş zaman savurganlık olmaktan çıkıp, bir ihtiyaç halini alırken, boş zamanı kaliteli değerlendirmek anlayışı ön plana çıkmaktadır.

Toplumdaki yargıların değişmesi de rekreatif faaliyetleri desteklemektedir. Mesela; işten sonra yapılan sporun tekrar yorulma olarak görülmesi ve kız çocuklarının futbol oynayamaz, ön yargıları anlamını yitirmiştir (Karaküçük 1999: 115). Modernleşen toplumlar, kadının çalışma hayatına katkısı, gelir seviyesinin ve eğitim düzeyinin de yükselmesiyle değerlerdeki değişimler rekreasyon ve turizm olaylarını etkilemektedir.

2.9.1.8. Tüketici Tercihlerinde Değişmeler: Günümüzde turizm, rekreasyon ve eğlence sektöründe önemli değişimler gözlenmektedir. Bu sektörlerdeki yenilik ve çeşitlilik talebi artarken, talep profili kum-deniz- güneş üçlüsünden kültür, hobi ve eko turizmüne yönelmektedirler. Bu da çevre ve yerel kültürlerle duyarlı turist tipini daha ön plana çıkarmaktadır.

Teknolojinin gelişmesi ve değişen toplum profillerinin de etkisi ile bilgisayar, iletişim teknolojileri seyahat, rekreasyon ve eğlence endüstrisinde daha kullanılabilir hale gelmiştir. Bunun en büyük örneği müşteri talebinde meydana gelen değişiklikler ana

hatlarıyla; hızlı seyahat, seyahat sürecindeki elemanların ve işlemlerin de hızlanması anlamına gelmektedir. Müşteriler internet yoluyla turistik ürüne daha kolay ulaşırken, satın alacakları ürünü kendi iradeleri ile seçme şansına sahip olmuşlardır. Fiyatın ön plana çıkması ile son dakika ve havaalanlarında paket tatil satışları tercih edilir hale gelmiştir. Tüketicilerin seyahat acentelerini kullanma alışkanlıkları yavaş yavaş değişmekte ve internet üzerinden seyahat satın alma tercihleri ortaya çıkmaktadır. Küçük, büyük bütün turistik işletmeler, ulaşım şirketleri hizmet ve ürünlerini sergilemek için web siteleri oluşturmakta ve satışlarını interaktif ortamlarda yapmaktadırlar (Wan, 2002: 158).

2.9.2. Mikro Faktörler

Rekreasyon ve turizm hareketlerine olan talebin artmasına neden olan mikro faktörler aşağıdaki gibi açıklanabilir:

2.9.2.1. Teknoloji: Gelişen teknoloji insanların boş zamanlarında artış sağlamaktadır. Modern teknoloji, rekreasyon sektörü içinde, etkinliklerini çeşitlendirecek, çekici yapacak, daha fazla tercih edilmesini sağlayacak ve teknoloji sayesinde yeni ürünler geliştireceklerdir. Teknoloji ile spor, eğlence, müzik ve sanat alanlarında yenilikler ile beraber alternatiflerde çoğalmaktadır. Dünyanın pek çok yerinde rekreasyon sektörü, ürettiği mal ve hizmetlerle önemli bir sanayi kolu olarak her geçen gün önemini arttırırken, rekreasyon alternatifleri de çoğalmaktadır (Karaküçük, 1997: 102). Teknolojinin gelişmesi rekreasyon ve turizm faaliyetleri çeşitliliğini arttırmanın yanında, pazarlanmasında da büyük katkı sağlamıştır. Facebook, instagram, twitter sosyal medyanın etkisi rekreasyon ve turizm faaliyetlerinde önemli bir reklam unsuru haline gelmektedir.

2.9.2.2. Şehirleşme: Büyük şehirlerde sanayinin gelişmesi, insanların çalışmak için bu bölgelere gelip yerleşmesine sebep olmuştur. Kalabalıklaşan şehirlerde yaşayan insanların böylelikle rekreasyon ve turizme talepleri artmıştır. Bunun sonucunda kalabalık şehirlerde sanayileşme, hava ve gürültü kirliliği sorunlarının artması ile yaşadıkları bu ortamdan, kaçmak isteyen insanların, her geçen gün sayıca artmasına sebep olurken, rekreasyon ve turizm endüstrisi bu durumdan olumlu yönde etkilenmektedir.

Kent bölgelerinde, geniş alanlar insanların konut ihtiyacını karşılamak için kullanılmıştır, bunun sonucunda; bireylerin boş zamanını değerlendirme imkânları daralmıştır. Bu bölgelerdeki, geleneksel boş zaman değerlendirme alanları, artık binalarla dolmaya başlayınca insanlar boş zamanlarını değerlendirmek için özel kurumlara, paralar ödeyip, bağlı kalmaya başlamışlardır. İnsanlar kentte ya da kırsalda, açık veya kapalı mekânlarda boş zamanlarını geçirebilecekleri alternatifleri aramaktadırlar. İnsanlar kent yaşamında büyük problemler içinde yaşarken, bu problemleri aşmalarına, kendilerini iyi hissetmelerine rekreasyon ve turizm yardımcı olmuştur. Ağır kent şartları, insanın doğaya kaçma isteği; turizm ve rekreasyon hareketinin yaşanmasına sebep olmuştur. Kentsel alanlarda yaşayanların, kent yaşamının monotonluğundan, bunalımından kaçma arzusu, turizm ve rekreasyon faaliyetlerini etkileyen en büyük faktörler haline gelmişlerdir (Hacıoğlu ve diğerleri, 2003: 56).

2.9.2.3. Nüfus Artışı ve Hareketliliği: İnsan nüfusunun sürekli artması, yaşam şartlarının zorlaşmaya başlaması, insanların bu ortamdan kurtulmak istemesi, rekreasyona ve turizm olayına katılımı hızlandırmıştır. Nüfus atışı, şehirleşme ile kentlerde rekreatif amaçlı hizmet veren parkların, spor tesislerinin, oyun alanlarının, gençlik merkezi hizmetlerinin yetersiz kalmasına neden olmuştur. Nüfus artışıyla meydana bu gelen hareketlilik rekreasyon aktiviteleri katılımının da artmasını sağlamaktadır (Karaküçük, 1997: 102).

Genellikle bedenen ve fiilen çalışan insanların boş zamanlarda günlük yaşantısından ve ortamından ayrılarak doğaya dönük rekreasyon ve turizm olayına katılması; hem eğlenmek, hem de dinlenmek amacını taşımaktadır. İstedığı rahatlığa bulunduğu ortamda kavuşamayan insanlar, değişik mekanlara gitmeyi ve rekreasyon faaliyetine katılmayı gönüllü olarak istemektedirler (Hacıoğlu ve diğerleri, 2003:57).

2.9.2.4. Siyasi Otorite ve Diğer Kurumların Etkisi: Siyasi otoriteler ve bankalar insanlara tatil ve ihtiyaç kredileri vererek, insanları turizm ve rekreasyon faaliyetlerine katılmaları için teşvik etmektedirler. Uzun süreli çalışanlara tatil kredileri verilerek, onların dinlenmelerini, sağlıklı bir yaşam sürmeleri ve motive olmaları için imkanlar sunulmaktadır. İşçilerin, üye oldukları sendikaların amaçlarının başında, ücretlerinin artırılması gelse de, çalışanların iş hayatını düzenlenmesi konusu da görevleri arasında bulunmaktadır. Sendikalar, üyelerinin sağlıklı koşullarda düzenli

çalışmalarını sağlayarak, onlara boş zamanlarında rekreatif ve turizm faaliyetlerine katılmalarını sağlamaktadır (Karaküçük, 1997: 109).

2.9.2.5. Kitle İletişim Araçlarının Etkisi, Reklam ve Propaganda:

Teknolojinin gelişmesi ile reklamcılık teknikleri de gelişmiştir, bu da insanları geniş ölçüde boş zamanları değerlendirme faaliyetlerine teşvik etmiştir. Reklamcılık, insanların turizm faaliyetlerine katılma da etkili olmuştur. Seyahat etme alışkanlığı olmayan insanlara yeni yerler böylelikle tanıtılmış ve uzak yerleri reklamlar aracılığı ile görüp, gitmek özendirici unsur olarak kullanılmıştır. Bunlara en güzel örnekte tur şirketlerinin televizyon reklamlarında gösterilmesidir (Sağcan, 1986: 89). Kitle iletişim araçlarının gücü, aynı anda milyonlarca insana ulaşabilecek kadar etkilidir. Artık günümüzde sosyal medyanın da etkisi yadsınamayacak kadar çoktur. Kişiler birbirinden görerek, başkasının gittiği yere gitme, başkasının yaptığı aktiviteyi yapma merakı yaşamaktadırlar.

Dinlenebilecek ve gidilebilecek yerlerin, kitle iletişim araçlarıyla tanıtılması, bu bölgelere ulaşım planlarının ilan edilmesi, uygun fiyatlar sunulması, şüphesiz bir boş zaman etkinliği olan turizm ve rekreasyon faaliyetlerinin hareketlenmesine neden olmuştur. Örneğin; bir ünlünün tatilini geçirdiği yörenin veya otelinin televizyonda gösterilmesi, sosyal medyada paylaşılması insanların o bölgeye, hatta o otele gitmelerinde etkili olabilmektedir (Hacıoğlu ve diğerleri, 2003: 58).

2.9.2.6. Eğlence Hareketinin Etkisi: Sanayileşme sürecinde kentleşmenin ve nüfus artışının yaşanması ile para kazanmak amaçlı bir “eğlence” sektörünün ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Kırsal alana gitmek her zaman mümkün olmadığı için, insanlar artık büyük şehirlerde boş zamanlarını geçirebilmek için ciddi paralar harcıyor ve çeşitli birçok etkinliğe katılıyorlar. Tiyatrolar, dans salonları, bilardo salonları, barlar, casinolar, tema parklar, kaçış evleri gibi daha birçok yer giderek yaygınlaşan, eğlence merkezleri insanlar tarafından cazip hale gelmektedir. Para kazanmak amaçlı kurulan ve eğlenceyi de içine alan rekreasyon işletmeleri şu şekilde gruplanmıştır:

Aktif faaliyetler sunan tesisler: Alışveriş merkezleri, yüzme havuzları, kayak merkezleri, marina, çim saha, Eğlence sunan kuruluşlar: Tiyatro, sinema, gece kulübü, eğlence parkı, konser.

Eğitici hizmetler sunan kuruluşlar: Sanat, dans ve spor eğitimi veren kuruluşlar, Ekipman ve malzeme üreten işletmeler: Müzik aleti, televizyon, radyo, bahçe aletleri. Turizm kuruluşları, seyahat işletmeleri: Otel, tatil köyü, seyahat acentaları, tur operatörleri ve turizm şirketleri bulunmaktadır (Müftügil, 1989: 68)

2.9.2.7. Turizm ve Rekreasyon Bilincinin Artması: Eğitim ve gelir seviyesinin yükselmesi, teknolojinin gelişmesi, kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması, boş zamanın artması, şehirleşmenin etkileri ve nüfus artışı nedenlerinden dolayı, kişinin ruh sağlığını koruması, mesleki yeteneklerini geliştirebilmesi ve kişinin kendini yenilemesi için rekreasyon ve turizm gerekli bir ihtiyaç haline gelmektedir. Kişinin fiziki ve psikolojik ihtiyaçları nedeniyle, turizm ve rekreasyon zorunlu ihtiyaçlar kategorisine yükselmiştir. Toplumda böyle bir bilincin oluşması turizm ve rekreasyon faaliyetlerinin artmasında önemli bir etki yaratmaktadır (Toskay, 1983: 115). Geçmiş zamanlarda, para tasarruf için kullanılmaktaydı, fakat zamanla boş zamanı değerlendirmenin ihtiyaç olması bilincine varılması, paranın kaliteli zaman içinde kullanılabilceği gerçeğini ortaya çıkarmıştır, bu da turizm ve rekreasyon faaliyetlerine olan talebi arttırmıştır. İnsanlar boş zamanlarını değerlendirmek için ciddi paralar harcamaya başlamışlardır.

2.9.2.8. Ulaşım Alanındaki Teknolojik Gelişmeler: Ulaştırma teknolojisindeki ilerleme, kara, deniz, demir ve havayolu güzergâhlarının gelişmesine, her geçen gün hem hız, hem güvenlik, hem de kapasite olarak gelişmesinden söz edilmektedir. Kitle ulaşım araçlarının gelişmesi ve ulaşım maliyetlerinin düşmesi, daha geniş kitlelerin turizme ve seyahat etmeye ilgi duymalarına sebep olmuş, bu da turizmin hızla yayılmasını sağlamıştır (Kostak, 2007: 29).

Havayolu, demiryolu, karayolu ve denizyolunun gelişmesi turistlerin en uzak mesafede olan varış noktasına gitmesini sağlamıştır. Başarılı bir turizm endüstrisi için ilk koşul konumdur. Sonrası da bu konuma ulaşmaktadır. Mesafeler ne kadar uzak olursa olsun, turist ona ulaşabiliyorsa sorun yok anlamına gelmektedir. Ancak uzak mesafelerin en büyük sorunu aktarmalı uçuşların maliyetinin çok yüksek olmasıdır.

Ulaşım alanındaki teknolojik gelişmeler, turizm ve rekreasyonel hareketliliği yakından etkilemektedir. Araç sahibi olmanın, eğlence aktiviteleri üzerindeki etkisi önemli bir yere sahiptir (William, 2003: 21).

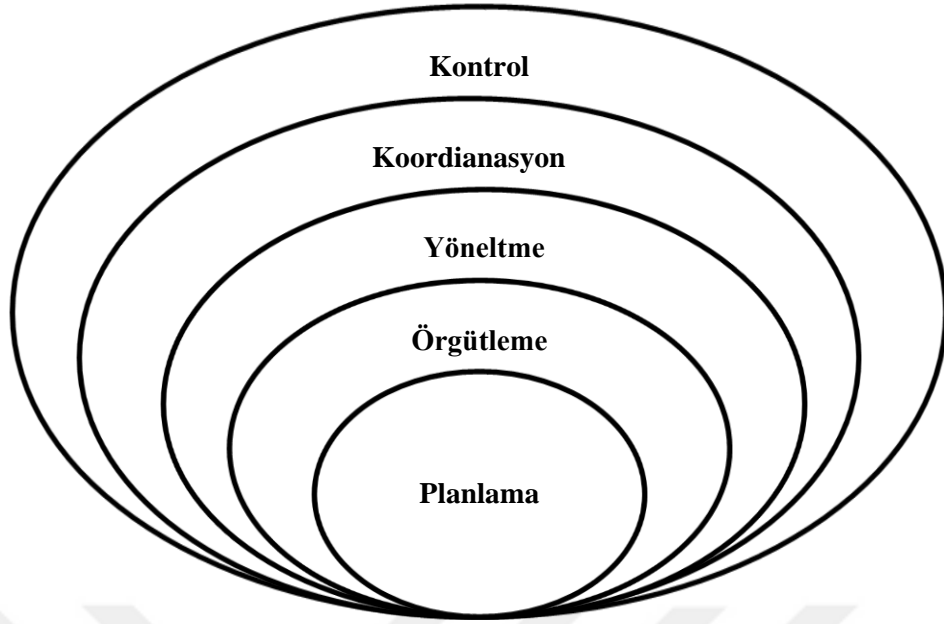
2.10. Otel İşletmelerinde Rekreasyon ve Animasyon Hizmetlerinin Uygulanması

2.10.1. Rekreasyon ve Animasyon Hizmetlerinin Yönetimi

Yönetim, belirli birtakım hedeflere ulaşmak için donanımı, demirbaşları, hammaddeleri, yardımcı malzemeleri, zamanı ve parasal kaynakları, insanların birbiriyle emir-kumanda, karar verme, yönlendirme unsurlarıyla, verimli ve etkin şekilde kararlar alma, takip etme, uygulatma ve uygulama süreçlerinin hepsini kapsamaktadır. Bir başka tanıma göre yönetim; belirlenen hedeflerin gerçekleşmesi için, insanların örgütlenmesi, hazırlanması, kaynakların en iyi şekilde kullanıldığı yönetsel süreçtir (Schermerhorn, 1996).

Yönetim süreci fonksiyonları, yönetimin en önemli unsurlarındandır. Sonuçlara ulaşması için yönetimi gerçekleştirecek, insanlar öncelikle amaçları, amaçlara ulaştıracakları yolları ve araçları analiz etmesi için halkanın ilkini (**planlama**) oluşturmaktadır. İkinci yönetim süreci, kaynakların düzen içinde gruplanıp düzenlenmesiyle (**örgütlenme**) takip etmektedir. İnsanlar kurulmuş düzen içinde harekete geçirilir ise bu da (**yönelme**) halkasıdır. Birimler ve kişilerin uyum içinde hareket etmesini sağlayan (**koordinasyon**) halkasıdır. Son olarak işlerin; tüm halkaları içine alan amaçlara uygun şekilde gerçekleşip, gerçekleşmediğini denetleyen (**kontrol**) dur. Bu beş işlev, yönetimin fonksiyonlarını oluşturmaktadır (Ülgen ve Mirze, 2006).

Planlama, örgütlenme, yönelme, koordinasyon ve kontrol fonksiyonu ile tüm halkalar tamamlanmış olur. Rekreasyon lideri ya da animatörün hedeflere ulaşmak için, sadece beş fonksiyonu dikkate alması yeterli olmayacaktır, tüm işletme çalışanları ile işbirliği yapması gerekmektedir.



Şekil 2. 2. Yönetim Fonksiyonları

Kaynak: Ülgen ve Mirze, 2006'den yararlanarak yazar tarafından hazırlanmıştır.

Cüceloğlu (1996: 212), biz bilincine bağlı yönetim şekli oluşturabilmek önemli bir unsurdur, fikrini savunurken, rekreasyon yönetiminde de biz bilincine bağlı yönetimin özelliklerinin sıralamasını yapmıştır:

1. İnsan ilişkileri ve iletişim yönetimin ana kaynağıdır.
2. İşyerinde çalışan herkes ortak bir vizyon ve hedef içinde bulunur.
3. Huzur, işletmelerin düşünen ve üreten beyinleri için olmazsa olmasıdır. Huzursuzlukta üretkenlik durur.
4. İşyerinde herkesin önce birbirine saygı göstermesi ve değer vermesi gerekmektedir.
5. Her şeyden önce insana değer verilmeli, insan kalitesine yatırım yapılmalıdır. İnsana makine ve teknolojiye daha önem verilmelidir.
6. Müşteri ve çalışanın yaşamına getirilen anlam ve doyum en üstte olmalıdır. Bu kazanç kadar önem taşınmalıdır.

İşletmeler, rekreasyon faaliyetleri ile, müşteri sadakatini sağlamak ve bunu gerçekleştirebilmek içinde müşterinin beklediği ve arzuladığı bir hizmeti sunma sorumluluklarını üstlenirken, turizmde rekreasyon yönetimi önemli bir yer tutmaktadır (Karaküçük, 1999: 159).

Rekreasyon faaliyetlerinin yönetimi iki ayrı şekilde yapılmaktadır (Hacıoğlu ve diğerleri, 2003: 33):

- a) Bireysel Planda Yapılan Yönetim: Kişinin kendisi ile ilgili olan bir faaliyet konusunda karar verme durumudur.
- b) Toplumsal Planda Yapılan Yönetim: Gayri resmi ve kollektif olarak. Resmi, meşru kurallara uyularak yapılan yönetim.

Rekreasyonel etkinlikler; planlı veya plansız olarak, birçok mekânda gerçekleştirilmekte; bu bağlamda rekreasyonel etkinliklerin esneklik özelliği olduğu unutulmamalıdır. Kurumsal olarak düşünüldüğünde, rekreasyon faaliyetlerinin detaylı bir şekilde planlanarak yürütülmesi gerekmektedir. Bu nedenle rekreasyon yönetiminde, katılımcıların ilgisi, cinsiyeti, becerileri, yaşı, rekreasyon faaliyetinin yeri, mekânı, zamanı, amacı, grubun büyüklüğü, organizasyon şekli ve değişen ihtiyaçlar gibi faktörler dikkate alınmalıdır (Hacıoğlu ve diğerleri, 2003: 32). Tüm bunların en başarılı şekilde gerçekleşmesi için her şeyden önce iyi bir ekip ve doğru planlama, örgütlenme, yöneltme, koordinasyon ve kontrol gerekmektedir.

2.10.2. Rekreasyon ve Animasyon Hizmetlerinin Planlanması

“Yönetim geleceğe bakmaktır” sözü, planlamanın ne kadar önemli olduğunu belirtmektedir. Planlama yönetimin tümünü değilse bile en önemli kısmını oluşturmaktadır (Koçel, 2005: 143; Taşkiran 2003: 210; Şimşek, 2008: 305). Rekreasyon veya animasyon hizmetlerinde kişilerin isteklerinin artması, etkinliklerin çeşitliliği ve kişilerin boş zamanlarının daha değerli olması, rekreasyon ve animasyon taleplerinin oluşması, planlama şartını meydana getirmiştir. Yönetimin en önemli ve ilk fonksiyonu planlama, yapılacak işlerin bütününe kapsarken, belirli aşamalarla uygulanmaktadır.

Rekreasyon Planlama Aşamaları:

1. Rekreasyon faaliyetlerinin planlanması
2. Fiziksel planlama (faaliyetler için)

Fiziksel planlama aşamaları (Hacıoğlu, Gökdeniz, 1998: 45):

1. Envanter

2. Analiz
3. Planlama
4. Program-Proje
5. İşletme

Planlama, yönetimin önemli bir fonksiyonudur, çünkü ortaya çıkabilecek sıkıntılı durumlar planlama sayesinde önlenebilmektedir. Ayrıca dikkatin amaçlara yoğunlaşması, tanımlanması ve bu düzene uygun yapılması, planlama sayesinde mümkün olmaktadır. . Rekreasyon planlama sürecinde ortak amaç olarak; kaynakların rasyonel dağılımı, çevre ile uyumlu bir plan olması, katılımcıların memnuniyetinin sağlanması, hedeflerin gerçekleştirilmesi yer almaktadır (Watt, 1992).

Turizmdeki rekreasyon ve eğlence hizmetlerinde, turistler ve ziyaretçiler daha önce tecrübe ettikleri, hizmetleri satın almaktadırlar. Bu unsur göz önüne alınarak, amaçlar ona göre belirlenmelidir, çünkü turistlerin ve ziyaretçilerin memnuniyeti, beklentileri ve tutumları planlama sürecindeki en önemli değişken olabilmektedir. Rekreasyon ve eğlence hizmetleri planlayıcıları, müşteri ve ziyaretçilerin tatminin en üst düzeyde olabilmesi için, onların istek ve tercihlerini belirleyerek, etkinliğin planını ona göre gerçekleştirmek zorundadırlar (Budruk ve Phillips, 2011).

Hacıoğlu ve Gökdeniz rekreasyon planlama aşamalarını iki aşamaya ayırırken, Daly, dört aşamada detaylandırarak rekreasyon planlamasını ortaya koymuştur.

Rekreasyon planlaması temel olarak dört aşamadan oluşmaktadır.

Tablo 2. 4. Rekreasyon Planlama Süreci

BİRİNCİ AŞAMA: Ön Plan-Kapsam- Fizibilite	Projenin kapsama alanının tanımlanması Önemli paydaşların tanımlanması Destek sisteminin geliştirilmesi Fizibilite raporunun hazırlanması Görevler Kapsam Kaynaklar Yönetim İlerlemek için onay alınması
İKİNCİ AŞAMA: Detaylı Planlama-Kısa Anlatım ve Yönetim	Kaynakların güvence altına alınması Proje yönetim takımının atanması Rekrasyon planı düzenlenmesi Proje danışmanlarının belirlenmesi ve yetkilendirilmesi Metodolojinin sonlandırılması ve performans ölçümü
ÜÇÜNCÜ AŞAMA: Uygulama-Projeyi hayata geçirmek	Danışmanın projeye başlaması Paydaşlarla bilgi alışverişi Araştırma ve inceleme Diğer planlama ve teslim süreçleri ile bütünleşme Bütçe ve hizmet planı Özellikler İş planı Taslak aşaması Sorumluluk dağıtımı ve raporların hazırlanması
DÖRDÜNCÜ AŞAMA: Proje sonrası değerlendirme-Mutabakata varıp imza aşaması	Projenin soruşturulması Raporun değerlendirilmesi Kayıt işleminin tamamlanması Projenin tamamlanması

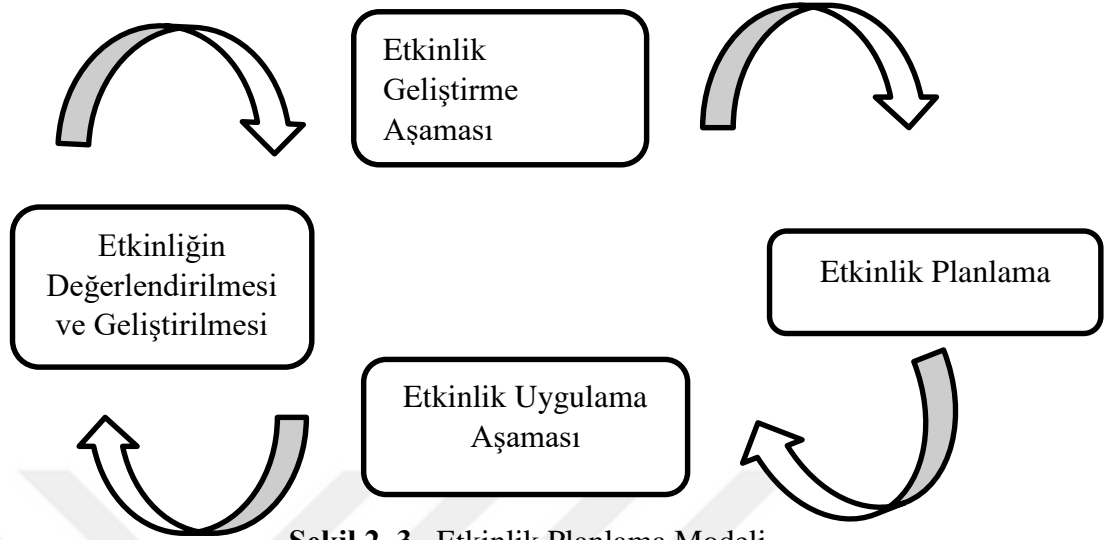
Kaynak: (Daly, 2000).

Rekreasyon planlama sürecinin başarısızlıkla sonuçlanmasını önleyebilmek için, organizasyon unsur ve etkenlerinin iyi belirlenmesi, ona göre organizasyona başlanması gerekmektedir. Organizasyon sonuçlarının neler getireceğinin tahmin edilmesi ve ilerisinin görülmesi önemli faktördür. Organizasyonun tamamlanabilmesi için doğru zaman belirlenmeli ve bir organizasyon komitesi oluşturulmalıdır. Organizasyon komitesinde kişiler arası iş bölümü doğru ve eşit yapılmalıdır. Organizasyon dokümanlarını açıklarken, her detaya dikkat edilmeli ve hiçbir kısım unutulmadan planlama ona göre yapılabilir (Daly, 2000).

Rekreasyon planlamasının kalite ve şartların daha iyi fark edilebilmesi için, rekreasyon planlaması ilkeleri göz ardı edilmemelidir. Bu durum göz önüne alınarak, rekreasyon planlama ilkeleri (Hacıoğlu ve diğerleri, 2003: 33, Karaküçük, 1999: 161)'e göre: Plan önceden belirlenmeli ve amacına uygun olarak, en düşük şekilde finanse edilmelidir. Değişen ihtiyaçlar ve koşullar izlenmeli, planlama da o değişiklikler ışığında kavranıp, bunlara uyum sağlayacak nitelikte yapılmalıdır. Yönetici, karmaşık düzenlemeler yerine sadelik tercih etmeli ve planlama müşterilerin ihtiyaçları dâhilinde olmalı, ayrıca sürekli yenilikçi planlamalar da yapması gerekmektedir. Rekreasyon herkese eşit katılma fırsatı sunarken, gelir düzeyi, cinsiyeti, yaş faktörlerini düşünmeden tüm bireylerin rekreasyonel aktivitelere katılabilecekleri planlar yapılmalıdır.

Rekreasyon faaliyetinin gerçekleşeceği mekânın durumu tespit edilmeli ve mevcut alan kullanım açısından en iyi şekilde değerlendirilmelidir, fonksiyonel ve estetik prensiplere de dikkat edilmelidir. Planlamada tüm çevrenin nitelikleri göz önüne alınması gerekirken, tesisler katılımcıları rahat ve hoşnut edecek biçimde düzenlenmeli ve yönetilmelidir. Rekreasyon alanları, rekreasyon amacıyla kullanılmalı, kişilerin kendi çıkar ve amaçları için kullanılmaya imkân verilmemelidir. Rekreasyon için hazırlanan bir alan, başka rekreasyon türü için de kullanılabilir.

Malen ve Adams (2008: 26)' da etkinlik planlama modelini dört aşamada ve dögüsel olarak açıklamaktadır.



Şekil 2. 3. Etkinlik Planlama Modeli

Kaynak: Malen ve Adams (2008: 26)

Düzgün bir rekreasyon etkinliğinin turizme katkısı, turizmin sürdürülebilirliği açısından önemli bir unsur olmaktadır. Etkinlik demek, etkinlik planlayıcıları ile etkinliğe katılanlar arasında bir iletişim köprüsü kurup, etkinliğin herkes tarafından keyif alabilecek şekilde gerçekleştirilmesi anlamını taşımaktadır. Etkinlik planlaması, uygulaması, değerlendirilmesi ve geliştirme aşaması bir döngü içerisinde. Planlama süresince de bu döngü devam etmektedir.

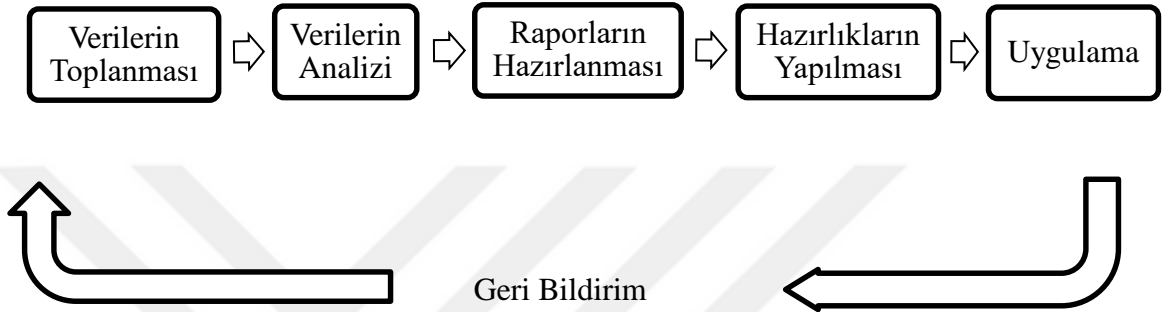
Turizmde önemli bir yere sahip olan animasyon etkinliklerinin de doğru bir planlama ile hedef ve amaçlarına ulaşarak, başarılı işler gerçekleştirebilmekte, müşteri memnuniyetini ve sadakati sağlanabilmektedir.

Animasyon hizmetlerinin yönetimi; animasyon hizmetleriyle ilgili üretim, pazarlama, finans, personel, muhasebe, halkla ilişkiler planlaması, organizasyonu, yönlendirmesi ve denetimidir.

Animasyon Hizmetlerinin Planlanmasında (Hazar, 2003: 79):

- 1. Özet:** Yöneticinin hazırlayıp, gerçekleştireceği planın
- 2. Analiz:** Kadro, talep - müşteri, fırsat-risk
- 3. Amaçlar:** Ulaşılmak istenen

4. **Animasyon Programları:** Belirli zamanda uygulanacak program
5. **Stratejiler:** Animasyon amaçlarına ulaşmak için uygulanan stratejiler
6. **Promosyon:** Satış artırma çabaları
7. **Denetim:** Denetim için ölçüt ve yöntemler
8. **Animasyon Bütçesi:** Gerekli tahmini bütçe bölümlerine ayrılır.



Şekil 2. 4. Animasyon Programlarının Hazırlanması ve Uygulanması Şeması

Kaynak: (Hazar, 2003: 79)

Animasyon hizmetlerinin yönetimi; belirlenmiş amaçlar doğrultusunda olmalıdır. Animasyon hizmetleri sayesinde konaklama süresinin uzaması, kişilerin keyifli tatillerinin sonunda evlerine dönmek istememeleri, yiyecek-içecek-oda satışlarının artırması örnek verilebilir. Animasyon kaynaklarının minimum kullanımını, grup ekonomisinden maksimum düzeyde faydalanmayı, kaynakların ekonomik şekilde kullanımını zorunlu hale getirmektedir.

Bir yönetim sürecinde, yönetici ve astları arasında iyi bir iletişim olmalı, bu iletişimin iyi olması astların, müşterilerle olan iletişimini de etkilerken; işletmedeki tüm personeline hizmet konusunda nitelik kazanmasını sağlamaktadır. İşletmedeki animatörlerle, diğer otel personeli arasındaki işbirliği ve uyumun önemi de asla unutulmamalıdır. Tüm işletmelerde başarıya ulaşmanın unsurları; yöneticinin iyi planı, güçlü iletişim, az emek, az maliyet ve yüksek verim, personeller arası güç birliği başarının başlıca unsurlarını oluşturmaktadır (Hazar, 2009: 73).

2.10.3. Rekreasyon ve Animasyon Hizmetlerinin Örgütlenmesi

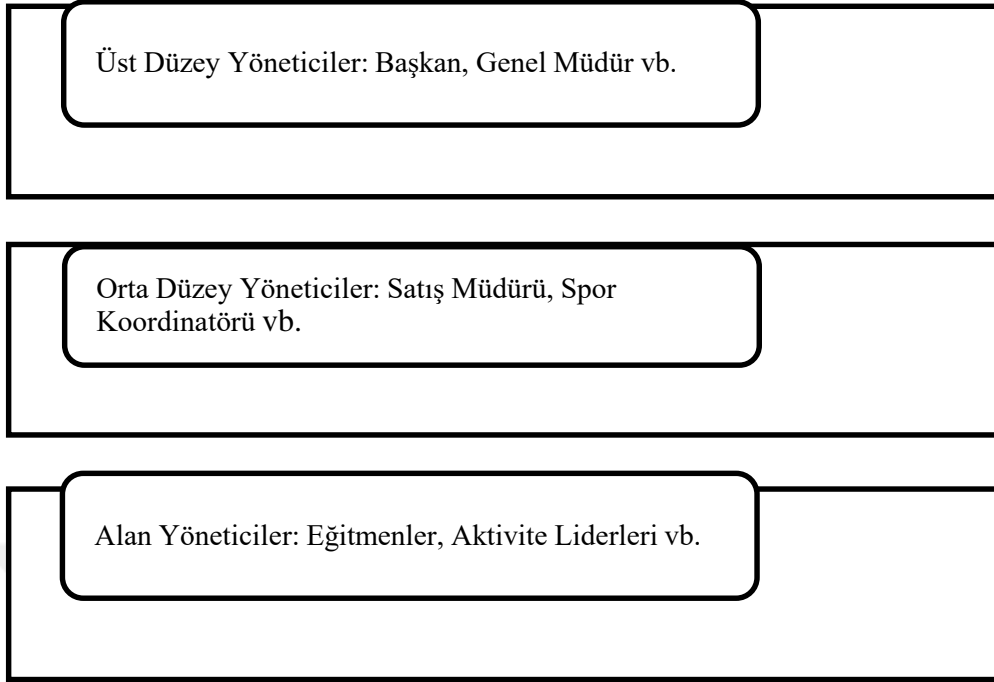
Örgütlenme, ideallerin ve amaçların gerçeğe dönüşmesini sağlamak amacıyla kullanılan bir yoldur. Rekreasyonda örgütlenmenin temel bir amacı kaliteli bir hizmet sunarak etkinliği başarıyla gerçekleştirmektir. Görevlerin, tüm görevliler tarafından anlaşılır, kabul edilir ve tanımlanmış olması en önemli unsurdur. Bütün çalışanlar görevlerini en iyi şekilde yerine getirmesi gerekmektedir. Böylelikle de müşteri memnuniyeti de sağlanabilmektedir (Watt, 1992).

Rekreasyon yönetiminde ise, aktivitelerin çok çeşitlilik göstermesi, her bireye göre aktivite olması nedeniyle örgütlenme aşamaları ihtiyaç haline gelmiştir. Bu aşamalar uygulanacak planın doğru ve başarılı yürütülmesi için birimlerde çalışılacak personelin yapacakları, sayısı ve niteliklerinin belirlenmesidir. Birimleri ayırma, rekreasyon yönetiminde örgütlenme fonksiyonunun en önemli ögesi olmaktadır.

“Program: Birim etkinliklerinin planı yapılması ve bölümlendirilmesidir. Yapılandırma ve Bakım: Bu bölüm “planlama-geliştirme” ile “parklar” ve “inşabakım” diye açıklanmaktadır. Özel Servisler (Hizmetler): Kaliteli alanları belirlemek için ayrılma işleminin yapılmasıdır. Kamplar, su servisleri, marinalar, stadyumlar, golf kursları, müzeler. Finans ve Muhasebe: Bütçe hesaplaması, finansal kayıtlar, diğer departmanların bütçe hesaplamaları için gereklidir. Personel: Hangi çalışanın, hangi departmanın, hangi çalışmayı gerçekleştireceğini belirleme aşamasıdır. Rekreasyon yöneticisinin belirlediği hedefler doğrultusunda organizasyonu oluşturma aşamasıdır (Köktaş, 2004).

Rekreasyon faaliyetlerinin yapılan işlerin ve birimlerin ayrılması, organizasyon için önemli bir unsurdur. Organizasyon şeması üst düzey, orta düzey ve alt düzey yöneticisi olarak aşağıda belirtilmiştir:

Rekreasyon daha geniş örgütlemeyi kapsamaktadır. Bu da animasyonun rekreasyonun bünyesindeki bir kısmı temsil etmektedir. Rekreasyon bir işletmedeki bütün boş zaman faaliyetlerini içine alır ve yönetimi ona göre yapılmaktadır. Rekreasyon faaliyetlerinde organizasyon şeması yukarıdaki gibi bölümlere ayrılırken, animasyon faaliyetlerinde organizasyon şeması, animasyon şefine bağlı olarak, çocuk animatörü, spor animatörü ve gösteri animatörü olarak kollara ayrılmakta, bunlarda kendi içinde bölünmektedir.



Şekil 2. 5. Rekreasyon Yönetiminde Yönetici Düzeyleri

Kaynak: Hurd, Barcelona ve Meldrum, (2008).

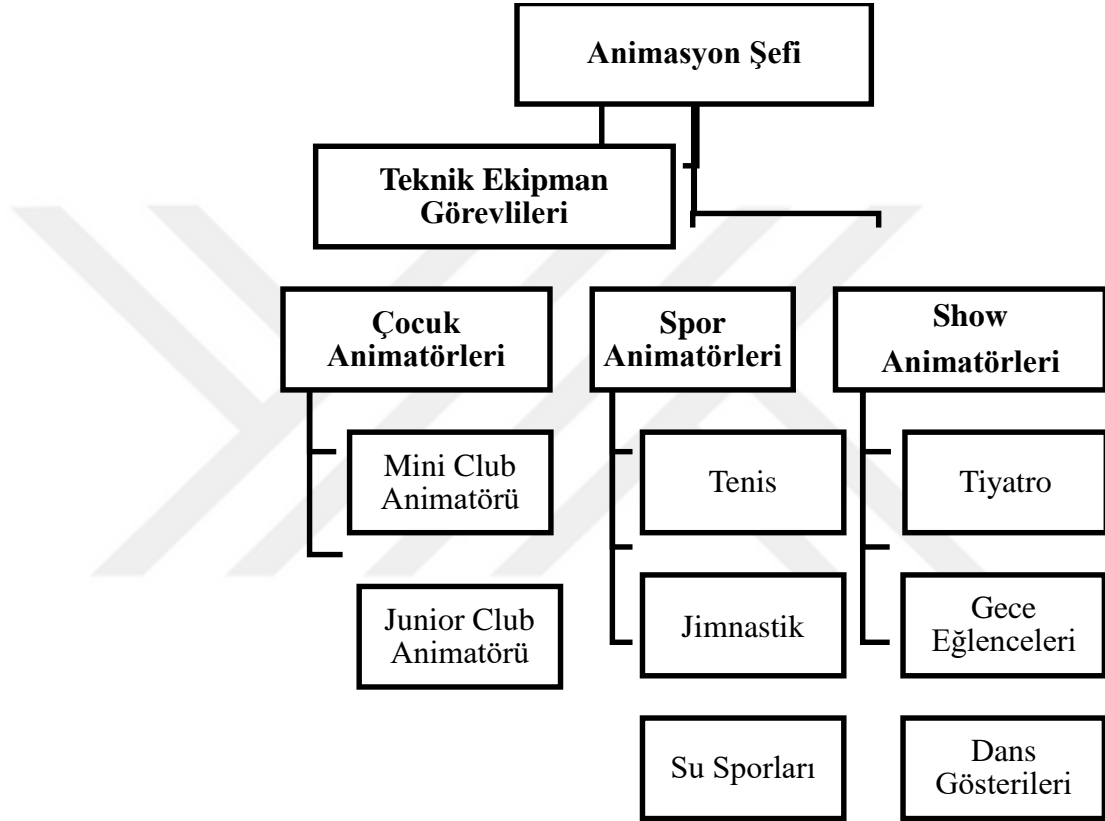
Hacıoğlu ve diğerleri (2003: 103), animasyon faaliyetleri organizasyon şemasını bu şekilde çizmektedir. Fakat her otelde animasyon etkinlikleri aynı şekilde uygulanmadığı için bu şema otelden otele farklılık göstermektedir.

Rekreasyon ve animasyon örgütlenme şemaları birbirinden farklı olurken, örgütlenme sürecindeki aşamaları birbirinden çokta ayrı kabul edilememektedir.

Rekreasyon ve animasyon hizmetlerinde örgütlenme süreci aşama sırasında (Hazar,1993: 73-74);

Rekreasyon ve animasyon hizmetleriyle, animasyonla ilgili yapılacak işlerin belirlenmesi, iş tanımları ve iş gereklerine uygun olarak; animasyon veya rekreasyon personelinin teknik, beşeri ve kavramsal yetenekler açısından taşınması gereken niteliklerinin ve sayılarının belirlenmesi, personelin görev ve sorumluluklarının, yetkilerinin, ilişki ve işbirliğine gireceği iş gruplarının, departmanların veya kuruluşların belirlenmesi, animasyon veya rekreasyon personelinin departman içi ast-üst ilişkilerinin, yatay ilişkilerin, fonksiyonel ilişkilerinin belirlenmesi, personelinin ilgili diğer departman personeli ile katılacakları komite toplantılarındaki görevlerinin

belirlenmesi, iş gereklerine uygun nitelikte ve yeterli sayıda personelin geçici ve devamlı statüde istihdam edilmesi, rekreasyon ve animasyon donatım araçlarının, yöntemlerin, animasyon veya rekreasyon istasyonlarının belirlenmesi ve temin edilmesi, bu aşamaya kadar gerçekleştirilen konularla ilgili dokümanların raporlanması (yazılı hale getirilmesi) ve gerekli makamlara sunulması olarak açıklanmaktadır. Rekreasyon ve animasyon uygulamaları, otelden otele farklılık gösterebildiği için, örgütlenme şekilleri de farklılık göstermektedir.



Şekil 2. 6. Animasyon Faaliyetlerinde Organizasyon Örgütlenme Şeması

2.10.4. Rekreasyon ve Animasyon Hizmetlerinin Koordinasyonu

Koordinasyon, organizasyonun farklı birimlerini birbirine bağlamak anlamına gelmektedir (Akat ve diğerleri, 1994). Modern zamanda büyüyen pazar ve kalabalıklaşan işletmeler, koordinasyon fonksiyonunun önemini arttırmaktadır. Koordinasyon fonksiyonunun düzgün işleyebilmesi için birtakım ilkeleri ön plana çıkarmaktadır.

Bu ilkeler (Dinçer ve Fidan, 2011; Hazar, 2009: 97) Koordinasyon sürekli bir işlem olarak düşünülmeli, sorumlu kişiler arasında doğrudan koordinasyon sağlanmalı

ve görev gereği birbiriyle ilgili kişiler, gruplar, bölümler arasında dolaysız görüşmeler yapılmalı, bu konuda enformel ilişkilerden en iyi şekilde yararlanılması sağlanmalıdır. Örgüt yapısı koordinasyona uygun olmalıdır. Koordinasyonun sağlanması ve sürekliliğinin devam etmesi için çalışanlar; zorlamaya dayalı koordinasyona gidilmemeli, gönüllü koordinasyon özendirilmelidir. Bunun iş içi ve iş dışı beşeri ilişkilerin canlandırılmasının olumlu sonuçlar yaratacağı dikkate alınmalıdır. Sorunların çözümünde sistem anlayışı içinde koordinasyondan yeteri kadar yararlanılmalıdır. Planlama yapılırken ve politikalar kararlaştırılırken iş birliği içerisinde olunmalı, planlar ve plan kapsamında yer alan programlar hazırlanırken, politikalar belirlenirken, plan, program ve politikalar sistem anlayışı içinde uyumlaştırılmalı ve koordinasyon sağlanmalıdır. Rekreasyon yönetiminde koordinasyon fonksiyonunda olabilecek aksilikler, iletişim hatalarına, iletişim hatası da bağlantıların kopmasına sebep olurken, gereğinden fazla yetersiz kontrol süreçlerine ve başarısız etkinliklere, bu da memnuniyetsiz kişilere sebep olmaktadır.

2.10.5. Rekreasyon ve Animasyon Hizmetlerinde Yönelme

Yönelme (yürütme), yöneticinin altında çalışanlarının faaliyetlerini yönlendirmesi ve onlara ne yapmaları gerektiğini bildiren faaliyettir. Yönelme bazı faaliyetlerden oluşmaktadır. Bunlar: emir, talimatlar, liderlik, faaliyetlerinin başlatılması, yürütülmesi çalışanların motive edilmesi ve güçlü iletişim diye sıralanabilir. Sıralanan faaliyetler göz önüne alındığında rekreasyon yönetimi açısından yönelme fonksiyonunun üst ve orta düzey yöneticilerin sorumluluğunda olduğu görülmektedir. Başarılı bir yönelme sisteminin oluşabilmesi için ise bazı durumların yerine getirilmesi zorunlu hale gelmektedir (Özgen ve diğerleri, 2005).

Rekreasyon ve animasyon hizmetlerinin yönelme fonksiyonunda dikkat edilecek hususlar: Fayol (2005) ve Hazar (2003: 80)'e göre; takım ruhunu gerçekleştirmek gerekmektedir. Karar alma ve uygulama sistemine işlerlik kazandırmak için etkili bir iletişim sistemi kurulmalıdır. Yönetici tek başına değil, ekibiyle başarıya ulaşabilmektedir. Yönetici, insanları araç olarak kullanmamalı, çünkü bu durum yöneticiliği zorlaştıran faktör olabilmektedir. Örgüt içindeki kişiler, içinde buldukları örgütün amaçlarına bağlı ve hizmet edici yönde hareket ederlerse, ancak başarı sağlanabilir. Ayrıca bireylerinde istek, arzu ve hedefleri de dikkate alınmalı ve ona göre bireyler motive edilebilmelidir. Örgüt içinde yer alan insanlar,

örgütten ayrı tek çalışmamalı, bunun yerine örgüt ile gruplar halinde çalışmalıdır. Bu durum da göz önüne alınarak bireyleri örgütten ayrı bağımsız ve tek düşünmek yerine, gruplar halinde düşünmek gerekir. Örneğin; iletişimde geri beslemenin sağlanması, iletişim kanallarının (yukarıdan aşağıya, aşağıdan yukarıya, yatay iletişim kanalları) iyi işlemesi, direktiflerin anlaşılır olması diye sıralanabilir. Personeli iyi tanımak gerekmektedir. İşletmenin biçimsel yapısı içinde hiyerarşik ilişkilerden kaynaklanabilecek olumsuzlukları azaltabilmek için biçimsel olmayan ilişkilerden en iyi şekilde yararlanılmalıdır. Yönetici, örgütün başarıya ulaşmasını ve kişilerden en yüksek verimi almak istiyorsa, örgütteki kişilerin özellik, yetenek ve niteliklerini çok iyi bilmesi ve yönlendirmeyi ona göre yapması gerekmektedir. Yazılı ve sözlü emirler kesin ve anlaşılır olmalıdır. Yazılı emirler, yasal belge olma niteliği taşır. Sözlü emirlerin süratli ve tam bir bilgi alış veriş potansiyeline sahip olma üstünlüğü vardır. Ancak, zihinde kalmama ihtimali sakınca yaratabilmektedir. Bu nedenle amaçlara uygun yazılı veya sözlü emir türü tercih edilmelidir. İş yerinde olumlu beşeri ilişkiler yaratılmalı ve takım ruhu her zaman canlı tutulmalıdır.

Yöneticinin, görevlerinden biri, örgüte uyumlu olmayan, kişiliği gelişmemiş, yaptığı işe saygısı olmayan ve işine sahip çıkmayan kişileri örgütten uzaklaştırmaktır. Görev ve sorumluluk üstlenemeyecek derecede yetersiz olanlar işletmelerde istihdam edilmemeli, çalışanların eğitim ihtiyaçları karşılanmalıdır. Yönetici çevresine örnek biri olmalıdır. Astların işine dikkat etmesi, özenli çalışması gibi durumların sağlanması için yöneticinin belli başlı niteliklere kendisinin sahip olması gerekmektedir.

Yönetimde danışma olması gerekmektedir. Yönetici her konuyu bilmeyebilir, gerekli durumlarda astların görüşlerine başvurabilir. Gerektiğinde yazılı ve sözlü raporlar alınmalıdır. Buna örnek önemli bir etkinlikten sonra veya uygun zamanlarda animasyon personelinin toplanarak değerlendirme yapması gösterilebilir. Personel müşteri ilişkilerine dayalı olarak elde edilen veriler değerlendirilmelidir. Verilen emirlerin sonuçları takip edilmeli, geri besleme sağlanmalı, emirlerin gerçekleştirilmeme ve başarısızlık nedenleri araştırılarak gerekli önlemler alınmalıdır.

Personelin yaptığı işleri takip etmeli ve denetimi sağlamalıdır. Yapılan iş için alınan kararların yapılıp yapılmadığını takip etmesi, hataları belirlemek üzere işi ve kişileri izlemesi gerektiğinin bilincinde olmalıdır. Yönetici aldığı kararların,

uyguladığı sistemin herkes tarafından benimsenip, yerine getirip getirmediğini kontrol etmek zorundadır. Yöneticinin başkalarına iş yaptırma gücü; sadece yetkilerinden değil, astlarının kendisine duyduğu sevgi ve saygı ve güvenden de kaynaklanmalıdır. Diğer bir deyişle yöneticiler liderlik vasıflarına sahip olmalıdır. Gerçekleştirebilecek emirler verilmeli, astların başaramayacağı emirler verilmemelidir. Emirler uygun zamanda verilmeli ve gereğinin yapılması için yeterli süre tanınmalıdır Animasyon personelinin, güdülenme, dayanışma, fedakârlık, verimli çalışma ruhu canlı tutulmalıdır. Animasyon personeli, kendilerini geliştirmeleri konusunda teşvik edilmelidir.

Bunların hepsi bir bütün olabilir ise, yönetici gerçekleştirdiği etkinliklerde başarısızlık şansını en aza indirmiş olur. Astların işlerini doğru yapabilmesi, yöneticilerinin doğru yönlendirmesi ile gerçekleşebilmektedir.

2.10.6. Rekreasyon ve Animasyon Hizmetlerinin Kontrolü

Yönetim sürecinin son aşaması kontrol (denetim) fonksiyonu oluşturmaktadır. Kontrol, hazırlanan planın ne kadar başarıya ulaştığının kanıtıdır. Bu açıdan kontrol; nereye ulaştığımızı ve nerede bulunduğumuzu belirlemeye yaramaktadır. Planlama ve kontrol fonksiyonu arasında sıkı bir ilişki bulunmaktadır. Amaçlar ve sonuçlar planlama ile belirlenirken, bu amaç ve sonuçlara ulaşıp, ulaşılmadığı kontrol sürecinde tespit edilmektedir. Kontrol, belirlenen amaçları gerçekleştirmek için sahip olunan kaynak, imkân, koşulların mevcut esas ve ilkelere uygun kullanılıp kullanılmadığını belirlemek, hata ve eksiklikler varsa bunların düzeltilmesini sağlamak için yapılan çalışmaların bütünüdür (Efil, 2002).

Rekreasyon veya animasyon faaliyetinde hata ve eksikleri önceden fark edebilmek için, kontrol çalışmaları şunlardır; (Köktaş, 2004): Rapor, Ölçüm, Doğrudan Gözlem, Personel Konferansları, Bağımsız Araştırmalar.

Kontrol çalışmaları için bunlar önemliyken, etkin bir animasyon ve rekreasyon faaliyetinin kontrolü için uyulması gereken kurallarda şunlardır: Kontrol tarafsız, esnek, anlaşılır ve demokratik olmalıdır. Kontrol sonuçları her zaman ileri götürmeli ve yeniden planlama için veri niteliği taşınmalıdır. Bunun içinde yol gösterici, düzeltici ve iş verimliliği artırıcı olması gerekmektedir. Animatörlerin başarı derecesi sadece müşteri anketlerine göre değil, görevleri esnasında gözlem yoluyla da belirlenmesi

gerekmektedir. Bu sebepten kontrolün uygun yer, zaman, yöntem ve değerlendirme ölçütleri ile yapılması gerekmektedir. Kontrol ayrıca animasyon ve rekreasyon hizmetlerinde planlama, organizasyon ve yöneltmenin ne derece başarılı olduğuna yönelik olmalıdır. Gerçekleştirilen animasyon veya rekreasyon faaliyeti sonunda, yapılan anket, gözlem yöntemleri, gerçekleştirilen programın ne kadar başarılı olduğu ve beğenildiği konusunda fikir verip, düzeltici önlemler alınmasına katkı sağlayabilmektedir (Hazar, 2009: 96).

Kontrol süreci sonunda bir değerlendirme yapılması gerekmektedir. Değerlendirmenin amacı belirlenen hedef ve amaçlara ulaşım ulaşılmadığının tespit edilmesi, rekreasyon ve animasyon hizmetlerinin sonuçlarının değerlendirilmesidir. Eğer ki hatalar var ise araştırılmalı ve bir daha aynı hatalar tekrar edilmemelidir.

3. BÖLÜM

OTEL İŞLETMELERİNDE REKREASYON VE BOŞ ZAMAN DEĞERLENDİRMELERİ: YÖNETİMSEL BİR YAKLAŞIM

3.1. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

3.1.1. Araştırma Metodolojisi

Veri toplama tekniği olarak, inceleme (survey) yönteminin kullanıldığı bu araştırmada veri toplama tekniği olarak anket seçilmiştir. Anket tekniği, araştırma konusunda ulaşılmak istenen verilerin somut ve sayısal sonuçlarının ortaya konulması için önemli bir veri toplama tekniği olarak görülmüştür (Kağıtçıbaşı, 2005). Anket formu, öngörülen yanıtlayıcıların otel yöneticileri olacağı göz önüne alınarak otel yöneticilerinin kullandığı sektörel terimlere yönelik olarak hazırlanmıştır.

Anket içeriği büyük ölçüde ilgili literatürde yapılan incelemeler sonucunda daha önceden kullanılan ölçeklerin değerlendirilmesiyle geliştirilmiştir. Daha önceden yapılan çalışmalarda kullanılan değişkenlerin tamamı ya da bir kısmının kullanılması sıkça rastlanan bir yöntemdir. Bu tercih özellikle daha önceden yapılmış, bir çalışmanın geçerlik ve güvenilirliğin kanıtlanmış olması sebebiyle yapılmaktadır (Yüksel ve Yüksel, 2004).

Veri toplanırken sadece literatürde yer alan çalışmalara başvurulmamıştır. Kavram ve literatür taramalarına ek olarak birçok otel yöneticisinin konu ile ilgili görüşlerine başvurulmuş, böyle bir çalışmada kullanılabilecek soru ve tasarım şekilleri irdelenmiştir. Bu tartışmalar ışığında araştırmanın otel yöneticiliği ve rekreasyon yönetimine yapacağı katkılar göz önüne alınarak anket sorularına son şekli verilmiştir.

3.1.2. Örneklem Belirlenmesi

Araştırma evreni, rekreasyon-animasyon hizmeti sunan konaklama işletmeleri yöneticilerini kapsamaktadır. Araştırmanın yapılmasında evrenin tamamına ulaşmak zaman ve kaynak yetersizliği nedeniyle mümkün olamamaktadır. Bu nedenle evreni temsil edebilecek ve evrenin parametrelerini taşıyan bir örneklem seçilmesi önerilen bir durumdur (Yüksel ve Yüksel, 2004). Anketi yanıtlayan örneklem özelliklerinin evreni temsil etmesi amacıyla anket ifadelerini değerlendiren yanıtlayıcılar gönüllü

otel yöneticilerinden seçilmiştir (Tekin, 2007). Evren-örneklem ilişkisinde örneklem seçimini etkileyen pek çok değişkenin bulunması dolayısıyla, örneklem sayısının hesaplanmasından ziyade uygun verinin elde edilebileceği büyüklüğe ulaşması gerektiği önerilmektedir (Yüksel ve Yüksel, 2004).

Araştırmada önerilen ilişki modelin test edilebilmesi için tasarlanan anketlerin yanıtlayıcıları, rekreasyon hizmetlerinin yoğun olarak uygulandığı ve turist tercihleri bakımından sahil oteli olarak nitelendirilen Ege ve Akdeniz Bölgesi otellerinin yöneticilerinden seçilmiştir. Bu yöneticiler arasında, rekreasyon ve animasyon faaliyetlerini organize ve kontrol yetkisine sahip eğlence müdürleri, halkla ilişkiler ve tanıtım sorumluları, animasyon yöneticileri ile insan kaynakları yöneticileri yer almaktadır.

Anketi yanıtlayan yöneticiler, birincil olarak rekreasyon hizmetlerinin yürütülmesi ve değerlendirilmesinden sorumludurlar. Bu hususun toplanacak veriye en üst düzeyde katkısı olacağı düşüncesiyle, beş turistik bölge araştırmanın veri toplama bölgesi olarak belirlenmiştir. Bu bölgeler sırasıyla Antalya, Marmaris, Bodrum, Kuşadası ve Çeşme'dir. Özellikle yanıtlayıcı dağılımının temsili yüksek oranda sağlanmasına yönelik olarak Antalya ilinde Belek, Kundu, Lara, Konyaaltı ve Kemer alt bölgeler olarak seçilmiştir.

Veri toplanacak işletmeler, beş yıldızlı otel, dört yıldızlı otel, üç yıldızlı otel ve butik otel işletmeleridir. Yanıtlama konusunda yöneticilere serbestlik ve gizlilik sağlanması açısından anket formlarının kendi-kendine cevaplama (self-response) tekniği önerilen bir yoldur (Mil, 2012). Örneklem listesinin olmaması, anket formunun sadece otellerdeki rekreasyon, animasyon ve eğlence yöneticileri tarafından doldurulması gibi nedenler, yanıtlayıcıların seçkisiz (random) olarak belirlenmesinin önüne geçebilmektedir. Bu nedenle amaca uygun örneklem (convenience) tekniği tercih edilmiştir.

3.1.3. Anket Formunun Düzenlenmesi

Araştırma analizlerinin yapılabilmesi için oluşturulan anket formunda yer alan soruların belirlenmesi için öncelikle ilgili literatür incelenmiştir. Yapılan çalışmalar içinde yer alan ve bu araştırmayla ilgili olabileceğine karar verilenlerden nicel veri toplamaya elverişli çalışmalar derlenmiş ve ağırlıklı olarak iki çalışmada kullanılan anket sorularından oluşturulan anket formu düzenlenmiştir. Bu çalışmalar Dinç'in

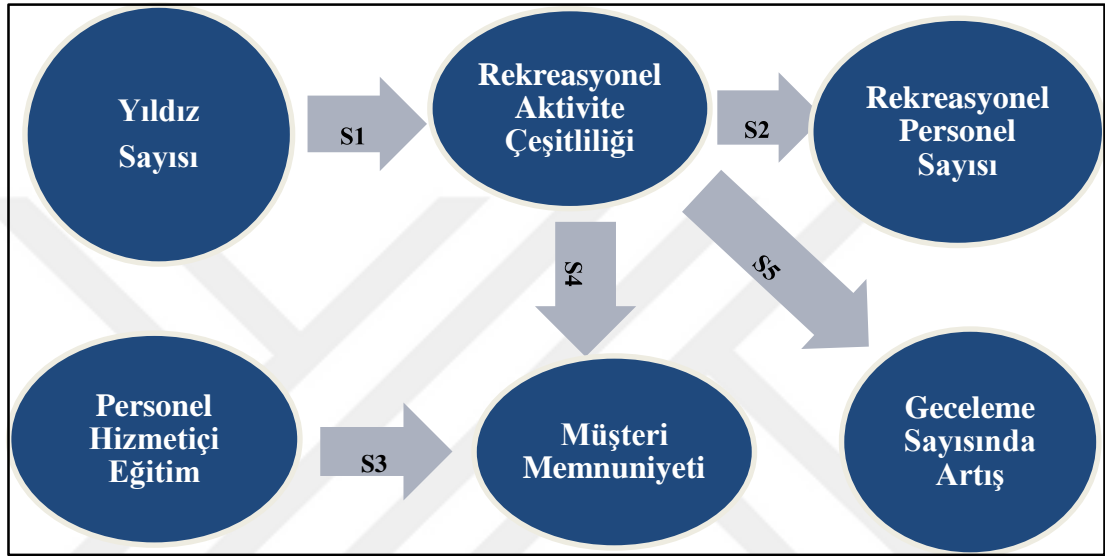
(1999) “Sayfiye Otel İşletmelerinde Boş Zaman ve Rekreasyon Faaliyetlerinin Hizmet Satışlarını Arttırmaya Yönelik Etkisi: Örnek Bir Çalışma” ve Yılmaz’ın (2007) “Rekreasyon Faaliyetlerinin Yönetim ve Organizasyonu “Antalya Bölgesindeki Beş Yıldızlı Otel İşletmelerine Yönelik Bir Uygulama” adlı çalışmalarıdır. Her iki çalışmada kullanılan veri toplama tekniğine ilişkin maddeler, bu araştırmanın anketini oluşturmaktadır (Dinç, 1999), (Yılmaz, 2007).

Anket formu hazırlanırken öncelikle ankete katılan yöneticilerin, faaliyetlerini yürüttükleri işletme türü, oda sayısı, işletmedeki yatak sayısı, işletmenin çalışma şekli, ortalama doluluk oranları, işletmeyi tercih eden turistlerin milliyetleri, turistlerin meslek grupları, işletmede konaklayan turistlerin ortalama geceleme süreleri gibi otel işletmesine ait bilgiler yer almaktadır. Otel işletmesinin kalite güvence sistemine sahip olup olmaması ve yanıtlayıcının eğitim durumu ile rekreasyon ile ilgili bir eğitim alıp almadığı soruları yansıtılmaktadır.

Anket formunun ikinci bölümünde yer alan sorular otel işletmelerinde rekreasyon ve boş zaman faaliyetleri ile ilgilidir. Burada rekreasyon faaliyetlerini yürüten ekibin işletme içinden mi yoksa işletme dışından mı sağlandığı, işletmede görev yapan rekreasyon ve eğlence ekibinin yaklaşık olarak kaç kişiden oluştuğu, otelde yapılan rekreasyon-animasyon faaliyetlerinin kimler tarafından belirlendiği ve bu faaliyetlerin belirlenmesinde hangi faktörlerin etkili olduğu gibi sorular yansıtılmaktadır. İşletmede sunulan aktivitelerin niteliklerini, rekreasyon ekibin hizmet içi eğitim verilip verilmediği, iş tanımı ve görev bölümünün öğrenilmesiyle rekreasyon aktivitelerinde iş verimliliğinin sağlanmasına ilişkin sorular anket formunun diğer soruları arasında yer almaktadır.

Yönetim fonksiyonlarından koordinasyonun rekreasyon ekibi açısından önemi ve denetimin kimin tarafından ve nasıl yapıldığı, animasyon aktivitelerinin hangi sıklıkta yapıldığı ve bu faaliyetlerin gerçekleştirilmesine neden olan faktörlerin önem sırasına ilişkin sorular, anket formunun rekreasyon operasyonlarıyla ilgili bölümünde şekillenmektedir. Rekreasyon aktivitelerinin bütçesinin nasıl belirlendiği ve bu bütçenin ihtiyaçları karşılama seviyesi, rekreasyon-animasyon hizmetleri için ayrılan alanların niteliği ile animasyon programları ve uygulayıcılarına ait bilgiler, sunulan hizmetin bütçeleme ve alan kullanımına ilişkin belirleyici sorularıdır.

Yanıtlayıcıların görev yaptıkları işletmelerde en fazla katılımcının hangi etkinlik bazında gerçekleştiği, işletmelerde yürütülen aktivite türleri, işletmede yürütülen rekreasyon-animasyon programlarının işletme gelirleri üzerinde etkilerinin olup olmadığı ve bu tür faaliyetlerin başarı ölçütlerinin sorulduğu sorular yanında müşteri memnuniyetinin sağlanıp sağlanamamasına ilişkin soruların yanında uygulanan animasyon programlarının müşteri geliş sıklığıyla ilişkisinin olup olmadığına ilişkin sorular anket formunun geri kalan maddeleri olarak belirlenmiştir.



Şekil 3. 1. Araştırma Modeli

Araştırma modeli oluşturulurken işletmenin yıldız sayısı, işletmelerde uygulanan rekreasyonel aktivite çeşitliliği, bu faaliyetlerde çalışan personel sayısı dikkate alınmaktadır. Rekreasyon hizmeti veren personelin hizmet içi eğitim almasıyla müşteri memnuniyeti ve rekreasyonel aktivite çeşitliliği ile müşteri memnuniyeti arasında ayrıca bir ilişki test edilmektedir. Son olarak işletmedeki aktivite sıklığı ve sayısının geceleme sayısında artış meydana getirip getirmediği, ayrı bir araştırma sorusu başlığı altında değerlendirilmektedir.

3.1.4. Araştırma Soruları

S1. Otel işletmelerinde yıldız sayısının artmasıyla rekreasyonel aktivite çeşitliliği artış göstermektedir.

Araştırma modelinin tanımlanmasında ölçekte yer alan değişkenler, birbirlerine etkileri bakımından dolaylı ve koşullu olması nedeniyle iki farklı kurgu içinde kullanılmıştır. Birinci ilişkisel kurguda aşamada otel işletmelerinde yıldız sayısı

ile o işletmede bulunan rekreasyon-animasyon aktivitelerinin niceliksel değerleri arasındaki bağlantı irdelenmektedir. Turizm endüstrisindeki işletme uygulamaları ve araştırma verisinin toplandığı bölgelere ait otellerin rekreasyon çalışanlarının örgütsel yapısı incelendiğinde, otel kuruluşlarının yıldız sayısındaki artışın, o işletmede gerçekleştirilen faaliyetleri de artırdığı bilinmektedir. Gerek işletmelerin yiyecek içecek ve eğlence hizmeti sunan birimlerinin sayısının fazla olması, gerekse yıldız sayısı fazla olan otellerin oda sayılarının da fazla olmaları nedeniyle, turistlerin farklı ülke ve bölgelerden gelmesi, “boş zaman değerlendirme” faaliyet ve motivasyonlarının çeşitlenme zorunluluğuyla karşılaşılmasına neden olabilmektedir. Buradan hareketle S1’de bu iki değişken arasında pozitif yönde bir ilişki olduğu öne sürülmektedir.

S2. Otel işletmelerinde rekreasyonel aktivite çeşitliliği arttıkça rekreasyon hizmetlerinde çalışan personel sayısı artış göstermektedir.

S2’de bahsedilen rekreasyonel aktivitelerin sayısındaki artışa bağlı olarak rekreasyon hizmetlerinde çalışan personel sayısında artış gözlenmesi gerektiği, ilk başlarda bir aritmetik problem olarak görünebilir. Oysa, bir rekreasyon ekibinin birden çok aktivite ve yerde faaliyet gösteriyor olması yalnızca sayısal bir problem olmaktan ziyade, yönetim fonksiyonlarından örgütlenme, yöneltme ve eşgüdüm aşamalarıyla yakından ilgilidir. Bu açıdan değerlendirildiğinde S2’de rekreasyonel aktivite sıklığı ve çeşitliliğinde artışın personel sayısı ile olan ilişkisi, önemli bir önerme olarak düşünülebilir.

S3. Otel işletmelerinde rekreasyon hizmetlerinde çalışan personele hizmet içi eğitim verilmesiyle müşteri memnuniyeti arasında ilişki vardır.

Rekreasyon hizmetlerinde çalışan personelin, otel müşterileriyle teması ve iletişim yoğunluğu, diğer departmanların ilişkisinden farklıdır. Klasik bir konaklama hizmetinin gerçekleştirilmesinde kurulan diyalog, sözlü ve/veya sözlü olmayan iletişimin kullanılması, vücut yönelimi, jest-mimik ve kelime seçimi gibi özellikler sınırlı olarak kullanılır. Örneğin otele giriş kaydı (check-in) sırasında müşteri (veya misafir) ile kurulan iletişimin standart operasyonel prosedürler açısından niteliği belirlidir. Ancak, rekreasyon hizmeti sunulurken müşteri ile kurulan iletişim boyutu çoğu zaman mahrem alana bile girmeyi gerektirecek ölçüde olabilir. Bu nedenle personelin hizmet içi eğitimlerle desteklenen operasyonel bilgisinin, rekreasyon

hizmeti alan otel müşterisinin memnuniyetini etkilemesi doğaldır. Bu nedenle S3’de otel işletmelerinde rekreasyon hizmetlerinde çalışan personele hizmet içi eğitim verilmesiyle müşteri memnuniyeti arasında ilişki sorgulanmaktadır.

S4. Otel işletmelerinde rekreasyonel aktivite çeşitliliği ile müşteri memnuniyeti arasında ilişki vardır.

Önceki araştırma sorularında ortaya atılan savlar ışığında, rekreasyonel aktivite sıklığı ve çeşitliliğinin müşteri memnuniyetini etkileyebileceği düşünülebilir. Bu nedenle S2’de önerilen otel işletmelerinde rekreasyonel aktivite çeşitliliği artmasının rekreasyon hizmetlerinde çalışan personel sayısı artışıyla ilişkili olduğu savına ek olarak otel işletmelerinde rekreasyonel aktivite çeşitliliği ile müşteri memnuniyeti arasında ilişki olduğunu test etmek amacıyla S4 ortaya atılmıştır. Neticede bir destinasyon veya konaklama işletmesini tercih eden müşterilerin (veya misafirlerin) memnuniyeti, kendilerine sunulan aktivite ve programların çeşitliliğine bağlı olabilir. Bu bağlılık sunulan eğlence-dinlendirme olanaklarının çeşitliliğiyle alakalı olabileceği gibi, hizmetin sıklığından da kaynaklanabilir.

S5. Otel işletmelerinde rekreasyonel aktivite çeşitliliği artışı geceleme süresinde artış meydana getirmektedir.

Bir otel işletmesinin karlılığını ve devamlılığını sağlayan birçok unsur yanında konukların geceleme sayısı, doğrudan sunulan imkânlarla bağlı olabilir. Otel müşterilerine sunulan imkânlar, o işletmeleri tercih edecek müşterileri doğrudan ilgilendirdiği için, rekreasyonel aktivite çeşidi ve sayısında meydana gelen artışın, müşterilerin geceleme süresine etkisinin olabileceği varsayımının ortaya atılması, bu düşünceyi sınamak için oluşturulmuştur.

3.1.5. Araştırma Kısıtları

Anket veri toplama yöntemi ve inceleme yöntemi araştırmanın yöntemsel kısıtlılıkları içinde yer almaktadır. Anketi yanıtlayan yöneticiler, birincil olarak rekreasyon hizmetlerinin yürütülmesi ve değerlendirilmesinden sorumludurlar. Bu hususun toplanacak veriye en üst düzeyde katkısı olacağı düşüncesiyle, beş turistik bölge araştırmanın veri toplama bölgesi olarak belirlenmiştir. Bu bölgeler sırasıyla Antalya, Marmaris, Bodrum, Kuşadası ve Çeşme’dir. Özellikle yanıtlayıcı dağılımının temsili yüksek oranda sağlanmasına yönelik olarak Antalya ilinde Belek, Kundu, Lara,

Konyaaltı ve Kemer alt bölgeler olarak seçilmiştir. Veri toplanacak işletmeler, beş yıldızlı otel, dört yıldızlı otel, üç yıldızlı otel ve butik otel işletmeleridir.

Araştırmanın amacı, Türkiye’de rekreasyon, animasyon ve boş zamanı değerlendirme faaliyetlerinin otel işletmelerinde yönetsel anlamda nasıl değerlendirildiği ve yönetim fonksiyonları içinde ne şekilde yer aldığını açıklamak, animasyon ve eğlence hizmetlerinin planlanması, bu faaliyetlerde çalışan personelin örgütlenmesi, işlerin yönlendirilmesi, koordinasyonu ve kontrolü aşamalarında otel yöneticilerinin rolünü ve karar verme süreçlerinde yer alıp almadıklarını ortaya koymaktır. Araştırma sadece beş yıldızlı otelleri değil, rekreasyon, animasyon ve eğlence hizmetleri sunan tüm otel işletmelerini kapsamaktadır. Bu nedenle sonuçların, rekreasyon, animasyon ve eğlence hizmeti sunan tüm otel işletmelerini genellemesi gerekmektedir.

Başka bir sınırlılık, kullanılan dilin sadece Türkçe olmasıdır. Gelecek çalışmalarda ana dili Türkçe olmayan katılımcıların kendi dillerine uygun soru formu hazırlanması gerektiği önerilmektedir. Araştırma kapsamında hiçbir müşteri formu doldurmuş, otelde konaklayan müşterilerin görüşleri dikkate alınmamıştır. Oysaki otel işletmelerinde satışların artması, müşteri memnuniyetiyle ilgilidir. İleri ki çalışmalarda rekreasyon, animasyon ve eğlence hizmetlerinin müşteriler üzerinde yarattığı etkinin ele alınması, araştırma için katkı sağlayacaktır.

4. BÖLÜM

ANALİZ VE BULGULAR

4.1 Araştırma Bulguları

4.1.1. Rekreasyon ve Animasyon Faaliyetlerine İlişkin Analiz ve Bulgular

Bu bölümde çalışma kapsamında elde edilen verilerin değerlendirme sonuçları yer almaktadır:

Tablo 4. 1 Otel İşletmelerinin Özelliklerine Göre Dağılımı

DEĞİŞKENLER	n	%	DEĞİŞKENLER	n	%
Şehir			Oda Sayısı		
Antalya	122	56.5	≤100	35	16.2
Çeşme	13	6.0	101-300	102	47.2
Kuşadası	41	19.0	301-500	56	26.0
Bodrum	22	10.2	≥501	23	10.6
Marmaris	18	8.3	Yatak Sayısı		
İşletme Türü			≤200	31	14.3
2 yıldız	5	2.3	201-500	93	43.1
3 yıldız	14	6.5	501-800	51	23.6
4 yıldız	76	35.2	≥801	41	19.0
5 yıldız	106	49.1	Çalışma Şekli		
Tatil köyü	11	5.1	Tüm Sezon	146	67.6
Pansiyon	4	1.9	Sezonluk	70	32.4
Otel Yöneticilerinin Rekreasyon Eğitimi Alma Durumu			Otel Yöneticilerinin Öğrenim Durumu		
Evet	39	18.1	İlköğretim	1	0.5
Hayır	173	80.1	Ortaöğretim	19	8.8
Kalite Belgesi Olma Durumu			Ön Lisans	44	20.4
Evet	158	73.1	Lisans	131	60.6
Hayır	57	26.4	Lisans Üstü	18	8.3

*Tabloda yer alan yüzdeler ve veriler katılımcı beyanına göre düzenlendiğinden, eksik veri içermektedir.

Çalışma kapsamına alınan illerin %56.5'i Antalya'da yer almaktadır. Çalışmamızın geri kalanını %19.0'u Kuşadası, %10.2'si Bodrum, %8.3'ü Marmaris ve %6.0'sı Çeşme olarak takip etmiştir. Tablo 4. 1. göre, araştırmadaki verileri değerlendirildiğinde çalışma kapsamındaki veri ağırlığının Antalya ili ve bağlı bölgelerinde olduğu görülmektedir. Bunu en önemli nedeni, Akdeniz çanağında Resort

tatil anlayışında rekreasyon-animasyon ve eğlence hizmetlerinin rekabet gücünün yüksek olmasıdır.

Çalışmada değerlendirilen işletmelerin yarıya yakını (%49.1) beş yıldızlı işletmelerden oluşmaktadır. Çalışmamızda yer alan diğer, otel işletmeleri, sırasıyla dört yıldızlı (%35.2), üç yıldızlı işletmeler (%6.5), tatil köyleri (%5.1), iki yıldızlı otel işletmeleri takip etmektedir (%2.3). İşletmelerin %47.2'si 101-300 arası odaya sahiptir. Bunu sırasıyla 301-500 arası odaya sahip olan işletmeler (%26.0), 100 ve daha az oda sayısına sahip olan işletmeler (%16.2), 501 ve daha fazla odaya sahip olan işletmeler (%10.6) takip etmektedir. İşletmeler yatak sayıları açısından değerlendirildiğinde yarıya yakını (%43.1) 201-500 yatağa sahipken bunu sırasıyla 501-800 yatağa sahip olan işletmeler (%23.6), 801 ve daha fazla odaya sahip olan işletmeler (%19.0) ve 200 ve daha az oda sayısına sahip olan işletmeler (%14.3) takip etmektedir.

İşletmelerin türüne bakıldığında ağırlıklı verilerin 5 yıldızlı otellerde toplanmasının iki ana nedeni olduğu düşünülmektedir. Bunlardan birincisi, rekreasyon-animasyon ve eğlence faaliyetlerinin yönetsel bazda en çok 5 yıldızlı otellerde dikkate alınıyor olmasıdır. Bu yüzden veri dağılımında, bu tür işletmelerin yoğunluğu yönetsel perspektifle doğal karşılanabilir. İkinci bir neden olarak, yerli ve yabancı turistlerin Antalya bölgesinde, genellikle, 5 yıldızlı otelleri tercih etmesi gösterilebilir. Öyle ki, bu işletmelerde yapılan rekreasyon-animasyon ve eğlence faaliyetler üst yönetimler tarafından planlara dahil edilmekle kalınmamış, buna mukabil bölge işletmeleri içinde deniz-kum-güneş üçlemesini tercih eden ziyaretçilere, eğlence oteli (işletmesi) olma avantajı sağlamaktadır.

İşletmelerin oda sayıları ile ilgili verilere bakıldığında, orta büyüklükte işletme yöneticilerinin oranının %70'lerin üzerinde olduğu verisine dayanarak yerli ve yabancı turist tercihinde rekreasyon-animasyon hizmetlerinin sunulduğu işletme türünün, ağırlıklı olarak 100-500 odaya sahip otel işletmeleri olduğu söylenebilir. Buradan hareketle, Türkiye'de rekreasyon-animasyon ve eğlence hizmetlerinin yönetsel açıdan önem verilen ve planlamalarda yer bulan işletmelerin 5 yıldızlı ve 100-500 oda kapasiteli işletmeler olduğu, analiz bulgularından hareketle söylenebilir.

Tablo 4.1' de görüldüğü üzere işletmelerin üçte ikisinden fazlası (%67.6) tüm sezon açık olarak çalışan işletmelerdir. Yoğun ve yorucu iş hayatı insanların boş

zamanlarını daha değerli hale getirdiği için, insanlarda yeni arayışlar içerisine girmişlerdir. Bu da spa, termal ve wellness tarzı otelleri ön plana çıkarmış, kış ve bahar aylarında daha sakin olan, tatil bölgeleri insanlar için daha cazip hale gelmiştir. İnsanlar kış aylarında bu otel işletmelerini tercih ederek, yeni bir anlayışın ortaya çıkmasına sebep olurken, işletmelerde insanların değişen tercihlerine ve yeni arayışlarına cevap verebilmek için otellerini tüm sezon açık bulundurmaktadır. Üçte birine yakını ise, (%32.4) sezonluk olarak çalışan işletmelerden oluşmaktadır. İşletmeler kalite belgelerine sahip olma durumu açısından incelendiğinde işletmelerin önemli bir bölümünün (%73.1) kalite belgesine sahip olduğu belirlenmiştir. Fakat ülkemizde turizmin çok önemli yere sahip olmasına rağmen hala kalite belgesi olmayan %26.5 işletmeler bulunmaktadır. Bu durum da otel işletmelerinin kalite yönünden eksikliklerinin olduğu sonucuna varılabilir.

Çalışmanın gerçekleştirildiği işletmelerde görev alan ve çalışma kapsamında işletmelerin animasyon, rekreasyon ve eğlence hizmetlerine ilişkin verilerin elde edildiği kişilerin eğitim durumları %60.6 Lisans, %20.4 ön lisans, %8.8 orta öğretim, %8.3 lisans üstü öğrenim düzeyine sahiptir. Otel işletmelerinde rekreasyon, animasyon ve eğlence hizmetlerinde çalışan kişilerin eğitim durumuna bakıldığında, işletmeler de ön lisans ve orta öğretim mezunlarının da görev aldıkları ortaya çıkmıştır. Ön lisans ve orta öğretim mezunlarının turizm sektöründe çalışıyor olmaları, verilen hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyeti için önemli bir etkidir. İşletmelerde çalışanların büyük oranı lisans mezunu olmasına rağmen, %80.0'i animasyon, rekreasyon ve eğlence hizmetlerine ilişkin eğitim almadıkları belirlenmiştir. Çalışmamızın yapıldığı otel işletmelerinde rekreasyon, animasyon ve eğlence hizmetlerine ilişkin eğitim almamaları oranının bu kadar yüksek olması ve ön lisans, orta öğretim mezunlarının olması, yapılan aktivitelerin kalitesini, müşteri memnuniyetini etkileyebileceği yönündedir.

Araştırma verileri değerlendirildiğinde, çalışma kapsamındaki, işletmelerde konaklayan müşterilerin yaş durumları, %48.6 ile 30-39 yaş arası müşteriler olarak belirlenmektedir. Bu sonuca bakıldığında, 30-39 yaş aralığı oranının yarıya yakın olması sebepleri, yoğun çalışma temposu, aileleriyle vakit geçirememesi, bu yaş aralığındaki insanların evli ve çocuklarının oluşu anket sonuçlarını etkilemiş olduğu düşünülmektedir. Bunu sırasıyla 40-49 yaş arası (%35.2), 21-29 yaş (%8.8), 50 yaş ve

üzeri (%7.4) müşteriler takip etmektedir. 50 yaş ve üzeri yaş aralığı sonuçlarına baktığımızda da, tatil yapma tercihlerinin çok düşük olduğu ortaya çıkmıştır.

Tablo 4. 2. Müşterilerin Özelliklerine Göre Dağılımı

DEĞİŞKENLER	n	%
Yaş		
21-29	19.0	8.8
30-39	105.0	48.6
40-49	76.0	35.2
≥50	16.0	7.4
Ortalama Geceleme Sayısı		
1-3 gece	3	1.4
4-7 gece	50	23.1
8-11 gece	89	41.2
12-15 gece	67	31.0
16 gece ve üstü	5	2.3
Meslek		
Serbest Meslek	99	45.8
Emekli	21	9.8
Öğrenci	9	4.2
İşçi-Memur	85	39.7

İşletmelerde konaklayan müşterilerin ortalama gün sayısı durumlarına bakıldığında, en çok 8-11 gece aralığı olarak %41.2 kaldıkları görülürken, bunun sebebi 30-39 yaş aralığında tatil yapan insanların olabileceği yönündedir. Bu kişiler aile ve çocuklarıyla tatil yapmak isteyen, yoğun iş hayatından bunalan, 8-11 gece aralığını tercih eden kişiler sonucuna ulaşılabilirliği yönündedir.

Bunu sırasıyla, 12-15 gece %31.0, 4-7 gece %23.1, 16 gece ve üstü %2.3 ve 1-3 gece arasında %1.4 takip etmektedir. Çalışmamız kapsamındaki işletmelerde konaklayan müşterilerin meslek gruplarına göre durumlarında, yarıya yakını serbest meslek (%45.8) olarak belirlenmiştir. Bunu sırasıyla işçi-memur (%39.7), emekli (%9.8) ve en az öğrenciler (%4.2) takip etmektedir. Serbest meslek çalışanlarının oranının yüksekliği, istedikleri zaman tatile çıkabilir ve gelir seviyelerinin yüksek olmasına bağlanabilmektedir. Ayrıca daha çok 30-39 yaş aralığındaki kişilerin tatil yapıyor oluşu, serbest meslek çalışanlarının oranının yarıya yakın çıkmasına neden olduğu düşünülmektedir.

Tablo 4. 3. Otel İşletmelerinin Rekreatif Faaliyetlerine Göre Dağılımı

DEĞİŞKENLER	n	%
Rekreasyon ve Animasyon Faaliyetlerini Düzenleyen		
Rekreasyon/Animasyon Şirketi	88	40.7
İşletme Tarafından	123	56.9
Sunulan Rekreasyon ve Animasyon Faaliyetlerinin Sıklığı		
Her gün	156	72.2
Gün Aşırı	24	11.1
Talep Olduğunda	11	5.1
Hafta Sonu	17	7.9
Sunulan Rekreasyon ve Animasyon Hizmetinin Belirlenme Kriterleri		
Standart	122	56.5
Ülkelere Özel	32	14.8
Demografik Yapıya Özel	57	26.4
Rekreasyon ve Animasyon Aktivitelerini Belirlemede Yönetimin Etkisi		
İşletme Yöneticisi	83	38.4
Rekreasyon Hizmetleri Yöneticisi	90	41.7
Rekreasyon Ekibi	24	11.1
Diğer	20	8.8
Rekreasyon ve Animasyon Faaliyetlerini Belirleyen Faktörler		
Rekreasyon Çalışanlarının Becerisi	49	22.7
Turist İstekleri	39	18.4
Yönetici İstekleri	19	8.8
İşletme Sahibinin İstekleri	17	7.9
Bütçe	88	40.7
Diğer	4	1.9
Rekreasyon ve Animasyon Faaliyetlerinin Bütçesini Belirleyen Kişi		
İşletme Yöneticisi	129	59.7
Rekreasyon Hizmetleri Yöneticisi	41	19.0
Rekreasyon Ekibi	26	12.0
Rekreasyon ve Animasyon Bütçesinin İhtiyaca Cevap Verme Durumu		
Evet	97	44.9
Kısmen	97	44.9
Hayır	21	9.7

Tablo 4. 3.' de Otel İşletmelerinin Rekreatif Faaliyetlerine Göre Dağılımı yer almaktadır. Çalışmamız kapsamındaki işletmelerin rekreasyon, animasyon ve eğlence faaliyetlerini düzenleyenler durumuna göre, %56.9'u rekreasyon, animasyon ve eğlence faaliyetlerini kendilerinin düzenlendiği sonucunu ortaya çıkarmaktadır. Bunun etkenleri olarak işletmelerin aktiviteler için ayırdığı bütçe, kalite ve denetim unsurlarının kendi elinde olup, müşteri memnuniyetini ve işletmeye geliş sıklığını arttırma amaçlarının olması gösterilebilmektedir. Birçok otel işletmesinin aslında rekreasyon, animasyon ve eğlence hizmetlerini kendi bünyesinde yapmayı tercih ettiklerini, dışardan şirketlerle de yarıya yakın %40.7'si faaliyetlerini rekreasyon ve

animasyon şirketi ile düzenledikleri sonucuna varılabilmektedir. Bazı işletmelerinde dışarıdan profesyonel ekiple çalıştıkları görülmektedir. Anketin uygulandığı işletmelerin rekreasyon, animasyon ve eğlence hizmetlerinin sıklık durumu ise, yarıdan fazlası her gün (%72.2) olarak belirlenmiştir. Buradan otele gelen misafirlerin, sadece deniz, kum, güneş için tatile gelmediklerini, eğlenmek, sosyalleşmek ve kendini yenilemek için tatil yaptıklarını, sonucuna varılabilmektedir. Bunun sonucunda da otellerde rekreasyon, animasyon ve eğlence hizmetleri ihtiyacı ortaya çıkmaktadır. İşletmelerin rekreasyon, animasyon ve eğlence aktivite programlarının niteliği kriterinin durumu, standart oranı %56.5 olarak belirlenmektedir. Otel işletmeleri genellikle programlarını, sezon başında planlayıp, standart olarak bütün sezon, tüm müşterilerine, o programı uygulamaktadırlar. Bunu da sırasıyla %26.4 Demografik yapı ve %14.8 ülkelere özel kriterler olarak takip etmektedir.

Tablo 4. 3.'de görüldüğü üzere, işletmelerde rekreasyon, animasyon ve eğlence hizmetleri aktivitelerini belirleyen faktörler durumu, %41.7 rekreasyon hizmetleri yöneticisi iken, işletme yöneticisi ise %38.4'tür, rekreasyon ekibi de %11.1 olarak belirlenmiştir. Bir çok otel işletmesinde rekreasyon hizmetleri yöneticisi, aktiviteleri belirlemektedir. İşletmeler bu konuda profesyonel kişilerle çalışmayı tercih etmektedirler. Çalışmamıza katılan işletmelerin rekreasyon, animasyon ve eğlence hizmetlerinin faaliyetlerini belirleyen en büyük faktör %40.7 bütçe olduğunu ortaya çıkmaktadır. Çünkü işletmeler de rekreasyon, animasyon ve eğlence hizmetlerinin kalitesi ve memnuniyeti için bütçenin en belirleyici etken olduğu sonucuna varılmaktadır. Bütçe ne kadar çok olursa işletmelerde, çeşitlilikte, kalitede ve memnuniyette artmaktadır. Bunu çalışanların becerisi %22.7, turist istekleri %18.4, yönetici istekleri %8.8 ve işletme sahibinin istekleri %7.9 olarak takip etmektedir.

Çalışma kapsamındaki işletmelerde bütçeyi belirleme yetkisi %59.7 işletme yöneticisinde olduğu belirlenmektedir. İşletmelerde ayrılan bütçenin ihtiyaçlara cevap verip, vermemesi ise, evet ve kısmen %44.9 eşit olarak belirlenmiştir. Yarıdan fazla otel işletmesinde bütçeyi belirleme yetkisi, işletme yöneticisinde olduğu analiz bulgularından hareketle söylenebilmektedir. Otel işletmelerinin bazılarında, kendi ekibiyle rekreasyon, animasyon ve eğlence hizmetlerini sunarken, sadece aktivitelere karar verme yetkisinin rekreasyon hizmetleri yönetiminde olması, işletmeleri aktivite anlamında olumsuz etkileyebilecek olduğu ortaya çıkmaktadır. Bütçe ve personel denetim konularında işletme yönetiminin söz sahibi olması, rekreasyon, animasyon ve

eğlence hizmetlerinde bütçe konusunda sorunlar yaşanabileceği ön görülmektedir. Özellikle bütçe konusunda oluşacak sorunlar, personeli sunulan hizmeti ve bunun sonucunda müşteriye de olumsuz etkileyebileceği düşünülmektedir.

Tablo 4. 4. Rekreasyon Ekibinde Çalışanların Özellikleri ve İşlerine Göre Dağılımı

DEĞİŞKENLER	n	%
Rekreasyon veya Animasyon Ekip Çalışanı Sayısı		
1-5	20	9.3
6-10	54	25.0
11-15	103	47.7
16-20	31	14.4
21 ve üstü	7	3.2
Rekreasyon ve Animasyon Ekibinin Hizmet İçi Eğitim Alma Durumu		
Evet	131	60.6
Hayır	82	39.4
Rekreasyon ve Animasyon Ekibinin İş Tanımı ve Görev Bölümü Durumu		
Evet	144	66.7
Hayır	69	31.9
Rekreasyon ve Animasyon Ekibinin Görev Paylaşımını Belirleyenler		
Rekreasyon Aktivite Yöneticisi	62	28.7
Aktivitelerin Birim Şefleri	48	22.2
Aktivite Ekibi Kendi Arasında	46	21.3
Rekreasyon ve Animasyon Ekibi İş Verimliliği Sağlama Yöntemleri		
Ödüllendirmeye	82	84.3
Cezayla	23	10.6
Ekip Koordinasyonu Sağlama Şekli		
Rekreasyon Aktivite Yöneticisi	55	25.5
Aktivitelerin Birim Şefleri	102	47.2
Aktivite Ekibi Kendi Arasında	38	17.6
Rekreasyon ve Animasyon Aktiviteleri ve Ekibin Denetimini Yapan Kişi		
İşletme Sahibi ve Yönetimi	78	36.1
Rekreasyon Aktivite Yöneticisi	66	30.6
Aktivitelerin Birim Şefleri	54	25.0
Rekreasyon ve Animasyon Programlarını Yapan Ekipler		
İşletmenin Animasyon Ekibi	95	44.0
İşletme Dışından Gelen Animasyon Ekibi	89	41.2
İşletmenin Çalıştığı Seyahat Acentasının Ekibi	20	9.3
Rekreasyon ve Animasyon Aktivitelerinin Personel Denetimi Nasıl Yapılmaktadır		
Aktivite şef yazılı rapor	76	35.2
Aktivite şef sözlü rapor	73	33.8
Rekreasyon aktivite yöneticisinin gözlemi	40	18.5

Tablo 4. 4.' de Rekreasyon Ekibinde Çalışanların Özellikleri ve İşlerine Göre Dağılımı yer almaktadır. İşletmelerde rekreasyon ve animasyon ekibinde çalışanlarının sayısı durumu, yarıya yakını 11-15 kişilik ekip %47.7 ile çalışmaktadır. Ekiplerin kalabalık olması, aktivite çeşitliliği ile paralellik izlemektedir. Ayrıca işletmeler kendi bünyesindeki rekreasyon, animasyon ve eğlence hizmetlerinde istihdam ettikleri ekiplerin etkinliğini artırarak, iç kaynaklardan daha fazla yararlanma imkanına sahip olmaktadır. Eleman sayısı 21 ve üstü olan ekipler %3.2 oranla, en az payı almaktadırlar. Bu sonuç bize Türkiye'deki otel işletmelerinin 21 ve üzeri kişi sayısı kadar personele ihtiyaç duyulacak aktivite yoğunluğunun olmadığı sonucunu vermektedir. Otel yönetimleri, rekreasyon, animasyon ve eğlence hizmetlerinde çalışan personelinin yarısından fazlasına (%60.6) hizmet içi eğitim veriyorken, işletmelerin %39.4 hizmet içi eğitim vermemektedir. Otel işletmelerinin olmazsa olmazı müşteri memnuniyeti kriteri olduğu söylenebilmektedir. Bu kriteri de en iyi şekilde sağlayacak olan, müşteri ile bire bir diyalog kuran çalışanlardır. Bu nedenle, kuruma bağlılık, birlikte hareket etme ve nitelikli personel otel işletmeleri için önemli bir unsur olmaktadır. Bunu da hizmet içi eğitimle gerçekleştirmek, hem sunulan hizmetin iyileştirilmesi hem de çalışan verimliliğinin artırılması açısından önem arz etmektedir. İşletmelerde rekreasyon, animasyon ve eğlence hizmet ekiplerinin iş tanımı ve görev bölümünün belirleniyor olması, araştırmaya katılan otel işletmelerinin %66.7'sini kapsamaktadır. Otel işletmelerindeki yoğun ve yorucu iş hayatı personel arasındaki iletişimi de etkilemektedir. Çalışanların iş yükünü, görev, sorumluluk ve yetkilerini net olarak biliyor olmaları, hizmette ortaya çıkabilecek sorunları en aza indirme konusunda belirgin üstünlük sağlamaktadır. Ancak buna rağmen çalışmamız kapsamındaki işletmelerin, üçte birine yakını (%31.9) iş tanımı ve görev bölümü yapmadıkları belirlenmektedir.

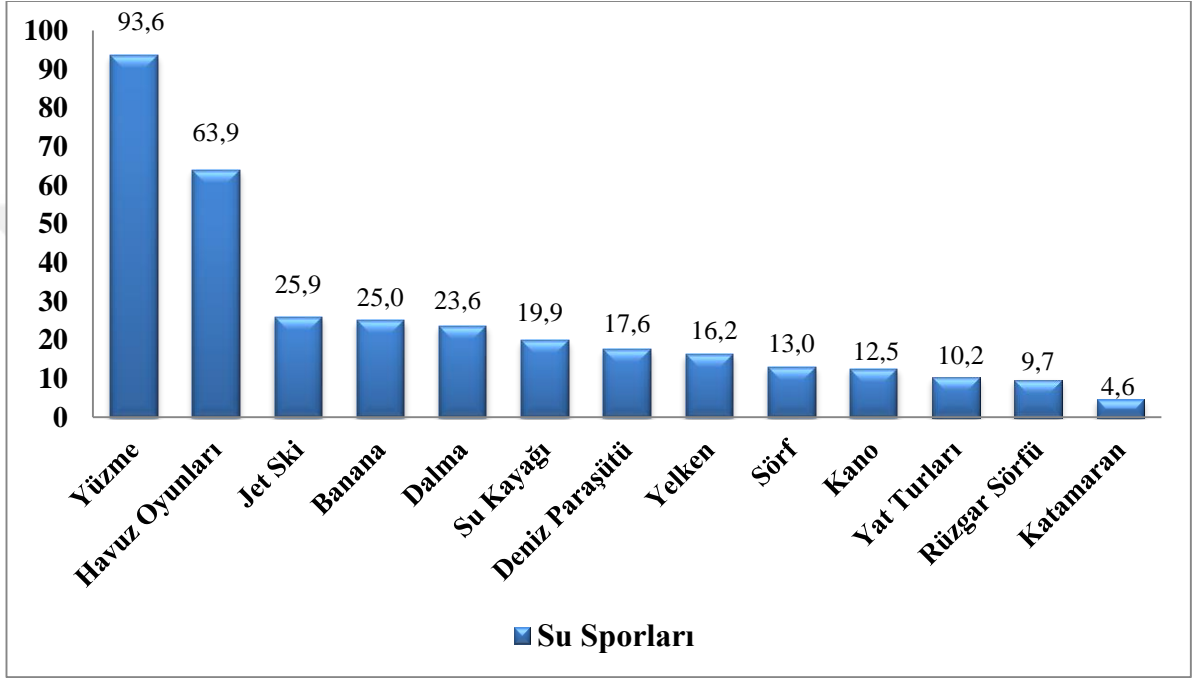
İşletmelerdeki rekreasyon, animasyon ve eğlence hizmetlerinin görev paylaşımını %28.7 aktivite yöneticisi belirlerken, diğerleri %22.2 aktivite şefi, %21.3 aktivite ekibi kendi arasında belirlemektedir. Aktiviteleri belirleyen kişi ile görev paylaşımını yapan kişinin aynı olmasına rağmen, denetimi işletme yönetiminin yapıyor olması, rekreasyon hizmet yöneticisinin, işletme yöneticisine bağlı olduğu sonucunu ortaya çıkarmaktadır. Buradan hareketle sunulan rekreasyon-animasyon ve eğlence hizmetlerinin, bir birimin iş yükünü ifade etmekten ziyade otel işletmelerinin

üst yönetimleri tarafından yönetim plan ve politikalarına dahil edildiği ve denetlendiği bir operasyon olarak nitelendirilmesi gerekmektedir. Bunun önemli bir sebebi, bölge işletmelerini talep eden turistlerin, otellerin fiziksel ve mimari yapılarının yanı sıra son yıllarda giderek önem kazanan yiyecek içecek hizmetleri ile birlikte rekreasyon-animasyon ve eğlence operasyonlarının da ayırt edici bir yönetsel işlev olduğu görülmektedir.

İşletmelerde rekreasyon, animasyon ve eğlence hizmetlerinin çalışanlarının iş verimliliği sonuçlarına göre, işletmelerin %84.3'ü ödüllendirme yöntemini kullanmaktadır. İşletmeler açısından ödüllendirme yöntemi, çalışanlar için, iş verimliliği ve performansı olumlu etkilemesi sebebiyle anlamlı hale gelmektedir. Çalışan motivasyonunu artırmada, iş görenlerin çabalarının performansa etkisi, gösterilen performansın ödüllendirme ile olan ilişkisi ve verilen ödülün iş gören açısından değer atfı motivasyon teorilerindeki üç temel göstergedir. Buradan hareketle ödüllendirme yaklaşımı, eğlence hizmetleri çalışanlarının performans etkinliğini artırma da gerek çalışan gerekse işletme açısından tercih edilebilir bilimsel bir yaklaşım olarak görülmektedir. Rekreasyon, animasyon ve eğlence hizmetlerinin aktivite ekibinin koordinasyonunu %47.2 ile aktivitelerin birim şefleri gerçekleştirmektedir. Çalışanlar arasındaki tüm koordinasyon, her aktivitenin başındaki şefler tarafından belirlenmektedir. Rekreasyon, animasyon ve eğlence hizmetleri ile ilgili belirleyici faktör rekreasyon aktivite yöneticisiyken, koordinasyonu sağlayan rekreasyon birim şefleri tarafından gerçekleştirilmektedir. Bunu sırasıyla rekreasyon aktivite yöneticisi %25.5 ve aktivite ekibi kendi arasında %17.6 takip etmiştir. Bu sonuçta hiyerarşik olarak, planın yöneticiler, uygulamanın ise, ekip liderleri tarafından koordine edildiğini göstermektedir.

Tablo 4. 4.' de görüldüğü üzere, çalışma kapsamındaki işletmelerin rekreasyon, animasyon ve eğlence hizmetlerinin personel denetimini yapan kişi en fazla oranla (%36.1) işletme sahibi ve yönetimidir. Bu sonuçtan hareketle koordinasyonu sağlayan birim şefleri olsa bile, denetim işletme yönetimi tarafından gerçekleştirilmektedir. İşletme sahibi ve yönetimini sırasıyla rekreasyon aktivite yöneticisi %30.6 ve aktivitelerin birim şefleri %25.0 takip etmektedir. İşletmelerdeki rekreasyon, animasyon ve eğlence hizmetlerinin programlarını yapan ekipler, %44.0 işletmenin kendi rekreasyon ve animasyon ekibi gerçekleştirmektedir. İşletmelerin yıldız sayısı ne olursa olsun, yine de kendi ekipleriyle çalışmayı tercih etmektedirler. İşletme dışından gelen (%41.2)

rekreasyon ve animasyon ekibi ve işletmenin (%9.3) çalıştığı seyahat acentasının ekibi olarak belirlenmektedir. İşletmelerdeki rekreasyon, animasyon ve eğlence hizmetleri personel denetimi ise, en fazla (%35.2) aktivite şeflerinin yazılı raporuyla, işletme yönetimine sunulurken, personelin denetimi sağlanmaktadır. Otel işletmeleri rekreasyon, animasyon ve eğlence hizmetleri ekipleri kendi bünyesinden olduğu için, denetimlerini de kendileri sağlamaktadır. Diğer bir denetim ise, %33.8 aktivite şeflerinin sözlü raporu olarak ortaya çıkmaktadır.

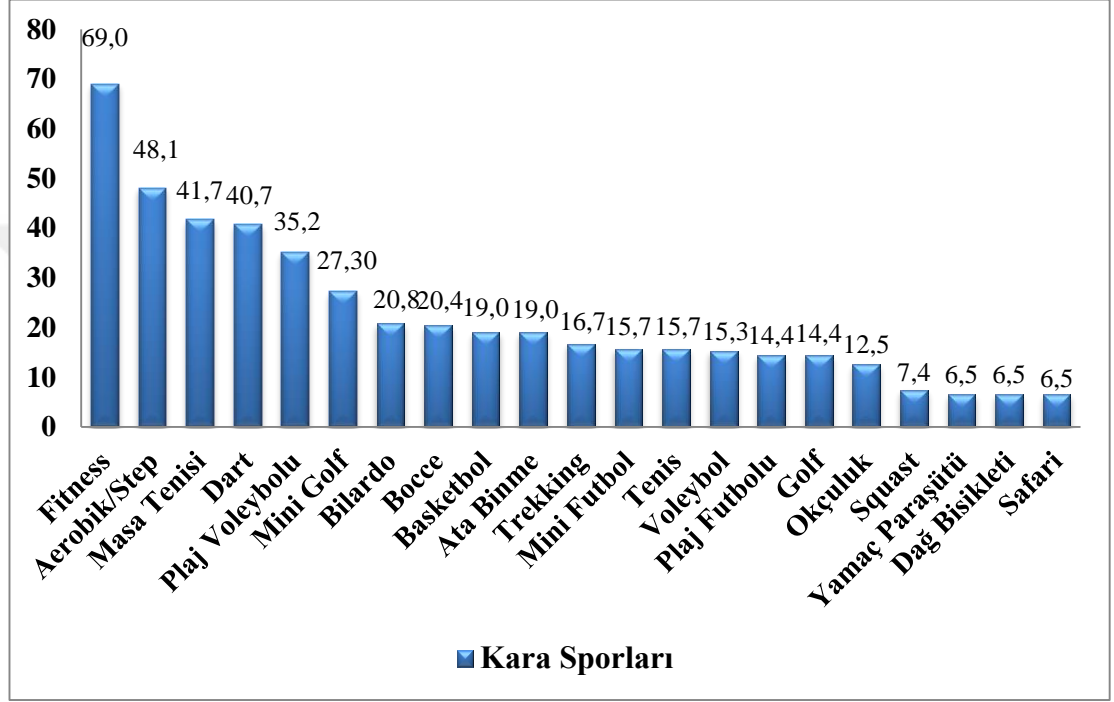


Şekil 4. 1. Otel İşletmelerinde Gerçekleştirilen Su Sporlarının Dağılımı

Şekil 4. 1.' de Otel İşletmelerinde Gerçekleştirilen Su Sporlarının Dağılımı yer almaktadır. Çalışmamızın kapsamındaki işletmelerin tamamına yakının rekreasyon, animasyon ve eğlence hizmetlerinden %93.6 yüzme sporu yapıldığı ortaya çıkmaktadır. Havuz tüm otel işletmelerinde rekreasyon, animasyon ve eğlence hizmetleri aktivitelerinde kullanılan ve müşterilerin bir oteli tercih etmedeki en büyük unsurlarının başında yer almaktadır. Bunu sırasıyla %63.9 havuz oyunları, %25.9 jet ski, %25.0 banana, %23.6 dalma, %19.9 su kayağı, %17.6 deniz paraşütü, %16.2 yelken, %13.0 sörf, %12.5 kano, %10.2 yat turları, %9.7 rüzgar sörfü takip etmektedir. Grafikten de anlaşılacağı gibi en son sırada ise, %4.6 katamaran sonucu ortaya çıkmaktadır.

Şekil 4. 2.' de Otel İşletmelerinde Gerçekleştirilen Kara Sporlarının Dağılımı yer almaktadır. Çalışmamızın kapsamındaki işletmelerin rekreasyon, animasyon ve

eğlence hizmetlerinden kara sporlarından %69.0 fitness olduğu belirlenmiştir. Bunu sırasıyla %48.1 aerobik/step, %41.7 masa tenisi, %40.7 dart, %35.2 plaj voleybolu, %27.3 mini golf, %20.8 bilardo, %20.4 bocce, %19.0 basketbol, %19.0 ata binme, %16.7 trekking, %15.7 mini futbol, %15.7 tenis, %15.3 voleybol, %14.4 plaj futbolu, %14.4 golf, %12.5 okçuluk, %7.4 squast takip etmiştir. Kara sporlarından %6.5 yamaç paraşütü, %6.5 dağ bisikleti ve %6.5 safari eşit olarak belirlenmiştir.



Şekil 4. 2. Otel İşletmelerinde Gerçekleştirilen Kara Sporlarının Dağılımı

Kara ve su sporlarındaki bu çeşitlilik rekreasyon, animasyon ve eğlence hizmetlerinin geniş yelpazede olması, her insanın boş zamanlarını değerlendirme tarzının farklı olması ile yakından ilişkilidir. Otel işletmeleri de bu durumun farkında olup, her kesime hitap etmesi gerektiğini unutmamalı, organizasyonlarını ona göre belirlemeleri gerekmektedir.

Tablo 4. 5.'da Otel İşletmelerinde Gerçekleştirilen Rekreasyon Faaliyetlerinin Dağılımı yer almaktadır. Çalışmamızın kapsamındaki işletmelerin sportif rekreasyon amaçlı alanların ilk sırasında %87.5'i yüzme havuzu, bunu % 61.6 fitness merkezi, %36.1 plaj voleybolu, % 31.0 tenis kortu, %22.2 mini golf, %20.8 voleybol sahası, %14.8 mini futbol ve basketbol sahası, %11.1squast kortu takip etmektedir. Yüzme havuzunun oranının yüksek olması, otellerde havuzun olması zorunluluğunu ortaya

çıkarmaktadır. İşletmelerdeki en fazla katılım sağlanan rekreasyon, animasyon ve eğlence hizmetlerinin aktiviteleri %33.3 su sporları, %24.5 kara sporları, %18.1 gösteri ve aktiviteleri, %12.0 çocuk rekreasyon aktiviteleri ve en son %8.8 kültürel aktiviteler olarak belirlenmektedir.

Tablo 4. 5.'te anket sonuçlarında görüldüğü üzere, işletmelerde müşterilere yönelik rekreasyon, animasyon ve eğlence hizmetlerinin ilk sırasında %65.3 havuz başı-plaj aktiviteleri, ikinci sırada %56.5 gece sahne şovları, üçüncü sırada ise, %34.3 çeşitli turnuvalar olarak belirlenmektedir. Anket cevaplarından da anlaşılıyor ki, otellerin en büyük çekici unsuru, havuz, su sporları ve havuz başı-plaj aktiviteleridir. Bu unsurun oteller tarafından, müşterilere daha cazip hale getirilmesi için çalışılması gerekmektedir. Otel işletmelerinde gece sahne şovları müşterilere yönelik yapılan aktiviteler arasında diğer bir çekici unsur olmaktadır. Çünkü akşamları otelde çıkmak istemeyen kişiler, gece şovlarını izlemek isteyebilmektedir. Başarılı ve eğlenceli gece şovlarının olması, müşteriyi memnun edecek önemli bir unsur olmaktadır. Havuz başı-plaj aktiviteleri ve gece sahne şovları otel işletmeleri tarafından çeşitlendirilmeli ve kaliteli personelle hizmet verilmesi gerekmektedir. Otel müşterileri eğlenmek, sosyalleşmek ve mutlu olabilmek için boş zamanlarında tatile giderler. Otellerdeki bu aktivitelerde bu sebeple, kişiler için önem arz etmektedir. İşletmelerdeki rekreasyon, animasyon ve eğlence hizmetlerinin, işletme gelirini artırma durumunda %76.9 hayır ile arttırmadığı olarak belirlenmektedir. Türkiye'deki otel işletmelerinde her şey dahil sistem ön planda olduğu için, rekreasyon, animasyon ve eğlence hizmetlerinin işletmenin gelir artırma durumuna etkisi olmadığı sonuçları ortaya çıkmaktadır. Rekreasyon, animasyon ve eğlence hizmetlerinin, işletmelerdeki başarı ölçütü olarak müşteri sayısındaki artış %59.7 iken, müşteri memnuniyeti %30.6 olarak belirlenmektedir. Bu da kişilerin tatil zamanlarında kalacakları odadan, yemekten çok nasıl eğlenecekleri kriterine dikkat etmeleri gerektiği, gerçeğini ortaya koymaktadır. Rekreasyon, animasyon ve eğlence hizmetlerindeki çeşitlilik, başarılı organizasyon, satışları attırırken, müşteri memnuniyetini de beraberinde getirmektedir.

Tablo 4. 5. Otel İşletmelerinde Gerçekleştirilen Rekreasyon Faaliyetlerinin Dağılımı

DEĞİŞKENLER	n	%
İşletmelerde Bulunan Sportif Rekreasyon Amaçlı Alanlar		
Yüzme Havuzu	189	87.5
Fitness Merkezi	133	61.6
Tenis Kortu	67	31.0
Squash Kortu	24	11.1
Basketbol Sahası	32	14.8
Voleybol Sahası	45	20.8
Mini Futbol	32	14.8
Mini Golf	48	22.2
Plaj Voleybolu	78	36.1
İşletmelerde En Fazla Katılım Sağlanan Rekreasyon ve Animasyon Aktiviteleri		
Su Sporları	72	33.3
Kara Sporları	53	24.5
Gösteri Ve Aktiviteleri	39	18.1
Kültürel Aktiviteler	19	8.8
Çocuk Rekreasyon Aktiviteleri	26	12.0
Müşterilere Yönelik Rekreasyon ve Animasyon Programları		
Gece Sahne	122	56.5
Havuz başı Ve Plaj Aktiviteleri	141	65.3
Jeep Gezintileri	20	9.3
Günübirlik Yakın Çevre Gezileri	45	20.8
Tekne Turları	48	22.2
Yaratıcılık Faaliyetleri (El İşleri vb)	60	27.8
Çeşitli Turnuvalar (Tavla, Golf vb.)	74	34.3
Rekreasyon ve Animasyon Programlarını İşletme Gelirini Arttırma Durumu		
Evet	50	23.1
Hayır	166	76.9
Rekreasyon ve Animasyon Faaliyetlerinin Başarı Ölçütü		
Müşteri Memnuniyeti	66	30.6
Müşteri Sayısındaki Artış	129	59.7
İşletme Yönetiminin Memnuniyeti	9	4.2

Tablo 4. 6. Otel İşletmelerinde Gerçekleştirilen Rekreasyon Faaliyetlerinin Müşteriler Üzerine Etkisi

DEĞİŞKENLER	n	%
Rekreasyon ve Animasyon Faaliyetleriyle İlgili Geri Bildirim Alma Durumu		
Evet	105	48.6
Kısmen	87	40.3
Hayır	23	10.6
Rekreasyon ve Animasyon Faaliyetlerinin Müşteriler Tarafından Beğenilme Durumu		
Evet	173	80.1
Hayır	43	19.9
Rekreasyon ve Animasyon Faaliyetlerinden Müşterilerin Tatmin Olma Durumu		
Evet	160	74.1
Hayır	55	25.5
Rekreasyon ve Animasyon Faaliyetlerinden Müşterilerin Geliş Sıklıklarına Etki Etme Durumu		
Evet	143	66.2
Hayır	72	33.3
Rekreasyon ve Animasyon Faaliyetlerinin Müşterilerin Geceleme Sayısını Arttırma Durumu		
Evet	107	49.5
Hayır	109	50.5

Tablo 4. 6.' de Otel İşletmelerinde Gerçekleştirilen Rekreasyon Faaliyetlerinin Müşteriler Üzerine Etkisi yer almaktadır. İşletmelerdeki rekreasyon, animasyon ve eğlence hizmetleri faaliyetleriyle ilgili geri bildirim alma durumu, %48.6 evet olarak belirlenmektedir. İşletmelerin yarıya yakını geri bildirim olarak müşterilerin isteklerine ve şikâyetlerine ona göre cevap vermektedirler. İşletmelerdeki rekreasyon, animasyon ve eğlence hizmetlerinin faaliyetlerinin müşteriler tarafından beğenilme durumu, %80.1 evet iken, %19.9 hayır olarak belirlenmiştir. Otellerde gerçekleşen rekreasyon-animasyon ve eğlence hizmetlerinin beğenilme ve tatminkar oranının yüksek olması, Türkiye'deki otellerin bu konuda başarılı olduklarını göstermektedir. İşletmelerdeki rekreasyon, animasyon ve eğlence hizmetleri faaliyetlerinin %74.1'nin tatminkar olduğu belirlenmektedir.

Çalışmamız kapsamındaki işletmelerin rekreasyon, animasyon ve eğlence hizmetlerinin faaliyetleri müşterilerin geliş durumlarını etkilediği %66.2 olarak belirlenmektedir. Otel işletmelerindeki aktivitelerin müşteri tarafından beğenilmesi,

müşterilerin geliş sıklıklarını etkilemektedir, çünkü rekreasyon-animasyon ve eğlence hizmetleri müşterilerin otel tercihlerinde önemli bir faktördür. Rekreasyon, animasyon ve eğlence hizmetlerinin faaliyetleri müşterilerin geceleme süresini artırma durumu,%50.5 hayır olarak belirlenmiştir. Ancak evet oranı da % 49.5 olarak belirlendiği için etkileyip etkilemediği konusunda çok büyük farklar görülmektedir.

4.1.2. Araştırma Modeli Sonuçları

Tablo 4. 7. Araştırma Modeli Sonuçları

SORU NO	SORULAR	SONUÇ
S1.	Otel işletmelerinde yıldız sayısının artmasıyla rekreasyonel aktivite çeşitliliği artış göstermektedir.	Otel işletmelerinde yıldız sayısının artmasıyla rekreasyonel aktivite çeşitliliğinin arttığı görülmüştür.
S2.	Otel işletmelerinde rekreasyonel aktivite çeşitliliği arttıkça rekreasyon hizmetlerinde çalışan personel sayısı artış göstermektedir.	Otel işletmelerinde rekreasyonel aktivite çeşitliliği arttıkça rekreasyon hizmetlerinde çalışan personel sayısı artış görülmüştür.
S3.	Otel işletmelerinde rekreasyon hizmetlerinde çalışan personele hizmet içi eğitim verilmesiyle müşteri memnuniyeti arasında ilişki vardır.	Otel işletmelerinde rekreasyon hizmetlerinde çalışan personele hizmet içi eğitim verilmesiyle müşteri memnuniyeti arasında ilişki olduğu ortaya çıkmıştır.
S4.	Otel işletmelerinde rekreasyonel aktivite çeşitliliği ile müşteri memnuniyeti arasında ilişki vardır.	Otel işletmelerinde rekreasyonel aktivite çeşitliliği ile müşteri memnuniyeti arasında ilişki olduğu görülmüştür.
S5.	Otel işletmelerinde rekreasyonel aktivite çeşitliliği artışı geceleme süresinde artış meydana getirmektedir.	Otel işletmelerinde rekreasyonel aktivite çeşitliliği artışı geceleme süresinde artış olmadığı sonucu ortaya çıkmıştır.

S1. Otel işletmelerinde yıldız sayısının artmasıyla rekreasyonel aktivite çeşitliliği arttığı görülmüştür.

Araştırma modelinin ölçekte yer alan değişkenlere göre, yıldız sayısının fazla olması, rekreasyon, animasyon ve eğlence hizmetlerinin çeşitliliğinin fazla olacağı sonucunu ortaya çıkarmıştır. Yıldız sayısının çok olması, oda sayısının da fazla olmasını gerektirmektedir. Oda sayısının fazla olması, otelde farklı ülkelerden gelen misafir çeşitliliğini de arttırmaktadır. İnsanlar boş zamanlarını kendi beğeni ve zevklerine göre değerlendirdikleri için otellerde yapılan rekreasyon, animasyon ve

eğlence hizmetleri de farklı ülkelerden gelen, farklı boş zaman değerlendirme faaliyetlerine katılan misafirlerine farklı alternatifler sunmak zorunda kalmaktadır.

2 yıldızlı ve 3 yıldızlı otellerde gerçekleştirilen rekreasyon, animasyon ve eğlence hizmetlerinin kısıtlı olması, araştırmanın anketlerini bu otellere az sayıda uygulanmasına neden olmuştur. Tablo 4.1. Araştırma anketinin 4 yıldız ve 5 yıldız otellerde daha fazla yapılması, rekreasyon, animasyon ve eğlence hizmetlerinin daha çeşitli olması ayrıca rekreasyon ve animasyon yönetimlerinin bu otellerde daha çok uygulanmasından kaynaklanmaktadır.

Şekil 4. 1.'de su sporları dağılımı da göz önüne alınarak, maliyeti düşük olan yüzme havuzu ve havuz oyunlarının hemen hemen her otelde bulunduğu sonucu ortaya çıkmaktadır. Su sporlarında maliyet yükseldikçe, çeşitlilik artmaktadır. Kara sporları içinde aynı durum geçerli olmaktadır. Fitness/aerobik, masa tenisi, dart, plaj voleybolu maliyeti en düşük etkinlikler anket sonuçlarının başında yer almaktadır.

Tüm sonuçlara bakıldığında S1'de iki değişken arası pozitif yönde bir ilişki olduğu sonucuna varılmaktadır.

S2. Otel işletmelerinde rekreasyonel aktivite çeşitliliği arttıkça rekreasyon hizmetlerinde çalışan personel sayısı artış görülmüştür.

S2'de bahsedilen rekreasyonel aktivitelerin sayısındaki artışa bağlı olarak rekreasyon hizmetlerinde çalışan personel sayısında artış gözlenmesi gerektiği, ilk başlarda bir aritmetik problem olarak görünebilir. Oysa, bir rekreasyon ekibinin birden çok aktivite ve yerde faaliyet gösteriyor olması yalnızca sayısal bir problem olmaktan ziyade, yönetim fonksiyonlarından örgütlenme, yöneltme ve eşgüdüm aşamalarıyla yakından ilgilidir.

Tablo 4. 4. sonuçlarına baktığımızda rekreasyon, animasyon ve eğlence hizmetlerinde çalışan personel sayısı 6 ile 20 kişi arasında değişmektedir. Bu sonuçlardan anlaşılıyor ki aktivite çeşitliliği ile çalışan personel sayısı arasında doğru orantı bulunmaktadır. Başarılı bir etkinlik gerçekleştirmek, doğru bir yönetim ve personelin doğru yönlendirilmesi ile gerçekleşmektedir.

S3. Otel işletmelerinde rekreasyon hizmetlerinde çalışan personele hizmet içi eğitim verilmesiyle müşteri memnuniyeti arasında ilişki olduğu ortaya çıkmıştır.

Tablo 4. 4. sonuçlarına bakıldığında araştırmamıza katılan otellerin %60'ı hizmet içi eğitim verdikleri sonucu ortaya çıkmaktadır. Hizmet içi eğitimin ne kadar önemli olduğu da oranın yüksek olmasından anlaşılmaktadır. Müşteri memnuniyetinin sağlanması, müşteri sayısındaki artışı da etkilemektedir. Bu nedenle personelin hizmet içi eğitimlerle desteklenen operasyonel bilgisinin, rekreasyon hizmeti alan otel müşterisinin memnuniyetini etkilemesi sonucunu ortaya çıkarmaktadır.

S4. Otel işletmelerinde rekreasyonel aktivite çeşitliliği ile müşteri memnuniyeti arasında ilişki olduğu görülmüştür.

Önceki araştırma sorularında ortaya atılan savlar ışığında, rekreasyonel aktivite sıklığı ve çeşitliliğinin müşteri memnuniyetini etkileyebileceği düşünülebilir. Bu nedenle S2'de önerilen otel işletmelerinde rekreasyonel aktivite çeşitliliği artmasının rekreasyon hizmetlerinde çalışan personel sayısı artışıyla ilişkili olduğu savına ek olarak otel işletmelerinde rekreasyonel aktivite çeşitliliği ile müşteri memnuniyeti arasında ilişki olduğunu test etmek amacıyla S4 ortaya atılmıştır. Neticede bir destinasyon veya konaklama işletmesini tercih eden müşterilerin (veya misafirlerin) memnuniyeti, kendilerine sunulan aktivite ve programların çeşitliliğine bağlı olabilir. Bu bağlılık sunulan eğlence-dinlendirme olanaklarının çeşitliliğiyle alakalı olabileceği gibi, hizmetin sıklığından da kaynaklanabilir. Araştırmanın sonuçlarından Tablo 4. 3. bakıldığında aktivite sıklığı sorusunun her gün cevabının yarıdan fazla çıkması S4 savımızı desteklemektedir. Bu da otel işletmelerinde rekreasyon, animasyon ve eğlence hizmetlerine olan ilginin ve talebin ne kadar çok olduğunu göstermektedir.

S5. Otel işletmelerinde rekreasyonel aktivite çeşitliliği artışı geceleme süresinde artış olmadığı sonucunu ortaya çıkarmıştır.

Bir otel işletmesinin karlılığını ve devamlılığını sağlayan birçok unsur yanında konukların geceleme sayısı, doğrudan sunulan imkânlarla bağlı olabilir. Otel müşterilerine sunulan imkânlar, o işletmeleri tercih edecek müşterileri doğrudan ilgilendirdiği için, rekreasyonel aktivite çeşidi ve sayısında meydana gelen artışın, müşterilerin geceleme süresine etkisinin olabileceği varsayımı, araştırmanın sonuçlarına bakıldığında %50.5 geceleme sayısında artış olmadığı sonucu ortaya

çıkarmaktadır. Ancak arttırır, sonucuyla arasında çok fazla fark olmaması (%49.5) bazı otel işletmelerinde arttırdığı sonucuna varılabilmektedir.



5. BÖLÜM

SONUÇ VE ÖNERİLER

5.1. Sonuç ve Öneriler

İnsanlar boş zamanı değerlendirmek, sorunlardan uzaklaşmak, ruhen ve bedenen yenilenmek için çeşitli aktivitelere katılmaktadırlar. Keyif almak ve yenilenmek için yapılan aktiviteler, kişilerin sosyalleşmesini, insanlar arasında sağlıklı iletişim kurmasını ve kişinin hayata karşı pozitif bakmasını da beraberinde getirmektedir.

Günümüz yaşantısında teknolojinin gelişmesi, kentleşme, nüfus artışı, tüketici tercihlerinin değişmesi, eğitim ve kültür seviyesinin yükselmesi, ayrıca rekreasyon, turizm kavramlarının yaygınlaşması, boş zamanları değerlendirme konusunda önce kişileri, daha sonra toplumları etkilemiştir. Bu etkilenmenin sonucunda insanlar yeni arayışlar içerisine girerken. Özel ve kamu sektörleri de bu arayışlara cevap verebilmek için, yeni alternatifler geliştirmişlerdir.

Rekreasyon ve turizmde bu alternatiflerin başında gelmektedir. İnsanların dinlenme, yenilenme ve gezip görme ihtiyaçlarını kapsayan, her ne kadar birbirinden farklı olsa da aslında birbirinden ayrılmayan iki faaliyet alanı olarak rekreasyon ve turizm karşımıza çıkmaktadır. Turizmin bir rekreasyon faaliyeti olmasına rağmen, otel işletmelerinde rekreasyon faaliyetlerinin, animasyon olarak algılanması bir kavram kargaşasını da ortaya çıkarması ile yönetim ve organizasyonunda da sorunlar yaşanabilmektedir.

Rekreasyon ve turizmin birbirinden ayrılmaması, otel işletmelerinde rekreasyon-animasyon ve eğlence hizmetlerinin faaliyetlerini bünyelerinde buldurmasına sebep olmuştur. Otel işletmelerinde müşteri memnuniyeti sağlamak, devamlılığı oluşturmak ve mevcut satışları artırmak sebepleriyle, rekreasyon-animasyon ve eğlence hizmetleri faaliyetleri, otel işletmelerinde önemli birer unsur haline gelmiştir. Otel işletmeleri için önemli bir yere sahip olan rekreasyon-animasyon ve eğlence hizmetleri faaliyetlerinin, belirlenen amaç ve hedeflere ulaşabilmesi için de yönetim ve organizasyon analizi doğru yapılmalı ve ona göre hazırlanmalıdır.

Bu çalışmada otel işletmelerindeki rekreasyon, animasyon ve eğlence hizmetlerinin otel yönetim kademelerindeki yerinin belirlenmesi ile anlam

kargaşasının ortadan kaldırılması, çalışan personelin yetki ve etkilerinin belirlenmesi ile yönetim ve organizasyon analiz bulguları ortaya konmuştur. Otel işletmelerinde gelen misafirlerin sadece konaklama ve yeme-içme ihtiyaçlarının karşılanması yeterli olmadığından, en önemli ihtiyacı olan dinlenme, kendini iyi hissetme ve boş zamanlarını değerlendirme fonksiyonlarının da olması gerekirken, bu ihtiyacı karşılayabilmek için, doğru bir rekreasyon faaliyeti yönetimine, su sporlarının, kara sporlarının, gece showlarının, animasyon etkinliklerinin ve çocuk aktiviteleri organizasyonlarının, misafirleri memnun edecek şekilde planlaması gerekmektedir. Çünkü rekreasyon-animasyon ve eğlence hizmetleri doğru kullanılır ise, satış gelirleri artarken, müşteri geliş sıklıkları da fazlalaşmaktadır. Müşterilerin geliş sıklıkları artması sebebiyle, otellerin bütün yıl boyunca açık kalma zorunluluğu oluşmaktadır. Otel işletmelerinde rekreasyon-animasyon ve eğlence hizmetlerinin sunulmasının en temel nedeni, mevcut satışları artırmak ve müşteri memnuniyeti sağlamak olduğu yapılan bu çalışmanın anket sonuçlarıyla ortaya konmuştur.

Anket sonuçlarından, otel işletmelerinin rekreasyon, animasyon ve eğlence hizmetlerinin faaliyetlerini belirleme ile ekibin görev paylaşımını belirleyen rekreasyon aktivite yöneticisi iken, personelin arasındaki koordinasyonu sağlayanlar aktivite birim şefleridir. Otel işletmelerinin rekreasyon, animasyon ve eğlence hizmetleri faaliyetlerini işletmenin kendi tarafından düzenlenmesi, faaliyetlerin programlarını gerçekleştirenin, işletmenin kendi animasyon ekibinin olması, personel ve bütçe denetimini yine işletme yönetiminin yapması, rekreasyon, animasyon ve eğlence hizmetleri yönetiminin, otelin işletme yönetimine bağlı olduğu anlaşılmaktadır.

Elde edilen veriler sonucunda otel işletmelerinde yıldız sayısının artmasıyla aktivite çeşitliliği arttığından, müşteri beklentisi de yüksek olacağından, müşteri memnuniyeti göz ardı edilmemelidir. Müşteri memnuniyeti sağlamak için, öncelikle eğitilmiş personel ve iş verimliliği artışı içinde ödüllendirme yöntemini benimseyen işletmelerin olması gerekmektedir. İşletmeler rekreasyon-animasyon ve eğlence hizmetleri faaliyetlerini kendi bünyelerinde gerçekleştiriyorlarsa hizmet içi eğitime önem vermeleri, dışardan rekreasyon şirketi ile çalışıyorsa, işletme ve diğer personel ile entegreyi en iyi şekilde gerçekleştirmeleri gerekmektedir. İşletmelerin rekreasyon ve animasyon aktivitelerinin niteliklerinin standart olması, kaliteyi etkileyebileceği için ara sıra sıradanlıktan uzaklaşıp, demografik özellikler dikkate alınıp,

değiştirilmesi gerekmektedir. Satışların artırılması, müşteri memnuniyeti ve kaliteli hizmet için rekreasyon ve animasyon aktivitelerini belirleyen kişinin rekreasyon hizmet yöneticisi olması önemli bir unsurdur. Otel işletmelerindeki rekreasyon-animasyon ve eğlence hizmetlerinin denetimi de rekreasyon hizmetleri yönetici tarafından gerçekleştirilmesi, daha etkili sonuçları ortaya çıkarabileceğinden, denetimi de onların yapması gerekmektedir. Bunun içinde bu yöneticilerin rekreasyon eğitimi almaları zorunlu hale getirilmelidir. Otel işletmelerinde rekreasyon-animasyon ve eğlence hizmetlerinin kalitesi için bütçenin ihtiyaçlara cevap vermesi gerekli bir şarttır. Otel işletmelerindeki yıldız sayısının çok olması, aktivite çeşitliliğini ortaya çıkarıyorsa, rekreasyon-animasyon ve eğlence hizmetlerine ayrılan bütçenin de yeterli olması gerekmektedir. Rekreasyon-animasyon ve eğlence hizmetlerinden geri bildirim alma durumlarına daha fazla önem verilmesi gerekmektedir. Müşterilerin beklenti, istek ve şikâyetleri dikkate alınmalı, ona göre anketler oluşturulmalıdır. Otel işletmelerindeki rekreasyon yönetim ve organizasyonu, planlama, örgütleme, koordinasyon, yöneltme ve kontrolü en üstten, en alta doğru herkesi kapsayacak şekilde oluşturulmalıdır. Rekreasyon, animasyondur, anlayışından uzaklaşılmalı ve animasyonu rekreasyonun bir kolu olarak kabul edilmesi sağlanmalıdır. Tatile gidilen destinasyonu tanımak amaçlı, daha fazla şehir ve kültür turları düzenleyip, bunun içinde şehirdeki acentalarla işbirliği sağlanması gerekli olduğu önerisi sunulabilmektedir.

5.2. Tartışma

Türkiye'deki otel işletmelerinde her şey dâhil sistemin etkinliğini arttırmaya ve değişen tüketici isteklerini karşılama amacıyla rekreasyon, animasyon ve eğlence hizmetlerine daha fazla önem verilmesi, bu hizmetleri çekici bir unsur haline getirmek ve bu sayede turistlerin otel işletmelerinde daha uzun süre zaman geçirmelerini sağlamaktır. Son yıllarda artan farklı tatil arayışları, hizmet çeşidi ve kaliteyi artırma düşüncesi otel işletmelerinde rekreasyon, animasyon ve eğlence hizmetlerinde yönetim planlama zorunluluğunu ortaya çıkarırken rekreasyon, animasyon ve eğlence hizmetlerinde yönetim organizasyon önem kazanmakta, başarılı aktiviteler gerçekleştirebilmek için bir zorunluluk halini almaktadır.

Araştırma kapsamında Ege ve Akdeniz bölgesindeki otel yöneticileri alınmıştır. Bunun nedeni, rekreasyon, animasyon ve eğlence hizmetlerinin buradaki

oteller tarafından uygulanması ve turistlerin çoğunlukla tatil yapmak için bu bölgeleri tercih etmesidir. Özellikle otel yoğunluğundan ve yanıtlayıcı dağılımının temsili yüksek oranda olması nedeniyle Antalya ili ilk sırayı almaktadır. İşletme türü oranlarına bakılınca, 5 yıldızlı otellerin fazla olması rekreasyon, animasyon ve eğlence hizmetlerinin bu işletmelerde uygulanması ve çeşitliliğin fazla olmasından dolayı anket çalışması yüksek oranda 5 yıldızlı otellerde yapılmıştır. Tablo 4.1 incelendiğinde de Türkiye’de rekreasyon animasyon ve eğlence hizmetlerinin yönetsel açıdan önem verilen ve planlamalarda yer bulan işletmelerin 5 yıldızlı ve 100-500 oda kapasiteli olduğu anlaşılmaktadır. Rekreasyon, animasyon ve eğlence hizmetleri ile ilgili araştırmalarda otel işletmelerinin tüm sezon açık olma oranı yüksek çıkmaktadır. Bu da ülkemizdeki otel işletmelerinin büyük çoğunluğunun her mevsim hizmet verdiği sonucunu ortaya çıkarmaktadır

Çalışma kapsamına alınan yöneticilerin, rekreasyon eğitimi alıp almadığı ile ilgili anket sorusunun cevabında yarıdan fazlasının rekreasyon eğitimi almadığı sonucuna ulaşılmaktadır. Yılmaz (2007: 85), rekreasyon faaliyetlerinin yönetim ve organizasyonu “Antalya Bölgesindeki Beş Yıldızlı Otel İşletmelerine Yönelik Bir Uygulama” başlıklı araştırmasında ise, otel yöneticilerinin rekreasyon eğitimi alma durumlarının yarıdan fazlasının rekreasyon eğitimi aldığı sonucu ortaya çıkması, bu çalışmayla tezat bir durumu ortaya koymaktadır. Bu iki çalışmanın dışında, Saygın (1999: 50) “I. Sınıf Tatil Köylerindeki Sportif Rekreasyon/Animasyon Programları, Tesisleri ve Uygulamaları” çalışmasında okulda eğitim alanların oranı %13.3 çıkması bu çalışmayı desteklemektedir. Aynı çalışmada eğitimi özel kurslarda alanlarının oranının yüksek olması, rekreasyon, animasyon ve eğlence hizmetlerini gerçekleştiren kişilerin büyük çoğunluğunun lisans düzeyinde eğitim almadıkları gerçeğini de ortaya koymaktadır. Otel yöneticilerinin büyük çoğunluğu lisans mezunu iken, rekreasyon, animasyon ve eğlence hizmetlerindeki yöneticilerin çoğunun lisans mezunu olmaması, otel işletmelerinin rekreasyon, animasyon ve eğlence hizmetlerinin yönetim kademelerindeki kişilerin öğrenimlerine dikkat edilmediği sonucunu ortaya çıkarmaktadır.

Bu çalışmada elde edilen sonuçlara göre, otel işletmelerinde gerçekleşen rekreasyon, animasyon ve eğlence hizmetlerinin düzenlenmesi işletme tarafından gerçekleştirilmektedir. Rekreasyon ve animasyon programlarını yapan ekipler de yine işletmenin animasyon ekibi sonucunu ortaya çıkarmaktadır. Aktivitelerin

belirlenmesinde en büyük etken bütçe iken, bütçeyi de belirleyen işletme yöneticisidir. Bu departmanda çalışan personelinde denetlenme yetkisi yine işletme yönetici tarafından yapılmaktadır. Otel işletmelerinde rekreasyon, animasyon ve eğlence hizmetleri yönetiminin işletmeye bağlı olduğu sonucu analiz sonuçlarından anlaşılmaktadır. Rekreasyon, animasyon ve eğlence hizmetlerinde aktivitelerin belirlenmesi sorumluluğu ve görev paylaşım yetkisi rekreasyon aktivite yöneticisi tarafından yapılmaktadır. Görev dağılımı rekreasyon yöneticisi tarafından yapılırken, denetimin işletme yönetimi tarafından yapılması, yönetim kademesinin en üstünde işletme yöneticisinin olduğunu gösterirken, rekreasyon aktivite yönetici daha orta kademelerde yer almaktadır. Ekip koordinasyonunu belirlemede aktivitelerin birim şefleri tarafından sağlanmaktadır. Rekreasyon örgütleme şemasında en üstte yöneticiler, orta kademede koordinatörler, en altta aktivite şefleri yer alırken uygulamada bu şema daha farklı oluşmaktadır. Üst kademe işletme yöneticisi, orta kademe rekreasyon aktivite yöneticisi, en altta aktivite şefleri durumu ortaya çıkmaktadır. Rekreasyon, animasyon ve eğlence hizmetleri çalışanlarının iş verimliliği birçok otelde ödüllendirme yöntemiyle olmaktadır.

Araştırmamıza göre, Şekil 4. 1. ve Şekil 4. 2.' ye bakıldığında su sporları ve kara sporları dağılımında maliyet arttıkça sporların o işletmede gerçekleştirilme oranlarının düştüğü görülmektedir. Bu da maliyetle alakalı bir durum olduğu için, maliyeti yüksek sporlar otel işletmelerinde daha az gerçekleşmektedir. Yüzme havuzunun her otelde olması ve havuz oyunlarına katılımın yüksek olması maliyeti az olan yüzme havuzunun otellerin olmazsa olmazı durumunda olmaktadır. Boyacı ve Aktaş (1991: 15-18) çalışmasında Antalya yöresine gelen yabancı turistlerin ziyaret amaçlarına bakıldığında 1. sırada eğlence, 2. sırada spor, 3. sırada sağlık, 4. sırada alışveriş, 5. sırada kültür, 6. sırada güneş-kum ve deniz yer almaktadır.

Rekreasyon, animasyon ve eğlence hizmetlerinin başarı ölçütü müşteri sayısındaki artış olurken, aktivitelerin işletme gelirlerini arttırmadığı sonucu bir tezatlık yaratmaktadır. Doorn (1982: 116-119), otel işletmelerindeki rekreasyon aktivitelerinin, turistlerin otelde kalış süresini etkilediğini ve rekreasyon aktivitelerinin bu artış için önemli bir faktör olduğunu savunmuştur. Ancak bu çalışma sonuçlarına göre aktiviteler geliş sıklıklarını etkilerken, müşterilerin geceleme sayısını arttırmamaktadır sonucuna ulaşılmaktadır. (Mısırlı, 2001: 173), otel işletmelerindeki misafirler özel oldukları duygusuna kapılmadan önce sunulan hizmeti almaktadırlar.

Bu şekilde sunulan hizmet, misafirlerin o işletmeyi hatırlamasını ve tekrar dönme güdüsünü sağlayamamaktadır. Fakat profesyonel anlamda sunulacak bir hizmet güçlü bir yönetim ve tüm bölümlerin koordinasyon içinde çalışması, müşterilerin beklentilerini aşan hizmetler sunulması önemli bir etken olmaktadır.

5.3 Araştırmanın Geleceğe Katkısı

Bu çalışmayla elde edilen sonuçların ilerleyen zamanlarda işletmelerinde animasyon-eğlence ve rekreasyon hizmeti veren otel işletmelerinin rekreasyon faaliyetlerini planlama, uygulama, eşgüdümleme, denetleme ve kontrol etme aşamalarında yardımcı olacağı düşünülmektedir. Diğer taraftan bu çalışma Antalya, Marmaris, Bodrum, Kuşadası ve Çeşme’de yer alan ve çalışma kapsamına alınan 216 otel yöneticisinden elde edilen cevaplarla sınırlıdır. Dolayısıyla gelecekte daha geniş bir örnekleme ve farklı işletmelerle benzer bir çalışmanın yapılması, hem elde edilen sonuçların geçerliliğini arttıracak hem de otel işletmelerinin rekreasyon, animasyon ve eğlence hizmetlerinin yönetimine ilişkin daha fazla bilgi sahibi olmalarına olanak tanıyacaktır.

EKLER

EK 1: Anket Formu

Değerli Katılımcı,

Otel işletmelerinde hizmet çeşitlendirmesi kapsamında sunulan veya önerilen rekreasyon faaliyetlerinin, işletme açısından değerlendirilmeleri ve otel yönetim kademelerindeki yerinin ortaya konması amacıyla gerçekleştirdiğimiz yüksek lisans çalışması kapsamında aşağıdaki görüşme formuna vereceğiniz bilgiler tamamen bilimsel amaçlı kullanılacak olup cevaplayanlar gizli tutulacaktır. Katkılarınızdan dolayı şimdiden teşekkür ederiz.

Yrd. Doç. Dr. Burak Mil-Gülşah Dalkılıç

1. Otel İşletmesine İlişkin Genel Bilgiler

İşletmenizin Türü	
İşletmenizdeki Oda Sayısı	
İşletmenizdeki Yatak Sayısı	
İşletmenizin Çalışma Şekli	
İşletmenizin ortalama oda doluluk oranı	2016 %... 2015 %... 2014 %...
İşletmenize gelen müşterileri ülkelerine göre sıralayınız	1. 2. 3. 4. 5. 6.
İşletmenizde konaklayan müşterilerin yaş grupları	() 20 yaş ve altı () 21-29 yaş () 30-39 yaş () 40-49 yaş () 50 yaş ve üzeri
İşletmenizde konaklayan müşterilerin meslek grupları	() Serbest Meslek () Emekli () Öğrenci () İşçi ve Memur () Diğer...
İşletmenizde konaklayan müşterilerin ortalama geceleme süresi	() 1-3 gün () 4-7 gün () 8-11 gün () 12-15 gün () 16 gün ve üstü
Tesisiniz kalite güvence belgesine sahip mi?	() Evet () Hayır
Eğitim durumunuz nedir?	() İlköğretim () Lise () Ön Lisans () Lisans () Lisansüstü
Rekreasyonla ilgili eğitim aldınız mı?	() Evet () Hayır

2. Otel İşletmelerinin Rekreasyon-Animasyon ve Eğlence Hizmetleri Faaliyetleriyle İlgili Bilgiler:

1. İşletmenizde rekreasyon veya animasyon faaliyetleri nasıl yapılmaktadır?

() Rekreasyon/ animasyon şirketi bünyesinde () Otel bünyesinde

2. İşletmenizdeki rekreasyon veya animasyon aktivite ekibiniz kaç kişiden oluşmaktadır? () 1-5 () 6-10 () 11-15 () 16-20 () 21

3. İşletmenizdeki rekreatif veya animasyon aktivitelerini kimler belirlemektedir?
() Tesis Yönetimi () Rekreasyon aktiviteleri yönetimi
() Rekreasyon aktivite ekibi () Diğer...
4. Rekreasyon veya animasyon programlarında yer alan faaliyet ve aktivitelerin neler olacağını belirlemede hangi faktörler etkili olmaktadır?
() Rekreatif aktivite personelinin becerisi () Bütçe () Tesis Sahibinin istekleri
() Turistlerin istekleri () Yöneticinin istekleri () Diğer...
5. Sunduğunuz rekreasyonel veya animasyon aktivite programlarının nitelikleri nasıldır?
() Standart () Ülkelere Özel () Turistin Demografik yapısına göre () Diğer...
6. Rekreasyon veya animasyon aktivite ekibine faaliyetlerle ilgili hizmet içi eğitim veriyor musunuz? () Evet () Hayır
7. Rekreasyonel veya animasyon aktivite ekibinde çalışan personelin iş tanımı ve görev bölümü var mıdır?
() Evet () Hayır
(Cevabınız evet ise) Rekreasyonelaktivite ekibinin görev paylaşımı nasıl belirlenir?
() Rekreasyon aktivite yöneticisi () Aktivitelerin birim şefleri
() Aktivite ekibi kendi arasında () Diğer...
8. Rekreasyonel veya animasyon aktivite ekibi içerisinde iş verimliliği nasıl sağlanır?
() Ödüllendirme yöntemi ile () Ceza yöntemi ile () Diğer...
9. Rekreasyonel veya animasyon aktivite ekibi arasındaki koordinasyonu nasıl sağlanmaktadır?
() Rekreasyon aktivite yöneticisi () Aktivitelerin birim şefleri
() Aktivite ekibi kendi arasında () Diğer...
10. Rekreasyonel veya animasyon aktivitelerinin, personelinin denetimi kim tarafından yapılır?
() Tesis sahibi ve yönetimi () Rekreasyon aktivite yöneticisi () Aktivitelerin birim şefleri () Diğer...

11. Rekreasyonel veya animasyon aktivitelerin ve personelin denetimi nasıl yapılmaktadır?

- Aktivite şeflerinin yazılı raporu ile Aktivite şeflerinin sözlü raporu ile
 Rekreasyon aktivite yöneticisinin gözlemi ile Diğer

12. İşletmenizde uygulanan rekreasyon ve animasyon programları ne kadar sıklıkla yapılmaktadır?

- Hergün Gün aşırı Böyle bir talep geldiğinde Hafta sonu

13. İşletmenizde rekreasyon ve animasyon faaliyetlerini gerçekleştirmenize neden olan faktörleri önem sırasına göre sıralayınız (1= En az önemli, 5= Çok önemli)

- Müşteri bazında marka ve imaj yaratma
 Mevcut hizmet satışlarını arttırmak
 İşletmenin reklam tanıtımını bu yolla daha kolay yapmak
 İşletmenin çekiciliğini arttırmak
 Tüketici bazında geceleme sayısını arttırmak
 Müşteri memnuniyetini arttırmak
 Müşterilerin boş zaman değerlendirmelerine aktif olarak katkı sağlamak
 Rekabet gücü elde etme
 Diğer...

14. Rekreasyonel ve animasyon aktivitelerin bütçesi nasıl belirlenmektedir?

- Tesis yöneticisinin kararı ile Rekreasyonel aktivite yöneticisinin kararı ile
 Rekreasyonel aktivite ekibinin görüşleri ile Diğer...

15. Rekreasyonel ve animasyon aktivitelere ayrılan bütçe ihtiyaçlarınıza cevap veriyor mu?

- Evet Kısmen Hayır

16. İşletmenizde hangi Sportif Rekreasyon / Animasyon Amaçlı alanlarınız bulunmaktadır?

- Yüzme Havuzu Fitness Merkezi Tenis kortu Squash Kortu
 Basketbol sahası Voleybol sahası Mini futbol Mini Golf
 Plaj voleybolu Diğer

17. İşletmenizde müşterilere yönelik uyguladığımız rekreasyon ve animasyon programları nelerdir?

- Gece sahne gösterileri Havuzbaşı ve plaj aktiviteleri
 Jeep gezintileri Günübürlük yakın çevre gezileri
 Tekne turları Yaratıcılık Faaliyetleri (el işleri, seramik)
 Çeşitli turnuvalar (tavla, satranç, golf vb) Diğer...

18. İşletmenizde uygulanan rekreasyon ve animasyon programlarını hangi gruplar yapmaktadır?

- İşletmenizin kendi animasyon grubu var.
 Dışardan bir animasyon grubu ile çalışıyoruz.
 Çalıştığımız seyahat acentalarının kendi animasyon grupları var.
 Diğer...

19. İşletmenizde en fazla katılım sağlanan rekreasyonel ve animasyon aktivite programı hangisidir?

- Su sporları Kara sporları Gösteri ve aktiviteleri
 Kültürel aktiviteler Çocuk rekreasyon aktiviteleri

20. Aşağıda belirtilen aktivitelerden hangileri işletmenizde gerçekleştirilmektedir?

Su Sporları		Kara Sporları		
<input type="checkbox"/> Yüzme	<input type="checkbox"/> Katamaran	<input type="checkbox"/> Jogging	<input type="checkbox"/> Plaj voleybolu	<input type="checkbox"/> Okçuluk
<input type="checkbox"/> Sörf	<input type="checkbox"/> Yat Turları	<input type="checkbox"/> Fitness	<input type="checkbox"/> Basketbol	<input type="checkbox"/> Plaj Futbolu
<input type="checkbox"/> Su kayağı	<input type="checkbox"/> Rüzgar Sörfü	<input type="checkbox"/> Aerobik/Step	<input type="checkbox"/> Golf	<input type="checkbox"/> Voleybol
<input type="checkbox"/> Rafting	<input type="checkbox"/> Yelken	<input type="checkbox"/> Trekking	<input type="checkbox"/> Mini Golf	<input type="checkbox"/> Bocce
<input type="checkbox"/> Jet ski	<input type="checkbox"/> Deniz Paraşütü	<input type="checkbox"/> Safari	<input type="checkbox"/> Tenis	<input type="checkbox"/> Mini Futbol
<input type="checkbox"/> Sürat Botu	<input type="checkbox"/> Havuz Oyunları	<input type="checkbox"/> Dağ Bisikleti	<input type="checkbox"/> Squast	<input type="checkbox"/> Dart
<input type="checkbox"/> Banana	<input type="checkbox"/> Deniz Bisikleti	<input type="checkbox"/> Tırmanma	<input type="checkbox"/> Masa tenisi	<input type="checkbox"/> Yamaç Paraşütü
<input type="checkbox"/> Kano	<input type="checkbox"/> Dalma	<input type="checkbox"/> Ata Binme	<input type="checkbox"/> Bilardo	
Diğer		Diğer		

21. İşletmenizde uyguladığımız rekreasyon ve animasyon programlarımızın işletme gelirlerini artırdığını söyleyebilir misiniz? Evet Hayır

Cevabınız Evet ise; Oda satışlarını ortalama % ... Yiyecek satışlarını ortalama % ... İçecek satışlarını %arttırmaktadır

22. Sizce işletmenizde gerçekleştirilen rekreasyon ve animasyon aktivitelerinin başarı ölçütü nedir?

- Müşteri memnuniyeti
- Müşteri sayısında artış
- Tesis yönetiminin memnuniyeti
- Diğer...

23. İşletmenizde uyguladığınız rekreasyon ve animasyon programlarının müşteri tarafından beğenildiğini söyleyebilir misiniz?

- Evet
- Hayır

24. İşletmenizde uyguladığınız rekreasyon ve animasyon programlarının müşteri tarafından tatminkar bulunduğunu söyleyebilir misiniz?

- Evet
- Hayır

25. Rekreasyon ve animasyon aktivitelerinizle ilgili geribildirim alıyor musunuz?

- Evet
- Hayır
- Kısmen

26. Uygulanan animasyon programlarının müşteri geliş sıklıklarını artırdığını söyleyebilir misiniz?

- Evet
- Hayır

27. Uygulanan rekreasyon ve animasyon programlarının müşteri geceleme sürelerini artırdığını söyleyebilir misiniz?

- Evet
- Hayır

28. Rekreasyon ve animasyon programlarını uygularken hangi unsurları göz önünde bulunduruyorsunuz? (Önem sırasına göre yazınız).

- Gönüllü katılım ilkesi
- Müşteriyi sıkmama ve anlaşılır olması
- Animasyon programın işletmeye olan parasal maliyeti
- Ülke, yöre ve işletmenin prensiplerine ters düşülmemesi
- Grubun sosyolojik yapısı (yaşları, meslekleri ve ülke farklılıkları)
- Diğer...

KAYNAKÇA

- Akat, İ. , Budak, G. (1994). *İşletme Yönetimi*. İstanbul: Beta Basım Yayın.
- Aydoğan, F. (2000). *Medya ve Serbest Zaman*. İstanbul: Om Yayınları.
- Aytaç, Ö. (2002). Boş Zaman Üzerine; Kuramsal Yaklaşımlar. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 12 (1), 231-260.
- Baudrillard, J. (1997). *Tüketim Toplumu*. H. Deliçaylı ve F. Keskin (çev.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bentley, T. , Page, S. , Meyer, D. , Chalmers, D. and Laird, I. (2001). How Safe is Adventure Tourism in New Zeland? An Exploratory Analysis. *Applied Ergonomics*, 32, 327-338.
- Brotherton, B. (1991). Konaklama, Turizm ve Eğlence Tanımları: Görüş Açılırları, Problemler ve Çıkan Sonuçlar: Turizmde seçme makaleler. İstanbul: II. TUGEV Yayını.
- Boyacı C. ve Aktaş A. , (1991). Antalya Yöresinde Gelen Turistlerin Profillerini Belirleme Projesi. Turizm Yıllığı 1990. Ankara: Türkiye Kalkınma Bankası Yayını.
- Budruk, M. and Phillips, R. (Ed.). (2011). *Qualityof-Life Community Indicators for Parks, Recreation and Tourism Management*. New York: Springer.
- Buck, R. (2007). *International Handbook of Research in Arts Education*. Besler L. (Ed.). Champaing: Springer
- Caldwell, L.L. (2005). Leisure and Health: Why is leissue therapeutic? , *British Journal of Guidance and Counselling*, 33 (1), 7-26.
- Can, R. , Türkyılmaz, M. ve Karadeniz, A. (2010). Ergenlik Dönemi Öğrencilerinin Okuma Alışkanlıkları. *Ahi Evran Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*. 11 (3), 1-21.

Costa, G. and Glinia, E. (2004). Sport Tourism in Greece. *Journal of Sport and Tourism*, 9 (3), 283-286.

Cüceloğlu, D. (1996). *İnsan ve Davranış Psikolojisinin Temel Kavramları*. İstanbul: Remzi Kitabevi.

Daly, J. (2000). *Recreation and Sport Planning and Design*. Champaign: Human Kinetics.

Dinç, Y. (1999). Sayfiye Otel İşletmelerinde Boş Zaman ve Rekreasyon Faaliyetlerinin Hizmet Satışlarını Arttırmaya Yönelik Etkisi (Örnek Bir Çalışma). *Yüksek Lisans Tezi*. Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi SBE.

Dinçer, Ö. ve Fidan, Y. (2011). *İşletme Yönetimine Giriş*. İstanbul: Alfa Basım Yayım Dağıtım.

Doorn, J. V. (1982). Can futuras research contribute to tourism policy? *Tourism Management*. 3 (3), 116-119.

Efil, İ. (2002). *İşletmelerde Yönetim ve Organizasyon*. İstanbul: Alfa Basım Yayım Dağıtım.

Fayol, H. (2005). *Genel ve Endüstriyel Yönetim: Planlama Örgütlenme Kumanda Koordinasyon Kontrol*. M. A. Çalikoğlu (çev.), 1. Baskı. Ankara: Adres Yayınları.

Featherstone, M. (1996). *Postmodernizm ve Tüketim Kültürü*. M. Küçük (çev.), 1. Baskı. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Foulquie, P. (1994). *Pedagoji Sözlüğü, Boş Zaman*. C. Karakaya (çev.), İstanbul: Sosyal Yayınlar.

Fromm, E. , (1996). *Sağlıklı Toplum*. Y. Salman ve Z. Tanrısever (çev.), İstanbul: Payel Yayınları.

Gibson, J. , Wood, I. (2000). *Vocational A Level Leisure and Recreation*. Longman. England: Pearson Education Limited.

Gorz, A. (1995). *İktisadi Aklın Eleştirisi*. I. Ergüden (çev.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Gökdeniz, A. ve Dinç, Y. (2000). Konaklama İşletmelerinde Animasyon Faaliyetlerinin Hizmet Satışlarına Etkisi, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*. 11: 99-106.

Gül, T. , Karaçar, E. , Kement, Ü. , Pashı, M. M. , Yayla, Ö. , Erol, E. ve Göker, G. (2014). Rekreasyon Olgusuna Genel Bakış. A. Yaylı (Ed.). *Rekreasyona Giriş* içinde. Ankara: Detay Yayıncılık.

Hacıoğlu, N. , Gökdeniz, A. (1998). *Boş Zaman ve Rekreasyon Yönetimi*, Balıkesir.

Hacıoğlu, N. , Gökdeniz, A. ve Dinç, Y. (2003). Boş Zaman ve Rekreasyon Yönetimi Örnek Animasyon Uygulamaları. A. Gökdeniz (Ed.). *Boş Zaman ve Rekreasyon Kavramlarının Analizi* içinde. Ankara: Detay Yayıncılık.

Hall, C. M. and Page, S. J. (2006). *The Geography of Tourism and Recreation: Environment, Place and Space*. 3. Baskı. New York: Routledge.

Hall, S. Jacques, M. (1995). *Yeni Zamanlar 1990'larda Politikanın Değişen Çehresi*. A. Yılmaz (çev.), Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.

Hazar, A. (1993). *Konaklama Tesislerinde Animasyon Hizmetlerinin Yönetimi*. Ankara: Turizm Geliştirme Vakfı Yayını.

Hazar, A. (1999). *Turizm İşletmelerinde Animasyon*. Ankara: Detay Yayıncılık

Hazar, A. (2003). *Rekreasyon ve Animasyon*. 2. Baskı. Ankara: Detay Yayıncılık

Hazar, A. (2009). *Rekreasyon ve Animasyon*. 3. Baskı. Ankara: Detay Yayıncılık

Hurd, A.R. , Barcelona. R.J. and Meldrum, J.T. (2008). *Leisure Services Management*. Champaign: Human Kinetics, USA

Jensen, C. R. (1995). *Outdoor Recreation in America*. 5th Edition. USA: Human Kinetics.

Kağıtçıbaşı, Ç. (2005) *Yeni İnsan ve İnsanlar*. 10. Baskı. İstanbul: Evrim Yayınevi.

Karadağ, A. A. (2002). Eğridir İlçesinin Rekreyasyon Kaynaklarının Belirlenmesi ve Değerlendirilmesi, *Yüksek Lisans Tezi*. Ankara: Ankara Üniversitesi FBE.

Karaküçük, S. (1997). *Rekreasyon: Boş Zamanları Değerlendirme Kavram-Kapsam ve Bir Araştırma*. Ankara: Seren Ofset.

Karaküçük, S. (1999). *Rekreasyon ve Boş Zamanları Değerlendirme*. 3.Baskı. Ankara: Gazi Kitabevi.

Karaküçük, S. , Gürbüz, B. (2007). *Rekreasyon ve Kentleşme*. 3.Baskı. Ankara: Gazi Kitabevi.

Karaküçük, S. ve Akgül, B. M. (2016). *Ekorekreasyon: Rekreyasyon ve Çevre*, Ankara: Gazi Kitabevi.

Karaküçük, S. (Ed.). (2016). *Rekreasyon Bilimi*. Ankara: Gazi Kitabevi

Katayev, E. (2015). Kırım'da Turizm Endüstrisi ve Bölgesel Kalkınma Açısından Rekreyasyon Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi. *Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul Üniversitesi SBE.

Kılbaş, Ş. (2001). Varoluşçu Eğitim Felsefesi Açısından Eğitsel Etkinlikler. *Çukurova Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*. 2(19), 34-35.

Kocaman, S. (2012). Turistik Bir Ürün Olarak Her Şey Dâhil Sistemin Yaşam Seyrinin Analizi: Alanya Örneği. *Yüksek Lisans Tezi*. Antalya: Akdeniz Üniversitesi SBE.

Koçel, T. (2005). *İşletme Yöneticiliği*. 10. Baskı. İstanbul: Arıkan Basım Yayım.

Kostak, D, (2007). Turizm Hareketleri, Türkiye Örneği Üzerinden Sağlık Turizmi, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: Marmara Üniversitesi SBE.

Kozak, N. , Kozak, M.A. ve Kozak, M. (2014). *Genel Turizm İlkeler ve Kavramlar*. 15. Baskı. Ankara: Detay Yayıncılık.

Köfteoğlu, F. (1996). Tatile Katılıyorum. *Türsab Dergisi*, Sayı: 155, Aralık, İstanbul.

Köktaş, K. Ş. (2004). *Rekreasyon Boş Zaman Değerlendirme*. 3. Baskı. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

KTB, (1983). Turistik İstasyonlarda Animasyon. Ankara: KTB Yayını.

Lafargue, P. (1999). *Tembellik Hakkı*. V. Günyol (çev.), İstanbul: Cumhuriyet Gazetesi Yayınları.

Malen, C. and Adams, L. J. (2008). *Sport, Recreation and Tourism Event Management: Theoretical and Practical Dimensions*. Oxford. Elsevier Butterworth-Heinemann.

Marx, K. (1997). *Boş Zaman Üzerine Seçmeler*. Cogito, 12.

McClay M. (1998). "Fifty Years of 'The Lonely Crowd. *The Wilson Quarterly*. 22(33), 34-42.

McRobbie, A. (1999). *Postmodernizm ve Popüler Kültür*. A. Özdek (çev.), İstanbul: Sarmal Yayınları.

MEGEP (2007). Mesleki Eğitim ve Öğretim Sisteminin Güçlendirilmesi Projesi, Eğlence Hizmetleri Animasyona Hazırlık, Ankara.

Mısırlı, İ. (2001). *Konaklama İşletmelerinde Ön Büro Teknikleri ve Uygulamaları*, 1. Baskı, Detay Yayınları, Ankara.

Mikulic, J. and Prebezac, D. (2011). Evaluating Hotel Animation Programs at Mediterranean Sun and Sea Resorts: An Impact-Asymmetry Analysis. *Tourism Management*. 32(3), 688-696.

Mil, B. (2012). Alan Algısının Turistlerin Yemek Deneyimi Memnuniyetine Etkileri. *Doktora Tezi*. Adnan Menderes Üniversitesi SBE.

Müftügil, S. (1989). Dinlence ve Turizm İlişkisi. Ş. Yarcan, (drl.). Seyahat Yönetimi, *Boğaziçi Üniversitesi Yayını*, İstanbul.

O'Neill, J. (1986). The Disciplinary Society: From Weber to Foucault. *The British Journal of Sociology*. 37(1), 47-52.

Oskay, Ü. (1982). Çağdaş Fantazy, *Popüler Kültür Açısından Bilim-Kurgu ve Korku Sineması*. Ankara: Ayko Yayınları.

Öğünlü, Ş. (1984). Turizmde animasyon hizmetleri, otel yönetimi seminerleri konuşma metinleri

Özgen, H. , Öztürk, A. ve Yalçın, A. (2005). *İnsan Kaynakları Yönetimi*. Adana: Nobel Kitabevi.

Rojeck, C. (1995). *Decemtring Leisure*. London. Sage Publication.

Russel, B. (1990). *Aylaklığa Övgü*, M. Ergin (çev.), İstanbul: Cem Yayınları.

Pompl, W. (1983). The Concept of Animation: Aspects of Tourism Services. *Tourism Management*. 4(1), 3-11.

Saçcan, M. (1986). *Rekreasyon ve Turizm*, İzmir: Cumhuriyet Basımevi.

Saygın, Ö. (1999). I. Sınıf Tatil Köylerindeki Sportif Rekreasyon/ Animasyon Programları, Tesisleri ve Uygulamaları,(Muğla Bölgesi Örneği), *Yüksek Lisans Tezi*, Muğla: Muğla Üniversitesi SBE.

Sevil, T. , Şimşek, K. Y. , Katırcı, H. , Çelik, V. O. ve Çeliksoy, M. A. (2012). *Boş Zaman ve Rekreasyon Yönetimi*. S. Kocaekşi (Ed.). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Sevil, T.(2013). *Rekreasyon Yönetim Fonksiyonları*. M. Arğan (Ed.). *Rekreasyon Yönetimi* içinde. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını.

Sivan, A. and Ruskin, H. (2000). *Leisure Education, Community Development and Populations with Special Needs*. New York, CABI Publishing.

Schermerhorn, R. J. (1996). *Management*, University of New Hampshire.

Süklüm, N. (2006). Türkiye'de Hizmet Sektöründeki Turizm İşletmelerinde Uygulanan “Her Şey Dahil” Sisteminin Müşteri Memnuniyeti Üzerindeki Etkisinin Ölçümlenmesi ve Bir Alan Araştırması, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Aydın: Adnan Menderes Üniversitesi SBE.

Şimşek, M.Ş. (2008). *Yönetim ve Organizasyon*. 10.Baskı. Konya: Adım Ofset.

Taşkıran, N. (2003). *İşletme Stratejileri ve Politikaları*. 9.Baskı. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Yayını.

Tekin, V. N. (2007). *Bilimsel Pazarlama Araştırmaları: SPSS Uygulamalı*. İstanbul: Seçkin Yayıncılık.

Tezcan, M. (1977). *Boş Zaman Sosyolojisi*, Ankara: Doğan Matbaası.

Tribe, J. (1995). *The Economics of Leisure and Tourism: Environments, Markets and Impacts*. Butterworth- Heinemann Ltd, Oxford.

Toskay, T. (1983). *Turizm Olayına Genel Yaklaşım*. İstanbul: Der yayınları.

Türkmen M, Kul M, Genç E, Sarıkabak M (2013). Konaklama İşletmesi Yöneticilerinin Rekreasyon Algı ve Tutumlarının Değerlendirilmesi: Batı Karadeniz Bölgesi Örneği. *Turkish Studies, International Periodical For the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*. 8(8), 2139-2152.

Urry, J. (1999). *Mekanları Tüketmek*. R. Ögdül (çev.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Usta, Ö. (2009). *Turizm Genel ve Yapısal Yaklaşım*. 2. Baskı. Ankara: Detay Yayıncılık.

Ülgen, H. ve Mirze, K. (2006). *İşletmelerde Stratejik Yönetim*. İstanbul: Literatür Yayıncılık.

Veblen, T. (1995). *Aylak Sınıf*. İ. User (çev.), İstanbul: Marmara Üniversitesi Yayını.

Yılmaz, Ş. (2007). *Rekreasyon Faaliyetlerinin Yönetim ve Organizasyonu*. “Antalya Bölgesinde ki Beş Yıldızlı Otel İşletmelerine Yönelik Bir Uygulama”. *Yüksek Lisans Tezi*. Antalya: Akdeniz Üniversitesi SBE.

Yüksel, A. ve Yüksel, F. (2004) *Turizmde Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. 1.Baskı, Ankara: Turhan Kitabevi.

William, S. (2003). *Tourism and Recreation*. Edinburgh: Person Education Limited.

Wan, C. S. (2002). The Web Sitesi Of İnternational Tourist Hotels and Tour Whole Salers in Taiwan. *Tourism Management*. 23(2), 41-44.

Watt, D. C. (1992). *Leisure and Tourism Event Management and Organizations*. Great Britain: Jasprit Limited.

World Leisure And Recreation Association (WLRA) (2001). World Leisure and Recreation Association International Position Statement on Leisure Education and Youth at Risk. Chair: Hillel Ruskin, *Leisure Sciences*, 23: 201–207.

ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

ADI VE SOYADI: Gülşah DALKILIÇ

DOĞUM YERİ: Keşan/ Edirne

DOĞUM TARİHİ: 19.02.1983

E MAİL:g_dalkilic83@hotmail.com

EĞİTİM DURUMU

2001-2005 Kocaeli Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu/ Rekreasyon Bölümü

1999-2000 Keşan Lisesi

1996-1999 Keşan Atatürk Orta Okulu

1990-1995 Keşan Zafer İlkokulu

YABANCI DİL

İngilizce

İŞ TECRÜBESİ

2013-Halen çalışıyor: Arel Üniversitesi / İstanbul/ Sağlık, Kültür ve Spor Sorumlusu

2012-2013: Darüşşafaka Eğitim Kurumları / İstanbul / Etkinlik Koordinatörlüğü Yardımcılığı

2009-2012: My Gym Children Fitness / İstanbul/ Çocuk Spor Eğitmeni

2008-2009: Atafen Koleji / Kocaeli/ İlköğretim Yaratıcı Drama Eğitmenliği

2006-2008: Keşan Halk Eğitim Merkezi / Edirne / Step-Aerobik Eğitmeni

2005-2006: Gebze Gün Gelişim Rehabilitasyon Merkezi/Kocaeli/ Rekreasyon Uzmanı

2004-2006: Akademi Yüzme İhtisas Spor Kulübü / Kocaeli/ Yüzme Antrenörü