



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



Fulya COŞKUN ÖKSÜZ

RESORT ÇOCUK KULÜPLERİNİN EVRİMİ

Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı
Doktora Tezi

Antalya, 2023



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



Fulya COŞKUN ÖKSÜZ

RESORT ÇOCUK KULÜPLERİNİN EVRİMİ

Danışman

Prof. Dr. Beykan ÇİZEL

Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı

Doktora Tezi

Antalya, 2023

Akdeniz Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne,

Fulya COŞKUN ÖKSÜZ'ün bu çalışması jürimiz tarafından Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı Doktora Programı tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan : Prof. Dr. İlhan GÜNBAYI (İmza)

Üye (Danışmanı) : Prof. Dr. Beykan ÇİZEL (İmza)

Üye : Prof. Dr. Ebru TARCAN İÇİGEN (İmza)

Üye : Dr. Öğr. Üyesi Caner ÜNAL (İmza)

Üye : Dr. Öğr. Üyesi Nilgün GÜNEŞ (İmza)

Tez Başlığı: Resort Çocuk Kulüplerinin Evrimi

Onay : Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Tez Savunma Tarihi : 01/06/2023

Mezuniyet Tarihi : 15/06/2023

(İmza)
Prof. Dr. Engin KARADAĞ
Müdür

AKADEMİK BEYAN

Doktora Tezi olarak sunduğum “Resort Çocuk Kulüplerinin Evrimi” adlı bu çalışmanın, akademik kural ve etik değerlere uygun bir biçimde tarafımdan yazıldığını, yararlandığım bütün eserlerin kaynakçada gösterildiğini ve çalışma içerisinde bu eserlere atıf yapıldığını belirtir; bunu şerefimle doğrularım.

Fulya COŞKUN ÖKSÜZ





T.C.
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



14 Haziran 2023

TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU BEYAN BELGESİ

Öğrenci Bilgileri	
Adı-Soyadı	Fulya Coşkun ÖKSÜZ
Öğrenci Numarası	20175204005
Anabilim Dalı	Turizm İşletmeciliği
Programı	Doktora
Danışman Öğretim Üyesi Bilgileri	
Unvanı, Adı-Soyadı	Prof. Dr. Beykan ÇİZEL
Doktora Tez Başlığı	Resort Çocuk Kulüplerinin Evrimi
Turnitin Bilgileri	
Ödev Numarası	2115166958
Rapor Tarihi	13 Haziran 2023
Benzerlik Oranı	Alıntılar hariç: %5 Alıntılar dahil: %9
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE, Yukarıda bilgileri bulunan öğrenciye ait tez çalışmasının a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana Bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 274 sayfalık kısmına ilişkin olarak Turnitin adlı intihal tespit programından Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Çalışması Orijinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esaslarında belirlenen filtrelemeler uygulanarak yukarıdaki detayları verilen ve ekte sunulan rapor alınmıştır. Danışman tarafından uygun olan seçenek işaretlenmelidir: (X) Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşmıyor ise: Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporunun doğruluğunu onaylarım. () Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşıyor, ancak tez/dönem projesi danışmanı intihal yapılmadığı kanısında ise: Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporunun doğruluğunu onaylar ve Uygulama Esaslarında öngörülen yüzdeler sınırlarının aşılmasına karşın, aşağıda belirtilen gerekçe ile intihal yapılmadığı kanısında olduğumu beyan ederim.	
Gerekçe:	
Benzerlik taraması yukarıda verilen ölçütlere uygun olarak tarafımda yapılmıştır. İlgili tezin orijinallik raporunun uygun olduğunu beyan ederim.	
Danışman Öğretim Üyesi Unvanı, Adı-Soyadı Prof. Dr. Beykan ÇİZEL İmza	

İÇİNDEKİLER

ŞEKİLLER LİSTESİ	viii
TABLolar LİSTESİ	ix
GÖRSELLER LİSTESİ.....	x
GRAFİKLER LİSTESİ	xii
ÖZET	xiii
SUMMARY	xiv
TEŞEKKÜR.....	xv
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM İLGİLİ YAZIN İNCELEMESİ

1.1. Aile Turizmi	3
1.1.1. Aile Turizminin Önemi.....	3
1.1.2. Aile Üyelerinin Tatil Motivasyonu Ve Memnuniyeti	5
1.1.3. Aile Tatilinde Karar Süreci	9
1.2. Kitlesele Aile Turizminin Gelişimi	12
1.2.1. Tarihsel Gelişim.....	12
1.2.2. Türkiye’de Yasal Uygulamalar	22
1.2.2.1. Turizm Tesislerinin Niteliklerine İlişkin Yönetmelik	23
1.2.2.2. Özel Kreş Ve Gündüz Bakımevleri İle Özel Çocuk Kulüplerinin Kuruluş Ve İşleyiş Esasları Hakkında Yönetmelik.....	23
1.2.2.3. Konaklama Tesislerinde Kontrollü Normalleşme Süreci Genelge Değişikliği	26
1.2.3. Türkiye’de Sivil Ve Akademik Oluşumlar	27
1.2.3.1. Çocuk Dostu Turizm İnisyatifi.....	27
1.2.3.2. Uluslararası Aile Gençlik Ve Çocuk Dostu Turizm İşletmeciliği Kongresi	28
1.2.4. Aile Turizmne İlişkin Gelecek Öngörülerİ	29
1.3. Resort Otel ve Çocuk	31
1.3.1. Resort Otel İşletmeciliği.....	31
1.3.2. Resort Otellerde Çocuk Misafire Sunulan Hizmetler.....	35
1.3.2.1. Ana Restoranda Ayrılmış Bölüm Ve Çocuk Menüsü	39
1.3.2.2. Çocuk Parkları.....	40
1.3.2.3. Çocuk Havuzu Ve Su Kaydırakları	41
1.3.2.4. Hediyeler	42

1.3.2.5.	Ücretsiz Konaklama Hakkı	43
1.3.2.6.	Oda Ekipman Ve Malzemeleri	43
1.3.2.7.	Dondurma İstasyonları Ve Pastaneler	44
1.3.2.8.	Oyun Salonları.....	44
1.3.2.9.	Wireless Internet	44
1.3.2.10.	Artırılmış Güvenlik Önlemleri	45
1.3.2.11.	Ekstra Ödemeli Etkinlikler	45
1.3.3.	Resort Çocuk Kulüplerine Yönelik Araştırmalar	45
1.4.	Güncel Aile ve Çocuk Araştırmaları	59
1.4.1.	Modern Aile Ve Serbest Zaman.....	59
1.4.2.	Çocuk Gelişimi	62
1.4.3.	Çocuk Ve Oyun.....	64
1.4.4.	Informal Öğrenme	66
1.4.5.	Kuşaklar Teorisi.....	68
1.5.	Yeni Kurumsal Kuram	72
1.6.	Evrım Teorisi.....	74

İKİNCİ BÖLÜM

RESORT ÇOCUK KULÜPLERİNİN EVRİMİNE YÖNELİK TEMELLENDİRİLMİŞ KURAM ÇALIŞMASI

2.1.	Araştırmanın Paradigması.....	75
2.2.	Araştırmanın Amacı ve Kapsamı	75
2.2.1.	Araştırmanın Amacı.....	75
2.2.2.	Araştırmanın Kapsamı	75
2.3.	Araştırmanın Yöntemi.....	75
2.3.1.	Araştırmanın Modeli Ve Deseni	75
2.3.2.	Veri Toplama Araçları.....	76
2.3.3.	Verinin Analizi	79
2.3.3.1.	Açık Kodlama	79
2.3.3.2.	Eksensel Kodlama	80
2.3.3.3.	Seçici Kodlama	80
2.4.	Araştırmanın Geçerlik ve Güvenirlik Analizi	81
2.4.1.	İç Geçerlik (İnandırıcılık).....	81
2.4.2.	Dış Geçerlik (Aktarılabilirlik)	82

2.4.3.	İç Güvenirlik (Teyit Edilebilirlik).....	82
2.4.4.	Dış Güvenirlik (Tutarlılık).....	83
2.5.	Araştırmacının Rolü.....	83
2.6.	Araştırmanın Varsayımları ve Sınırlılıkları.....	83

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

RESORT ÇOCUK KULÜBÜ TANIMLAMALARI

3.1.	Resort Çocuk Kulübü Tanımı ve Amaçları	84
3.2.	Fiziksel Olanaklar	86
3.2.1.	Kapalı Alanlar.....	87
3.2.2.	Açık Alanlar.....	94
3.3.	Sunulan Hizmetler	97
3.3.1.	Tüm Gün Gözetim	97
3.3.2.	Majör Aktiviteler	99
3.3.3.	Minör Aktiviteler	102
3.3.4.	Akademiler	105
3.3.5.	Sahne Gösterileri	105
3.4.	Genel İşleyiş.....	107
3.4.1.	Rutinler	107
3.4.2.	Program	109
3.4.3.	Resepsiyon Kayıt Sistemi.....	110
3.4.4.	Güvenlik Önlemleri	111
3.4.5.	Rezervasyon Sistemi	111
3.5.	Resort Çocuk Kulüpleri Yönetmel Yapısı	112
3.5.1.	Yönetim Şekli.....	112
3.5.2.	Personel Görev Tanımları	112
3.5.3.	Personel Politikası	113
3.5.4.	Hizmet İçi Eğitimler	114
3.5.5.	Denetimler	114
3.6.	Tedarikçiler	115
3.6.1.	Etkinlik Hizmeti	115
3.6.2.	Danışmanlık Hizmeti.....	115
3.6.3.	Mimarlık Hizmeti	116
3.6.4.	Demirbaş Malzeme.....	116

3.6.5. Sarf Malzeme.....	116
3.7. Resort Çocuk Kulüplerinin Diğer Yapılandırılmış Çocuk Ortamları ile Karşılaştırılması.....	116

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

BULGULAR

4.1. Geliştirilen Olgular	120
4.2. TEMA-1: Resort Misafir Olan Ailedeki Değişim.....	122
4.2.1. Resort Misafirin Karar Süreci	122
4.2.1.1. Çocuğun Karar Vermedeki Rolü	122
4.2.1.2. Ailenin Tekrar Ziyaret Kararı.....	123
4.2.1.3. Diğer Tatil Olasılıkları İle Kıyaslayarak Karar Verme.....	124
4.2.2. Ailenin Tatilden Beklentileri	125
4.2.2.1. Ebeveynin Kendine Vakit Ayırma Beklentisi	125
4.2.2.2. Çocuk İçin Nitelikli Serbest Zaman Beklentisi.....	127
4.2.2.3. Otelden Yenilik Geliştirme Beklentisi.....	129
4.2.2.4. Ailenin Değerli Hissetme Beklentisi.....	130
4.2.2.5. Ailecek Birlikte Keyifli Zaman Geçirme Beklentisi.....	131
4.2.2.6. Ebeveynin Tatilde Çocuğunu Mutlu Görme Beklentisi	132
4.2.3. Ebeveynin Kaygıları	133
4.2.3.1. Ebeveynin Fiziksel Güvenlik Kaygısı.....	133
4.2.3.2. Ebeveynin Psikososyal Kaygıları.....	135
4.2.4. Çocuk Misafirin İhtiyaçları	137
4.2.4.1. Çocuk Misafirin Anadil İhtiyacı.....	137
4.2.4.2. Çocuk Misafirin Mutlu Hissetme İhtiyacı.....	138
4.2.4.3. Çocuk Misafirin Sosyalleşme İhtiyacı	140
4.2.4.4. Çocuk Misafirin Özgür Hissetme İhtiyacı	141
4.2.4.5. Aktif Olma İhtiyacı	143
4.2.4.6. Odaklanma İhtiyacı	143
4.2.4.7. Takdir Edilme İhtiyacı.....	144
4.3. TEMA-2: Konaklama Sektörü Dinamikleri.....	145
4.3.1. Global Turizm Trendleri	145
4.3.1.1. Dünyadaki Diğer Çocuk Kulüpleri	145
4.3.1.2. Genel Global Turizm Trendleri	147

4.3.2.	Lokal Dinamikler.....	148
4.3.2.1.	Lokal Rekabet Ortamı	148
4.3.2.2.	Bölgesel Eğilimler.....	150
4.3.2.3.	Kurumsal Yaptırımlar	154
4.3.2.4.	Bulaşıcı Hastalıklar	155
4.4.	TEMA-3: Destekleyen Sektörlerdeki Dinamikler	157
4.4.1.	Teknolojik Yenilikler	157
4.4.1.1.	İletişim Teknolojileri	157
4.4.1.2.	Güvenlik Teknolojileri	158
4.4.2.	Çocuklara Yönelik Endüstriler	158
4.4.2.1.	Eğitim Endüstrisi.....	158
4.4.2.2.	Serbest Zaman Endüstrisi.....	160
4.5.	TEMA-4: Otel Üst Yönetiminin Kararları.....	161
4.5.1.	Otel Üst Yönetiminin Genel Kararları.....	161
4.5.1.1.	Otel Üst Yönetiminin Hedef Kitle Kararları	161
4.5.1.2.	Otel Üst Yönetiminin Karlılık Artırmaya Yönelik Kararları	162
4.5.2.	Otel Üst Yönetiminin Çocuk Kulübüne Özel Kararları	163
4.5.2.1.	Çocuk Kulübü İçin Yatırım Kararları.....	163
4.5.2.2.	Çocuk Kulübü İçin Operasyonel Kararlar.....	167
4.5.2.3.	Pazarlamada Çocuk Kulübünün Rolü	170
4.6.	TEMA-5: Çocuk Kulübündeki Değişim.....	171
4.6.1.	Çocuk Kulübü Personel Profilineki Değişim	171
4.6.1.1.	Çocuk Kulübü Personelinin Yabancı Dil Yeterliliği.....	171
4.6.1.2.	Çocuk Kulübü Personelinin Eğitim Düzeyi.....	172
4.6.1.3.	Çocuk Kulübü Personeline Verilen Hizmet İçi Eğitimler	174
4.6.1.4.	Personel Sürekliliği	176
4.6.1.5.	Personel Sayısı	178
4.6.1.6.	Personelin Karakteristik Özellikleri	179
4.6.2.	Çocuk Kulübünün Fiziksel Değişimi	180
4.6.2.1.	Çocuk Kulübü Mekanının Fonksiyonel Değişim.....	180
4.6.2.2.	Çocuk Kulübü Mekanının Alansal Değişim.....	182
4.6.3.	Çocuk Kulübü Yönetim Yapısındaki Değişim.....	183
4.6.3.1.	Otonomlaşıma	183
4.6.3.2.	Netleşen Görev Tanımları	186

4.6.3.3.	Standartlaşan Süreçler	187
4.6.4.	Çocuk Kulübünde Çocukla Etkileşimdeki Değişiklikler	188
4.6.4.1.	Kayıt Sistemi Kurulması	188
4.6.4.2.	Birebir Etkili İletişimin Teşvik Edilmesi.....	189
4.6.5.	Çocuk Kulüplerinde Yaş Gruplarına Özel Uygulamalar	191
4.6.5.1.	Yaşa Göre Özelleşen Ortamlar	191
4.6.5.2.	Yaşa Göre Özelleşen Etkinlikler	193
4.6.6.	Güvenli Ortam Sağlamaya Yönelik Uygulamalar	195
4.6.6.1.	Fiziksel Hasara Yönelik Önlemler	195
4.6.6.2.	Psikolojik Hasara Yönelik Önlemler.....	198
4.6.6.3.	Anne Baba İle İletişim Kanalları.....	199
4.6.7.	Çocuk Kulübünde Sunulan Hizmetlerin Niteliği	201
4.6.7.1.	Çocuk Kulübünde Sunulan Hizmetlerin Eğitsel Boyutu.....	201
4.6.7.2.	Çocuk Kulübünde Sunulan Hizmetlerin Çeşitliliği.....	204
4.6.7.3.	Çocuk Kulübü Hizmetleri İçin Program Hazırlanması	207
4.6.7.4.	Çocuk Kulübü Hizmet Süresinde Değişiklik	208
4.6.7.5.	Çocuk Kulübündeki Hizmetlerin Kalitesi	210
4.6.7.6.	Özgüven Artırıcı Etkinlikler	211
4.6.7.7.	Cazibe Artırıcı Özellikler	212
4.6.8.	Çocuk Kulübüne Yönelik Tedarikçiler	214
4.6.8.1.	Hizmet Alınan Tedarikçiler	214
4.6.8.2.	Malzeme Alınan Tedarikçiler	218

BEŞİNCİ BÖLÜM

TARTIŞMA

5.1.	Evrin ve Eş Biçimlilik.....	220
5.2.	Evrimsel Sürecin Fazları	222
5.3.	Resort Çocuk Kulüplerinin Evrimini Açıklayan Model	225
5.4.	Çocuk Kulübü Gelecek Öngörülleri	231
5.5.	Gelecek Çalışmalar İçin Öneriler.....	233

SONUÇ	235
KAYNAKÇA	236
EK 1- KATILIMCI ONAY FORMU	250
EK 2- KATILIMCI BİLGİLENDİRME BELGESİ.....	251
EK 3- KATILIMCI BİLGİ FORMU	252
EK 4- MULAKAT FORMU VE SORULARI.....	253
ÖZGEÇMİŞ	254



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 2.1 Veri toplama süreci	76
Şekil 3.1 Yapılandırılmış çocuk ortamları venn şeması gösterimi.....	117
Şekil 5.1 Evrimsel Sürecin Fazları	223
Şekil 5.2 Resort Çocuk Kulüplerinin Evrimini Açıklayan Model	226



TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1.1 Konaklama İşletmelerinde Yapılan Çocuk Kulübü Aktiviteleri	48
Tablo 1.2 Poris tarafından geliştirilen eğlence türleri	50
Tablo 1.3 Resort çocuk kulüplerinde sunulan eğlence türleri	52
Tablo 1.4 Seraphin ve ark. tarafından geliştirilen çocuk kulübü aktivite önerileri	57
Tablo 1.5 Kuşaklar ve doğum yılları	68
Tablo 2.1 Katılımcı listesi	79
Tablo 3.1 Yapılandırılmış çocuk ortamları karşılaştırma tablosu	118
Tablo 4.1 Geliştirilen Olgular Tablosu.....	120



GÖRSELLER LİSTESİ

Görsel 1.1 Butlin's Resort'ta Kum Havuzu, 1955.....	15
Görsel 1.2 Butlin's Resort'ta Çocuk Havuzu, 1946	15
Görsel 1.3 Squires Gate'te Aile Bisikleti	15
Görsel 1.4 Atlantic Coast Express'in 1948-1965 tarihlerindeki posterini.....	16
Görsel 1.5 British Railways'in 1956 tarihli posterini.....	17
Görsel 1.6 British Railways'in 1950 tarihli posterini.....	17
Görsel 1.7 Broadstairs'te kukla gösterisi, 1949.....	18
Görsel 1.8 Trans World Airlines posterinde aile, 1960'lar	19
Görsel 1.9 TWA Posterinde aile turizmi vurgusu, 1960'lar.....	19
Görsel 1.10 Ana restoranda ayrılmış çocuk bölümü	40
Görsel 1.11 Sahildeki çocuk parkı.....	41
Görsel 1.12 Çocuk havuzu	41
Görsel 1.13 Su kaydırakları.....	42
Görsel 1.14 Çocuklar için hediyeler	43
Görsel 1.15 Çocuklar için banyo seti.....	44
Görsel 3.1 Dışarıdan görünüş örneği-1	87
Görsel 3.2 Dışarıdan görünüş örneği-2	87
Görsel 3.3 İç mekan örneği	88
Görsel 3.4 Resepsiyon örneği.....	88
Görsel 3.5 0-3 yaş oyun bölümü örneği	89
Görsel 3.6 Emzirme ve bebek bakım odası örneği.....	89
Görsel 3.7 Uyku odası örneği.....	90
Görsel 3.8 Yumuşak alan oyun seti örneği.....	90
Görsel 3.9 Çok amaçlı etkinlik odası örneği	91
Görsel 3.10 Oyun makinalarının olduğu bölüm örneği.....	91
Görsel 3.11 Teenage club örneği.....	92
Görsel 3.12 Sinema salonu örneği.....	92
Görsel 3.13 Dijital oyun odası örneği.....	93
Görsel 3.14 Resim atölyesi örneği.....	93
Görsel 3.15 Çocuk restoranı örneği.....	94
Görsel 3.16 Kapalı spor salonu örneği	94
Görsel 3.17 Oyun parkı örneği	95

Görsel 3.18 Mini golf örneği	95
Görsel 3.19 Çocuk kulübü sahnesi örneği	96
Görsel 3.20 Macera parkuru örneği	96
Görsel 3.21 Dinozor parkı örneği	97
Görsel 3.22 Doğa Atölyesi Örneği	100
Görsel 3.23 Seramik atölyesi örneği	101
Görsel 3.24 Maceralı aktivite örneği	102
Görsel 3.25 Çocuk festivali örneği	102
Görsel 3.26 El işi etkinliği örneği	103
Görsel 3.27 Boyama etkinliği örneği	103
Görsel 3.28 Gözü kapalı resim yapma yarışması örneği	104
Görsel 3.29 Dart yarışması örneği	104
Görsel 3.30 Masa oyunu örneği	104
Görsel 3.31 Meslek akademisi örneği	105
Görsel 3.32 Mini disko örneği	106
Görsel 3.33 Balon gösterisi örneği	106
Görsel 3.34 Eğlenceli bilim gösterisi örneği	107

GRAFİKLER LİSTESİ

Grafik 1.1 Otel ve Resort Pazarı Büyüklüğü (Milyon USD)	34
---	----



ÖZET

Aile turizmi sürekli büyüyen bir pazardır. Bu nedenle resort oteller her geçen gün ailelere yönelik yatırımlarına yenilerini eklemektedir. Resort çocuk kulüpleri yenilenmekte, güncellenmekte ve güçlenmektedir. Bu dinamik süreç çok sayıda faktörden beslenmektedir. Temellendirilmiş kuram çalışmasının yürütüldüğü araştırma ile resort otellerin çocuk kulüplerine yönelik tanımlamaları oluşturmak, resort çocuk kulüplerinin geçmişten bugüne nasıl değiştiğini açıklayan bir kuram ortaya koymak amaçlanmıştır. Konu hakkında detaylı bilgi verebilecek uzman kişilerle gerçekleştirilen mülakatlar sürekli karşılaştırmalı analiz tekniği ile incelenmiş ve bazı bulgulara ulaşılmıştır. Öncelikle, resort çocuk kulüpleri alanında eksik olan, pek çok terim ve iş akışının tanımlaması yapılmıştır. Resort çocuk kulüplerinin geçirdiği evrim sürecini açıklamak üzere 5 tema belirlenmiş ve bu 5 temanın kendi içindeki etki akışı tartışılmıştır. Çocuk kulübündeki değişim, çekirdek olgu olarak belirlenmiştir. Özellikle resort çocuk kulübü misafirlerindeki değişimin ve üst yönetim kararlarının çocuk kulübünün değişimine doğrudan etkisi olduğu; konaklama sektöründeki ve destekleyen sektörlerdeki değişimin de etkili olduğu tespit edilmiştir. Araştırma, alan yazınına yeni bir terim eklemeyi de önermektedir: “resort pedagojisi”.

Anahtar Kelimeler: Aile Turizmi, Resort Çocuk Kulübü, Mini Kulüp, Turizmde Çocuk, Resort Pedagojisi.

SUMMARY

EVOLUTION OF RESORT KIDS CLUBS

Family tourism is a constantly growing market. For this reason, resort hotels are adding new family-oriented investments every day. Resort kids clubs are being renewed, updated and strengthened. This dynamic process is fed by many factors. With the research in which the grounded theory study was carried out, it was aimed to create the definitions for the children's clubs of resort hotels and to put forward a theory that explains how resort kids clubs have changed from the past to the present. Interviews with experts who can provide detailed information on the subject were examined with the continuous comparative analysis technique and some findings were reached. First of all, many terms and workflows that are missing in the field of resort kids clubs have been defined. 5 themes were determined to explain the evolution process of resort kids clubs and the impact flow of these 5 themes was discussed. The change in the kids club was identified as the core phenomenon. In particular, the change in the guests of the resort kids club and the decisions of the senior management have a direct impact on the change of the kids club. It has been revealed that the dynamics in the accommodation sector and supporting sectors also feed this change. It has been determined that the evolution in question can be studied in 3 phases. The research also proposes to add a new term to the literature: “resort pedagogy”.

Keywords: Family Tourism, Resort Kids Club, Children’s Club, Mini Club, Child In Tourism, Resort Pedagogy.

TEŞEKKÜR

Doktora eğitimi almam konusunda beni yüreklendiren, her aşamasında destekleyen, güçlü yönlerimi ortaya koyabilmem için yol gösteren, anlayışı ve güler yüzünü hiç eksik etmeyen kıymetli danışman hocam Prof. Dr. Beykan ÇİZEL'e sonsuz teşekkürlerimi sunarım. Lisans ve yüksek lisansta aldığım eğitimin dışında bir akademik altyapıyı hızlıca oluşturmamda büyük katkısı olan ve tez izleme komitemde yer alan değerli hocalarım Prof. Dr. Ebru İÇİGEN ve Prof. Dr. İlhan GÜNBAYI'nın destekleri için minnettarım. Turizm Fakültesi'nde geçirdiğim zamanı keyifli hale getiren, öğrenme ve üretme süreçlerimizi mutlulukla geçirdiğimiz ve çok şey öğrendiğim değerli akademisyenler ve dönem arkadaşlarıma çok teşekkür ederim. Tezin gerçekleşebilmesi için hayati öneme sahip olan mülakatlarımı gerçekleştirdiğim, turizm sektörü için büyük değer yaratmış olan, alanında uzman, çocuk kulüpleri ve aile turizmi açısından özellikle Antalya destinasyonu için lokomotif görevler üstlenmiş kıymetli uzmanlara ne kadar teşekkür etsem azdır. Kimileri ile saatlerce ve defalarca görüştüğüm, tüm samimiyetleri ile kaliteli bir çalışmanın ortaya çıkması için destek veren, bilgilerini esirgemeyen bu kişiler alan yazını açısından büyük bir boşluğu doldurabilecek şekilde, ürettikleri ve uyguladıkları bilgilerin dokümantasyonunda önemli rol oynamışlardır. Onlara bu yüzden büyük şükran duymaktayım. Hayatım boyunca akademik başarılarım için hep dua eden canım annem, hayatımın ilk 15 yılında yolumu aydınlatan ve ışığı bugünüme kadar ulaşan canım babam, gece gündüz çalışmalarım sırasında ailemizin mutluluğu ve huzuru için elinden gelen tüm fedakarlıkları yapan canım eşim, varlıkları ile beni hayata bağlayan canım çocuklarım ve tabi ki çok kıymetli geniş ailem... Hepinize sonsuz teşekkür ederim.

Fulya COŞKUN ÖKSÜZ

Antalya, 2023

GİRİŞ

Aile turizminin, gittikçe büyüyen pazarlardan biri olduğu (Schanzel & Yeoman, 2014); bir aile tatil paketinin, sevgi, birlik ve şefkatin gösterilmesi için bir araç işlevi gördüğü (Obrador, 2012); aile tatillerinde ana motivasyonlardan birinin çocuğun eğitimi ve gelişimi olduğu pek çok araştırma ile gösterilmiştir (Fu, Lehto, & Park, 2014). Resort Çocuk kulüpleri tüm aile bireylerini mutlu etmek üzere, resort otel için hayati işlev gören yerlerdir. Çocuk kulüpleri misafirin tekrar ziyaret davranışında majör katalizör olmaktadır (Gaines, Hubbard, Witte, & O'Neill, 2004). Gerek çocuklu ailelerin beklenti ve talepleri, gerek bu talepleri karşılık performansına dönüştüren üst yönetimlerin kararları ile çocuk kulüpleri her geçen gün evrim geçirmektedir.

Tezin birinci bölümünde aile turizminin önemine, aile üyelerinin tatil motivasyonu, memnuniyeti ve karar verme sürecine ilişkin bilgilere yer verilmiştir. Kitlesel aile turizminin gelişimi, bu gelişimin Türkiye'deki karşılıkları, yasal uygulamalar, sivil ve akademik oluşumlar ve aile turizmi gelecek öngörülerini konusunda alan yazın bilgileri derlenmiştir. Resort Otel ve Çocuk başlığı altında ise resort otel işletmeciliğine, resort otellerde çocuklara sunulan hizmetlere ve resort çocuk kulüplerine yönelik araştırmalar aktarılmıştır. Bu bölümde resort otellerde çocuk kulübü dışında da çocuklara sunulan hizmetlerin literatürde yeterince tanımlanmadığı fark edilerek gerekli açıklamalar yapılmıştır. Aile ve çocuğa yönelik güncel bilgiler derlenmiştir; modern ailede serbest zamanın giderek artan önemi, bu serbest zamanın çocuk açısından verimli geçirilme çabası alan yazın bilgileri ile açıklanmıştır. Çocuk gelişimi aşamalarına, çocuk için oyunun önemine değinen bilimsel yaklaşımlara yer verilmiştir. Okul dışı ortamlardaki öğrenmeyi ifade eden informal öğrenme terimine ve bu öğrenme şeklinin önemine değinilmiştir. Kuşaklar teorisi, bu tezinin turizm ile ilişkilendirildiği çalışmalar ve aile turizmine konu kuşakların taşıdığı özellikler açıklanmıştır. Yeni kurumsal kuram ve evrim teorisi tezde geliştirilen yaklaşımı destekleyecek yönleri ile ifade edilmiştir.

Tezin ikinci bölümünde araştırmanın amacı, kapsamı, yöntemi, geçerlik güvenirlik analizi, araştırmacının rolü ve varsayımlar-sınırlılıklara yer verilmiştir. Veri toplama araçları ve veri analizi tüm aşamaları ile açıklanmıştır. Temellendirilmiş kuram çalışmasının gerekliliğinin ne şekilde yerine getirildiği detaylı bir şekilde ifade edilmiştir.

Tezin üçüncü bölümünde alan yazınında eksikliği fark edilen ve oluşturulan kuramın açıklanmasında önem arz eden, resort çocuk kulübüne ilişkin tanımlamalar oluşturulmuştur. Resort çocuk kulübünün amaçlarından söz edilmiştir. Fiziksel olanaklar, sunulan hizmetler, genel işleyiş, yönetsel yapı ve tedarikçilere yönelik bilgiler sistematik bir şekilde

sınıflandırılmış ve örnekler ile ilişkilendirilerek tanımlanmıştır. Resort çocuk kulüplerinin diğer yapılandırılmış çocuk ortamları ile karşılaştırılması, konunun daha net anlaşılabilmesi için gerekli bulunmuş, bu amaçla venn şeması gösterimi ve karşılaştırma tablosu oluşturularak açıklamalar yapılmıştır.

Tezin dördüncü bölümünde araştırma kapsamında elde edilen bulgulara yer verilmiştir. Gerçekleştirilen mülakatlar için temellendirilmiş kuram çalışmasının gerekli gördüğü açık, eksensel ve seçici kodlama işlemleri yürütülmüş ve bunun sonucunda; 5 tema, 18 kategori ve 60 alt kategoriye ulaşılmıştır. Her bir başlığa yönelik olarak katılımcılar tarafından dile getirilmiş olan görüşler doğrudan aktarılmış ve yorum katılmadan kısaca özetlenerek açıklanmıştır.

Tezin beşinci bölümünde öncelikle evrim metaforunun neden seçildiğine yönelik açıklamalara yer verilmiştir. Yeni kurumsal kuramın önerdiği eş biçimlilik mekanizmalarının çocuk kulüpleri açısından nasıl çalıştığına yönelik açıklamalar örnekler ile birlikte sunulmuştur. Resort çocuk kulüplerinin evrim sürecinin 3 fazda açıklanabileceği önerisi geliştirilmiştir. Bu üç fazdan birincisinin eğlence, ikincisinin güvenlik, üçüncüsünün zengin içerik odağında şekillendirildiği, gelişimin önceki fazları da içerecek şekilde kapsamı genişleyerek ilerletildiği öne sürülmüştür. Temellendirilmiş kuram çalışması ile elde edilen bulgular sonucunda belirlenen temalar arasındaki bağlantıları açıklamak üzere bilimsel bilgiler ile desteklenmiş bir şekilde neden-sonuç ilişkileri kurulmuştur. Bu şekilde bir model ortaya konmuştur. Modelde geliştirilen yaklaşımlar alan yazın bilgileri ile desteklenmiştir.

Resort çocuk kulüplerinin evriminin gelecekte de devam edeceği dinamik bir süreç ön görülmektedir. Gelecek kuşakların özellikleri, yeni aile formları, yeni beklentiler ve alışkanlıklar beraberinde yenilikleri de getirecektir. Zamanla çocuk konusunun turizm profesyonelleri tarafından bugünkünden daha da öncelikli tutulacağı, evrim sürecinin hızlanarak sektörde yaygınlaşacağı düşünülmektedir. Alan yazınına yeni bir terim eklenmesi önerilmektedir: “resort pedagojisi”.

BİRİNCİ BÖLÜM

İLGİLİ YAZIN İNCELEMESİ

1.1. Aile Turizmi

1.1.1. Aile Turizminin Önemi

Aile turizmi, turizm endüstrisi için büyük, sabit ve gittikçe büyüyen pazarlardan biridir (Schanzel & Yeoman, 2014). Aile tatili, tüm aile bireylerinin birlikte vakit geçirmeleri ve ortak faaliyetlerde bulunmaları için bir fırsattır. Aile turizminin aile bağına, kaliteli zamana ve beraberliğe katkıda bulunduğu vurgulanır (Hilbrecht, 2008).

Aile turizmini, en az bir çocuk ve bir yetişkinin dahil olduğu aile grubu tarafından gerçekleştirilen, bir günden fazla süre ile evden uzakta geçirilen tatil olarak tanımlamak mümkündür (Schanzel & Yeoman, 2014). Aile tatili ise bir aile grubu olarak, normal rutinlerden farklı, eğlenceli ancak zaman zaman uzlaşma ve çatışma içerebilen faaliyetler yaparak birlikte geçirilen amaca yönelik zamanı ifade eder (Schanzel, Yeoman, & Backer, 2012).

Modern aileler, sosyokültürel sermaye yaratmaya ve gelişmeye zaman ve enerji harcar; böylece anlam üretmeye ve refahlarını artırmaya çalışırlar. Ayrıca çağdaş toplumun bireyleri, tatiller de dahil olmak üzere evde ve boş zamanlarında aile birlikteliğine artan bir önem vermektedir (Kluin & Lehto, 2012). Aile seyahatinin çocuklar için pek çok yönden faydası olduğu araştırmalarla kanıtlanmıştır (Fu, Liu, Li, & Wang, 2022). Aile seyahati çocukların akademik başarısına olumlu katkı sağlar (Park, Pan, & Ahn, 2020). Sosyalleşmeleri için olanaklar yaratır (Fu, Lehto, & Park, 2014). Deneyimsel öğrenme ve kişilik gelişimine olumlu katkı sunduğu gösterilmiştir (Bos, McCabe, & Johnson, 2015). Ailenin yenilik (novelty) ihtiyacının karşılanmasında değerli bir rol oynar (Zabriskie & McCormick, 2001).

Tatile çıkmak aileler için büyük öncelik haline gelmiştir. Tripadvisor'ın araştırmasına göre seyahat edenlerin %92'si tatil amaçlı seyahatlerini aileleri ile birlikte geçirmek istemektedir (Açıkgöz, 2018). Birleşik Krallık'taki pek çok aileye göre yıllık tatiller bir lüksten çok gerekliliktir. Mintel (2004) raporuna göre Birleşik Krallık'taki tatil amaçlı seyahatlerin %25'i aileler tarafından gerçekleştirilir ve bu istatistik Travel Horizons (2009) raporuna göre Amerika Birleşik Devletleri için %30'dur (Schanzel, Yeoman, & Backer, 2012). ABD'de yapılan 2021 yılı Aile Seyahati araştırmasında ankete katılan ailelerin %88'i gelecek 1 yıl içinde tatil amaçlı seyahat edeceklerini açıklamıştır (Minnaert, 2021). Durum doğu pazarları için de farklı değildir. Çin'in 2018–2019 Yurtdışı Turizm ve Tüketim

Raporuna göre, aile seyahati Çinli turistler için en popüler seyahat modelidir ve toplam giden (outbound) pazarın %34'ünü oluşturur (Fu, Liu, Li, & Wang, 2022). Sonuç olarak, aile tatili pazarının dünyadaki tatil amaçlı seyahatlerin büyük bir bölümünü oluşturduğunun tespit edilmesi şaşırtıcı değildir (Shaw, Havitz, & Delemere, 2008).

Diğer taraftan tatil yapmak, bu tatili olabildiğince erken planlamak ve plaj tatilini önceliklendirmek de yükselişi devam eden bir trenddir. American Express'in araştırmasına göre, Aralık 2022 itibari ile İngiltere'deki yetişkinlerin %25'i 2023 yazı için tatil rezervasyonlarını tamamlamıştır. Ülkenin genelinde %61 gibi büyük bir oranda yetişkin birey 2023 yılı içinde deniz aşırı tatil yapacaktır. Tatil seçenekleri açısından plaj tatilleri %44 ile birinci sırada gelmektedir. Bunu şehir turları (37%) ve çok duraklı geziler (13%) takip etmektedir (Calway & Richardson, 2022).

Aile tatilinin belirgin ayırt edici özellikleri vardır. Aile tatilleri yetişkinler için diğer tatil seçeneklerine oranla daha çok çaba, daha yüksek bütçe ve daha çok zaman gerektirir; daha az sıklıkta gerçekleşir (Zabriskie & McCormick, 2001). Aile turizmi yıllardır turizm akademisyenleri tarafından çalışılan bir konu olmasına rağmen hala bu alanda büyük bir akademik boşluk olduğundan bahsedilmektedir (Khoo-Lattimore, delChiappa, & Yang, 2018). Son 40 yıl içinde aile turizmi hakkında yapılmış araştırmaların bibliyografyası Li, Lehto, & Li (2020) tarafından iki farklı kronolojik periyod üzerinden karşılaştırmalı olarak incelenmiştir (Li, Lehto, & Li, 2020).

1978-1999 yılları arasını kapsayan ilk dönemde 22 adet aile turizmi konulu makale yayınlanmış ve bu makalelerin büyük çoğunluğu aile turizminde karar verme davranışı üzerine odaklanmıştır. İkinci ağırlıklı konu "aile yaşam döngüsü", üçüncü konu ise "çocuk" olarak ön plana çıkmaktadır. Çocuğun tatil memnuniyetine etkisi, çocuğun özellikle plaj otellerindeki deneyimi ve ailenin kararında çocuğun etkisi araştırma konusu olmuştur. Bu araştırmaların betimsel olması, nasıl ve neden sorularını araştırmada yetersiz kalmaktadır. 2000-2019 yılları arasında aile turizmi konusunda 109 makale yayınlanmıştır. Bu ikinci dönemde "çocuk" ifadesi yayınların büyük çoğunluğunun odağında yer almıştır. Çocukların aile seyahatinin karar verme sürecinde gittikçe artan bir etkiye sahip olduğunu gösteren birçok bulguya rastlanmıştır. İlk dönemde gözlenmeyen "aile eğlencesi" anahtar kelimesi, ikinci araştırma döneminde önemli bir odak konusu olarak ortaya çıkmıştır. Bu tür boş zaman, "aile tatili" ve "aile işleyişi" ile bağlantılı olarak incelenmeye başlanmıştır. Bir ailenin fonksiyonunu iyi yerine getirebilmesi için boş zaman etkinliklerinde birlikte zaman geçirmenin önemi vurgulanmaktadır (Major, Klein, & Ehrhart, 2002). Bu tür kaliteli zamanın, uyum yoluyla aile işleyişini de büyük ölçüde etkileyebileceğine (Lehto, Choi, Lin, &

MacDermid, 2009); turizmin bu boş zaman etkinliklerinin önemli bir bileşeni olduğuna (Zabriskie & McCormick, 2001) yer verilmektedir. Ayrıca, “karar verme” ve “aile yaşam döngüsü” her iki dönemde de ortak araştırma odaklarıdır ve aile turizminin pazar odaklı doğasını ortaya koymaktadır (Lehto, Choi, Lin, & MacDermid, 2009). Son 20 yılın çalışmalarında yeni konuların gündeme geldiği göze çarpmaktadır: farklı turizm mecraları ve türleri (ekoturizm, kültür turizmi gibi), engelli bireylerin katılımı, düşük gelir düzeyindeki ailelerin katılımı, farklı coğrafyalardan araştırmalar gibi başlıklar ile konu çeşitlilik ve derinlik kazandırılarak incelenmeye devam edilmektedir (Li, Lehto, & Li, 2020).

1.1.2. Aile Üyelerinin Tatil Motivasyonu Ve Memnuniyeti

Crompton (1979), keyifli bir tatil için dokuz motivasyon belirlemiştir. Bunlardan yedi tanesi sosyopsikolojik, iki tanesi kültürel güdülerdir. Sosyopsikolojik güdüler; algılanan sıradan bir ortamdan kaçış, kendini keşfetme ve değerlendirme, rahatlama, prestij, gerileme, aile ilişkilerini geliştirme ve sosyal etkileşimi kolaylaştırmayı içerir. Bu yedi itici güç, kişiyi evinden uzaklaştıran (push) ve başka bir yerde olma arzusunu tetikleyen faktörlerdir. Kültürel güdüler ise destinasyona kişiyi çeken (pull) faktörler olan yenilik ve eğitimi içerir (Crompton, 1979).

Çocuklu ebeveynler, aile birlikteliği, aile hatıraları yaratma ve üretkenlik gibi sosyal değerlere güçlü bir şekilde odaklanmaları bakımından diğer turistlerden farklılık gösterir (Shaw, Havitz, & Delemere, 2008). Aile tatilleri, bir kaçış olmaktan çok, öncelikle normal rutinlerden farklı ve aile ile birlikte vakit geçirmeyi içeren faaliyetler yapmakla ilgilidir. Bu tatiller, turizm yoluyla insanları yeniden birbirine bağlama amacına hizmet ederler ve ağ oluşturmaya, aile sermayesi oluşumunu ve sosyal yükümlülükleri içeren sosyal bir uygulama olarak görülebilirler (Schanzel & Yeoman, 2014). Özellikle anneler için tatil sadece onların yoğun hayatlarından uzaklaşmaları değil sürekli aileyi organize etmenin yarattığı psikolojik ve fiziksel yükten bir süreliğine de olsa kurtulmaları anlamına gelmektedir (Small, 2002). Çoğu batılı ebeveynin, bir tatil planlarken öncelikle çocuklarının eğlenmesini hedeflediği ve kendi boş zaman veya dinlenme isteklerine daha az öncelik verdiği öne sürülmektedir (Shaw & Ivens, 2005).

Ebeveynler tatilde birliktelik ararken kendileri için kişisel alan yaratmayı da arzulayabilirler. Bu arzu, aile içinde çatışmayı beraberinde getirebilir. Tatildeyken genelde çocuk misafirler aktif eğlence ve sosyallik isterken, ebeveynler bunun yanında dinlenme ve rahatlama arayışı içindedir. Bu durum aile tatillerinin doğasında vardır ve birliktelik idealine ulaşmanın zor olduğu bir ikilem yaratır (Gram, 2005). Tatilin başlıca amacı mutlu anılar

yaratmak için her zamankinden farklı ve yeni aile etkinliklerine katılmak olsa da çocukların güvenli ortamlarda eğlenmeleri sağlanırken yetişkinlerin kendi taleplerini yerine getirebilmeleri büyük önem taşır (Schanzel & Yeoman, 2014).

Bununla birlikte, çocuklar homojen bir grup olarak kabul edilemez. Özellikle yaş farkı, farklı gelişim aşamalarında farklı ihtiyaçları olan çocuklar açısından büyük bir ayırıştırıcıdır (Schanzel & Yeoman, 2014). Ebeveynlerin tatilden kendileri için beklentileri de çocukların yaşları ile değişkenlik göstermektedir. Küçük çocukları olan ebeveynler çocuklarına en iyi deneyimleri sağlamak için görece daha fazla fedakârlık yapma eğilimindeyken daha büyük çocuklarla tatil yapan ebeveynler kendi ihtiyaçlarını biraz daha önceliklendirerek çocuklarıyla uzlaşma arayışına girerler (Therkelsen, 2010).

Gelişimsel araştırma, ailenin koruyucu, duygusal, düzenleyici, normatif, tahmin edici ve temsil eden gibi çeşitli işlevlerini tanımlar (Greenspan & Shanker, 2005). Bu işlevlerin yanı sıra, optimal ebeveynlik, ebeveynlerin çocuklara boş zaman ortamı ve oyun etkinlikleri sağlamadaki rolüyle eğlence sorumluluğunu da içerir (Bornstein & Bornstein, 2007). Günümüzde ideal ebeveynler çocuklarının sağlığı ve gelişimini serbest zaman olanakları yaratarak da sağlamak sorumluluğundadır (Elmi, ve diğerleri, 2020). Diğer yandan, ailecek serbest zaman aktivitelerini gerçekleştiren ailelerin işlevlerini daha iyi yerine getirdiği gözlemlenmiştir. (Zabriskie & McCormick, 2001). Son zamanlarda aileler için özellikle önemli hale gelen serbest zaman aktivitelerinden biri seyahat ve turizm deneyimidir (Lehto, Choi, Lin, & MacDermid, 2009).

Aile tatili, özellikle yurtdışına seyahatler, mükemmel bir *informal* öğrenme fırsatı sağladıkları için de ebeveynler tarafından değer görmektedir. (Park, Pan, & Ahn, 2020) Aile tatillerinde ana motivasyonlardan birinin çocuğun eğitimi ve gelişimi olduğu pek çok araştırma ile gösterilmiştir (Fu, Lehto, & Park, 2014). Aile seyahatlerinin çocuğun öğrenme çıktıları ve psikolojik gelişimi açısından pozitif etkilerini kanıtlayan çalışmalar mevcuttur (Bos, McCabe, & Johnson, 2015). Aile turizminin hem bireysel (çocuk ve ebeveyn) boyutta, hem aile boyutunda yüksek bir dönüştürme potansiyeline sahip olduğu sonucuna varılabilir (Fu, Liu, Li, & Wang, 2022).

Çocukların özel tüketici ihtiyaçları vardır; yaratıcı, benzersiz ve eğlence dolu duygusal, duygusal ve unutulmaz deneyimler, sürprizler ve aktiviteler isterler. (Hemmington, 2007) Eğlence, çocukların hayatının önemli bir bileşenidir; bu nedenle, bu hedef kitlenin ihtiyaçlarını karşılamayı amaçlayan uygulayıcıların çocuklar için neyin eğlenceyi oluşturduğunu anlamaları önemlidir. (Poris, 2005) Diğer bir deyişle, konaklama ve turizm sektörlerinin çocukları ve ailelerini memnun etmek için yeterince eğlence sunması önemlidir

(Seraphin & Yallop, 2019). Sekiz yaşındaki bir çocuğun yorumlarından da anlaşılacağı gibi: “Eğlence yoksa tatil değildir. Eğlenceliyse tatildir.” (Schänzel, 2008).

Avustralyalı çocuklar ile yapılan bir araştırma, çocukların kendi boş zamanlarını kontrol etmek, kendi faaliyetlerini seçmek ve kendi mahremiyetlerine değer vermek istedikleri sonucuna ulaşmıştır (Hay, 2017).

Çocuklar için durum bu kadar net iken ebeveynler açısından daha karmaşık bir süreç işler. Kanada'da yapılan bir araştırmada, ebeveynlerin bazı aile boş zamanlarını "amaçlı" olarak gördüklerini, çocukların ise tatillerin amacını eğlenmek olarak gördüklerini bulmuştur; çocuklar tatilde nadiren bir “amaç” fark etmektedir (Hilbrecht ve diğerleri, 2008). Ebeveynler için, tatili geçiriliş şekli daha çok 'iyi' ebeveynliği neyin oluşturduğuna dair toplumsal ideolojilerden etkilenirken, çocuklar için odak noktası daha kısa vadelidir ve aynı zamanda akranlarıyla sosyalleşme ihtiyaçlarına aracılık eder. (Schanzel, Yeoman, & Backer, 2012) Aşırı idealist aile tatili düşüncesinden uzaklaşarak, kendi zamanı, serbest oyun ve akranlarla sosyal zaman için bireysel ihtiyaçları kabul eden daha gerçekçi anlayışlara doğru bir hareket gereklidir. (Schanzel, Yeoman, & Backer, 2012) Bu açıdan bakıldığında, tatilin çocuk için çok eğlenceli, ebeveyn için çok faydalı olması durumu bir ideali temsil eder ve resort oteller için değerli bir stratejidir.

Bu alanda yapılmış en güncel araştırmalardan biri ilköğretim çağında çocuğu olan ve birlikte tatile giden 217 Japon ailenin katılımı ile yürütülmüştür. Sonuçlar, aile turizmi deneyiminden önce ve sonra ebeveynlerin iyilik halinin (well being) ve çocukların genel becerilerinin arttığını göstermiştir. Ebeveynlerin iyilik hali kazanmalarında unutulmaz bir turizm deneyimi yaşamaları ve çocuklarındaki beceri gelişimi arasında pozitif ilişki tespit edilmiştir. Daha önce yapılmış benzer araştırmalar ailenin unutulmaz anılar biriktirmesinin faydasına odaklanmışken, bu araştırmada özellikle çocukların öğrenme faaliyeti üzerinde durulmuştur. (Erika Miyakawa, 2022) Diğer bir deyişle, çocuklarındaki gelişimi gözlemlemek ve kendileri için de unutamayacakları anılar biriktirmek ebeveynler için önem arz etmektedir.

Bazen çocuklar ebeveynlerden daha önemli kabul edilir, çünkü onların memnuniyeti ebeveynlerinin memnuniyetini etkiler. Çocukların (oyun, aktiviteler vb. yoluyla) eğlenme ihtiyaçlarının karşılanması sadakati ve olumlu ağızdan ağza yayılımı artırabileceği için de önemlidir. (Lugosi, Robinson, Golubovskaya, & Foley L., 2016). Pek çok araştırmacı çocuklar üzerinden yürütülecek bir memnuniyet önceliklendirmesi ve pazarlama çalışmasının ebeveynleri hedef alma seçeneğine göre çok daha efektif sonuçlar doğurduğunu ifade etmektedir (Gaines, Hubbard, Witte, & O'Neill, 2004).

Ergenlerin ihtiyaçlarını, motivasyonlarını ve turizm endüstrisindeki rollerini, özellikle de turizm memnuniyetlerini etkileyebilecek faktörleri anlamak önemli bir gerekliliktir (Shavanddasht & Schanzel, 2019). İngiltere’nin önde gelen paket tur şirketlerinden olan Cosmos tarafından ergen misafirlerin tatilde ne istedikleri araştırılmıştır (Addley, 2023). Araştırmaya göre, her yaştan katılımcının su içeren aktiviteyi sevdiği sonucuna varılmıştır: havuz, su topu oynamak, şişme muza binmek gibi aktiviteler onlara cazip gelmektedir. Ergenler otelde onlar için yeterince cazibe olduğunu düşünmeleri durumunda otelden çıkmayı pek sevmemektedir. Animasyon personelinin onları ekipler kurarak eğlendirme çabasına girmesi kimi ergenler için antipatik olabilmektedir. Bunu kontrollü eğlence etkinliği olarak gören gençler, aynı tişörtleri-şapkaları giyip yapılandırılmış bir etkinliğin içinde olmak yerine daha “bireysel” takılmayı tercih etmektedir. Aynı yaşlardaki çocukları bir araya getirip sıralı etkinlikler yaptırmak, çember kurup tek tek isimlerini söyletmek ve bu şekilde arkadaşlık kurmalarını sağlamaya çalışmak bazı çocuklar için garip gelmekte ve bunun arkadaşlık kurmada işe yaramadığını düşünmektedirler. Alternatif olarak, eğlenceli ortamlar oluşturulmasını, eğlenceli ortamda arkadaşlığın kendiliğinden gelişeceğini dile getirmektedirler (Addley, 2023).

Fakat diğer taraftan ergen misafirleri bir araya getirmek için bir tür “mühendislik” çalışmasına ihtiyaç olduğu konusunda bir görüş birliği vardır. Burada da ergen grubu daha spesifik yaş gruplarına ayırarak incelemek önem kazanmaktadır: 12-14 yaş grubundakiler daha çok plaj diskosu, barbekü, plaj voleybolu ve daha önce bahsedilen su sporlarını istemektedir. Kızlar kılık değiştirme (makyaj, kostüm, saç stili gibi) ve yetenek şovları gibi etkinliklerden keyif almaktadır. Erkekler ise video oyunları, oyun salonları, takım sporları ve video izleme gibi etkinlikler ile vakit geçirmeyi sevmektedir (Addley, 2023).

Yaşı daha büyük ergenler için durum biraz daha zorlaşmaktadır; 15-17 yaş grubundaki ergenler için “özgürlük” ön plana çıkmaktadır. Sadece onlara özel daha çok aktivitenin olmasını ve bu aktivitelere hoş kıyafetlerini giyerek hazırlanmak istemektedirler. Bu aktivitelere örnek olarak; şehirde alışveriş turları, gerçek gece kulüplerinde alkolsüz partiler, su parkı gezileri sayılabilir. Aileleri ile paylaştıkları odalarına serbestçe girip çıkabilmek için kendi oda kartlarına sahip olmayı önemsemektedirler. Aileleri ile geldikleri tatile arkadaşlarını da getirebilmek için otel indirimleri olması taleplerini dile getirmektedirler. Bu yaş grubu için de su sporları önemlidir ama daha maceralı seçenekleri tercih etmektedirler. Su kayağı, bungee jumping, jet ski gibi heyecan dolu aktiviteler ilgilerini çekmektedir. Karaoke ve kör randevu (blind date) gibi etkinlikler flörtleşme olanakları sağladığı için hoşlarına gitmektedir. Bu yaş grubu, artık yetişkin etkinliklerinin içinde de olmak ve onlara yetişkin

gibi davranılmasını da istemektedir. Onlar tatilde etraflarında hep yaşlıları olmasını ve özgür olmayı dilemektedir. Tek tip tişört giydirilmesi ve zorlama etkinlikler yapılmasından hiç hoşlanmamaktadırlar (Addley, 2023).

İşletmeler müşterilerini sürekli dinleyerek onların ihtiyaçlarını analiz ederler ve bu ihtiyaçlara cevap verecek ürün ve hizmetleri sunma çabası içine girerler. Belirli bir noktada müşterinin karşılanacak bir ihtiyacı kalmadığını düşünmek hem işletme hem müşteri için olasılık dahilindedir. Fakat eski gereksinimler karşılanmış olsa bile yenileri belirecektir ya da bu gereksinimler işletmeler tarafından yaratılacaktır. Alıcıların ne istediklerini başta bilmediği, zamanla işletmelerden öğrendiği varsayımı burada geçerli olacaktır (Carpenter & Nakamoto, 1996). Diğer bir değişle müşterinin işletmeye, işletmenin müşteriye verdiği geri bildirimlerle sürekli beslenen, dinamik, değişken bir süreçten bahsetmek gerekir. Aile turizminde misafirin beklentileri ve memnun edilmesi de bu şekilde değişime son derece açık bir süreçtir. Diğer sektörlerde olduğu gibi bu alanda da rekabet müşteri gereksinimlerini karşılama yarışı olmaktan çok, bu gereksinimleri belirleme yarışıdır (Kotler & Armstrong, 2012). Çünkü yeni bir hizmet yeni bir talebi, yeni bir talep farklı yeni bir hizmeti doğurmaktadır. Çocukların memnuniyetini ve motivasyonunu iyi anlamak ve cevap vermek aile turizminin sürdürülebilirliği için çok önemlidir. Çocukların turizm endüstrisi için önemi şu alıntıyla özetlenebilir: “Çocuklar geleceğin turistidir” (Cullingford, 1995).

1.1.3. Aile Tatilinde Karar Süreci

Croutsche (2003), tatili planlama ve bir destinasyona karar verme sürecinde iki sistemin belirleyici faktörleri oluşturduğunu belirtmektedir: algı sistemi (imaj, tercihler, hatıralar vb.) ve öğrenme sistemi (deneyim vb.). Geçmiş çalışmaları da derleyerek oluşturduğu karar modeline duygular, turizm türü gibi elementleri ekleyerek süreçteki finansal boyutların altını daha net bir şekilde çizmiştir. Ailede ise bütüncül karara ulaşmada rol oynayan farklı aktörler söz konusudur: baba, anne ve çocuklar. Bu aktörlerin oynadığı roller: tetikleyici, karar verici, yönlendirici ve kural koyucu olarak listelenebilir (Ghidouche, Aït-Yahia, & Ghidouche, 2020).

Aile tatilinde karar süreci için üç baskın model olduğu düşünülmektedir: baba dominant, anne dominant ve ortak karar. Babanın dominant karar verici olması durumunda özellikle tatil için ayrılacak bütçe ve lokasyon kararları etkilidir (Filiatrault & Ritchie, 1980). Anne yaptığı araştırmalar ile bu kararı destekler ve doğru destinasyonun belirlenmesinde rol oynar (Fodness, 1992). Son yıllarda ortak karar verme şeklinin yaygınlaştığı; buna göre herhangi bir eşin baskın olmadığı ve her iki tarafın fikirlerini beyan ettiği, tartıştığı ve

uzlaşıya vardığı bir karar sürecinin yaygınlık kazandığı belirtilmektedir (Kozak, 2010). Özellikle, ailedeki çocukların karar verme sürecindeki etkisi pek çok araştırma ile kanıtlanmıştır; çocuklar karar vermede majör role sahiptir (Cohen, Prayag, & Moital M., 2014). Çocuklar, konaklama, etkinlik ve gemi seyahati sektörleri için önemli müşterilerdir çünkü ebeveynleri gibi onlar da tüketiciler ve aktif karar vericilerdir (Lugosi, Robinson, Golubovskaya, & Foley L., 2016). Fakat spesifik olarak, çocukların farklı tatil karar verme aşamalarındaki etkilerine ilişkin ebeveynlerin algıları konusunda tam bir fikir birliği bulunmamaktadır (Nanda, Hu, & Bai, 2006).

Aileler, çocukların gereksinim ve yaşlarına göre tatil kararı vermektedir. Buna göre bebekli aileler daha çok güvenlik, hijyen ve ücretsiz bebek yemeklerine sahip tesisleri tercih etmektedirler. 2 ile 5 yaş arası çocuklu aileler güvenlik, çocuk mönüsü, oyun alanları, bakıcı hizmeti, güvenlik imkânlarını göz önüne almaktadırlar. 5-12 yaş arası çocukları olan aileler ise çocuklarının aynı yaş grubu çocuklarla oynayabilecekleri oyun alanları, yüzme havuzu, animasyon ve rekreasyon imkanlarına göre karar vermektedirler (Swarbrooke & Horner, 1999).

Küçük çocuklu ailelerin tatil lokasyonu ve konaklama yeri tercihlerinde seyahat mesafesinin ve süresinin kısalığı önemli rol oynamaktadır (Khoo-Lattimore, Prayag, & Li Cheah, 2015). Aynı destinasyona yapılan önceki seyahatlerin seyahat tercihlerine olan etkisini gösteren pek çok araştırma vardır (Beerli & Martín, 2004). Ergen misafirler, aile satın almaları üzerinde artan bir etkiye sahip oldukça büyük bir nüfus kesimini temsil ettikleri için turizm için çekici bir pazar haline gelmiştir (Shavanddasht & Schanzel, 2019). Genç aile gezgininin yeni nesil turistler olarak giderek artan talepkâr gereksinimlerini yakalamak, turizm işletmelerinin sürdürülebilirliğini sağlamada hayati önem taşımaktadır (Schanzel & Yeoman, 2014).

Çocukların, ebeveynlerin tatil memnuniyetinin önemli bir belirleyici faktörü olduğu, ailenin tatile çıkma arzusunu şekillendirdiği, müzakere faaliyetlerinde aktif olduğu ve karar verme sürecinde rol oynadığı açıktır (Page & Connell, 2009). Karar verme sürecindeki bu “tacizci gücün” önemi asla küçümsenmemelidir (Nickerson & Jurowski, 2001). Çocuğun karar vermedeki etkisi, ürün ve hizmet türüne, aile özelliklerine, aile iletişim ortamına, çocuğun yaşına ve karar verme sürecinin aşamasına göre değişmektedir (Therkelsen, 2010). Çocuklar tipik olarak ailenin yer aldığı etkinlik türlerini etkiler. Çocukların varlığı ailelerin havuz ve plajda kalma sürelerini artırmakta; yemek ve uyku zamanlarının düzenlenmesinde etkili olmaktadır (Thornton, Shaw, & Williams, 1997).

Bazı araştırmalar karar verme etkisinin yaşla birlikte arttığını dile getirmektedir. Çünkü artan yaş ile birlikte çocuğun müzakere etme becerisi de gelişmektedir. Böylece daha uzlaşmacı davranabilir ve isteklerini daha iyi ifade edebilir. (Thornton, Shaw, & Williams, 1997).

John (1999) çocuk tüketicilere yönelik 24 yıllık (1974-1998) literatürü inceleyerek bir model geliştirmiştir. Bu model çocuğun çeşitli konulardaki bilgi düzeyi (fiyat, marka, reklam vb.), motivasyon, müzakere stratejileri, marka sadakati gibi konuları kapsamıştır. Modele göre;

- Algısal aşamada (3-7 yaş), çocukların yakın çevrelerine odaklandıklarını ve tek boyutlu algılarının somut ayrıntılara (boyut, renk, şekil) dayandığını gösterir. Bu aşamada bilgileri yüzeyseldir; bu yüzden kararlarını benmerkezci bir şekilde verirler.
- Analitik aşama (7-11 yaş) boyunca bilgi gelişir ve akıl yürütmeleri daha soyut hale gelir; kararlarını bağlama göre uyarlar ve etkileme stratejileri oluştururlar.
- Son olarak, yansıtıcı aşamada (11-16 yaş), bilgi daha ileri düzeydedir ve tüketimin toplumsal öneminin farkına varırlar. Markalar ve değerler hakkında tercihleri vardır (John, 1999).

Geçmiş araştırmalar konaklama işletmelerinin sahip olduğu özelliklerin onları birbirinden ayırttığını ve misafirin karar verme sürecini etkilediğini göstermiştir (Chu & Choi, 2000). Resort otel seçiminde etkili olan özelliklerin başlıcaları; temizlik, lokasyon, fiyat, oda tipi, güvenlik, servis kalitesi, marka ve itibardır (Khoo-Lattimore, Prayag, & Li Cheah, 2015). Resort otel misafirleri artık gelenekselleşmiş eğlencelerin dışına çıkmak ve farklı deneyimler yaşama beklentilerine sahip oldukları için karar verme süreçlerinde otelin ne tür deneyimler sundukları ile yoğun bir şekilde ilgilenmektedirler (Brey, 2010). Resort otellerin çocuklu aile segmentindeki misafir ihtiyaçlarına ne tür hizmet ve olanaklar ile cevap verdiğine ilişkin detaylı açıklamalar ilerleyen bölümlerde yer almaktadır.

Misafirlerin hangi coğrafyalardan geldiği de karar süreçlerinde etkilidir. Avrupalı ve Asyalı ailelerin karar süreçleri birbirinden farklı olabilmektedir. Asyalı tüketiciler kişisel ilgiye önem verirken Avrupalılar için hizmet standardı, verimlilik gibi kavramlar ön plana çıkmaktadır (Becker & Murrmann, 1999). Khoo-Lattimore, Prayag ve Cheah (2015) tarafından yürütülmüş olan nitel araştırmada Malezya tatilini yeni tamamlamış küçük çocuklu 15 Asyalı aile ile derinlemesine görüşme yapılmıştır. Benzer şekilde, Khoo-Lattimore, delChiappa ve Yang (2018) tarafından yürütülmüş olan nitel araştırma kapsamında ise, İtalya'nın Sardunya adasında aile tatillerini yeni tamamlamış olan 14 küçük çocuklu Avrupalı

ebeveyn ile derinlemesine mülakat gerçekleştirilmiştir. Her iki araştırmada elde edilen sonuçlar 5 ana tema üzerinden tartışılmıştır: konaklama yeri, etkileşim kalitesi, çocuk dostu olanaklar, güvenlik ve çocuk kulübü programları. İki araştırmanın sonuçları karşılaştırılarak analiz edilmiştir. Buna göre, Asyalı aileler tatil beldesinin evlerine yakın mesafede olmasının önemini vurgulamıştır. Uzun seyahat sürelerinin çocuklarla birlikte çok zorlayıcı olduğunu belirtmişlerdir. Diğer yandan Avrupalı aileler konaklama yerinin ihtiyaç duyulabilecek süper market gibi hizmetlere, denize ve doğaya yakın olmasının önemini vurgulamışlardır. Etkileşim kalitesi temasında her iki araştırmada da çocuğun ana dili ile iletişim kurabilen personelin varlığına ve dostane iletişime vurgu yapılmıştır. Bu temada ilgi çekici bir bulgu olarak, çocukların diğer çocuklar ile kurdukları iletişime önem verildiği gözlenmiştir. Çocuk dostu olanaklar açısından çocuklara uygun yiyecekler (ve/veya ailenin hazırlayabileceği bir mutfakın varlığı), biberon ısıtıcısı, beşik, çocuk havuzu, geniş yeşil alanlar, geniş oda (veya çocuklar için ekstra oda) Asyalı ve Avrupalı aileler tarafından dile getirilmiştir. Güvenlik başlığı altında Asyalı aileler personelin güvenilirliği ve niteliğine odaklanırken, Avrupalı aileler ise hijyen, fiziksel güvenlik ve personel başına düşen çocuk sayısı konularını ön planda tutmuştur. Çocuk kulübü olanakları konusunda katılımcıların yarısı memnuniyetlerini kendilerine rahatlamak için ayıracakları zamanlar ve çocuklarının sosyalleşme olanakları açısından dile getirmişlerdir. Memnuniyetsizliğini dile getiren diğer yarıyı oluşturan ebeveynler anne-baba ve çocuğun tatilde ayrı kalmamak ve tanımlanmış bir programa uymanın stresinden kaçınmak için çocuk kulübünün sunduğu hizmetlerden faydalanmadıklarını dile getirmişlerdir. Tüm katılımcılar tatil boyunca çocuklarının ilgi alanlarına yönelik aktiviteleri tercih ettiklerini dile getirmişlerdir (Khoo-Lattimore, delChiappa, & Yang, 2018).

1.2. Kitle Aile Turizminin Gelişimi

1.2.1. Tarihsel Gelişim

Türkiye’de konaklama işletmeciliğinin geçmişi 7. Yüzyıla dayanmaktadır; bunun sebebi, Anadolu topraklarının büyük kervanların geçiş güzergahında olması ve bu kervanların konaklama ihtiyaçlarını karşılayacak kervansarayların inşa edilmesidir (Evliyaoğlu, 1989). 19. Yüzyılın ortalarında İstanbul’da Avrupalı turistleri ağırlamak amacıyla oteller açılmaya başlanmış, böylece modern anlamda konaklama faaliyetlerinin ilk adımları atılmıştır. 1923 yılında Cumhuriyet’in ilan edilmesi ile birlikte daha çok yerli yatırımlar öne çıkmış ve çok sayıda konaklama tesisi hayata geçirilmiştir. Bu tesisler 1933 yılında Otelciler ve Hancılar Cemiyeti’nin kurulmasında öncü olmuşlardır (Çavuş, Ege, & Çolakoğlu, 2009).

Dünyada aile turizminin doğuşu ve gelişimini anlamak açısından Birleşik Krallık örneğini incelemek faydalı olabilir. Çünkü Britanyalılar “güneş banyosu yapmak” faaliyetine verdikleri önem ve ülkelerindeki iklim koşulları nedeni ile aslında uluslararası deniz tatili endüstrisinin de lokomotifini olmuşlardır (Walton, 2011). İlk paket turları başlatan da yine bir İngiliz olan Thomas Cook’tur. Cook, 1841’de yurtiçinde başlattığı bu turları İskoçya, ABD ve Dünya turu ile devam ettirmiştir. Bu ilk turlar demir yolları ile ulaşımı kapsamaktadır. 1920’de buharlı gemilerin kullanılması ile artış gösteren paket tur endüstrisi, İkinci Dünya Savaşı sonrasında savaş uçaklarının turizm amaçlı kullanılması ile büyük ivme kazanmıştır (Tokgöz, 2019).

Kitle turizminin gelişiminde çalışan orta sınıfın durumu belirleyici olmuştur. 1938 yılında İngiltere’nin de dahil olduğu 34 ülkede maaşlı çalışanlar yıllık izin hakkına sahip olmuşlardır çünkü izin kullanmanın çalışanın verimliliğine olumlu etkisi olduğu tespit edilmiştir. Bu yıllarda çocuklu ailelerin kitlesel turizme katılımı yakın lokasyonda olan uygun fiyatlı tatil kamplarına gitmek şeklinde başlamıştır (Dawson, 2015). Avrupa’da bulunan deniz kenarı ve spa resort otellerinde konaklayan kişiler aristokratlar, kraliyet mensupları, zengin iş insanları gibi üst gelir grubundan kişilerdir ve bu durum bazı destinasyonlar için uzun yıllar değişmeyecektir. Öyle ki bazı resortlar önemli kişileri bir araya getirmede neredeyse bir şehir kadar etkili hale gelmeye başlamıştır; casino ve golf gibi yetişkin eğlencesine yönelik unsurların yer aldığı bu resortlar için öncelikli hedef kitle içinde ailelerden bahsedilmez. Bunun yanında Batı Avrupa’nın Manş Denizi, Atlantik ve Akdeniz kıyılarında başlayan bazı kıyı tatil köyleri, alt orta ve işçi sınıfları misafir etmeye başlayarak resort turizmini aristokrat ve paralı elitlerin ötesine taşımaya başlamıştır (Walton, 2011).

İkinci Dünya Savaşı yılları ile birlikte seyahatler kesintiye uğramış, oteller ve misafirhaneler zarar görmüştür. Savaş sonrası dönemde, tatil kamplarının hızlıca yeniden hayata geçirilmesi ile birlikte İngiliz aileler seyahat alışkanlıklarını yeniden kazanmaya başlamıştır. 1948 yılında Birleşmiş Milletler yıllık izni temel insanlık hakkı olarak deklare etmiş, savaş döneminde havacılık sektörü gelişmiş ve böylece 1950’lerin ortalarında İngilizlerin yurtdışı tatili alışkanlıkları hızla yükselişe geçmiştir. İngilizler için daha iyi bir iklim, çeşitli eğlence olanakları ve alkol kısıtlamalarından kurtulabilmek için yurtdışı seyahatleri cazip hale gelmiştir. Özellikle düşük orta gelir düzeyindeki İngilizler için yıllık izinlerde yurtdışı seyahati yapabilecekleri olasılıklar sunulmaya başlanmıştır. Horizon Holidays, 1950 yılında ilk her şey dahil paket turunu Gatwick Havalimanından Corsika’ya kaldırdığı charter uçak seferi ile hayata geçirmiştir. Uygun fiyatlı bu tatilde misafirlerin kaldığı kampta, savaş döneminden kalan çadırlar kullanılmaktadır ve çocuklar için hiçbir

eğlenceli seçenek yoktur; sadece denize erişim imkânı vardır. Aynı yıl Majorca'da açılan Club Med kampına 21 yaş altı bireylerin girmesi yasaktır (Dawson, 2015).

Bu sırada tatil kredileri ve işsizlik sigortası uygulamaları hayata geçirilse de aileler için hala bu tatiller pahalı gelmektedir ve doğa içinde özgür hissetmek dışında vaat ettiği fazla bir şey yoktur. Ailenin iyi hissetme halini kazanması ücretli tatillerin mantığının bir parçası olmasına rağmen, boş zaman endüstrisi çocuklara nadiren hitap etmektedir ve bu da ebeveynler için tam bir rahatlamayı imkânsız kılmaktadır. Pek çok tatil destinasyonu, özellikle çiftler veya eş arayan bekarlar için geliştirilmiş ve pazarlanmıştır. Bu yıllarda tatil köylerinde çocuklu aileler için nadiren tesisler bulunmaktadır ve burada da programlar yetişkin çiftlere çocuklarından ayrı olarak sunulmaktadır. Yetişkinin, tatilin parasını ödeyen ve yaşı ve deneyimleri nedeniyle işten uzakta tatil arayan kişi olarak hizmeti hak ettiği yaklaşımı hakimdir. Diğer yandan, çocuklar için bazı hareketlenmeler de başlamıştır. Örneğin San Tropez'de bulunan Les Restanques tatil kampının reklamında çocuklar için oyun alanları, oyun ve spor lideri, yüzme havuzu ve gece çocuk bakıcısı hizmeti ile çocuklu aileler cezbedilmeye çalışılmıştır. Fakat bu vaatler yeterince ses getirmemiştir ve İngiltere içindeki seçeneklerden 3 kat daha pahalıdır. Sonuç olarak çocuklu aileler için bu yıllardaki en uygun tatil seçeneği İngiltere içindeki tatil kamplarıdır (Dawson, 2015).

Aile tatilinin artan önemini ilk fark edenlerden biri olan Billy Butlin, Britanya aile tatili pazarı üzerindeki en etkili girişimci görülmektedir. 1930'ların ortalarında Butlin, günlük rutinden kaçmak isteyen ve sayıları giderek artan aileleri barındırmak için İngiltere'nin kuzeydoğu kıyısındaki Skegness'te ilk ve ardından Essex-Clacton'da ikinci kampını açtı. Butlin ve sonra farklı girişimciler tarafından da sunulan bu tatil türü zamanla daha da yaygınlaşarak daha önce tatil gibi lüksleri karşılayabilecek bütçesi olmayan aileler için yeni bir hizmet alanı açmış oldu (Schanzel, Yeoman, & Backer, 2012).

Resort Çocuk Kulüplerinin doğuşu açısından Butlin's örneğini incelemek uygun olacaktır. Görsel 1.1'de çocuklar için hazırlanmış kum havuzu ve çitlerle çevrili bir çocuk oyun alanının fotoğrafı bulunmaktadır. Ailelerin ve çocukların bu alanda aktif oldukları görülmektedir. Görsel, 1955 yılı tarihli. 1946 tarihli olan Görsel 1.2'de ise yine aynı tesisteki çocuk havuzu gösterilmektedir. 1951 tarihli olan Görsel 1.3, Squires Gate Tatil Kampı'nın bir hizmeti olarak misafir aile çocukları ile 4 tekerlekli bisikletin keyfini çıkardığı anları belgelendirmektedir.



Görsel 1.1 Butlin's Resort'ta Kum Havuzu, 1955

Kaynak: (Getty Images, 2022)



Görsel 1.2 Butlin's Resort'ta Çocuk Havuzu, 1946

Kaynak: (Getty Images, 2022)



Görsel 1.3 Squires Gate'te Aile Bisikleti

Kaynak: (Getty Images, 2022)

Sadece 1965 yılında 2,5 milyon kişinin deneyimlediği bu kamplarda aileler rahatça konaklamakta, çocuklara uygun besinlere erişebilmekteydi. Çocuklar için bakım odası ve oyun odası bulunurdu ve ücrete tabi bebek bakım hizmeti sunulurdu. Tiyatroda bir gecede 3 sahne performansı yapılarak misafirlerin, İngiltere'nin kötü ikliminin yarattığı olumsuzluktan kurtulması sağlanmaya çalışılırdı. Söz konusu yıllarda çalışan bir İngiliz için bu tatil maddi olarak karşılanabilir bir tatildi (Dawson, 2015).

Aile turizminde ulaşım kolaylığı önemli bir faktördür (Khoo-Lattimore, delChiappa, & Yang, 2018). Kara ulaşımına erişim arttıkça, sahil ve kırsal kesimler kitleler için daha erişilebilir hale gelmiştir (Schanzel, Yeoman, & Backer, 2012). Yukarıda da söz edildiği gibi, ailelerin Birleşik Krallık içindeki bu tatil kamplarına ulaşımı için en yaygın araç trenlerdi. Tren taşımacılığı şirketlerinin reklam afişleri de söz konusu yıllardaki aile turizm hareketinin tarihçesine ilişkin ipuçları vermektedir. Görsel 1.4'te 1948-1965 yılları arasında Atlantic Coast Express tarafından kullanılmış olan tanıtım afişi yer almaktadır. Afişte Londra'dan batı İngiltere'ye her gün tren seferlerinin yapıldığı duyurusu eğlenceli bir tatil vaadi ile sunulmaktadır. Afişin öznesini ise denize ayaklarını sokmuş, elinde oyuncak küreğini tutan mayolu bir kız çocuğu oluşturmaktadır. Çocuk farklı destinasyon seçenekleri içinde karar veren, aktif ve mutlu bir çocuktur. Görsel 1.5'te ise British Railways'in 1956 tarihli posterini yer almaktadır. Posterde İngiltere'nin batısında, Galler bölgesindeki bir tarihi turistik yer olan Porthcawl büyük puntolarla yazılmıştır. "Mutlu sağlıklı tatiller için trenle seyahat edin" sloganı yer almaktadır. Afişin öznesi mayosu ile plajda koşan bir çocuktur. Elinde birbirinden farklı oyuncaklar tutması ve arka planda lunapark görüntüsüne yer verilmesi ile tatilde çocukların yapacağı eğlenceli aktivitelerin çeşitliliğine vurgu yapılmaktadır.



Görsel 1.4 Atlantic Coast Express'in 1948-1965 tarihlerindeki posterini

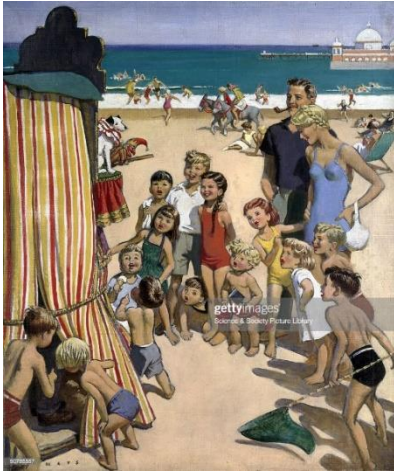
Kaynak: (Getty Images, 2022)



Görsel 1.5 British Railways'in 1956 tarihli posteri

Kaynak: (Getty Images, 2022)

Deniz kenarında yer alan bu resort tesislerde çocuklar ve aileler için eğlenceli performansların sergilendiğini yine bir tren taşımacılığı şirketi afişinden ispatlamak mümkündür. Görsel 1.6'da yer alan ve British Railways tarafından tanıtım amacı ile kullanılan 1950 tarihli afişte çocukların tatilleri sırasında sahilde kukla gösterisi izlediği, bazı ebeveynlerin buna eşlik ettiği anlar yağlı boya tablo şeklinde gösterilmektedir. 1949 tarihli olan ve Görsel 1.7'de verilen fotoğrafta ise çocuklar İngiltere'nin Kent şehrindeki bir sahil resortu olan Broadstairs'in plajında Punch and Judy kukla gösterisini izlemektedir.



Görsel 1.6 British Railways'in 1950 tarihli posteri

Kaynak: (Getty Images, 2022)



Görsel 1.7 Broadstairs'te kukla gösterisi, 1949

Kaynak: (Getty Images, 2022)

Kitlesel aile turizminin kalbini oluşturan orta sınıf için paket turların charter havayolları ile yaygınlaşması 1960'ların sonu-1970'lerde gerçekleşmiştir ve uluslararası resort destinasyonları bu dönemde belirginleşmeye başlamıştır (Dawson, 2015). 1970'lerde İspanya, ucuz ulaşım ve uygun fiyatlı konaklama komplekslerinin çoğalması ve gelen turizmi karşılamaya yönelik destek hizmetleri sayesinde hızla Birleşik Krallık'taki gezginler için tercih edilen destinasyon haline gelmiştir (Schanzel, Yeoman, & Backer, 2012).

1960'larda havayolu taşımacılığı yaygınlaşmaya başlamıştır. Havayolu şirketlerinin tanıtım afişlerinde çocuk ve tatil öğeleri kullanması aile tatili pazarının ağırlığını gözler önüne sermektedir. Görsel 1.8'de 1960'larda kullanılmış bir tanıtım afişi yer almaktadır. Trans World Airlines'ın bu tanıtım afişinde dört çocuklu bir ailenin rahat ve mutlu bir şekilde seyahat edişine yer yer verilmektedir. Tanıtımda: "Çocuklarla seyahat etmenin en küçük problemini nasıl çözersiniz?" sorusunun devamında, "çocuklar ile seyahatteki en büyük problemler buharlaştı – havada." ifadesine yer verilmiştir. Ailenin seyahat kararlarında ulaşım kolaylığının önemi bu afişte de gözler önüne serilmektedir. Resim 1.9'da aynı şirketin benzer tarihlerde kullandığı farklı bir tanıtım afişi yer almaktadır. Burada çocuklu bir aileye yer verilerek: "İlk ya da onbeşinci uçuşunuzda TWA'yı seçerek mutlu olacaksınız" denmektedir. Bu seyahatin gerek iş gerek turistik amaçla gerçekleştirilebileceğine vurgu yapılarak, toplantı halinde ve müze gezen insanların bulunduğu görseller kullanılmıştır.



Görsel 1.8 Trans World Airlines posterinde aile, 1960'lar

Kaynak: (Pinterest, 2022)



Görsel 1.9 TWA Posterinde aile turizmi vurgusu, 1960'lar

Kaynak: (Pinterest, 2022)

1960'ların ortalarında Club Med ve Horizon Holidays, yine egzotik yerlerde ama daha lüks tatil olanakları yaratmışlardır. 1970'lerdeki petrol krizi ile birlikte uluslararası turizm hareketliliği düşüş yaşamış, otellerin dolulukları büyük oranda azalmıştır. Fakat ekonomik kriz döneminde dahi, İngiliz ebeveynler, çocuklarının eğlendiği ve başka çocuklarla sosyalleştiği tatiller aramaya devam etmiştir. Benzer yaşa sahip çocukların olduğu aileler birlikte seyahat ederek sorumluluğu paylaşma şeklinde çözüm bulmaya çalışmışlardır. Ebeveynler, çocukları için tek eğlencenin kendileri olmadığı ve resmi ebeveynlik rollerine ara verme şansına sahip oldukları bir tatil istemişlerdir. Dar gelirli Britanyalılar için bu, genellikle karavan veya kamp tatilleri veya daha ucuza satılan 'sezon dışı' tatil kampı oturumları şeklini alabilmektedir (Dawson, 2015).

Avrupa'daki bekarların çoğu için favori tatili sunan Club Med, zaman içinde müşterilerinin büyüdüğünü, evlendiğini ve çocuk sahibi olduğunu fark etmiştir. Club Med,

müşterilerinin yenilenen ihtiyaç ve beklentileri doğrultusunda hizmetlerini genişleterek müşterileri sadakatini uzun yıllar başarıyla sürdürmüştür. Özellikle 1970'lerde ve 1980'lerde çocuklu ailelerin de içinde olduğu çeşitli müşteri gruplarını memnun edecek çok sayıda bileşeni yelpazesine dahil ederek misafir deneyimine verdiği önemi göstermiştir (Kandampully, 2000). Yirminci yüzyıl ilerledikçe, Riviera fikri Kuzey ve Doğu Avrupa ve daha sonra Güney Afrika, Meksika kıyılarında sahiplenilmiş ve desteklenmiştir. İtalya ve İspanya ile başlayan resortlar Akdeniz boyunca Yunanistan, Tunus ve Türkiye ile daha uzak destinasyonlar olan Florida, Karayipler, Güney Pasifik, Hint Okyanusu ve Tayland'a kadar uzanmıştır. Kızıldeniz, Avustralya ve Hindistan ile "kitle turizmi" ilerlemeye devam etmiştir. Zaman içinde havayolu şirketlerinin çoğalması, maliyetlerin düşürülmesi ile kitlesel turizm sürekli artış göstermiş ve bu süreçte resort oteller global bir şekilde birbirini etkileyerek şekillenmeye başlamıştır. Zincir markaların farklı ülkelerde açtığı oteller ile bilgi ve pratikler yukarıda sözü edilen tatil destinasyonlarında hızla yayılmıştır.

Türkiye'nin bu süreç içinde izlediği yolu daha spesifik örneklerle açıklamak için devlet politikalarına yakından bakmak gerekir. 1950'li yıllarda devlet tarafından turizm yatırımlarının teşvik edilmesi amacıyla pek çok destek paketi yürürlüğe konmuştur. Böylece uluslararası zincir oteller Türkiye'de tesisler açmaya başlamış ve konaklama işletmeciliğinde yepyeni bir dönem başlamıştır. Turizm Bankası'nın kurulması ile ülkenin çeşitli yerlerinde Banka'ya ait oteller kurulmaya başlanmıştır. 1963 yılında Turizm ve Tanıtma Bakanlığı kurularak Bakanlığa devletin bu alandaki planlama, belgelendirme, standardizasyon, uluslararası iş birliği anlaşmalarına taraf olunması, turizm tesislerinin yönlendirilmesi ve belgeli tesislerin fiyatlarını belirleme görevleri verilmiştir. Bu tarih itibari ile Devletin turizm yatırımlarını kalkınma planları ile hedefler koyarak büyüttüğü bir dönem başlamıştır. Devlet belirlenen yatırım bölgelerinde tüm altyapı çalışmalarını üstlenmiş, örnek konaklama tesisleri kurarak özel sektör girişimlerine model oluşturmuş ve teşvik programları ve vergi muafiyetleri ile yeni yatırımları desteklemiştir. Tüm bu çabalar sonucunda Türkiye'de hızla yatak kapasiteleri artmaya başlamış ve kitle turizmine yönelik adımlar atılmaya başlanmıştır. Kitle turizminin yükselişi tüm dünyadaki hareketlilik ile paralellik göstermiştir. Zira kapitalizm ve küreselleşmenin artan etkisi ile birlikte diğer sektörlerde olduğu gibi turizmde de kitlelere ulaşma etme isteği, lüks ve kitlesel ayrımının belirginleşmesi ve ürün çeşitlendirme eğilimleri oluşmaya başlamıştır (Kozak & Coşar, 2017). Özellikle ikinci beş yıllık kalkınma planı döneminde (1968-1972) turizm sektöründe yapılması öngörülen yatırımın %77'sinin konaklama tesislerine, bunun da %87'sinin kitle turizmine uygun tesislere ayrılması hedeflenmiştir (Çavuş, Ege, & Çolakoğlu, 2009).

Türkiye’deki ilk tatil köyü 1966 yılında Foça’da açılan Club Méditerranée (Club Med)’dir. Club Med, 140 dönüm arazi üzerine kurulmuştur. 800 odalı tesis plaj, spor tesisleri, yüzme havuzu, Türk hamamı, tiyatroya sahiptir. Doğa ile iç içe, ağaçların olduğu bir tatil köyü olarak 40 yıl boyunca hizmet etmiştir. Club Med’de çocuk havuzuna yer verilmemiştir (Kozak & Coşar, 2017). Fakat çocuk kulübü bulunmaktadır ve Türkiye’deki animasyonu başlatmıştır.. (Aydın, 2008). Club Med, 1980’li yıllardan itibaren özellikle Akdeniz bölgesinde hızla sayıları artan, İngiliz ve Alman misafirlere ev sahipliği yapmaya başlayan tatil köylerine ilham olmuştur. İleride her şey dahil sistemine evrilecek ilk uygulamalar da yine Club Med’e dayanmaktadır (Kozak & Coşar, 2017).

Daha mikro ölçekte Antalya açısından bakıldığında, Antalya’nın 1950’de Devlet kararıyla 1. Mıntıka içine alınması önemli bir aşamadır. Şehrin turistik amaçlı ilk oteli sayılan Teras Otel 72 yatak kapasitesi ile 1958 yılında hizmete açılmış ve aynı yıl itibari ile Antalya’ya gelen yabancı turist sayısı 208 kişiye ulaşmıştır. Antalya’nın 1969 yılında Turizm Gelişme Bölgesi ilan edilmesi ile pek çok yeni yatırım hayata geçirilmiştir. Talya Otel bu dönemde hizmete girmiştir. 1973’te hazırlanan Antalya Master Planı ve Turizm Nazım İmar Planı sonrasında havaalanı, liman ve şehirlerarası karayolları hayata geçirilmiştir. Şehirde yeni parklar, festivaller, fuarlar, tiyatro gösterileri vb. gerçekleştirilerek şehrin cazibesi artırılmıştır. Charter uçak seferlerinin desteği sayesinde 1980’de Antalya’ya gelen turist sayısı 5 bine yaklaşmıştır. Avrupalı seyahat acentelerinin yatırımlarının ardından turist sayısı, 1990’da 826 bin 27’ye ve 1999’da 1 milyon 824 bin 406’e yükselmiştir (Kapan, 2019). Türkiye’nin nüfusu en hızlı artan ili olan Antalya’da bu sayı her geçen gün büyümeye devam etmiştir. Pandemi öncesi 2019 yılı rakamlarına göre Antalya’ya gelen turist sayısı 14 milyon 907 bin 862’e ulaşmıştır (Turizm Ajansı, 2020).

Çocukların tatildeki varlığı kabul edilse de aile turizmi ve çocuk misafirlere yönelik ayrıcalıklı uygulamalar 1970’ler ile birlikte ciddiyetle konuşulmaya başlanmıştır. 1978-1999 yılları arasında aile turizmine ilişkin sadece 22 akademik makale yayınlanması bunun bir göstergesi sayılabilir (Li, Lehto, & Li, 2020). Club Med ilk çocuk kulübünü 1967’de hayata geçirmiş olsa da (Kozak & Coşar, 2017) bu uygulamanın yaygınlaşması ve günümüzdeki şeklini alması zaman almıştır.

Türkiye’de ve dünyada turizm işletmelerinin “Çocuk Dostu” sıfatı kazanmaları yönünde bir eğilim belirginleşmiş ve hızla yaygınlaşmıştır. Buna göre başta resort oteller olmak üzere konaklama tesisleri çocuk dostu turizm uygulamalarını benimsediklerini deklare etmeye ve buna pazarlama politikalarının güçlü bir unsuru olarak yer vermeye başlamışlardır. Çocuk Dostu turizmin gerekli hale gelmesinin pek çok nedeni vardır. Misafirin olası

kazalardan korunması gerekliliği, çocuklu ailelerin memnuniyetinin sağlanması ve böylece tekrar ziyaret oranlarının artmasının hedeflenmesi, yüksek pazarlama değeri taşıması bu sebeplerden birkaçıdır (Özel, 2021). Diğer yandan, “Çocuk Dostu Konaklama Tesisi” ifadesini tanımlayan, sınırlarını çizen, özelliklerini açıklayan bir yasal düzenleme bulunmamaktadır. Bunun yerine, resort çocuk kulüplerinin uyması zorunlu bazı yönetmelikler bulunmaktadır. Buna ilişkin bilgiler ilerleyen bölümlerde verilecektir.

Türkiye’de ve Antalya’da yer alan resort otellerin çocuklu ailelerin önemine ilişkin farkındalıklarının artması ile birlikte çocuklar için sunulan hizmetler çeşit ve kalite açısından artış göstermekte, bu durum bir rekabet unsuru haline gelmekte ve bölgesel eğilimleri şekillendirmektedir. Bütün bu sürecin çocuk kulüpleri açısından nasıl geliştiği ve hangi faktörlerin bu süreçte etkili olduğuna ilişkin araştırma bulguları tezin dördüncü ve beşinci bölümlerinde ifade edilmektedir.

1.2.2. Türkiye’de Yasal Uygulamalar

Resort çocuk kulüpleri için çalışma şekli, bina yapısı, personel gereklilikleri gibi konuları doğrudan detaylı bir şekilde açıklayan bir yönetmelik bulunmamaktadır. Fakat bazı yönetmelik, kanun ve düzenlemelerin çerçevesi içinde, tesis yönetimlerinin inisiyatifi ve yerel idarelerin (Valilik, Kaymakamlık ve İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü gibi) denetimleri ve yönlendirmeleri doğrultusunda yatırım ve yönetim kararları verilmektedir. Bu yasal düzenlemelerden başlıcaları aşağıda verilmiş ve resort çocuk kulüpleri açısından uygulama şekilleri açıklanmıştır. Covid 19 Pandemisi kapsamında düzenlenen Güvenli Turizm Sertifikasyon Programı, 2022 yılı itibari ile yürürlüğe giren, ilk aşamasının zorunlu olduğu ve banka kredileri dahil turizm tesislerinin faaliyetlerine ve imajına fayda sağlayan Sürdürülebilir Turizm Sertifikasyon Programı kapsamında da uygulamalar şekillendirilmektedir. Tüm bunların yanında, özel tur operatörleri de misafir getirdikleri otelleri kendi hazırladıkları kontrol listeleri üzerinden denetlemektedir.

Burada yer verilmiş olan yasal düzenlemelerin yanında Türkiye Cumhuriyeti Anayasası kapsamında geçerli olan ilgili yasal yükümlülükleri Çocuk Kulüplerini bağlamaktadır. Örneğin Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı’nca öngörülen şekilde insan kaynakları prosedürleri uygulanmaktadır. Ayrıca Kişisel Verilerin Korunması Kanunu çocukların görüntülenmesi, bu görüntülerin yayınlanması gibi durumların kısıtlanmasını sağlamaktadır.

1.2.2.1. Turizm Tesislerinin Niteliklerine İlişkin Yönetmelik

2019 yılında Resmi Gazete’de yayınlanan ve Şubat 2023 itibari ile geçerliliği devam eden Turizm Tesislerinin Niteliklerine İlişkin Yönetmelik kapsamında çocuklara sunulan olanaklara ilişkin bazı düzenlemeler yapılmıştır. Yönetmeliğin 14. Maddesi olan Mahallerin Düzenlenmesi başlığı altında Çocuk Oyun Merkezi şu şekilde açıklanmaktadır:

“Çocuk oyun merkezi; çocuklara yönelik yemek mahalli, açık oyun alanı, çocuk bakım odası ve tuvaletleri ile oynama, dinlenme ve eğlenme imkânı verilebilen ve salonu en az iki farklı yaş grubuna göre ayrı ayrı düzenlenen ünitelerdir. Çocuklara yönelik tuvalet düzenlemesi ile oynama, dinlenme ve eğlenme imkânı verilebilen salonu bulunması halinde ise bu ünite çocuk oyun ünitesi olarak adlandırılır.” Yönetmelikte açıkça 12 yaş altında misafir almadığını belirtmeyen her tesisin çocuk havuzu bulundurma zorunluluğu bulunmakta, bu çocuk havuzunun en fazla 50 cm derinlikte olacağı bilgisine yer verilmektedir. Personelin niteliğine ilişkin olarak; tesislerde sağlık, güzellik ve bakım, çocuk oyun merkezi veya ünitesi, masaj, su sporları ve eğlenceleri, okçuluk, atıcılık, binicilik gibi üniteler bulunması durumunda, bu ünitelerde alanında sertifikalı veya eğitilmiş personel çalıştırılacağı düzenlemesine yer verilmiştir.

1.2.2.2. Özel Kreş ve Gündüz Bakımevleri ile Özel Çocuk Kulüplerinin Kuruluş ve İşleyiş Esasları Hakkında Yönetmelik

Aile ve Sosyal Politikalar tarafından 2015 yılında yürürlüğe girmiş olan bu yönetmelik resort çocuk kulüplerinin kuruluş ve işleyişi konusunda tesis yönetimine, çocuk kulüp yönetimine, denetleme görevi verilen Kaymakamlık ve tur operatörü çalışanlarına yol göstermektedir. Yönetmelikte çocuk kulübü “6-12 yaş grubu çocuklara hizmet veren kuruluş” olarak tanımlanmaktadır. Bunun yanında, 0-36 aylık çocuklar için oyun ve emekleme odası ile uyku odası; 37-66 aylık çocuklar için oyun, etkinlik ve uyku odası, 6-12 yaş çocuklar için oyun ve dinlenme odası tanımlanmıştır.

Yönetmelikteki birçok maddenin konaklama tesislerindeki çocuk kulüpleri ile doğrudan ilişkilendirilmesi mümkün değildir. Fakat özellikle kuruluş binasında aranacak özellikleri açıklayan Madde – 17 işletmeler tarafından dikkate alınan, denetimlerde sorgulanan başlıca maddedir. Alt maddeleri ile aşağıda verilmiştir:

- a) Kuruluşta, bir idare odası veya bölümü oluşturulmalıdır.
- b) Oyun, etkinlik, uyku, çalışma ve dinlenme odaları bol ışık almalıdır.
- c) Çocukların kullandığı, oyun, uyku, çalışma odalarının kapıları içerden dışarıya açılır şekilde olmalıdır.

ç) Çocukların oyun oynadığı ve etkinlik yaptığı odaların zemini mutlaka yumuşak malzemeden yapılmış olmalıdır.

d) Çocukların bulunduğu oda ve salonlarda, taban çocukların sağlığına zarar vermeyecek, kolaylıkla silinip temizlenebilen bir madde ile döşenmeli ve zemin anti bakteriyel malzemeye kaplanmalıdır. Çocukların oturarak oynamaları ve etkinlikler için, bazı bölümlere minder veya antialerjik halı konulabilir.

e) Çocukların bulunduğu oda ve salonların duvarları kolaylıkla silinip temizlenebilen bir madde ile boyanmalı veya kaplanmalıdır.

f) Grup odaları çocukların yaş gruplarına uygun ve psikolojik ve sosyal gelişimlerine yardımcı nitelikteki, Milli Eğitim Bakanlığı eğitim programlarında belirtilen eşyalar ve eğitim araç ve gereçleri ile donatılmalıdır.

g) Gruplarda okul öncesi eğitim programına uygun olarak blok, dramatik oyun, kitap, müzik, sanat, fen öğrenme merkezleri, kum ve su masası bölümü oluşturulmalıdır.

ğ) Malzemelerin ve oyuncakların konulduğu dolap ve raflar, çocukların rahatça ulaşabileceği bir seviyede olmalıdır.

h) Çocukların günlük etkinliklerini yaptıkları masalar ve sandalyeler, plastik veya ahşap malzemeden yapılmalı ve çocuk boyuna uygun olmalıdır.

ı) Günlük faaliyetlerin sergilenebileceği bir faaliyet panosu bulunmalıdır.

i) Kuruluştaki ısıtma çocuklar için tehlike oluşturmayacak şekilde, kaloriferle, merkezi sistem ile veya iklim koşullarına göre klima ile yapılabilir. Isıtma elektrikli cihaz, odun ve kömürlü soba ile yapılamaz. Odalarda ısıölçer bulunur ve 20-28 derece ortalama bir sıcaklık sağlanır.

j) Çocuk karyolaları en az bir kişinin rahatlıkla geçebileceği aralıkla düzenlenir ve emniyet altına alınır. Zeminin ahşap olması ve yalıtımın iyi yapılması halinde, 25-30 cm yüksekliğinde kampet kullanılabilir. Ranza kullanılmaz. Yatak takımları değiştirilerek hijyen sağlanır.

k) Kuruluştaki, her 20 çocuğa bir tuvalet ile lavabo bulunur ve bunlar çocukların rahatlıkla kullanabilecekleri büyüklük ve yükseklikte olur. 36 aya kadar olan çocuklar için klozet adaptörü kullanılır ancak portatif tuvalet kullanılmaz. Çocuk kulüplerinde, kız ve erkek çocuklar için ayrı tuvaletler kullanılır. Tuvalet zemini kaymaz seramikten döşenir veya kaymayan paspas serilir. Kuruluşlarda personelin tuvaleti çocuklardan ayrı olmak zorundadır.

l) Kuruluşun yeterli büyüklükte bir mutfak ve ayrı bir yemek odası olmalı, çocukların yiyeceklerinin saklanması, hazırlanması, dağıtımı, malzemelerin temizlenmesi için uygun yerler ile gerekli araç ve gereçler bulunmalıdır. Mutfak zemini kaymaz seramikten döşenir

veya kaymayan paspas serilir. Mutfakta kullanılacak olan tencere, tabak, bardak gibi gereçlerin çelik, porselen veya cam türü malzemelerden oluşması şarttır.

m) Binanın tümünün havalandırılması için gerekli önlemler alınır ve mutfakta aspiratör bulundurulur.

n) 0-36 aylık çocuklar için ayrı bir alt değiştirme bölümü bulunur. Bu bölümde alt değiştirme masası ile kirli, temiz bez ve çamaşırlar için ayrı dolaplar bulundurulur. Her bebeğin özel eşyası ayrılır, başka bebekler için kullanılmaz. Bebeklerin düzenli olarak altları değiştirilir, gerekli hijyen ve temizlik kurallarına dikkat edilir.

o) 0-36 aylık çocukların mamalarının ve yemeklerinin hazırlanması için gerekli her türlü araç ve gereç bulundurulur. Kullanılan araç ve gereçler sağlığa zarar vermeyecek maddelerden seçilir. Bu araç ve gereçler, düzenli bir biçimde sterilize edilir. Bu yaş grubu için yeterince mama sandalyesi bulundurulur.

ö) Çocukların kullandıkları merdivenlerin yüksekliği ve tutma yerleri çocuk boylarına göre yapılmalıdır. Merdivenlerin eğimi çocukların kullanımına uygun olmalıdır.

p) Her çocuğun özel eşyalarının konulacağı dolaplar, çocukların rahatça ulaşabileceği seviyede olmalıdır.

r) Kuruluştaki, kapasiteye göre ayakkabılık ve portmanto olmalıdır. Ayakkabılık ve portmanto çocukların rahatça ulaşabileceği seviyede olmalıdır.

s) Kuruluştaki, gerekli ilaç ve ilk yardım malzemelerini içeren bir ecza dolabı bulundurulur.

ş) Kuruluşun bahçesinde çocukların dinlenme ve oyunları için gerekli araç ve gereçler bulunur. Bahçenin zemininin yumuşak malzemeden olması sağlanır, yeterli toprak ve çim alanın bulundurulmasına özen gösterilir. Bahçede çocukların mevsimlerin ve bitkilerin değişimlerini izlemeleri, sebze yetiştirmelerini sağlayacak uygulama bahçesi veya alanı oluşturulabilir. Bahçede, çocukların kuruluş dışına kontrolsüz çıkmalarını önleyecek tedbirler alınmalıdır.

t) Kuruluşun her türlü tesisatı, temiz ve düzenli olmalıdır. Kuruluştaki çocukların bulaşıcı hastalıklardan korunmasına yönelik yapılacak çalışmalara ilişkin bir talimat veya yönerge bulunmalıdır.

u) Kuruluştaki hafif bedensel engelli olan çocukların olması halinde, bina girişlerinden en az biri, düz veya eğimi 1/12'den fazla olmayan rampa ile bağlanır ve özel tuvalet bulunur.

ü) Kuruluşun kurumsal kimlik kılavuzunda belirtilen standartlara uygun bir tabelası bulunur.

1.2.2.3. Konaklama Tesislerinde Kontrollü Normalleşme Süreci Genelge Değişikliği

Covid 19 Pandemisi sürecinde konaklama tesislerindeki çocuk kulüplerinin işleyişine yönelik bazı düzenlemeler yapılmıştır. Bu düzenlemeler sektörün ilk kez karşılaştığı bu büyüklükteki bir salgın hastalık ile ilgili alınacak önlemlerin uygulama aşamasında güncellenmesi gerekliliğini doğurmuştur. Zira konaklama tesislerinin tekrar hizmete açılmasını düzenleyen ilk genelgede çocuk kulüplerinin açılması yasaklanmış, Haziran 2020’de yapılan güncelleme ile kontrollü bir şekilde açılmalarına ilişkin uygulamalar düzenlenmiştir. Konaklama işletmeleri tarafından 2020 yılı devamında ve 2021 sezonunda bu yönergeler uygulanmıştır. Genelgede açıklanan düzenleme şu şekildedir:

"Konaklama tesisleri bünyesinde yer alan mini kulüpler hizmete açılması halinde, aşağıdaki kurallara ilave olarak, kreşler için Covid-19 kapsamında normalleşme sürecine ilişkin Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığınca belirlenen usul ve esaslardaki hijyen ve sağlık kurallarına göre hizmet verirler. Mini kulüplerin sosyal mesafe düzenlemelerine uygun olarak kapasiteleri belirlenir ve belirlenen kapasitede çocuk, rezervasyon ile kabul edilir. Çocukların oyun/yemek masaları, bireysel oyun alanları, varsa yatakları arası mesafe en az 1,5 metre olacak şekilde düzenlenir. Mini kulübe girişte, çocukların temassız ateş ölçümü yapılır. Ateşi 38 dereceden yüksek olanlar, boğaz ağrısı, burun akıntısı, konjunktivit, öksürük, iştahsızlık, kırgınlık, kas ağrıları, ciltte döküntü, karın ağrısı, kusma, ishal, nefes darlığı gibi belirtileri olan çocuklar aileleri ile irtibata geçilerek sağlık kuruluşuna yönlendirilir. Giriş ve çıkışlarında çocukların el hijyeni için el antiseptiği bulundurulur. El antiseptikleri çocukların ulaşamayacakları yerlere konulur ve personel gözetiminde çocukların kullanması sağlanır. Ünitelerin sık sık kapı ve pencereleri açılarak doğal havalandırması yapılır. Bu ünitelerde klima ve vantilatör çalıştırılmaz. Çocukların sık sık dışarı çıkması ve daha çok açık alan etkinlikleri yapmaları sağlanır. Açık alan etkinliklerinde de sosyal mesafe kurallarına uyulur. Sert yüzeylerde deterjan ile temizlik sonrası 1/100 oranında sulandırılmış çamaşır suyu ile dezenfeksiyon yapılır. Çamaşır suyu uygun olmayan yüzeylerde %70 oranında alkol içeren ürünlerle hijyen sağlanır. Halı, koltuk gibi yüzeyler su ve deterjanla veya makine ile yıkamayla veya sıcak buharla temizlenir. Oyuncaklar, hobi malzemeleri, çocuk oyun parkı donanımları sık sık su ve deterjanla temizlenir. Sonrasında %70'lik alkol ile silinir ve kurutulur. Temizlik için bulaşık makinesi de kullanılabilir. Yüzeyi nedeniyle (pelüş, tüylü) sık temizliği ve hijyeni mümkün olmayan oyuncaklar kaldırılır. Oyuncakların tekrar kullanılabilmesi için temizlenmesi gerektiğinden yeterli sayıda oyuncak bulundurulur. Bu alanlarda konusunda eğitilmiş personel bulundurulur. Görevli personel tarafından çocuklar arası sosyal mesafenin korunması ve çocukların bulaş riskini artıran fiziksel faaliyetlerde

bulunmamaları sağlanır. Kulüp programları bu esasa göre düzenlenir. Tuvaleti kullanan çocukların öncesinde ve sonrasında ellerini yıkaması sağlanır, çocukların tuvaletleri tek tek kullanmasına özen gösterilir. Mini kulüplerin genel temizliği ve bakımı, personeli, bünyesinde bulunan yeme-içme üniteleri, genel kullanım alanları ve diğer hususlar hakkında 2020/6 Sıra Sayılı Genelgenin ilgili hükümleri uygulanır.” Bakanlık tarafından bu genelgenin uygulanması denetimler ile sağlanmıştır.

1.2.3. Türkiye’de Sivil ve Akademik Oluşumlar

1.2.3.1. Çocuk Dostu Turizm İnisiyatifi

Çocuk Dostu Turizm Projesi, Uluslararası Çocuk Merkezi tarafından 2017 yılında başlatılmıştır. Uluslararası Çocuk Merkezi, 1999 yılındaki kuruluşundan bu yana çocuk haklarının tanınması, yaygınlaştırılması ve çocuğa karşı her türlü şiddetin önlenmesi alanlarında çalışmalar sürdüren; çocuk haklarının her sektörde benimsenmesi ve uygulanması için proje ve faaliyetler yürüten bir sivil toplum kuruluşudur (Çocuk Dostu Turizm , 2023).

Çocuk Dostu Turizm Projesi ile:

- Turizm ve seyahatte çocuk dostu, güvenli bir turizm anlayışının güçlendirilmesi ve çocuk hakları bilincinin geliştirilmesi.
- Türkiye’de sektör paydaşları tarafından çocuk haklarına bütüncül yaklaşan, sürdürülebilir bir anlayışın benimsenmesi.
- Çocuk Dostu Rehber İlkeler'in yaygınlaştırılması.
- Çocuk Dostu Turizm eğitimlerinin çevrim içi modül ile daha çok turizm profesyoneline ulaşmasının sağlanması amaçlanmaktadır.

Proje ile seyahat ve konaklama sektörü çalışanları, kanun ve politika yapıcılar, kamu ve sivil toplum kuruluşlarına ulaşılması planlanmıştır. Sektörün önde gelen profesyonellerini ve temsilcilerini bir araya getirmek ve projenin etkinliğini artırmak için Çocuk Dostu Turizm Danışma Kurulu kurulmuştur. Kurul tarafından Çocuk Dostu Turizm Rehber İlkeleri hazırlanmıştır. Çocuk haklarının korunması ve çocuğa karşı şiddetin önlenmesi için sistematik ve bütüncül bir yaklaşıma sahip olan ve turizm sektörüne rehber olabilecek kapsamlı bir doküman hazırlamak amaçlanmıştır.

Bu rehber ilkeleri imzalayan turizm işletmelerine, uygulanma sürecinde destek sağlamak amacıyla ziyaretler yapılmış ve eğitimler düzenlenmiştir. Bir taraftan, sürece destek veren işletmelerin tanıtımına katkı sağlamak planlanmıştır. Ulaşılabilen turizm çalışanı sayısını artırmak amacıyla çevrim içi eğitim modülü hazırlanmıştır. Modülde eğitim videoları, eğitim materyalleri ve örnek vakalara yer verilmiştir.

Proje kapsamında iki tane büyük ölçekli bilgilendirme konferansı düzenlenmiştir. Konferanslar çocuk dostu turizm ve turizmde çocuk hakları ile çocuğa karşı şiddetin engellenmesi konularına odaklanmış ve bu konulara taraf olan tüm devlet kurumları temsilcileri, sivil toplum kurumları, turizm sektöründe aktif olan şirket sahipleri davet edilmiştir.

Proje kapsamında belirlenen Çocuk Dostu Turizm Rehber İlkeleri şu şekildedir:

- Çocuk Haklarının Gözetilmesi ve Çocukların Şiddetten Korunması İçin Politikaların Belirlenmesi
- Çocukların Güvenliklerini ve Sağlıklarını Gözetim Düzenlemelerin Yapılması
- Çocuk Haklarına Tanıtım ve Reklamcılık Faaliyetlerinde Özen Gösterilmesi ve Saygılı Olunması
- Çocuk Hakları Eğitimlerinin Tüm Çalışanlara Sağlanması
- Çocuk İşçiliğine Karşı Turizm Sektöründe Sıfır Tolerans Yaklaşımının Benimsenmesi
- Engelli Çocuk Dostu Tesislerin ve Alanların Artırılması
- Çocukların Temiz ve Sürdürülebilir Bir Çevre Hakkının Korunması
- Çocukların Kendilerini İlgilendiren Aktiviteler ve Alanlarla İlgili Görüşlerine Saygı Duyulması
- Çocuk Haklarının Sektörde Benimsenmesi İçin İlgili Tüm 9 Paydaşlar ile İş Birliği İçerisinde Çalışılması
- Çocuk Haklarının Korunması ve Çocuğa Karşı Şiddetin Önlenmesi İçin Yapılan Uygulamaların Yıllık Raporlar Halinde Kamuoyuna Sunulması

1.2.3.2. Uluslararası Aile Gençlik ve Çocuk Dostu Turizm İşletmeciliği Kongresi

Kongre, aile, genç ve çocukları hedef kitle olarak belirlemiş olan turizm tesislerinde gerçekleştirilen uygulamalara ilişkin bildirilerin akademik düzeyde sunulduğu, tartışıldığı bir platform olarak dört kez gerçekleştirilmiştir. Kongrenin ilk ve ikincisi Sivas Cumhuriyet Üniversitesi tarafından 2018 ve 2019 yıllarında, üçüncüsü ve dördüncüsü İstanbul Beykoz Üniversitesi tarafından 2021 ve 2022 yıllarında düzenlenmiştir. Beşinci kongrenin yapılması planlanmaktadır. Kongrenin internet sitesinde, çocuğa odaklanarak kendisine “pazarda daha fazla yer kapmak, marka yaratmak, konuşlanmak peşinde koşan” işletmeler ifadesi kullanılmaktadır. Bu işletmelerin içinde hatalı davranan ve taahhütlerin yerine getirmeyenlerin, haksız kazanç elde etmeye çalışanların varlığına vurgu yapılmaktadır. Diğer yandan çoğunluk işletmenin iyi niyetli bir çaba içinde olmalarına rağmen kazanç kaybı ve

haksız rekabet ile karşılaşmak durumunda kalması eleştirilmektedir. Ailenin kutsalına, çocukların haklarına her zaman saygı gösterilmemesin ve standartları belli olmayan etiketlerin kullanımının kötü sonuçlarından bahsedilmektedir. Gerek sektördeki paydaşların gerek akademik dünyanın aile, gençlik ve çocukların konu edildiği ticari faaliyetler konusunda çok yönlü çalışmalar yapması gerektiği belirtilmektedir. Kongre, hukuktan psikolojiye, okul öncesi eğitimden yaşam boyu öğrenmeye, tüketici haklarından çocuk haklarına, marka yaratmadan haksız rekabete neredeyse tüm sosyal bilim alanlarını kapsamaktadır (Ahipaşaoğlu, 2023).

1.2.4. Aile Turizmine İlişkin Gelecek Öngörülleri

Aile turizmi konusunda uzman araştırmacılar olan Heike A. Schanzel ve Ian Yeoman aile turizminin geleceğini şekillendirmede önem taşıyacak trendleri listelemişlerdir. (Schanzel & Yeoman, 2015) Bu trendler aşağıdaki gibidir:

- Değişen aile yapıları

İnsan ömrünün uzamış olması ve çekirdek aile üyelerinin sayısındaki azalış eğilimi aile biçimini yataydan çok dikey hale getirmektedir. Torunları ile daha çok vakit geçiren büyükanne ve büyükbabalar, onların bakımına daha fazla dahil olmaktadır. Bunda çocuk bakımının maliyetinin yükseliyor olması da bir etken teşkil etmektedir. Gelecekte de bu eğilimin devam edeceği ve büyükanne ve büyükbabaların torunlarının hayatında aktif bir rol oynamaya devam edeceği öngörülmektedir.

- Göçmenlik

Ailesinden farklı bir ülkede yaşayan kişilerin sayısında artış vardır. Bu kişilerin ailelerini ve arkadaşlarını ziyaret etme eğiliminde olmaları seyahat ve turizm sektörleri için faydalı olmuştur. 23 milyon yabancıların yaşadığı ABD'den, nüfusunun yüzde 30'unu Suudi olmayanların oluşturduğu Suudi Arabistan'a kadar, dünyada göçün dokunmadığı bir köşe kalmamıştır. İnsanların doğdukları topraklardan farklı bir ülkenin sınırları içinde yaşamlarını devam ettirme eğilimi duymaları, aile üyelerinin lokasyon olarak farklı yerlerde konumlanmalarını ve seyahat modellerini de etkilemektedir.

- Çok Kuşaklı Seyahat

Çocuk, ebeveyn, büyük anne ve büyük babanın birlikte seyahati çoklu kuşak seyahati şeklinde tanımlanabilir. Trip Advisor (2011) tarafından ABD'de yapılan bir anket, yanıt verenlerin yüzde 37'sinin o yıl çok kuşaklı bir aile gezisine çıkmayı planladığını ortaya koymaktadır. Günümüzde geniş ailelerin çoğunun coğrafi olarak ayrı yaşıyor olması, insan ömrünün sağlıklı ve uzun süreli hale gelmesi, çekirdek ailedeki çocuk sayısının düşmesinden

dolayı çocukların odak noktasına dönüşmesi, artan mobilite gibi sebepler küçük çekirdek aileleri birleştiren ve daha güçlü çoklu kuşak bağları oluşturan seyahatlerin artmasına yol açmaktadır. Böylece seyahat nesilden nesle bağların kurulması ve kalıcı anılar yaratılmasına olanak tanıyarak birden çok amaca hizmet etmektedir.

- Sosyal sermaye ve hatıralar yaratmak

Tatiller genellikle tüm ailenin iş ve okul gibi dikkat dağıtıcı şeyler olmadan uzun süre birlikte geçirdiği tek zamandır. Tatilde sosyal ilişkileri (yeniden) birbirine bağlamak, sosyal kimlik oluşumunda değerli bir rol oynayan sosyal sermaye inşasına katkı sağlamaktadır. Aile tatilleri, giderek artan bir şekilde insanları turizm yoluyla bütünleştirme amacına hizmet etmektedir. Sosyal sermaye oluşumunu ve sosyal hayatın ayrılmaz bir parçası haline gelen hafıza yaratmayı içeren sosyal bir pratik olarak görülmektedir.

- Helikopter ebeveynler

İlk olarak 1990'larda ortaya çıkan helikopter ebeveynliği terimi, bazı ebeveynlerin çocuklarının hayatlarının üzerinde havada asılı durarak, çocuklarının çıkarlarına müdahale etmek veya yaşamlarına katkıda bulunmak için gerektiğinde ve aniden baskın yapmaya hazır olduklarını tanımlamak için kullanılır. Ebeveynlerin artan kaygısı, seyahatte nihai kararı vermeden önce kendisine güvence sağlaması açısından farklı kanallardan bilgileri toplamasına sebep olur.

- Deneyimsel aile tatilleri

Ailelerin tatilde birlikte aktif olmak ve daha otantik deneyimler yaşamak yönünde bir eğilimi bulunmaktadır. Evden uzakta yapılan uluslararası tatillerin, yakın olanlara kıyasla daha büyük deneyimler sunduğu algısı vardır. Çocukların yaşları büyüdükçe daha egzotik veya daha görkemli deneyimler arama eğilimi de artmaktadır. Hayat, onlar için harika deneyimler paylaşmakla ilgilidir ve aileler de giderek artan bir şekilde maceralı seyahat deneyimleri aramaktadır.

- Sofistike tüketiciler olarak çocuklar

Çocukların kendilerine özgü tüketici ihtiyaçları bulunmaktadır. Günümüz çocukları büyümeye heveslidir ve kendilerinden büyüklerin tüketim alışkanlıklarını taklit etme konusunda çok isteklidir. İşletmeler, özellikle genç ve yetişkin gibi olmayı arzulayan ara yaşlardaki çocuklara odaklanan ürün ve hizmetleri garantilemenin önemini hızlı bir şekilde fark etmiştir. 12-16 yaş aralığına vurgu yapan *Teenager* kavramına eklenen ve 8-12 yaş aralığı için söylenen *Tween* kavramları ile farklı yaş gruplarının değişen ihtiyaçları ve özellikleri üzerinde düşünülme ve aksiyon alınmaya devam edilecektir.

- Karışık aileler

Boşanma oranlarının artması, ailelerin yeniden oluşturulması, karma ailelerin yükselişi ile biyolojik ebeveynliğin yanına sosyal ebeveynlik olgusu da eklenmektedir. Giderek daha fazla erkek ve kadın biyolojik olarak kendilerine ait olmayan çocuklar yetiştirmektedir. Bunun, ihtiyaç duyulan daha karmaşık seyahat düzenlemeleri ve farklı aile grubu dinamikleri ile aile tatili davranışı üzerinde etkileri olabilir. Boşanmış ailelerden gelen çocukların kendi karışık aileleriyle daha fazla ve daha cazip tatiller talep etmelerine yönelik bir eğilimleri söz konusu olabilmektedir.

- Yeni aile pazarları

Brezilya, Rusya, Hindistan ve Çin (BRIC) gibi pazarlardan gelen zenginliğin artmasıyla dünya seyahati büyümeye devam etmektedir. Servet arttıkça bu yeni pazarlardaki ailelerin Dünya turizminin geleceğini şekillendireceği öngörüsü bulunmaktadır.

- Cinsiyet

Cinsiyet rollerinde ve ebeveynlik davranışında devam eden değişim, aile tatili deneyimleri üzerinde önemli etkiler gösterebilmektedir. Çağdaş toplumda hem annelerin hem de babaların evde ve çocuk bakımında daha eşit sorumluluklar üstlenmeleri beklenmektedir. Bu, ebeveynlerin geleneksel rollerinin, tatillerde çocuklara karşı daha geniş bir ebeveyn davranışı yelpazesini kapsayacak şekilde genişletildiği anlamına gelir. Alışveriş yapmaktan keyif alan babalar, snowboard dersi veren anneler gibi örnekler, geçmiş stereotiplerin yerini alabilir. Gelecekte, toplumsal cinsiyet kurguları sadece ebeveynler için değil, çocuklar için de daha çeşitli hale gelecek ve hangi aktivite olursa olsun birlikte aktif olarak eğlenmeye daha fazla odaklanılacaktır.

1.3. Resort Otel ve Çocuk

1.3.1. Resort Otel İşletmeciliği

Resort otel, tam hizmet konaklama ve lüks olanaklar içeren konaklama tesisidir (Arnold, 1995). Özel bir şirkete ait müstakil, bireysel tatil işletmesidir (J.Timothy & B.Teye, 2009). Resort otellerin içinde konaklama odalarının yanı sıra rekreasyon alanları bulunur. Bunlar, yüzme havuzları, spa merkezleri, spor salonları, oyun odaları, tiyatro, golf sahası, restoranlar, mağazalar, kuaför salonu, gece kulübü, pastane ve konferans salonları gibi alanlardır. Bazı resort oteller golf ya da kayak gibi alanlarda uzmanlaşarak geniş kompleksler içermektedir. Su sporları ya da dalış gibi aktiviteler için kiralama yapılabilecek ya da ders alınabilecek imkanlar resort otel tesislerinde sıklıkla yer almaktadır (J.Timothy & B.Teye, 2009).

Gee (1996) resortların diğer konaklama işletmelerinden şu özellikler ile ayrıldığını belirtmektedir (Gee, 1996):

- Öncelikli olarak tatil ve eğlence pazarlarına hitap eder,
- Ortalama kalış süresi daha uzundur, bu nedenle otel odalarının daha büyük ve daha donanımlı olması gerekir,
- Resortların pek çoğu izole olduğu için müstakil olmalıdırlar,
- Tatil yerlerinin rekreasyon eğilimi onları oldukça mevsimsel hale getirir,
- Tesis yönetimi "görünür yönetim" olmalıdır. Tüm personel tam konukseverlik, sıcak ilişkiler ve misafirlere 24 saat sınırsız hizmet fikriyle aşılmalıdır.

Mill (2008), resortların onları ayırt edici kılan unsurların bir kombinasyonuna sahip olduğunu düşünür. Bunlar:

- Konukları tesise çeken rekreasyon cazibeleri,
- Misafirleri kaldıkları süre boyunca meşgul edecek aktiviteler. (Mill, 2008)

Murphy (2008) ise bu tanımlamaları ve yönetim ihtiyaçlarını değerlendirerek resort otellerin şu ortak ve ayırt edici noktalarını tespit etmiştir (Murphy, 2008):

- Turizm işletmeleri olarak kurulurlar: Ziyaretçileri çekecek bir cazibe merkezi yaratmak niyeti ile planlanır ve finanse edilirler.
- Ziyaretçiler konuklara dönüştürülür: İşletmenin uzun vadeli başarısını ve kârını elde etmek için resort otelin yeterli sayıda geceleme sayısına ulaşması gerekir.
- Misafirleri yerinde tutmaya çalışır: Konaklama hizmetine ek olarak, misafirleri gece ve gündüz meşgul edecek yeterli ilgi çekici cazibe unsurları ve aktiviteler bulunur.
- Misafirleri cezbeder ve üstün kaliteli tesislerde ağırlar: Misafirleri tesiste tutmak için bu cazibe unsurlarının ve aktivitelerin en yüksek kalitede olması gerekir.
- Üstün hizmetle şımartılan misafirler: Kaliteli tesisleri tamamlamak ve misafir ve tesis için deneyimden en iyi şekilde yararlanmak için tesisin üstün hizmet sunabilen kaliteli personele ihtiyacı vardır.

Murphy (2008), burada tanımlaması verilen resort otelin en lüks sınıf ile kısıtlı olmadığını, her segmentteki resort otel için misafirine değerli olduğunu hissettirmesi ve iyi bir planlama ile hareket etmesi gerekliliğinin geçerli olduğunu vurgulamaktadır. Misafirin ödediği bedelin değerinde özel bir deneyim yaşaması, onu tekrar eden müşteriye ve iyi niyet elçisine dönüştürecektir (Murphy, 2008).

Resort oteller, her geçen gün değişen ve daha da sofistike hale gelen global pazarda misafir taleplerini yerine getirmek için yeni hizmetler sunmaktadırlar. Örneğin hayvan dostu

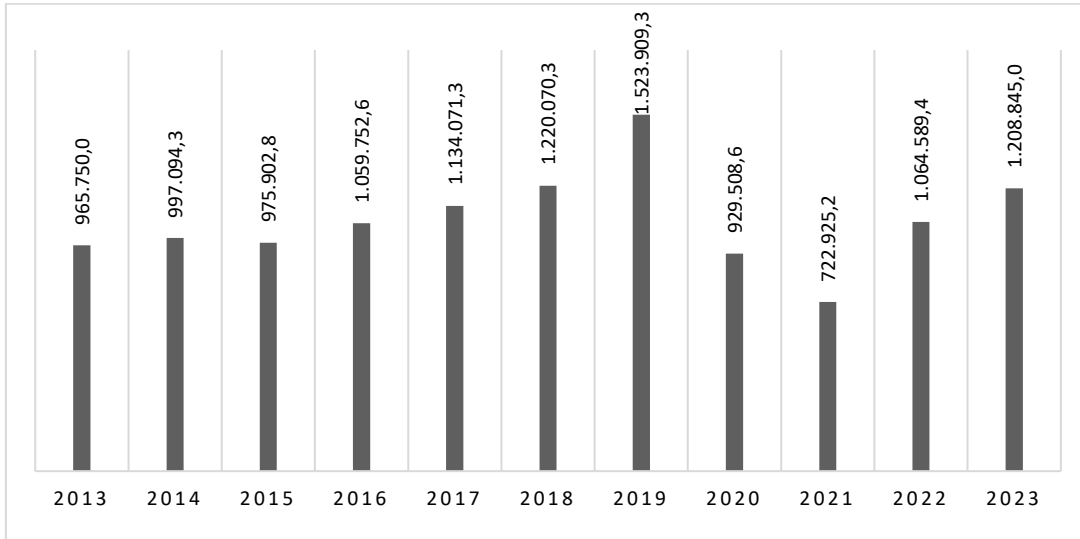
(pet firendly) oteller, evcil hayvanını ailesinden biri gibi gören ve tatilde onu da yanında isteyen misafirler için imkanlar sunmaktadır. Çocuk dostu oteller çocuklu ailelerin ihtiyaçlarını karşılamak için çok çeşitli ve profesyonel hizmetler geliştirmektedir. Sadece yetişkinlere özel işletilen resort otellere çocuk misafirler kabul edilmemekte, yetişkin misafirlerin eğlence ve dinlenme ihtiyaçları önem kazanmaktadır (J.Timothy & B.Teye, 2009). Plaj otelleri, resort otel segmentinin büyük bir kısmını oluşturmaktadır. Bunlar kum plajların olduğu ve mevsimin sıcak-ılıman olduğu yerlerde bulunurlar. Plaj resortlarındaki aktivitelerde denizden oldukça faydalanılır; genel su kayağı, dalış, parasailing, yüzmeye, güneşlenme, jet ski ve tekne turları vb. imkanlar sunulur. (J.Timothy & B.Teye, 2009) Bunun yanında, kayak resortları, SPA resortları, tema park resortları gibi özelleşmiş resort otel türleri de bulunmaktadır (J.Timothy & B.Teye, 2009).

Tatilciler için deneyim içeren seyahatler, onların güçlü anılar biriktirmelerine ve olumlu algı geliştirmelerine katkı sağlamaktadır (Pine & Gilmore, 2011). Bu nedenle serbest zaman ve rekreasyon endüstrisi için birinci öncelik yüksek kalitede deneyim olanakları sağlamak olmalıdır (Mehmetoglu & Engen, 2011). Deneyim, katılımcıları için keyifli, ilgi çekici, akılda kalıcı etkinlikler şeklinde tanımlanabilir (Oh, Fiore, & Jeong, 2007).

Pine ve Gilmore (1999) tüketiciler için deneyim sınıflandırması yaparak 4 farklı alan belirlemişlerdir: eğlence, estetik, eğitim, kaçış (Pine & Gilmore, 1999). Resort otel kapsamında ele alındığında bu dört faktör şu şekilde örneklenebilir: (1) Eğlence, resort otel misafir motivasyonunun ayrılmaz unsurudur. Resort otel konseptinin temel prensibi, iyi olma (well-being), zevk (enjoyment) ve memnuniyet (satisfaction) duygularını yayacak ve çoğaltacak ortamı yaratmak şeklinde özetlenebilir (Gee, 2000). (2) Resort otelin fiziksel ortamı, estetik ve ambiyans yaratan faktörleri (renk, hava, koku, aydınlatma, tesisler, yerleşim düzeni gibi) içeren çeşitli unsurlardan oluşur (Han & Ryu, 2009). (3) Pek çok resort otel misafirlerine bilgi ve becerilerini artırmaları için bazı fırsatlar sunar. Bunlara örnek olarak masaj teknikleri, yemek pişirme dersleri, dalış dersleri sayılabilir. Çocuklar ve yetişkinler için hazırlanmış tematik atölyeler mevcut olabilmektedir. (4) Resort otel tatilinde misafirin günlük rutininin farklı deneyimler yaşama isteğinin ana motivasyonu oluşturduğu düşünülmektedir (Yang & Chan, 2010).

Global otel ve resort endüstrisi pazarının büyüklüğünün 2023 yılı sonunda 1.2 Trilyon doları geçeceği tahmin edilmektedir (IBIS World, 2023). Bu rakamın içine moteller, karavan durakları, kamp tesisleri, hosteller vb. dahil edilmemiştir. Sadece oteller ve resort tesisleri kapsamaktadır. 2013-2022 arasında gerçekleşen ve 2023 için tahmin edilen pazar büyüklüğü

Grafik 1.1'deki gibidir. Rakamlar Milyon Dolar olarak yazılmıştır. 2020'deki Covid 19 pandemisi endüstri için büyük kayıplara yol açmıştır.



Grafik 1.1 Otel ve Resort Pazarı Büyüklüğü (Milyon USD)

Kaynak: (IBIS World, 2023)

Resort otel segmentinin, 2022-2030 yılları arasında %17,1'lik büyüme elde edileceği tahmin edilmektedir. Tüketicilerin artan eğlence ve lüks taleplerinin, seyahat sayılarının artacağı ve taleplerine resort otellerin olumlu karşılık vereceği öngörülmektedir. Bu yükselişte sunulan rahatlık, konfor ve aktivite çeşitliliği etkili olacaktır. Ayrıca, her şey dahil sisteminin stres atmaya yardımcı olduğu ve sisteme yönelik artan ilginin, segmentin büyümesine katkı sağlayacağı tahmin edilmektedir (Grand View Research, 2023).

Her şey dahil sistemi resort otellerin sıkça kullandığı bir sistemdir. Antalya bölgesindeki resort otellerin tamamına yakını bu sistemi benimsemiştir. Her şey dahil sisteminde, misafirlerin ödedikleri meblağın içine resort otel içinde tükettiği tüm gıda ve içecekler, katıldığı etkinlikler ve tesis kullanımları dahil edilmektedir. SPA ve su sporları gibi hizmetler, bazı alkollü içkiler ve bazı alakart restoran menülerinin ekstra ücret ödenerek temin edilmesi de yine yaygın bir uygulamadır. Her şey dahil sisteminin amacı, misafiri tüm gün otelde çeşitli olanaklar ile meşgul etmek, otel dışında herhangi bir ihtiyacının olmaması için tüm imkanları sunmaktır (J.Timothy & B.Teye, 2009). Bu sistem sayesinde misafirlerin fazladan para harcama olasılığı konusunda kaygılanmalarına gerek kalmamaktadır. Tatil boyunca misafir parasal işlemleri en aza indirmektedir. Böylece misafirin para harcanmanın yaratabileceği stres ortadan kaldırılmaktadır (Poon, 1998). Sistem, misafir açısından belirsizlikleri ortadan kaldırması ve işletme açısından uygulama kolaylığı içermesi gibi sebeplerden dolayı yaygınlaşmıştır (Wong & Kwong, 2004).

Aileler için her şey dahil sistemi çok avantajlı olmaktadır. Aileler, çocuklarıyla birlikte çıktıkları bu tatillerde ekstra maliyet oluşmamasından memnun olmaktadır. (Voss, 2003) Çocukların gün içinde oluşan ve ekstra bütçe gerektiren talepleri olmadığı için ebeveynler bu açıdan bir stres yaşamazlar. Ayrıca sistem otel içinde çocukların istedikleri gibi yiyip içebilecekleri ve aktivitelere katılabilecekleri özgürlük alanını da onlara sunmaktadır.

1.3.2. Resort Otellerde Çocuk Misafire Sunulan Hizmetler

Resort oteller, her yaş grubuna uygun farklı oyun alanlarının, çocuk havuzlarının, çocuk kulüplerinin, çocuklara özel menülerin ve bebek bakım olanaklarının sunulduğu bir aile ve çocuk dünyasıdır (Carr, 2011). Resort oteller, pek çok ebeveyn için birlikteliğin geliştirilmesine ve aile bağlarının güçlendirilmesine, dolayısıyla sosyal sermayenin oluşturulmasına ayrılmış yoğun bir aile zamanını temsil etmektedir (Schanzel, Yeoman, & Backer, 2012). Bir resort otelden alınmış aile tatil paketi, sevgi, birlik ve şefkatin gösterilmesi için bir araç işlevi görür (Obrador, 2012). Aile turizminin büyüyen bir pazar olması, ailedeki memnuniyeti belirleyici unsurun çocuğun memnuniyeti olduğunun anlaşılması, aile turizminde tekrar ziyaret oranlarının çok yüksek olduğunun gözlemlenmesi, aile ağırlamanın işletme karlılığına da olumlu etkilerinin tespit edilmesi gibi sebeplerle çocuklu ailelere sunulan hizmet ve olanaklar zaman içinde çeşitlenmiştir.

Avustralyalı aileler ile yapılan bir anket çalışması, aile tatili için ilk tercihin %18 ile resort oteller olduğunu göstermiştir. Bunu %16 ile karavan, %14 ile kiralık evler, kamp ve tanıdık evleri takip etmiştir. Aynı araştırmada, ailelerin tatil sayesinde stres atmayı hedeflemelerine rağmen sadece %34 oranındaki katılımcı tatilde streslerinin azaldığını dile getirmiştir. Bunun en büyük sebebi ise konakladıkları yer ile ilgilidir. Katılımcılar, temizlik, yiyecek, güvenlik, çocukların keyifli vakit geçirmesi ve uyku imkanları gibi sebeplerle konakladıkları yerde problem yaşadıklarını dile getirmişlerdir (Backer & Schänzel, 2012). Uzun süreli konaklamalar için dahi tam donanımlı hizmet sunan resort otellerin aile turizmi açısından oynadıkları role ilişkin tablo dolaylı bir şekilde bu sonuç ile ortaya konulmaktadır. Ailelerin tatildeki stresini azaltmak için çocuk misafirin ihtiyaçlarının gözetilmesi önem taşımaktadır. Bu ihtiyaçlara yönelik fiziksel olanakların ve insan kaynağının hazır olması, hizmetlerin bu yönde şekillenmesi resort otellerin aile turizmi konusundaki gelişimi açısından belirgin bir yol haritasını ifade etmektedir.

Resort otellerde gerek mevcut misafiri memnun etmenin gerek misafiri tekrar otele çekmenin en önemli bileşeni çocuğun memnuniyeti ve tercihleridir. Bu nedenle resort oteller sıklıkla misafirleriyle görüşerek, öneri ve şikayetleri analiz ederek çocuk misafirlere

sundukları hizmet ve olanakları şekillendirmekte ve iyileştirmektedir. Çocuklar için keyifli bir tatilin taşıdığı özelliklerin neler olduğunu anlamaya yönelik yürütülen araştırmalar değerli ipuçları içermektedir.

Cezayir’de 6-12 yaş aralığındaki 14 çocuğun katılımıyla gerçekleştirilen nitel araştırmada çocuklar için ideal tatile ilişkin bazı sonuçlara ulaşılmıştır. Çocuklar kendiler için tatilin ne anlama geldiği sorulduğunda; dinlenme, yüzme havuzu, restoran, plaj, tatil evi, Tizirt, kum, İspanya, İngiltere, Hawaii, kaydıraklar, parklar, oyunlar, uyumak, dışarıda yemek yemek, aile ziyaretleri, TV izlemek ve tablet ile oynamak anahtar kelimeleri ile cevap vermiştir. Katılımcıların çoğu, yaş ve cinsiyet farkı olmaksızın, ideal tatili resmettikleri çalışmalarında yaz tatilini çağrıştıran semboller ve elementlere yer vermişlerdir. Bunlar güneş, su (deniz, yüzme havuzu, akarsu) kum, kumdan kaleler, palmye ağaçları, güneş şemsiyeleri, uçurtmalar, tekneler, plaj havluları, şezlonglar, meyve kokteylleri, mavi gökyüzü, bulutlar ve kuşlar şeklindedir. Katılımcılara gitmek istedikleri destinasyon sorulduğunda büyük çoğunluğu Disneyland ve Eiffel Kulesinden dolayı Fransa cevabını vermiştir. Bu sonuç daha önce benzer bir çalışmada Disneyland’den dolayı Amerika Birleşik Devletleri cevabının alınması ile benzerlik göstermiştir. Katılımcılara kimlerle tatilde olmak istediği sorulduğunda anne baba ve kardeşlerine ek olarak büyük anne, büyük baba, teyzeler, amcalar, arkadaşlardan oluşan kalabalık bir kitle öne çıkmıştır. Çocuklar tatilde sosyalleşmeye birlikteliğe önem vermektedirler. Tatildeki en sevdikleri aktivitelerin başında yüzmek gelmektedir. Bunun dışında kızlar ailelerinin normal zamanda kısıtladığı tablet ve telefon kullanımları ve alışveriş ile, erkekler ise bisiklete binerek ve video oyunları oynayarak mutlu olduklarını ifade etmişlerdir. Görüşülen çocukların çoğu, gittikleri yabancı destinasyonları (İspanya, Tunus, Güney Fransa, Almanya, Türkiye) hayatlarının en iyi yerleri olarak göstermiştir. Nedeni sorulduğunda, plajın temiz, suyun daha şeffaf ve balıkların görülebildiği şeklinde yanıt vermişler; ayrıca atraksiyonlar ve kaydırakların da önemli tatil anıları olduğunu belirtmişlerdir. Çocukların bir kısmı tatilde tattıkları yemeklerin lezzetine de değer vermektedir. Katılımcılara çeşitli yerlerin (sahil, kır, çöl, dağ ve karla kaplı dağ) resimleri gösterilerek en sevdikleri yer türünü seçmeleri istendiğinde çoğu sahili seçmiştir. Daha sonra çocuklardan farklı konaklama türleri (beş yıldızlı bir otel, yüzme havuzlu müstakil bir ev ve bir kamp alanı) seçmeleri istendiğinde otel yanıtını vermişlerdir. Bunun sebebi olarak başka yerlerde annelerinin dinlenmeyeceği, yemek pişirmek ve ev işleri yapmak zorunda kalacağını dile getirmişlerdir. Kamp alanı gibi seçenekleri sivrisinekler yüzünden reddetmişlerdir. Özetle, çocuklar için ideal tatil algısı, oyun, dinlenme, deniz ve çeşitli rekreasyon aktiviteleri ile ilişkilendirilmektedir (Aït-Yahia & Ghidouche, 2020).

Bu çalışmanın sonuçları şu şekilde yorumlanabilir: (1) çocuklar yaz tatilini tanımlayan denize ve havuza girmeyi, kumsalda vakit geçirmeyi ana tatil unsurları olarak kodlamaktadır. (2) Yer ismi sorulduğunda Disneyland'ın birinci sırada gelmesi yapılandırılmış eğlence ortamına verilen önemi vurgulamaktadır. Fakat ilk sonuç ile çelişki içermektedir. Bu iki farklı talebe aynı anda cevap verebiliyor olması resort oteller için avantaj sağlamaktadır. (3) çocuklar tatilde aile birlikteliğine önem vermektedir. Tatile kendisiyle birlikte olabildiğince fazla aile üyesini götürmenin hayalini kurmaktadır. (4) Çocuklar tatilde özgürlük alanlarının olmasını isterler. (5) Temiz denizi, çocuk kaydırakları, güzel yemekleri olan; sivrisinekler ve yemek yapma gibi dertlerin olmadığı lüks otel konforu onlar için favori tatildir. Bunu sadece kendileri için değil ailenin diğer üyeleri için de isterler.

Hedef kitlesinin içinde çocuklu ailelere önemli yer ayıran konaklama işletmeleri kendilerini “Çocuk Dostu Otel” olarak tanımlama gayreti içindedir. Nitekim yasal süreçler açısından böyle bir statüyü tanımlayacak düzenleme mevcut değildir. Bir otelin kişileştirilerek bir çocuk ile “dost” olması düşüncesi felsefesi kadar pazarlama değeri açısından da resort oteller ve onları kitle turizminde temsil eden acenteler için değer taşımaktadır. “Çocuk Dostu Turizm” anlayışının hızla kabul edilmesi ve yaygınlaşması bu açıdan bakıldığında sürpriz değildir. Bir resort otel işletmecisinin bunun aksini düşünmesi ve işletmesi için çocuk dostu otel olmadığını ifade etmesi ütöpik bir durum olabilir. Bu nedenle elbette ki misafir bir dost gibi değerlidir.

Daha önce 1. Bölüm’de bahsedilmiş olan Çocuk Dostu Turizm Proje metninden yola çıkan Özel, Çocuk Dostu Otellerin taşınması gereken 5 kategori belirlemiştir. Bu kategoriler şu şekildedir (Özel, 2013):

1. Çocuklar için oda seçenekleri,
2. Çocuklar için yiyecek içecek seçenekleri,
3. Çocuklar için aktiviteler,
4. Fiyat seçenekleri,
5. Çocukların sağlığı ve güvenliği.

Özel, aynı çalışmasında, araştırması kapsamında yer verdiği 77 çocuk dostu otelin tamamında çocuk kulübü olduğunu, bu kulüplerin her birinin birer isim ile markalaştırıldığını, bu isimlerin çoğunlukla otelin ismini çağrıştıracak şekilde belirlendiğini tespit etmiştir.

Otelin kendisi, seyahat acenteleri ve tur operatörleri tarafından pazarlama aracı olarak kullanılan “Çocuk Dostu Otel” statüsünün hangi özellikleri kapsadığına ilişkin genel bir yargıya varmak için internet sitelerinde yer verilen metinler incelenmiştir.

Hotel Linkage, turizm sektörü için önemli aktörlerden biridir. “Çocuk Dostu Oteller” başlıklı yazısında, çocuklu ailelerin konaklama tesisi seçerken en çok önem verdikleri konuları şu şekilde önceliklendirerek listelemiştir: güvenlik, odalarda çocuk yatağının olması, çocuklara uygun dolaplar bulunması, restoranda çocuk menülerinin bulunması, aile odalarının olması, hijyene önem verilmesi, çocuk havuzunun olması, merdivenlerde korkuluk bulunması. En fazla önemsenen konunun güvenlik olduğunun altı çizilerek; araştırma sonuçlarına göre çocukların sağlığı, güvenliği ve rahatının ön planda tutulduğu belirtilmektedir. Hotel Linkage, otellerin çocuklu aileleri kazanabilmesi için yapmaları gerekenleri aşağıdaki gibi sıralamaktadır (Açıkgöz, 2018):

- Hem çocukların hem de ailelerin rahatça vakit geçirebileceği aktiviteler düzenlenmelidir.
- Çocukların emanet edilebileceği çocuk kulüplerinin bulunması ve çocuklara bakan kişinin bu konuda eğitilmiş olması sağlanmalıdır.
- Otel çalışanlarının hijyen, gıda güvenliği, genel güvenlik önlemleri konusunda eğitilmesi gerekmektedir. Özellikle hijyen, sağlık konusunda hassas olunan çocuklu aileler için önemli bir konudur. Dolayısıyla sunulan yiyeceklerin hijyeni, personel hijyeni, odalarda temizlik kurallarına dikkat edilmesi, çocukların her şeye dokunabileceği varsayılarak her alanın hijyenik bir şekilde temizlenmesi gerekmektedir.
- Çocuklara özel yiyecek – içecekler yer verilmesi ve bu yiyeceklerin çocuk sağlığına uygunluğuna dikkat edilmesi önemli bir konudur. Çocuklara seçme imkânı tanıyan menüler bulundurulmalıdır.
- Otel çalışanlarının çocuklara ve çocuklu ailelere davranış biçimleriyle ilgili eğitim verilmesi uygun olacaktır. Çocuklu ailelere kayıt sırasında öncelik verilmesi, çok bekletilmeden odalarına alınması, restoranda çocuk siparişlerinin öncelikli olarak yerine getirilmesi, çocuklara her zaman gülümseyerek konuşulması vb. çocuklu ailelerin ve çocukların daha rahat ve mutlu bir tatil geçirmelerine yardımcı olacaktır.
- 24 saat açık mutfak ve yıkama ünitelerinin bulunması yine çocuklu ailelerin tatil sırasındaki önemli ihtiyaçlarından biridir. Çocuklar gece yatmadan önce bir şeyler yemek ya da süt içmek isteyebilirler. Çocuklu bir aileye, oda servisinin ücretsiz süt ikram etmesi, ya da çocuk elbiselerinin ücretsiz yıkanması şüphesiz ki akılda kalan pozitif bir dokunuş olacaktır ve gelecekteki ziyaretlerde aynı otelin tercih edilmesinde katkı sağlayacaktır.

Türkiye’nin önemli seyahat acentelerinden biri olan ETS web sitesinde çocuk dostu ve bebek dostu oteller şeklinde başlıklar geliştirmiştir. Bu otelleri ise çocukların tatilde doyasıya eğlenmesine öncelik veren; bebek arabası ile rahatça hareket edilebilen; çocuk kulübü, oyun

parkı, çocuk havuzu gibi olanakları içeren; mama sandalyesi, biberon ısıtıcı, bebek yatağı, bakıcı hizmeti vb. sağlayan tesisler olarak nitelendirmektedir (Ets Tur Oteller, 2023). Benzer şekilde farklı bir acente olan Jolly Tur ise Çocuk Dostu otel sınıflandırmasında aquapark, çocuk havuzu, çocuklara özel menü, animasyon ve eğlence etkinlikleri, özel gün etkinlikleri, oyun parkları ve bahçeleri, çocuk tiyatroları bulunduğunu dile getirdiği web sitesinde bir çocuğun sıkılma ihtimalinin olmadığı vaadini vermektedir (Jolly Tur Oteller, 2023).

Çocuklara sunulan hizmetlerin kalitesi, çeşitliliği, her şey dahil sisteminin içinde olup olmaması gibi kararlar otelin segmentine ve üst yönetiminin kararlarına göre değişkenlik gösterir. Örneğin bazı otellerde dondurma servisi günün her saati yapıyorken bazı otellerde belli saat aralıklarında yapılır. Bazı otellerde otel sınırları içinde sunulan her hizmet koşulsuz ve şartsız ödenen ücretin içinde yer alırken bazı otellerde bazı hizmetler için ekstra ödeme yapılması gerekir.

Çocuklara yönelik resort otellerin sunduğu fiziksel olanaklar ve hizmetler bazı akademik bildirilerde ismen dile getirilmiş ve listelenmiş olsa da spesifik amaçlarının ve özelliklerinin açıkça tanımlandığı herhangi bir literatüre rastlanmamıştır. Ayrıca bu listelerde bazı unsurların eksik kaldığı da tespit edilmiştir. Tezin odak noktası olan çocuk kulüplerine ilişkin bilgiler ve oluşturulan kuram 3. ve 4. bölümde detaylı olarak açıklanmaktadır. Aşağıda ise resort otelde yer alan fakat çocuk kulübü müdürlüğü ya da şefliği uhdesinde olmayan, çocuklara yönelik tasarlanmış hizmetler ve olanaklar örnekler verilerek açıklanmıştır.

1.3.2.1. Ana Restoranda Ayrılmış Bölüm ve Çocuk Menüsü

Bu bölüm otelin yiyecek içecek departmanı sorumluluğunda işlev görür. Çocuk misafirlerin damak tatlarına uygun yiyecekler yemeleri, kendilerine özel bir alanda yaşatları ile bulunmaları, yetişkin misafirlerden bir miktar izole olmaları amaçlanmaktadır.

Çocuklar tarafından yaygın bir şekilde beğenilen köfte, makarna, patates kızartması, hamburger, pilav, sosis bu bölümlerde yer alır. Ayrıca haşlanmış sebze, salata, taze meyveler reyonda bulunur. Reyonun yüksekliği çocukların erişebileceği şekilde alçaktır. Renkli, resimli, kırılmaz melamin malzemeden yapılmış çocuk tabakları kullanılır. Servis personeli çocuklarla sevecen bir şekilde iletişim kurma konusunda eğitilidir. Çocukların yemek yediği bölüm paravanla restoranın diğer bölümünden ayrıştırılmıştır. Bunun sebebi az da olsa ses izolasyonu sağlamak ve çocuklara özel bu bölümün ambiyansını bütünlemektir. Görsel 1.9'daki gibi, dekorasyonda çocukların ilgisini çekebilecek canlı renkler ve imajlar kullanılır. Alçak çocuk sandalyeleri ve masaları bulunur. Bu sandalyeler yetişkinleri de taşıyabilecek kapasitededir ve dileyen ebeveynler yemekte çocuklarına bu bölümde eşlik edebilirler.

Çocuklara yemek yedirilme hizmeti çocuk kulübü çalışanları tarafından bu bölümde verilmez. Çocuk kulübü sınırları içinde açılmış ayrıca bir çocuk restoranı var ise bu bölüm çocuk kulübü çalışanlarının görev alanına girer. Çocuk kulübü çatısı altındaki restorana ilişkin bilgiler üçüncü bölümde ayrıca açıklanacaktır.



Görsel 1.10 Ana restoranda ayrılmış çocuk bölümü

Kaynak: (Limak Hotels, 2022)

1.3.2.2. Çocuk Parkları

Özellikle denize kıyısı olmayan ülkelerden gelen ya da tatil dışında denize erişimi kısıtlı olan çocuklar için denize girmek tatille özdeşleşmiş bir aktivitedir. Aile tatillerinin tanıtımlarında çok uzun yıllardır deniz kıyısında kumların üzerinde keyif yapan çocuklar ve ebeveynler kullanılmaktadır. Genelde çocuklu aileler tatillerinin ilk birkaç günü doğrudan denize yönelmekte ve uzun saatler denizde ve kumsalda vakit geçirmektedir. Tatilin devam eden günlerinde tesis olanakları ile de ilgilenmeye başlasalar bile sıklıkla kumsalda vakit geçirirler. Çocuklu ailelerin deniz kenarında rahat edebilmeleri ve keyifli vakit geçirebilmeleri için üzeri güneş koruyucular ile kapatılmış çocuk parkları Görsel 1.10'da gösterildiği gibi, kumsalda konumlandırılmaktadır. Özellikle küçük çocuğu olan ebeveynler parka yakın şezlongları seçerler. Çocukları burada ailelerinin gözetimi altında rahatça oyun oynayabilir, sosyalleşebilir, kumdan kalelerini arkadaşları ile yapabilirler.

Sahildeki çocuk parklarının yanı sıra resort otel sınırları içinde yer yer açık hava oyun alanları bulunabilir. Bu otelin kapladığı alanın büyüklüğüne göre değişim gösterir.



Görsel 1.11 Sahildeki çocuk parkı

Kaynak: (Barut Lara, 2022)

1.3.2.3. Çocuk Havuzu ve Su Kaydırakları

Çocukların boyuna uygun şekilde düzenlenmiş olan su havuzları tatilde çocuğun çok vakit geçirdiği yerlerdendir. Görsel 1.11’deki gibi, büyük havuzların yanına konumlandırılmış bu havuzlarda çocuklar ailelerin denetiminde bulunabilirler.



Görsel 1.12 Çocuk havuzu

Kaynak: (Mirada Hotels, 2022)

Su kaydırakları sunduğu eğlence ve heyecan ile her geçen gün popülaritesini artırmıştır. Çok küçük yaşlardaki çocuklar, daha büyük çocuklar, ergenler ve yetişkinleri de kapsayacak şekilde farklı büyüklüklerde su kaydırakları üretilebilmektedir.

Bazı resort otellerde havuzların dışında, farklı bir lokasyonda su parkları (aquaparklar) da hizmet verebilmektedir. Bazı otellerde bu parklar otelin en erişilebilir merkezi yerindeyken

bazı otellerde merkezin biraz daha dışında olabilmektedir. Aquaparklarda yükselen trend, ebeveyn ve çocuğun birlikte hiçbir risk içermeyecek şekilde eğlenebildiği tasarımlardır. Çeşitli boyutlarda kaydırakların olduğu bir kompozisyon, Görsel 1.12'deki gibi sunulabilmektedir. Buna kimi zaman bir tema eklenir; dinazorlar, korsanlar ya da renkli balıklar tasarıma dahil edilebilir. Güvenlik önlemleri de her geçen gün artmaktadır. Kaydırakla derin bir havuza düşülen tasarımların yerini yavaşça eğimin azalıp düzleşerek kişiyi durduran kaydırak tasarımları almaktadır. Bu şekilde bebek havuzu boyundaki bir havuza dahi iniş gerçekleştirilebilir. Olası boğulma ve çarpışma riskleri çok büyük oranda düşürülmektedir. Büyük ve küçük kaydırakların birlikteliği aile üyelerinin birlikteliğine de katkı sağlamaktadır.

Çocuk kulübüne emanet edilen çocuklardan ebeveynleri tarafından izin verilenler bazı otellerde günün belli saatlerinde havuz aktivitelerine çocuk kulübü çalışanının gözetimi altında katılabilmektedir. Fakat bu uygulama bazı otellerde güvenlik nedeniyle yapılmamaktadır.



Görsel 1.13 Su kaydırakları

Kaynak: (NG Hotels, 2022)

1.3.2.4. Hediyeler

Çocuklara çeşitli hediyeler verilmesi yaygın bir uygulamadır. Bu hediyeler çoğunlukla boya kitabı ve kalemleri, bez çantalar, şapkalar, tişört, küçük oyuncaklar vb. olabilmektedir. Bir örneği Görsel 1.13'te sunulmuştur. Otelin logosunun işlendiği bu hediyeler aynı zamanda marka bilinirliğine katkı sağlamaktadır. Hediyelerin kalitesi ve çeşitliliği otelden otele değiştiği gibi konaklama segmentine göre de değişebilmektedir. Örneğin villa misafirleri için standart oda misafirlerine kıyasla daha zengin içerikli ve yüksek bütçeli hediyeler verilebilmektedir.



Görsel 1.14 Çocuklar için hediyeler

Kaynak: Araştırmacının arşivi

1.3.2.5. Ücretsiz Konaklama Hakkı

Türkiye’deki otellerde çocuk politikası dahilinde ücretsiz ya da indirimli konaklama kapsamına ağırlıklı olarak 12 yaş altındaki çocuklar dahil edilmektedir. Bazı konaklama tesisleri 12 yaşın altında bir çocuğu ücretsiz olarak odada konaklatabiliyorken, bazı tesisler 0-2 yaş ücretsiz ve 12 yaş altı bir çocuk ücretsiz ya da indirimli şeklinde uygulamalar geliştirmiştir. Çoğu otel 0-2 yaş için ücretsiz bebek yatağı temin etmektedir. İlk çocuk için ücret talep etmeyip, ikinci çocuk olduğunda özel çocuk fiyatı uygulayan oteller de mevcuttur (Açıkgöz, 2018). Tek çocuklu aileler standart odada ek yatak ile konaklayabiliyorken iki ve daha fazla çocuğu olan aileler için daha büyük oda tahsis edilmesi gerekebilmektedir. Bu odalar aile odası ya da süit oda şeklinde isimlendirilebilmektedir.

1.3.2.6. Oda Ekipman ve Malzemeleri

Ailenin bebeği varsa bebek yatağı temin edilmektedir. Çocukların sayısına göre yeterince büyüklükte oda ve onların yatacakları yerler düzenlenmektedir. Bazı otellerde göz yakmayan çocuk şampuanı, çocuk bornozu verilmektedir. Görsel 1.14’te üst segment bir resort tesiste misafire hediye edilen bebek bakım seti örnek olarak verilmiştir.



Görsel 1.15 Çocuklar için banyo seti

Kaynak: Araştırmacının arşivi

1.3.2.7. Dondurma İstasyonları ve Pastaneler

Çocuklu ailelerin gün içinde serbestçe yeme içme talepleri olabilmektedir. Resort otelin segmentine göre sunulan atıştırmalık kaliteleri ve miktarları değişkenlik göstermektedir. Örneğin belli saatlerde hizmet veren düşük bütçeli dondurma istasyonları olabildiği gibi tüm gün limitsiz kaliteli dondurma, pasta ve kurabiye servisi veren pastanelerin olduğu uygulamalar da bulunmaktadır.

1.3.2.8. Oyun Salonları

Oyun makineleri, bilardo, dart, bowling gibi seçeneklerin bulunduğu salonlar daha çok 7 yaş üzeri, ergenler ve yetişkinler tarafından kullanılmaktadır. Bazı oteller bu etkinlikleri için ayrıca ödeme talep etmektedir. Bu imkanların bazıları bazı otellerde “teenage club” ismi ile de sunulur. 18 yaş altı gençlere hizmet vermek üzere kurulan bu kulüpler oyun salonlarından tamamen farklıdır. Bu konu üçüncü bölümde ele alınacaktır.

1.3.2.9. Wireless Internet

Çocukların gittikçe yaygınlaşan ekran kullanımı, kendilerine özel tabletlerini seyahate getirmeleri nedeni ile aileler için wireless internet imkanı önemli bir boyuta gelmiştir. Resort otellerin de temel hizmet konularından biri kablosuz internet imkanının sunulmasıdır. Kablosuz internetin olmaması ya da zayıf kalması büyük memnuniyetsizlik sebebi olabilmektedir.

1.3.2.10. Artırılmış Güvenlik Önlemleri

Aileler için en önemli konu güvenlidir (Açıkgöz, 2018). Bu nedenle plajda cankurtaran hizmeti verilmesi bir zorunluluktur. Havuzlarda ve su kaydıraklarında olası kazalara yönelik eğitim almış ve gerekli uyarıları düdük çalarak yapan personel görevlendirilmektedir. Personelin sıcak hava ve insan trafiğiyle uğraştığı bu zor işte dikkatini iyi bir şekilde toplayabilmesi için vardiya sistemi ile çalışmaktadır.

Çocuk istismarı konusu konaklama sektöründe son yıllarda önemi artmış bir konudur. Bu alanda hizmet içi eğitimler düzenlenmekte, personelin olası durumlarda yapması gerekenlere yönelik bilgilendirmeler yapılmaktadır (Çocuk Dostu Turizm , 2023).

Çocuk kulüplerinde alınan diğer güvenlik önlemlerine ilişkin bilgiler Üçüncü Bölüm’de verilmektedir.

1.3.2.11. Ekstra Ödemeli Etkinlikler

Misafirin katılmak isteyebileceği bazı faaliyetler için bazı resort oteller ekstra ödeme talep edebilmektedir. Otel içinde çocukların kullanabilecekleri akülü arabaların kiralınması, tişört boyama – kum boyama vb. aktiviteler, banana-ringo-parasailing gibi su aktiviteleri, geçici dövme yaptırılması gibi hizmetler otel içinde yer kiralayan işletmeciler ya da otel personelinin organizasyonu ile gerçekleştirilmektedir. Otelin dışına düzenlenebilecek gezilere de çocuklu aileler ilgi duyabilmektedir. Antik kent ve müze gezileri gibi kültürel aktivitelerin yanında yat turları, at çiftliği gezileri, dinozor parkı gezileri, tema park gezileri gibi etkinlikler yapılabilmektedir.

1.3.3. Resort Çocuk Kulüplerine Yönelik Araştırmalar

Eğlence ve animasyon programları misafir deneyimine yaptıkları katkılar nedeniyle resort otellerin rakiplerinden farklılaşması ve rekabet avantajı sağlamaları açısından değer yaratmaktadır. (Mikulic & Prebezac, 2011; Sotiriadis, 2014).

Gaines ve arkadaşları (2008) tarafından gerçekleştirilmiş araştırma kapsamında ABD’de görevli 100 çocuk kulübü çalışanı ile anket yoluyla bilgi toplanmıştır. Ankette açık uçlu, sıralamaya ve puanlamaya dayalı sorular yer almıştır. Araştırmanın sonuçları, çocuk programlarının, konaklama tesisinin konumu, boyutu veya türü ne olursa olsun, konaklama endüstrisinin büyüyen bir parçası olduğu konusunda Amerika'daki konaklama profesyonellerinin kesinlikle hemfikir olduğunu göstermiştir. Ankete katılanların %90,7’si çocuk kulübünün misafirin tekrar ziyaret davranışında majör katalizör olduğunu dile getirmiştir (Gaines, Hubbard, Witte, & O'Neill, 2004).

Özel (2015) çocuk kulübü yöneticileri ile görüşerek gerçekleştirdiği çalışmada otelin pazarlama önceliklerinin bu yöneticiler tarafından nasıl algılandığını incelemiştir. Araştırmada katılımcıların fikirleri farklı kategorilerde önceliklendirilerek listelenmiştir. Buna göre sıralama şu şekildedir; (1) çocukların sağlığı ve güvenliği, (2) fiyat, (3) aktiviteler, (4) yiyecek içecek seçenekleri, (5) oda seçenekleri. (Özel, 2015). Çocuk sağlığı ve güvenliği başlığı altında en önemli görülen konular; doktor ve hemşire hizmetlerinin verilmesi, pedagojik eğitim görmüş çocuk kulübü çalışanları, çocuk kulübünün antibakteriyel zemine sahip olması ve çocuk kulübünde kamera sisteminin bulunuyor olması şeklinde belirtilmiştir. Fiyat başlığı altında ise çocuklar için ücretsiz konaklama imkanı sunuluyor olmasının önemine değinilmiştir. Üçüncü faktör olarak dile getirilen aktiviteler konusunda katılımcılar misafir için birinci sırada açık hava havuzlarının geldiğine vurgu yapmıştır. Bu değerlendirmede bölgedeki resort oteller için yüksek sezonun yaz ayları olmasının etkisi olduğu düşünülebilir. Aktiviteler sıralamasında ikinci ve üçüncü sırayı çocuk kulüplerinde yaş grubu ayrımlarının yapılması ve çocuklar için animasyon gösterileri almaktadır. Çalışma kapsamına katılan 10 çocuk kulübü yöneticisi, çocukların atletik ve sanatsal becerilerinde kalıcı değişim ve gelişimlere yol açabilecek ve deneysel öğrenme ile sonuçlanabilecek uygulamaları görece daha az önemli görmektedir. Bu yöneticilerin eğitici uygulamalardan çok eğlenceli ve kolay tüketilen gösteri ve oyunlara önem verdikleri söylenebilir. Katılımcılar ana restoranda çocuk büfesi ve çocuklar için ayrılmış bir bölümün olmasının misafirler için önemli olduğunu vurgulamıştır. Oda seçenekleri başlığı altında ise aileler için birinci önceliğin geniş odalar olduğu belirtilmektedir. Özel araştırmasında elde edilen verilere eleştirel bir gözle bakarak, çocuk kulübü yöneticilerinin klasikleşmiş ve her çocuk dostu otelde olan uygulamaları öncelikli tutmasının otelin farklılaşarak rekabet avantajı sağlaması açısından etkin olmayacak bir düşünce olabileceğini dile getirmektedir (Özel, 2015). Özellikle araştırmaya katılan çocuk kulübü yöneticilerinin eğlence ve kolay tüketilen faaliyetleri, beceri ve yeterlilik kazandırabilecek faaliyetlere göre daha öncelikli görmesi çocuk kulübü evrimsel gelişimi açısından üzerinde durulabilecek bir konu olabilir.

Radic (2017) tarafından yapılan araştırmada, kruvaziyer seyahatindeki çocuklar ile mülakat gerçekleştirilmiştir. Çocuklar, tatil öncesinde kendilerine sunulacak imkanlar ve özellikle çocuk kulübü ile ilgili bilgilendirilmiş olmayı istediklerini dile getirmişlerdir. 10 yaşındaki bir katılımcının, incelediği tanıtım görsellerinde kendisine göre bir şey olmayacağı, çocuk kulübünün daha küçük yaş gruplarına uygun olduğu düşüncesine kapılarak endişe duymasının önemli bir bulgu olabileceği dile getirmiştir. 4-8 yaş aralığı daha çok su içeren aktiviteler beklentisi içindeyken daha büyük çocuklar sosyalleşme ve ailesinden bağımsız

hareket edebilme ile ilgilenmektedir. Katılımcıların aileleri ile birlikte olabilmeyi de arzuladığı dikkat çeken bir sonuçtur. Çocuklar bir taraftan bağımsız hareket edebilecekleri olanaklar isterken bir taraftan kardeşleri ve ebeveynleri ile aile aktivitelerine dahil olmak istemektedir. Belirli temalarda kostümler giymekten keyif aldıklarını dile getirmektedirler. Ayrıca tatilde yaptıkları el işi ve resimleri tatil dönüşü arkadaşlarına göstermekten keyif aldıklarını ve bunları özel yerlerde sakladıklarını söylemişlerdir (Radic, 2017).

Özgürel ve Topaloğlu (2018) çocuk kulübü çatısı altında ne tür aktiviteler yapıldığı ve bu aktivitelerin işletmeye, ebeveynlere ve çocuklara katkılarının neler olduğunu tespit etmek amacı ile 10 çocuk kulübü yöneticisiyle yaptıkları görüşmeleri analiz etmiştir. Tespit ettikleri aktiviteleri 4 grup altında toplayarak Tablo 1.1'i oluşturmuşlardır (Özgürel & Topaloğlu, 2018, s. 48,49).



Tablo 1.1 Konaklama İşletmelerinde Yapılan Çocuk Kulübü Aktiviteleri

Fiziksel (spor) aktiviteleri	Jimnastik, Yoga, Zumba, Basketbol, Step, Aerobik, Mini Golf, Mini Futbol, Binicilik, Limbo, Boccia, Dart, Su Topu, Olimpiyat Günü, Havuz Oyunları	Çocukların fiziksel uygunluklarına ve aktivitenin zorluk seviyesine dikkat edilmektedir. İlgili fiziksel aktivite konusunda, özel eğitilmiş bir çocuk kulübü animatörü ile gerektiğinde sertifikalı uzmanlardan destek alınarak aktivite gerçekleştirilir. Aktivitenin türüne bağlı olarak açık ya da kapalı alanda, uygun fiziksel koşulların bulunduğu ortamda fiziksel (spor) aktiviteleri yapılır.
Oyunlar (eğlendirici oyunlar, beceri geliştirmeye odaklı oyunlar)	Plaj Oyunları, Masa Oyunları, Yaratıcı Drama, Zekâ Oyunları, Turnuvalar ve Yarışmalar, Yüzme, Muza Binme, Günü'n Büyük Oyunu, Çocuk Diskosu, Kart Oyunları, Çizgi Film Saati, Çocuk Karnavalı, Bahçe Oyunları, Kostüm Partisi, Müzikli Sandalye Oyunu, Doğum Günü, Dans, Twister, Yüz ve Vücut Boyama	Çocukların yaş grupları, fiziksel açıdan yeterlilikleri, ilgileri, aktiviteyi yapmaktan keyif almaları göz önünde bulundurularak, çocuk sayısına bağlı olarak, bir ya da daha fazla sayıda animatör ile aktivitelere rehberlik edilir.
Yaratıcılık (yaratıcı aktiviteler)	Aksesuar Atölyeleri, El Yapımı Aktiviteler, Parmak Boyama, Tişört Boyama, Çanta Boyama, Oyun Hamuru Saati	Cilt dostu boyaların kullanıldığı, çocukların sağlığının ve hijyen açısından uygunluğun en önemli öncelikler olarak dikkate alındığı aktivitelerdir. Aktivitelerde önlük, bone ve eldiven gibi materyaller kullanılmaktadır.
İletişim (sosyal beceri ve duygusal yeterlilik)	Pizza Günü, Meyve Salatası Günü, Kurabiye Günü, Kek ve Çay Saati, Aile ile Piknik, Yunus Parkı & Hayvanat Bahçesi Ziyareti	Pizza, Meyve Salatası, Kurabiye ile Kek ve Çay Saati aktivitelerinde, işletme mutfağına bir gün öncesinden haber verilerek gerekli malzemeler talep edilmekte, çocukların temizlik ve hijyen kurallarına özen gösterilerek aktiviteler gerçekleştirilmektedir. Hayvanlarla olan iletişimlerini geliştiren Yunus Parkı & Hayvanat Bahçesi ziyaretleri, güvenlik önlemleri alınarak gerçekleştirilir.

Kaynak: (Özgürel & Topaloğlu, 2018)

Özgürel ve Topaloğlu (2018), görüşülen işletmelerin tamamında fiziksel (spor) aktiviteleri, oyunlar, macera animasyonu aktiviteleri, yaratıcılığa yönelik aktiviteler ile iletişimi (sosyal beceri ve duygusal yeterlilik) geliştirmeye yönelik aktivitelerin yapıldığını tespit etmişlerdir. Çocukların kulüpte yarım saatten 9 saate kadar değişen zaman aralığında vakit geçirdikleri dile getirilmektedir. Çocuk kulübünde karşılaşılan sorunlar; “anne-babalarını arama isteği”, “çekinme-ortama ayak uyduramama-isteksizlik”, “uyumsuzluk”, “diğer çocuklarla anlaşamama”, “tuvalet problemi”, “diğer çocukların zarar vermesi”, “hastalanma” ve “çalışanlara tepki” olarak belirtilmiştir. Çocukların ebeveynleri olmadan teslim alınma yaşı büyük çoğunlukla asgari 4 olarak dile getirilmektedir. Bunun 3 ve 5 olarak uygulamaları da mevcuttur. Aktivitelerin çocuklara katkıları konusunda değerlendirme yapıldığında “temel beceriler kazanmaları (öğrenme)”, “eğlence”, “bedensel gelişim ve yaratıcılık”, “kendine güven” ve “keyifli bir tatil ile güzel anılar” ifadeleri öne çıkmıştır. Katılımcıların tamamı ebeveynlerin kendilerine ayırabilecekleri boş zaman yaratılmasında çocuk kulübünün önemli bir misyon üstlendiğini belirtmektedir. Gerçekleştirilen çocuk kulübü aktivitelerinin konaklama işletmelerine katkıları; “misafir sayısında artış ve tercih edilme”, “memnuniyet ve tatmin yaratma”, “geceleme sayısında artış”, “tavsiye edilme”, “kaliteli hizmet” şeklinde dile getirilmektedir. Katılımcıların, tamamı aktivitelerin “fiziksel, zihinsel, sosyal ve psikolojik açıdan eğitici ve öğretici” özellikte olması gerektiğini vurgulamaktadır. Bunun yanında eğlenceli ve güvenli olması gerektiği de belirtilmektedir. Aktivite alanlarının taşınması gerektiği özelliklerin en başında güvenli olmaları, devamında makul genişlikte, eğlenceli, konforlu, temiz olmaları şeklinde söylenmektedir. Çocuk kulüplerinde çocukların sosyal olarak kaynaşmalarını sağlamaya çaba sarf edildiği, bunun için basit oyun ve uygun aktivitelere yer verildiği, beden dilinin etkin kullanıldığı, anadili aynı olan çocukların gruplandırıldığı ifade edilmektedir. Aktivitelerin tanıtımında broşürler, afişler, sosyal medya, web sitesi gibi çeşitli mecraların kullanıldığı aktarılmıştır (Özgürel & Topaloğlu, 2018).

Seraphin ve Yallop (2019) resort mini kulüplerinin çocuklara ve ailelerine sunduğu aktiviteler içindeki eğlencenin boyutlarını incelemek için çoklu durum yaklaşımını kullanmışlardır. Araştırmada iki temel soruya yanıt aranmıştır: (a) Resort mini kulüplerinde çocuklar için eğlencenin boyutları nelerdir? (b) Çocukların eğlence boyutları, resort oteller ve destinasyonlar için nasıl rekabet avantajına dönüştürülebilir? Araştırmada, Poris (2006) tarafından geliştirilmiş olan ve Tablo 1.2’de verilen eğlence boyutları analiz çerçevesi olarak kullanılmıştır. Bulgular daha sonra önceki araştırma ve literatürden elde edilen ikincil verilere

ve içerik analizinden elde edilen nitel verilere dayanarak yapılan önermeler ile karşılaştırılmıştır.

Tablo 1.2 Poris tarafından geliştirilen eğlence türleri

Eğlencenin Türü	Aktiviteler
Arkadaş odaklı eğlence (Arkadaşlarla etkileşim ve sosyalleşme)	· Arkadaşlarla zaman geçirmek · Yeni arkadaşlar edinmek · Partilere gitmek · Arkadaşları mutlu eden bir şey yapmak · Havuza veya plaja gitmek
Güçlendiren eğlence (Öğrenme, keşif, başarı duyguları)	· Kendi başlarına bir şeyler yapmak · İnsanların fikirlerini dinlemelerini sağlamak · Bir şeyde iyi olmak · Yeni şeyler araştırmak ve keşfetmek · Başka insanlara ne kadar iyi olduklarını göstermek · Kendi başlarına zevk aldıkları bir şeyi yapmak · Bir şeyler inşa etmek
Yaratıcı eğlence (Sanat ve müzikle ilgili faaliyetler)	· Sanat ve el işi · Yeni bir şey yaratmak veya yapmak · Bir müzik aleti çalmak veya şarkı söylemek
Saçma eğlence (Saçma, gamsız, şakacı/oyunbaz eğlence)	· Aptal olmak · Başkalarının aptalca şeyler yapmasını izlemek · İnsanları güldürmek · Koşmak veya başkalarını kovalamak
Spor odaklı eğlence (Fiziksel aktiviteler)	· Sportif oyunlar oynamak · Dış mekân (outdoor) oyunlar
Rekabetçi eğlence (En iyi olmak, gösteriş yapmak ve kazanacak bir şeye sahip olmak)	· Diğer herkesten daha iyi bir şey yapabilmek · Kişisel statü ve bireysellik kazanmak için bir şeyler satın almak · Arkadaşlarına sahip olduklarını göstermek
Aile odaklı eğlence (Aile etkileşimi ve aktiviteler ve sosyal sorumluluk içeren davranışları sergileme fırsatları)	· Aile ve ebeveynlerle vakit geçirmek · Ebeveynleri mutlu edecek bir şey yapmak · Başkalarına yardımcı olacak bir şey yapmak
Şaşırtıcı / macera dolu eğlence (Yeni ve şaşırtıcı aktiviteler ve deneyimler)	· Daha önce hiç denemedikleri bir şeyi denemek · Bir şey veya biri tarafından gerçekten şaşırtılmak · Bir şeyi ilk kez görmek
Rahatlatıcı eğlence (Rahatlatıcı ve mola verdiren aktiviteler)	· Rahatlamak veya takılmak (hanging out) · Derin nefes alma ve meditasyon · Müzik dinlemek
Asi eğlence (Kuralları çiğnemek ve risk alma davranışları)	· Kurallara aykırı davranmak · Sınırları test etmek ve bazı durumlardan risk alarak sıyrılmak · Başkalarının söyledikleriyle çelişmek

Kaynak: (Poris, Understanding what fun means to today's kids, 2006)

Araştırma kapsamında 6 resort çocuk kulübünde sunulan eğlence hizmetleri listelenmiş daha sonra bu hizmetler yukarıda sunulan eğlence boyutları açısından

sınıflandırılarak bir analiz gerçekleştirilmiştir. Özel (2021) aynı çerçeveyi kullanarak Türkiye’deki çocuk kulüplerinde sunulan eğlence türlerini sınıflandırmıştır. Özel (2021) çalışmasına 12 çocuk kulübüne ilişkin bilgilere yer vermiştir. Her iki çalışmada elde edilen bulgular Tablo 1.3’de sunulmaktadır.



Tablo 1.3 Resort çocuk kulüplerinde sunulan eğlence türleri

Eğlencenin Türü	Aktiviteler (Seraphin & Yallop, 2019)	Aktiviteler (Özel, 2021)
Spor odaklı eğlence	Spor, su topu, (plaj) voleybolu / futbolu, futbol, havuz olimpiyatları, tenis dersleri, yelkencilik, şnorkel, spor salonu, su kayağı, cam tabanlı tekne gezintileri, golf, tenis, mini olimpiyat oyunları, tenis balonu, ping-pong, polo, mini futbol, yüzme havuzu, denizaltı gezintileri, doğa yürüyüşü	Yüzme, su parkı (aquapark) aktiviteleri, plaj voleybolu, mini futbol, masa tenisi, mini basketbol, mini bowling, voleybol, su topu, mini olimpiyat oyunları, golf, havuz olimpiyat oyunları, tenis dersi, tenis, jimnastik, pinpon, plaj futbolu, trambolin, çocuklara ve ebeveynlere ayrılmış özel alanda yüzme, su sporları, ata binme, doğa yürüyüşü, balon dersi, hava hokeyi, gece yürüyüşü, tırmanma duvarı, boccia, dart, okçuluk, sahil olimpiyatları
Arkadaş odaklı eğlence	Hazine avı, yüz boyama atölyeleri, mini disko, kumdan kale yapımı, karaoke, diskolar, dans partileri, çöp avı, hula dersleri, balık ve ördek besleme, paraşüt oyunu	Yüz boyama, mini disko, top havuzu, hazine avı, sahilde kumdan kale yapma, belirli konseptteki günler (korsan günü, Kızılderi günü), dans partileri, oyun parkında oyun, doğum günü partileri, karaoke, uçurtma uçurma, kum havuzu oyunları, balık/ördek besleme, çöpçü avı, mini hayvanat bahçesi, mini lunapark, hula dersleri, paraşüt (koordinasyon) oyunu, gece yürüyüşleri, taş toplama, interaktif oyun alanı, çocuk festivali, engelli çocuk oyun parkı
Güçlendiren eğlence	Yerel dili ve kültürü öğrenme atölyeleri, DJ'lik nasıl yapılır, dans ve şarkı söyleme atölyesi, film yapım atölyesi, el sanatları atölyeleri, pizza yapımı, yerel reçel seansları, yerel çiçek gerdanlık yapma, taş boyama	Çocukların hazırladığı / sergilediği animasyon gösterileri, yemek / pasta yapma atölyesi, el sanatları atölyesi, tarım / bitki yetiştirme, taş resim yapma, çiçek kolyesi yapımı, yüzme dersleri, yoga atölyesi, dans atölyeleri, DJ'lik dersleri, yerel dili ve kültürü öğrenme atölyesi, akrobasi atölyesi, satranç atölyesi, amatörce müzik yapma, çocuk trafik parkuru, savunma sporları atölyesi, bale atölyesi, film yapım atölyesi, geri dönüşüm etkinlikleri, futbol okulu ve turnuvası, covid 19 eğitimleri, meslek eğitim üniteleri, kokteyl yapma atölyesi
Yaratıcı eğlence	Yüz boyama atölyeleri, sahne sanatları atölyeleri, kuklalar, Hint boncuk el sanatları	T-shirt boyama, boncuk el sanatları, yüz boyama atölyesi, kum sanatlar atölyesi, ritim atölyesi, sanat atölyeleri, kukla şovları, karikatür atölyesi
Saçma eğlence	Kostüm zamanı, su balonu eğlencesi	Top havuzu, kostümlü oyunlar, su balonu eğlencesi, köpük eğlencesi
Rekabetçi eğlence	Yetenek gösterisi, DJ yarışmaları, bilgisayar oyunları, patates çuvalı yarışları	Yetenek gösterileri / yarışmaları, zekâ oyunları, çuval yarışları, bilgisayar oyunları, DJ yarışmaları, futbol okulu ve turnuvası, dart
Rahatlatıcı eğlence	Kabuk toplama, sihir gösterileri	Sinema filmi gösterimi, animasyon gösterileri, tiyatro gösterileri, palyaço gösterileri, sihir gösterileri, deniz kabuğu toplama, sirk, kitap okuma, televizyon odası, akülü arabayla gezme, taş toplama
Aile odaklı eğlence	Tekne gezileri, şeker kamışı turları	Uçurtma uçurma, mini hayvanat bahçesi, bot gezileri, geri dönüşüm etkinlikleri, çocuk festivali, cam tabanlı tekne gezileri
Şaşırtıcı / macera dolu eğlence	Aktivite yoktur.	Macera parkı, zipline
Asi eğlence	Aktivite yoktur.	Aktivite yoktur.

Kaynak: Araştırmacı tarafından iki araştırma birleştirilerek oluşturulmuştur: Seraphin & Yallop (2019), Özel (2021)

Seraphin ve Yallop (2019), spor odaklı, arkadaş odaklı ve güçlendirici eğlenceye daha fazla yer verildiğini tespit etmişlerdir. Yaratıcı, rekabetçi, absürt, rahatlatıcı ve aile odaklı eğlenceye, diğerlerine görece daha az yer verildiği sonucuna ulaşmışlardır. Araştırmanın yürütüldüğü resort çocuk kulüplerinde macera/ şaşırtıcı içerikli eğlence ile asi eğlence türleri bulunmamaktadır. Çocuk kulüplerinde eğlence ve öğrenmenin bir arada sunulduğu “edutainment” aktivitelerine yer verildiğini tespit etmişlerdir. Bir yenilik olarak “advertainment” yani reklam ve eğlencenin bir arada sunulmasını önermektedirler. Bu kapsamda çocuk kulüplerinin yerel işletmeler, müzeler gibi kurumlar ve sanatçılar ile iş birliği halinde programlar geliştirilerek hem destinasyonun tanıtımına katkı sağlanması hem de yenilik geliştirilmesi şeklinde öneri geliştirmişlerdir. Çocuk kulüplerinin resort oteller tarafından rakiplerine karşı rekabet avantajı yaratmada daha etkili kullanılabileceği öngörülmektedir. Bunun için çok yönlü bir yönetim yaklaşımı (ambidextrous management approach) önerilmektedir. Mevcut durumda sadece eldeki kaynakların kullanıldığı (exploitative) bir bakış açısı olduğunu, fakat çocuk kulüplerinin daha çok keşif amaçlı (explorative) bakış açısı geliştirerek daha yenilikçi olmaları gerektiğine vurgu yapmaktadır (Seraphin & Yallop, 2019).

Özel (2021) tarafından hazırlanan tabloda ise daha zengin bir aktivite listesi yer almaktadır. Bu zenginlik farkının iki sebebi olabilir: birincisi Özel (2021) araştırmasını çocuk kulübü yöneticileri ile görüşerek gerçekleştirirken Seraphin ve Yallop (2019) internet sitesindeki bilgilerden faydalanmıştır. Çocuk kulübü yöneticileri detaylı olarak yapılan her aktiviteye değinirken internet siteleri bilgi aktarmakta kısıtlı kalmıştır. İkincisi ise görüşülen otellerin gerçekten daha zengin içerik sunuyor olması olabilir. Özel (2021)’in oluştuğu sonuç önceki çalışmaya benzer şekilde ilk üç eğlence türünü: spor odaklı, arkadaş odaklı ve güçlendirici olarak belirlemiştir. Özel, çocuk kulüplerinde güçlendirici eğlenceye daha fazla yer verilmesi gerektiğini dile getirmektedir. Bu şekilde çocuklarının eğlenirken aynı zamanda öğrendiği aktiviteler içinde olmasını dileyen ve boşa vakit geçiriyor olmaları kaygısı taşıyan ebeveynler için memnuniyet yaratacak bir uygulama gerçekleştirileceğini savunmaktadır. Çocuk kulübü yöneticilerinin de benzer bir görüşe sahip olduğu, eğitim ve eğlencenin bir arada sunulmasının değer yaratacağı belirtilmektedir. Fakat bu konuda bir denge kurulması gerektiği; etkinlik içerisinde eğitsel hedeflerin fazla ön planda tutularak eğlencenin ihmal edilmesinin çocukların sıkılmasına ve mutsuzluğuna yol açabileceği vurgulanmaktadır (Özel, 2021).

Seraphin ve Yallop (2019) araştırma kapsamında ele aldıkları resort çocuk kulüplerinin ortak özelliklerine ilişkin şu tespitleri yapmışlardır:

- Çocukların yaşlarına göre ayrımı yaygın bir uygulamadır ve aşağı yukarı aynı modeli izler;
- Tesis mini kulüpleri tarafından sağlanan faaliyetler, bir tesisten diğerine oldukça benzerdir;
- Çoğu durumda, mini kulüplerin belirli bir adı yoktur ve olduklarında, ad genellikle tatil yerinin adı veya bir türevidir;
- Mini kulüpler hakkındaki çevrimiçi bilgiler çoğunlukla sınırlıdır.

Seraphin ve Yallop (2019) resort çocuk kulüpleri tarafından sunulan etkinliklerin ayrıntılı içerik analizi sonucunda çocuk kulüplerinin bu hali ile konaklama tesisinin rekabet avantajına katkıda bulunmadığı sonucuna varmıştır. Rekabet avantajının işletmelerin hayatta kalmasındaki önemine vurgu yaparak sunulan ürün ve hizmetlerin kişiselleştirmesinin gereği vurgulanmıştır. Resort otellerin genel olarak çocuklara tatillerde aşağı yukarı aynı aktiviteleri sunmasının hizmeti standartlaştırdığını ve kişiselleştirme stratejisinden çok uzakta olduğunu göstermektedir. Araştırmacıların bu durumu rekabet avantajına dönüştürmek üzere geliştirdiği öneriler şu şekildedir: (a) yukarıda belirtilen 10 eğlence türünden her birine dokunmak ve hedef kitle için en önemli olan türlere odaklanmak; (b) hedef kitlenin temel eğlence boyutundan yararlanan promosyonlar ve lisanslı bağlantılar geliştirmek (bu yaklaşım ile çocuklar markayı belirli bir eğlence türüyle ilişkilendirebilir ve bu marka için faydalı olabilir); (c) eğlence türünün duygusal bağlantı kurma düzeyini en üst düzeye çıkarmak; (d) yeni ürün fikirleri veya mesajlaşma kampanyaları geliştirmek.

Araştırmacılar, önerdikleri iki yaklaşım olan edutainment ve advertainment özelliklerine sahip eğlence ile neyi ifade ettiklerini de açıklamışlardır. “Edutainment” terimi, eğitim (education) ve eğlence (entertainment) kelimelerinin birleşmesinden türemiştir; eğlenerek öğrenme yaklaşımını ifade etmektedir (Resnick, 2004). Katılımcılarına eğlence değeri yüksek yapılandırılmış deneyimler sunarken onları bilimsel, kültürel ve tarihsel açıdan bilgilendiren bu yaklaşım çeşitli sektörlerde kullanılmaktadır. Bu sektörler, turizm, eğitim, medya ve eğlence olabilmektedir (Hertzman ve diğerleri, 2008). Araştırmacılar bu yaklaşımın çocuk kulüplerindeki örnekleri olarak yerel dil ve kültür hakkında bilgi içeren bazı ilginç ve yenilikçi eğitici-eğlence oyunlarını göstermiştir. Bu tür etkinlikler yoluyla ziyaretçilerin destinasyon hakkında eğitilebileceği ve destinasyon algısının değişmesine katkı sağlayabileceği öne sürülmektedir. Böylece mikro düzeydeki çocuk kulüplerinin makro düzeydeki destinasyon yönetimleri için katma değer üretebileceği savunulmaktadır (Seraphin & Yallop, 2019).

Benzer şekilde, destinasyona da fayda sağlayacağı öngörüsü ile yazarlar Advertainment yaklaşımını dile getirmişlerdir. Bu terim reklam (advertisement) ve eğlencenin (entertainment) birleştirilmesidir. Bu şekilde marka bilinirliğini işletmelerin avantaja dönüştürebileceklerini savunmaktadır. Örnek olarak destinasyondaki bir müze ile iş birliği halinde bir küratörün hazırlayacağı resim ve/veya çizim atölyeleri (yerel kültür ve müzede sergilenen eserler teması etrafında) düzenlenebileceğini önermektedir. Reklam-eğlence yoluyla etkili bir ürün yerleştirme için küratör müzenin logosunu taşıyan giysiler giyebilir ve müzenin logosunu taşıyan başlıklı kağıtlar çocuklara çizimleri ve/veya boyamaları için verilebilir. Çocukların çalışmalarını sergilemek için ebeveynlere ve diğer müşterilere açık bir mini sergi de düzenlenebilir. Bu strateji, aileleri ve diğer turistleri destinasyonda bulunan müzeyi ziyaret etmeye teşvik edebilir (Seraphin & Yallop, 2019). Yazarlar bu önerilerini somutlaştırmak için etkinlik önerileri de geliştirmişlerdir: (1) Yerel eğitimci ve/veya tedarikçiler tarafından sunulan atölye çalışmaları, çocukların ziyaret edilen destinasyon hakkında bilgi edinmelerini sağlayabilir. Bu atölyelerde yeni bir şey yaratmak veya yapmak (ör. yerel el işleri/eserler tasarlamak ve yaratmak; vb.); bir müzik aleti çalmak veya şarkı söylemek (ör. davul veya herhangi bir yerel enstrüman çalmak vb.) yer alabilir. (2) Çocukların öğrendiklerini ailelerine göstermeleri için etkinlikler (örneğin yetenek gösterileri) düzenlenebilir. Etkinlikler katılımcıların destinasyonlarla ilgili aidiyet duygularını geliştirme kapasitesine sahiptirler. Atölye ve etkinliklerde yer alacak yerel tedarikçiler sayesinde misafirlerde destinasyonlarla ilgili olumlu bir imaj oluşması için de bir fırsat yaratılmış olacaktır (Seraphin & Yallop, 2019).

Yazarlar aynı yıl yayınlanan farklı bir makalelerinde ise yukarıda bahsedilen çok yönlü yönetim yaklaşımı (ambidextrous management approach) önerilerinin uygulanışına yönelik yol haritası önermektedir (Seraphin & Yallop, 2019). İlk adım olarak işletmelerin VRIO (değer, nadirlik, kopyalanabilirlik, organizasyon) boyutlarında sağlayacakları avantajlar ile rekabet edebilirliklerini değerlendirmektedir. Buna göre dünya genelindeki çocuk kulüplerinin birbirine çok benzediğini belirterek işletmeler açısından bir rekabet avantajı sağlamadığı konusunda eleştiride bulunmaktadır. Çocuk kulüplerinin bugünün ve yarının misafir kitlesinin ihtiyaçları ve beklentileri doğrultusunda inovasyon geliştirmelerinin gereği vurgulanmaktadır. Çocuk kulüplerinin konaklama sektörü dinamikleri açısından yavaş gelişen, değişime fazla açık olmayan bir bileşen olduğu düşünülmektedir. Diğer yandan inovasyon ve araştırma geliştirme faaliyetlerinin risk teşkil ettiği; bu faaliyetlerin oluşturduğu maliyetin kimi zaman faydaya dönmediği belirtilmektedir. Yazarların önerdiği sistemde yenilik geliştirme çalışmaları (araştırma-exploration) ile mevcut sistemi devam ettirme çabası

(exploitation-sömürme) bir arada dengeli bir şekilde yürütülmelidir. Yazarlar bunun için etkin liderlik, yönetim yaklaşımlarında güncelleşme ve tedarikçi yönetimi stratejilerinin altını çizmektedir. Burada çocuk kulübüne rekabet avantajı yaratma amacı yüklenmesinin önemi vurgulanmaktadır. Yerel tedarikçiler ile misafirleri bir araya getirmenin yolları bulunarak işletmenin otantik deneyimler yaratabileceği; aile bağlarının güçlendirilmesi vurgusu ile kurum markasına olumlu katkı sağlanabileceği belirtilmektedir. Ayrıca, turizmin önemli konularından olan sosyal mübadele teorisi (Social Exchange Theory) ye atıf yapılarak yerel halk ve misafirin ortak faydasının yaratılmasının önemine değinilmektedir.

Yazarlar çok yönlü (ambidextrous) yönetim yaklaşımını uygulamak için iki adım önermektedir: (1) karmaşıklığı artırma stratejisi: yeni yönetim tabakaları eklenmesi, (2) farklılıkları artırma stratejisi: yeni olanaklar ve trendlerin araştırılması.

Makale kapsamında çocuk kulüplerinin lokal değerlere vurgu yapmasının gerekliliğinin altı çizilmekte ve spesifik stratejiler tanımlanmaktadır:

- (1) Ünik tema: Yerel halk ve ziyaretçiler arasında köprü kurmaya yönelik yaklaşım geliştirilebilir. Çocuk kulübüne yerel bir isim verilmesi çocuk kulübü içinde ünik yerel deneyimler yaşanacağına yönelik güçlü bir mesaj verebilir.
- (2) Yerel ürünler: Yemeklerde yerel ürünler kullanılabilir. Öğle ve / veya akşam yemekleri birer öğrenme fırsatına dönüştürülebilir; yerel ürünler ve yemekler hakkında bilgilendirmeler yapılabilir. Çocuk kulübü programları içinde yerel yemeklerin yapılışının öğretilmesine yer verilebilir. Bu durum yerel ekonomiye de katkı sağlayacaktır.
- (3) Tanınmış şefler ve ünlüler: Yerel halk ve ziyaretçiler arasında diyalogun artırılacağı ve yerel şeflerin kendilerini tanıtabilecekleri etkinlikler düzenlenebilir.
- (4) Sosyal ilişkiler: Konaklama tesisine yakın oturan çocuklar ya da personel çocukları çocuk kulübüne davet edilerek ziyaretçiler ile sosyal ilişkiler kurmaları sağlanabilir.
- (5) Etkinlik ve aktiviteler: Çocuk kulübünde çocuklar tarafından üretilen çalışmaların sergilenmesi ve bunun tanıtımı yapılan bir etkinliğe dönüştürülmesi hem ziyaretçiler için keyifli olacaktır hem de aile bağlarının gelişmesine katkıda bulunacaktır.

Yazarlar, rekabet avantajı sağlamak isteyen konaklama işletmelerinin turizm trendlerini yakından takip etmeleri gerektiğini vurgulamaktadır. Yenilikçi ve otantik aktivite arayışı, boş zaman etkinliklerine yönelik artan talep, yeni teknolojinin etkisi, insanlarla bağlantı kurarak ve ağ kurarak sosyal sermaye biriktirme ihtiyacı ve sorumlu yönetim ve tüketim, göz ardı edilemeyecek eğilimlerdir.

Gelecekte çocuk kulüplerinin konaklama sektöründe kilit rol üstleneceği öngörülebilir. Bu nedenle proaktif olmak ve trendleri iyi takip ederek yenilik geliştirmek gerekmektedir. Yerel kültürel mirasın konu edilmesi, bunların yeni teknolojiler ile entegrasyonunun sağlanması ile araştırma (exploration) stratejisi yürütülürken; ailelerinden uzaktayken çocukların güvenli bir ortamda eğlendirilmesine devam edilmesi (exploitation) stratejisinin birlikteliği doğru bir yönetim yaklaşımı olabilir. Seraphin ve arkadaşları (2020), bu iki stratejinin bir arada çocuk kulüplerinin avantajına nasıl çalıştırılabileceğine ilişkin örnek bir iş modelini Kidzania'dan ilham alarak geliştirmişlerdir. Kidzania tarafından yıllardır uygulanmakta olan yaklaşım, geleceğin müşterileri olan çocukların bazı ticari firmalarla meslek eğitimleri üzerinden buluşturulması şeklindedir. Bu yolla firmaların ekonomik gücünü kullanan işletme, çocuklara informal ortamda eğitim sunarak iki taraflı memnuniyet yaratmaktadır. Yazarlar benzer bakış açısını VRIO (değer, nadirlik, kopyalanabilirlik, organizasyon) boyutları ile değerlendirerek aktivite önerileri sıralamışlardır. Yazarlar tarafından geliştirilen örnek çalışma Tablo 1.4'te verilmektedir (Seraphin, Ambaye, Yallop, Gowreesunkar, & Zaman, 2020).

Tablo 1.4 Seraphin ve ark. tarafından geliştirilen çocuk kulübü aktivite önerileri

Aktiviteler (exploitation)	Edutainment	Advertainment	Aktiviteler (exploration)
Akşam aktiviteleri	Hikaye anlatma seansları	Çocuk kulüplerinde sadece yerel kitabevinin kitaplarının yer alması	Yerel hikaye anlatıcılar tarafından yerel hikayelerin anlatılması
Yetenek Gösterisi	Yerel performans sanatçılarının sanatlarını nasıl yaptıklarını öğrettikleri atölyeler	Yerel sanatçıların çocuk seansları düzenlemeleri, kendi okullarının tanıtımını yapmaları	Çocukların öğrendiklerini sahne performansları ile ailelerine göstermesi
Sanat ve el işi	Yerel el işlerinin ve sanatların yapılışının öğretildiği atölyeler	Yerel zanaatkarlar, faaliyetin sonunda nihai ürünlerin ne olması gerektiğini gösteren pankartlar gösterebilir.	Çocukların etkinliklerde ürettikleri ve yerel hediyelik eşyaların sergilendiği sanat ve zanaat köyü
Özel menü	Sadece yerel ürünlerin kullanıldığı yemek yapma atölyeleri	Yerel aşçılar ve restoranların aynı yemeği pişirdikleri videolar.	Aile yemek pişirme aktivitesi (yarışma şeklinde olabilir)

Kaynak: (Seraphin, Ambaye, Yallop, Gowreesunkar, & Zaman, 2020)

Yazarlar resort otelleri anklavlara (enclaves) benzeten geçmiş araştırmalara referans vermektedir. Anklav kelimesi, çevresi farklı bir ülke ile kuşatılmış bölge ya da çevresindeki topluluk ile kültürel ve sosyal olarak ayrılmış olan bölge anlamları taşımaktadır (Cambridge Dictionary, 2023). Resort tesislerin çoğunlukla kendine ait kıyı şeridi olan özel bir mülkiyete sahip olduğu, içinde çeşitli eğlence ve ağırlama hizmetlerinin sunulduğu, her şey dahil

sistemle de ilişkilendirilen yerler olduğu belirtilmektedir. Resortların genel olarak, yerel toplum, işletmeler ve işgücü ile bağlantılarının sınırlı olduğu, yerel ekonomilere ekonomik olarak fayda sağlamadığı vurgulanmaktadır. Bu duruma eleştirel gözle bakan yazarlar, geliştirdikleri örnek ile bu anklavın içinde yer alan çocuk kulüpleri ile yerel bölge arasında bir bağlantı kurulabileceğini savunmaktadır. Yazarlar bu çok yönlü yönetim modeli ile bir taraftan yeni, farklı olasılıkları keşfedip geliştirirken mevcut gücü de kullanmayı içerdiklerini; bu yaklaşım ile yerel ekonomiye katkı sağlandığını; sosyo-ekonomik eşitliğin teşvik edildiğini ve yerel halk ile misafir arasında etkileşimin kolaylaştırıldığı savunmaktadır. Özellikle otantik ve özgün deneyimler arayan misafirler için bu durumun çok cazip olacağını dile getirmektedirler. İnovasyonun farklı paydaşların iş birliği ile gerçekleşerek hem sosyal sermayeye hem de ekonomik gelişmeye katkı sağlayabileceğinin altını çizen araştırmacılar, resort ve destinasyon için bu yolla rekabet avantajı sağlanacağını öne sürmektedir. Bu şekilde yerel halkın turizm hareketliliğine bakışının da olumlu yönde etkileneceği belirtilmektedir (Seraphin, Ambaye, Yallop, Gowreesunkar, & Zaman, 2020).

Çocuk kulüplerinin negatif destinasyon imajını iyileştirmede çok etkin rol oynayabileceği savunulmaktadır. Buna ilişkin yaklaşım geliştirilen çalışmada Haiti örneği üzerinde durulmuştur. Seraphin ve Yallop (2019) tarafından daha önce yapılan araştırmada çocuk kulüplerinin basitçe ebeveynlere özgürlük alanı yaratmak için çocukları eğlendirmenin ötesinde çocukların destinasyonla ilgili bilgilendirilmesi ve aile içi bağların güçlendirilmesinde rol oynayabileceği öne sürülmüştür (Seraphin & Yallop, 2019). Araştırmacılar, Poris (2006) tarafından geliştirilen eğlence türlerinden güçlendirici ve yaratıcı eğlencenin otantik deneyimler ve eğitsel amaçları bir arada sunabilecek en uygun türler olduğuna karar vermiştir. Yerel ürünlerin yenmesi ve içilmesi; yerel oyunların oynanması, yerel şarkıların söylenmesi, yerel halk ile tanışma ve yerel ekosistemi tanımayı içeren aktivitelerin bu başlık altında uygun olacağı sonucu çıkmıştır. Yazarlar, Dünya Turizm Örgütü'nün tanımladığı sürdürülebilir turizm amaçlarından üç tanesine bu şekilde hizmet edileceğini de savunmaktadır. Bu amaçlar: (4) kaliteli eğitim, (12) sorumlu tüketim ve üretim, (17) hedefler için iş birliğidir (S  raphin, Cappucci, & Gowreesunkar, 2020).

Özel (2021)   ocuk kulübü yöneticileri ile görüşerek oluşturduğu çalışması kapsamında resort   ocuk kulüplerine ilişkin bazı bulgulara erişmiştir.   ocuk kulüplerinin bir taraftan ebeveynlerin çocuklarından ayrı vakit ge  cirmelerine olanak sağlarken bir taraftan birlikte vakit geçirebilecekleri ortamlar sunmasının ailenin tatil deneyimine büyük katkı sağladığını belirtmiştir. Misafirin devamlılığını sağlamak konusunda da   ocuk kulüplerinin rol oynadığının altını çizmiştir. Personel profilinin sürekliliği ve programların güncel olmasının

önemini vurgulamıştır. Çocukların yaş grubu ayrımının sağlanmak için yeterli sayıda personelin ve fiziksel mekânın bulundurulması gerekliliğine değinmiştir. Çocuk kulübü programının misafir çocuklar tarafından hazırlanması ve bazı uyarlamalar yapılarak hayata geçirilmesi önerisini geliştirmiştir. Kimi zaman tatilini bitiren çocuklu aileler ile çocuk kulübü personeli arasındaki etkileşimin devam ettiği, bu etkileşiminin müşteri devamlılığına olumlu katkı sağladığı fakat ilgili departmanlarca daha profesyonel bir şekilde uygulanmasının daha doğru olacağı tespiti yapılmıştır. Çocuk kulübü personelinin taşınması gereken özellikleri şu şekilde sıralamaktadır: birden fazla yabancı dil bilmek, çocuk gelişimi konusunda eğitim almış olmak, işe istekli ve hevesli olmak, çocuklarla iletişimde başarılı olmak ve iyi referanslara sahip olmak, tercihan deneyimli olmak, görgü ve nezaket kuralları konusunda bilgi sahibi olmak, fiziksel yapı ve sağlık bakımından işe uygun olmak. İdeal yaş aralığının ise 18-29 olması gerektiği dile getirilmektedir. İnsan kaynağı temininin zorluğu vurgulanarak üniversitelerin ilgili bölümleri ile iş birliği modelleri geliştirme önerisi sunulmuştur. Resort otelin çocuk kulübü açısından rekabet avantajı sağlamasında en önemli unsurun tesisin soyut yönleri olacağı; bu soyut yönlerin personelin güler yüzlü ve kaliteli hizmeti gibi örneklendirilebileceği belirtilmektedir. Somut değerler olarak ise mimari yapı, hizmet çeşitliliği, mekânsal büyüklük ve fiziksel olanaklardan bahsedilmekte ve bunların da önemli olduğu vurgulanmaktadır. Çocuk kulübü yöneticilerinin gelecek projeksiyonları arasında bilim, sanat, kültür ve teknoloji temalı hizmet üniteleri eklemek olduğu ifade edilmektedir (Özel, 2021).

1.4. Güncel Aile ve Çocuk Araştırmaları

1.4.1. Modern Aile ve Serbest Zaman

Geç modern toplumlarda bireyleri tanımlayan şey, kendisini eylemlerinden sorumlu olarak görmesi ve zamanı kontrol etmeye çalışarak hayatı daha dolu yaşama çabası içinde olmasıdır. Yaşam rotasının çizilmesinde geçmişi yorumlamak kadar geleceğe hazırlanmaya da bağlı olan bir yaşam planlaması oldukça önemli hale gelmiştir (Giddens, 1991). Bu durum bireylerin ebeveyn olma kararlarını ve ebeveynlik şekillerini etkilemektedir. Hem birey için hem ailenin geneli için zaman değerlidir ve iyi yönetilmelidir. Son yıllarda, özellikle yüksek gelirli ülkelerde geçmişe kıyasla ebeveynlik kararları ertelenmekte ve daha az sayıda çocuk sahibi olma eğilimi artmaktadır (Schmidt, Sobotka, Bentzen, & Andersen, 2012). Bu kararları sanayileşme, ekonomik istikrar, eğitim fırsatları, cinsiyet eşitliği, aile değerleri, doğum kontrol yöntemlerine erişim ve sağlık hizmetlerinin kalitesi gibi çağdaş toplumsal faktörler etkilemektedir (Bernardi & Klärner, 2014). Ertelenen ebeveynlik ya da az çocuk sahibi olma

isteği; modern toplumlarda artan bireyselleşme süreçleri, daha güçlü kişisel gelişim idealleri ve yaşamı renklendiren kendini yansıtmaya (self reflexivity) şekilleri ile anlaşılabilir. (Bodin, ve diğerleri, 2021) Modern yetişkinler için çocuk yetiştirmek emek ve zaman ister ve bu kısıtlı kaynakları kendi benliği için kullanma olasılığı da cazip bir seçenek olarak belirmektedir.

Aile yapılarının güçlü olması ile bilinen Japon toplumunda bile çoğu kadın daha az çocuk sahibi olmakta ve daha yüksek öğrenim ve profesyonel kariyer yapmak için evliliği ve doğumu ertelemektedir. Ekonomik kazanç, aileden daha öncelikli hale gelebilmektedir (Barasa, 2011). Teknolojik gelişmelerin hızı ve kadınların işgücünde geçmişe göre daha fazla yer alması aile profilini etkileyen güçlü dinamikler arasında kendisini göstermiştir (Daly, 2004).

Kişilerin ebeveynlik kararı vermesi ile birlikte yukarıda bahsedilen çağdaş birey olmanın özelliği olan gelişmiş sorumluluk duygusu ve zaman yönetimi yetenekleri devreye girer. Hayat çocuklarla ve çocuklar için dolu dolu yaşanmalıdır. Bilimsel araştırmaların ve popüler kültürün sürekli yeni bilgiler ile donattığı ebeveyni içerisinde olduğu sosyal ortam da yönlendirir ve onu aklında oluşturduğu “ebeveynlik ideolojisi” ne uygun davranmaya yönlendirir (Shaw, 2010). McNeal (1992), çocukların hedef kitle olarak görüldüğü pazarlama kampanyalarının artış nedeni olarak ailedeki dört temel değişimi şu şekilde belirlemiştir: (1) sahip olunan çocuk sayısındaki düşüş, (2) değişen ebeveynlik biçimleri, (3) çocuk sahibi yaşının ertelenmesi, (4) çalışan ebeveynler (McNeal, 1992).

Günümüz toplumunda çocukluk kavramı, duygusal olarak paha biçilemez çocuk etrafında şekillenmektedir (Zelizer, 1985). Modern aile için çocuk merkezilik temel prensip haline gelmekte ve “kaliteli aile zamanı” geçirme çabası ortaya çıkmaktadır (Snyder, 2007). Günümüzde ebeveynler geçmiş kuşaklara göre çocuklarının serbest zamanının içinde daha çok yer almaktadırlar (Bianchi, Robinson, & Milkie, 2006). Popüler kültürün de etkisiyle yaygınlaşan ebeveynlik ideolojisi, aile ile geçirilen zamana daha çok değer vermektedir (Shaw, 2010). Ailecek geçirilen serbest zamanın aile uyumuna, aile etkileşimine ve aile hayatından genel memnuniyete olumlu katkıları olduğu pek çok çalışma ile kanıtlanmıştır (Orthner & Mancini, 1990). Bu, ailenin işlevlerini daha iyi yerine getirmesine katkı sağlar (Zabriskie & McCormick, 2003). Aile içi paylaşımın bu şekilde yoğun olması sayesinde çocuklar yaşam boyu beceri ve değerler geliştirir (Shaw & Dawson, 2001). Bu, her çocuğun bir anlamda 'daha değerli' olmasının mümkün olduğu daha küçük aile yapıları sayesinde mümkün olur (Sayer, Bianchi, & Robinson, 2004). Ailenin birlikte geçirdiği zamanlar daha amaç odaklı, yapılandırılmış ve aktivite dolu hale gelmiştir (Daly, 2004). Ebeveynler açısından, aile serbest zamanı aslında eğlencenin yanı sıra çalışmayı da içerir ve 'amaçlı

serbest zaman' olarak tanımlanır (Shaw & Dawson, 2001) ; burada odak noktası aile ve çocuğun sağlığı, gelişimi ve eğitimi için boş zamanı planlamak ve kolaylaştırmaktır (Schanzel, Yeoman, & Backer, 2012).

Annette Lareau (2003) tarafından 'uyumlu yetiştirme' (concerted cultivation) terimi, orta ve üst sınıf Amerikan ebeveynlerin yapılandırılmış etkinlikler yoluyla çocuklarının yetenek ve becerilerini aktif bir şekilde geliştirme yaklaşımını isimlendirmek için kullanılmıştır. Bu yaklaşıma göre, ebeveynler yapılandırılmış, sınıfa çok benzeyen bir ortamda nasıl etkileşim kurulacağını öğrenmenin, çocuklarına okulda avantajlı bir başlangıç sağlayacağını, bu durumun onların zeki veya 'iyi' öğrenciler olarak tanımlanmasına sebep olacağını düşünmektedir. Bu tür imkanlar sunmak, çocukların muhakeme becerilerine ve dil kullanımına fayda yaratır; ebeveynler, özellikle yetişkinlerle etkileşim kurarken çocuklarını eleştirel düşünmeye ve düzgün ve sık sık konuşmaya teşvik eder. Bu beceriler aynı zamanda çocuğu akademik ortamlarda farklı kılar ve sosyal durumlarda onlara güven verir. Kişisel gelişimlerini artırır. Bu ortamlar sayesinde, ebeveynlerin çocukların yaşamlarına katılımı artar. Ebeveynler, çocuklarının akademik ilerlemesini takip etmede çok daha fazla yer alırlar. Ebeveynlerinin bu katılımcı durumu çocukların da sorumluluk duygusunu artırır (Lareau, 2003). Çocuklarına bu etkinliklere katılımlarında destek olmak pek çok baba için yaşamdan daha fazla keyif almanın ve çocukları ile bağlantı kurmanın bir yoludur (Eggebeen & Knoester, 2001).

Bütün bu olumlu durumların yanında, aile ile geçirilen serbest zamanların idealleştirilmesi kimi zaman ebeveynlerde artan suçluluk duygusu yaratarak stres kaynağı olabilmektedir (Shaw & Dawson, 2001). Kısa zamana çok fazla faaliyet sıkıştırma anlamına gelen “time deepening” fenomeni gelişmiştir (Robinson & Godbey, 1997). Anne çoğunlukla bütün bu trafiği yöneten kişidir. Uzun vadeli kariyer planlamalarından kısa vadeli zaman çizelgesi yönetimine uzanan geniş bir spektrumda sürekli planlayan ve koordine eden kişi olarak aslında gelenekselleşen anne rolünü modern izdüşümünü hayata geçirmektedir (Daly, 2004). Günlük ortaya çıkan ekstra durumlar, çocukların talepleri, kendisi ve eşinin yetişkin bireyler olarak serbest zaman ihtiyaçlarının tamamı birer değişken olarak ortaya çıkar ve bir mücadele gerektirir. Diğer yandan, anneler çocuğuna duygusal olarak yoğunlaşmak, zamanın akışını yavaşlatmak isteği duyarlar (Roxburgh, 2006). İyi anne olma anlayışı, bir anne için kimi zaman erişemeyeceği mükemmellik standartlarına ulaşır ve onu mutsuz eder (Douglas & Michaels, 2004). Zaman içinde babalık rolüne atfedilen sosyal beklentiler de değişmiştir; baba sadece ekonomik getiri sağlamanın ötesine geçmeli ve çocuğun anne kadar bakımını üstlenmelidir (Yeung, John, Pamela, & Sandra, 2001). Genel olarak babalar, geçmiştekine

kıyasla çocuk bakımına daha çok zaman ayırmaktadır. (Sayer, Bianchi, & Robinson, 2004). Kaynak sağlayıcı olma ve kendini ailesine adanmış baba olma arzuları arasında sıkışan baba iş hayatının yarattığı kısıtlamalar ve çocuğuna daha çok zaman ayırma isteği arasında tutarsızlık yaşayabilmektedir. (McDonald & Almeida, 2004). Çocuklar ergenlik döneminden geçerken, aile ile geçirilen boş zaman miktarı azalır. Bunun yerine, genç ergenler, arkadaşlarla eğlenecekleri aile bağlamı dışında daha çok keyif alacakları serbest zaman deneyimleri kazanırlar (Francis & Kentel, 2008). Ergenler, aile boş zamanlarından küçük çocuklar kadar keyif alamayabilir; çünkü aile ile olmak, onların yaşa bağlı ihtiyaçlarını karşılamaz ve heyecan sağlamaz (Larson, Gillman, & Richards, 1997).

1.4.2. Çocuk Gelişimi

Çocukların seyahatiyle ilgili çalışmalar yürütmek isteyen turizm uzmanlarının çocuk psikolojisi ve gelişimi literatürüne aşina olması gerekmektedir (Poria & Timothy, 2014). Bebeklikten ergenliğe gelişim üç ana başlık altında ele alınmaktadır: fiziksel gelişim, bilişsel gelişim ve sosyal – duygusal gelişim (Şirin, 2019). Bu üç alan birbiri ile iç içe bir ilişkiye sahiptir. Bir alanda yaşanan olumlu ya da olumsuz gelişmeler diğer alanları da etkilemektedir. Ebeveynler ve eğitimciler bu üç alanda çocukların gelişimi için çaba sarf etmektedirler. Fiziksel gelişim başlığı altında çocuğun aldığı tıbbi destek önem kazanmaktadır. Obezite ile mücadele özellikle son yılların en önemli konuları arasındadır. Çocukların sağlıklı beslenmesi ve fiziksel aktivite fırsatlarının sunulması ebeveynlerin ve eğitimcilerin odağındaki hedeflerdendir. Bilişsel gelişim ise hem beyin gelişimini hem de algı ve bilgi işlem becerilerini kapsamaktadır. Bilişsel gelişime önem verilmesinin nedenlerinin başında okuldaki başarı gelmektedir. Okul öncesi dönemden başlayarak eğitim hayatı boyunca bilişsel gelişimi doğru bir şekilde desteklenmiş ve başarılı olmuş çocuklar modern dünyada yetişkinlere sunulan pek çok fırsata ulaşma hakkı kazanabilmektedir. Bilişsel becerilerin gelişimi açısından genetik faktörler bir altyapı oluştursa da asıl belirleyici olan çevresel faktörlerdir. Duygusal ve sosyal gelişim ise çocukların çevreleri ile yetkin bir şekilde iletişim kurma becerilerini kapsamaktadır. Duygusal gelişimin bilişsel gelişimin de anahtarı olduğu kanıtlanmıştır. Örneğin öfke kontrolü yapamayan, kendini ifade etmekte zorluk çeken bir çocuk arkadaşları ve yetişkinlerle iletişimde problem yaşamakta ve akademik çalışmalarına odaklanamamaktadır (Şirin, 2019).

Urie Bronfenbrenner'in geliştirdiği ve 1979 tarihinde yazdığı kitapta detayları ile anlattığı Ekolojik Gelişim Modeli bireyin gelişimini anlamalarında araştırmacılara ve genel topluma ışık tutmaktadır (Shelton, 2019). Bu kuramsal çerçevede bireylerin aile, toplum ve

ülkenin dahil olduğu çok sistemli bir yapının içinde geliştikleri varsayılmaktadır. Teoriye göre, bireyler çevresel ve toplumsal etkilerin bir ürünü olarak gelişim göstermektedirler. Ekolojik sistem teorisinde sosyal etkiler dört düzey ve sistem olarak tanımlanmaktadır. Bunlar; mikrosistem, mezosistem, eksosistem ve makrosistem şeklinde isimlendirilmiştir. Mikrosistem, bireyin en yakınında yer alan aile, arkadaşlar, okul, ait olunan sosyal grup gibi yapılardan oluşmaktadır. Gelişim üzerinde en fazla etkiyi mikrosistem meydana getirir. Ergenlik döneminde akran ekolojik sisteminin etkisi çok daha fazla olmaktadır. Mezosistem, mikrosistemler arasındaki ilişkiyi ifade etmektedir. Bireyin çeşitli kaynaklardan nasıl etkilendiği ve bunun davranışlarına etkisi burada incelenir. Örneğin arkadaş çevresinin okula etkisi, ailedeki şiddete tanıklık etmenin şiddet göstermeye etkisi gibi analizler bu kapsamdadır. Egzosistem, bireyin aktif şekilde rol oynamadığı halde dolaylı olarak etkilendiği ortamlardan oluşmaktadır. Ebeveynlerin arkadaşları, ebeveynlerin meslekleri, okul müfredatı gibi unsurlar buna örnek olarak sayılabilir. Makrosistem ise sosyal ve politik değerleri, kuralları, geleneklerini kapsamaktadır. Makrosistem yapıları farklı ülkelerde farklılık gösterebileceği gibi, aynı ülkedeki kırsal - kent ortamlarında bile değişkenlik gösterebilir. Kronosistem, kişinin yalnızca özelliklerinde değil, aynı zamanda o kişinin yaşadığı çevrede de zaman içindeki değişimi kapsar (örneğin, aile yapısı, sosyoekonomik durum, istihdam, ikamet yeri veya derecedeki yaşam seyri boyunca değişiklikler).

Çocukluk dönemleri de ele alınması gereken önemli bir konudur. Çocukluk dönemlerini; erken çocukluk dönemi, okul dönemi ve ergenlik dönemi olarak sınıflandırmak mümkündür (Şirin, 2019). Erken Çocukluk Dönemi (0-6 Yaş) çocuk için hem fiziksel, hem bilişsel hem de duygusal açıdan en hızlı dönüşümün yaşandığı dönemdir. (Şirin, 2019) Piaget 0-2 yaş aralığını duyuşsal motor dönemi, 2-6 (ya da 7) yaş aralığını işlem öncesi dönem olarak sınıflandırmaktadır (Eğitim Sözlüğü, 2023). 0-2 yaş aralığındaki, bilişsel gelişim sürecinin ilk aşamasındaki insan kendisini diğer nesnelerden ayırt etmeyi öğrenir. Kendi eylemleri ile diğer nesnelerin varlığını tanımaya başlar. Bu sadece etkileşim sadece duyuşsaldır; gördüğü ya da dokunduğu nesneleri algılar. İşlem öncesi döneme girdiği ikinci yaşın sonuna doğru nesnelerin zihinsel kalıcılığı başlar. Önceki deneyimlerinden yola çıkarak basit sorunları çözme çabasına girer ve ihtiyaç halinde yardım ister. Konuşma yetisi ile birlikte kavramsal öğrenme ve sembolik düşünme becerileri gelişir. Böylece yaparak yaşayarak öğrenmenin yanına kavramsal öğrenme de eklenmiş olur.

Orta Çocukluk (Okul) Dönemi, Piaget'in somut işlemler dönemidir ve 7-11 (ya da 12) yaş aralığını kapsar. Bu evrede somut nesneler ve olaylar arasındaki mantıksal ilişkiler kişi tarafından anlaşılır hale gelmektedir (Eğitim Sözlüğü, 2023). Bu dönemde çocuklar

yaşıtlarıyla fazla etkileşimde bulunurlar ve onlardan çok etkilenirler. Zamanlarının büyük bölümlerini okulda geçirirler; okuma, yazma ve matematik gibi yeteneklerini geliştirirler. Öğretmen tutumları bu dönemde kritik önem taşır. Okul çağı çocukları yıllar geçtikçe daha meraklı, daha ciddi, daha işbirlikçi ve daha güvenli olurlar. Bu dönemdeki çocuklar Piaget'in somut işlemler döneminde; korunum, sınıflama, sıralama ve geçişlilik süreçlerini yürüterek nesneler ile başa çıkabilirler. Daha küçük yaştakilere göre daha az benmerkezcidirler. Toplumsal görevler edinmeye başlarlar; kişisel bağımsızlık kazanma, yaşıtlarla geçinmeyi öğrenme ve cinsiyet rolünü öğrenirler (Gander & Gardiner, 1993).

Piaget için ergenlik dönemi (12-16 yaş) soyut işlem dönemidir. Soyut önermeler arasında mantıksal ilişkiler kurmaya başlayan çocuk bu ilişkileri test ederek sonuçlara ulaşabilir. Ergen benmerkezciliğinin geliştiği bu dönemde birey herkesin onu izlediği ve kimsenin onu anlamadığı düşüncesine sahiptir. Hayatı basite alma eğilimindedirler ve en doğrusunu kendisinin bildiğini savunurlar (Eğitim Sözlüğü, 2023).

1.4.3. Çocuk ve Oyun

Oyun, çocukların gelişiminde ve öğrenmesinde önemli rol oynar ve asla göz ardı edilmemelidir (Lewis, 2017). Çocukların hayatının ayrılmaz bir parçasıdır (Poris, 2006). Dinamik ve çok yönlü bir fenomendir (Holst, 2017). Oyun, çocuğun kendini gerçekleştirme dilidir ve çocuğa düşünme, araştırma, deneme-sınama ortamı sunar (Tuğrul, 2022). Oyun, mesajları, deneyimleri veya nesneleri köken bağlamlarından ayırarak daha fazla özgürlük, etkileşim ve yaratıcı olanaklar sağlayan yeni bir çerçeve oluşturur. Kişi belirli bir bağlamin kısıtlamalarından kurtulduğunda, hareket etmekte ve yeni bağlamlarla bağlantı kurmakta özgürdür (Gordon, 2009). Çocuklar oyunda duyu hareket ve biliş becerilerinin birçoğunu vurgular ve denetler; kavramları, toplumsal farkındalığı ve toplumsal davranışı geliştirirler (Gander & Gardiner, 1993). Oyunun önemi ve fiziksel, sosyal, duygusal ve bilişsel gelişime katkısı hakkında çok sayıda bilimsel çalışma yapılmıştır (Zigler, Singer, & Bishop-Josef, 2004).

Yalnızca plajda ya da okul yolunda koşma ya da atlayıp zıplama bile eşgüdümlemeyi ve dengeyi artırmaya yardımcı olur. Bunun yanında buz kayağı yapma, paten kayma, havada sopa çevirme, uzun değnekler üzerinde yürüme, bisiklete binme, frizbi oynama gibi pek çok oyun unsuru da bu gelişmeyi sağlar. Çocukların oyun oynarken geliştirdiği bilişsel yeteneklere örnek olarak; karar verme, bellek, strateji, gözlem, mekânsal akıl yürütme, problem çözme ve yaratıcı düşünce sayılabilir. Birçok masa oyunu harf, sayı ve renkleri tanımayı, hecelemeyi, saymayı ve okumayı geliştirmektedir. (Gander & Gardiner, 1993)

Çocukların uygulamalı (hands on) aktivitelerden öğreneceği çok şey vardır. Smith ve Dutton (1979) uygulamalı oyunlar ile problem çözme arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Bir grup çocuğa bir problemde yer alan malzemeye uğraşma ve oynama olanağı verilmiş, diğer gruba ise bunun yerine problemin çözümü için yönergeler verilmiştir. Malzemeye oynayan grup daha sonra problemi yönerge alan çocuklar kadar kolay çözmüştür. Yaratıcı düşünme gerektiren daha karmaşık bir problem üzerinde ise bu grup çok daha başarılı olmuştur. (Smith & Dutton, 1979).

Smith (2010)'e göre oyun, 3-4 yaşlarında başlar, 7-11 yaş aralığında zirveye ulaşır ve 13-14 yaş civarında hızla düşüşe geçer (Lewis, 2017). Bu yönü ile bakıldığında oyun çocuklar için giderilmesi gereken bir ihtiyaçtır ve onları mutlu etmektedir. İşletmeler tıpkı yetişkinler gibi çocukların da ihtiyaçlarını anlamaya çalışmalı ve bu ihtiyaçları karşılamanın yollarını bulmalıdır (Seraphin & Yallop, 2019). Oyunun bireyin gelişimindeki faydaları bu kadar kanıtlanmış olmasına rağmen okul çocuğu için oyun olasılıkları ve ortamları oldukça kısıtlanmış durumdadır (Kuschner, 2009). Bir çocuk için oyun basitçe eğlence amacı taşımasına ve kendiliğinden oluşmasına rağmen, bazı dış etkenler nedeniyle oyun erozyona uğrayabilmektedir. Bu dış etkenler; ticari medya, güvenlik endişeleri, daha sessiz davranış biçimlerine değer veren okul ortamı ve ideolojidir (Lewis, 2017). Lewis bu dört dış etkeni aşağıdaki gibi açıklamaktadır:

Hedef kitlesi çocuk olan ticari kuruluşlar tarafından geliştirilen oyuncaklar ve medya oyunu şekillendirmektedir. Örneğin oyuncak endüstrisi kız ve erkek çocuklara hitap eden oyuncakları ayrıştırarak toplumsal cinsiyet kimliklerindeki farkların derinleşmesinde rol oynamaktadır. Oyuncaklar belirli televizyon ve sinema kurgularına referans vererek hangi bağlamda hangi karakterlerin ne şekilde başarılı olacağına dair algı ve sınır yaratmaktadır.

Çocukların yaşadığı yakın çevrenin güvenli olmadığı kaygısı oyunla ilgili çocuğun tek başına oyun oynamasına ilişkin korku ve güvenlik endişelerine katkıda bulunur. Çocuk kaçırılma olayları, uyuşturucular, halka açık oyun alanlarının güvenliği ve oyun alanlarının yeterliliği ile ilgili endişeleri artırmaktadır. Bu kaygılar nedeniyle çocuk daha çok ev içinde kalmakta ve dijital alternatiflere yönelmektedir. Güvenlik kaygısı ve çocukların aktif olmaları isteği birleşince çocuğun yetişkinler tarafından denetlenen etkinlikler (yani spor, oyun grupları, dans, müzik, jimnastik, drama, bilgisayar kampı ve izciler ve rehberler) yoluyla düzenli yaşamları ve bir aktiviteden diğerine ailelerin şoförlük yapması ile süreç devam eder.

Çocuklar okul ortamında tamamen yapılandırılmış etkinliklerin içindedir ve kendi yaratıcılıklarını sergileyecekleri özgür ortamları yoktur. Oyunun çocuk açısından önemi okullar tarafından anlaşılmıştır ve müfredatta yerini almıştır. Fakat okuldaki oyunda bazı

öğrenme hedefleri olması sağlanır ve/veya oyuna dahil olan ve sürekli olarak gözetim sağlayan öğretmenler vardır. Diğer yandan çocuklar için otantik oyun, genellikle yetişkinlerin yokluğunu içermektedir; burada çocuklar, birbirleriyle veya kendi başlarına müzakere ederek, öyküsel hayal kurma süreciyle sonuçları yaratmaktadır. Oyuna yetişkin katılımının yönlendirici olmak yerine eşit bir oyuncu şeklinde olması durumunda faydası ve keyfi artacaktır. Çünkü oyun sırasında katılımcıların özgürlüğü, neşeyi ve tutkuyu fark etmesi gerekmektedir.

Lewis (2017) ideolojik boyutu Brian Sutton-Smith'in Yedi Oyun Retoriği üzerinden açıklamaktadır: (1) İlerleme: Oyun çocukların ve hayvanların gelişimsel bir sürecidir ve zevkten ziyade öğrenme ile ilgilidir. (2) Kader: İnsan hayatını ve oyununu tanrılar veya kader tarafından kontrol edildiğini gören en eski retoriklerden biridir. (3) Güç: Spor, atletizm ve yarışmalar aracılığıyla örneklenen ve günümüzde çokça devam eden eski bir retoriktir. Oyunu kontrol edenlerin veya oyunun kahramanlarının durumunu pekiştirmek için çatışmanın temsildir. (4) Kimlik: Festivaller, gelenekler ve kutlamalar şeklinde oynanan oyunlarda kültürel ve topluluk kimliğini ifade eder. (5) Hayal: Hayal gücünün, esnekliğin ve yaratıcılığın ayrılmaz bir parçası olarak oyunun önemini savunur ve modern oyun tarafından sürdürülür. (6) Benlik: Oyuncuların arzu edilen deneyimlerini (eğlence, zevk, zevk, neşe) ve içsel veya estetik olanı benlik ile vurgular. (7) Anlamsızlık: Düzenbaz veya aptal karakterlere uygulanan anlamsızlık retoriğidir.

1.4.4. Informal Öğrenme

Günümüz neoliberal toplumlarında keskin çizgilerle belirginleşen bireyseldi yapı genç bireylerin üzerindeki baskıyı artırmaktadır. Bireyselleşme eğilimleri gelenekle bağları zayıflatır ve kişileri yalnızlaştırır. Genç bireylere çok sayıda yapılabılır seçim olasılığı (doable choices) sunulur. Birey kendi kişisel tercihlerini yapmak durumunda bırakılır ve bunun sonuçlarına katlanması beklenir. Genç birey bir takım performans değerlendirmelerinden sürekli geçer. Gençleri kendi mükemmeliğini yaratmaya yönlendiren mevcut eğitim sistemi bazen istenmeyen sonuçlar ortaya çıkarabilir. Bunların arasında narsistik kişilik geliştirme ve depresyon bile yer alabilir. (Johansson & Herz, 2018) Bu zor koşullar altındaki genç birey kimi zaman öğrenme eylemine tepkisel yaklaşabilmektedir. Bu nedenle bireylerin özgürleştiği, sınav olmadan serbestçe öğrenmenin tadını çıkardığı barışçıl ortamların geliştirilmesi gerekmektedir. Bu ortamlar toplumlar için çok kıymetlidir. (Coşkun-Öksüz, 2021)

Bilim merkezleri ve müzeler okul dışında öğrenmenin gerçekleştiği ortamlar arasındadır. Bu ortamlarda öğrenme gönüllülük esasına dayanmaktadır. (Falk & Dierking, 2016) Bilim merkezi sergilerinin ziyaretçileri seçilen bilimsel konularda bilgilendirmesi, onları sorgulamaya teşvik etmesi ve daha çok öğrenme konusunda iç motivasyonunu artırması beklenir. (Coşkun-Öksüz, 2021) Kişinin nerede ne kadar kalacağına, neyi öğrenip neyi öğrenmeyeceğine ne ile az ne ile çok ilgileneceğine sadece kendisinin karar verdiği bu ortamlar yarattıkları bu hareket alanı ile bir resort oteldeki özgürlüğü çağrıştırabilir.

Fen öğrenimi üzerine yapılan araştırmalar, bunun geniş bir ilgi alanları, tutumlar, bilgi ve yeterlilikler dizisinin geliştirilmesini içerdiğini açıkça ortaya koymaktadır. Sadece bazı bilimsel gerçekleri veya basit deneyler tasarlamayı öğrenmek yeterli değildir; fen öğreniminin çok yönlü doğasını yakalamak için, gayri resmi (informal) ortamlar tarafından desteklenmesi önemlidir. Fenichel ve Schweingruber, 2010 yılında yayınlanan “Surrounded By Science” isimli kitaplarında öğrenmeyi destekleyecek üç stratejiyi listelemişlerdir. Bunlar; dizilim (juxtaposition), muhtelif biçimler (multiple modes) ve etkileşim (interactivity) dir. Birinci strateji olan “dizilim” prensibi, katılımcının mevcut formal bilgisini oluşturulan informal ortam ile yan yana getirip ilişkilendirerek doğal bir fenomeni anlamasını ifade eder. Sıklıkla, fenomenin şaşırtıcı veya gizemli bir yönünü göstermek ve kişiyi bunun ne anlama geldiğini düşünmeye yönlendirmek şeklinde uygulanır. Bununla, kişinin mevcut bilgileri üzerine daha fazla düşünmesi ve yeni bilgilerle onu revize etmeye yardımcı olması amaçlanır. İlgi çekmek ve akılda kalmak için alışılmışın dışında olmak avantaj sağlar. Sürprizler içeren bilgiler ve bu bilginin sunuş şekli etkili enstrümanlardır. İkinci strateji olan muhtelif biçimler prensibinde ise kişilere kavramlar, uygulamalar ve olgularla etkileşimde bulunmaları için birçok yol sağlamaktır. Örneğin, müze ortamlarında, etiketler, işaretler ve sesli kılavuzlar gibi yorumlayıcı materyallerin, bilgi ve anlayışı artırmada etkili olduğuna dair kanıtlar vardır. Üçüncü strateji olan etkileşim neden sonuç ilişkisi kurmada ve öğrenmede çok etkilidir. Birçok farklı etkileşimli deneyim türü vardır; nesnelere veya canlı hayvanlara dokunmak veya bunlarla etkileşim kurmak; bir olay oluşturmak veya bir yanıt görmek için düğmeleri döndürmek, kolları itmek, dönen tekerlekleri veya başka manipülasyonları yapmak; bir bilimsel deneyde uygulayıcı olmak bunlardan sadece birkaçıdır. Malzemelerle doğrudan etkileşime girmenin özel bir değeri vardır: bir kişi, kabloları bir pile doğru şekilde bağlayarak ampulün yanacağını kendi kendine anladığında veya iki farklı türde kayaya dokunarak aradaki farkı hissettiğinde güçlü bir öğrenme gerçekleşir. Etkileşimli deneyimleri çok çeşitli izleyiciler için erişilebilir kılmak, müzelerin, bilim ve doğa merkezlerinin ve diğer informal bilim mekanlarının ayırt edici bir özelliğidir (Fenichel & Schweingruber, 2010).

1.4.5. Kuşaklar Teorisi

Aynı zaman aralığı içinde yaşamını sürdüren nesillerin aynı sosyal olaylardan ve dış etkilere geçerek benzer yaşam deneyimleri yaratması ile benzer kişilik özellikleri oluşturdıkları düşünülmektedir. Kuşak teorisine göre, her kuşağa sahip oldukları bazı değerler, beceriler, nitelikler, kapasiteler, ilgi alanları, beklentiler ve alışkanlıklar doğrudan atfedilebilir (Benckendorff, Moscardo, & Pendergast, 2010). Kuşaklar doğum yıllarına göre belirlenmektedir. Bir kuşak genellikle 20 ila 25 yıl uzunluğundadır. Kuşak teorisine göre bu süre içinde yaşanan önemli dış olaylar kişilerin kendi çekirdek değerlerini oluşturmalarına yardımcı olur ve bu temel değerler genellikle yaşam boyu önemli ölçüde değişmez. Bu kuşak değerleri “akran kişiliği” olarak adlandırılmaktadır. Bir neslin yaşam süresi boyunca bu içsel inançları, yaşlanan bireyinki gibi olgunlaşarak belirli bir tutarlılığı korur (Strauss & Howe, 1997). Kuşaklar, dinamik, sosyo-kültürel bir teorik çerçevedir; zaman içinde farklı eğilimler gösterir.

Kuşak teorisi Amerika’da doğmuş bir kavram olsa da küreselleşmenin etkisi, iletişim teknolojilerinin gelişimi ve İngilizce dilinin dünyadaki yaygınlığı nedeni ile geniş bir kitle için geçerli olduğu düşünülmektedir (Benckendorff, Moscardo, & Pendergast, 2010). Kuşakları belirleyen doğum tarihi aralıkları açısından da farklı yaklaşımlar vardır. Örneğin, Kotler ve Keller (2012), Y kuşağının 1979-1994 doğumlu bireyleri kapsadığını kabul ederken, Howe ve Strauss (2000) 1977'den 1994'e kadar olan dönemi tercih etmekte, Pendergast (2010) ise 1982'den 2002'ye kadar olan zaman dilimini tanımladığını öne sürmektedir. (Veiga, Margarida, Águas, & Santos, 2017) Pek çok saygın araştırmanın kabul ettiği doğum tarihleri ve 2023 yılı itibari ile kaç yaşında olduklarına ilişkin bilgiler Tablo 1.5’deki gibidir. (Dimock, 2023)

Tablo 1.5 Kuşaklar ve doğum yılları

Kuşak	Doğum yılı tarih aralığı	Yaş (2023 itibariyle)
Z	1997 – 2012	11 – 26
Y (Millennials)	1981 – 1996	27 – 42
X	1965 – 1980	43 – 58
Baby Boomers	1946 – 1964	59 – 77
Savaş Sonrası Kuşak	1928 – 1945	78 – 95

Kaynak: (Dimock, 2023)

Turizm alan yazınında, gerçekleşen fenomenleri kuşak kuramı ile açıklamayı ya da kuşak içindeki tutarlılıkları ispat etmeyi amaçlayan pek çok çalışma bulunmaktadır (Huang & Lu, 2017). Kanada’da yapılan bir araştırma, farklı kuşaklardan turistlerin seyahat etkinliği

tercihlerinde belirgin farklılık olduğunu tespit etmiştir (Pennington-Gray, Kerstetter, & Warnick, 2002). Farklı bir araştırmada, ABD'deki 3 kuşaktan üyelerin (Baby Boomer, X kuşağı ve Y kuşağı) yurt içi seyahat davranışları karşılaştırılmıştır. Seyahat hakkında bilgi edinme, destinasyon algısı ve seyahat sırasında tercih edilen faaliyetlerin kuşak üyeliğine büyük ölçüde bağımlı olduğu gösterildi (Huang & Petrick, 2010). Avustralya'da Baby Boomers, X ve Y kuşaklarına ait bireylerin tutum ve niyetleri üzerinde yapılan araştırmanın sonuçları da, seyahate karar verme süreci ve seyahat etme davranışında önemli kuşak farklılıkları olduğunu gösterdi (Gardiner, Grace, & King, 2014). Kuşakların sahip olduğu özellikleri yaş, yaşam döngüsü ve mevcut zaman diliminden ayırt etmek amacıyla da çeşitli araştırmalar yapılmıştır. Örneğin farklı nesillere ait Alman turistlerin seyahat düzenleri ve varış yeri seçimleri bu açıdan analiz edilmiş ve kuşaksal özelliklerin varlığı gösterilmiştir (Oppermann, 1995). Benzer pek çok araştırma ile kuşak etkisinin yaş etkisini domine ettiği gösterilmiştir (Beldona, 2005).

Yaşayan kuşaklar ve onların taşıdıkları belirleyici özellikler değiştikçe bu çalışmalara yenilere eklenmeye devam edecektir. Zira günümüzden 10-15 yıl önce gerçekleştirilmiş bir araştırmada çocuk veya genç statüsünde değerlendirilen Y kuşağı, günümüzde ekonomik güce sahiptir ve aile turizmi araştırmaları için ebeveyn kategorisinde değerlendirilmektedir.

2019 yılı yaz aylarında Antalya'ya gelen yabancı turistler üzerine yapılan bir araştırmada farklı kuşaklardan ve milletlerden kişilerin algıladıkları destinasyon imajına ilişkin bazı sonuçlara varılmıştır. Araştırmaya göre, Z jenerasyonu turistlerin çok genç olmalarına rağmen Antalya'ya tekrar ziyaret oranı, aileleri ile birlikte seyahat ettikleri için yüksektir. Bu durum aile turizminde tekrar ziyaretin yüksek oranda gerçekleştiğinin de bir kanıtıdır. Y jenerasyonu genç annelerin resort otellerle dolu, aile ile güven içinde tatil yapabildikleri bu destinasyona ait olumlu algısı diğer tüm gruplara göre oldukça yüksektir (Karakaş, Çizel, Selçuk, Coşkun-Öksüz, & Ceylan, 2022). 2023 yılı itibari ile Y Jenerasyonu 27-42 yaş aralığında, X Jenerasyonu ise 43-58 yaş aralığındadır. Bu durum açıkça göstermektedir ki, küçük çocuk sahibi olarak aile turizminde yer alan ebeveynlerin büyük bir çoğunluğu Y jenerasyonundadır ve bu oran uzun yıllar boyunca artış gösterecektir. Dolayısıyla Y Jenerasyonu (Millenial) ebeveynleri anlamak, tecihlerini yorumlamak, davranışlarını analiz etmek aile turizmi sektörü açısından değerli bir çabadır.

Fromm ve Vidler (2015) Y jenerasyonu anne babalar için uygun pazarlama stratejilerini derledikleri kitaplarında aşağıdaki tespitleri yapmışlardır (Fromm & Vidler, 2015):

- Çocuklu Y Kuşağı, tarihteki en bilgili, dijital bilince sahip, yenilikçi ve pragmatik ebeveynlerdir. İnançları ve davranışları önceki nesillerden çok farklı ve ekonomimizin yakın geleceğini şekillendirecektir.
- Ebeveynlik için yaşam tarzlarını değiştirmemektedir, yaşam tarzlarına uygun ebeveynlik yapmaktadırlar. İş hayatı, sosyal hayat ve ebeveynlik rollerini birlikte götürme gayreti içindedirler. Herhangi birinden taviz vermek istemezler.
- Pragmatik bir bakış açısına sahiplerdir; kullanışlı ve faydalı ürün ve hizmetleri tercih ederler. Hayatlarını daha iyi, daha hızlı, daha kolay yapan çözümlerle ilgilenmektedirler. Teknoloji onlar için bir beklentidir ama asıl ödülü kullanışlılığa vermektedirler.
- Kendinden önceki jenerasyonlara kıyasla birikim yapmak yerine deneyim yaşamaya ve içeriğe önem vermektedirler.
- Farklılıklara, orijinallığe önem vermektedirler. Geleneksellikten önceki jenerasyonlara göre daha uzaktırlar.
- Ürün ve hizmet sağlayıcılar ile diyalog halinde olabilmek ve kendilerini onlara ifade edebilmek istemektedirler. Ürün ya da hizmetin yaratılış sürecinin içinde var olmak istemektedirler. Son tüketici olmanın ötesinde, sürece etki eden olmaktan hoşlanmaktadırlar.
- Kişiselleştirme (personalization) onlar için çok önemlidir. Kendi yaratıcılıklarını kullanarak kişiselleştirebilecekleri ürün ve hizmetler ilgilerini çekmektedir. Kendi kimliklerini ortaya koymak ve farklılaşmak istemektedirler.
- Geçmiş jenerasyonlara göre tedarikçilerden talepleri daha fazladır. İsteddiği hizmeti, istediği zaman, istediği şekilde alabilme beklentileri bulunmaktadır.
- Pazarlama vaatlerinden değil, yaşadıkları deneyimlerden etkilenmektedirler.
- Y jenerasyonu ebeveynlerin sadakatini elde etmek ve tekrar satın almalarını sağlamak için onlarla etkileşim (engagement) gerekmektedir. Bu etkileşiminin otantik olmasını istemektedirler. Böylece değerli hissetmektedirler. Otantiklik (authenticity), şeffaflık (transparency), değerler ve inançlara uygunluk beklentileri bulunmaktadır.
- Fiyat, kalite ve uygunluk (convenience) üçlüsünün sağlanması halinde bu hedef kitleye ulaşım sağlanabilmektedir. Fiyat konusunda hassasiyetleri vardır fakat ailenin alacağı faydayı düşürebilecek bir kalite azalışını göze almak istemezler. Bu nedenle indirimleri takip etmeyi sevmektedirler.
- Dijitali ve yüz yüze etkileşimi bir arada isteme eğilimleri vardır.

- Y jenerasyonu ebeveynler kendi ebeveynlerine göre daha eğlenceli ve rahat olduklarını düşünmektedir. Bu yönde bir iddiaları bulunmaktadır. Yaratıcılığa ve eğlenceye önem vermektedirler.

1997 ve sonrasında doğan kuşak, Z kuşağı, 11-26 yaş grubu ile günümüzde çocuk kulübünün büyüklerini, teenage club misafirlerini ve genç çalışanları kapsamaktadır. Dijitalleşmenin etkisini net gösterdiği bir kuşaktır. Samimiyet, bağımsız olma, kendini sevmeye, kararlılık, hırs ve temkinli olmakla ilişkilendirilmektedir (Sakdiyakorn, Golubovskaya, & Solnet, 2021). Her gün yeni teknolojilerle etkileşim halindedirler (Monaco, 2018). Z kuşağı bireyler, günlük yaşamlarında bir şekilde dijital yaşamla güçlü bir bağ kuracak şekilde teknoloji içinde doğmuş ve büyümüştür. Bu nedenle, teknoloji tabanlı etkileşimler onların duygusal arzularını, kimliklerini ve değerlerini, kişisel ve sosyal aktivitelerini, iletişim biçimlerini ve dolayısıyla eğlence anlayışlarını da etkilemektedir (Roblek, Mesko, Dimovski, & Peterlin, 2019). Z Kuşağı, önceki kuşaklara göre mali açıdan daha bilinçli, daha sorumlu ve özellikle sosyal değişim ve çevresel sürdürülebilirlik konusunda dikkatli görünmektedir (Kotler, Kartajaya, Setiawan, & Vandercammen, 2022). Bu kuşağın üyelerinin pandeminin yarattığı kapanma döneminden en fazla etkilenenler olduğu düşünülmektedir (Young, ve diğerleri, 2021).

Z jenerasyonunun ardından gelen kuşağa Alfa kuşağı ismi verilmiştir. Genel olarak bu kuşak 2010 yılından sonra doğanlar şeklinde betimlenmektedir. Onların doğdukları yıl iPad piyasaya sürülmüş, Instagram uygulaması başlamıştır. Birçoğu için çingirak yerine akıllı telefon kullanılmıştır. Bu çocukların eğlencesine elektronik teknoloji ve sosyal ağlar giderek daha fazla hâkim olmuş, geleneksel televizyona olan ilgi düşmüştür. Okullarda ve hayatın her yönünde teknolojinin kullanımındaki değişiklikler, bu neslin erken öğrenme süreçlerinde büyük farklılıklar oluşturmuştur. Araştırmalar, alerjilerin, obezitenin ve ekran başında geçirilen süreye bağlı sağlık sorunlarının son yıllarda çocuklar arasında giderek yaygınlaştığını göstermektedir (Brown, 2020). Bu kuşağı pandemi süreci de oldukça etkilemiştir. Herkesin kolayca ulaşabildiği video kanalları, ücretsiz ya da çok düşük bedelli dijital oyunlar çocukların hayatında odak noktası olmaya başlamıştır. Aşırı ekran kullanımının yaratacağı mental ve fiziksel problemlerin bilim insanları tarafından sıkça dile getirilmesi ve bu sorunların görünür hale gelmesi Alfa kuşağı açısından bir handikaba dönüşmüştür. Aşırı hareketsizlik, sosyalleşmede yaşanan sorunlar gibi konular üzerinde tartışmalar sürmektedir. Ekran kullanımını sıfırlamanın mümkün olmadığı fakat bunun çocuğun avantajına dönüştürülmesi için yapılması gerekenler açısından araştırmalar yürütülmektedir (Rathod, 2023).

1.5. Yeni Kurumsal Kuram

Yeni kurumsal kuram, 1970-1980'li yıllarda doğmuştur ve temel araştırma sorusu örgütlerin neden ve nasıl birbirine benzediğidir. Ağırlıklı olarak sosyolojiden beslenir. Kuramın doğuşunda Meyer ve Rowan (1977), Zucker (1977) ve DiMaggio ve Powell'ın (1983) çalışmaları etkili olmuştur. Powell ve DiMaggio (1991) tarafından derlenen Turuncu Kitap ile kuram asıl kimliğini bulmuştur. Üzerinde en çok çalışılan örgüt kuramı Yeni Kurumsal Kuramdır (Özen, 2007). Yeni kurumsal kuram, öncesinde egemen olan koşul bağımlılık kuramına çeşitli açılardan itiraz etmektedir. Koşul bağımlılık kuramı, çevresel koşullara rasyonel biçimde uyum sağlayan örgütlerin hayatta kalma şansının daha yüksek olduğunu savunur. Fakat koşul bağımlılık kuramından farklı olarak, yeni kurumsal kuram, çevreyi örgütün dışında nesnel ve teknik bir çevre olarak değil, örgütlerin hem etkilediği hem de etkilendiği, sosyal olarak inşa edilmiş kurumsal bir çevre olarak tanımlar. Örgütler toplumsal düzenin bir parçasıdır ve tarihsel süreç içinde kendi aralarında etkileşim gösterirler. Kendi oluşturdukları bu çevrelere uyum sağlarlar. Yeni Kurumsal Kuram, örgütlerin kurumlara uyma eğilimi göstermesini meşruiyet kavramı ile açıklar. Kurumların hayatta kalmaları için gerekli olan kaynaklara ulaşması, kurumun farklı toplumsal kesimler tarafından (devlet, meslek kuruluşları, müşteriler, tedarikçiler vb) kabul görmesi ile kolaylaşır. Bu kabul için tabi olunan kurumlar yapısal ve yönetsel açıdan birbirine benzer olmaları yönünde örgütlere dayatma yapar. Böylece örgütler birbirine benzeyerek eş biçimli hale gelirler (Özen, 2007).

Yeni kurumsal kurama göre kurum, toplumsal olarak inşa edilmiş, normal koşullarda sürekli yeniden üretilen davranış örüntüleri veya kural sistemleridir. Kurumsallaşma ise bir sosyal düzen veya örüntünün bu niteliğe kavuşma süreci olarak tanımlanmaktadır (Jepperson, 1991). Kurumsallaşma süreci, belirli davranış ve düşünce biçimlerinin kural benzeri bir statü kazanmasıdır (Meyer & Rowan, 1977). Kurumsal uyum üç mekanizma ile açıklanmaktadır; bilişsel, normatif ve kuralcı boyutlar. Bilişsel boyut kapsamında, alışılmış (kanıksanmış) uygulamaların şirketler tarafından fazla sorgulanmadan kabul edilmesi incelenir. Normatif boyut ise yürütülen faaliyetlere ve yöntemlerin ahlaken doğru bulunması ile açıklanır. Kuralcı boyut, örgütlerin uyması gereken yasa, yönetmelik, sözleşme gibi yaptırımlardır. (Scott, 1995). Bir şirket kurulurken fazla sorgulanmadan doğrudan departmanlara ayrıştırılarak yönetim şeması oluşturulması bilişsel boyuta; toplam kalite yönetim sistemleri gibi sistemlerin verimliliğin yanında değerler açısından da göz önünde tutularak ödüllendirilmesi normatif boyuta; örgütlerin devletin zorunlu tuttuğu muhasebe sistemlerini kullanmaları kuralcı boyuta örnek olarak gösterilebilir.

Meşruiyet kavramı yeni kurumsal kuramın önemsedığı kavramlardan biridir. Meşruiyet, toplumsal olarak inşa edilmiş belirli bir normlar, inançlar, değerler ve tanımlar sisteminde, bir varlığın eylemlerinin, istenen, uygun ya da doğru olduğuna dair genel algı ya da varsayımdır (Suchman, 1995). Yeni kurumsal kurama göre meşruiyet örgütler ve kültürel çevreler arasındaki uyumdan doğarak kendiliğinden ortaya çıkar. Örgütün meşruiyeti, söz konusu örgütün kurumlar tarafından açıklanabilir olmasını ifade eder. Örgütlerin kurumsallaşma süreçleri boyunca örgütsel meşruiyetleri artar ve kaynaklara ulaşmaları kolaylaşır.

Aynı örgütsel alan içindeki yapılar ortak bir sorunu çözmek için sürekli çatışma ve uzlaşma halindedir. Sorun çözme süreci ile ulaşılan sonuçlar kurallar, normlar ve varsayımları meydana getirerek kurumları oluşturur (Hoffman, 1999). Yeni kurumsal kurama göre, belirli bir sorunu çözmeye yönelik kurumların geliştirdiği uygulamalar başlangıçta çeşitlilik göstermektedir. Zaman içinde örgütler arasında etkileşim artar ve ortak bir örgütsel alanı yapılandırır. Bu süreç, örgütlerin ortak sorunlarının çözümünü sağlayacağı öngörülen uygulamaların meşrulaşması ve kurumsallaşmasını sağlar. Örgütsel alan içindeki kurumlar bilinçli ya da bilinçsiz olarak bu uygulamaları benimser ve zaman içinde eş biçimli hale gelirler. Örgütlerin eş biçimli hale gelmesi üç mekanizma ile gerçekleşir: taklitçi, normatif ve zorlayıcı eş biçimlilik (DiMaggio & Powell, 1983).

Taklitçi eş biçimlilik, özellikle belirsizliğin söz konusu olduğu durumlarda kendiliğinden ortaya çıkmaktadır. Örgütler belirsizlik durumlarında kendi başlarına çözüm geliştirmek yerine yaygın olarak benimsenmiş kalıpları taklit ederler (DiMaggio & Powell, 1983). Örneğin resort otellerde akşam yemeğinden sonra küçük çocukların eğlence ve aktif olma ihtiyaçlarına cevap vermek üzere mini disko ismi ile etkinlik yapılması ve tüm otellerde benzer şarkılar ve benzer koreografi ile çocukların sahnede dans etmelerinin sağlanması taklitçi eş biçimliliğe örnektir.

Normatif eş biçimlilik ise eğitim ve meslek edinme sürecinde doğru olduğu öğrenilen uygulamaların benimsenmesi ile ortaya çıkmaktadır (DiMaggio & Powell, 1983). Çocuk kulüplerinde çocuğun gelişimi için zararlı olduğu düşünülen “ekrandan uzak tutmayı amaçlayarak alternatif etkinlikler geliştirme çabası” buna bir örnek olarak gösterilebilir.

Zorlayıcı eş biçimlilik ise örgütlerin hayatta kalmak için bağımlı olduğu diğer örgütlerin beklentilerine uyma yönünde eş biçimli hale gelmesini ifade eder (DiMaggio & Powell, 1983). Bu uyum yasaların gereklerini yerine getirmek olacağı gibi birlikte iş yapmakta olduğu paydaşlar ile yapılan sözleşmeler de olabilir. Örneğin Devletin Çocuk

Kulüpleri ile ilgili mevzuatına uymak ya da çalışılan acentenin çocuk kulübü hakkındaki taleplerini yerine getirmek resort oteller açısından örnek teşkil edebilir.

1.6. Evrim Teorisi

Evrin, bir türün özelliklerinin birkaç nesil boyunca değişmesidir ve doğal seleksiyon sürecine dayanır. Bu teori, Dünya üzerindeki çeşitli canlı türlerinin kökenlerinin önceden var olan diğer türlere dayandığını ve bu canlı popülasyonlarının genetik kompozisyonlarında mutasyonlar oluştuğunu savunur. (Yourgenome, 2022) Doğal seleksiyon sürecinde yaşadıkları ortama uyum (adaptasyon) konusunda daha başarılı olan bireyler, hayatta kalabilme ve üreme olanakları yönünden daha avantajlıdır. Başarısız bireyler hayatta kalmada ve üremede geri planda kalırken, adaptasyonda başarılı olan bireylerin elverişli özellikleri bir sonraki nesle aktarılır ve daha yaygın hale gelir. Bu mekanizma sayesinde bazı kalıtsal özellikler popülasyondan ayıklanır ve sonraki kuşaklara aktarılması önlenmiş olunur. Uyum konusunda daha başarılı olan bireylerin kalıtsal özelliklerinin ise gelecek kuşaklara daha etkin olarak aktarılması sağlanır. Bu süreç, popülasyonu oluşturan bireylerin zamanla uyum sağlamada başarılı olanlardan oluşmasını sağlayacaktır. (ekoloji.com, 2022)

İKİNCİ BÖLÜM

RESORT ÇOCUK KULÜPLERİNİN EVRİMİNE YÖNELİK TEMELLENDİRİLMİŞ KURAM ÇALIŞMASI

2.1. Araştırmanın Paradigması

Temellendirilmiş kuram çalışması, tümevarım yaklaşımı kullanılarak bir teori oluşturmak için yürütülmektedir. Veri toplamak için, aynı süreci, eylemi veya etkileşimi paylaşan kişilere ulaşılır; bu kişiler ortak davranış, inanç ve dil kalıpları geliştirecek kadar sık etkileşimde bulunmayan kişilerdir (Creswell J. , 2007). Araştırmada yorumlayıcı paradigma uygulanmaktadır. Bu araştırma paradigması, araştırmacıların dünyanın doğasını anlamadaki öznel bilincine dayanmaktadır (Günbayi & Sorm, 2018). Yorumlayıcı paradigmada araştırmacılar, olguyu kendi kişisel görüşlerinin de etkili olduğu öznel nedenler ve anlamlar aracılığıyla anlamaya ve anlamlandırmaya çalışırlar.

2.2. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

2.2.1. Araştırmanın Amacı

Araştırmanın amacı, resort otellerin çocuk kulüplerine yönelik literatürde eksik olan tanımlamaları oluşturmak, resort çocuk kulüplerinin geçmişten bugüne nasıl değiştiğini açıklayan bir kuram ortaya koymaktır.

2.2.2. Araştırmanın Kapsamı

Araştırma kapsamında Antalya'da yer alan resort oteller ve Antalya destinasyonunun dinamiklerine odaklanılmıştır. Dünya genelinde çocuk kulübü uygulamalarının birbirine çok benzerlik göstermesi (Seraphin & Yallop, 2019) nedeniyle ortaya çıkan kuram konaklama sektörü açısından genellenebilir nitelikte olabilir.

2.3. Araştırmanın Yöntemi

2.3.1. Araştırmanın Modeli ve Deseni

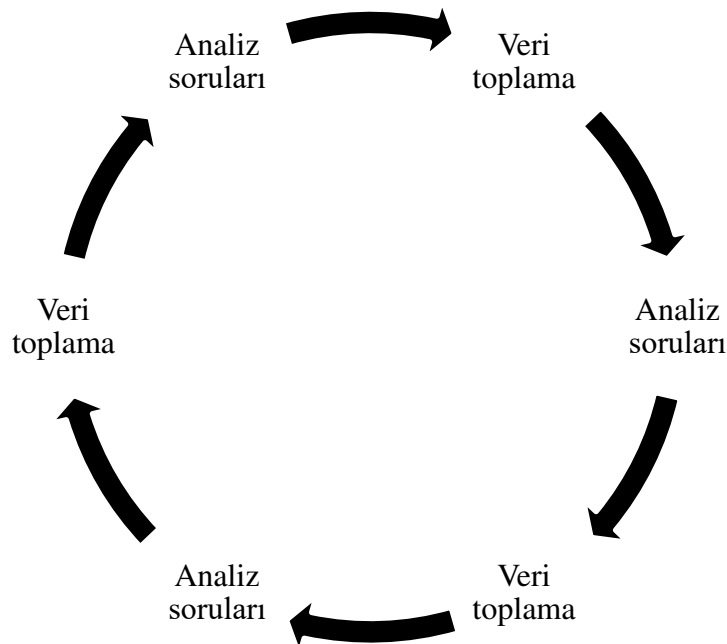
Araştırmanın yöntemi olarak temellendirilmiş kuram çalışması seçilmiştir. Temellendirilmiş kuram çalışması, bir süreç veya eyleme ilişkin birleştirilmiş kuramsal açıklama ortaya koymayı amaçlayan araştırma desendir (Corbin & Strauss, 2007). Temellendirilmiş kuramda veriler sistematik şekilde bir araya getirilerek ve analiz edilerek, yeni olgular keşfedilmektedir (Glaser & Strauss, 1967). Buradaki temel görüş, verilerin araştırmaya konu olan süreci deneyimlemiş katılımcılardan sağlanan bilgileri içermesi ve

kuramın bu bilgilerden temellendirilerek oluşturulmasıdır (Strauss & Corbin, 1998). Araştırma, analitik bir yol haritası sunduğu (Creswell, 2013) için Straus & Corbin (1998)'in Sistemik Yaklaşımı üzerinden şekillendirilmiştir.

2.3.2. Veri Toplama Araçları

Temellendirilmiş kuram çalışmalarının en temel veri toplama şekli mülakatlardır. Verilerin toplanması ve analizi sürecinde hatırlatıcı notlar tutulması kuram geliştirmenin bir parçasıdır (Creswell, 2013). Sistemik temellendirilmiş kuram çalışmasında veri toplamak ve analiz etmek teorik örnekleme yaklaşımı ile yürütülür:

Teorik örneklemede, örneklenen kişiler değil, kavramlardır. Dolayısıyla araştırmacılar teorik olarak örnekleme yaptıklarında, hakkında daha fazla bilgi edinmek istedikleri kavramlar hakkında bilgi sağlayacak yer, kişi ve durumlara giderler. Geleneksel örnekleme yöntemlerinden farklı olarak, araştırmacılar analize başlamadan önce dışarı çıkıp tüm verileri toplamazlar. Analiz, ilk veriler toplandıktan sonra başlar. Veri toplamayı analiz takip eder. Analiz kavramlara götürür. Kavramlar sorular üretir. Sorular, araştırmacının bu kavramlar hakkında daha fazla bilgi edinebilmesi için daha fazla veri toplanmasına yol açar. Bu döngüsel süreç, araştırma doygunluk noktasına, yani araştırmadaki tüm ana kategorilerin tamamen geliştirildiği, çeşitlilik gösterdiği ve bütünleştirildiği noktaya ulaşana kadar devam eder. (Corbin & Strauss, 2015, s. 147) Bu süreci Şekil 2.1'de verilen diyagram ile ifade etmek mümkündür.



Şekil 2.1 Veri toplama süreci

Kaynak: Corbin & Strauss, 2015

Araştırma kapsamında 23 mülakat gerçekleştirilmiştir. Görüşülen kişilerin tamamı özelde çocuk kulüpleri genelde aile turizminin gelişimi hakkında bilgi ve tecrübe sahibi kişilerdir. Mülakatların bir kısmı çocuk kulübü yöneticileri ile gerçekleştirilmiştir. Evrim sürecinin kuramsallaşmasını sağlayacak gelişmelere rasyonel açıklamalar getirebilecek şekilde üst düzey yönetici, tedarikçi, danışman gibi profesyoneller de veri kaynakları olarak değerlendirilmiş ve kendileri ile mülakat gerçekleştirilmiştir.

Çocuk kulübü yöneticileri ile gerçekleşen mülakatlar görece daha uzun sürmüştür. Bunun sebebi literatürde büyük bir boşluk olduğu fark edilen çocuk kulübü kavramlarının tanımlanma gereksinimidir. Bu açıdan çocuk kulüplerinin evrimine odaklanmadan önce temel işleyiş ve kavramların belirlenerek açıklanması sağlanmıştır. Bu açıklamalar tezin üçüncü bölümünde yer almaktadır. Belirtilen amaca yönelik olarak çocuk kulübü yöneticileri ile birkaç kez bir araya gelinmesi, saha gözlemlerinin tanımlama bakış açısı ile de yapılması, buna ilişkin belge toplanması çalışması da yürütülmüştür. Senyör yöneticiler ve tecrübeli profesyoneller ile yapılan mülakatlar daha çok aile turizmine genel bakışı ve çocuk kulübündeki değişimi içermektedir.

Sistematik temellendirilmiş kuram çalışmasında, araştırmacı önemli teorik ipuçlarını takip etmeye odaklanmaktadır. Analiz sırasında yeni analitik kavramlar ortaya çıktıkça, araştırmacının aynı sorunun önceki katılımcılara sorulup sorulmadığı endişesi olmadan soruları takip etmekte özgür olması gerekir (Corbin & Strauss, 2015). Tutarlılık aynı soruların sorulmasından çok ortaya çıkan tablonun bileşenleri ile sağlanır.

Bu bakış açısı ile araştırmacı, analizi sırasında görüştüğü kişilerden gerektiğinde ek bilgiler talep etmiştir. Mülakatta kendisi için önerilen veri kaynaklarına teorik doygunluğu besleyecek sorular sorarak veri toplama ve analiz çalışmasına devam etmiştir. Teorik doygunluk, ortaya çıkan kuramın yoğun ve mantıklı olması, açıklamalarda herhangi bir boşluğun kalmaması şeklinde ifade edilmektedir (Corbin & Strauss, 2015). Verilerin analizinde içerik analizi ve betimsel analiz teknikleri kullanılmıştır. Temellendirilmiş kuram çalışmasının gereği olarak sürekli karşılaştırmalı analiz tekniğinden faydalanılmıştır.

Creswell, 20-30 arası mülakat gerçekleştirilmesinin temellendirilmiş kuram için genel kabul görmüş bir uygulama olduğunu ifade etmektedir (Creswell, 2013). Diğer yandan Sistematik Temellendirilmiş Kuram'ın yaratıcıları Strauss ve Corbin böyle bir sayıdan bahsetmemekte, araştırmacıyı teorik doygunluğa ulaşma noktasında özgür bırakmaktadır. Veri toplama çalışması artık yeni kategoriler tespit edilmediğinde ve kuramı açıklayıcı yeterince veri toplandığında bitirilir (Corbin & Strauss, 2015).

Tez çalışması kapsamında öncelikle taslak bir soru formu kullanılarak 1 pilot görüşme gerçekleştirilmiştir. Bu görüşmenin ardından soru formu güncellenerek görüşmelere devam edilmiştir. Görüşmeler boyunca soru formunda gerektiğinde değişiklikler yapılmıştır. Temelde iki tip görüşme gerçekleştirilmiştir: (1) Çocuk kulübü özelinde mevcut durumu ve değişimi ifade edebilecek katılımcılar (2) Aile turizmine genel bir bakış açısı ile değişimin nedenlerini yorumlayabilecek katılımcılar.

Toplam 11 çocuk kulübü yöneticisi, 8 üst düzey yönetici, 4 tedarikçi ile mülakat gerçekleştirilmiştir. Bu kişilerin tamamı 10 yılın üzerinde sektör tecrübesi olan kişilerdir. Kişilerden bir kısmı geçmişte bu işi yapmış ve evrim sürecinin özellikle tarihsel boyutunu açıklayabilecek, günümüzde farklı görevler yerine getiren kişilerdir. Çocuk kulüplerindeki değişimin bizzat lokomotifleri olan katılımcılar özenle seçilerek mülakat gerçekleştirilmiştir. Mülakatlara Ağustos 2019'da gerçekleştirilen demo görüşmesi başlanmış, Mart 2023'te teorik doygunluğa ulaşıldığı anlaşılarak görüşmeler sonlandırılmıştır. Mülakatlar, sürekli karşılaştırmalı analiz yapıldığı için neredeyse tüm tez yazım sürecine yayılacak kadar geniş bir aralıkta gerçekleştirilmiştir. Katılımcı listesi Tablo 2.1'de verilmiştir.

Tablo 2.1 Katılımcı listesi

	Görev	Yaş	Deneyim Süresi (yıl)	Görüşme süresi (dakika)
K1	Çocuk kulübü yöneticisi	36	16	91
K2	Çocuk kulübü yöneticisi	40	20	62
K3	Çocuk kulübü yöneticisi	41	11	214
K4	Çocuk kulübü yöneticisi	52	27	82
K5	Çocuk kulübü yöneticisi	45	25	71
K6	Çocuk kulübü yöneticisi	41	15	126
K7	Çocuk kulübü yöneticisi	42	20	230
K8	Eğlence müdürü (Önceden)	52	30	68
K9	Çocuk kulübü yöneticisi (Önceden)	44	15	42
K10	Çocuk kulübü yöneticisi	45	22	93
K11	Çocuk kulübü yöneticisi	42	21	35
S1	Üst düzey yönetici	41	21	123
S2	Üst düzey yönetici	53	30	27
S3	Üst düzey yönetici	64	35	85
S4	Üst düzey yönetici	46	22	45
S5	Üst düzey yönetici	52	31	16
S6	Üst düzey yönetici	53	28	28
S7	Üst düzey yönetici	65	32	49
S8	Üst düzey yönetici (Önceden)	65	32	50
T1	Tedarikçi	59	28	105
T2	Tedarikçi- Eğlence Md. (Önceden)	57	32	125
T3	Tedarikçi	42	17	82
T4	Tedarikçi - Çocuk kulübü yöneticisi (Önceden)	35	15	45

2.3.3. Verinin Analizi

2.3.3.1. Açık Kodlama

Gerçekleştirilen mülakatlar deşifre edilmiştir. Nvivo programına aktararak kodlama işlemi yapılmıştır. Açık kodlama sürecinde verinin kavramsallaşması ve kategorileştirilmesi amaçlanır. Ham veriler birtakım parçalara ayrıştırılarak kodlanır. Bu süreçte sürekli karşılaştırma yöntemi ile bu parçaların benzerlikleri ve farklılıkları, taşıdıkları özellikler yakından incelenir (Glaser & Strauss, 1967). Araştırmacı, verileri topladıktan hemen sonra analiz etmiş ve ortaya çıkan kavramlar, olgular ve süreçleri veri toplama çalışmasının daha sonraki aşamalarına dahil etmiştir.

Araştırmacı, görüşmenin ardından öncelikle mülakatın tamamını baştan sonra okuyarak genel kapsamı bir kez daha hatırlamış, ardından yeri geldiğinde kelime, cümle ya da paragrafı içerecek şekilde kodlamalar yapmıştır. Bu kodlamalardan yola çıkarak kategoriler belirlenmiştir. Kategori, olgular, olaylar ve durumlardan oluşan bir bilgi birimini temsil etmektedir (Strauss & Corbin, 1998). Ortaya çıkan kategori isimleri analiz sürecinde zaman zaman değişikliğe uğramıştır. Araştırmacı tüm araştırma boyunca hatırlatıcı notlar (memo) düzenleyerek kuramı oluşturmak üzere ipuçları oluşturmuştur. Hatırlatıcı notlar, süreci açıklama ve bu sürecin akışını özetleme amacı ile kullanılmıştır (Creswell, 2013).

2.3.3.2. Eksensel Kodlama

Kuramsal veya ikinci düzey kodlama ismi de verilen bu aşamada araştırmacı, kategoriler ile alt kategoriler arasında bağlantılar kurularak veriyi yeniden bir araya getirmiştir. Bu çalışma, tümevarım ve tümdengelim düşünme süreçlerini ve sürekli karşılaştırmayı gerektirmektedir (Çelik & Ekşi, 2018). Bu bağlantıların görünür hale getirilmesi için araştırmacı koşullar, eylemler / etkileşimler, sonuçlar başlıklarını takip etmiştir (Creswell, 2013). Araştırmacı, kategoriler ve temalar arasında ilişkiler geliştirmiş, ortaya çıkardığı yaklaşımları sürekli test etmiştir. Bütüncül bir düşünce yapısı ile, parçalardan bir bütün oluşturarak geliştirdiği modeli farklı durumlar açısından defaten kontrol etmiştir. Kurulan ilişki ağlarının geçerliliğini pek çok kez uzmanların da yardımıyla sorgulamıştır.

2.3.3.3. Seçici Kodlama

Strauss & Corbin (1998) seçici kodlama aşamasında çekirdek olgu seçilmesini, bu olgunun araştırmanın tam merkezine konumlandırılmasını, diğer tüm kategorilerin bu olgu ile ilişkilendirilmesini önermektedir. Araştırmacı, üzerinde çalıştığı araştırmanın temel analitik fikrinin ne olduğu üzerinde düşünmelidir. Bu temel fikri kavramsallaştıracak ifadeleri belirlemelidir. Verileri birleştirmeli ve kategorileri düzenlemelidir.

Araştırmacı, çalışmanın çekirdek olgusunu “Çocuk Kulübündeki Değişim” olarak belirlemiş ve bu olgunun tüm kategoriler ile ilişkilendirilmesini sağlamıştır. Seçilen bu tema, evrimsel süreci açıklayıcı ilişkiler geliştirme gücüne sahiptir ve tüm kategoriler ile ilişkilidir. Çekirdek kategorinin seçimine rehberlik etmesi açısından Glaser (1987) çekirdek olgunun özelliklerine ilişkin şu görüşleri sunmuştur: (1) merkezde yer almalıdır, diğer kategoriler ile ilişkilendirilebilmelidir, (2) veri analizinde sıkça yer almalıdır, (3) diğer kategorilerden daha doyurucu olmalıdır, (4) diğer kategorilerden daha basit ve anlamlı olmalıdır, (5) kuram için büyük önem taşımalıdır, (6) net bir değişken olmalıdır, (7) araştırma probleminin bir boyutunu oluşturmalıdır.

Araştırmacı tüm bu görüşleri dikkate alarak çalışmasına yansıtmıştır. Çekirdek olgunun belirlenmesinin ardından tüm kategoriler ve alt kategoriler arasındaki bağlantıları ve sebep sonuç ilişkilerini açıklayabilecek diyagramı oluşturmuştur. Araştırmacı bu aşamanın ardından geliştirdiği yaklaşımın mülakatlarda kendisine iletilen görüşler ile örtüşüp örtüşmediğini kontrol etmiştir. Bu amaçla ses kayıtları ve bu kayıtlardan elde edilen deşifre metinleri tekrar tekrar incelenmiştir. Bu çalışmaların sonucunda araştırmacı 5 ana tema belirlemiştir. Bu ana temalar: (1) Resort misafir olan ailedeki değişim, (2) Konaklama sektörü

dinamikleri, (3) Destekleyen sektörlerdeki dinamikler, (4) Otel üst yönetiminin kararları, (5) Çocuk kulübündeki değişim olarak netleştirilmiştir.

2.4. Araştırmanın Geçerlik ve Güvenirlik Analizi

Nitel araştırma kapsamında edinilen bilimsel bulguların doğruluğunu göstermek için geçerlik kriterleri, tekrarlanabilirliğini göstermek için ise güvenirlik kriterleri uygulanmaktadır. Lincoln ve Guba (1985) iç geçerlik için inandırıcılık; dış geçerlik için aktarılabilirlik; iç güvenirlik için teyit edilebilirlik; dış güvenirlik için ise tutarlılık kriterlerinin indikatör olarak kullanılmasını önermiştir.

2.4.1. İç Geçerlik (İnandırıcılık)

Araştırmadaki inandırıcılığı sağlamak üzere; (i) uzun süreli katılım (ii) sürekli gözlem, (iii) uzman görüşü alma, (iv) aykırı durum analizi, (v) süreçsel öznellik, (vi) katılımcı teyidi yapılması önerilmektedir. Bunların yanında üçgenleme/çeşitleme (triangulation) nitel araştırmalarda inandırıcılığı sağlamak üzere kullanılan bir diğer tekniktir. (Lincoln & Guba, 1985)

Araştırmacı, uzun yıllardır çocuk kulüplerini gözlemlemektedir. Diğer yandan, araştırma boyunca katılımcıların katkılarını almak için yeterince uzun bir süre geçirilmiştir. Bu süre zarfında araştırmacı katılımcılara tekrar sorular sorma, saha gözlemleri için tekrar sahaya gitme, literatür taramaları için yeterince vakit ayırma şansına sahip olmuştur. Araştırmacı, çocuk kulüplerinin aynı zamanda hem müşterisi hem tedarikçisi hem de araştırmacısıdır. Farklı perspektiflerden sürekli gözlemleme, sorgulama, tartışma olanağına uzun yıllardır sahiptir. Araştırma sürecinde temel bilginin üzerine daha fazla irdeleme ve kurama yönelik çalışma şansına sahip olmuştur.

Görüşme formu geliştirilirken alan yazın incelemesi yapılmıştır. Görüşmelerde kaydedilen bilgilerin sadece bilimsel amaçlı kullanılacağı ve gizliliği konusunda katılımcılar bilgilendirilmiş, anlaşma imzalanmış, karşılıklı güven sağlanmıştır. Böylece görüşme sürecinde toplanan verilerin gerçek durumu yansıtmaları sağlanmıştır. Kuram geliştirme süreci boyunca katılımcıların görüşlerine tekrar başvurularak gerekli durumlarda revizyonlar yapılmıştır. Araştırma kapsamında aykırı durumların ve istisnaların neler olabileceği üzerine düşünülmüş, teorik bir boşluk kalmayacak ve gerekli kapsayıcılık sağlanacak şekilde kuram ortaya konmuştur.

Araştırmacı tüm görüşmeler, gözlemler ve incelemeler boyunca objektif bir bakış açısı geliştirmenin çabası içinde olmuştur. Sorularını yönlendirmeden kaçınarak hazırlamış ve mülakatlarda tarafsız bir duruş sergilemeye gayret göstermiştir. Araştırma kapsamında aynı

olguya ilişkin farklı türden verilerin toplanması ve karşılaştırılması sağlanmıştır. Yazılı ve görsel pek çok dokümana ulaşılmış ve bu dokümanlar incelenmiştir.

İçerik analizinde temalar ve temaları oluşturan alt temaların kendi aralarındaki ilişkisi ile her bir temanın diğerleriyle ilişkisi kontrol edilerek bütünlük sağlanmıştır. Veri toplamadan hemen sonra, ulaşılan sonuçlar ve yorumlar veri kaynakları ile teyit edilerek katılımcı teyidi sağlanmıştır.

2.4.2. Dış Geçerlik (Aktarılabilirlik)

Nitel araştırmalarda aktarılabilirlik, araştırma sonuçlarının farklı katılımcılar ve bağlam üzerinde de uygulanabilirliğini ifade etmektedir. (Lincoln & Guba, 1985)

Araştırmacı, araştırma süreci, süreç içinde gerçekleştirdiği çalışmalar, geliştirilen tüm olgular için ayrıntılı açıklamalar yapmıştır. Araştırmanın modeli, çalışma grubu, veri toplama aracı, veri toplama süreci, verilerin çözümlenmesi açıklanmış; alan yazında yapılmış konu ile ilgili araştırmalarla yapılan karşılaştırmalar ayrıntılı bir biçimde yorumlanmıştır. Olay ve olguları, bunların değişkenlik gösteren özelliklerini ortaya koyacak şekilde amaçlı örneklem yöntemiyle gönüllük esasına dayalı olarak katılımcılarla görüşmeler yapılmıştır. Nitel araştırmalarda aktarılabilirlik, bir durumun ayrıntılı açıklamasına dayalı benzerliklerinin altını çizmeyi amaçlamaktadır.

Okuyucuların söz konusu olguyu tüm detayları ile anlayabilmeleri ve katılımcılar tarafından ne ifade ettiğini anlatma çabası içindedir. Tezin Üçüncü Bölümü bu amaca hizmet etmek üzere oluşturulmuş, detaylı betimleme yapma hedefi araştırmanın içeriğinde büyük rol oynamıştır.

2.4.3. İç Güvenirlik (Teyit Edilebilirlik)

Araştırmada elde edilen bulguların tamamı yorum yapılmadan doğrudan verilmiştir. Araştırma alanında kapsamlı bilgiye sahip iki uzmandan yardım alınarak analizler sonucunda elde edilen verilerin tutarlılığını sağlamak amacıyla kodlayıcılar arası güvenilirlik test edilmiştir. Her iki uzman birbirinden bağımsız bir şekilde kodlama çalışmasını yürütmüş ve kodlayıcılar arasındaki uyumu tespit etmek amacıyla Kappa Analizi uygulanmıştır. Elde edilen 0.94 değeri ile çok iyi düzeyde uyum sağlandığı tespit edilmiştir. 0.81-0.99 arasındaki kappa değeri “Çok iyi düzeyde uyum” şeklinde yorumlanmaktadır (Viera & Garrett, 2005). Araştırma kapsamında elde edilen verinin kaynağına ait olduğu, bu verinin yanılı ve ön yargı sorunsalına takılmadan teze aktarıldığı konusunda araştırmacı tarafından oto kontrol yapılmaktadır. Değerler, içgüdüler, politik inançlar vb. faktörlerden bağımsız bir sonuca ulaşılması sağlanmaktadır.

2.4.4. Dış Güvenirlik (Tutarlılık)

Tutarlılık, araştırmanın aynı veya benzer katılımcılarla benzer şartlarda tekrarlanması durumunda aynı sonuçları verip vermeyeceğine ilişkin bir analizdir. Lincoln ve Guba'nın (1985) da önerdiği gibi, araştırmacı süreç boyunca kendisini denetlemesi için uzman bir çalışma arkadaşından destek almıştır. Geliştirdiği fikirleri, değişen durumları, bu değişimin nedenlerini sürekli paylaşmış ve görüş almıştır. Çalışma kapsamında oluşturulan bilgi ve bağlantılar konunun uzmanı akademisyenler ve sektör temsilcileri ile pek çok kez masaya yatırılmış, oluşturulan bütünlük ve tutarlılık üzerinde görüşler alınmıştır.

2.5. Araştırmacının Rolü

Araştırmacı, lisans eğitimini endüstri mühendisliği alanında, yüksek lisans eğitimini ise iletişim ve tasarım alanında gerçekleştirmiştir. Multidisipliner bir bakış açısına sahiptir. Turizm fakültesi çatısı altında aldığı doktora eğitimi sırasında turizm alanında akademik bilgi sahibi olmuştur. Araştırmacı 2011 yılında okul dışı bilim eğitimi alanında kendi şirketini kurmuştur. Şirketin faaliyet konuları eğlenceli bilim temalı sahne gösterileri, atölyeler ve doğum günleri düzenlemektir. 2012 yazı itibari ile resort çocuk kulüplerinde eğlenceli bilim temalı sahne gösterileri hizmeti sunmaya başlamıştır. Ardından bu hizmet tematik atölyeler ile çeşitlenerek devam etmiştir. Doktora tezinin tamamlandığı 2023 yılı itibari ile 12 yıllık deneyime sahip bir çocuk kulübü tedarikçisi olarak çocuk kulüplerindeki tüm iç işleyişi gözlemlene şansı bulmuştur. Araştırmacı tezi yazdığı dönemde 13 ve 6 yaşlarında iki çocuk annesidir. Çocukları ile yılda 2-3 kez çıktığı resort otel tatillerinde müşteri kimliği ile çocuk kulüplerine çok farklı açılardan bakabilme fırsatına sahip olmuştur. Turizm sektörünün gerçekleşen dinamikleri ve literatür bilgisini harmanlayarak net ve gerçekçi bir resim çizmeyi amaçlamıştır.

2.6. Araştırmanın Varsayımları ve Sınırlılıkları

Katılımcıların sorulan sorulara bilgileri dahilinde, samimi cevap verdikleri varsayılmaktadır. Araştırma sadece Antalya bölgesindeki resort otelleri kapsamaktadır. Özellikle çocuk kulüpleri konusunda evrimin pek çok adımını tamamlamış, gelişim süreci hakkında yol haritasını gösterebilecek, dinamik, çocuk kulübüne öncelik veren ve yatırım yapan örneklerden referanslar alınmıştır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

RESORT ÇOCUK KULÜBÜ TANIMLAMALARI

Nitel bir araştırmanın sonuçlarının raporlanmasındaki temel prosedür, verilerden betimlemeler ve temalar geliştirmektir. Katılımcılardan sağlanan çoklu bakış açıları ile ortamın veya bireylerin ayrıntılı betimlemelerini aktaran tanımlamalar sunmak, raporlama için gereklidir (Creswell & Creswell, 2018). Tezin konusu olan resort çocuk kulüplerindeki değişimi açıklayabilmek için süreç, görev tanımı, malzeme, mekân, araç vb. pek çok olgudan bahsetmek gerekmektedir. Okuyucuların bu terimleri anlayabilmesi ve literatüre bu terimlerin kazandırılabilmesi için tanımlamaların yer aldığı bir bölüm yazılması gereği duyulmuştur. Temellendirilmiş kuram çalışması kapsamında yapılan mülakatlar ve saha gözlemleri bu açıdan da bakılarak genişletilmiş, özellikle çocuk kulübü yöneticilerinden kapsamlı betimsel bilgiler alınmıştır.

3.1. Resort Çocuk Kulübü Tanımı ve Amaçları

Resort çocuk kulüpleri, çocukların ailelerinden ayrı ya da aileleri ile birlikte keyifli vakit geçirebilmeleri için, yaş gruplarına uygun aktivite ve sosyal olanaklar içeren, güvenlik ve hijyen önlemlerinin alındığı, çocukların ihtiyaçlarına ve zevklerine uygun şekilde tasarlanmış ve bir resort otelin bünyesinde bulunan tesislerdir.

Özel (2015) çocuk kulüplerinin temel amacını, çocukların özsayıgılarının gelişmesine katkı sağlamak, onların öğrenmeye karşı ilgilerini uyandırmak, çocukların zihinsel ve fiziksel gelişimlerine katkıda bulunmak şeklinde ifade etmekte; çocuk kulüplerinin çocuklara kaliteli zaman geçirme fırsatı verirken aynı zamanda farklı kültürlerden akranları ile sosyalleşmelerine de yardımcı olduğunu vurgulamaktadır. (Özel, 2015)

Resort çocuk kulüpleri, çocuklara onların yaşına uygun çok çeşitli etkinlikler sunar ve misafirlerinin ihtiyaçlarını karşılamak için resort otellerin yönetim stratejisinin önemli bir hizmet bileşenidir (Seraphin & Yallop, 2019). Makens (1992) resort çocuk kulüplerinin otelin veya tatil beldesinin nihai başarısına katkıda bulunan doğal bir hizmet uzantısı olduğunu belirtmektedir (Gaines, Hubbard, Witte, & O'Neill, 2004).

Resort çocuk kulüpleri, Özgürel & Topaloğlu (2018) tarafından “çocukların tatilleri boyunca eğitimsel ve eğlenceli aktivitelerin sunulduğu, özel olarak tasarlanmış, alanında uzman, nitelikli animatörlerin görev yaptığı eğlence hizmetleri departmanına bağlı bölüm” (Sf.47) olarak tanımlanmış olsa da çocuk kulüpleri doğrudan üst yönetime bağlı, eğlence

departmanından farklı otonom departmanlar olabilmektedir. Personelin uzmanlığı ile ilgili ifade edilen ideal durum ise genelleme yapılamayacak derece çeşitlilik arz etmektedir.

Resort çocuk kulüplerinin varlık sebebi, çocuklu ailelerin nitelikli ve keyifli bir tatil deneyimi yaşamalarına destek olmaktır. Burada hem çocuğun hem onu tatile getirmiş olan yetişkin bireylerin ihtiyaç ve beklentileri göz önünde bulundurularak ürün ve hizmetler şekillendirilmektedir.

Tatile birlikte gelmiş olan ailedeki her bireyin tatilden bireysel olarak da beklentileri bulunmaktadır. Üyelerin her biri için günlük hayattan farklı olan yeni bir şey deneyimlemek turistik faaliyetlerin doğasında bulunur. Rutin veya olağandan farklı bir şey hissetmek, genellikle yenilik olarak adlandırılan bir deneyim, turizm araştırmalarının ilk günlerinden beri turist deneyimlerini kavramsallaştırmanın temel taşı olmuştur (Crompton, 1979). Bireylerin bu ihtiyaçlarını karşılayabilecekleri ortamlarda bulunmaları için kimi zaman birlikte kimi zaman ayrı olma gereksinimleri vardır. Birey açısından rutinden farklı olan kimi zaman dinlenmek, kitap okumak olabilirken kimi zaman bir yetişkin partisinde dans etmek olabilir. Bunları yapabilmek için ebeveynin çocuğu gözetme yükümlülüğünden sıyrıldığı, çocuğunun güvende ve mutlu olduğunu bilerek huzurlu hissettiği mola zamanlarına ihtiyacı vardır. Çocuk açısından bakıldığında kendi yaşına uygun bir donanıma sahip, akranlarıyla sosyalleşebileceği, yetişkinlerin olmadığı bir eğlence dünyası onlar için tatilde yeniliğin ve keyifli anların karşılığı olabilir. Bunların yanında ailedeki yetişkinler ve çocukların bir arada keyifli vakit geçirmesi de tatilin sunduğu bir yenilik ve ortak anı biriktirme imkanı olabilmektedir. Çocukların belki de düşünülenenden de fazla mutlu anlar yaşadıkları aile birlikteliğine ihtiyaçları bulunmaktadır.

Çocuk kulüplerinde sunulan animasyon faaliyetlerinin çocukların gelişimi açısından aşağıdaki faydaları yarattığı belirtilmektedir (Milli Eğitim Bakanlığı, 2008, s. 9,10) :

- Çocukları fiziksel, zihinsel, psikolojik, sosyolojik ve bedensel gelişimlerini sağlayarak eğitmek,
- Çocuğun oyun yolu ile eğitilmelerini sağlamak ve eğitimi kalıcı kılmak,
- Düzenlenecek gösterilere çocukların katılımını sağlayarak onların bedensel gelişimlerine katkıda bulunmak, sanatsal becerilerini ve rahatça hareket etme yeteneklerini sağlamak,
- Animasyon gösterileri sırasında çocuğun zihinsel gelişimlerini sağlamak ve olaylar karşısında çözüm yolları bulmalarına yardımcı olmak,

- Animasyon gösterilerine çocukların da katılmasını ve katkıda bulunmalarını sağlayarak onların çevreleriyle iletişim kurmalarına ve sosyalleşmelerine yardımcı olmak,
- Hayatı ve hayatın kesitlerini yaşayarak öğrenmelerini, neyi nasıl yapacakları konusunda tercih yapma ve karar alma yeteneklerini geliştirmek,
- Boş zamanlarını iyi ve etkin kullanma alışkanlığı kazandırmak
- Çocuğun boş vakitlerini, zaman ve enerjilerini gerektiği gibi kullanarak hoş ve eğlenceli bir şekilde geçirmesini sağlamak,
- Çocuklara fırsat verilerek kendilerini ifade etmelerine imkân sağlamak, duygu ve düşüncelerini ifade etme becerisi kazandırmak.

İşletme açısından oluşan faydalar ise aşağıdaki şekilde belirtilmektedir (Milli Eğitim Bakanlığı, 2008, s. 10,11):

- İşletmeyi diğer işletmelerden farklı kılarak çekici hale getirmek ve müşteri potansiyelini artırmak.
- Müşterileri işletmelerde tutarak ekstra harcamalarını arttırarak işletmeye kazanç sağlamak.
- Müşteri – işletme ilişkilerini geliştirerek, müşteri memnuniyetini arttırmak ve işletmenin reklâmını yapmak.
- Müşterilerle iyi diyaloglar kurarak onların tekrar aynı işletmeyi tercih etmelerini sağlamak.
- İnsanların boş zamanlarını değerlendirmeleri için alternatif yol göstermek ve işletmeleri seçmeleri konusunda yardımcı olmak.
- İşletmelerin sadece yılın belli dönemlerinde değil, bütün bir yıl boyunca hizmet vermelerini sağlamak.

3.2. Fiziksel Olanaklar

Çocuk kulübü fiziksel olanakları tipik olarak kapalı ve açık alanlardan oluşmaktadır. Dışarıdan bakıldığında genelde kolayca farklılaşmakta ve çocuklara yönelik bir alana gelindiği hissini misafırde oluşturmaktadır. Renklerin kullanımı, oyuncakların varlığı, korumalı bir alana gelinmesi gibi ipuçları misafire bir çocuk kulübüne geldiğine dair sinyaller vermektedir. Çocuk kulüplerine genelde giriş tek kapıdan kontrollü bir şekilde yapılmaktadır. Girişte bir resepsiyon masasının bulunması ve bir görevlinin çocuğu içeri almadan önce kayıt yapması gittikçe yaygınlaşan bir uygulamadır. Kendi başlarına kulüpten çıkmaları anne-babalarınca uygun görülmeyen çocukların kontrolsüz bir şekilde dışarı çıkmasını

engelleyecek önlemler alınmıştır. Görsel 3.1 ve Görsel 3.2’de dışarıdan görünüş örnekleri sunulmuştur.



Görsel 3.1 Dışarıdan görünüş örneği-1

Kaynak: (Ela Hotels, 2022)



Görsel 3.2 Dışarıdan görünüş örneği-2

Kaynak: (Maxx Royal, 2022)

3.2.1. Kapalı Alanlar

Kapalı alanlar özellikle iklimlendirme ihtiyacının yüksek olduğu sıcak yaz günleri ve soğuk kış günleri nedeniyle zorunluluk haline gelmiştir. Çocuk kulübünde geçirilen sürenin artması, aktivite çeşitliliği sunulması, bu aktivitelerin birçoğunun kapalı alanda daha etkin bir şekilde gerçekleştirilebiliyor olması, yaş gruplarına özel bölümlerin ayrıştırılması gibi sebeplerle kapalı alanların önemi ve büyüklüğü artmaktadır. Görsel 3.3’te sunulan iç mekan tasarım örneğindeki gibi çocukların ilgisini çekecek ambiyanslar oluşturulma çabası söz konusu olmaktadır.



Görsel 3.3 İç mekan örneği

Kaynak: (Ela Hotels, 2022)

- *Resepsiyon*

Çocuk kulübünün giriş kapısından geçince ilk karşılaşılan resepsiyon masası olmaktadır. Görsel 3.4’te bir örneği sunulmaktadır. Resepsiyon, giriş çıkış kontrolünün sağlanabilmesi, çocukların kayıt işlemlerinin tamamlanabilmesi, ebeveynlere bilgilendirme yapılabilmesi gibi fonksiyonlar taşımaktadır. Bu alanda yürütülen faaliyetler “işleyiş” başlığı altında açıklanacaktır.



Görsel 3.4 Resepsiyon örneği

Kaynak: (Regnum Hotels, 2022)

Kapalı alanlarda farklı salonlar genel olarak farklı yaş gruplarının ihtiyaçlarına göre düzenlenir. Tipik olarak bir çocuk kulübünde 3 yaş altı diğer çocuklardan ayrı ve korunaklı bir bölümde tutulur. Diğer bölümler arasında geçiş daha esnektir. En sık rastlanan yaş bölümlenmesi: 4-7 ve 8-12 yaş grubu şeklindedir. 13 yaş ve üzeri için teenager clubları düzenlenmektedir.

- *0-3 yaş ortamı*

0-3 yaş için yumuşak (soft play) oyun alanları ve basit oyuncakların yer aldığı alanlar düzenlenmektedir. Bir örneği Görsel 3.5’te sunulmuştur. Görsel 3.6’daki gibi bebek bakım ve emzirme alanları oluşturan çocuk kulüpleri de bulunmaktadır. Pek çok resort çocuk kulübü

Görsel 3.7’deki gibi uyku odalarına yer vermektedir. 3 yaş altı çocukların emanet alınması konusunda çeşitli görüşler bulunmaktadır. Kimi oteller bu yaş grubunda çocuğu olan ailelerin de kendi başlarına kalabilecekleri zamanı hak ettiklerini ve bu hizmetin talep gördüğünü savunurken kimi oteller bu yaş grubunun sorumluluğunu almanın doğru olmayacağını düşünmektedir. Bebek emanet alındığı durumlarda personel yeterliliği, güvenilirliği ve sürekliliği büyük önem taşımaktadır.



Görsel 3.5 0-3 yaş oyun bölümü örneği

Kaynak: (Paloma Grida, 2022)

Bebek bölümlerinde anneler için ayrılmış emzirme odaları, mama hazırlanabilecek mini mutfaklar, alt değiştirme üniteleri, uyku odaları gibi olanaklar da yer alabilmektedir.



Görsel 3.6 Emzirme ve bebek bakım odası örneği

Kaynak: Araştırmacının arşivi



Görsel 3.7 Uyku odası örneği

Kaynak: (Maxx Royal, 2022)

- *4-7 yaş ortamı*

Çocuk kulübünün en yoğun misafirlerini oluşturdukları için görece daha çok fiziksel alanı kapsamaktadır. Anne babanın varlığına ihtiyaç duyulmadan bu çocuklar emanet alınmaktadır. Görsel 3.8’de örneğine yer verilmiş olan yumuşak (soft play) oyun alanları çocuk kulübünün kapasitesine göre değişim gösterse de genelde olabildiğince büyük tutulmaktadır. Bu bölümler iklim kontrolü yapılmış bir ortamda çocukların fiziksel olarak aktif olmasını sağladığı için önemli olabilmektedir. Çocukların engellerin üzerine tırmandığı, kaydırdan kaydığı, trambolinde zıpladığı özel tasarlanmış güvenli alanlardır. Bu şekilde aktif olmanın yarattığı sevinç ve eğlence içinde sosyalleşmeleri de daha etkili olabilmektedir. Bazı çocuk kulüpleri hijyen önlemleri ve çarpışma risklerinden dolayı önceleri sıklıkla yer alan top havuzlarını kaldırma kararı alabilmektedir.



Görsel 3.8 Yumuşak alan oyun seti örneği

Kaynak: Araştırmacının arşivi

Çok amaçlı kullanılan etkinlik odalarında masalar, sandalyeler ve dolaplar yer almaktadır. Büyük bir anaokulu sınıfını andıran bu salonlarda program dahilinde yer verilen masa başı aktiviteler uygulanmaktadır. Çocuk kulübünün kendi personeli ya da profesyonel

tedarikçiler tarafından sunulan tematik atölye hizmetleri bu salonlarda verilmektedir. Bilimsel atölyeler, el işi atölyeleri, sanatsal atölyeler vb. bu salonlarda gerçekleştirilmektedir. Kutu oyunu, oyun hamuru, lego, bebekler, arabalar gibi pek çok çeşitli oyuncakla oynamak için de bu salonlar kullanılmaktadır. Bazı tesislerde bu salonlar 4-12 yaş için kullanıldığı gibi bazı tesislerde 4-7 ve 8-12 yaş için ayrı etkinlik odaları bulunabilmektedir.



Görsel 3.9 Çok amaçlı etkinlik odası örneği

Kaynak: (Nirvana Hotels, 2022)

- *8-12 yaş ortamı*

Bu yaş grubunun genç bireyleri 4-7 yaş ile entegre olabilmektedir. Bunun yanında dijital uygulamalardan ve sosyalleşmeden keyif aldığı için oyun makinalarının olduğu salonlarda daha özgür seçimli aktiviteler ile ilgilenmektedirler. Hava hokeyi, langırt, dart, kutu oyunları, araba oyunları vb. makinalardan oluşan Görsel 3.10'daki gibi bir salon genellikle bu amaçla kullanılmaktadır. Bazı otellerde VR gözlük kullanılan donanımlar, Laser Tag salonları olabilmektedir. Bu yaş grubu için sunulan açık hava aktivitelerine çıkmadan önce buluşma noktası işlevi gören alanlar da bulunabilmektedir.



Görsel 3.10 Oyun makinalarının olduğu bölüm örneği

Kaynak: Araştırmacının arşivi

- *Teenage Club'lar*

Özellikle 13-16 yaş grubundaki misafirler için oluşturulmuş alanlar onlara eğlenebilecekleri, yaşlıları ile tanışabilecekleri, kendilerini yetişkin gibi hissedebilecekleri bir ortam sunmayı hedeflemektedir. Genelde birkaç konsol oyunu, bilardo masası, langırt, dart, kart oyunları, kutu oyunları, DJ kabini, alkolsüz içeceklerin temin edilebileceği bar yer alabilmektedir. İç mekân tasarımları ile gençlerin ilgisini çekecek bir kafe-bar havası yaratılmaktadır.



Görsel 3.11 Teenage club örneği

Kaynak: (Paloma Grida, 2022)

- *Sinema Salonu*

Görsel 3.12'deki gibi, genelde çizgi filmlerin oynatıldığı salonlara çocuk kulüplerinde yer verilebilmektedir. Birden fazla salon bulunması farklı dilde ya da farklı yaş gruplarına yönelik aynı anda gösterim yapılabilmesi için olanak sağlamaktadır.



Görsel 3.12 Sinema salonu örneği

Kaynak: Araştırmacının arşivi

- *Konsol Oyun Odası*

Bireysel ya da grup halinde konsol oyunlarının oynandığı Görsel 3.13'teki gibi özel salonlara yer verilebilmektedir. Bazı çocuk kulüplerinde ise salonun bir yerine yerleştirilmiş koltuk ya da minderler ile bu hizmet sunulabilmektedir.



Görsel 3.13 Dijital oyun odası örneği

Kaynak: Araştırmacının arşivi

- *Özelleşmiş workshop odaları*

Bazı resort çocuk kulüplerinde özel donanıma sahip atölyeler yer almaktadır. Bu atölyelerde uzman eğitmenler, kısıtlı sayıda çocuk ile çalışmaktadırlar. Ahşap atölyesi, seramik atölyesi, robotik atölyesi, resim atölyesi, deney salonu, müzik salonu, bale salonu gibi fonksiyonlar ile tüm gün aynı işlevi gören atölyeler bulunabilmektedir.



Görsel 3.14 Resim atölyesi örneği

Kaynak: (Rixos Sungate, 2022)

- *Yeni Teknolojilerin Kullanıldığı Tematik Salonlar*

Dijital interaktif sistemlerin kullanıldığı salonlar, Laser Tag gibi oyunların oynandığı salonlar bu uygulamanın örnekleridir. Çocukların kendi çizdikleri resimleri ya da tasarladıkları legoları dev bir ekranın ögesi haline getirebildiği yenilikçi uygulamalar cazip olmakla birlikte çocuk başına yatırım ve işletme maliyetleri açısından yüksek olabilmektedir.

- *Çocuk restoranı*

Bazı resort çocuk kulüplerinin çatısı altında restorana yer verilebilmektedir. Bu restoranda çocuklara, ailesinin yemesine izin verdiği besinler çocuk kulübü çalışanları eşliğinde ikram edilmektedir. Restorandaki yemeklerin sağlıklı olmasına yönelik artan bir hassasiyet söz konusu olmaktadır. Ailenin bu restoranda çocuğu ile yemek yemesi de giderek

artan bir eğilimdir. Bu otel yönetiminin de çeşitli sebeplerle desteklediği bir durum olabilmektedir. Daha çok çeşit için çocuğunu kulüpten alıp ana restorana yönelen misafirin trafiğini azaltmak, çocuğu ile keyifli bir yemeğin tadını çıkarmak isteyen misafirin memnuniyetini artırmak, yetişkinlerin yemekteki alkol tüketimini azaltarak maliyetleri düşürmek gibi sebepler bunların arasındadır. Çocuk kulübü bünyesinde yer alan restorana örnek Görsel 3.15’te sunulmuştur.



Görsel 3.15 Çocuk restoranı örneği

Kaynak: (Ela Hotels, 2022)

- *Kapalı spor salonu*

Bazı çocuk kulüplerinin kendi bünyesinde basketbol, voleybol, mini futbol ve parkur oyunlarının oynanabileceği kapalı spor salonları yer almaktadır. Görsel 3.16’da örneği sunulmuş olan bu salonlar, özellikle iklim koşulları açısından avantaj sağlamaktadır. Havanın çok sıcak olduğu yaz günleri öğle saatleri ile yağmurlu ve soğuk kış günlerinde daha da belirginleşen bir ihtiyacı karşılamaktadır.



Görsel 3.16 Kapalı spor salonu örneği

Kaynak: (Gloria Hotels, 2022)

3.2.2. Açık Alanlar

- *Oyun parkı*

Çocuk kulüplerinin içinde büyük açık alanlar yer almaktadır. Bu alanlar resepsiyon kaydından sonra girilen ve çıkışın kontrollü yapıldığı güvenli bölgelerdir. Burada klasik çocuk parkı oyuncakları, kum havuzları, mini golf – mini basketbol düzenekleri, trambolinler vb. yer alabilmektedir. Görsel 3.17 ve Görsel 3.18’de örnekler sunulmaktadır.



Görsel 3.17 Oyun parkı örneği

Kaynak: (Ela Hotels, 2022)



Görsel 3.18 Mini golf örneği

Kaynak: (Gloria Golf Resort, 2022)

- *Çocuk Kulübü Sahnesi*

Bazı çocuk kulüplerinin içinde ana sahneye oranla daha küçük ölçekli olan amfi tiyatrolar yer almaktadır. Bir örneği Görsel 3.19’da bulunan bu amfi tiyatrolar genelde akşam saatleri kullanılmaktadır. Genellikle, akşam sahnede mini disko etkinliği yapılması ve ardından çocuklara özel hazırlanmış sahne şovunun gösterilmesi için kullanılmaktadır. Gün içinde güneş ışınları ve sıcak hava nedeniyle kullanımı pek mümkün olmamaktadır.



Görsel 3.19 Çocuk kulübü sahnesi örneği

Kaynak: (Ela Hotels, 2022)

- *Macera Parkuru*

Ağaçların üzerine yerleştirilen, özel güvenlik sistemleri ve çocuk kulübü uzmanı denetiminde gerçekleştirilen seanslı etkinlikler için macera parkurları kalıcı ya da geçici olarak kurulabilmektedir. İçinde tırmanma duvarının da bulunduğu bir örnek Görsel 3.20’de sunulmaktadır.



Görsel 3.20 Macera parkuru örneği

Kaynak: (Maxx Royal, 2022)

- *Tematik parklar*

Bazı çocuk kulüplerinde dinozor parkları gibi tematik açık hava cazibe unsurları yer almaktadır. Bir dinozor parkı örneğine Görsel 3.21’de yer verilmiştir.



Görsel 3.21 Dinozor parkı örneği

Kaynak: (Maxx Royal, 2022)

- *Bahçe*

Bazı çocuk kulüplerinde, misafire bir sebze ya da meyve yetiştirme deneyimini yaşatmak üzere hazırlanmış bahçeler ya da seralar yer almaktadır. Bu alanların işletilebilmesi için peyzaj müdürlüğünün desteği alınmaktadır.

3.3. Sunulan Hizmetler

3.3.1. Tüm Gün Gözetim

Çocuk kulüplerinde emanet alınan misafir ailelerin çocuklarına (özellikle 3 yaş üzeri) çocuk kulübünün açık olduğu süre boyunca gözetim hizmeti verilmektedir. Kulüp çalışanlarına aynı bir anaokuldaki gibi çocuğun gün içindeki temel ihtiyaçlarının karşılanması (yemek yemek, tualete gitmek, temizlenmek vb.) ve hoşça vakit geçirmelerinin sağlanması için güvenilir (mental, fiziksel ve sosyal açıdan) bir ortamı sunma görevi verilmektedir.

Bir anaokulundaki gibi, çocuk ailesinden ayrı diğer çocuklarla ve ailesinden olmayan yetişkinlerle bir arada olmayı benimseyerek genelde ortama adapte olmaktadır. Çocuk kulüplerinde az sayıda ebeveyne rastlanılmaktadır ve bu çocuk kulübü yöneticileri için de alışılmış bir durumdur. Hatta kimi zaman tercih edilmektedir çünkü ebeveynlerin yoğun katılımı ebeveyni olmayan çocukları hüzünlendirebilmektedir. Diğer yandan çocuğuyla ortak anı oluşturmak ve çocuğunun keyifli anlarını izlemek isteyen veliler ya da ebeveynini sürekli yanında isteyen çocuklar da söz konusu olabilmektedir. Çocuk kulüpleri bu dengeleri gözeterek mevcut misafirleri memnun edecek kararları almak durumunda kalmaktadır. Bu nedenle bazı aktivitelerde aile katılımı vurgusu yapılabilmektedir.

Ailelerin çocuklarını çocuk kulübüne bırakma süreleri değişkenlik göstermektedir. Kimi aileler için resort otel tatili “çocuksuz” tatile eşdeğer bir özgürlük alanı sunmaktadır. Kimi çocuklar için de benzer şekilde tatil “ebeveynsiz” özgürlüğe eşdeğer olabilmektedir; bu çocuklar anne baba ile ayrı kalmaktan ve kimliklerini ortaya koydukları, akranları ile oldukları bu kontrollü serbestlikten memnun olmaktadır. Sabahın erken saatlerinden akşam geç saatlere kadar çocuk kulübünden ayrılmayan çocuklar olabilmektedir. Eğer bu durum çocuğun rızası dışında gerçekleşirse trajik durumlar ortaya çıkabilmektedir. Ailesini yanında isteyip üzülen çocuğu kulüp çalışanları öncelikle mutlu etme çabasına girmekte, başarısız olunan durumlarda ebeveynye ulaşılmaktadır. Eğer ebeveyn buna olumsuz cevap verirse ya da ulaşılamazsa güç bir durum ortaya çıkabilmektedir.

Bunların yanında kısa süreliğine çocuk kulübüne gelen çocuklar da olabilmektedir. Programda beğendiği bir etkinlik için ya da oyun salonlarında bir süre vakit geçirmek için gelip sonra ayrılan çocuklar da bulunmaktadır.

Çocuk kulübü çalışanlarının çocuklar ile arasında çoğunlukla duygusal bağ oluşmaktadır. Çocuk kulübü çalışanı onlar için aynı zamanda eğlence sunan bir animatör, ona gözetim veren bir bakıcı, yeni bilgiler / etkinlikler sunan bir öğretmen, sabah uyandığı anda yanına koşabileceği bir aile bireyi gibi olabilmektedir. Çocuk kulübü çalışanının yeri çocukta tesiste görevli herhangi bir çalışana göre büyük farklılık gösterebilmektedir. Çocuk otelde kaldığı süre boyunca dilediği an sevdiği çocuk kulübü çalışanına ulaşabilmekte, iletişim kurabilmektedir. Tatilden sonra da çocuk kulübünde sevilen personel ile görüşmeye devam eden ailelerin varlığı bilinmektedir. Çocuk kulübü personelinin sürekliliği bu anlamda misafir sadakatine olumlu katkı sağlayabilmektedir.

0-3 yaş aralığındaki bebeklerin standart bir süreç olarak emanet alınıyor olması her çocuk kulübünde yaygın olan bir uygulama değildir; çok az otel bu hizmeti sunmaktadır. Bakımın doğru verilebilmesi için en kritik koşul uzman ve güvenilir bebek bakıcısının bulunmasıdır. Genelde ebeveynin eşlik ettiği bu bebek misafirlere, hijyenik, güvenlik önlemleri alınmış, bebeklere özel malzemelerin yer aldığı ve bebeklere özel oyunların oynandığı, sakin ve huzurlu bir ortam sunulmaktadır.

Ekstra ücret alınarak bakıcılık hizmeti sunulması da yaygın bir uygulamadır. Çocuğu ile birebir ilgilenilmesini isteyen ebeveynler otele bu talep ile başvurabilmektedir. Küçük çocuklar için günün belli saatlerinde olabileceği gibi, her yaştan çocuk ile çocuk kulübü içinde dahi birebir ilgilenilmesi konusunda talepler olabilmektedir. Özel bakıcılar ebeveynin izni ya da talebi doğrultusunda çocuğun aktivitelere dahil edilmesi, uyutulması, beslenmesi gibi görevleri yürütmekte hatta denize götürebilmektedir. Ebeveyn konserde ya da

partideyken odasında uyuyan çocuğun gözetimini sağlayabilmekte, gün içinde plaj ya da SPA keyfi süresince bakım hizmeti sunabilmektedir. Çocuk kulübü çalışanları da ekstra gelir elde ettikleri bu işten memnun olabilmektedirler.

3.3.2. Majör Aktiviteler

Çocuk kulüplerinde sunulan aktiviteler daha önceki çalışmalarda farklı kategorilerde değerlendirilmiştir. Özgürel ve Topaloğlu (2018) aktiviteleri sportif, oyun, yaratıcılık ve iletişim şeklinde 4 grupta sınıflandırırken Seraphin & Yallop (2019) ve Özel (2021) ise eğlence türlerine göre sınıflandırmıştır. Bu tez kapsamında farklı bir yaklaşım geliştirilerek çocuk kulübü aktiviteleri “majör aktiviteler” ve “minör aktiviteler” olarak gruplandırılacaktır. Bunun sebebi özellikle son yıllarda, aktivitelerin içeriğinde gerek yapılış amacı gerek eğlence türü açısından birden fazla sınıflandırmayı kapsayan, çok daha kompleks ve özenle hazırlanmış majör (ana) aktivitelere rastlanmasıdır.

Majör aktiviteler programda belirtilen saatlerde gerçekleştirilmektedir. Bu aktivitelerin bazıları çocuk kulübü çalışanları tarafından, bazıları tedarikçi firmalar tarafından uygulanmaktadır. Belirli bir süre ve katılımcı sayısı öngörüsü ile hazırlanmış, önceden ekipmanı sağlanmış, tümüyle yapılandırılmış aktivitelerdir. Belirli bir teması, hikayesi bulunmaktadır. Konusunda uzman kişiler tarafından sunulması niteliğini daha da artırmaktadır. Katılımcıların belirlenmiş temaya odaklanarak sunulan zengin içeriği deneyimlemesi sağlanmaya çalışılmaktadır. Majör aktivite kendi içinde alt gruplara ayrılabilir:

- *Kurgusu Olan Atölyeler*

Eğlenceli bilim atölyesi, doğa atölyesi, arkeoloji atölyesi, dinozor atölyesi gibi atölyeler baştan sona bir senaryo üzerinde ilerleyen, uzman ekipler tarafından verilen, hangi zaman diliminde ne yapılacağının önceden belirlendiği atölyelerdir. İçeriğinde yer alan her bir atraksiyon konuyla ilintili olarak hazırlanmıştır ve belirli bir mantıksal çerçevede ilerlemektedir. Söylenecek sözler, gösterilecek görseller, dinlenecek sesler atölyenin kurgusuna göre sırası gelince çocuklarla buluşturulmaktadır. Çocuğun temaya odaklanması, alacağı keyfin artırılması ve yaşadığı anı unutulmaz hale getirmek amacıyla kostüm ve dekorlar hazırlanmaktadır. Çocukların kendi hayal güçlerini kullanabilecekleri, özgürlük alanı sunan el işi etkinlikleri tema ile ilişkili bir şekilde yerleştirilmiştir. Takım çalışması, keşif, farkındalık, doğa ve kültürel miras bilinci, informal bilim öğrenme gibi çok sayıda genel ve spesifik katkı hedeflenmektedir. Bu etkinlikler güçlendirici eğlence, yaratıcı eğlence ile ilişkilendirilebilmektedir.

Etkinliklere örnek olarak eğlenceli bilim atölyesi verilebilir. Bu atölyede çocukları şaşırtacak, heyecanlandıracak, sürprizler içeren bilimsel deneyler yapılmaktadır. Bu deneyleri çocuğun kendisi yapması için gerekli malzemeler dağıtılmakta ve her çocuğun aktif olması sağlanmaktadır. Malzeme seçimlerinde güvenliğin ön planda tutulması önem arz etmektedir. Özellikle küçük çocukların katıldığı bu etkinliklerde hiçbir kazanın meydana gelmemesi için sağlığa zararlı olabilecek kimyasallardan ve deneylerden kaçınılması gerekmektedir. Katılımcılara bilim önlüğü giydirilmesi, deney gözlüğü takılması konuya odaklanmalarına ve oluşan ambiyans ile heyecanlarının artmasına katkı sağlamaktadır. Bu hizmeti profesyonel tedarikçiler sunmaktadır.

Diğer bir örnek doğa atölyesi olabilir. Bu atölyede de katılımcılar doğayı keşfedici oyunlar oynamaktadır. Ellerindeki büyüteçler ve dürbünler ile ağaçları, küçük canlıları tanımaya çalışmaktadır. Küçük görevler verilen katılımcılar bol oksijenli bir ortamda doğanın tadını çıkarırken yeni bilgiler edinmektedirler. Çim adam yapmak, böcek koleksiyonları incelemek, gerçek bir arı kolonisini incelemek, bölgedeki endemik hayvanları tanımak, böcek fosili yapmak gibi etkinlikler bu kapsamda yer alabilmektedir.



Görsel 3.22 Doğa Atölyesi Örneği

Kaynak: Araştırmacının arşivi

Bu örneklerden de anlaşılabilceği gibi, majör aktiviteler pek çok farklı komponenti bir araya getirmektedir. Çocukların gerektiğinde takım çalışması yaptığı, yaratıcılıklarını kullandıkları, yeni bilgi ve beceriler geliştirdikleri, oyun içeren çok fonksiyonlu etkinlikler olabilmektedir. Nitelikleri yüksek olduğu için aile katılımları açısından da cazip olmaktadır ve bu şekli ile aile odaklı eğlence sınıflandırmasına da dahil edilebilmektedir.

- *Teknik Beceri Öğreten Atölyeler*

Ahşap tasarım atölyesi, jel mum atölyesi, bez bebek atölyesi, seramik atölyesi gibi atölyeler katılımcıların etkinlik boyunca yeni bir tekniği deneyimlediği ve etkinliğin sonunda bu tekniği kullanarak bir ürün geliştirdikleri atölyelerdir. Eğer katılımcıların yaratıcılıklarını

kullanabilecekleri seçenekler sunuluyorsa bu etkinliğin niteliğini artırmakta ve ürünün katılımcı açısından kişiselleştirmesini kolaylaştırmaktadır. Uzman eğitmenler tarafından verilmesi, güvenlik önlemlerinin tam alınması önem taşımaktadır. Çocuk kulübü açısından teknik becerilerin geliştirildiği özel mekanlar yaratılması, bu mekanlara özel ekipmanın sağlanması, önceden yapılmış çalışmalardan örneklerin sunulması cazibesini artırmakta ve aile-çocuk birlikteliğine katkı sağlayabilmektedir.

Ahşap tasarım atölyesi örneğinde, kullanılan torna aletleri çocukların dokundukları zaman ellerine zarar vermeyen ama bir ahşabı işleme özelliğine sahip makinalardır. Makinede bulunan bıçak titreşim yoluyla kısa darbeler oluşturarak hassas kesime izin verirken cilde zarar vermemektedir. Eğitsel amaçlı geliştirilmiştir. Çocukların ergonomisine uygun çalışma masalarının ve el yapılarına uygun araç gereçlerin yer aldığı bir atölye ortamı oluşturulmaktadır. Katılımcılar bu etkinlikte genelde ahşap oyuncaklar üretmektedir.

Seramik atölyesinde ise bir seramik sanatçısının yönlendirmesi ile seramik heykeller, vazolar, tabaklar yapılabilmektedir. Fırınlama, sırlama ve boyama işlemleri yapılan tabaklar tekrar fırınlanarak kalıcı ürünler halinde getirilmektedir.



Görsel 3.23 Seramik atölyesi örneği

Kaynak: (Rixos Sungate, 2022)

- *Maceralı Aktiviteler (Quest)*

Bu aktivitelerin en klasikleri uzun yıllardır düzenlenen korsan ve kızıl derili aktiviteleridir. Çocuklara temaya uygun kıyafetler giydirilmekte ve bir hazine bulunacağı söylenmektedir. Çocuk kulübünün dışına çıkılarak otelin genelinin bir harita yardımıyla kullanıldığı bu aktivitelerde gidilen her lokasyonda farklı bir macera yaşanmaktadır. Otelin içinde heyecanla bir hedef peşinde koşan ve atölye liderinin yaptığı şakalarla neşelenen çocuklar otelin genel atmosferine olumlu katkı sunmaktadır. Çocuk kulübünün de tanıtımı bu şekilde yapılmış olmaktadır. Etkinliğin sonunda mutlaka zafer kazanılmakta ve hazine bulunmaktadır. Genelde bu hazine içi şekerlemelerle dolu bir sandıktır.



Görsel 3.24 Maceralı aktivite örneği

Kaynak: Araştırmacının arşivi

- *Sportif turnuvalar*

Olimpiyat oyunları ismiyle yarışmalar düzenlemek ve çocukların arasında rekabet ortamı yaratarak heyecanlı ve aktif bir ortam oluşturmak da uzun yıllardır çocuk kulüplerinin yaptığı ve çok sevilen aktivitelerdir. Havuzda, sahilde ya da bahçede düzenlenebilmektedir. Futbol olimpiyatları özellikle erkek çocukları cezbetmektedir.

Profesyonel ekipler tarafından kurulan macera parkurlarında çocukların kendi yaşlarına uygun engelleri aşarak, reflekslerini kullanarak ve hızlı hareket ederek birbirleri ile yarıştıkları ve bu şekilde eğlendikleri açık hava etkinlikleri düzenlenmektedir.

- *Partiler*

Belirli bir teması olan çocuk partileri düzenlenebilmektedir. Akşam gösteri yapacak kostümlü karakterlerin çocuk kulübüne gündüz gelmesi ve çocuklarla müzik eşliğinde çeşitli oyun ve danslar gerçekleştirmesi de buna örnek verilebilir.



Görsel 3.25 Çocuk festivali örneği

Kaynak: (Rixos Sungate, 2022)

3.3.3. Minör Aktiviteler

Çocuk kulübünde vakit geçirmekte olan çocukları meşgul etmek üzere gerçekleştirilen mini aktivitelerdir. Bu etkinliklerin bazıları programda yer alırken bazıları anlık gerçekleştirilmektedir. O an kulüpte bulunan çocuk sayısı, çocukların talepleri bu etkinlikleri ve oluş biçimlerini etkilemektedir.

- *El işi etkinlikleri*

Pinterest gibi kaynaklardan da yararlanılarak 14 günlük program boyunca olabildiğince farklı el işi etkinlikleri çocuklara sunulmaktadır. Bu etkinliklerin çocukların ince motor becerilerini geliştirmekte, yaratıcılıklarına katkı sağlamakta ve sosyalleşmeleri için ortam oluşturmaktadır.



Görsel 3.26 El işi etkinliği örneği

Kaynak: Araştırmacının arşivi

- *Resim yapma*

Katılımcılara çizilmiş şablonlar ya da boş kağıtlar verilerek resim çizmeleri ve boyamaları istenir. Özellikle yabancı dil gerektirmemesi, hemen her çocuğun sevebileceği bir çalışma olması, kolay uygulanabilmesi gibi avantajları olan boyama aktiviteleri çok sık karşılaşılan etkinliklerdendir.



Görsel 3.27 Boyama etkinliği örneği

Kaynak: Araştırmacının arşivi

- *Mini yarışmalar*

Gözü kapalı resim yapma, dart, halka atma gibi yarışmalar ile çocukların rekabet halinde keyifli vakit geçirebilecekleri anlar yaratılmaya çalışılır. Bu yarışmalar sosyalleşmeye

de katkı sağlar. Bazı çocuklar yetişkinler için düzenlenen benzer yarışmalara da katılabilmektedir. Genelde tesisin açık alanlarında gerçekleşen bu yetişkin aktiviteleri aile birlikteliğine katkı sağlar.



Görsel 3.28 Gözü kapalı resim yapma yarışması örneği

Kaynak: Araştırmacının arşivi



Görsel 3.29 Dart yarışması örneği

Kaynak: Araştırmacının arşivi

- *Serbest oyunlar*

Çocuk kulüplerinde çok sayıda kutu oyunu ve oyuncak bulunmaktadır. Çocuklar diledikleri zaman bunlardan alarak keyifli vakit geçirebilirler. Çocuk kulübü çalışanları onları bu oyunları oynamaları için bir araya getirme ve oyun kurmada katalizör görevi görür.



Görsel 3.30 Masa oyunu örneği

Kaynak: Araştırmacının arşivi

3.3.4. Akademiler

Çocukların belirli konularda bilgi ve becerilerini yükseltmek amacıyla hazırlanan özel programlar akademi ismiyle anılmaktadır. Konaklama tesislerinde çoğunlukla spor akademileri bu kapsamda değerlendirilmektedir. Futbol, tenis, basketbol gibi sportif alanlarda uzman eğitmenler tarafından grup ve bireysel dersler verilmekte, turnuvalar düzenlenmektedir. Çocuk kulübünün cazibesini artırmak için ünlü sporcular ile anlaşmalar imzalanabilmekte, bu şekilde tesisin tanıtım faaliyetlerine destek verilmektedir.

Çocukların merak ettiği konulardan biri, yetişkinlerin sahip oldukları meslekler ve bu meslekleri yaparken ne tür aktiviteler gerçekleştirdiğidir. Meslek akademisinde, çeşitli meslekler hakkında eğlenceli, aktif ve bilgilendirici etkinlikler yapılmaktadır. Örneğin itfaiye etkinliğinde bir binada çıkan yangının simülasyonu yapılarak, çocuklara su püskürtüp yangını söndürmeleri istenir. Yanan bina, siren sesleri, itfaiyeci kostümleri, itfaiye aracı ile bütüncül bir ambiyans oluşturularak çocuklarda unutulmaz anlar yaratılması amaçlanır.



Görsel 3.31 Meslek akademisi örneği

Kaynak: (Ela Hotels, 2022)

Bunun yanında dans akademisi, aşçılık akademisi gibi programlar sunan resort çocuk kulüpleri de mevcuttur.

3.3.5. Sahne Gösterileri

Çocukların akşam saatlerinde yetişkinler gibi sahne performansı izleme ihtiyacı düşünülerek hazırlanan sahne gösterileri vardır. Bu gösteriler kimi resort otellerde ana sahnede yetişkin gösterisinden önce yapılır, kimi otellerde ise çocuk kulübünün içinde yer alan açık hava sahnesinde gerçekleştirilmektedir.

Sahneye sunum için çıkan kişiler açıklamalarını farklı dillerde tekrarlamak durumundadır. Enerjik ve eğlenceli bir sunuş yapılır. Çocuklara özel hazırlanmış gösteriler sihirbaz, palyaço- balon gösterisi, köpük gösterisi, eğlenceli bilim gösterileri ve kostümlü karakterlerin olduğu dans gösterileri olabilir.

Genelde gösteri öncesinde “mini disko” ismi verilen dans aktivitesi yapılır. Çocuklar sahneye ya da sahnenin önüne davet edilir ve çocuk kulübü çalışanlarının gösterdikleri koreografiye uyarak dans ederler. Böylece çocukların enerjilerini atma ihtiyacı da giderilmiş olunur. Genelde tüm otellerde benzer şarkılar ve benzer figürler uygulanmaktadır. Çocukların aşına oldukları bu basit figürleri kolayca uygulaması ve koreografiden kopmadan bir bütünlük içinde uyum sağlayabilmeleri özgüvenlerini artırır ve eğlenceli bir ortamı beraberinde getirir.



Görsel 3.32 Mini disko örneği

Kaynak: Araştırmacının arşivi

Sihirbaz gösterileri popüler kültür açısından yeni olmayan ama çocuk misafiri şaşırtmada ve heyecanlandırmada etkili olabilen görsel illüstrasyon hileleri içerir. Müzik eşliğinde yapılan, çoğunlukla sözlü ifadelerin olmadığı gösterilerdir.

Balon gösterisinde sahnede balonların katlanmasıyla farklı şekiller oluşturularak katılımcı çocuklar şaşırtılır. Her çocuğa istediği balonlar hediye edilir. Palyaço gösterileri de buna entegre edilebilmektedir.



Görsel 3.33 Balon gösterisi örneği

Kaynak: Araştırmacının arşivi

Köpük gösterisi büyük ve küçük değişik ölçülerde, köpük balonlar üretilerek müzik eşliğinde yapılır. Köpüklerin büyük ve dayanıklı olabilmesi için özel solüsyonlar hazırlanır. Büyük ve küçük halkalar ve solüsyonların bulunduğu tanklar sahnede bulunur. İnsanların içine girebileceği büyüklükte köpükler meydana getirilebilmektedir.

Eğlenceli bilim gösterileri sahneye uygun şekilde seçilmiş bilimsel deneylerin coşkulu bir şekilde gösterilmesi şeklinde gerçekleştirilir. Bunların arasında köpüklü büyük bir patlama

gerçekleştiren fil diş macunu deneyi, kuru buz deneyleri, renkli alev deneyleri, hava akımı deneyleri sayılabilir. Velilerin de en az çocuklar kadar ilgisini çeken, onlara eğitsel açıdan da farkındalık kazandıran bu gösteriler müzik eşliğinde yapılmaktadır.



Görsel 3.34 Eğlenceli bilim gösterisi örneği

Kaynak: Araştırmacının arşivi

Misafir ailelerin çocuklarının gerekli eğitimler ve provaların ardından sahne gösterilerinde yer alması uzun yıllardır devam eden bir uygulamadır. Bunu gerçekleştiren otellerde misafir çocuklardan gönüllü olanlar çocuk kulübünde birkaç gün boyunca eğitimler alır ve sahneye hazırlanırlar. Çocukların katılımı çoğunlukla farklı kostümler giyerek sahnede dans etmek şeklinde gerçekleşir. Az da olsa eğitilmiş çocuklara müzik enstrümanı çaldırılması ve bir orkestra üyesi olarak sahne performansı sergilemeleri uygulaması da görülmektedir.

Kostümlü dans gösterileri sıklıkla çizgi film karakterleri kullanılmaktadır. Misafirleri akşam gösterisine çekmek için ve orada tutmak için popüler kültür bu şekilde kullanılır. Elsa, Alvin ve Sincaplar, Madagaskar, Buz Devri temalarında gösteriler uzun yıllar varlıklarını sürdürmüşlerdir. Yapımcı firmaların hak sahiplerine telif ödeyip ödemediği konusu bu uygulamaların sürdürülebilirliği konusunda tedirginlik uyandırmaktadır. Benzer dans figürleri farklı şarkılar eşliğinde kostümlü dansçılar tarafından yapılmaktadır. Genelde herhangi bir hikâye ya da kurgu içermez.

3.4. Genel İşleyiş

Gelişmiş bir işletme mekanizmasına sahip resort çocuk kulüpleri için işleyiş planlı ve kontrollü bir şekilde ilerlemektedir. Uzun ve kısa vadeli kararlar verilmekte ve planlamalar yapılmaktadır.

3.4.1. Rutinler

- *Sezonluk Rutin*

Deniz kum güneş tatilinin ağırlıklı olduğu destinasyonlarda resort oteller için yüksek sezon havanın sıcak olduğu yaz aylarıdır. Nisan sonu başlayan yüksek sezon, haziran-eylül

aylarında en üst noktaya ulaşır ve kasım başında biter. Bunda okulların kapalı olduğu tarihler etkilidir. Ailelerin tercih ettiği bu dönemde fiyatlar ve doluluklar yükselmiştir.

Çocuk kulüplerinde sezon sona ermeden bir sonraki sezon hazırlıkları başlamaktadır. Bu kapsamda çocuk kulübü yöneticilerinden öneriler geliştirmeleri istenir. Bu öneriler için kimi zaman kalite, satış, müşteri ilişkileri departmanları ve genel müdürlükten bazı talepler gelebilir. Örneğin kalite departmanı varsa üzerinde çalışılan sertifikasyon sürecinde çocuk kulübünü ilgilendirebilecek konularda bilgi ve destek talep edebilir. Satış departmanı belirli bir pazardan gelecek öncelikli hedef kitleye yönelik özel çalışmalar yürütülmesi konusunda görüş bildirebilir. Üst yönetim çocuk kulübü özelinde yenilik geliştirilmesi ya da büyük inşaat- tadilat işleri yürütülmesi için ek bütçeler tahsis ediyor olabilir. Çocuk kulübü yöneticisi tüm bunları göz önüne alarak, ekibinin araştırma faaliyetleri yürütmesini sağlar ve tedarikçiler ile görüşmeler başlatır. Yaklaşık maliyetler ile birlikte sezon için taleplerinin üst yönetime sunar.

Bu taleplerin içinde:

- Sezon operasyonunda hangi etkinliklerin yürütüleceği,
 - Sezon etkinlikleri için hazırlanacak program taslağı,
 - İhtiyaç duyulacak personel sayısı ve profili,
 - Alınacak demirbaş ve sarf malzemeler,
 - Çocuklara verilecek hediye önerileri,
 - Tedarikçilerden alınan fiyat teklifleri
- gibi başlıklar yer alır.

Üst yönetimin revizyon talepleri ve karşılıklı istişareler neticesinde sezon için bir planlama yapılır. Tedarikçi firmalar ile satın alma departmanı ayrıca görüşür ve sözleşmeler yapılır. Personel tedariğı için kişisel bağlantılar, personel ilanları ve insan kaynakları şirketleri gibi kanallardan ilerlenir. Gerekirse yabancı dil bilen personel için yurtdışında yüz yüze ya da online mülakatlar gerçekleştirilir.

Kış ayları boyunca sezonda çalışacak personelin hizmet içi eğitimleri tamamlanır, gerekli satın almalar gerçekleştirilir. Tadilat-tamirat işleri tamamlanır.

Yıllık takvimin belirlenerek özel günler için özel etkinlikler hazırlanması da sezonluk rutinin bir parçasıdır. Örneğin cadılar bayramı, yılbaşı, nevrüz, ramazan ve kurban bayramları, milli bayramlar gibi farklı milletlerden misafirlerin ortak bir eğlence ortamında buluşturulduğu etkinlikler düzenlenir. Bu tarihler aynı zamanda otel doluluğunun da yüksek olduğu tarihlerdir. Yıllık takvimde özellikle hedef pazarlar için okul tatilleri de takip edilir. Ara tatiller, sömestr tatilleri için yapılan rezervasyonlardaki çocuk sayıları satış departmanı

tarafından çocuk kulübüne bildirilmektedir. Bu sayılara göre çocuk kulübünün hazırlıklı olması sağlanmaktadır.

- *Haftalık Rutin*

Genelde pazartesi sabahları, güncellenen haftalık program otelde konaklayan misafirlere ulaştırılarak ve / veya panoda asılı olan takvim güncellenerek o hafta gerçekleştirilecek etkinlikler hakkında bilgilendirme yapılır. Personel planlaması, malzeme planlaması gözden geçirilir.

- *Günlük rutin*

Sabah erken saatte gerçekleştirilen operasyon toplantısında çocuk kulübü yöneticisi personele operasyonel bilgilendirmeler yapar. Mevcut çocuk sayısına göre çocuk kulübünün doluluğuna ilişkin öngörüler gerçekleştirilerek gerekli önlemler alınır. Gün içinde gerçekleşecek etkinlikler için ön hazırlıklar tamamlanır. Bu ön hazırlıklar içinde etkinlik alanlarının düzenlenmesi, malzeme ve ekipmanın hazırlanması, varsa diğer departmanlar ya da tedarikçi firmalar ile iletişimler sağlanması gibi aktiviteler yer alır. Personelin görüş ve önerileri değerlendirilir.

3.4.2. Program

Resort çocuk kulüplerinin pek çoğunda ailelerin etkinlikleri takip etmesini kolaylaştırmak adına programlar hazırlanır. Resort otellerde ailelerin ortalama kalış süresi için kabul gören yaklaşım 10 gün şeklindedir. Misafirin kaldığı süre boyunca aynı aktiviteyi tek bir kez deneyimlemesini sağlayabilmek için 2 haftalık programlar yapılır. Restoran menüleri ve yetişkin animasyonu da bu esasa göre hazırlanmaktadır. Çocuk kulüplerinde hazırlanan 14 günlük programda sabahtan akşama kadar yapılacak majör aktiviteler mutlaka belirtilir. Bazı minör aktiviteler de programda yer alabilmektedir. Program, bazı otellerde 4-7 yaş ve 8-12 yaş olarak ayrıştırılarak hazırlanmaktadır.

Çocuk kulübü programlarının günlük akışında yıllarca oluşan bilgi birikimi göze çarpmaktadır. Pek çok çocuk kulübü programı incelenerek günün başlangıcından bitişine doğru aşağıdaki ortak akışın varlığı tespit edilmiştir:

1. Minör aktiviteler ve olanaklar: (Sabah kahvaltısı saatleri)
2. Sabah sporu
3. Majör aktivite: Çocukların aktif olduğu gündüz etkinliği.
4. Minör aktiviteler ve olanaklar (Öğle yemeği saatleri)
5. Majör aktivite: Çocukların aktif olduğu gündüz etkinliği.
6. Minör aktiviteler ve olanaklar (Akşam yemeği saatleri)

7. Mini Disko

8. Majör aktivite: Çocuk gösterisi ya da partisi

9. Minör aktiviteler ve olanaklar

Sabah erken saatlerde çocukların bir kısmı kahvaltılarını yapmaya devam ederken bir kısmı çocuk kulübüne gelmeye başlar. Bu zaman aralığında çocukların serbestçe oyun oynamaları, sosyalleşmeleri için olanak vardır. Sabah jimnastiği ve yoga gibi sporlar güne başlamak için çocuk kulüpleri tarafından yaygın bir şekilde yapılır. Öğle yemeği ve akşam yemeği saatleri, öncesi ve sonrası, akşamın geç saatleri çocuk kulübünde doluluğun azaldığı saatlerdir. Öğle uykusu uyuyan çocuklar da düşünülerek saat 15:00'e kadar majör aktivite başlatılmaz. Bu zaman dilimlerinde çocuk kulübündeki çocuklar için yine minör aktivitelere ve kulüp içinde yer alan oyun olanaklarından faydalanmalarına vakit vardır.

Minör aktiviteler çocukların yaşlarına ve karakteristik özelliklerine göre değişkenlik göstermektedir. 4-7 yaş aralığındaki çocuklar bu serbest oyunlar zamanında el işi, boyama, oyun hamuru oynama, oyuncaklarla oynama gibi etkinlikler ile ağırlıklı olarak meşgul olurlar. Yumuşak oyun alanında vakit geçirmeyi severler. 8-12 yaş ise bu zaman aralıklarında daha çok sportif aktiviteleri, konsol oyunlarını, oyun makinalarını tercih etmektedir. Çocuk kulübünün sunduğu özel alternatifler ile bu zaman aralıkları zenginleşebilmektedir. Örneğin meslek atölyeleri, dijital interaktif odalar, dinozor parkları, macera parkurları, laser tag, mini golf, seramik atölyesi, ahşap atölyesi, müzik atölyesi gibi olanaklar çocukların ilgi alanları doğrultusunda hizmet vererek tatil deneyimini zenginleştirir.

Gün içinde bir veya birkaç kez gerçekleşen majör aktivitelerin 14 gün boyunca tekrarı yapılmamaktadır. Bu aktivitelerin saatleri çocuk kulübünde yoğunluğun en yüksek olduğu saatler olarak belirlenmektedir. Tamamı yapılandırılmış, belirli bir teması olan, bir hikayesi olan bu etkinlikler için ön hazırlık yapılır. Majör aktiviteler konusunda profesyonel tedarikçiler ile çalışmak yaygınlaşan bir uygulamadır. Çünkü bu aktivitelerin içerikleri de her geçen gün detaylanmakta, daha kaliteli hale gelmekte ve karmaşılaşmaktadır. Majör aktivite kimi zaman tüm güne yayılan bir tema şeklinde de gerçekleşebilmektedir; arkeoloji günü, doğa günü, illüzyon günü gibi tematik günler gerçekleştirilmektedir. Bazı günler akşam gerçekleşecek çocuk gösterisi ekibinin gündüz çocuklarla buluşarak oyunlar oynaması da yine majör aktivite olarak değerlendirilir ve programa işlenir.

3.4.3. Resepsiyon Kayıt Sistemi

Çocuk kulübünün girişinde yer alan resepsiyon masasında çocuk kulübüne giriş yapan çocuklar için bir form doldurulur. Bu formda çocuğun – ebeveynin isimleri, ailenin iletişim

bilgileri, oda numarası, alerjik durumlar, özel durumlar vb. bilgiler yer alır. Çocuğun kendi başına giriş yapıp yapamayacağı konusu aileye sorulur. Buna göre kendileri çıkış yapabilecekler çocuklara yeşil kart ya da bileklik, çıkamayacak çocuklara kırmızı kart ya da bileklik takılır. Resepsiyon masası giriş ve çıkışları kontrol edebilecek şekilde konumlandırılmıştır. Çocuğun kulübe giriş ve çıkış saatleri tabloya işlenir ve ailenin imzası alınır.

3.4.4. Güvenlik Önlemleri

Çocuk kulübünün tek bir giriş ve çıkış kapısı olması, tüm girişlerin ve çıkışların kontrol altında tutulması büyük önem taşımaktadır. Küçük çocukların güvenliğini sağlama sorumluluğu alındığı için çocuk kulübü yönetimleri tarafından en çok hassasiyet gösterilen konuların başında giriş çıkışların kontrolü ve çocuğun kulüp içerisinde herhangi fiziksel bir zarara uğramamasının sağlanmasıdır. Bu nedenle mobilyaların tasarımı, oyuncakların seçimi, kullanılan boya vb. sarf malzemelerin kalitesine özen gösterilmektedir. Yer döşemelerinden temizlik malzemelerine kadar ince detaylar çalışlabilmektedir.

Çocuk kulübünün her yeri kamera sistemi ile kayıt altına alınmaktadır. Kişisel Verilerin Korunması Kanunu yayınlanmadan önce bu görüntüler büyük ekranlardan, odadaki televizyonlardan hatta akıllı telefonlardan izlenebiliyorken bu uygulama kaldırılmıştır. Mevcut sistem sadece görevli personelin denetimi ve olası durumlarda inceleme yapmak amacı ile kullanılmaktadır. Çocuğun bir personelden şikayetçi olması gibi durumlar için her iki tarafı da güvence altına alan bir belgelendirme sistemi önemli olmaktadır.

Çocukların psikolojik olarak da güvenli olmaları konusu önemlidir. Bir akranı ya da bir yetişkin yüzünden çocuğun üzüntü yaşaması, yalnız hissetmesi, yetersiz hissetmesi gibi durumların yaşanmaması için önlemler alınmaktadır.

3.4.5. Rezervasyon Sistemi

Bazı tesislerde tüm gün devam eden ve katılımcı sayısının kısıtlı tutulduğu etkinlikler için rezervasyon alınabilmektedir. Bu sistem daha çok teknik beceri geliştirme amacıyla kurulan atölyeler için uygulanmaktadır. Böylece misafirin beklemesine gerek kalmadan kendisine ayrılan zaman diliminde etkinliğe katılımı sağlanabilmektedir. Fazla talep durumunda etkinliklere ek seanslar konulabilmektedir. Katılımcı sayısının kısıtlı tutulmasının sebebi kullanılacak ekipman ve olanaklarla ilgilidir.

3.5. Resort Çocuk Kulüpleri Yönetmel Yapısı

3.5.1. Yönetim Şekli

Çocuk kulüpleri kimi zaman eğlence departmanı altında bir şeflik, kimi zaman ayrı bir müdürlük olarak çalışır. Otelin çocuk kulübüne verdiği önem ve yönetmel kararlar burada etkili olur.

Çocuk kulübü eğer müdürlükse üst yönetime doğrudan bağlıdır; kendi bütçesini yönetir, kendi personel idaresini sağlar ve üst yönetimin direktiflerini uygulamaktan doğrudan sorumludur.

Çocuk kulübünün eğlence departmanına bağlı olduğu durumlarda personelin ihtiyaç halinde yetişkin eğlencesi için de kullanılması gibi durumlar oluşabilmektedir. Eğlence müdürü ile çocuk kulübü yöneticisi arasında tam bir uyum gerekmektedir. Bunun sağlanamadığı durumlarda öncelikler çatışabilmektedir. Bu durum bütçe planlamasına, tedarikçi seçimlerine, günlük operasyonel kararlara yansiyabilmektedir.

3.5.2. Personel Görev Tanımları

Tipik görev tanımları şu şekildedir:

- *Çocuk kulübü müdürü*

Çocuk kulübünün sezonluk ve günlük planlamasından sorumludur. Yıllık bütçeyi hazırlar, yenilik önerileri geliştirir, yatırım projeleri için fikir üretir, tedarikçi seçimlerini yapar. Günlük operasyonun sorunsuz işlemlerinden sorumludur.

- *Çocuk kulübü müdür yardımcısı*

Çocuk kulübü müdürüne tüm yönetmel faaliyetlerinde yardımcı olur. Günlük operasyonun detaylarına daha çok hakimdir. Sabah ve akşam vardiyasından sorumlu müdür yardımcısı olması sık görülen bir uygulamadır.

- *Çocuk kulübü şefi*

Genellikle çocuk kulübünün eğlence müdürüne bağlı olduğu otellerde bulunur. Üst yönetim üzerinde fazla etkisi yoktur. Daha çok günlük operasyonu yönetmekle sorumludur.

- *Çocuk kulübü çalışanı*

Misafir çocukların gün boyu gözetimi ve ihtiyaçlarının karşılanmasını sağlar. Çocuk kulübünün kendi bünyesinde gerçekleştireceği aktiviteleri yürütür. Bunlar genellikle el işi aktiviteleri, resim çizme, oyun hamuru oynama, kutu oyunları, grup oyunları, sportif aktiviteler, mini disko ve benzeridir. Tedarikçi firmaların etkinliklerine yardımcı olurlar. Ekipte misafirin ana dilinde konuşan birkaç kişi bulunur. Diğer personelin de anlayacak ve derdini anlatacak kadar çocukların ana dillerini biliyor olmaları beklenir.

3.5.3. Personel Politikası

Çocuk kulüplerinde çalışan personel için bazı öncelikler vardır. Bu önceliklerde ekip içindeki dinamikler belirleyici olmaktadır. Personelin ideal durumda çocuk gelişimi eğitimi almış olması, birden fazla yabancı dil biliyor olması, çocuklarla iletişiminin güçlü olması, disiplinli çalışmaya yatkın olması, ekip çalışmasına uyum sağlayabilmesi, ebeveyn ile iletişimde başarılı olması ve işin gerektirdiği fiziksel kondisyona sahip olması beklenmektedir. Bu ideal durumun sağlanması nadir görülen bir durumdur. Bu nedenle ekibin yeterlilikler toplamının işlevselliği hedeflenmektedir. Çocuk gelişimi sertifikasyonu ya da diploması yöneticide ve çalışanların en azından bir kısmında olması gerekliliği yasalarla da korunmaktadır. Diğer yandan özellikle ülkemizde lisans düzeyinde bu eğitimi almış kişilerin yabancı dil yeterlilikleri düşük seviyede kalmaktadır. Bu kişiler genelde eğitim alanında uzmanlaşmayı planlamakta, çocuk kulübü çalışanı olarak bir kariyer yolu çizmeyi amaçlamamaktadır. Bunun sebebi konaklama tesislerinin şehir merkezine mesafesi ve çalışma süreleri nedeniyle zaman ve enerji olarak daha çok fedakârlık gerektirmesi olabilir. Ayrıca yabancı dil öğrenme, özellikle bir üniversite mezunu olma yaşındaki biri için yoğun çaba, zaman ve bütçe gerektirmektedir. Bu konuda yeterli kaynak ve motivasyon olmaması durumunda mümkün olması beklenemez. Çocuk misafirin anadil ihtiyacını karşılamak üzere işe alınan çocuk kulübü çalışanları genelde kendileri ya da ebeveynleri bir süre yurtdışında yaşamış ya da genç yaşlarda turizm sektörüne girerek yoğun çaba sarf edip gerekli yabancı dili günlük iletişim kurma seviyesinde öğrenmiş kişilerdir. Yabancı dil gereksinimini ağırlıklı çalışılan pazarlar belirlemektedir. Genel eğilim otelin hedef kitlesine göre Almanca ya da Rusça bilen birkaç personelin çocuk kulübünde bulundurulması şeklindedir. Bir çocukla basitçe İngilizce konuşabilecek kadar bilme oranı görece daha yüksek olduğu için İngilizce büyük problem teşkil etmez. Hollandalı, Finlandiyalı gibi çocuklar olduğu durumlarda bu çocuklara ya ebeveynleri eşlik eder ya da grup içerisinde az anlayarak da olsa etkinliklere katılabilirler. Eğer bu tür az konuşulan dillerin olduğu ülkelerden misafir tur operatörü ile geliyorsa bu tur operatörleri de çocuk kulübü için dil problemini çözmek amacıyla personel görevlendirebilmektedir.

Geçmiş yıllarda çocuk kulübü personelinin eğlence müdürünün uygun gördüğü her işi yapıyor olması, mesai saatlerinin düzensiz olması, yapılan işin küçümsenmesi gibi sebeplerle bu alandaki uzmanlaşma ne yazık ki istenen seviyeye gelememiştir. Çocuğa verilen önem ile birlikte kulübünde yapılan işin saygınlığının artması sonucunda ilerleyen yıllarda daha etkin bir ekip kompozisyonundan bahsedilebilir olunacaktır.

3.5.4. Hizmet İçi Eğitimler

Çocuk kulübü personele işinin gereği olan başlıca eğitimleri çocuk kulübü yöneticisi verir. Bu konu başlıkları yöneticinin ve otelin inisiyatifinde değişim göstermekle birlikte aşağıdaki maddeler sahada örneği olan başlıklardır:

- Tesisimiz, misyonumuz ve misafir profilimiz
- Genel ve kişisel hijyen
- Beden dilinin önemi
- Takım çalışması ve yardımlaşma
- Ekip içi hitap, seslenme ve iletişim
- Yaşlara göre çocuk gelişim prensipleri
- Resepsiyon kayıt prosedürü
- Aktivite hazırlığı- sunumu- toplanması- dikkat edilecek hususlar
- Masa oyunlarının kullanımı ve çocuklara aktarımı
- Mini disko dans koreografisi
- Yabancı dil eğitimi
- Çocukların güvenliği ve takibi
- Kriz yönetimi, ağlayan çocuk, sorunlu çocuk durumlarında yapılması gerekenler
- Misafir beklentileri ve algıları
- Misafirlere, çocuklara yaklaşım ve tavır
- Üniforma, kılık kıyafet prosedürü
- Departmanlar arası iletişim
- Çocuk kulübümüzün otelimizdeki misyonu
- El, ayak sendromu (koksaki) hakkında dikkat edilmesi gereken hususlar
- Covid 19 hakkında önlemler ve prosedürler
- Tematik salonlar hakkında bilgilendirme
- Açık alanlar hakkında bilgilendirme
- Tüm gün akışı ve yapılacaklar

3.5.5. Denetimler

Çocuk kulüplerinin iç denetimlerini kalite birimleri gerçekleştirmektedir. Çocuk kulünü için yazılmış Standart Operasyon Prosedürlerine (SOP) uyum konusuna önem verilmektedir. İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü ve / veya kaymakamlıklar tarafından denetimler gerçekleştirilebilmektedir. Bu denetimlerde özellikle fiziksel güvenlik önlemleri üzerinde durulmaktadır. En detaylı denetimler yurtdışından misafir getiren tur operatörlerinin

yetkilileri tarafından yapılmaktadır. Her tur operatörünün kendi ekibi tarafından hazırlanan ve sürekli güncellenen kontrol listeleri bulunmaktadır. Burada da önem verilen başlıca konu çocuğun fiziksel güvenliği olmaktadır.

3.6. Tedarikçiler

3.6.1. Etkinlik Hizmeti

Etkinlikler sahne gösterisi (şov) ve atölye (workshop) şeklinde olmaktadır. Bazı sahne gösterilerinin uzantılı olduğu gündüz atölyeleri bulunur. Örneğin sahne gösterisinde yer alan kostümlü karakterler gündüz çocuklar ile buluşarak çeşitli oyunlar oynarlar. Bilim gösterisi için gündüz atölyesi bilimsel deneylerin yapıldığı atölye şeklindedir.

Sahne gösterileri için tedarikçiler sihirbaz gösterisi, balon gösterisi, palyaço gösterisi, akrobasi gösterisi, dans gösterisi, bilim gösterisi gibi olabilmektedir. Bu alanda çalışan tedarikçilerin bir yetişkin gösterileri de gerçekleştiren şirketlerdir. Bu şirketler yurtdışından dans grupları da getiren, yüksek montanlı işler yapan organizasyonlardır. Genellikle kostümlü dans gösterisi şeklinde çocuk gösterileri sunarlar. Madagascar, Alvin ve Sincaplar, Transformers, Karlar Ülkesi Elsa gibi telif gerektiren dans gösterileri ve müzikaller sergilenmektedir. Telif konusundaki bilinmezlik bu alanın sürdürülebilirliği konusunda tedirginlik yaratmaktadır. Sihirbaz, balon gösterisi, palyaço gösterisi gibi klasik gösteriler genelde daha küçük ölçekli, hatta şahıs şirketi boyutunda girişimler olabilmektedir. Bilim gösterileri ise uzmanlık isteyen, profesyonel ekipler tarafından gerçekleştirilen, orta ölçekli şirketlerin faaliyet konularıdır.

Gündüz atölyeleri çocuk kulübü çalışanlarının gerçekleştirdiği gibi el işi ve sanat aktiviteleri olabileceği gibi daha çok uzmanlaşmış tema, dekor ve malzeme gerektiren atölyeler de olabilmektedir. Bu konuda çalışan tedarikçiler belirli bir alanda uzmanlaşmış kişi ve kuruluşlardır. Örneğin yöresel bez bebek atölyesi veren kişi, bu konuyu iyi bilen ve çocuklarla çalışma pratiğine sahip bir kişidir. Doğa, arkeoloji, bilimsel deneyler gibi atölyeler de yine uzman ekipler tarafından verilmektedir.

3.6.2. Danışmanlık Hizmeti

Çocuk kulübü idaresi, çocuk gelişimi, hijyen, iş güvenliği gibi konularda gerekli görüldüğü durumlarda konunun uzmanı kişi ve kurumlardan danışmanlık alınabilmektedir. Özellikle yatırım kararlarının verilmesi aşamasında çocuk kulübü için bir kurgu oluşturulması, buna uygun mimari planların hazırlanması, inşaata uygulanması, işletme sürecinin modellenmesi kısmında, yönetim, çocuk kulübü idaresi ve taşeron firmalar arasında koordinasyonda ve yeni fikir üretmede önemli rol üstlenebilmektedir.

3.6.3. Mimarlık Hizmeti

Yeni çocuk kulübü tasarımı ve inşası aşamasında mimarlar büyük öneme sahip tedarikçilerdir. Kimi zaman renkli dinamik bir tema istenirken kimi zaman minimalist bir tema yönetim tarafından talep edilebilmektedir. Çocuk kulübünde sunulan hizmetlerin sağlıklı bir şekilde yürütülmesini sağlayacak fonksiyonların yüklendiği fiziksel mekanların güvenlik önlemleri alınmış ve cazip olması açısından çocuk kulübü uzmanları, mimar ve inşaat ekibi çok yakın çalışmaktadır.

3.6.4. Demirbaş Malzeme

Çocuk kulübü kuruluşundan sonra zaman zaman eskiyen demirbaşların değiştirilmesi ya da yenilik geliştirmek adına demirbaş tedariki gerekmektedir. Başlıca demirbaşlar etkinlik masa ve sandalyeleri, oyun parkları, yumuşak oyun alanları, elektronik oyuncaklar, mekanik oyuncaklar, halı, koltuk vb. şeklindedir.

3.6.5. Sarf Malzeme

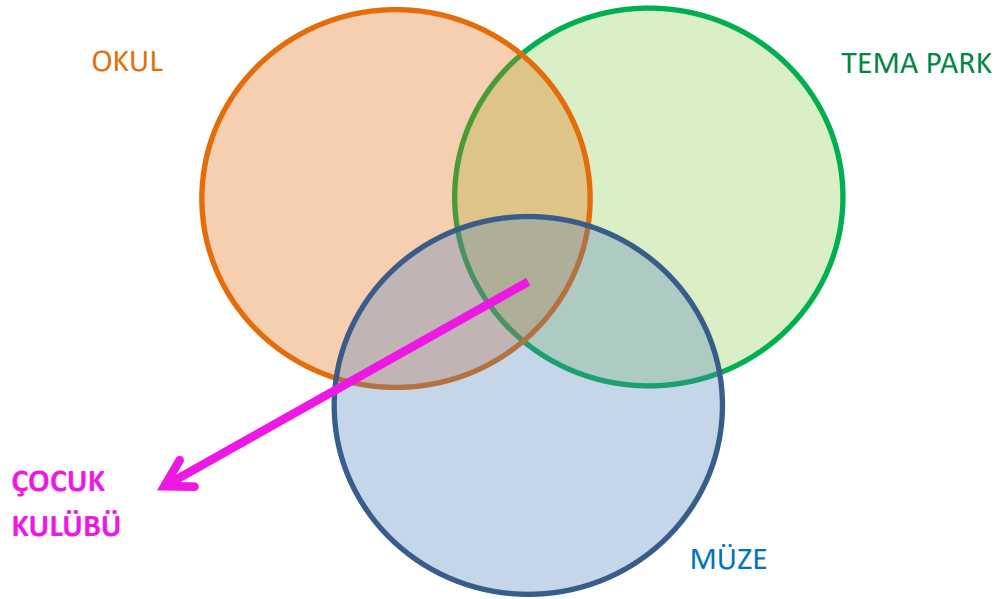
Oyun hamuru, boya, boncuklar, renkli kağıtlar gibi el işi ve sanat aktivitelerinde kullanılacak sarf malzemeleri alınır. Bu malzemelerin alerji yapmayan, sağlığa zarar vermeyen, kaliteli malzemeler olması önemlidir. Satın alma süreçlerinde kalitenin ve sağlığın maliyetin önünde tutulması kritik önem taşımaktadır.

3.7. Resort Çocuk Kulüplerinin Diğer Yapılandırılmış Çocuk Ortamları ile Karşılaştırılması

Nitel araştırma raporu yazımında karşılaştırma (comparison) tabloları oluşturmak olası bir stratejidir (Creswell & Creswell, 2018).

Resort çocuk kulüplerinin amaçlarını, fonksiyonlarını, işleyişlerini, hedef kitlelerini anlayabilmek ve bu konuda fikir üretebilmek için diğer yapılandırılmış çocuk ortamları ile benzer yönlerini tespit etmek ve yorumlamak ilham verici olabilir.

Resort çocuk kulüplerinin etkilendiği başlıca yapılandırılmış çocuk ortamları; okullar, tema parklar ve müzelerdir. Bu üç ortamla da benzeşen ve farklılaşan yönleri bulunmaktadır. Bunu görsel hale getirmek için Şekil 3.1'deki venn şeması oluşturulmuştur.



Şekil 3.1 Yapılandırılmış çocuk ortamları venn şeması gösterimi

Kaynak: Araştırmacı tarafından oluşturulmuştur.

Okul; Her türlü eğitim ve öğretimin toplu olarak yapıldığı yer, mektep olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2022). Okul, her gün gidilen, kuralların ve düzenin olduğu, sorumlulukların olduğu, öğrenilen bilginin sınavlar ile ölçüldüğü, çocukların başka çocuklar ile sosyalleştiği kurumlardır.

Tema park; halkın eğlenmesi için kalıcı olarak kurulmuş, eğlenceli aktiviteler ve büyük oyun makineleri, restoranlar vb. içeren, bazen hepsi tek bir temayla bağlantılı olan, geniş alan olarak tanımlanmaktadır (Cambridge Dictionary, 2022). Ziyaretçiler buraya girebilmek için ücret öderler (Collins Dictionary, 2022).

Müze; ilginç ve değerli şeylerin (resimler, heykeller veya bilimsel / tarihi nesneler gibi) toplandığı ve halka gösterildiği bir bina olarak tanımlanmaktadır (Britannica Dictionary, 2022). Müzelerde çocuk ziyaretçiler için hazırlanmış özel sergi bölümleri ve etkinlikler yer almaktadır. Bazı müzelerin hedef kitlesi sadece çocuklardan oluşabilmektedir.

Aşağıda yer alan karşılaştırma tablosunda (Tablo 3.1) bu üç alan ve resort çocuk kulüplerinin benzer yönleri X ile işaretlenmiştir.

Tablo 3.1 Yapılandırılmış çocuk ortamları karşılaştırma tablosu

	Resort Çocuk Kulübü	Okul	Tema Park	Müze
Tüm gün	X	X		
Takip eden günler	X	X		
Benzer gruplar	X	X		
Eğlence	X		X	
Eğitim	X	X		X
Lüks	X		X	
Serbest seçim	X		X	X
Aktif katılım	X	X	X	X
Yenilik	X	X	X	X
Alışılmamışlık	X		X	X
Serbest zaman	X		X	X

Kaynak: Araştırmacı tarafından oluşturulmuştur.

Resort çocuk kulüpleri, okullar gibi bir çocuğun sabahdan akşama tüm günü geçirebildiği yerlerdir. Bu nedenle yeterince çeşitlilik sunmak ve bu çeşitliliğe katılımı sistematik olarak düzenlemek ve duyurmak için tıpkı bir ders programı gibi etkinlik programı hazırlanır. Her iki ortam da takip eden günler boyunca gidilen yerlerdir. Resort çocuk kulüpleri konaklama süresince, okullar ders yılı boyunca bir çocuğun ertesi gün ve sonraki gün de gitmeye devam edebileceği mekanlardır. Her iki ortamda da çocuk bir önceki ile aynı ya da benzer sosyal ortamla karşılaşır. Okuldaki gibi resort otelde de birlikte oyun oynamaktan keyif aldığı çocukla arkadaşlık kurabilir, onu daha yakından tanıyabilir ve ertesi gün tekrar buluşmak için sözleşebilir.

Resort çocuk kulüplerinin ana varoluş amacı çocuğa keyifli vakit geçirmektir, aynı tema parkların olduğu gibi. Eğlence hazırlanan ortamın ve etkinliklerin kalbinde yer alır. Cazip, muzip, komik, eğlenceli unsurlar ve tasarımlar içerir.

Eğitsel içerik sunma amacı bir okul ya da müze kadar olmasa da resort çocuk kulüpleri için de değerlidir. Çocuğun burada geçireceği saatler ve günler boyunca mutlu olabilmesi için onun öğrenmeden alacağı keyif bir araç olarak kullanılır. Bu sayede pragmatik ebeveynlerin de memnuniyeti sağlanmış olunur.

Resort çocuk kulüpleri aynı tema parklar gibi ticari kuruluşlardır ve müşterilerinin bu hizmetlere erişmesi için bir bedel ödemeleri gerekir. Toplumun geniş kesimi değil, maddi durumu iyi olan ve bu hizmeti ödemeye bütçe ayıran kesimi için hazırlandıkları için lüks bir hizmet sunmaktadırlar.

Okul dışındaki diğer üç ortamda katılımcı neyi deneyimleyeceğine, neyi öğrenip neyi öğrenmeyeceğine, hangi ortamda ne kadar kalacağına kendi özgür iradesiyle serbestçe karar verir.

Ziyaretçi müzede herhangi bir atölyeye katılım sağlamışsa, müze interaktif öğelerden oluşuyorsa veya ziyaretçi müzeyi yorumlayarak geziyorsa aktif bir katılım sağlamış olur. Diğer yandan bir tema park, resort çocuk kulübü ya da okulda aktif olmak ortamın doğasında vardır. Her katılımcı kendi iradesi ile ya da zorunlu olarak bazı etkileşimlerin aktörü olur.

Dört ortam da ziyaretçi için yenilik unsurları içerir. Tema park ve resort oteller alıştığı günlük rutininin farklı ambiyanslar, tasarımlar, dekorlar, kostümler ve etkinlikler ile buluşturur. Müzeler ünik sanat eserleri ya da interaktif uygulamalar ile ziyaretçiye yeni deneyimler ve bilgiler sunar. Okul her gün öğrencilerin yeni bilgi ve beceriler edindikleri yerlerdir.

Okul günlük rutinin bir parçası iken diğer üç ortam belli bir frekansta gerçekleşmeyen, kişide anı biriktirme özelliği taşıyan, alışmadığı deneyimler sunma iddiasındaki ortamlardır.

Okul dışındaki diğer üç ortam çocuğun veya ailesinin serbest zamanlarında katılım sağlanan yerlerdir. Tüm dünyada çocuk gelişimi açısından okula gitmek bir zorunlulukken müze, tema park ve resort otellere gitmek kişilerin serbest zamanlarında tercih edebilecekleri seçenekler arasındadır. Herhangi bir zorunluluk olmadığı için okula göre cazibesinin daha yüksek olması beklenir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

BULGULAR

4.1. Geliştirilen Olgular

Araştırma kapsamında 5 tema, 18 kategori ve 60 alt kategori geliştirilmiştir. Tüm bu olgular Tablo 4.1’de hiyerarşik olarak listelenmiştir. “Çocuk Kulübündeki Değişim” diğer tüm tema ve kategorilerle ilişkilendirildiği için çekirdek olgu olarak belirlenmiştir. Tezin takip eden kısımlarında her bir başlığa yönelik olarak katılımcılar tarafından dile getirilmiş olan görüşler doğrudan aktarılmış ve kısaca özetlenerek açıklanmıştır.

Tablo 4.1 Geliştirilen Olgular Tablosu

TEMA	KATEGORİ	ALT KATEGORİ
Resort Misafir Olan Ailedeki Değişim	Resort misafirin karar süreci	Çocuğun karar vermedeki rolü
		Ailenin tekrar ziyaret kararı
		Diğer tatil olasılıkları ile kıyaslayarak karar verme
	Ailenin tatilden beklentileri	Ebeveynin kendine vakit ayırma beklentisi
		Çocuk için nitelikli serbest zaman beklentisi
		Otelden yenilik geliştirme beklentisi
		Ailenin değerli hissetme beklentisi
		Ailecek birlikte keyifli zaman geçirme beklentisi
		Ebeveynin tatilde çocuğunu mutlu görme beklentisi
	Ebeveynin kaygıları	Ebeveynin fiziksel güvenlik kaygısı
		Ebeveynin psikososyal kaygıları
	Çocuk misafirin ihtiyaçları	Çocuk misafirin anadil ihtiyacı
		Çocuk misafirin mutlu hissetme ihtiyacı
		Çocuk misafirin sosyalleşme ihtiyacı
		Çocuk misafirin özgür hissetme ihtiyacı
		Aktif olma ihtiyacı
		Odaklanma ihtiyacı
		Takdir edilme ihtiyacı
Konaklama Sektörü Dinamikleri	Global turizm trendleri	Dünyadaki diğer çocuk kulüpleri
		Genel global turizm trendleri
	Lokal dinamikler	Lokal rekabet ortamı
		Bölgesel eğilimler
		Kurumsal yaptırımlar
Destekleyen Sektörlerdeki	Teknolojik Yenilikler	Bulaşıcı hastalıklar
		İletişim teknolojileri
		Güvenlik teknolojileri

TEMA	KATEGORİ	ALT KATEGORİ
Dinamikler	Çocuklara Yönelik Endüstriler	Eğitim Endüstrisi Serbest Zaman Endüstrisi
Otel Üst Yönetiminin Kararları	Otel Üst Yönetiminin Genel kararları	Otel üst yönetiminin hedef kitle kararları Otel üst yönetiminin karlılık artırmaya yönelik kararları
	Otel Üst Yönetiminin Çocuk kulübüne özel kararları	Çocuk kulübü için yatırım kararları Çocuk kulübü için operasyonel kararlar Pazarlamada Çocuk Kulübünün Rolü
Çocuk Kulübündeki Değişim	Çocuk kulübü personel profilindeki değişim	Çocuk kulübü personelinin yabancı dil yeterliliği Çocuk kulübü personelinin eğitim düzeyi Çocuk kulübü personeline verilen hizmet içi eğitimler Personel sürekliliği Personel sayısı Personelin karakteristik özellikleri
	Çocuk kulübünün fiziksel değişimi	Çocuk kulübü mekanının fonksiyonel değişim Çocuk kulübü mekanının alansal değişim
	Çocuk kulübü yönetim yapısındaki değişim	Otonomlaşıma Netleşen görev tanımları Standartlaşan süreçler
	Çocuk kulübünde çocukla etkileşimdeki değişiklikler	Kayıt sistemi kurulması Birebir etkili iletişimin teşvik edilmesi
	Çocuk kulüplerinde yaş gruplarına özel uygulamalar	Yaşa göre özelleşen ortamlar Yaşa göre özelleşen etkinlikler
	Güvenli ortam sağlamaya yönelik uygulamalar	Fiziksel hasara yönelik önlemler Psikolojik hasara yönelik önlemler Anne baba ile iletişim kanalları
	Çocuk kulübünde sunulan hizmetlerin niteliği	Çocuk kulübünde sunulan hizmetlerin eğitsel boyutu Çocuk kulübünde sunulan hizmetlerin çeşitliliği Çocuk Kulübü Hizmetleri için program hazırlanması Çocuk kulübü hizmet süresinde değişiklik Çocuk kulübündeki hizmetlerin kalitesi Özgüven artırıcı etkinlikler Cazibe artırıcı özellikler
	Çocuk Kulübüne yönelik tedarikçiler	Hizmet alınan tedarikçiler Malzeme alınan tedarikçiler

4.2. TEMA-1: Resort Misafir Olan Ailedeki Değişim

4.2.1. Resort Misafirin Karar Süreci

4.2.1.1. Çocuğun Karar Vermedeki Rolü

Çocuk misafirin aile tatiline karar vermede önemli bir güce sahip olduğu ve ebeveynlerini ikna edebildiği sıklıkla dile getirilmiştir. Bu durum geçmişe göre daha belirginleşmiştir. Özellikle, çocuk misafiri memnun etmenin onun aynı oteli tekrar istemesine sebep olduğunun ve bu isteğini ailesine uygulatabildiğinin fark edilmesi vurgulanmıştır. Bu konu ile ilgili doğrudan alıntılar aşağıda verilmiştir:

“Çocuk hangi otele gidelim derse oraya gidiyoruz diyen aile çoğaldığı için patronlarımız da çocuk kulübüne çok önem vermeye başladı. Sadece çocuk kulübüne değil çocuk kulübü çalışanlarına, müdür ve şeflerine de önem vermeye başladı.” (K11)

“Çocuk belirliyor artık hangi yöreye hangi otele gidileceğini. Geçmişte böyle bir gücü yoktu çocuğun. Hediye bir çantamız var örneğin. O çantaya hayran oluyor. Ailesi istediği kadar söylesin farklı olasılıklar önersin, çocuk “hayır, ben şu otele gideceğim” diyor mesela. Geliyorlar buraya. Ailenin tatil planlamasını çocuklar yapıyor artık.

...Biz gelen misafirimize neden bizi tekrar tercih ettiklerini anket yaparak soruyoruz. Bizim tesisimizde %85-90 çocuk kulübü diyor. Farklı tesisler farklı yönleri ile ön plana çıkabilir. Ama bizim tesisimizde tekrar gelme sebebi genel olarak çocuk kulübü. Bu da çocuk bayağı etkili anlamına geliyor. Onları misafir ilişkileri istatistiksel olarak tutuyor.” (K4)

“Çocuğun tutturduğu her şey olur. Çocuğun tutturdu, oyuncakçıya gidilir. Çocuğun tutturdu, restorana gidilir. Çocuğun tutturduğu tatil yerine gidilir. Bu böyledir. Biz hepimiz çocuğun istediği şeyi (benim de bir kızım var) yapmaya gayret ettik.” (T1)

“Aile tatilindeki satın alma süreçlerinde kadının ve çocuğun majör öneminin olduğunu biliyoruz.” (S4)

“3 çocuklu bir aile misafirimiz geldi, öncelikle çocuk kulübünü gezdiler. Gecelik 10 bin € olan villayı 1 buçuk ay kapattılar. Ve bu sene tekrar geldiler. Herkes adı gibi biliyor ki bu etkiyi çocuk kulübü yarattı.” (K3)

“Hakikaten bu işin geleceği çocuk. Otelimize gelen bir çocuğu ben mutlu edersem bu çocuk en az 10 yıl bende. Yeni bir deneyim, benden daha iyi bir tecrübe yaşayınca kadar annesi babasını mutlaka o çocuk buraya getirecek.” (S2)

“Çocuk turizmi geleceğe yatırımdır. Biz tabi ki çocuklar bugünün ve yarının müşterisi. Bugün onların üzerinde iyi izlenim bırakırsak yarın buraya gelmeye istekli olacaklar.” (S3)

4.2.1.2. Ailenin Tekrar Ziyaret Kararı

Ailelerin memnun kaldıkları durumlarda aynı konaklama tesisini tekrar seçme eğilimleri olduğu gözlemlenmektedir. Bunun sebebi olarak ailelerin güven duygusuna, tesise olan aşinalıklarına, aynı yerde kalmanın kolaylaştırıcı etkisine vurgu yapılmaktadır. Bazı aileler için o tesisin adeta bir geleneğe dönüştüğü ve nesilden nesle aktarıldığı örnekler dile getirilmiştir. Bu eğilimin tesis yönetimleri tarafından fark edilmiş olması, yatırım kararlarını ve aktivite kurgularını da etkilemektedir. Bu konu ile ilgili doğrudan alıntılar aşağıda verilmiştir:

“On yıldır aynı tesise gelen aileler var. On yıldır aynı odayı görüyor. On yıldır aynı sahile gidiyor.” (K6)

“Çocuğu 4 yaşındayken ilk kez gelip bugün çocuğu teenager olan ve her yaz gelen misafirlerimiz var. Çocuğu mutlu olduğu için anne baba gelmeye devam ediyor. Hatta bizim büyüttüğümüz sonra ebeveyn olan misafirlerimiz var. Ben burada büyüdüm çocuğum da burada büyüyecek diyor.” (T1)

“Bazı çocuklar oluyor daha önce konakladığı için çocuk kulübümüzü biliyor ve çok seviyor. O çocuklar resepsiyondan geçip doğrudan buraya gelebiliyorlar.” (K4)

“Çok mutluyum. Bizimle büyüyen çocuklar var. Eski çalıştığım tesisten beri bizim ekibi takip eden, daha önceleri bebek beziyle gezdiğini bildiğimiz şu an koca adam olup golf oynayan misafirlerimiz var mesela. Senelerdir görüştüğüm aileler var.” (K2)

“Çocuklar eğer mini kulübe severek gidiyorlar anne baba da bunun farkına varıyorsa o oteller sürekli gidilen, her sene yeniden ziyaret edilen yerler haline geliyor. Bunu biz kendi sektörümüzde 2000’li yıllardan sonra daha da iyi anlamaya başladık. Çünkü çocuk mutluyrsa yine o tesisi istiyor. Ve seneye yine buraya gelelim dediği zaman babanın annenin başka bir şey yapma şansı yok. Artı bu gibi tesislerde benim kendi deneyimim şunu görüyoruz; birçok yeni seçilen destinasyon, yeni seçilen otelde gerçek tatilin başlaması 2-3 günü alıyor. 2-3 gün oryantasyon süreci, çalışanları oteli mini kulübü tanıma süreci, otelin içindeki işleyişi bilme süreci olarak geçiyor. Gittiğiniz başarılı konsepti iyi oturmuş ekibi sağlam otellerde bir sonraki sene tatile gittiğiniz zaman bütün bu süreçleri tekrar yaşamıyorsunuz. Çocuklar kapıdan girer girmez nereye gideceklerini biliyorlarsa, mini kulüp nerede biliyorlarsa, mini kulüpte çalışan Mehmet abisi Hülya ablası bunları biliyorlarsa çocuklar gider gitmez tatilleri başlıyor. Ve anne babalar da biliyorlar ki çocuklar mutlular. Bu süreç de ortadan kalktığı için 15 günlük tatil yerine 10 günlük tatil yaptığınızda nerdeyse aynı verimi alıyorsunuz. Bunu da artık öğrendi Türk otelcileri.” (S6)

“30 yıldır, otelimiz açıldığı günden beri gelen misafir var. Repeat misafir. İlk

geldiğinde adam 30 yaşındaydı. Adam geldi 65 yaşına. Çocukları gelmiyor torunları geliyor onunla. İlk geldiğinde çocukları 5-10 yaşındaydı şimdi torunları o yaşlarda. Yaş itibari ile hayatla bağları değişti. Daha sağlıklı yaşamak istiyor.” (S3)

4.2.1.3. Diğer Tatil Olasılıkları İle Kıyaslayarak Karar Verme

Mülakat yapılan katılımcılar, ailedeki bütün üyelerin ihtiyaçlarının aile tatiline karar vermede belirleyici olduğunu dile getirmiştir. Resort otellerin diğer tatil olasılıkları içinde bu açıdan avantajlı olduğu çünkü hem çocuğun hem ebeveynin ihtiyaçlarının gözetildiği vurgulanmıştır. Burada evrim süreci içinde her şey dahil sisteminin yaygınlaşmasına da vurgu yapılmaktadır. Ailelerin değişken maliyetler konusunda hassas bir kitle olduğu şeklinde bir tespit dile getirilmektedir. Misafirin resort oteller arasında tercih yapmasında ise deneyimleri yol gösterici olmaktadır. Bu konu ile ilgili doğrudan alıntılar aşağıda verilmiştir:

“Aileler diğer olasılıkları da göz önünde bulundurarak tatil kararlarını şu şekilde veriyorlar: 1. Konaklama imkanlarının çocuklu ailelere uygun olması. 2. Çocuk yaşlarına verilen özel indirimlerin dünyada en uygun olduğu ülkelerden bir tanesi olması. 3. Çocuklara olan hizmetin yiyecek – içecek ve eğlence konusunda arzın talebin bütün ihtiyaçlarını karşılıyor olması. Bu sebepten dolayı çocuklu aileler paket turların %67 sine varan oranlarda Antalya’yı ve resort bölgeyi tercih ediyorlar.” (S5)

“Araba alırken çocuklarımızı düşünüyoruz, Ev alırken okula yakın olur mu, farklı yeşil alan var mı diye tercih ediyorsunuz. Doğal olarak tatilde de çocuk rahat ve mutlu olacaksa siz de tatil için o oteli ya da tesisi tercih ediyorsunuz. Yeni satın alma tercihleri neredeyse tamamen çocukların ihtiyaçlarına yöneldi.” (S1)

“25 yıldır çocuk kulüpleri alanında çalışıyorum. İlk önce yarım pansiyon olarak başladım. Yarım pansiyonda çocuk kulüplerinde çalışırken bizim verdiğimiz bir kola bile çok kıymetliydi. Biz yarışma şeklinde yaptığımız aktivitelerde çocuklara bir kasa içecek hediye ederdik. Ve yarım pansiyonda o çocuğa hediye ettiğimiz bir kola inanılmaz mutluluk verirdi. Ama sonra bu her şey dahil sisteminin turizm hayatına girmesiyle aslında çocuk kulübü de yükseldi. Çünkü aileler tercihlerini çocukla en fazla ucuza ne yerim içerime getirdiler. Hatta aileler bence çocuktan öncesi çocuktan sonrası diye lokasyonlarını değiştirebiliyorlar. Tercihleri değişebiliyor. Çocuk olmasa biz aslında gideriz şurada yarım pansiyon kalırsız diyen çok duydum. Ama işte 2 çocuk olmuş 3 çocuk olmuş. Artık onlar çocukla ne kadar rahat yiyip içebilir, ne kadar rahat edilebilir kısmını öncelikle düşünüyor.” (K5)

“Sizi kıyaslayacak misafir benzer segmentteki otellerde daha önce kalmış misafirdir. Yani alım gücünden dolayı benzer kalitedeki otelleri birbiri ile kıyaslar.” (K3)

4.2.2. Ailenin Tatilden Beklentileri

4.2.2.1. Ebeveynin Kendine Vakit Ayırma Beklentisi

Ebeveynlerin çocukları ile birlikte çıktıkları tatilde de dinlenebilme, yetişkin eğlencelerine katılabilme, anne-baba sorumluluklarından ve yorgunluğundan arınabilme gibi beklentileri olduğu; bu beklentilerin çocuk kulübü hizmetlerini, çalışma saatlerini ve daha birçok konuda aile turizmini şekillendirdiği ifade edilmiştir. Arzın kapsamı arttıkça talebin de bu doğrultuda arttığı ve farklı profilde beklentileri olan aileleri de kapsayacak hizmetler üretilme çabasında olduğu dile getirilmiştir. Bu konu ile ilgili doğrudan alıntılar aşağıda verilmiştir:

“Bir aile bir tesise niye gelir? Bir yetişkinin çocuğu varsa çocuğundan bağımsız da durabileceği bir tatili hedefleyerek gelir. Bu demek değil ki on gün boyunca çocuğu hiç görmeyecek. Hayır. Görmediği anda çocuğunu emanet edebileceği keyifli vakit geçirdiğine inandığı bir yeri tercih eder. O yüzden mini kulüp turizm geliştii.” (K6)

“Biz mesela kendi otellerimizde “stress-free” diyoruz buna. Bu stress-free ne demek; aile çocuğunun güvende olduğunu bilsin. Uzun saatler kafası rahat etsin. Aile ne kadar rahat ettirilirse bu kıymetli oluyor aile için. Otel seçeneklerinde de tatil seçerken de buna dikkat ediyorlar.

... Sizin güvenebildiğiniz bir çocuk kulübü yoksa o fine dining restoranda ne kadar oturabilirsiniz yani? Ya da o şovu ne kadar izleyebilirsiniz? 4 yaşında bir çocuk var. Şovdan da bir şey anlamıyor. Masanızda da sürekli paçanıza yapışiyor. İstedığınız kadar dünyanın en iyi et lokantasını yapın. Aile onu huzurla yiyip içemedikten sonra bir önemi kalmıyor. Bu noktada çocuk kulüplerinin önemi arttı.

.... Her aile için söylemiyorum ama kimi aile diyor ki çocuk benden gitsin de, ne yaparsa yapsın. Çocuk kulübünde güvende oturuyor mu, ister ipadiyle ister telefonuyla oynasın ben 8 saatin sonunda, 17 saatin sonunda çocuğumu tek parça geri alayım yeter. O yüzden de ailelere de direnmiyoruz. O 17 saatin 3-5 saatini de ipad ile oynayabilir. Aile için sorun yoksa bizim için hiç yok.” (K5)

“Hiç çocuğumu bırakmam mini kulübe diyen bir aile vardı. Bana bir şans verin dedim. Kadın artık bizden başka hiçbir yere gitmiyor.” (K2)

“Çocuk kulübümüzün amacı tatile gelen misafirlerin çocukları varken çocukları yokmuş gibi tatil yapabilmelerini sağlamak. Aile bırakıyor sabah saat 9'dan gece saat 12'ye kadar bizde. Dilediği zaman alabiliyor.” (S1)

“Ebeveynlerin çok büyük çoğunluğu tatile çocuklarını unutmak için geliyor.” (T2)

“ “Durmaz ama” deyip tedirginlikle kapıdan çıktıktan 2,5-3 saat sonra mini kulübün

öğle yemeği arası “buyurun çocuğunuzu alabilirsiniz” dendiğinde o misafirin yüzündeki “nasıl yaptınız ya, kreşe sokamamıştık biz bunu” ifadesi görülmeye değer. Burada işte hem eğlendirip aynı anda da öğretiyoruz. Anneden ayrı da kalabileceğini öğreniyor.” (T1)

“Çocuklarda da erkenciler ve geçciler var. Bazı çocuk gece 1 de uyuyor. Anne baba onu bir şekilde oyalamak durumunda. Biz onların da azınlığın da konforunu düşünmek zorundayız. Misafirler için de tercih sebebi oluşturan bir konu.

...Mesela Türk misafirler daha yakın temasta olmak istiyor. Çocuğu çok gözetim altında olsun istiyor. Bırakıyorsa bile sık ziyaret ediyor, sık görmek istiyor. Veya yanından ayırmıyor. Ruslar bu konuda çok daha rahatlar. Hatta bazı profiller sabah bırakayım mümkünse gece alayım modundalar. Hepsinin kendine göre farklı bir tarz ve durumları var.” (S4)

“Verilen hizmet hep sürekli gelişti. Aile istedi bunları. Çünkü hep birbirine bağlantılı. Animasyon çok şey verdikçe aile de katılmak istiyor. Çocuğumu teslim edeyim çocuk kulübüne sonra gideyim programa katılayım diyor. Ebeveynler de tatil yapmak istiyor, onlar da dinlenmek istiyor. 1-2 yaşındaki çocuğuyla evde hep 24 saat beraber. Tabi ki anne baba çocuğunu güvenilir, sağlıklı, iyi eğitilmiş bir eğitime bir bakıcıya verdiği zaman gönül rahatlığıyla 1-2 saat plajda yatabiliyor ya da 1-2 saat akşam eğlencesine katılabiliyor. Bu ihtiyaç olduğundan dolayı bebek odaları çıktı.

... 90’ların sonlarında her şey dahil yaygınlaştı. Ondan öncesinde otel yarım pansiyon iken çocuk baba bana dondurma al, baba kola al, baba susadım bir su al... hep bir alış veriş. Hep anne hep baba... o şekilde. Bir de zaten çocuk kulübü çalışma saatleri farklıyken, 12-2 arası mini kulüp kapalıyken anne babaların ilgilenmeleri gerekiyordu zaten. Haydi tekrardan anne baba. Kayıt da alınmıyor o zamanlar.” (K4)

“Avrupalı aileler yanlarında oyuncak, oyun getirirlerdi. Uno gibi masa kart oyunları, ya da beach ball, badminton, frizbi gibi oyuncakları getirip kendi kendilerini eğlendiriyorlardı. Yetişkinler de çocuklar da daha rahattı. Bir dart oyununa küçük bir çocuğun katılması bir yetişkini rahatsız etmiyordu, ben büyüğüm bununla beraber mi oynayacağım diye bir karpis yoktu. Aile boyu da eğlenilebiliyordu aktivitelerde.” (K8)

“Bazı ebeveynler çocuk kulübünü çocuklarını bırakıp gitme yeri olarak görüyor. Hiçbir detayla ilgilenmiyor. Burası eski bir kulübe de olsa çocuğu atabilecek insanlar var, umurunda değil konsept falan.

... Bir keresinde bir kadın 3 çocuğunu bıraktı gitti. 7, 5 ve 1 yaşında çocuklar. Sabah 9’dan akşam 7’e kadar gelmedi. 1 yaşında çocuk. Anneyi istiyor. Artık harap oldu içi dışına çıktı ağlamaktan. Anneyi aradık, telefonuna cevap vermiyor. Bu bir insanlık suçudur. Aldık

dolaştırdık, yapmadığımız komiklik kalmadı bebeği güldürmek için. Çocuğun ihtiyacı var anneyi istiyor, memede daha çocuk. Karnı acıktı. Yemek yedirmeye çalıştık, mecbur bir saatten sonra hazır mamalar aldık getirdik. Ben genel müdür olsam alırım o kadını kapının önüne koyarım. Bir şeyi olmalı. Ama bizde yok.” (K3)

“(Çocuk kulübü olmasaydı...) Düşünsenize yeni evlisiniz ya da birkaç yıllık evlisiniz çocuğunuz var çarşıya gideceksiniz gidemiyorsunuz, yemeğe gideceksiniz gidemiyorsunuz ya da bir şey yapmak istiyorsunuz yok, öyle bir şey yok.” (S2)

“Bütün sektörlerde olduğu gibi turizmde otelcilikte de misafir beklentileri ve misafirin istekleri her geçen gün bizim daha fazla merkeze koymamız gereken, başarının yapıtaşı olan konu. Burada yıllar içerisinde hepimiz gördük ki çocuklar gittikleri tesislerde mutlu oluyorlar anneler babalar da aynı şekilde tatillerinde zamanlarını kendileri için değerlendirebiliyorlar.

... Bir şey oluyor özel bir gün özel bir eğlence oluyor. Aileler çocuklarını mini kulüplere gece bile bırakabiliyorlar.” (S6)

“Tatile gelen 2 çeşit misafir var. Biri: “Benim çocuğu benden al ne yapıyorsan yap hiçbir önemi yok. Sadece tatilimde çocuğu görmek istemiyorum.” diyen misafir.” (T4)

4.2.2.2. Çocuk İçin Nitelikli Serbest Zaman Beklentisi

Ebeveynlerin çocuklarının çocuk kulübünde geçirdiği zaman içinde ne ile ilgilendikleri, geçirilen tatil zamanının onlara herhangi bir katma değer yaratıp yaratmadığı konuları her geçen gün daha da sorgulanan başlıklar halini almıştır. Bu beklenti çocuk kulüplerinde çok sayıda faktörü etkilemiştir ve bu etki devam etmektedir. Bu konu ile ilgili doğrudan alıntılar aşağıda verilmiştir:

“Onlar bize en kıymetlilerini bırakıyorlar daha ötesi var mı? O kıymete biz eğer bir şey katabiliyorsak bizde kıymetli oluruz onlar için... Bir anı bırakıyoruz. O anıyı yaparken de belki bir şey öğretmişizdir çocuğa. Bizden bir şeyler katabilmek için hani ailesinin de bunu fark edebilmesi için. Yani bir farkındalık yaratabilmek için çabalarız. Çocuğun aklına bir şey takabilmek, bir anı bırakabilmek, bir beceri bırakabilmek gibi.” (T1)

“Özellikle yurt dışından gelen misafirler güneş ve deniz için geliyor, daha çok dış alanı kullanmamızı istiyor. Çocukların telefonları resepsiyonda kalsın diye uğraşıyoruz. Yoksa çocuk telefonu bırakmıyor. Telefonu olmadığına diğer etkinliklerle daha güzel ilgilenebiliyor.” (K1)

“Aile şunu sorguluyor: bizim gibi beş yıldızlı bir tesis ne verebiliyor çocuğa? mesela iki hafta içinde harikalar yarattığımız çocuklar var. Normalde mesela çocuk çok konuşkan değildir. Karakteristik özelliği çok girişken değildir. Ama böyle bir çocuğun sahneye çıkması

belki onun için dönüm noktasıdır. Aile diyor ki “Çocuğuma bunu nasıl yaptırdınız? Pes yani... okul gösterisine katılmadı” diyor.” (K2)

“1 ay kalan bir misafir örneğin, çocuğunu 1 ay önceki durumu ile kıyaslayıp gelişimini gözlemleyebiliyor. Bunu takip ediyor.” (K6)

“Spor dalları ya da aktivitelerde çocuklar kendilerine bir şey kattığı zaman bu ailenin hoşuna gidiyor.” (S1)

“Ailelerin en çok öncelik verdikleri çocuğun eğlenmesi. Hijyenik, güvenli bir alan olsun. Çocukların eğlenmesi gülmesi ve fiziksel olarak aktivitelere katılması sağlansın. Yani enerjilerini atmalarını istiyorlar aileler burada. Burada tabi ki daha çok eğlence ağırlıkta. Tabi ki farklı oyunlarımız var. Zeka geliştirici fizik geliştirici oyunlara da katılabiliyorlar. Çevreye duyarlılık. Doğa ile iç içe olma. Mesleki eğitim atölyelerinde çeşitli meslekler hakkında eğitim veriyoruz. Şimdi hem eğitim hem eğlence şeklinde.” (K4)

“Çocukların kulüpte uzun saatler kalması ile sunulan etkinliklerin derinliği ve niteliği de arttı. Biz atölyelerimizde çok fazla etkinlik yaptırıyoruz ve bu etkinliklerde hep çocuğa farkında olmadan birşeyler öğrenebileceği imkanlar yaratıyoruz. İnce motor becerilerini kullanabilecekleri, merak edebilecekleri, keşfedebilecekleri çok fazla olanak sunuyoruz. Öğrenmenin ve aktif olmanın tadını çıkarıyorlar.” (T3)

“Playstation gibi lunapark gibi tüketici etkinlikler değil çocukları ile birlikte üretebilecekleri etkinlikler... Örneğin bir seramik etkinliği. Bir eseri birlikte çocuğuyla yapıp onu evinde bir köşeye koymak. Birlikte üretebilecekleri etkinlikler olmasının dijitalleşmeden uzaklaşma konusunda son derece büyük katkı sağlayabileceğini düşünüyorum.” (K9)

“Hikâye kurmanız lazım. O hikâyenin gerginliğinin çatışmasının olması lazım. İnsanı motive etmesi lazım. Yetişkin için de böyledir, oyun kurmanın esprisi budur.” (K3)

“Animasyon deyince ilk akla gelen gece 21:30 daki sahne şovuydu. Sonra biraz vakit geçti aileler dedi ki biz çocuklarımızı da sahnede görmek istiyoruz. Sonra haftada 1 çocuk şovu yapılmaya başlandı. Otelde konaklayan misafirin çocuğunu biz sizden alıyoruz gün içinde eğitiyoruz biz o çocukları eğitmenlik yapıyoruz. Bu çocukları akşam sahneye çıkarmaya başladık ve bu acayip tutmaya başladı. Sonra bu ortaya çıktıktan sonra mini disko diye bir kültür oluştu tüm sektörde. Her otelde var. Oteldeki tüm çocukların beklediği sonra gidip orda deli gibi zıpladığı bir aktivite var ki müthiş eğlenmeye başladılar.” (S2)

“Ebeveynlerin tatile geldiklerinde beklentileri şu oluyor çocuk kulüplerinden. Birşeyler denesinler çocuğumun bir yeteneğini keşfetsinler. Çocuk kulübündeki arkadaşı pedagog gibi görüyor. Kendisinin görmeyip onun gördüğü bir şey olabilir mi diye merak ediyor. Şunu bekliyor; sizin çocuğunuz yüzmeye çok eğilimi var. Yüzmeye yönlendirin. Ya

da futbola çok ilgisi var bu konuya vakit ayırın. Ya da çocuğunuz el sanatları konusunda çok yetenekli... böyle beklentiler içerisinde giren aileler var. Daha çok bu konu spor üzerinden gidiyor şu anda. Çocuğun yüzme gibi tenis gibi bir konuda gelişim göstermesi. Çünkü şu anda arz bu yönde. Bunun değişebileceğini, çeşitlenebileceğini düşünüyorum.” (T4)

4.2.2.3. Otelden Yenilik Geliştirme Beklentisi

Misafirlerin geçmişe kıyasla daha talepkâr olduğu, yüksek tekrar ziyaret oranlarının da etkisi ile oteli önceki sezonu ile rahatça kıyaslayabildiği, hizmet kalitesindeki azalmaya müsaade etmediği, sürekli yenilik beklediği şeklinde yorumlar alınmıştır. Bu konu ile ilgili doğrudan alıntılar aşağıda verilmiştir:

“Yenilik varsa misafir tekrar gelmeyi istiyor.

... El işi aktiviteleri, eğlenceli oyunları da her sezon değiştiriyoruz. Mini discoyu da değiştiriyoruz oyun ve müzikler şeklinde. Her şeyi komple değiştirelim dedik ama misafirler alıştıkları şeyi soruyorlar, o yüzden tamamen bir değişiklik yapamıyoruz. Özellikle aram zamzam parçası favori.” (K1)

“İş zor ve daha da zorlaşıyor. Otellerde gelir seviyesi yüksek insanlar konaklıyor. Kültürel farklılıklar ya da çocuğa vakit ayırma şekli farklı aileler olabiliyor. Misafirler genel olarak çok doyumsuz oluyorlar. Gerçekten doyumsuzluk ve hızlı tüketmenin olduğu bir dönemdeyiz. İşte çocukla ilgili çalışırken buna uyum sağlamak gerçekten zorlaşıyor.” (K2)

“Yerinde saymaya başlayan her şey tükenmeye mahkumdur. Örneğin bundan on yıl önce zarf aktivitesi animasyonun en çok talep gören aktivitesiyken şu an talep görmemeye başladı. Çünkü sıkıldı insanlar.” (K6)

“Bizim repeat gelen misafirlerimiz var. 4 yıl peş peşe yaparsanız artık bilen çocuk doğrudan havuz başına gelip sandığı aramaya başlıyor. Farklılık isteniyor. Sürekli devam eden programlarımızı güncelliyoruz.” (K4)

“Repeat misafirlerimiz çok fazla. O da ayrı bir sorun aslında. %60 burası. Bayramda falan %72 e çıktığı oluyor. Bu da misafirin sizden beklentisini çok artırıyor. Geldi misafir başka bir yerde görmediği şeyi gördü. Vaov dedi. Bundan sonra ikinci yıl ne yapacağınızı bilmiyorsunuz o misafire. İlk yıl vaov yaptırmışsınız, ikinci yıl bir önceki yılın daha üstünü yapmanız lazım ki üçüncü yıla yatırım yapalım.” (K5)

“Misafirin motivasyonu varsa konuşur. Örneğin çocuk kulübünde şu oldu bu oldu, şurası öncekine göre daha iyi olmuş ama şunu daha iyi yapabilirsiniz gibi yorumlar yapıyorlar. Geçmişte yapılan bir işi tekrar da isteyebiliyorlar, örneğin geçen sene judo vardı neden bu sene yok diye şikayet edebiliyor. Misafir oldukça talepkâr açıkçası.” (K3)

“Çocuk kulübü yöneticisi olduğum dönemde her sene yenileniyorduk her sene bir program oluşturunuyorduk. Standart değildi.

...Önceleri talep yoktu. Talep sonradan oluştu. “Geçen sene Akdeniz’de şu tatil köyüne gittik, orda şu animasyon vardı sizde niye yok?” diye başladığı zaman kıpırdanmalar oldu. Yapıcı eleştiri olarak görüldüğü içinde aksiyon alıp bir şekilde yerine getirmeye çalışıyorduk.” (K8)

“Z kuşak başka bir kuşak. Bir z kuşak babası olarak zorlanıyorum. Çünkü beklentileri çok farklı yaşam şekilleri çok farklı. Yine onlar belirleyecek nereye gideceğimizi. Çok dijital olacağı kesin. Başka türlü olmayacak. Bu saatten sonra bu çocukların ellerinden bu telefonları bu tabletleri bu bilgisayarları alamayacağız. Mümkün değil. Ya da bunun yerine ne çıkacaksa bundan sonra, ona uygun güncellemeleri yapmak durumundayız.” (S2)

“Yeni fikirlerin önemi büyük. Çocuk kulübü yöneticisi için tecrübe tek başına bir şey ifade etmiyor. Pedagojik bilgisi iyi olmalı, gündemi takip etmeli, kendisini sürekli yenilemeli ve yeni fikirler üretebilmeli. Sahnede önceden görmediği, ilginç ve yeni şeyler ilgisini çekiyor. Önceden bedenle yapılan akrobatik hareketler mesela çok revaçtaydı. Şu anda o kadar ilgi çekmiyor. Şov grupları bu konuda çok tıkanıyor.” (T4)

“Çalıştığımız tesisler aileye öncelik veren ve kalite anlayışı yüksek olan oteller oldukları için repeat oranları çok yüksek. Bu tesislerle çalışmaya devam etmek istiyorsak her sene yenilik yapmak zorundayız. Sunduğumuz bir işi bir sonraki sezon aynen sunamayız. Mutlaka yenileşmeli, güncellenmeli, niteliği artmalı.” (T3)

4.2.2.4. Ailenin Değerli Hissetme Beklentisi

Misafirlerin kendini ve çocuğunu değerli hissetmeleri durumu memnuniyete, aksi durum şikâyetle rahatlıkla yol açabilmektedir. Çocuklu bir yetişkini değerli hissettirmek de değersiz hissettirmek de kimi zaman çok kolay olabilmektedir. İşletmeler istemeden de olsa değersizlik hissi yaratabilmektedir. Misafirin özel hissedeceği, bireysel temasların destekleneceği çabalar üzerinde durulmaktadır. Bu konu ile ilgili doğrudan alıntılar aşağıda verilmiştir:

“Gösteri sırasında bir profesörün sahneden aşağı inmesi! Çocuk önemli hissediyor kendini. Aaa bana geliyor diyor mesela içinden. Aa inanmıyorum beni seçti diyor bana dokundurdu. Aslında burada sadece şov değil orda çocuğun kendini değerli hissetmesi çok önemli.” (K2)

“Tüm personelime hiçbir şey bilmeseler bile bir boya kaleminin bile ne kadar kıymetli olduğunu o çocukla o iletişime geçtiğinizde kendini önemsenmiş hissettiğini ve bunun ailenin

anketine, ailenin mutluluğuna yansıdığını öğretiyorum. Şu an memnuniyet oranım yüzde doksan beş.” (K6)

“Seramik bugün olmazsa yarın olur diyoruz. Ek saatler gerektiğinde koyuyoruz. Hiç kimse nasıl olmaz demedi tam tersi saygı duydu. Benim çocuğumla bire bir ilgilenildi şeklinde mutlu oldu. Ahşap atölyesinde 1 eğitmen var 5 çocuk kapasitesi var. Süresi doldu etkinlik devam ediyorsa kalk git demiyoruz. İsterse devam edebilir ya da ertesi gün devam edebilir. Bu özel hissettiriyor insanlara.” (S1)

“Planda çocuğu bırakıp gitmek var ama konsepti atölyeleri olanakları profesyonelliği ve işin ne kadar ciddiye alındığını görünce olduğu yere çakılıp kalan, gidemeyen ebeveynler oluyor.” (K3)

4.2.2.5. Ailecek Birlikte Keyifli Zaman Geçirme Beklentisi

Yapılandırılmış ve güvenli bir ortamda çocukları ile neşeli anılar biriktirmek bazı ebeveynler için en önemli tatil beklentilerinden biridir. Bu ihtiyaca yönelik olarak çocuk kulüpleri ebeveyn ve çocuğun entegrasyon sağlayabileceği ortamlar geliştirmektedir. Ebeveynlerin bir zorunluluk olarak değil, kendi gönüllü tercihleri ile katılım sağlayabildikleri ortam ve etkinlikler yaratmak; bu birlikteliği sağlarken bile hiçbir sorumluluk yükü oluşturmamak ve ebeveyni de etkinliğin içine çekerek mutlu hissettirmek değerlidir. Bu konu ile ilgili doğrudan alıntılar aşağıda verilmiştir:

“3 yaşında çocuğu olan anne de geliyor çocuğu ile birlikte yapıyor. 2 yaşındaki de geliyor. Veliler de bizimle oturup bu aktivitelere katılabiliyorlar.” (K2)

“Aile ile çocuk günlük hayatta genelde birlikteler ama birlikte vakit geçirmiyorlar. O okula gidiyor. O işe gidiyor. Akşam ikisi de yorgun geliyor. Herkes dijitalini eline alıyor. Televizyon izleyen televizyon ya da telefon izleyen telefon. Birbirlerinden ayrışıyorlar. Otelde de bir sürü imkan ve olanak varken çocuğunu bırakıp gittiği zaman yine bir araya gelmemiş oluyor. İstiyoruz ki sahilde güneşlenen anne baba gideyim çocuğumla yemek yiyeyim diyebilsin ve buraya gelsin. Normalde çocuğu alıp götürüyorlardı yemek yemeye. Çünkü mini kulüp restoranlarında çok çeşit olmaz. Ya da anne baba o orada yesin, ben buradan gitmeyeyim diyebiliyordu. Yine entegre sağlanmıyordu. Biz aslında anı biriktirmelerini istiyoruz. Geliyor burada onunla birlikte yemek yerken 1-2 saat vakit geçiriyor. Aquapark tasarımıımızı da birlikte eğlenebilecekleri gibi yaptık.” (S1)

“Hep beraber bir pizza yapıp onu yediklerinde ailelerin mutluluğu. Çocukların ilk defa yaşadıkları ağaç dikme kampanyasına yıllar sonra tekrar gelip katılmaları. Bunlar aile ile çocuğun birlikte mutlu olduğu, ortak anılarına katkı sağlanan olaylara örnekler.” (S5)

“Çocuğu getirip atıp çocuk burada benden ayrı tatil yapsın ben kafamı dinleyeyim tarzında bir yaklaşımdan çok daha ziyade çocuğuyla birlikte eğlenmeyi anne babanın keşfetmesini isteriz. Çünkü zaten iş yaşantısı, okul hayatı, tabletler, yeni teknoloji zaten birbirlerinden son derece kopuk bir yaşam biçimine doğru itilmiş durumda insanlar. Biz de burada çocuğuyla birlikte nasıl eğlenebileceğini, bunun nasıl zevkli olduğunu gösterip kendi çocuğuyla kaliteli zaman geçirebilmenin metotlarını sunuyoruz. Bu deneyime katıldığı zaman da bunun gerçekten korkulacak bir şey olmadığını çocuğun tatilde bir yük değil tam tersine çocukla birlikte olmanın nasıl keyif verici faaliyetlere zemin hazırladığının heyecanını yaşatmak istedik insanlara. Bunun çok daha kalıcı olacağını ve o deneyimin çok daha unutulmaz olacağını göstermeye çalışıyoruz.” (K9)

“Biz aile ve çocuğa anlamlı ve beraber kaliteli zaman geçireceği alan yaratacağız demiştik ve çok güzel bir şekilde bütün atölyelerimizde aile dolu. Havuz, bahçe, restoran her yerde aileler var. Çok keyif alıyorum aileyi çocukla görünce. Bakın belki biz ailelerin hayatına dokunuyoruz daha önce fırsat bulmadıkları beraber zaman geçirme fırsatı veriyoruz. Yepyeni bir deneyim yaşıyoruz belki. Bu evrimin çok güzel bir aşaması. Annenin babanın burada işi yoktan anne baba birlikte ye geçiş.”(K3)

“Bizim anne babayı hiç görmediğimiz, sadece bakıcısını gördüğümüz çocuklar var. Ama çocuğu ile çocuk kulübünde dahi hiç çocuktan ayrılmayan anne babalar da var.” (K5)

“Tatilde ebeveyn ile çocuğun bir arada ortak anı biriktirmelerini istiyorsak, tesisin misafirini mutlu etmek için böyle bir amacı varsa etkinliklerin mutlaka ebeveynin de keyif alabileceği şekilde oluşturulması gerekiyor. Bunun da yolu niteliği artırmak. Malzemeleri, sunuşu, personeli, ambiyansı ile bütüncül ve uzmanlaşmış aktivitelere yer vererek ebeveynleri cezbedebiliriz.” (T3)

4.2.2.6. Ebeveynin Tatilde Çocuğunu Mutlu Görme Beklentisi

Çocuğun mutluluğunu izlemek bir aile için büyük değer taşıyan, keyif veren, mutluluk veren bir olaydır. Çocuğun mutsuzluğu ise özellikle tatil ortamında bir aile için kâbus yaratabilecek ağırlıkta olabilir. Bu nedenle çocuğu mutlu etmek, çocuk kulübüne istekli ve mutlu gelmesini sağlamak, bu mutluluğu ebeveynlerinin de görmesi çocuk kulüpleri için neredeyse varoluş amaçlarını ifade edecek öneme sahiptir. Bu konu ile ilgili doğrudan alıntılar aşağıda verilmiştir:

“Çocuk kulübü bundan 10 yıl önceye gittiğimizde sıfırdı. Çocuk kulübü küçük bir odaya ayrılmış. Oyuncaklar. 2-3 eleman. Mini diskosu. Bitti. Yani geldiğimiz yerin tek nedeni

canımız ailelerimiz. Sağolsunlar. Çocuğumuz mutluydu biz de mutluyuz dedi. Seçimini ona göre yaptı ve tabi patronları etkiledi. Ne kadar önemli olduğunu anladılar.” (K11)

“Family satmak nedir? Bir ailenin mutluluğunu sağlamaktır. Bir aile bireyleri çekirdek aileden yola çıkarsak; anne, baba ve çocuk. Şimdi anne ve babayı sadece mutlu etmek zaman içerisinde görüldü ki yetmiyor. Çocuğu da mutlu etmek lazım. Çocuğun mutlu olması tek başına neredeyse yeterli.” (T1)

“Önce çocuğu mutlu etmelisiniz ki aile mutlu olacak. Ailenin mutlu olması tabi ki önemli. Sonuçta burası ticari bir yer. Puanlar açısından beni değerlendirecek keşke çocuklar olsa ama aileler. Ben aslında çocuklarla çalışıyorum ama annenin ne hissettiği de burada önemli oluyor. O çocuk o heyecanı yaşıyor mu, sahnede mutlu mu, ertesi sabah yine bana gelecek mi aile bunlara bakıyor. Bana anne geri dönüp. “Ya çocuğum çok mutluydu. Mini kulüpten hiç çıkmadı” diyorsa evet ben başarılıyım. Ya da bi çocuk havuz yerine beni tercih ediyorsa ben başarılıyım. Ya da öğlen yemeğini ailesiyle yemek yerine buradaki ablalarıyla yemeyi tercih ediyorsa ben başarılıyım.” (K2)

“Bahçede çocuklara yaptırdığımız yarışmalarda aileler de oradaki banklara oturup çocuklarını izleyebiliyor.” (S1)

“Çocuk diyelim 8-10 saat duruyor, gece 11 olmuş yorulmuş. Ya da 1-2 saat durmuş çocuk çok mutlu ama biliyorsunuz çocukların ruh halleri çabuk değişir. Örneğin yanındaki en sevdiği beraber oynadığı arkadaşının annesi gelip alıyor çocuk birden ağlamaya başlıyor. Biz aileleri ne zaman arıyoruz? Bir problem çıktığında arıyoruz. Bu sefer aile geliyor resepsiyonda çocuğunu ağlarken buluyor. Geçmiş 5 saati untabiliyor o an. 5 saattir çocuğum ne yapıyor unutup ve resepsiyonda ağlayan çocuğuyla karşılaşıyor. Eğitimcilerimize çocuğu nasıl gönderdiklerinin çok önemli olduğunu söylerim hep. O yüzden de orda hemen çocuktan önce olayı siz anlatın derim. O aslında bütün gün şu oyunları oynadı, eğlendi vb. anlatın. Çünkü aile çocuğu ağlayarak görüyor. Çocuğun elinde o gün ürettiği bir şeyin olması da bu süreçte destek oluyor.” (K5)

4.2.3. Ebeveynin Kaygıları

4.2.3.1. Ebeveynin Fiziksel Güvenlik Kaygısı

Ailelerin çocuklarının güvenliği konusunda geçmişe göre daha kaygılı oldukları belirtilmektedir. Katılımcılar, ebeveynlerin geçmişte çocuklarının güvenli bölgelerden çıkmalarının olası olumsuz sonuçlarını düşünerek fazlaca telaşlanmadıklarını, kaygı düzeylerinin bugüne göre büyük oranda düşük olduğunu dile getirmektedirler. Ailelerin

çocuklarının beslenmelerine ve ortamın hijyenine verdikleri önem de sağlık açısından kaygıları ile birlikte artmaktadır. Bu konu ile ilgili doğrudan alıntılar aşağıda verilmiştir:

“Şimdi ben kendi geçmişle kıyaslıyorum... Kendi çocukluğumu, benim çocuğumu yetiştirdiğim zamanı ve şimdiki çocukların yetiştirdiği zamanı karşılaştırıyorum. O kadar farklı ki. Güvenlik kaygıları açısından çok farklı. Yani biz sokaklarda büyüdük yazları. Şimdi sitenin bahçesine indirmeyi düşünüyor aileler. Aslında git gide güvenlik yüzünden kısıtlanan çocuk hayatları söz konusu.” (T1)

“Eskiden çocuk kendi başına gelirdi. Aileler “bak evladım kaydırakların altında şezlongta yatıyoruz” der ve gönderirdi. Çocuklar tek başına geliyordu etkinliğe katılıyordu ya da canı istemedi çıkıp gidiyordu. Büyük bir olumsuzluk yaşanmadı ama düşünürseniz tehlikeliydi aslında. Ailesi onu mini kulüpte zannettiği sırada çocuk bir havuza düşebilir. Kaydırağa çıkabilir. Yaşına uygun olmayan bir havuzda kayabilir. Ailesi bize “ben gelene kadar bırakmayın” derse gözümüz çocukta olabiliyordu. Ama tam bir güvenlik olmuyordu. Artık çocuğun güvenliği, ailelerin güvende hissetmeleri çok ön plana çıkmış durumda.” (K4)

“Yıllar önce, eski otelimdeyken otel dışında etkinlikler de yapıyorduk. Korsan aktivitesi mesela. Gemiye biner Alanya’ya giderdik. Bir plan çizerdik, mesela biz hepimiz korsanız. Tabi ki isteyen anne baba da geliyor. Gelmeyenlerin çocuklarını emanet alıyoruz. Tam gün, yaş sınırimız vardı 6 yaş üstü şeklinde. 50-60 çocuk katılırdı. Biz kostümler ile hazır olurduk. İmitasyonlarımız vardı rom için, korsan eşyaları için. Bob Marley müziklerimiz falan çok eğlenceliydi. Alanya’da öğle yemeğimiz vardı. Personelimiz o tarafa hazine koyardı, haritadan o şekilde arardık bulmak için. Ailelerin hiçbir kaygısı yoktu, çocuklarını bizimle farklı bir ilçeye gemiyle gönderiyorlardı. Şu anda düşünemiyorum bunu. Ne onlar bu riski alır ne biz.” (K1)

“Çocukları aquaparka götürürdük, tekneyle çıkardık. Çok riskler alırdık. Aslında alınmalı mıydı bilmiyorum. Çok şükür başımıza bir iş gelmedi. Başka türlü de o çocuk nasıl deneyimleyecek diye düşünürdük.” (T2)

“Biz 98-99 yıllarında çocukları Belek bölgesinden alıp Antalya’ya aquaparka götürüyorduk. 30 çocuk birden. 2 animatör 30 çocuğu düşünün otelden dışarıya çıkarmış. Orda çocuğun kafası-dizi de yarılıyordu, kafasına güneş de geçiyordu. Biz hiçbir şey yokmuş gibi çocukları geri getiriyorduk. Aileler de asla bize problem çıkarmıyorlardı bu konularda. Ya da mesela sırf aksiyon olsun diye 8-12 yaş grubunu alır sahilden 20 dakika yürür farklı bir otele giderdik. Orada kaydıraklarda kaydırır, iki üç kurabiye kek yedirir aynı çocukları alır geri getirirdik. Aynı kaydırak ve aynı kurabiyeler otelimizde olmasına rağmen sırf macera olsun aktivite olsun diye yaptırırdık. Şimdi benim animatörüm çocuk kulübü içinde bile

habersiz çocuğa kola versin, habersiz alsın bir yere götürsün mümkün değil. Aileler eskiden daha rahattı. Aa eğlendiniz mi, süper... aileye de anlatıyorduk böyle yaptık şöyle yaptık. Millet bize teşekkür ediyordu. Ebeveynlik de değişti. Bizim güvenlik algımız prosedürlerimiz de çok değişti. Yeni nesil çocuklar da çok değişti. Sözümüzü eskiden daha rahat geçirirdik. Hiçbir sıkıntı yaşamadığımızı da hatırlamıyorum. Ve deli gibi eğlendiğimizi hatırlıyorum. Ama şimdi güvenlik önlemlerimizi iki kat artırdık.” (K5)

“Eskiden çocuklar daha az alerjikti ya da daha az kontrol altında tutuluyordu sanıyorum. Günümüzde ebeveynler yeme içme konusunda inanılmaz hassas olmaya başladılar. Şimdi misafirler geliyor işte çocuk bunu yiyecek bunu yiyemez, laktozsuz süt olacak vb. detaylar veriyor. Bunlar çoğaldı. Eskiden de sorardık yani ama hiçbir sıkıntı yoktu. Sanki alerjisi olan çocuklar da çoğaldı.” (K1)

“Aileler eskisi gibi çocuk eğlensin de benim başım ağrımasın şeklinde bakmıyor. Özellikle anneler gelip hakikaten burada sağlık bakanlığından bir müfettiş gibi denetim yapıyor. Benim de çok hoşuma gidiyor. Şuna bir bakın şuna dikkat edin diyorlar ve biz hemen aksiyonlarımızı alıyoruz. Bakıp da temiz ve hijyenik olduğumuzu gördükleri zaman o mutluluğu görüyoruz. O gönül rahatlığını annelerden aldığımız zaman herkes mutlu oluyor. Misafir annelere siz de arkadaşlarınıza anlatın diyorum. Buranın ne kadar hijyenik olduğunu nasıl temizlendiğini bilirlerse içleri daha rahat olur.” (K4)

“Aileler şu konuda çok tedirgin: başka bir çocuk çocuğuma vurdu mu ya da zarar mı verdi?” (T4)

“Ben de bir babayım ve çocuğumun bulunduğu ortamda herhangi bir fiziksel zarara uğramasını asla kabul edemem. Bunu hiçbir ebeveyn kabul edemez. Bu nedenle etkinliklerde kullanılan malzemelerin, personel uzmanlığının, standart prosedürlerin tesisler tarafından sorgulanması gerektiğini düşünüyorum. Bazı tesisler gerçekten çok dikkatli davranıyorlar, sorguluyorlar. Bu çok iyi ama artmalı. Tüm sektöre yayılmalı.” (T3)

4.2.3.2. Ebeveynin Psikososyal Kaygıları

Çocukların alabilecekleri psikososyal zararları fark eden ve bunu tesis yönetimi ile paylaşan ebeveynler çocuklara yönelik sunulan hizmetler, personel seçimi vb. konuları etkilemektedir. Geçmişe kıyasla hassasiyet burada da artmıştır. Bu konu ile ilgili doğrudan alıntılar aşağıda verilmiştir:

“Gözümün önünde çocuğa şöyle dokunup sarıldı diye garsonu işten çıkarmak durumunda kaldılar. Çünkü aile bunun bir taciz olduğunu iddia etti ve belki de öyleydi. Konu içeriğini tam bilmiyoruz. Bunların yaşanmaması için önlemler alıyoruz. Biz çocuğa temas

etmeyiz. Çocukları kolundan tutmayız, omzundan tutmayız. O yüzden ne kadar çalışmak istesek de belki hiç ummadığımız bir anda aileyle çok farklı bir sıkıntı yaşarız düşüncesiyle erkek personeli alamıyorum.” (K6)

“2006-2007’ye çocuk kulübüne öyle ekstra bir şov gelmiyordu, çocuklar büyük şovları seyrediyorlardı. Sihirbazı, sahnede yapılan eğlenceli yarışmaları herkes seyrediyordu çoluk çocuk karışık. Büyük şovlarındaki hafiften açık saçık esprileri bile görebiliyordu çocuklar sahnede. Daha sonra bunlar kısılmaya başlandı çünkü tepki çekmeye başladı. Yani şakayla karşılık da olsa cinsel bir mesaj veriyordu.” (K8)

“Mesela ben saatlerce sinema izletmiyorum. Çünkü ailelerin en büyük handikabı bu. Zaten çocuk koca bir sene boyunca evin içinde ve televizyon izliyor.” (K2)

“Çocuk kulüpleri şu anda pedagojik olarak profesyonel gidiyor ama bence eğlence açısından çok verimli olamıyorlar. Eski jenerasyon iki kişi ile çok eğlenceli işler yapabiliyorken şimdiki jenerasyon daha çok bakıcılık gibi görevler üstleniyor. Aman dikkatli olalım çocuğun psikolojisini bozmayalım kaygısı ile pek çok eğlence unsuru kısıtlanıyor.” (T4)

“Biz rotasyon gördük, her bölümde çalışıp öğrendik. Çocuk kulübünde çalıştığım sırada (88 yılı) çocuklar uslu dursun diye vampirler cinler gelir diye korkuttuk. Önce bizi dikkate almadılar. Akşam da hayalet kostümleri giyip bir anda karşılarına çıkıp onları korkuttuk. Ertesi gün hepsi uslu durdu. Bunu annesine şikayet eden de oldu. Animasyon yaptık dedik. Kimse bir şey demedi. Şimdi olsa kesinlikle kovulursun.” (T2)

“Art niyetli misafir de çok çoğaldı. Yani hiçbir suçu olmadan ya da hiçbir ihmal olmadan bunu size art niyetli kullanan misafir çok çoğaldı. Bu çocuk istismarı ile ilgili olaylar çok tehlikeli. Çocukların telefonla her şeye daha kolay ulaşabiliyor olması falan ailelerde çok ciddi paranoyak şeylere yol açtı. Onlara daha iki kat ekstra dikkat ediyorsunuz. Anne babanın ilgisini çekmek için belki...Düşmediği halde düştüm diyen, odada yalnız bırakılmadığı halde yalnız bırakıldım diyen çocuklar olabiliyor. Ne kadar çok şikayet edersem biraz bir şeyler koparırım yaklaşımı çoğaldı. Sizi tripadvisor a yazarım tehditleri çoğaldı. Art niyetli misafir çoğaldı. Şimdi hepimiz mecburen daha kontrolcüyüz ama bir taraftan işin neşesini kaçırıyor bu durum.” (K5)

“Pandemi ile birlikte hassasiyet maksimum noktaya geldi. Gün içinde çocukları yaratıcı birtakım şeylerle oyalamak, özellikle 9-10 yaşın üstündeki çocukları handle etmek çok zor. Benim gördüğüm biz yine her şey dahil uyguladığımız müddetçe ailelerin tercih ettiği tesisler olmaya devam edeceğiz ama ev ödevlerimiz çok fazla diye düşünüyorum.” (S3)

4.2.4. Çocuk Misafirin İhtiyaçları

4.2.4.1. Çocuk Misafirin Anadil İhtiyacı

Anadilde konuşma ihtiyacı otelin diğer bölümlerinde olduğundan daha belirgin bir şekilde çocuk kulübünde hissedilmektedir. Küçük bir çocuk için onun temel ihtiyaçlarını anlayabilecek, ona yardımcı olabilecek seviyede dilini bilen yetişkinlerin bulunduğu ortamda olması bir zorunluluk olarak görülmektedir. Bu konuda misafirlerin yoğun geldiği pazarlar öncelik halini almıştır. Bu konu ile ilgili doğrudan alıntılar aşağıda verilmiştir:

“Ben etkinlik yaptırırken Türkçe ve İngilizce söylüyorsam benim yanımda da bir tane Rusça tercüman oluyor. Küçük çocuklara anadilinde etkinlik yaptırmak zorundayız.” (K2)

“Bazı etkinliklerde sözel ifadeye ihtiyaç olmayabiliyor. Müziğin de kendi dili var mesela. Enstrümanlarla ilerliyorsunuz. Resim deseniz yine aynı.” (S1)

“Personelimizin etkinliklerini düzgün bir şekilde gerçekleştirebilecekleri seviyede yabancı dil bilmelerini hedefliyoruz.” (T3)

“Bazen 3 ya da 4 ayrı milliyete hizmet eden mini kulüpler olabilir. Biz Kıbrıs’da bir Slovak tur operatörle çalışıyoruz. Orada kendi Slovak personelinin gelmiş olduğu bir mini kulübümüz var Slovak ve çek vatandaşları için ayrı. Önceki dönemlerde İtalyan animatörler de oluyordu. Bir pazarda tek yetkililik anlaşması yapıyorsun. Oradan çok çocuk geliyor ve o çocuğun dilini bilen bir ekip olması gerekiyor otelde. Bazen dönemsel farklılıklar da olabiliyor örneğin Nisanın 4. Haftasında Hollanda’nın kral günü var o dönemde Hollandalı çocuk sayısı 400-500 ü buluyor. O dönemde Felemenkçe bilen bir ekibin yoksa o çocuklarla iletişim sağlayamıyorsun. Ama sadece o hep 400-500 Felemenk çocuk mu devam ediyor hayır. Bazı tatil periyotlarında çocukların sayısı arttığı için de sen bu sefer mini kulüp ekibindeki yabancı dil düzeyini farklı şekillerde tutuyorsun.” (S5)

“Şu anda otellerde yelpaze genişlediği için 4 dilde yapılıyor her şey. Türkçeye önem veririm. Bu konuda çok hassasım. Türk misafirlerimizin de çok çok hoşuna gidiyor. Bizim tüm eğitmenlerimiz yabancı da olsalar Türkçe iletişim kurabilmeliler. Bizim eğitmenlere verdiğimiz bir eğitim tablomuz var. Basic *Turkish lessons* var. Aynı şekilde Almanca ve Rusça da. 2-3 gün kafa yoracaksın öğreneceksin. Biz bunu şart koşuyoruz. Misafirle zor diyaloglar oluştuğunda Türk arkadaşlar destek veriyor. Ama Türkçe merhaba, nasılsınız, anne, baba, tuvalete gitmek istiyorum vs dediğinde personel anlamalı.” (K4)

“1993 civarında kişi birkaç dili iletişim kuracak kadar biliyorsa tek başına yetebiliyordu. İngiliz, Alman ve İtalyan müşterimiz vardı. Öyle her ülkenin söz hakkı yoktu ve o dilleri öğrenme çabası da yoktu. Zaten 3 dil bilen İtalyancada da bir şeyler biliyordur. Ruslar 95 de 96 da başladılar gelmeye ve Rusça bilen personel ihtiyacı doğdu. Lüks konseptte

hizmet veriyorsunuz, örneğin Romanyalı romanca mini kulüp animatörü istedi. 2000 li yıllarda tur operatörleri kendi mini kulüp animatörlerini getirip otelin mini kulüp ekiplerinin içerisine entegre etmeye başladılar.” (K8)

“70-80 tane oda Kuveyt Ürdün Lübnan misafirim var. Çocuk yanımda olsun, onu yedireyim içireyim havuza sokayım çıkarayım istiyor. Mini kulübe gitse zaten yapacak bir şey yok çünkü lisan yok. Bizde Arapça yok. Arapça bilen mini kulüp çalışanı baktık şu an için bulamadık.” (S2)

4.2.4.2. Çocuk Misafirin Mutlu Hissetme İhtiyacı

Çocuk misafiri mutlu hissettirmenin yolları araştırılmakta, mutsuz hissettirecek olasılıklar ise yok edilmektedir. Bu olasılıkların neler olduğu geçmiş tecrübelerden öğrenilmiştir. Çocukların neler ile mutlu oldukları da zaman içinde değişim göstermektedir. Buna adaptasyon da sürekli devam etmektedir. Bu konu ile ilgili doğrudan alıntılar aşağıda verilmiştir:

“Eskiden çocuklar ile müzikal sahne hazırlıyorduk hem misafirlerin hem çocukların çok hoşlarına gidiyordu. Sonra iptal edildi çocuklar sahneye çıkmasın denildi. Çünkü bazı müzikaller var 30-32 çocuk sahneye çıkabiliyor ama 33.- 34. Çocuğun velisi gelip benim çocuğu niye almadınız diyor. Bu yüzden onları da iptal ettik. Bazı çocuklar ağlıyor diğerleri oynarken. Kimseyi mutsuz etmek istemiyoruz.” (K1)

“Ben sadece bir şeyi yapmak için yapmıyorum. Gerçekten onunla keyif alıyor mu, mutlu oluyor mu, gülüyor mu.. o zaman diyorum ki doğru yoldayız, evet doğru bir aktivite. Evet bunu sevdi. O zaman devam edelim diyorum.

...Bir misafirimizle burada kukla yapmıştık. Kuklayı unutmuş. Ben kargoyla İsviçre’ye gönderdim. Böyle şeyler yaşıyorum. Demek ki gerçekten mutlu olmuş onu yaparken.

...birinci ikinci üçüncü ödülleri verme olayı bizde yok. Eğer ben bir şey birisine veriyorsam hepsine veriyorum. Çünkü başarabilen var başaramayan var. Mutsuz olmalarını istemiyorum.

...Anne babanın vakti yok belki hiç havuza götüremedi çocuğunu, olabiliyor böyle şeyler. Anne baba spora gitti yoğunlu çocuk denize gidemedi. Ama o çocuğa taş toplama fırsatı vermeliyiz ki mutlu olsun. Başka türlü nasıl çocuğu çekersiniz. Hiç yapmadığı şeyleri yaptırarak ve onun dünyasına inerek yapıyorsunuz.” (K2)

“Öyle bir şey yapayım ki. İlk olması gerekmez. Ama memnun olsunlar. Memnuniyetten kastım çocuk gülerek gitsin. Dondurma dökülsün ama gülsün. Ayağı kanasın ama basketbol oynadım desin. Kolu boya olsun. Ama eğlendim desin.

...her oyun bittikten sonra. Biz de kazanan şampiyon, kaybeden, yenilen yoktur. Sen kazandın diye lanse etmeyiz biz çocukları. Eğlenme amaçlı yapıyoruz aktiviteleri. Her çocuk katıldı her çocuk kazandı olarak sonlandırıyoruz. İdeal aktivite çocuğun suratının düşmeden odasına döndüğü aktivitedir. Anne ben bugün yenildim biliyor musun? Demediği aktivitedir. Ya da biliyor musun ben bugün diğerlerini mahvettim demediği aktivitedir. Keyif aldığı aktivitedir, ideal aktivite.” (K6)

“Bir yere yetişmek gibi bir yere yetiştirmek gibi bir kaygımız yok. Yani çocuk bunu yapmak istiyor ve deneyip yanılma hakkı var. Bir kaygımız yok. En iyisi olması gibi bir derdimiz de yok. Yarıştırmıyoruz çocukları bu çok önemli. Yarışmıyor. Bir tek kendisi var.” (S1)

“Tabi ki bu evrimde senin çocukluğunla kendi çocuklarının yaşadığı aynı mı değil. Sen o zaman ne kadar basit şeylerden mutlu oluyordun. Şimdi çocukların ulaşabilir olduğu imkanlar daha fazlalaştığı için daha teknolojiye doğru kayma oldu. Şöyle bir örnek vereyim sana eskiden barlarda yabancı dil çok önemliydi. Bir barmenin yabancı dil konuşması çok önemliydi. Şimdi Avrupalı turist profili bara oturduğunda ilk sorduğu şey wifi in gücü. Aynı şey çocuklar için de geçerli. Çocuklar da teknolojik şeylerden mutlu oluyorlar. Daha iletişimleri azalıyor ama alışkanlıklar ihtiyaçlar değişti.” (S5)

“Bunların en üstünde en önemli olan şey ne biliyor musunuz? Çocuk eğlenecek. Çocuk eğlenmezse siz kuş kondurun sizin yaptığınız üç dönüm beş dönüm mini kulüp. Harcadığınız 1 milyon dolar, 5 milyon dolar, 500 milyon dolar neyse artık çöp.

...ilk olarak çocuğun dikkatini çekmek çok önemli. O da aslında bunun en büyük kaynağı grup oyunları ya. Çocuk grubu yakalayamadıktan sonra eğlenmiyor. Görev gibi sanki yapmış olmak, okul gibi algılıyor. Yani aslında o kafadan tamamen çıkmak gerekiyor. Yani aslında çok basit bir oyun olabilir ama onu çocuğa lanse etmek, o bütünlüğü sağlayabilmek; “hadi eğleniyoruz, hadi hadi kalkın” demek. Çok basit bir oyundur ama animatörün yapacağı anons şekli, çocuğu harekete geçirme tarzı çok önemli. Çok basit bir oyun ama sonunda çocuk böyle vaov olabiliyor.” (T1)

“Çocuğu etkinlik sırasında mutlu etmenin de bir matematiği var. Bütün etkinliklere mutluluk unsurunu eklemelisiniz. Etkinlik içinde çocuğu nasıl mutlu edeceğinizi bilmelisiniz. İnce nüanslar ile bunu serpiştirmelisiniz. Çocuk mutlu olmazsa hiçbir anlamı olmaz.” (T3)

4.2.4.3. Çocuk Misafirin Sosyalleşme İhtiyacı

Çocuk misafirlerin sosyal ortamlarda varlık gösterme ve arkadaş edinme ihtiyaçları olduğu dikkate alınmakta ve bu amaçla hizmet ve ortamlar şekillendirilmektedir. Özellikle genç gruplara verilecek en etkili hizmetin onlar için arkadaş edinebilecekleri fırsatlar yaratmak şeklinde olduğu anlaşılmaktadır. Bu konu ile ilgili doğrudan alıntılar aşağıda verilmiştir:

“Ben eski otelimdeyken 8-12 yaş grubu ile çalıştım. Gerçekten çok eğleniyorduk ama şimdi ben bakıyorum o yaş grubu tamam bazı aktivitelere katılıyorlar ama çoğu zaman telefonu eline almak istiyorlar. Bitti mi telefonu elime alayım bakayım, kim bana mesaj gönderdi, o telefonlar düşmüyor.” (K1)

“Çocuk kulüpleri çocukların birbiriyle iletişime geçip devamında mektup arkadaşlığı, internet arkadaşlığı yapabileceği yerler bence. Animasyonu ben öyle öğrendim. Animasyon nedir biliyor musunuz? İçerideki misafiri pekiştirmek. Tatili keyifli hale getirmek. Arkadaş grupları oluşturmak, hatırlanmak ve misafirin senin için iyi yorum yapması. Aslında her çocuk kendini ifade edebilir. Her çocuk kendini olabildiğince ifade etmeli. Biz kahkaha atarak dışarı çıkacaklarının garantisini vermiyoruz. Öyle bir şey yok. Güvende hissetsin. Üretmiş hissetsin. Arkadaş edinmiş hissetsin. Akşam koşa koşa mini disko'ya gideceğim desin. Sabırsız hissetsin.” (K6)

“Teenage bölümünü sosyalleşme, birbirleri ile tanışma olanakları sunacak şekilde tasarladık.” (S1)

“Çocuk ilk geldiğinde başka çocuklarla karşılaştığında ürkebilir. Çünkü her çocuk o kadar kalabalık ve tanımadığı insanın arasına girmeye alışık değil. Okula gidiyor ama okul tanıdık çevre. Ama burası tamamen yabancı olduğu bir ortam. Bunu hiç unutmamak lazım. Özellikle ufak yaş grubundan bahsediyorum. Bizimki durmaz biz başında bekleyelim diyen çok gelen misafir var biz hemen öyle bir organize oluyoruz ki. Çocuğu hemen ufak ufak ailesinden alıyoruz. Aslında bir şey öğretiyoruz orada. Diğer çocuklarla ortak bir atmosferi paylaşıyor.” (T1)

“Bizim ekip oluşturmak, çocukları kaynaştırmak yönünde hep politikamız oldu. Bunun için takım oyunları yaptık. Çünkü bir daha ki sene diğer çocukla buluşmayı istiyor kaynaştırdığın zaman ve senin otelini tercih ediyor. Benim stratejim oydu çocuk kulübünde. Sosyalleşmek onlar için çok büyük ihtiyaç.” (K8)

“Çocuğun 40-50 çocuk arasında sosyalleşmesi bağ kurması zor. 4-5 çocuğun kendi arasında bağ kurması daha basittir dedik. Atölyelerde rezervasyon sistemine bu şekilde ikna ettik.” (K3)

“Gelecek sezon için Teenager buluşma noktası yapmayı düşünüyorum.” (S2)

“Son 10 yıldır çocukların hemen hepsinin elinde telefon var. Bütün dünya buna gidiyor. Son 3 yıldır pandemiden sonra da çocuklar zaten yalnızlaşmış durumdalar. Çok fazla grup oyunları sevmiyorlar. Biz mesela ilk yıllarda grup oyunları, onları kaynaştırmaya yönelik şeyle programa koyardık. Şimdi biraz da nesle göre de programları değiştirmek durumunda kalıyoruz.

...Aslında biz çocukların telefon-tablet kullanımlarına karşı uzun süre direndik. Hatta çocuk kulüplerine wifi bağlamadık önceleri. İşte VR gözlükler, Playstation lar koyduk cazip gelmesi için. Çocuk kulübüne eski zihniyetle bakıyorum belki de... Çocuk kulübünde çocuklar arkadaş edinsinler, telefonla zaten evde oynuyorlar diye düşünüyorum. Özellikle daha spor ve açık hava programlarına ağırlık vermeye çalıştım programı kurarken. Sonradan hayatın farklı bir noktaya evrildiğini kabullenmek zorunda kaldık. Wifi bağlantıları yapıldı. Yine çabamız aynı ama gün içinde kişisel dijitalleri kullanacaklarını da kabul etmek durumundayız. Aileler de kimi zaman kendi serbestlikleri için bu durumu istiyor zaten.” (K5)

4.2.4.4. Çocuk Misafirin Özgür Hissetme İhtiyacı

Tatilde özgür hissetmek, kendi keyfine uygun şeyi özgürce yapmak bir yetişkin kadar çocuğun da ihtiyacıdır. Bu özgürlük alanı bazen dilediği aktiviteye katılmak, bazen katıldığı aktivitede sunulan seçenekler arasından tercihte bulunmak, bazen neyi ne zaman yapacağına kendisi karar vermek şeklinde olabilir. Özgürlük ihtiyacı dijital teknolojinin de desteğiyle bazı durumlarda sosyal ortamdan koparak bireyselleşmeyi de beraberinde getirmektedir. Bu konu ile ilgili doğrudan alıntılar aşağıda verilmiştir:

“Özgür seçim hakkı tanıyoruz. Çocuk ne yapmak istiyorsa yapsın istiyoruz. Mesela “saat 11 de dart var” demek yerine o geldiğinde dart oynamayı kendisi istiyorsa seçsin istiyoruz. Günün turnuvasında çocuğa 4 seçenek sunuyoruz. Dart, pinpon, okçuluk, basketbol diyelim. Çocukların oluşturduğu topluluk her gün okçuluk istiyorsa ona gidiyorlar. Çocuk aaa programda dart varmış ben dart sevmem deyip dönmüyor böyle olunca. Çocuktan “hayır sevmiyorum” cevabını duymayı en aza indiriyoruz.” (K11)

“Bir çocuk etkinliğe katılmayı kendi hür iradesi ile seçer. Eğer katılmak istemiyorsa katılmaz. Burada sunuşu yapan ekibe çok iş düşüyor. Çok cazip ve olabildiğince farklı beklentilere cevap veren tasarımlar sunmalısınız ki, çocuk kendi özgür kararı ile sizinle olmayı ve etkinliğin sonuna kadar sizinle kalmayı seçsin.” (T3)

“Taşla mı boyayacaksınız? Taşı boyamak istemiyor musun? Başka bir şey mi yapmak istiyorsun? Yaprığı boya. Aktivitenin adı boyamaysa bu boyama illa da pastelle olacak diye bir şey yok. Üretin, çevirin.

... Biz her dilin konuşulabileceği, her çocuğun yeteneklerini sergileyebileceği, her şeyin yapılabilmesi bir program hedefledik. Pekiştirici eğitim hedefledik.” (K6)

“Çocuk her şeyi istiyor. Normal bir otel olsa ebeveyn düşünüyor. Onu aldı 30 lira bunu aldı 50 lira... Her şey dahil sisteminde böyle bir şey yok. Kafası özgür. Çocuğun da özgür ebeveynin de özgür. Çocuğun yaptığı deneyimler hem çocuk için iyi hem aile için iyi. Onun için aile bunu tercih ediyor. Özgürlük iki taraf için nerede oluşuyor. Öğlen yemeğine gidecek diyelim aile... Çocuk ya onlarla birlikte gidecek ya da çocukları kulübe bırakacak. Hem çocuk orada deneyimlerine devam edecek hem burada anne baba özgürce kendi kafalarına göre takılıp tatil yapacak yemek yiyecek. Bu özgürlük alanı aslında resort oteli ve her şey dahil sistemi başarılı kıldı.” (S8)

“Şöyle bir eleştirim vardı mikroskopları falan duyunca. Çocuk zaten okulda onlardan sıkılıyor bir de tatilde mi görecektir onları? Tabi nasıl işletildiği önemli. Çocuk kaygısız olduğunda, herhangi bir yarıştırmaya ya da ölçme olmadığında okulda göstermediği ilgi ve motivasyonu tatilde gösteriyor.

... Bizim de burada en güçlü yanımız çocuğun ne yapmak istiyorsa programını ona göre belirlemesi. Burada çocuk ne yapmak istiyorsa ilgi alanı neredeyse oraya yönelir. Her gün dans atölyesinde de vakit geçirebilir. Ya da lego ya ilgisi varsa gelsin istediği kadar lego yapsın. Lego robot kodlamada isterse 2 saat kalsın ya da hiç girmesin. Biz o çeşitliliği sağlıyoruz.” (S1)

“Okul dışı pedagoji dediğimiz gönüllülüğü yaratacak baskı olmadan çocuğun kendi seçimi ile gönüllü katıldığı faaliyetlerle kendisinin keşfetmesini kendi kişisel gelişimi için adımlar atmasını sağlayıcı faaliyetler çok değerli.” (K9)

“Bazı aktiviteler özgür hissetme ihtiyacından dolayı kişiselleşti. Anne çocuğu çizgi film seyrettirilebiliyor diye mini kulübe götürmüyor artık. Tabletini açıyor istediği zaman istediği yerde istediği dilde izletiyor. Biz 2005’te çocuk restoranına televizyon koyduk diye çok mutlu olmuştuk. Dil seçeneği sorun olduğu için konuşmaların olmadığı mesela tom ve jerry gibi efekt ve müzikleri olan çizgi filmleri seçiyorduk. Tabi öyle olunca seçenekler iyice daralıyor. Şimdi her ülkeye her yaşa göre çok farklı çizgi filmler var. Her çocuğun favori kahramanı, karakteri farklı. O yüzden eskiden çocuk kulüplerinde sunulan bu hizmet kişiselleştirilmiş şekilde tabletlerden yürüyor şu anda.” (K8)

4.2.4.5. Aktif Olma İhtiyacı

Çocuğun fiziksel ve mental olarak aktif olma ihtiyacının olduğu, bu ihtiyacın karşılandığı aktivitelerin iyi geçtiği dile getirilmiştir. Geçmişte daha çok fiziksel aktivitenin ağırlıklı olduğu, günümüzde bunun yanına mental olarak da çocukları aktif ve yaratıcı tutacak seçeneklerin oluşturulduğu gözlemlenmektedir. Bu konu ile ilgili doğrudan alıntılar aşağıda verilmiştir:

“Eğer çocukla çalışıyorsanız onun aktif olma ihtiyacına cevap vermek zorunda olacağınızı bilmeniz gerekir. Dikkat süreleri kısıtlıdır ve bitmeyen enerjileri vardır. Onları düşündürerek, üretmelerini sağlayarak, yeni bilgiler ve deneyimlerle tanıştırmak yerlerinden kaldırarak, neşelendirerek sürekli dinamik tutarsınız. Başarılı aktivite böyle olur.” (T3)

“Benim farkımı ortaya koymam için daha aktif, daha verimli çocuğu içeride nasıl kullanabilirim bunu düşünüyorum.

...Halka atmaca var.. topu delikten geçirmece var.. denge oyunu var tahtanın üstünde yürüyor.

...Okul gibi sadece içerde tutmayı sevmiyoruz. Mesela sinema saati de çok uzun değil. 2-3 saat sinema izlemiyorlar. Mümkün olduğunca havuzu da kullandırmaya çalışıyorum. denize de götürmeye çalışıyorum. Çimenlik alanlarımız var çok büyük. otel zaten yeşil bir otel. Aktiviteleri çimenin üzerinde yaptırıyoruz. Yani tüm mekanları daha verimli programın içinde serpiştirip çocukları her yerde kullanmayı hedefliyoruz. Sadece içerde oturup da gün boyu böyle resim yaparak geçirmiyoruz.” (K2)

“Tabii ki cam da kirlenecek. Çocuk elini koyacak ki anlayalım o mini kulüpte çocuk var. Masa kirlenecek. Demek ki orada çocuk var. O boya yapılmış. Yere oyuncak dökülecek.

Bir yapıştırıcı ve bir makas ile ne kadar çok şey yapılabilir! Biz onun üzerine koyarak birçok şeyi yapabiliyoruz zaten. Bu bağlamda da kalıplar kullanmak yerine çocuklara veriyoruz, onların yapmasını teşvik ediyoruz.” (K6)

“Çocuk bir üretim yaptıktan sonra daha karmaşığını daha iyisini yapmaya yönelik sürekli bir motivasyon duyuyor. Şimdi ya bunu yapacaksınız ya da bir hikâye sunacaksınız. Şimdi içinde hikâyesi olmayan şey 1 seferde heyecanını yitirir.” (K3)

4.2.4.6. Odaklanma İhtiyacı

Çocuk misafirin etkinliğe odaklanması alacağı keyfi de olumlu etkileyeceği için ortamın dikkat dağıtıcı olmaması yönünde bir eğilim vardır. Bu konu ile ilgili doğrudan alıntılar aşağıda verilmiştir:

“Yani daha soft daha renksiz, daha iş odaklı bir ortam ideal. Çocuk renge tabidir sever ama çok fazla renk çocuklarda algı ve kafa karışıklığı yaratır. En büyük sorun da o galiba. Mini kulüpleri hep böyle rengarenk yapmışlar. Böylece çocuğu çekeceğini düşünmüşler. İçerideki çocuğun da oturup bir masada bir şeye odaklanmasını istiyorlar. İmkansızı istiyorsunuz. Bir yeri kırmızı pembe morarttığınızda o çocuk ona bakar. Siz o aktiviteyi yaptırırken aaa burada ne varmış diye bakar.” (K6)

“Tamam tasarım çok önemli. Yalın, sade ve işlevsel olmalı. Herkes aktif ve mutlu olabilmeli. Mimarlarım benim çok rahattı. Ne istiyorsunuz? 1 lavabo lazım 1 tane el yıkamalık 1 yer lazım 40 cm lık tabureler lazım 3 masa lazım bitti. Gerisi atölye ekipmanı başka bir şeye ihtiyacım yok dedim. Ve çok basit olduğu için eleştirildi. Çocuğun dikkatini dağıtmak istemediğimi ifade ettim. Yalın olmayan dekorlarda bir dağınık görüntü oluyor, etraf toz oluyor, dökülüyor, eskiyor, modası geçiyor.” (K3)

4.2.4.7. Takdir Edilme İhtiyacı

Çocuk misafirin bir oyun veya yarışmadaki çabasının takdir edilmesi onda büyük mutluluk yaratmaktadır. Bu mutluluğunu ailesi ile paylaşmak, aldığı ödülü yıllarca saklamak gibi davranışlar göstermektedir. Bu konu ile ilgili doğrudan alıntılar aşağıda verilmiştir:

“Madalya alıyor mesela. Annesine diyor ki ben bugün korsanın gemisini kurtardım madalya aldım diyor. Tatildeki çoğu çocukta görüyorum. Ya bravo demeye özlem duyan çocuklar var içerde. Bravo başardın. Belki o evde yaşayamıyor olabilir.

Baştan herkese sertifika vereceğim desem bir anlamı yok ki çabalamamın der. Ama sonunda o sertifikayı başarıp aldın dediğimde anne bak ben de yaptım... teşvik ve sunum bu işin kilit noktası.” (K2)

“Bizim için çok önemli değil belki bir madalya bir kupa. Ama Çocuk onu yıllarca taşıyor yıllarca anlatıyor. Diyor ki benim madalyam var. Duvarına asıyor. Nasıl kazandığını anlatıyor. Başka yere konumlandırıyor çocuk onu. Bizim için önemsiz gelen işte bir kağıt parçası onun için çok önemli olabiliyor.” (S1)

“Sahne gösterilerimize gönüllü çıkan çocukları aşağı gönderirken seyirciye mutlaka alkışlatırız. Yüzlerinde kocaman bir gülümseme belirir ve çok mutlu olurlar. Takdir edilmek, alkışlanmak onlar için unutulmaz anlar oluşturur.” (T3)

4.3. TEMA-2: Konaklama Sektörü Dinamikleri

4.3.1. Global Turizm Trendleri

4.3.1.1. Dünyadaki Diğer Çocuk Kulüpleri

Özellikle resort otellerin ilk kurulduğu ve yaygınlaştığı yıllarda yurtdışındaki örneklerden oldukça fazla ilham alınmıştır. Gerek Avrupa'daki resort otelleri yerinde ziyaret edip uygulamaları inceleyerek, gerek tecrübeli yabancı personel istihdam ederek, gerekse misafirlerden bu bilgileri edinerek araştırmalar yapılmıştır. İnternetin bilgi kaynağı olarak kullanımı teknoloji ile paralel olarak doğmuş ve gelişmiş bir uygulamadır. Günümüzde uluslararası bilgi alışverişleri devam etmektedir. Bu konu ile ilgili doğrudan alıntılar aşağıda verilmiştir:

“Yurtdışında diğer otelleri de inceliyorum ben. Bazıları animasyon programlarını yayınlıyorlar.” (K2)

“Fransa'dan, Mısır'dan geldi animasyon Türkiye'ye Tunus'tan geldi. Yani yaklaşık yirmi beş, yirmi sekiz yıl arasında bir tarihi var animasyonun Türkiye'ye ilk gelmesinin.” (K6)

“O zaman biz tesis olarak çok iyiydik. Türkiye'de know how yoktu. Biz Avusturyalı bir şirket olduğumuz için Avrupa'nın know how ını çok iyi kullandık orada. Bu işlerle ilgili uzman insanlar çalıştı. Çocuk kulübü konseptlerini onlar yaptı.” (S8)

“Meksika'da kaldım ve oranın çocuk kulübünde kırmızı kart-yeşil kart uygulamasını gördüm. O yıllarda Türkiye'de hiç yoktu henüz. Niye kırmızı-yeşil olduğunu sordum. Trafik ışığı mantığında dediler bana. Kırmızı da geçiş yok, yeşilde geçiş var dediler.

İlk kayıt formu uygulamasını Cancun'daki Four Seasons otelde gördüm sanıyorum. Sonra buraya geldim onu bizim için dönüştürdüm.” (T1)

“Çocuk dünyası başka bir şey. Onlara hitap etmek gerekiyor. Bu da nasıl olacak, gezerek görerek araştırarak. Dünya'da da böyle çocuk konusunda belki. Çok çok iyi örnekler var mı? Yok. Bir bütünsel konsept olarak. Bir tanesine gidiyorsun yüzme konusunda acayip bir şeyler var. Bir tanesi yoga, zihinsel aktiviteler bedensel aktiviteler orada uzmanlaşmış. Bazısı bilim konusu. İşte bunların hepsini uyumlu bir şekilde bir çatı altında toplayabilen kesinlikle açık ara öne geçer. En iyi otellerde bu aslında bir boşluk. Bir fırsat var. İyi oteller paranın gücüyle adam sayısı ile teknolojiyle bu açığı kapamaya çalışıyorlar. Ama emin olun o kapanmıyor. Sadece bir tık öne geçiriyor. Sizi ayırtmıyor.” (S4)

“Antalya'ya çocuk kulübünü getiren ve bunu sürekli savunan 3-4 kişiden biri olduğuma inanıyorum ben. Çünkü bizler 95'lerde Fethiye'deki Alman bir zincir otelde pek çok uygulamayı öğrendik. Ordaki sistemi aldık her birimiz Antalya'da görev aldığımız otellerimize uyguladık. Mesela çocuk programları, art studio'lar, laboratuvarlar falan biz

bunları ta 97’lerde de yapıyorduk. Sadece şekil değiştiriyor. Korsan aktivitesi mi yapıyoruz, kostümü yenilendi, içindeki oyunu yenilendi. O zamanlar el işi mi yapıyorduk şimdi yine yapıyoruz ama Pintereste bakıyorsunuz internete bakıyorsunuz çeşit çeşit. Onları yeniliyoruz. Ama dönüp baktığınızda aslında 25 yıl önceki hevesle her şeyi aynı yapıyoruz.” (K5)

“Yabancılar ülkelerden farklı kültürde farklı çalışma hayatında olan çocuk kulübü çalışanları geldi, onların sistemlerini öğrendik. Onlara ayak uydurup yazışma, depolama gibi detayları geliştirdik. Bizim başladığımız zamanlarda internet yoktu maalesef. Diğer otellerden, misafir ailelerden öğreniyorduk. Bize fikir veriyorlardı. “Biz Meksika’dayken, İspanya’dayken ya da Mısır’dayken böyle bir çocuk kulübü vardı, şunları yapıyorduk” diyerek bize bilgi veriyor ve öneride bulunuyorlardı. Başka ülkelerin uygulamalarını öğrenmemiz için güzel bir kaynaktı. Kendimizi sürekli geliştirdik.

... 1999 yılında İspanya Mallorca’ya gittim, tesisler gezdim. O zamanlar İspanya bizim çocuklara vermiş olduğumuz hizmetten daha az hizmet veriyordu. Hiçbir şey çıkmadı. Hatta biz onlara fikir verdik. Almanya’da çocuk konsepti üzerine bazı oteller gezdim, oralardan bazı fikirler alıp burada uygulamaya çalıştık. Dünyadaki diğer çocuk kulüplerinde de belli başlı olimpiyat oyunları var; havuz oyunları olimpiyatları, sahil olimpiyatları gibi. Global turnuvaları baz alıp çocuklara yönelik oyunlar yaptırmaya çalışıyorduk.

... Yeni fikirleri ekibimize göre, otelimize göre adapte edip uyguluyorduk. Ekibin, otelin, çocuk kulübünün olanakları da belirleyici oluyordu. Bizim de katkımız oluyordu. Biz kendimize göre tasarlıyorduk. Hayal gücümüzü kullanıyorduk. Eklèmeler yapıyorduk işte şu oyunu da koyalım bunu ya yapalım tarzında.” (K4)

“İspanyol bir grubun buradaki tesisi malzeme konusunda çok zengindi. Onlar animasyona daha önce başladıkları için. Burada diğer otellere göre bakın böyle bir ayırım da ortaya çıkıyor. Her otelde yoktu o dönem uluslararası bir grup ve ciddi bir animasyon malzemesi getiriyordu aktiviteye. Örneğin bir skeçte şişme tavuk (animasyon malzemesi) kullanacaksın. Skeçte tencerenin içerisinden çıkartıyorsunuz, böyle ekipmanlar vardı. Türkiye’de böyle şey bulmak zordu. Dart oku bile bulmak zordu. Örneğin dev bir tıraş bıçağı vardı, ucu 50 cm sapı 80 cm kocaman. Bu tür malzemeler o zamanlar Avrupa’da üretiliyormuş demek ki, zamanında bir üretim varmış orda. İspanyollar bizden daha önce turizme başladığı için buradaki zincir otelleri bu açıdan da çok zengindi. CD’ler getirip, değişik kostümler getirip böyle aktiviteler yapılıyordu. Biz de bu zincir otellerin uygulamalarından çok şey öğrendik tabi ki.

...Mini disco çok eski tabi ki bence 1960-70’lerden beri vardır. Animasyon Club Med ile Fransızlarla başladı Türkiye’de. Onların iyi bir çocuk kulübü vardı çocuk bakım kulübü

vardı, Pyjamas club diye hala da aynı isimdir. Merkezi destek vardı. Club Med’de program her şey hazır geliyordu. O programın ihtiyaçları da hazır geliyordu; çocuk kulübü şovunun kostümleri dahi orada dikilip hazır bir şekilde geliyordu. Malzemeler geliyordu; oyun malzemeleri spor malzemeleri vb.” (K8)

“2002 yılında yeni açılan çok ses getiren bir resortta başladım. Tunuslular vardı o zamanlar. Her tarafı sarmışlardı. Animasyonda Tunuslular çok başarılı. Çünkü ülkelerinde bir tiyatro okulu ya da animasyon okulu var. Yani bu işin nasıl olabileceği konusunda çok bilgililerdi. Zaten en kötüsü üç tane dil biliyor. En iyisi altı tane dil biliyor. Ben bu işe onlarla başladım, onlardan öğrendim açıkçası. 2003’te yavaş yavaş Tunuslular azalıyordu. Çünkü şirket olarak bizim otellerden aldıkları paraların yarısını veya çeyreğini bizim gibi yerel personele veriyorlardı. Kalanını kendilerine alıyorlardı. Tabii patronlar bunu öğrendi. Yani Tunusluysan atıyorum bin euro maaş alıyorsun ama bir Türk’sen beş yüz lira maaş alıyorsun. Ya öyle bir ayrımcılık vardı. Daha sonra bunların hepsini uzaklaştırdılar otellerden. Genel olarak Antalya bölgesinde yaşandı bu durum.” (K7)

4.3.1.2. Genel Global Turizm Trendleri

Turizm sektörünün küresel anlamda gündeminde olan konuların incelenmesi, trendlere uygun ürün ve hizmetler ortaya konması ile ilgili bir çaba vardır. Bu konuda doğa ve otantik deneyimler ön plana çıkan iki konu olarak görünmektedir. Bu konu ile ilgili doğrudan alıntılar aşağıda verilmiştir:

“Şimdi siz yine özgürlük, deneyim ve bütçe konusunun üzerine düşüncelerinizi kurmalısınız. Çünkü işin sihri bu. Bir de siz o sihri güzel bir coğrafya, güzel bir tabiat, güzel bir denizin olduğu bir yerde sunuyorsunuz. Bence çok aşırı yatırım oldu. Yani bu kadar bin dolarlık m2 si olan mermerler şunlar bunlar. Bakın ne oluyor biliyor musunuz? Trendler değişiyor. Lüksün tanımı değişti. İnsanlar için bugün çimlere basmak, doğa lüks oldu. Çünkü onlara ulaşamıyor. Bugün büyük şehirlerde yaşayan çocuklar sebzeyle meyveyi markette görüyor. Hayatında hiç dokunmamış ona. Fakat ülkemize tatile geldiğinde ağaçta portakal görüyor.

...Bu özgürlük ve deneyim konuları her şey dahil en önemli ayakları. Zaten şu anda da tatil trendleri konuşulduğunda en önde gelen konu deneyim. O da genişlemiş vaziyette. Eskiden 80 li 90 lı yıllarda ve öncesinde dijital deneyim yoktu. Şimdi bir de dijital deneyim hayatımıza girdi. Dijital deneyim bizim seyahat sektörü için muhteşem bir şey. Çünkü ne kadar çok insan dijital deneyim yaparsa tatil köyüyle, kasabasıyla, o ülkeyle, o otelle.. o kadar çok fazla insan bilerek fiziksel deneyim yapacak. Yani dijital deneyim fiziksel deneyim

yapmanın aracı oldu artık.” (S8)

“Otelin mevcut bitki örtüsünü ve hayvanlarını tanıtan etkinlik yapıyoruz. Çevreye yatkın bir proje.” (S7)

“Aktüel-trend bir de içerik trendleri önemli.” (T1)

“Mini kulüplerin içerisindeki doğal aktivitelerin doğada yapılan işlerin artırılması önem arz ediyor. Önümüzdeki günlerde daha da popüleritesini artıracak diye düşünüyorum. Şunu keşfediyor insanlar. Eskiden lüks kavramı deri chesterfield koltuk, malt viski, puro iken, İtalyan mermeriyken şimdi tik bir zemine çıplak ayakla basmak, bir çam ağacını elinle hissetmek, bir doğal otu etin üzerine atmak... lüks kavramı bu olmaya başladı.” (S4)

“Bazı misafirlerden geri dönüşler oluyor. Türkiye’deyiz sizinle alakalı bir şeyler görmek istiyoruz. Mutfak için de bu böyle. Bizden de beklenen Türk günü organize etmemiz. Daha çok modern şeyler ve Türk bayrağı üzerine gidiyoruz. El işi Türk bayrakları yapılıyor. Kocaman Türk bayrağı açılıyor. Havuz başında marşlar çalınıyor. Onuncu yıl marşı ile beraber havaya Türk bayrağı temalı balonlar bırakılıyor. Uçurtma festivali. Türk günü bu şekilde oluyor. O gün çocuklar biraz daha Türk yemekleri yiyor. Sağlıklı, çocukların seyerek yediği şeyler. Baklava vs. lezzetleri ailelere sunuyoruz etkinlik kapsamında.” (K4)

“Çocuk kulüplerinde yapacağımız aktiviteleri şekillendirirken turizm trendlerini dikkatle takip ediyoruz. Çocuk misafirin ve ebeveyninin beklenti ihtiyaçlarını öngörmeye çalışıyoruz. Otantik deneyim ihtiyacı, unutulmaz anılar biriktirmek, doğa ile iç içe olmak şu anda turizm açısından önemli trendler ve bizim etkinliklerimizde güzel örnekleri yer alıyor. Çok beğeniliyor.” (T3)

4.3.2. Lokal Dinamikler

4.3.2.1. Lokal Rekabet Ortamı

İşletmelerin birbirleri ile rekabet halinde olmaları çocuk kulübü için itici bir güç olarak ortaya çıkmaktadır. İşletmeler birbirlerinden uygulamaları görmekte, benzerlerini ve hatta daha iyisini yapmak için çaba içine girmektedirler. Bir şekilde farklılık yaratmak ve önde olmak için gayret vardır. Hediyeler, etkinlikler, mekanlar gibi konularda gösterilen bu çabanın kimi zaman aşırıya kaçabildiği ya da basitçe kötü kopyalar yaratma şeklinde olabildiği konusunda eleştiriler de bulunmaktadır. Lokal rekabet ortamının bir etkisi de personel maaşları, tedarikçi seçimleri gibi operasyonel konularda ortaya çıkabilmektedir. Bu konu ile ilgili doğrudan alıntılar aşağıda verilmiştir:

“Çocukları sahneye çıkardığımız gösterimiz harika. Bu her otelde yok. Ama bizim olmazsa olmazlarımızdan bir tanesi. Daha doğrusu bizim farklılığımızı ortaya koyan nokta bu.” (K2)

“Misafire ver ver ver sonu gelmiyor. Sanki biz bunları yapmak zorundaymışız gibi. Mesela son yılın modası welcoming gift nereden çıktı? welcoming giftle mi doğdu mini kulüp? Mesela atıyorum pasaport verirken şimdi sırt çantasının içine de oyuncak bırakalım işte giderken de anahtarlık verelim, şapka verelim onu verelim bunu verelim. İşte biraz fazla aşmış vaziyette hediye verme konusu. Sen kendine güveniyorsan normal çizgide tutmak lazım. Müşteri beklentileri çok yükseliyor. Ama bu da rekabetten kaynaklanıyor. Ama bilinçsiz rekabet. Sadece vererek. Hediye ile başaracağını zannediyor.

...Bence geleceğiz gideceğiz iyi hizmet veren kazanacak bu işten. İnsan faktörüyle iyi hizmet veren. Tabi ki belli fiziksel koşulların sağlanması gerekiyor. Kulübe de olmaz ama diğer taraftan 4-5 dönümlük Disneyland kurmak da olmaz. Onu da yapalım bunu da yapalım. Bu bir yerde duracak. Çünkü herkes bunu yaparsa artık bir şey kalmayacak. Elene elene bence kazanan iyi hizmet veren olacak. İnsan faktörü bence burada en kritik olan.” (T1)

“Bölgede yapılan işler %70 aynı konseptte. Bu nedenle personelin kararında maaş etkili oluyor. Yeni açılan otel transfer etmek için biraz daha yüksek maaş teklif edebiliyor. Personel biliyor ki gittiğinde de benzer işi yapacak. 3-4 sene sonra başka bir otel açılıyor yine dengeler değişebiliyor. Onu bir şekilde ayarlamaya çalışıyoruz.” (K4)

“Eğlence müdürüyken mini kulübe her zaman önem vermişimdir. Ekipman olarak destekledim personel olarak destekledim ihtiyaçlarını. Bir dönem (2010-2013 civarı) rekabet de çok kızışmıştı biz de o rekabetin içerisinde varız. Seyahat acentelerinin yıllık puanları yayınlanır orda bizim puanlarımız çok yüksekti, bunu net biliyorum, bize geliyordu. Hem animasyon, hem çocuk kulübünün yüksekti. O zaman o 40 kişilik ekiplerden vardı bizde.” (K8)

“İstiyorum ki geliştirdiğimiz uygulamalar yayılsın. Bakın artık yükselen bu seviyeden aşağıya inemezler. Yeni hiçbir yatırım bu seviyeden aşağı inemez, hep yukarıya çıkmalıdır. Zincir otellerimizin diğerlerinde de misafir bu kaliteyi arayacaktır. Ve sektörün de bu şekilde şekillenmesi lazım.

...Teknoloji çok önemli bir itici güç yani aslında müşteri beklentileri teknoloji geliştikçe sizde sundukça beklenti artıyor beklenti arttıkça teknoloji ile destekliyoruz. Birbirini besliyor hep bunun da aslında arka planında ne var rekabet var.” (K3)

“Tesisler aslında çocukların kalplerinde yer ayırma, orda bir tahta sahip olmak için yarışır hale geldiler.” (S6)

“Çocuk kulübüne şov olarak yatırım yapan, malzeme oyuncak olarak yatırım yapan oteller bir tık öne çıktılar.

...Artık hem tripadvisor lar bu internet sitelerindeki yorumlarla çok kıyaslıyor misafir. Bizi diğer tesisimizle bile kıyaslayanlar oluyor ki ekstra taleplerini bize kabul ettirebilmek için. Diğer otellerle de bizi kıyaslayanlar var. Tabi ki piyasada çok çok iyi farklı şeyler yapanlar da var. Bu tesisin hizmet standardı ile ilgili bir şey. Farklılaşarak ve kalitemizi artırarak rekabet avantajı sağlıyoruz.” (K5)

4.3.2.2. Bölgesel Eğilimler

Destinasyonda yaygınlaşan her şey dahil sistemi, ailelerin önemli bir hedef kitle halini alması, kusurları tespit edilen ekstra satış uygulamaları, sektöre hakim olan pazarlar, çocuk kulübü özelinde geliştirilen yeniliklerin hızlıca yaygınlaşması gibi faktörler çocuk kulüplerinin evriminde rol oynamaktadır. Bu konu ile ilgili doğrudan alıntılar aşağıda verilmiştir:

“90’lı yıllarda bölgemizde yaygınlaşmaya başlayan her şey dahil sisteminin ana ayakları “deneyim” ve “özgürlük” tür. Bu iki şeyin üzerine kuruldu her şey dahil. Bu ne demek? İnsanlar tatilde evde yapamayacakları veyahut memleketlerinde yapamayacakları deneyimleri yaşasınlar. Ve baktığımız zaman otele girdiğinde A dan Z ye kadar deneyim üzerine kurulu. Özgürlük de nerde geliyor? İnsanlar seçeneklerin içinden kendilerine ne hoş geliyorsa onu seçsinler. Bunun felsefesi bunun üzerine kurulu. Her şey dahil sisteminin varlığı aile için çok önemli. Çünkü çocuklu aile seyahat edenler arasında sayı olarak en önemli segment. Hali ile herkes önce aileleri hedefliyor. Çoğunun en az 1 çocuğu var. Bekar kesim % 5 lik civarı kitle. Çocuksuz çiftler daha da az. Aileler en geniş segment olunca her ülke, her tesis ailelerin peşinde oluyor.” (S8)

“Her şeyden önce bir kere bütün bu olay All inclusive ve family satmakla başladı. Çıkış noktası bu. Family satmakla birlikte. Antalya belli bir yatak kapasitesine erişti. Family satmaya başlamasıyla evrilme kaçınılmaz oldu. Çeşitlilik artıyor bu önemli. İyisi de var kötüsü de var. Kötülerin yanında çok iyi uygulamalar da var ve artacağını düşünüyorum. Bu çok cesaretlendirici bir şey sektör adına. Bir üst segmente atlaman için çocuk kulübü metrekaresi bir kriter onu biliyorum.” (T1)

“Biz aileler için çok cazip bir destinasyon olduk. Çünkü neden? Bizim ailelere sunduğumuz çok önemli bir şey var. Bütçesi önceden belli olan, ekstra bir sürpriz ile karşılaşmayacakları, çok kolay bir şekilde bütçelendirebilecekleri paketlere ulaşma şansı oldu ailelerin. Tesislerde bunun için çok gelişmiş mini kulüpler, aquaparklar kuruldu. İspanya’da

safari park, aquapark vs bir sürü yer vardır ama bunların hiçbiri tesislerin içinde değildir. Gidin bakın ispanyada bizdeki gibi aquapark olan tesis neredeyse yok gibidir. Bizde neredeyse her tesiste var. Bizi bu aile tatillerinde 1-2 adım öne geçirdi. Şu anda geldiğimiz noktada Türkiye aile tatilleri konusunda zirvede. Aile tatillerinin en rahat en kolay yapılacağı yer Türkiye. 80 lerde ilk başlarda ya bed and breakfast çalışıyordu ya yarım pansiyon çalışıyordu. Sonra full board plus a döndü. Üç öğün yemek yanında birkaç ufak tefek. Ardından bu her şey dahile evrildi zaten. İşin en son vardığı nokta.” (S3)

“Yirmi yıl önce bölgemize Tunus’tan ilk animasyon geldiğinde animatörlük çok revaçta bir meslekti. Çünkü çok iyi maaşlar veriliyordu o zaman. Sonra Türkler ve Fransa böyle bir harmanlandı. Türk işverenler biz bu kadar para vermeyelim başka bir yerden para kazansın diye düşündü ve ekstra satış sistemi gelişti. Yani maaşı birse üç de ekstrası var denmeye başlandı. Son on beş yıl içerisinde mini kulüp turizm sektörü için en iyi para kazandıran yerdi ekstra bağlamında. Ciddi anlamda, satış odaklıydı. Otel dışı turlar, dinazor turları, aquaturlar, tekne turları, banana turları, bunların hepsi personel için para kazanılan şeylerdi. Tişört boyamalar, çanta boyamalar, ayakkabı boyamalar, biblo boyamalardan ekstra prim alınırdı. Yıllarca o öğretildi bize. O dönemde iyi bir mini kulüp animatörünün kıstası çok iyi ekstra yapmasıydı. Mini kulüpte ekstralardan personel de müdürümüz de pay alırdı. Şu an bazı bölgeler hala ekstrasıyla döner. Animatör maaşları o yüzden sektörde düşüktür. Biz yıllarca böyle çalıştık. Eğer ekstrasız düşükse ciddi anlamda hoş olmayan mobbing bile yiyebilirsiniz. 2003 ile 2011 arası ekstra satış, ekstra satış, ekstra satış. Sadece buydu. (Bu uygulama hala bazı bölgelerde devam ediyor.) Bir süre sonra anne babalar bunu para tuzağı olarak görmeye başladılar. Üst segment oteller ile başlayıp yaygınlaşarak ekstra uygulaması kalkmaya başladı. Şimdi artık birçok tesis tişörtleri aktivitenin hediyesi olarak veriyor, ekstra ödeme talep etmiyor. Personelin ekstra satışlarla prim kazanmasının sakıncaları görüldü. Ekstra sisteminde anne baba çocuğu istedi diye yaptırmak zorunda hissediyor, çünkü çocuk ağlıyor. Ne yapacak anne baba? Çocuk ağlamasın diye boyattırıyor. Tişörtlerin hepsi kaliteli değil, bir yıkamada çok kötü oluyor. Misafir mutsuz oldu. Süregelen turist ülkesiyiz biz. Bir misafir on yıl da aynı otele gider, bir misafir, beş yıl da aynı otele gider. Çocuk geldi birincide tişört boyattı. İkinci sefer gelip o çocuk yine o tişörtü boyamaz. Sektör dördüncü yılda öldü.

...Sizin ayakta tutmanız gereken turizm aile turizmi. Aile turizminin çok önemli olduğu farkına varıldığı için son on yıldır mini kulüpler bu kadar önemli oldu. Çocuğu alan, çocuğu kapatan, tesis, aileyi kapar ve o aile döner tekrar sizin otelinizde kalır. Bu kadar basit.

...Aynı segmentteki otellerde güzel bir uygulama gördüğümde neden yapmıyoruz, ne eksiklerimiz var demek istiyorum. Madem o segmentle gidiyoruz, böyle yükselelim. Ha mini

kulübümüz şahane bir yer ama daha iyi olabilir. Daha güzel olabilir. Daha değişik olabilir.” (K6)

“Tesisimizde sunduğumuz atölye kültürü otelden otele yayılacak ve zamanla yetişkinler için de uygulanmaya başlanacak. Bu tür etkinlikler yetişkinlerin de çok ilgisini çekiyor.” (S1)

“Burada gerçekleştirdiğimiz bir yeniliğin öncelikle zincir grubumuz içinde daha sonra tüm turizm sektöründe yaygınlaşmaması mümkün değil. Ne yaptınız, nerde yaptınız diye bize soruyorlar.” (K3)

“2019 verileri ile 16 milyon insan Antalya’yı tercih etti. Bu 16 milyon insanın içerisinde paketli turla gelenlerin oranı neredeyse % 85. Bu % 85 inde %67 si çocuklu aileler geliyor. Çocuk kabul eden her otelin mini kulübü var. Adult only oteller dışındaki bütün 5 yıldızlı otellerde çocuk kulübü var.” (S5)

“Her şey dahile geçişte aileler çok mutlu oldu. Anne ben kola istiyorum diye çocuk gelmiyor. Çok rahatlatmış bu durum aileleri. Konaklayan aile sayısını da artırdı. Evet kalite düştü, plastik bardağa döndük ama bence çok da önemli değil yani. Bu bir talepti, doğru bir talepti ki başarılı oldu.

... Çocuk kulüpleriyle ilgili sektörde çok farklı uygulamalar var. 500 otelin içinde 50 si bu işe çok değer veriyor, yatırım yapıyordur. Gelen 10 milyon turist 9 milyonuna ne olduğu da önemli. Tek odayla çocuk kulübü işleten yerler var hala. Mini kulübün var mı var demek için bence.” (T2)

“Antalya zaten aile tatili üzerine dünyada farklılaşmış bir destinasyon. Rakiplere göre çok iyi durumdayız yani. Altyapılarımız çok müsait. Geniş bahçelerimiz var. Çocuğa uygun mini kulüpler var. Çocuğa uygun konaklama alternatifleri var. Bunlar Türkiye’yi tabi rakiplerine göre çok farklılaştırıyor. Dolayısıyla bizim yüksek sezon, daha doğrusu yaz sezonu olarak tabir ettiğimiz dönemde bizim ciddi bir çocuklu aile profilimiz var. Bunlar % 75-80 lere varıyor.” (S4)

“Daha öncesinde böyle bir konsept yoktu. Buranın açılması ile birlikte farklı tesislerde yaş ayrımı yapılmaya, teenager’lere önem vermeye başlandı. Hijyen önlemi alınmış bebek odaları, emzirme, alt değiştirme odaları düzenlendi. Otelimiz bu anlamda öncü oldu. Öbür oteller bizim gibi konseptli çalışan otelleri gördükçe tabi ki bir oluşum olmaya başladı. Lunaparklar, macera parklar görülüyor. Hepsi misafir memnuniyeti için.” (K4)

“Büyük küçük hiç fark etmez profesyonel mini kulüp diye bir şey birçok yerde yoktu. Zaten turizmde profesyonel tesisler de o dönemlerde açılmaya başladı. Turban tatil köyleri 1960’lı yıllardan beri vardı ama animasyon eğlence spor hiçbir şey yoktu. 1990’da

yurtdışından tesisler gelmesiyle işte animasyon ekipleri getirdiler ordan duydukları kadarıyla bir şeyler yapmaya çalıştılar mesele oydu.

...Oteller zaten genelde sadece yazın açıktı. Nisanda açılırdı, Kasımın 1inde kapanırdı o dönemde, bazı oteller hala öyle tabi. Sezonluk çalışanlarda bile birkaç aylık uzama var. Bu da pek çok tesiste yazlık kışlık çocuk kulübü ihtiyacını getirdi. En azından bir toplantı salonunu yazlık kışlık diye çevirebiliyorlar. Şu an çocuk her zaman gelebilir, o zamanlar çocuk sadece yoğun sezonda geliyordu.

...Yeni açılan oteller şöyle yaptı; biz yeni bir konsept yapıyoruz, herkesin en iyi noktasını alalım bu konseptin içine koyalım. Şunun çocuk kulübü çok iyiymiş biz ona benzeyen çocuk kulübü yapalım. Çocuk kulüpleri markalaşmaya, oluşan markalar kopyalanmaya başladı. Tur operatörleri de artık çocuk kulübü kurmaya başladılar. Çünkü artık 2000 yılından sonra turizm çok ayrıştı. Farklı ekonomik güce sahip aileler gelmeye başladı. Artık yani ucuz misafirlerin gittiği oteller pahalıların gittiği oteller ayrımı oluşmaya başladı. Farklı ülkelerden misafirler gelmeye başladı. Ben sadece tek bir millete çalışırım diyen otel sayısı çok azdı. 95 den sonra Ruslar da gelmeye başladı. Dolayısıyla da 2000 den sonra özellikle önceleri 3-5 olan ülke sayısı 20-25 ülkeye çıktı. Ben bıraktığımda 45-50 ülkeydi. Bugün çok daha fazladır.” (K8)

“Çocuk kulüpleri ile ilgili yapılan uygulamalar yavaş yavaş diğer zincirlere de yansdı.” (K9)

“Mini kulüpler 2000’lerin başında her şey dahilini getirdiği bir alışkanlık ile dönüşmeye başladı. 2000 li yıllara kadar evet çocuklar için bir takım şeyler düşünüyorduk. Ama özellikle otelde kalan misafir çocukları ile geldiğinde ve otelden çıkmamaya başladığında, otelde çok daha fazla vakit harcamaya başladığında bir talep oluştu ve bu talep bizi hep yönlendirdi. Özellikle 2010’lara gelince Türkiye’ye gelen turist sayısının hızla yükselmesi, her yıl açılan onlarca yatak, bizlerin de vizyonunun açılması ile gelişim hızlandı. Gidip gördüklerimizle, dünyanın doğal olarak gelişimiyle mini kulüp bambaşka bir boyuta geldi. Şunu gönül rahatlığı ile söyleyebilirim son 10 yıldır herhalde sektörün en çok ilgilendiği, en çok değer verdiği konuların başında mini kulüp geliyor. Buna da öncülük eden yerler oldu işte. Mini kulübün seyri, gelişimi en az Türkiye’deki turizmin gelişimi kadar hızlı ve önemli oldu. Çünkü şöyle söyleyeyim, en son kontrol ettiğimde Antalya’da 450 ye yakın 5 yıldız otel ve tatil köyü var. İspanya’nın tamamından daha fazlası sadece Antalya’da var. Bunun en az 400’ünde çok hijyenik ve kaliteli mini kulüp vardır. Sadece yetişkin oteller dışındaki her otelde mini kulüp vardır. Bizim en çok önemsedığımız konu çocuktur. Çocuğun en çok eğlendiği yer ise mini kulüptür.” (S2)

“Çocuk kulüplerinin temeli aslında kulüpçülükten geliyor. Yani ülkemizde açılan uluslararası kulüp otelciliğinde mini kulüpler her zaman çok çok önemli bir yer tutmaktaydı. Bunu biz Türkiye’de kendi gelişimimiz dahilinde gördük. Çünkü baktığınız zaman şu anda resort otel sektöründe üst düzey yöneticilik yapan birçok arkadaşımızın hepsinin kökenleri kulüp otelciliklerinden geliyor. Bu tesislerin her biri önemli bir ekol oluşturdu. Müşteri odaklı çalışan tesisler çok çok büyük başarılar elde ediyorlar. Sonraki yapılan tesislerde teknolojiyi de daha fazla gündeme getirip daha kapsamlı mini kulüpler yapılmaya başlandı. Biz bunu artık bir kültür haline getirdik. Kopyalanır duruma geçtik. Yurtdışı otelcileri Türkiye’deki mini kulüp uygulamalarını gelip öğrenmeye çalışıyorlar.” (S6)

4.3.2.3. Kurumsal Yaptırımlar

Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın personel yeterliliğine ilişkin düzenlemesi, sertifikasyon gereksinimleri, Kişisel Verilerin Korunması Kanunu (KVKK) ve Tur operatörlerinin yaptırımları dile getirilen başlıca konulardır. Bu düzenleme ve yaptırımlar çocuk kulübü yönetimlerini şekillendirmektedir. Kaymakamlık, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü ve tur operatörü yetkilileri zaman zaman çocuk kulüplerinde denetim gerçekleştirmektedir. Bu denetimler son yıllarda artış göstermiş ve daha fazla detaylandırılmıştır. Bu konu ile ilgili doğrudan alıntılar aşağıda verilmiştir:

“Bizim Instagram sayfamız yok. KVKK olduğu için içeride fotoğraf çekemiyoruz. Misafir isterse çocuğunun fotoğrafını sadece onun fotoğrafını çekiyoruz.” (K1)

“Yabancı acentelerin bize denetimlerinde sordukları çok ağır sorular var. Psikolojik olarak da sınava tabi tutuluyoruz. Çünkü yurtdışında ve artık yurt içinde çocuk taciz davaları çok farklı boyutlarda ve çocuk istismarı artık maalesef ki her ülkenin gündeminde olan sorunlardan biri.” (K2)

“Geçmişe kıyasla ne değişti biliyor musunuz? Şu an akademik olarak bakacağım olaya. On yıl önce önüne gelen herkes mini kulüp yapabiliyordu. Hatta tüm eğlence müdürlerinin eşlerinin mini kulüp geçmişi vardır. Doğruya doğru. Ama 7-8 yıl önce Bakanlığın özel emriyle mini kulüpte akademik yeterlilik aranmaya başlandı. Turizm bakanlığında ve otellerdeki öncelik, çocuk gelişimi eğitimi, sertifikası ya da pedagojik formasyonu olan personeli çalıştırmaktır. Diploması olmayan personeli mini kulüp müdürü ya da şefi olarak almıyorlar artık.” (K6)

“Çocuğun görüntülerini izlemenize KVKK izin vermiyor. Bu yasak pek çok uygulamanın revize edilmesine sebep oldu. Kişisel verilerin korunmasında çok daha hassas davranılıyor artık.” (K4)

“Burada (yasal düzenlemelerde) çok ciddi bir açık var. Biz bunu pandemide keşfettik. Biz pandemide nereye ait olup neyin yönetmeliğine göre hareket edeceğimizi bilemedik. Biz konaklama tesislerinin içindeki çocukları eğlendiren bölüm olarak geçiyoruz. Eğer sizin otelinizde çocuk kulübünüz sadece bir odaysa uygulaması kolay oluyor. Fakat biz böyle odaları büyüttükçe, işi profesyonelleştirdikçe denetimlerimizi de kreş yönetmeliklerine göre yaptılar. Eskiden prizın yeri, çocuk güvenliği, havalandırma, pencere, kayıt sistemi vb. bunları bize sormazken, biraz da biz böyle yaptıkça, aa bu da varmış buna da bakalım demeye başladılar. Çok sıkı denetleniyoruz. Turizm bakanlığından geliyorlar. Kaymakamlık geliyor. Acentelerin denetimleri var. Hepsinin kendine göre kontrol listeleri var.” (K5)

“2634 sayılı yasayı ve onun mütemmim cüzü olan nitelikler yönetmeliğinde gerekli revizyonları yapmamız lazım. Sadece yetişkinlere özel bir otel yapacaksak ne olmalı? Çocuklu ailelere hitap eden bir otel nasıl olmalı? Aynı anda aileler ve parti isteyen misafirleri birlikte ağırlayacaksa nasıl bir geçişkenlik sunacaksın bunu belirlememiz lazım. Faaliyetleri konseptleri standart haline getirebiliriz. Bu konseptleri şu yaş gruplarına uygula. Şu sayıda eleman bulundur. 100 kişi kapasiten varsa 5 çocuk gelişimci çalıştıracaksın başında da yönetici olacak gibi.” (S3)

4.3.2.4. Bulaşıcı Hastalıklar

Covid 19 Pandemisi nedeniyle uygulanan kurallar çocuk kulüplerinin işleyişinde değişiklikler yaratmıştır. Bu değişikliklerden bazılarının kalıcı olacağı öngörülmektedir. El ayak hastalığı, rota virüsü, mantar enfeksiyonları, koksaki gibi diğer örneklerin de varlığı bulaşıcı hastalık tehdidinden çocukların korunması yönünde alınan önlemler açısından dikkate alınmaktadır. Bu konu ile ilgili doğrudan alıntılar aşağıda verilmiştir:

“Pandemi tüm planları değiştirdi. Top havuzu, sinemalar hepsi kapandı. Daha çok dış alanı kullandık. Misafirin isteği de dış alanı kullanmak oldu pandemide.” (K1)

“Patlak veren global pandemi krizinde hepimiz aynı şeyi yaşadık. Fransa'da, İspanya'da, Mısır'da herkes aynı telaşı ve endişeyi duydu. Çok fazla dezenfektan kullandık. Ateş ölçmek ve maske takma zorunluluğumuz vardı. Biz pandemi öncesinde de sonrasında da zaten göz kontrolü dediğimiz şeyi yapıyoruz. Ateşi olan, antibiyotik kullanan, herhangi bir döküntü hastalığı olan, mantar enfeksiyonu olan, burnu akan çocuğu zaten tüm çocukların iyiliği için çocuk kulübüne almıyoruz. Biz zaten bu prosedürü işletmek zorundayız. Dünya üzerinde covid dışında birçok salgın hastalık var. Rota, mantar enfeksiyonu, havuz enfeksiyonu gibi. Covid'in devamında bazı sistemlerin kalması gerekiyor. İçerideki düzenin korunması için, hijyenin korunması için gerekli.” (K6)

“Buradaki çocuklarla ilgilenen kişi gidip oradaki farklı çocuklarla ilgilenmiyor. Bu pandemiden önce düşündüğümüz bir şeydi. Pandemiden önce de el ayak hastalığı vardı. Genelde otelden kapılan bir hastalık çünkü Rusya’nın hastalığı. Bizde de kızamık vardı. Bulaşıcı hastalıkların yayılmasını minimuma indirmek için bunu yaptık. Mesela mimarlar top havuzu çizmişti. İptal ettirdik. Çünkü top havuzunun hijyenini sağlayamıyoruz. Bebek Sonuçta ağzının salyasını akıtıyor. Ondan sonra öteki geliyor. Biz onu nasıl temizleyeceğiz?” (S1)

“Bu covid döneminden sonra bir sürü şeye dikkat etmemiz lazım. Özellikle güvenlik çok uzun senelerdir zaten önemli bir nokta. Buna bir de şimdi hijyen eklendi. Çok önemli olmaya başladı.” (T1)

“Hijyen süreçleri çok önemli. Çocuğun salyası akıyor. Çiş yapabiliyor. Çapraz bulaşma riski çok fazla. Özellikle koksaki gibi çocuktan çocuğa sıçrayan hikayeler olabiliyor. El ayak hastalığı önemli bir tehdit. Bununla ilgili dezenfeksiyon süreçlerinin çok sıklaştırılması önem arz ediyor. İnsanlar tabi pandemi sürecinde etkilendiler. O hijyen hassasiyeti hepimizde yükseldi.” (S4)

“Pandemiden dolayı 1 saat hijyen arası veriyordum gün içinde. 13:00-14:00 arası bütün araçlar gereçler temizleniyordu. Girişte maske dağıtımı, ateş ölçümü yapılıyordu. Pandemide başlatmış olduğumuz püskürtme ULV cihazları ile ozon şoklama temizlik süreçlerine ilave oldu. Ozon şoklamasına girdik. Türk turizminde pandemi bitse bile bazı şeylerin devam edeceğini düşünüyorum. Covid dışında el ayak hastalıkları, koksaki falan var. Özellikle top havuzlarından çok bulaştığı söyleniyor. Biz daha yaşamadık ama öyle vakalar duyduk. Bizim o hastalığa yönelik aldığımız önlemler var.” (K4)

“Pandemide 0-3 yaş bölümünü açmadık. Çünkü o yaşta çocukla sosyal mesafe koruyamayacağımız için. Her türlü vücut sıvısıyla muhatap olmak zorunda olacaktık.” (K3)

“Top havuzları pandemiden önce de sonra da hiç hijyenik değil. Top havuzunun topunu çıkarıp devam ettik. Pandemiden önce yaşadığımız el ayak hastalığı, Rusya’dan gelen suçiçeği bunlar da viral bakteriler. Biz onlarda da çok büyük zorluk yaşıyoruz.” (K5)

“Pandemi de çok şeyi değiştirdi. Hijyen tabi ki çok önemliydi her daim ama hijyen ve güvenli turizm sertifikası kuralları bizim için sistemi tamamen değiştirdi. Sistem bizi farklı boyutlara götürüyor.” (S5)

4.4. TEMA-3: Destekleyen Sektörlerdeki Dinamikler

4.4.1. Teknolojik Yenilikler

4.4.1.1. İletişim Teknolojileri

Gelişen iletişim teknolojileri çocuk kulüplerinde aile ile iletişim ve çocuğa sunulan aktivitelerin zenginleştirilmesinde kullanılmaktadır. Bu alandaki ilerlemenin yönetsel süreçleri ve hizmetleri belirgin şekilde farklılaştırdığı gözlemlenmektedir. Bu konu ile ilgili doğrudan alıntılar aşağıda verilmiştir:

“Seneye çocuk kulübü ile ilgili bir aplikasyon yaptırmak istiyorum.” (K6)

“5 duyunun 5 ini de dijitalde yaşayamadığınız için hala hayat hibrid. İyice hibritleşecek. Eğitim hibrit, eğlenmek hibrit, meetingler hibrit. Hibrit model dünyanın geleceği olacak. Çünkü İnsanlar ne %100 dijital dünyada ne %100 fiziksel dünyada kalacak. Herkes için bunun bir balansı olacak. Ayarı olacak. Dolayısıyla bu çocuklar için de geçerli. Ancak dijital dünya deneyimsel öğretim için çok hızlı ilerleyecek.” (S8)

“Çocuk çizgi filmi sunmuyorduk öyle bir şansımız yoktu. 2000 yılına kadar bu hizmeti verdiğimi bilmiyorum. 2003 çizgi film gösterimlerine başladık. Şimdi de o büyük 40 kişilik çocuk kulüplerinde bu aktiviteler var. Sinema devreye girdi tabi ki, play stationlar devreye girdi teknolojiyle beraber bunlar yoktu. Onlar da 2006’dan sonra devreye girdi. Sinema, playstation gibi şeyler, internet teknolojileri gittikçe bollaştı.” (K8)

“Çocuk kulübünde kayıt işlemleri de dijitalleşiyor imza da dijitalleşiyor. Çocuğun alerjisi hassasiyeti nesi varsa kaydediliyor. Dijital çocuk takip ve sadakat programı önerdik. Hangi yaş grubu nerde ne kadar zaman geçiriyor hangi milliyetten hangi saatlerde daha çok tercih ediliyor gibi size veri veriyor. Şöyle bir şey biz nereyi pazarlamak istiyoruz nereyi öne çıkarmak istiyoruz. Diyoruz ki sanat atölyesi önemli. Sanat atölyesinde çocuğun geçirdiği her dakikaya 2 puan veriyoruz. Bahçede zaman geçirmesini, hareket etmesini istiyoruz mesela bahçede geçirilen her dakika 3 ile çarpılıyor çocuk puan biriktiriyor. Atıyorum playstation ile zaman geçirmesini istemiyoruz her dakika eksi 1 gibi. Burada hem katılımı artırmaya hem de katılımı bilinçlendirmeye katkı sağlamış olacağız. Bu puan birikiminden sonra da forma, tişört, tema park bileti, tatil gibi ödüller verilebilir. Mesela çocuğun tatili bitti 10 bin puanda kalıyor aileye diyecek ki seneye yine aynı yere gelelim puan biriktirelim. Ve bunun bütün zincir otellerimizde olması sağlanabilir. Bu şekilde sadakate katkısı olacaktır. Ayrıca aile çocuğunu 1 aplikasyon ile yâda bizim aplikasyona yazacağımız bir uygulama ile bütün otel içinde kontrol edebilecek. Firma ile görüştük fakat henüz sonuçlanmadı.” (K3)

4.4.1.2. Güvenlik Teknolojileri

Çocuk kulüplerine yerleştirilen kamera sistemleri, kapı giriş çıkışlarının kontrol altına alındığı sistemler, sağlıklı ortam sağlanmasına yönelik kullanılan teknolojiler çocukların daha güvenli ve sağlıklı bir ortamda bulunmaları için artarak yaygınlaşmaktadır. Bu konu ile ilgili doğrudan alıntılar aşağıda verilmiştir:

“Güvenlik çok önemli bizim için. Çocuk kulübüne güvenlik kameraları girdi. Her köşeyi izlememiz lazım. Fiziksel koşullarla beraber güvenlikler de arttı. Kapı kontrolleri sayesinde çocuklar istediği gibi girip çıkamadılar. Güvenlik kameraları herhangi bir yanlış harekette kimin hatalı olduğunu görebilmemiz için çok iyi oldu. Fiziksel koşullara bunlar eklendi, bunlar önemli.” (T1)

“Çocuk kulüplerinin yapısal olarak bahçesi, girişi kontrol altında. Biz RFID sistem kullanıyoruz. Bu marketlerdeki elektrikli radyo frekans sistemi gibi çocuklar çıkmaya kalktığında bip bip alarm ötüyor.” (K1)

“Ozonu çok kullanıyoruz. Bizim bütün alanlarımızda oda temizlik süreçlerimizde dahi ozonu çok kullanıyoruz. 5 ppm i geçmiyoruz. Gece kapandığında mini kulüp daha yoğun ozonlanıyor. Çünlü ozon her yere sirayet eden bir gaz ve doğal bir gaz. Siz yüzeyi temizleyebilirsiniz. Dezenfekte edebilirsiniz ama yüzeyle bitmiyor iş. Cam olabilir minderlerin içi olabilir. Bu gaz her yere gidiyor o açıdan çok önemli.” (S4)

“Eğer otelde konaklıyor ve bizim wifimize bağlıysa bizim bir uygulamamız var oradan, telefon ya da tablet ile canlı şekilde bütün alanları görebiliyor ebeveyn. Tabi bu da çocuk koruma politikası içerisinde her aileye verilmiyor. Aileler bana ulaşmak zorunda ben önce kontrol ediyorum çocukları var mı yok mu kaç yaşında diye. Ona göre şifre veriyorum aileye sisteme girebilmeleri için. O aile girmeden önce sistem otomatik olarak tarıyor ailenin çocuğu var mı şeklinde. Aileler böylece 12 kameranın olduğu oyun odaları, bahçe her tarafı görebiliyor.” (K4)

4.4.2. Çocuklara Yönelik Endüstriler

4.4.2.1. Eğitim Endüstrisi

Çocuk kulüplerinin giderek uzmanlaşılın, daha çok sorgulanan ve daha kaliteli hizmet vermesi beklenen yerler olması neticesinde eğitim endüstrisindeki gelişmeler de bu alana yansıyabilmektedir. Özellikle ne tür aktivitelerin hangi yaşa uygun olabileceği başlığı üzerinde durulmaktadır. Çocuk kulübünün bir okul olmadığı gerçeğini kabullenen sektör, eğitimin eğlenceli ve etkileşimli uygulamalarından sıklıkla faydalanmaktadır. Bu konu ile ilgili doğrudan alıntılar aşağıda verilmiştir:

“Kolejlerde çalışan öğretmen arkadaşlarımdan bilgi alıyorum. İşte çocuklar hangi oyunları daha çok seviyor. Okuldaki öğretmen onunla 9 ay birlikte. Okulların oynadığı oyunlar da farklı. Okullarda ne olduğunu bilerek gitmeye dikkat ediyoruz ama buna eğlence de koyuyoruz.” (K2)

“Sürekli bir yenileme içerisindeyiz biz zaten usta öğretici bağlamında baktığınızda Milli Eğitim müfredatı sürekli değişiyor. En geç iki yılda bir gidip tekrar o kursa tekrar o yeterliliğe sahip olmak durumundasınız. Liseden çıktığım zaman bıraktığım programlar, müfredatlar, yapılan eğitim, öğretmen mantığı, her şey değişti. Biz şimdi Türkiye’de 0-6 yaş okul öncesi eğitimi de baz alınarak hazırlanan müfredatta Montessori kullanıyoruz. Son yıllarda konuşulan dört beş sistem daha var. Kanada eğitim modeli çocuklarda birebir etkileşim dokunarak eğitim. Waldorf hayatın içinde birebir temasta eğitim. Bunları takip ediyoruz. Lanart diye bir Waldorf sistemi terimi var. Doğa sizin en büyük sanatçınızdır. Çiçekleri, yaprakları kullanıyoruz.” (K6)

“İlk başladığımızda 1998 yılında bir Amerikan eğitim firmasının temsilciliğini almıştık. 1 saatliğine çocuklar bir bilgisayar dersine geliyorlar. Her şeyin kontrol altında olduğu bir bilgisayarlı öğrenme merkezi. İşin içine girince Amerika’da formasyon aldım ve orada çalışma imkânı buldum. O iki ay süresince bu işi Türkiye’de denemeye karar verdim. 1999’da da bunun mini kulüp uygulaması ile başladık.” (T1)

“Bizim çalışma konumuz okul dışı (informal) bilim eğitimi. Bu ciddi bir uzmanlık. İlk kurulduğumuzda uluslararası çok büyük bir şirketin temsilciliğini aldık. Ciddi bir franchise bedeli ödedik 3 yıl boyunca. Kurucumuz benzer konuyu devlette de uzun yıllardır çalışmaktaydı. Derin bir bilgi birikimi oluşturduk. İnfomal bilim eğitiminin içeriğinde çok fazla teknik detay var. Bilimi basitleştirmek, cazip hale getirmek, hangi konunun çocuğun ilgisini çekeceğini, hangi konunun turist bir aile için anlamlı olabileceğini, bunun nasıl sunulabileceğini, eğitim-eğlence dengesinin bir resort otel çocuk kulübü konteksti içinde nasıl modellenmesi gerektiğini, personelin kalifikasyonunu ve pek çok başlığı ince detayları ile çalışmalısınız. Biz kendimizi güncel tutmak için informal bilim eğitimi ile ilgili konferanslara katılıyoruz, yayınları takip ediyoruz, yurtdışı gezileri ile sürekli araştırmaya ve geliştirmeye devam ediyoruz. Eğitim bilimleri alanında uzman personel bulunduruyoruz.” (T3)

“Bu faaliyetler in çoğu Alman ekolünden aldığımız şeyler. Bunun turizmle buluştuğu yerlerde tatilde eğlenceli keyifli şeyler yapılması ama aynı zamanda bunların insan üzerinde kalıcı etkileri olması düşünülüyor. Bunu çocuk üzerinde düşündük çocuk ve aileyi birleştirme fikri aynı ekol üzerinden gelişen şeyler. Spor sanat doğa bilimle ilgili çocuğun alması gereken

şeyler. Okuldaki gibi ezber değil direk deneyimleyerek yaparken öğrenme öğrenirken de eğlenme gibi mottolar ve sloganlarla anlatmaya çalıştık.” (K9)

4.4.2.2. Serbest Zaman Endüstrisi

Dünyadaki farklı tema parkların incelenmesi ve bunlardan ilham alınması neticesine çocuk kulüpleri gelişim gösterebilmektedir. Bu tema parklarda sunulan içeriğin ötesine geçilerek işletme modelleri açısından da fikir alınabilmektedir. Bu konu ile ilgili doğrudan alıntılar aşağıda verilmiştir:

“Mesela ben ilk Magic Kingdom ‘a gitmişim. O zaman ilk orada Mickey’nin anonsuyla sabah jimnastiği yapıldığını gördüm. Aldım CD sini. Sonra da her tarafa yayıldı herkes bir sabah jimnastiği tutturdu. Pasaport uygulaması da Magic Kingdom’dan ve Orlando’daki Disneyland’dan. Orada pasaport var çocuğa damga vuruluyor istasyonlarda. Mc Camp’i inceledim. O zaman kızıma gel seni oyuncakçıya götürüyim diyordum çocuk Mc Camp’den dışarı çıkmıyordu. Tabi İngilizce konuştuğu için keyfini de aldı oranın. Ondan sonra gelmedi. Dedim ki bu böyle olur. Bu iş böyle yapılmalı. Benim dört yaşındaki çocuğum Toys”R”Us’ a gitmek istemiyor şu Mc Camp’te kalmak istiyor. Ve ben yıllar içerisinde bu Mc Camp’leri de gözlemledim. Çünkü neden gözlemledim multilingual (çok dilin konuşulduğu) bir yer orası.” (T1)

“İki tane çocuğumuz var 6 ve 13 yaşlarında. Sık sık onları yurt içi ve yurtdışında tema parklara ve müzelere götürüyoruz. Onların nelerden keyif aldığını gözlemliyoruz, neleri işimize yansıtabileceğimizi düşünüyoruz. Süreçler, oluşturulan ambiyanslar, ekipman ve malzeme konusunda ilham alıyoruz. Popüler kültürü de takip ediyoruz. Çocukların güncel konuları nedir, izledikleri animasyonlar nelerdir, oynadıkları oyunlar hangileridir hepsini takip ediyoruz ve işimize yansıtmaya çalışıyoruz.” (T3)

“Disneyland ziyaretim oldu Fransa’da. Orada gördüklerimden esinlenmeye çalıştım.” (K4)

“Benim alanım rekreasyon kültür pedagojisidir. Gençlerle çocuklarla birçok proje yapmaktaydım ve üst düzey yöneticiliğim vardı. Berlin’de büyük bir kültür semt evinin yöneticisiydim. Berlin’den Antalya’ya bu sebeple geldim.” (K9)

“Dedim ki çok güzel bir konsept var. Meslek simülasyonu. Çocuklara şehir kuracağız, o şehrin içinde meslek simülasyonu yapacaklar. İnşaatta duvar örecekler gerçekten örecekler ve biz her seferinde yıkacağız. İtfaiye eri olacaklar ama bunun hepsini dramatize edeceğiz. Kostümü ekibin amiri olacak falan çocuklar gerçekten o duyguyu yaşayacaklar. O zamanlar

önerdim. Kidzania, Kids mondo örneklerini verdim. İstanbul'a gittim, fotoğraflar çektim.” (K3)

“Benim planım bu sene fuarları araştırıp bakmaktı. Tabi internetten de bakıyoruz ama yetmiyor. Bu tarz şeyler Rusya’da çok var. Aralık ayında kimin nereye gideceğini hepsini belirledik. Şimdi de mesela mağazalar bize gönderiyor oyuncağı ama biz gidip bakmayı tercih ediyoruz. Sezon başlamadan herkes bir tane el işi ve eğlenceli aktiviteyi araştırıp getiriyor ve bunları topluyoruz. Sonra biz bunları deniyoruz sırasıyla kendimiz hangisi çok hoşumuza giderse bunu programa yazıyoruz.” (K1)

“İnternet öncesi tamamen misafirlerin bize vermiş olduğu bilgilerden, televizyondan, çocuk ağırlıklı çocuk programlarını izleyerek hep yeni yeni konseptler yapmaya çalıştık kendi kendimize.” (K4)

4.5. TEMA-4: Otel Üst Yönetiminin Kararları

4.5.1. Otel Üst Yönetiminin Genel Kararları

4.5.1.1. Otel Üst Yönetiminin Hedef Kitle Kararları

Resort otellerin çok büyük bir bölümü için, özellikle yüksek sezonda öncelikli hedef kitle çocuklu ailelerdir. Sadece yetişkinleri kabul eden resort otel sayısı çok az orandadır. Bu konu ile ilgili doğrudan alıntılar aşağıda verilmiştir:

“Resort demek uzun süreli tatil demek bu da çocuk demek. Bunun da farkında olarak hareket ediyoruz. Bir tane yetişkin otelimiz var, bizim yatak kapasitemizin çok altında kapasiteye sahip. Şu dönemde çocuğun girmediği bir mekanda iş yapmak çok zorlaşmış durumda. Eskiden çıplaklık satıyor deniyordu, şimdi çocuk satıyor. Bu yönde olan hizmet kaliteyi etkiliyor. Gençler, çocuksuz yaşlılar genelde düşük sezonlarda geliyor. Çünkü zaman olarak bir kısıtlamaları yok, daha uygun fiyatlı zamanları tercih edebiliyorlar. Çocuklu aileler ise okullar kapandığı zaman geliyor ve bu neredeyse tüm dünyada birbiri ile aynı dönemde oluyor. Yüksek sezon dediğimiz zamanlar da bu dönemler zaten.” (S1)

“Türkiye gerek iklim, gerek coğrafya, gerek kültür, gerek konum yakınlığı ve ulaşım lojistiği olarak ailelerin tercih ettiği bir lokasyon oluyor. Tespitler genelde böyle. Gelen ailelerin beklentilerine cevap veren otellerin ön plana çıkması süreci desteklerse bu alan gelecekte daha iyi bir alan olabilir. Biz insanlara turizmde unutulmaz anlar yaşatabilirse bu kitleleri kazanırız ve sürdürülebilir bir turizm noktasına gider. Turizm yalnızca tüketen bir faaliyet değil tekrar tekrar insanın insan oluşunda üretmesinde katkı sağlayan bir faaliyet olarak görülmesi bence.” (K9)

“Üst yönetimimiz uzun süreli konaklayacak ailelere önem veriyor. Bu nedenle en küçük oda 100 m2 ve aile odası şeklinde yapıldı. Villaların bazıları kendi içinde mutfağı “butler”ı her şeyi var. Gelen misafir, özellikle Ruslar bunu çok seviyorlar. En az 2 hafta kalıyorlar bu şekilde. 2 ay bile kalan oluyor. O noktada gene sizin çocuk programınız çok önemli oluyor. Yani çünkü 3-5 gün 1 hafta gelen aile çok çocuk programını takmıyor. Diyor ki iki boya yapar iki çocuk şovu izler. Havuza gider. Zaten havuz denizden bıkmaları bir 3-5 günlerini alıyor. Bize 1 hafta gelen çocuk uzun süre kalmaz bizde. 1 haftanın üzerinde gelen çocuk, denizden kumdan güneşten o ilk heyecan gittikten sonra bizimle çok vakit geçirmeye başlıyor.” (K5)

4.5.1.2. Otel Üst Yönetiminin Karlılık Artırmaya Yönelik Kararları

Çocuk kulüplerinin sunduğu hizmetler sayesinde konaklama sürelerinin uzaması, tekrar ziyaret oranlarının artması, oda satış fiyatlarının artması gibi faydalar oluşabilmektedir. Bu hizmetler tesisin uzun süreli varlığı ve imajı için de bir yatırım olarak görülmektedir. Diğer yandan karlılığı artırmak amacıyla maliyetlerin düşürülmesine yönelik üst yönetim kararlarının olabildiği de katılımcılar tarafından dile getirilmiştir. Bu konu ile ilgili doğrudan alıntılar aşağıda verilmiştir:

“Kalış süresini uzatmak konaklama tesislerinin karlılığı için değerli. Futbol, voleybol, basketbol gibi spor akademilerimiz var. Bunlar da kalış süresini uzatıyor.” (S1)

“Farklı bir konsept yazdım ben. Çocuk kulübüne sınıf atlatıyoruz. Bu da satış rakamlarına etki edecektir.” (T1)

“Bütçede çocuk kulübüne ayrılan paylar artmaya başladı. Eskiden çok daha azdı. Bu mini kulüplere verilen önemi gösteriyor. E bir de ticari açıdan da çocuk mutluyorsa tekrar istiyor aynı oteli. Ben buraya bayıldım tekrar oraya gidelim anne-baba lafı önemli. Ticari açıdan da. Çocuk ve kadın mutluyorsa bu iş bitmiştir yani.” (S4)

“Tabi ki otelciliği kar beklentileriyle yapıyorlar ama çocuk alanını bir hizmet olarak görmeleri gerektiğini düşünüyorum. Bu uzun vadede onlara çok kalıcı gelirler, kalıcı misafir profili oluşturacak ve nesilden nesile bu devam edecektir diye düşünüyorum.” (K9)

“Otele değer katan şeyler var. Bazı hizmetler otelin seviyesini yükseltiyor. Bu sektör her şeye rağmen büyüyor çünkü yatırımcılar çocuğun farkında. Bakın şu an bizim gelirimiz geçen senenin çok üstünde. Geçen seneden bu seneye ne değişti dersiniz ürün anlamında, sadece çocuk kulübü. Bunu şu an fark ettiler.” (K3)

“Çocuk kulübüne harcanan 10 bin Euronun karşılığında 500 bin Euro kar artışı tespit edildi örneğin. Onun için bu konuyu çok çeşitlendirdiler.” (K8)

“Tesiste alkol içilen yerlerden uzak yerlerde gösteriler yapılıyor. Bunun gibi sebeplerle şov alınıyor. Süresi uzatılmaya çalışıyor. Burada uzun tatalım misafiri isteniyor. Çünkü alkol tüketiminin azaltılması maliyetleri düşürmede çok etkili.

Tedarikçiler ile çok sert pazarlıklar yapılabiliyor. Ama tedarikçiden alacağı hizmetin kalitesini çok önemsemiyorlar. Bazı şovlar var. Otelin sahnesine hiç çıkmasa daha karlı olacak. O şov aslında hiç çıkmamalı. Ucuz diye alınmış.” (T4)

“Karlılık hedeflerinden dolayı otellerde konaklayan kişi sayısı da çok arttı. Tesisler büyük ve çok kişi kalıyor. Eskiden otellerin kapasitesi 600-800 pax tı. Bakıyorsunuz 900 odalı oteller. Çocuk sayısı 600 şu anda.

... Üst yönetime sen bu çocuğa çok iyi baktığını, o çocuğu tekrar oteline getirdiğini kanıtlarsan yönetim senin önerilerini daha dikkatle uygulamaya alır. Eski otelimde eğlence departmanı olarak 2,5 milyon Euro olan sezonluk harcamamızı eleştirdiler. Personele kişi başı 7 aileyi geri getirme hedefi koydum. 4,5 milyon Euro repeat misafirden gelir artışı olduğunu ispat ettim.” (T2)

4.5.2. Otel Üst Yönetiminin Çocuk Kulübüne Özel Kararları

4.5.2.1. Çocuk Kulübü İçin Yatırım Kararları

Çocuk kulüplerinin bina ve demirbaşlarına yatırım yapma konusunda üst yönetimin ikna edilmesi gerekir. Çocuk kulübü yöneticisi genel müdürü, genel müdür ise yatırımcıyı ikna etmelidir. Yöneticilerin geçmişe göre ikna olmaya daha meyilli olduğu fakat bunun yanında daha iddialı önerilerin de geliştirildiği dile getirilmektedir. Çocuk kulüplerine yönelik gelecek için de yeni yatırım kararlarının sürekli konuşulduğu anlaşılmaktadır. Bu konu ile ilgili doğrudan alıntılar aşağıda verilmiştir:

“Yurt dışında eğitim görmüş, vizyoner bir otel sahibi ile tanıştık. İstanbul’da benim sunduğum eğitim sistemini çok beğenmiş. Otelinde bir uygulamasını istedi. 1999 yılında Antalya’daki otelde çocuk kulübünü açtık ve 2000 yılından itibaren de yeşil ve kırmızı kartlarımız ve pasaportlarla, kayıt formlarımızla bu anlamda çalışan ilk mini kulüp olduk. Ben yurtdışındaki uygulamalardan öğrendiklerimden öneriler hazırladım. Ne istersen dedi. Yeni baştan, yeni bir dünya hazırlandı. Çünkü var olan iyi gitmiyordu.” (T1)

“Yatırıma yönelik olarak bizler öneri geliştiriyoruz sonra yönetim karar veriyor, onaylıyor. Başka yerlerden referans da alıyoruz. Referans aldıktan sonra riske giriyoruz ve genellikle bu risk olumlu sonuçlanıyor. Kulübümüz şu anda denize ve havuzlara uzak kalıyor sanki. Deniz tarafına geçsek çocuk sayısı artar diye düşünüyoruz. Buraya getirip götürmek

biraz uzak kalıyor. Yatırımlarımızı misafirimizi memnun etmeye ve katılımı artırmaya yönelik yapmaya çalışıyoruz.” (K1)

“Benim bu tesisteki ilk sezonum olacak. Yatırım önerileri hazırlıyorum. Daha iyi olabiliriz. Mesela bir amfi tiyatromuz olmalı. Kum havuzları, bebek havuzları, açılır kapanır kompakt havuzlar olabilir. Kendilerini özgür hissedebilecekleri ama bizim kontrolümüzde özgür hissedebilecekleri alanlar istiyorum. Tamamen ahşap malzemeden fitness alanları çok güzel olur. Bunların planlamasını yapacağım.” (K6)

“Şu an tesisimizde üst segment bir çocuk kulübümüz yok. Belki ileride yaparız. Ancak yatırımla olabilir. Onlar 30 tane mini kulüp animatörü koyuyorsa biz 13-15 tane koyuyoruz. Aradaki fark bu. Çocukların önemli öğelerini sağlıyoruz zaten. Onlar çocuk yaş aralığını geniş tutuyor, daha çok çocuklarla ilgilenen animatör koyup anne-babayı tatil yapması için rahat bırakıyor. Böyle bir konseptleri var. Biz eğer family kulüp olacaksak böyle yapmamız lazım. Family kulüpler farklıdır. Mesela family kulüplerde ailelere özel restoran yapar. Ayrı mutfak, ayrı restoran farklı personel koyuyorsunuz bunlar yatırım maliyetinizi artırır.” (S7)

“Önceki otelimde çocuk kulübünü kurarken oraya yazdığımız bir konsept vardı. Ama patron sürekli şu moddaydı: “Ya bu kadar büyük yeri çocuklara ayıracağıma oda yapsaydım şöyle kar ederdim” tarzındaydı. Birisi ikna etmiş yapmış ama mantığını anlayamamış.” (K3)

“Çocuk kulübü dendiğinde eskiden sadece renkli renkli masa sandalyeyi al koy. Morlar, kırmızılar, turuncular, yeşiller her rengi doldur. Zemini rengarenk bir şey yap. Duvarın birini başka boya birini başka boya. Biz bunların hepsini yaptık. Duvarlarımızı kendimiz boyardık. İşte tepegöz ile bir çizgi film karakteri yansıtıp Mickey Mouse çiz, Duffy çiz. Kendimiz çizer kendimiz dekore ederdik.” (K5)

“Bir zincir otelde hayata geçirdiğimiz çocuk kulübü yatırımının hikayesini anlatayım. Merkez ofiste çalışan bir animasyon koordinatörü vardı. O her yıl prezantasyon hazırlıyordu. Animasyonun önemi, çocuk kulübü, yeni trendler. Kurucu da çok zekice alıyordu alması gerekeni. Yani kurucu şunu gördü; ben buna şu kadar para harcayacağım ama bu bana dönecek. Repeat oranları ve misafir memnuniyeti artacak. Lüks bir tesissek çocuk kulübü de lüks olacak. Her yer lüks olacak. Böyle bir yaklaşım olduğu için çok rahat ilerledik. İsteddiğimiz malzemelerle istediğimizi işçilikle ilerledik. Biz o süreci çok rahat yaşadık. Başka yerlerde dirençle uğraşabiliyorsun. Ne yapıyorsun eğlence müdürü olarak seni işe alıyorlar. Sen bir sunum hazırlıyorsun gündüze, gece ve mini kulüp başlıkları ile. Su sporları varsa su sporları. Bu ana başlık altında önerilerini sunuyorsun prezantasyon ile. Olmazsa olmazın altını kırmızı çizgi ile çiziyorsun. Bana maaş veriyorsan sözümü dinle diyorsun. Ona uygun bütçe çıktıktan sonra yönetiyorsun bütçeyi. Ama her yerde bu kolay mı? Hayır.

...Bu kadar otel yapılıyor. Sahile de mini kulüple ilgili bir şey düşünülüyor. Mimarlar bunu anlamıyor. Farklı bir otelde mini kulüp plajı yapıyordum elimdeki olanaklarla. Malzeme buluyorduk, otel almıyordu. Demirler diktik, kendim kaynağını yaptım. Çatısını bambular ve kurutulmuş palmyelerle yaptık. Sonradan otelin memnun olduğu bir işe dönüştü.” (T2)

“Mini kulübün içinde yeme içme hizmetinin sunulması önemli bir konfor. İki otelimizde bunu yapabiliyoruz. Farklı bir otelimizde de bu konuda bir yatırım çalışmamız var. Ben orada da çocuk dilinden anlayan, sadece çocuk yemeklerinin pişirildiği, çocuklara uygun, kendi mutfağı olan bir yapıyı daha doğru buluyorum. O yönde bir revizyon düşünüyoruz. Anne baba çocuğuyla birlikte orada yemek alabiliyor. Onun şöyle bir artısı oluyor; eğer mini kulüpte doğru ve güzel konsept varsa mini kulüpten çocuğun restorana gidip tekrar mini kulübe dönme hareketliliğini de kesiyorsunuz. Onun ana restoran operasyonuna da ciddi katkısı oluyor. Orada büfeler yüksek, tabaklar ağır. Çocuklar biliyorsunuz taşımaya çalışırken elinden kayıyor düşürüyor. Orada ayrı bir iş yükü oluşuyor. Sonra biri basıyor kayıyor. Baktığınız zaman aslında operasyon olarak da aile memnuniyetine de inanılmaz katkısı var. Mini kulübün lokasyonu da çok önemli. Konaklama ünitelerine yakın olması önemli. Bir otelimizde mini kulübün içinde mini bir aqua var. O da önemli bir artı değer.

...Yatırım kararları alma konusunda çocuk kulübü yöneticisiyle problemler yaşanabiliyor. Üst yönetimin çocuk kulübünden ve misafirden gelen geri dönüşleri filtre edip değerli olanları alması daha doğru olur. Sadece mini kulüp yöneticileri ile bu süreci ilerletirseniz çok feasible olmayan şeyler ortaya çıkabiliyor. Ona göre çok doğru ama teknik olarak mümkün olmayabiliyor. Uygulanabilir olmayabiliyor. Veya hayal kurmak güzel ama hayallerin de realiteye dönüştüğü zaman zarar vermemesi lazım. Sonuçta burası bir işletme. Bundan dolayı hem mimarın hem yönetimin bir bariyeri söz konusu olabilir. Çift taraflı bakmak lazım.” (S4)

“Otelimiz 15 yıl önce yapılmış ve şu anda oda metrekarelerinin yetersiz olduğu düşünülüyor. İlk yapıldığı zaman o döneme ait yeterliliği vardı. Klasikten bir geçiş yapılmıştı. Fakat şu anda büyük bir yatırım kararı olarak ailelere daha uygun hale geliyor tesis. Çocuk kulübü için büyük bir yeniden yatırım bütçesi ayrıldı.” (K4)

“94-95 yıllarında uluslararası zincir otellerin de etkisiyle yerli yatırımcı çocuk kulüplerine yatırım yapma konusunda hareketlendi. 2000 li yıllardan sonra sistem değişti. Çünkü milenyum çağına girildi ve beklentiler değişti. Oteller fiyatları artırabilmek için yeni ürünler eklediler. Aslında çok maliyet getirmiyor ama fiyat olarak çok getiri sağlıyordu. Mini kulübüm var diyerek odayı 1 euro fazla satabilmek çok ciddi bir gelir getiriyordu. İşte bunlar

lüks kategorideki, çok iyi sistemlerle ve genişlemiş ekiplerle hizmet ediyordu. 2000 yılında çok büyük bir mini kulüp açıldı, içinde basketbol sahası olan. Kapalı odalar, oyun odaları, yaş grupları. İşte asıl büyük evrim 2000'den sonra başladı.

... Bir resort tesis için konsept mini kulüp yapacağız diye şirket olarak öneri götürmüştük. Amacımız daha büyük bir çocuk kulübü yaptırıp oraya daha çok personel vererek daha çok gelir elde etmektir. Mesela trambolin vardı, 300-400 metrekare yer kaplayan bir gemi kaydıracağı vardı, oyun alanı, tırmanma, kaydırak, go kart vardı. Bazı hizmetler için ekstra ücret alınıyordu.

...2005'te farklı bir tesise geçtim. Havuzun yanında iki dönümü olan bir çocuk kulübümüz vardı. Aslında bana verildiğinde 500 metrekareydi ben onu 2 dönüme çıkarttım. Çeşitli enstrümanlar koyduk, çocuk odaları, oyun odaları yaptık oraya.” (K8)

“Büyük yatırımlar yapılıyor. Lunapark gibi. Eğlence parkı gibi. Çocuk gelsin trene binsin kaydırakla uçsun vs tarzında. Çok büyük yatırımlar yapılıyor.” (K9)

“Turizm de öyledir yeni bir şey yaparken yürek yiyeceksiniz ve atacaksınız kendinizi ortaya. Yönetici kişisel olarak risk alıyor. Yatırım önceliklerimiz; güvenlik, eğlenirken eğitmek, aktivitelere aile çocuk entegrasyonu sağlamak şeklindeydi.

...Birazcık yatırımcıların ve otelin şeyi anlaması lazım. Yatırım demek bina demek değil. Bakın buradaki en büyük yatırım ben ve ekibimiz. Çok güzel atölye kurduk ama ben ve ekibimdeki herkes bir felsefeyi tartışıyoruz ikna etmeye çalışıyoruz. Mesela hizmet her çocuğa eşit ulaşmıyorsa hizmet değildir diyoruz.

...Çok güzel tasarımlar yapar rengârenk 35 senedir gökkuşağı renkleri. Ama artık yatırımcılara bizim bunu anlatabilmemiz lazım artık lütfen içeriğe ve ekiplere yatırım yapın. Bu işin ruhundan anlayan buna hayatını adanmış insanlara güvenin ve bırakın onlar içerik üretsinsin size.” (K3)

“Mini kulüpler sadece tahterevalliden başlamışken şimdi geldiğimiz noktada playstation odalarından bahsediyoruz. Küçük bir odadan çıkan, adı çocuk bakıcılığı olan bir işten bugünlere gelindi. Şu anda, özellikle son 10-15 yıldır, yapılan bütün büyük yatırımlarda önceliğe sahip oldu. Mimarın en çok kafasını yorduğu yer mini kulüp haline geldi. Meslekte hala işinin başında olup torununu otelde büyüten dedeler de var. Onlar da hani kendi çocuğuna yetişemezse torununa yetiştirdi. Evet dedi mini kulüp çok önemli. Eski dinozorlar mini kulübü önemsemeyenler çocuklarında olmasa bile torunlarında bunun önemini fark ettiler. Mini kulüp işte böyle olması lazım dediler.

...Daha önce çalıştığım tesiste mini kulüp çok küçük kalmıştı. İstedığımız sistemi yaz boyunca oturtamadık. Çocuğun orada kontrolünün olması lazım ama birkaç kapısı olduğu için

kontrol etme şansımız yoktu. En sonunda yatırımcıyı ikna ettim. 4-5 tane mini kulüp gezip, bu 4-5 mini kulübün konseptinden bir derleme çıkardık ortaya. Çok şık bir mini kulüp yaptık. Var olanı tamamen yıkıp yenisini yaptık. Yatırımcı oraya para harcamak zorunda kaldı. Çünkü anladı ki çocuğun bu kadar önemi var. Ve 350'ye yakın aile odası olan bir otel için mini kulüp çok önemliydi.” (S2)

“Patron ve mimarın bir araya gelip işi bilen kişilere danışmadan tasarladıkları mini kulüplerde büyük problemler oluşabiliyor. Mimar bu şekilde olur diyor patron da iyi satar mıyız diyor. Tamam. Çocuk oradan düşer mi umurlarında değil. Bugün gidin bir çocuk parkına her çocuk bir ebeveyn tarafından sürekli takip ediliyor. Ama çocuk kulübünde öyle değil. Bahçeye bir personel koyuyorlar aynı anda bütün çocukları kontrol etmeye çalışıyor. Çocuk kulüplerinde ebeveyn denetimi öngörülerek tasarlanmış düzeneklerin konması çok tehlikeli olabiliyor. Bir yerde bir şey görüyorum beğeniyorum koyuyorum. Bir genel müdür ya da patronun bir konsepti çok beğenip büyük bütçelerle koydurup devamında işletilemediğini, kaldırıldığını gördüğümüz örnekler var.” (T4)

4.5.2.2. Çocuk Kulübü İçin Operasyonel Kararlar

Çocuk kulübünün operasyonel yönetimi ile ilgili geçmişe göre artarak devam eden öncelikler vardır. Çok sayıda çocuğun otelde yarattığı hareketlilik ve bunun sonucu oluşan operasyonel yük güvenlik ve temizlik öncelikli faaliyetlerle aşılmaya çalışılmaktadır. Çocuk kulübü için ayrılan yıllık bütçe ve harcama kararlarının sunulan hizmette çok belirleyici olduğu anlaşılmaktadır. Personelin motivasyonunun, yaptığı işe değer verilmesinin, maddi ve manevi olarak takdir görmesinin önemi vurgulanmaktadır. Bu konu ile ilgili doğrudan alıntılar aşağıda verilmiştir:

“2000 kişilik kapasitesi olan 700 odalı bir tesisin dolu zamanında 600 ila 800 çocuğun aynı günde otelde olduğu an oluyor. Çok ciddi bir sayı. 800 çocuğun hareketi tesiste çok iyi düşünülmesi dizayn edilmesi gereken bir husus. Bunun bir okulu bir öğretisi yok. Bu yöneticinin dünya görüşü dünya bakışı ile alakalı. Benim için birincisi can güvenliği. Çalışanlar da buna dahil. Ondan sonra hizmet ve teferruat başlıyor. Can güvenliği ve hijyen sağlandıktan sonra diğer konular peşi sıra gelecek.” (S4)

“Misafirler buraya gelmeden ne olup olmadığını öğrenerek gelmek istiyorlar. Çocuk kulübünde verdiğimiz hizmete göre karar verebiliyorlar. Bu nedenle her geçen gün konunun önemi artıyor ve bütçeler de artıyor. Diğer taraftan daha önce hiç çocuklar ile çalışmamış yönetim üyeleri ile çalışmak zor oluyor. Bazı şeyleri tam anlayamayabiliyorlar. Onlara detayları anlatmak gerekiyor.” (K1)

“Eskiye göre daha önemsiyor, ona göre bütçe yapıyor. Hem tesis, hem kullanılan malzeme, hem personel profili anlamında başladığımız ve şu anki noktada ortaya çıkan fark siyah ve beyaz kadar farklı. Eskiden mini kulüp kenarda bir yerdeydi. Şimdi otelin en güzel yerinde yer ayrılıyor. Orada çalışan çok değerlidir. Mesela benim mini kulüp şefim 3 yıldır bendeydi. Maaş için farklı bir otele gitmeye kalktığında burada herkes gidebilir ama o gitmesin diye düşündüm. Gitmemesini çok istedim. Aradaki maaş farkı çok fazlaydı ve bütün dengeleri bozacaktı. Bu nedenle gitmesi gerekti ve ben çok üzuldüm.” (S2)

“Sektörde bir problem var. Hem biraz turizm anlayışını kavrayacak ona göre bir operasyon geliştirecek, hem pedagojik formasyonu olan, bu konuda deneyimi olan, hem yabancı dili olan, hem de düşük maaşlarla, bir servis elemanından bile düşük maaşlarla çalışmayı kabul edecek bir insan kaynağı beklentisi olabiliyor. Bu işleri çok zorlaştırıyor.” (K9)

“Personeli uzun süre elimizde tutup yetiştirmekte zorluk yaşıyoruz. Çünkü durmuyor. Yetiştiremiyoruz, istemiyor. Çalışma şartları ağır geliyor, onlara gerekli duygusal açık kapanmıyor. Çocuk işi duygu işi. Fizikselin dışında çocukla empati kuruyor. Bağ kuruyor. Onun yaşına iniyor. Şimdi bazı yöneticiler sanıyor ki ne yapıyorsunuz ki çocukla iki oyun oynuyorsunuz diyor. Şimdi bu tarz bakış açısını taşıyan insanlarla aynı ortamda çalışmak ister misiniz? İstemiyorsunuz. O yüzden yetiştiremedik.” (K11)

“Eskiden dışarıyı daha çok kullanmak durumundaydık. Antalya sıcağında tek bir odadasınız. O klima kah çalışır kah çalışmazdı. Biz böyle mümkün olduğu kadar havuzdu su topu yapalım. Çim alanınız bir ağacınız varsa masaları atalım ağaçların altına gölgede açık havada birşeyler yapalım. Yüz boyama bir başlardık 2 saat yüz boyama yapardık. O zaman alerji mi yapıyor ne yapıyor korkusu yoktu. Otelin bütçesi ile de ilgiliydi bunlar. Ben bazı otellerde kaliteli kalem kağıt bile bulamadığımı bilirim. Tamamen bütçe ile ilgili bazı şeyler.” (K5)

“Şu an benim bir personelim lobide bekleyerek check in işlemleri sırasında ailelere yardımcı olup mini kulüple ilgili genel bilgi vermesi, çıkış işlemlerinde yardımcı olması, bunun için tüm gün bir çocuk kulübü personeli görevlendirmemizi genel müdürümüz istedi. Bence de çok iyi bir tercih oldu.

...Gelecek yıl personelimizin üniformalarını değiştireceğim. Biraz daha tatlı ve karakteristik olsun istiyorum. Pileli etekler, şort etekler, renkler olsun. Yani şöyle otelde yürürken Mini kulüpcü abla gidiyor. Dur koşayım peşinden diyebilecekleri bir şey istiyorum.” (K6)

“Atölye kurmakla bitmiyor hiçbir şey. Onun nasıl işletileceği, kurgusu, hikayesi önemli.” (S1)

“Bebek bölümü işletmek çok zor bir iş. Biz daha önce Avrupalı zincir bir otel için denedik. Devamlı Viyana’ya gittik geldik. Ekipleri seçtik, dadıları seçtik. Yüksek maaşlarla anlaşarak getirdik. Dört dadı iki çocuğa baktı. 1 saatte en fazla 8 çocuk alabildik. Rezervasyonla çalışmamıza rağmen çok şikâyet oluştu. 2 sezon işletip 3. sünde kapattık. Çok pahalı olduğuna karar verdik. Bugün de bebek bölümü olan otellerde işin tam layıkıyla yapıldığını düşünmüyorum. Her iki bebeğe birden bir dadı, o dadının sertifikası, o dadının da iyi bir maaşı olması lazım. Dolayısıyla animatörlerle açılan bebek kulüplerine tamamen karşıyım. Bugün hali hazırda yeni yaptığım projelerde de bebek bölümlerini açıyoruz ama hiçbir zaman sorumluluk almıyoruz. Yani ebeveynin gözetimi altında olan yerler.

...Mini kulüpte t-shirt satalım onu satalım bunu satalım oraya götürelim buraya götürelim bence doğru değil. Benim danışmalık verdiğim mini kulüplerde ben bir kere bütün bu satışı kaldırıyorum. Mini kulüplerden hiçbir kazanç elde edemezler. Maaşları neyse o. Gelirlerse gelsin başımızın üstüne. Biraz maaş para birimini yüksek tutarız ama ekstra başka hiçbir şeyimiz yok. Devamlı yunusa gidelim. Haydi oraya gidelim. Haydi buraya gidelim. Devamlı böyle bir satış. Onda da şefler komisyon alıyorlar. Çok azını personele dağıtıyorlar. Hani bari personele eşit olarak dağıtılsa personel memnuniyeti yaratılsa...Yine olmaması gereken bir şey ama. Mini kulüplerin içinde parayla ilgili bir şeyin olmasını ben doğru bulmuyorum.

Şu aralar önümüzdeki senenin bütçelerini konuşuyoruz. Yetişkin şovları alınıyor. Bu bütçe çocuk bölümüne geldi mi birdenbire kısıtlanabiliyor. “Yani alıp almamak sizin kararınız, ben danışmanım. Ben bunu size söylemekle mükellefim. Sonra bizi uyarmadınız, işte şikâyet geliyor, çocuklara akşam şov yok mu workshop yok mu falan demeyin bana.” dedim. Ben bunu yazılı da geçiyorum zaten.” (T1)

“Workshoplarımız var, her gün farklı temalarda gerçekleşiyor. Adeta bir workshop akademi gibi çalışıyoruz.” (K4)

“Ben ne yapıyorum. Fikirlerimi kabul edilebilir bir forma sokmaya çalışıyorum, kendime bir alan yaratıyorum hareket edebileceğim. Baştan bunun pazarlığını yapıyorum. Ben ilk başta dedim ki personele ne kadar maaş vereceksiniz? Çünkü burayı var edecek şey ekip. Ben onların pazarlığını yaparak geliyorum. Bina var ama binanın içini doldurmak önemli olan. Bunun için çok emek verdik. Vermeye de devam ediyoruz nasıl geliştiririz diye.” (K3)

“Üst yönetime efendim oyuncaklar kırık, bu şekilde çocuklara iyi hizmet veremiyoruz dediğinizde sizi pek ciddiye almayabiliyor. Ama efendim misafirimiz oyuncakların kırık olmasından çok şikayetçi, üstelik gecelik 3000 euro ödeyen bir misafirimiz. Dediğinizde aa hemen alın diyor.” (T4)

“Bu iş sadece müşteri değil. Ekibi yönetmek. Ekip zamanla demotive olabiliyor. Onları motive etmek gerekiyor. Hepsi genç 5-8 sene önce onlar da çocuktur. Bu çok komplike bir iş. Hala garsonla mini kulüp elemanını karşılaştırma zihniyetinde olan yönetimlerle çok zor bu iş.

... Karton, yapıştırıcı, oyun hamuru ihtiyacım var Mini kulüpte diyorduk. Aaa yine mi diyorlardı. Malzeme alınmıyordu eskiden. Alınmadığı için de daha çok outdoora yönelim oluyordu. Kova var, kumdan kale yapalım deniyordu. Bizim baskılarımızla bu bütçeler açılınca el işi için ortam oluştu ve daha fazla programlara konmaya başlandı. Özellikle çok sıcak saatlerde çocuğu dışarıda telef etmiyorduk. Kapalı ortamda onu mutlu ediyorduk.” (T2)

4.5.2.3. Pazarlamada Çocuk Kulübünün Rolü

Katılımcılar, çocuk kulübündeki etkinliklerin ve mutlu çocuk görsellerinin tanıtım amacıyla çeşitli mecralarda kullanıldığını ifade etmişlerdir. Bu çaba ile daha çok aileye ulaşabileceği ve oteldeki konaklama istatistiklerine olumlu katkı sağlanacağı ifade edilmiştir. Çocuk kulüplerine özel isimler verilmesi ile marka değeri artırılmaktadır. Eleştirel bir gözle bakılarak pazarlamada farklılaşmanın önemi vurgulanmıştır. Bu konu ile ilgili doğrudan alıntılar aşağıda verilmiştir:

“Misafire sunduğumuz hizmet sadece kendi tesisimizin markasını değil zincir markamızı da çok güçlendiriyor. Burada bir ağaç gövdesine yapılan sanat çalışması dünyanın farklı bir noktasına gidiyor.” (K3)

“2000’li yıllarda markalaşmaya başladı çocuk kulüpleri. Çocuk kulüplerine isimler verilmeye başlandı.” (K8)

“Sosyal medyayı çok yoğun kullanan bir oteliz. Burada çocuk kulübümüzün tanıtımları etkin bir şekilde yapılıyor” (S1)

“Mini kulüp de bir ana ürün aslında pazarlamada kullandığımız. Bunun tabi ki aplikasyonda web sayfasında öne çıkartılmasını biz de yapıyoruz. Ama orada bir farklılaşma yarattık mı? Daha tam anlamıyla yaratamadık. Onun üzerine odaklanmamız gerekiyor. Orası da konsepti olan bir dünya. Baktığımız zaman mini kulüplerin üç aşağı beş yukarı söylemleri aynı ve klasik. Farklılaşabilen gerçekten pazarda önemli bir avantaj sağlar.” (S4)

“Çocuklarla yaptığımız festivalin amacı alınan görüntüler ile pazarlama için kullanılması. Pazarlama ekibi çekilen görselleri gelecek olan misafirlere gösteriyor. Bir sonraki festivalin tarihleri belli ise o tarihler belirtiliyor. Full çocuklu aileler gelir o tarihte. Bizde de mesela bütün konseptimizde resmi tatillerde 23 nisan, 30 ağustos gibi uçurtma festivali düzenliyoruz. Tabi ki içerde bayrama uygun farklı el işi etkinliklerimiz oluyor. Öğleden sonra F & B nin destek verdiği büyük bir uçurtma şenliği düzenliyoruz. Resmi bayramlarda. Bir sürü çocuk uçurtma uçuruyor. Bazı tesislerde öğleden önce çocuklara uçurtmaları yaptırıyor, öğleden sonra da hep birlikte uçuruyorlar. Aileler de katılıyor. Bandomuz oluyor onlar eşlik ediyor. DJ’imiz oluyor. Süslemeler yapılıyor. Festival havası oluşuyor ve 2 saat civarı sürüyor. Fotoğraf ve video verecek ambiyans yaratılıyor ve tanıtım amacıyla kullanılıyor.” (K4)

“En çok reklam tanıtım yaptığım konu bu: tesisimizde bir çocuğun ne kadar eğlenebildiği. Mini kulübünde, parkında, aqua sında. Akşam diskosunda. Ona yaptığım özel restoranında ne kadar eğlendiği ve bunun bana ne kadar getiri sağladığı çok önemli. O yüzden mini kulübün kıymeti anlatılır gibi değil.” (S2)

4.6. TEMA-5: Çocuk Kulübündeki Değişim

4.6.1. Çocuk Kulübü Personel Profilineki Değişim

4.6.1.1. Çocuk Kulübü Personelinin Yabancı Dil Yeterliliği

Katılımcılar, ekiplerinde yabancı dil bilgisinin önemini vurgulamaktadır. Farklı milletlerden katılımcıların olması, çok sayıda dil seçeneğinin ortaya çıkması ile ekipte farklı dillerden konuşan personelin bulundurulması ve bu personelin diğer personele ve etkinliklerin uygulanışına destek vermesi sık görülen bir uygulamadır. Personel seçiminde yabancı dil bilgisinin birinci öncelik olarak değerlendirilmesinin handikapları üzerine görüş bildirilmiştir. Bu konu ile ilgili doğrudan alıntılar aşağıda verilmiştir:

“Yurtdışından almamızın tek sebebi yabancı dil. Başka bir sebebi yok. Bu yıl 5 ülke var. Rusya, Almanya, Ukrayna, Kazakistan, Kırgızistan’dan gelecek çalışanlar var. Tüm çalışanlarımız rekreasyon çocuk gelişimi bölümlerinden olsa keşke... Ama çocuk gelişimi mezunları daha çok eğitim sektörüne kayıyor. Pek fazla animasyon eğlence departmanlarında otelde yer almak istemiyorlar.” (K4)

“İngilizce-Almanca biliyorum. Biraz Rusça, Fransızca ve Felemenkçe de biliyorum. Yanınızda çalışan yabancı arkadaşların dillerini öğreniyoruz. Çocuklarla iletişim kurabilecek kadar öğreniyoruz.” (K10)

“Çocukla çalışırken, beden dilinin, mimiğin, yarattığı enerjinin büyük önemi var. Rusya pazarı ağırlıklı çalışıyoruz. Temel bazı kavramlar var. Gel, otur, al, ver gibi. Onları öğrenmek kolay. 2 haftalık konsantre bir operasyondan sonra sizin için temelde gerekli olan kelimelere hakim olmuş oluyorsunuz. Yeni neslin çoğu da İngilizce terimlere aşina. Robotik kodlamanın da kendi dili var. En son çalışan robotik kodlamacı hiç Rusça bilmiyordu ama inanılmaz pozitif. İngilizce anlatıyordu, sonradan Rusça da yetecek kadar öğrendi. Eğitim için tabi ki tercihimiz üç dili bilsin. Ama böyle bir insan kaynağı zor.” (S1)

“Sadece dil biliyor diye bir sürü çocuk gelişimiyle alakası olmayan, para odaklı olan, Ukrayna ve Rusya gibi yabancı ülkelere gelen kişiler çocuk kulüplerine büyük zarar veriyor. Geçmişte bu zarar daha belirgindi. Şimdi daha kontrollü.” (K6)

“Önceden biraz daha bütçesi düşük arkadaşlar seçiliyordu. Yabancı dil gene önemliydi. Ekte 1-2 tane lokomotif arkadaş varsa onun yanına 1 tane de yardımcı koyuyorduk. Stajyerler ya da genel müdürün tanıdığı vs birileri alınıyordu çocuk kulübüne. İyi de kötü de çıkabiliyordu. Şimdi biraz daha çocuk gelişimi mezunu arkadaşları tercih ediyoruz. Ama maalesef Türkiye’de turizm otelcilik ya da çocuk gelişimi mezunu olanlarda dilde sıkıntı yaşıyoruz. Yabancı dilleri asla yeterli olmuyor genelde. Tabi ki istisna elemanlar çıkıyor. Ama genelde yabancı dil sıkıntısı yaşıyoruz. O yüzden tabi ki yurtdışından arkadaşlarla da çalışabiliyoruz. Çocuk gelişimi olmasa da yabancı dili iyi olan Türk arkadaşlarla da çalışıyoruz.” (K5)

“1 tane bile olsa farklı bir milletten onun dilini konuşmanız lazım. Animatör o dili bilmiyorsa ne yapacak? Ben çocuk kulübünün içinde kendi çocuğunu dövdüğünü söyleyerek başka bir çocuğa vuran anne-baba gördüm. Çocuk kulübü çalışanının iradeli duruşu çok önemli.” (T4)

4.6.1.2. Çocuk Kulübü Personelinin Eğitim Düzeyi

Çocuk gelişimi alanında meslek lisesi ya da üniversite diploması sahibi olmak ve / veya bu alanlarda sertifikasyon programlarını tamamlamış olmak çocuk kulübü çalışanı olmak için bir tercih sebebi, yönetici olmak için ise bir şart halini almıştır. Bu konudaki ihtiyaç önce sahada fark edilmiş, ardından devletin yaptırım ve tavsiye kararları ile düzenlemeye alınmıştır. Verilen eğitim ve etkinlik hizmetinin içeriğine uygun teknik bilgiye ya da spesifik konularda diplomaya sahip olmak gibi uygulamalar da sektörde yerini almıştır. Bu konu ile ilgili doğrudan alıntılar aşağıda verilmiştir:

“İlk başladığı yıllarda çok basit amatörce başlıyor. Hem landsport hem çocuk karışık gittiği için pedagojik eğitimleri olan değil, daha çok aktif spor, sahne, dans, yabancı dil becerileri olan animatörlerle başlıyor bu dönem.” (T4)

“Personel alımında çocuk gelişimi mezunu veya Milli Eğitim Sertifikası olması şartına bakılıyor. Kaleiçi Olgunlaşma Enstitüsü’nde sertifika programı var.” (K1)

“Biz artık işe alımlarda bile bu çocuğu çok seviyor ya da bu çok güler yüzlü diye işe almıyoruz. Eğitim durumu ne, çocuklarla anlaşabilir mi bir deneme sürecimiz var. Çünkü çocukla çalışmak çok zor.” (K2)

“Mini kulüpte kalibresi yüksek işi iyi bilen uluslararası çapta eğitim almış yönetici sorunu var. Hep alaylı ağırlıklı bir yapı var. Ve istihdamı sağlayan kişi de bakıyor daha önce büyük bir otelde çalışmış, iyidir diyerek işe alıyor.” (S4)

“Anaokulu yöneticiliği kulüp yöneticiliği, kriz anı çocuklarla anlaşma, ilk yardım, müzik, terapi, oyun terapi, hiperaktif çocuklar, disleksi konuşma bozuklukları, anne baba terapi, aile danışmanlığıyla ilgili toplam iki bin saatlik kurs bitirdim.

... Personelimin çocuk gelişimi temel eğitimi çok önemli. Benimle çalışmak istiyorsanız birincisi düzgün bir yerden çocuk gelişim sertifikası alın. Mesleki kariyerinizin ilk adımı olsun. İkincisi burada size öğretilen her şeyi önemseyin.

... Ben bunun için çok savaş verdim. Çocuk psikolojisine hakim değilseniz, bir çocukla iletişim kurmayı bilmiyorsanız, bir ailenin stres yönetimi, ilk yardım gerektiren bir durum, çocuğun kaybolması, ailedeki birinin hastalanması, gibi aklınıza gelebilecek mini kulüp içinde veya tesiste olabilecek durumlarla ilgili bir değerlendirmeniz ya da eğitiminiz yoksa, çocuklarla göz hizası iletişim kurup konuşmıyorsanız, onlardan size geri dönüş alamıyorsanız bence bu işi yapmayın. İşte sadece para kazanacağım diye çalışıyorsanız dedim ki yapmayın.

...Kaç kişi sadece dil bildiği için alınıp o mini kulüpleri heba etti biliyor musunuz? Ondan sonra bir şey oldu. Birinin kafasını dank etti. Şu an sadece pedagojik formasyonu olan insanlar mini kulüp yöneticiliği ya da şefliği yapabiliyorlar.” (K6)

“3 yaşa kadar olan, çocuklar için ayrı bölüm yaptık. Ve orada ayrı bir ekip kurduk. Bebek eğitimini almış, bebeklerden anlayan ve bebeklerle ilgilenebilecek bir ekip kurduk.” (S1)

“Mini kulüplerde pedagoji eğitimi almış olan personele öncelik veriyoruz.” (S5)

“Tabi ki içimizde diplomalılar var. Ama herkes diplomalı değil.

... 3-4 sezondur çalışmış bir Rus animatör geliyor. Akşam şova çıkmış, yetişkin animasyon yapmış, başka yerlerde çalışmaya alışmış. Başka bir sezon geliyor ben bu sezon

rahat edeyim mini kulübe geçeyim ve bazı yönetimler onu işe alıyor. Burada çok büyük sıkıntı var. Çocuk kulüplerinde çok büyük oranda animasyon bazlı şefler görevli şu anda. Bunlar sıkıntı yaratıyor.” (T1)

“Mini kulüplerde Montessori uygulamalarını hazırladım. Bunlar herkesin yapabileceği şeyler değil. Tek başına yapılacak bir şey değil.

... Spor hocamız bir çocuğun kas gelişimi ile ilgili aileye tavsiyelerde bulunabilir. Bu onun uzmanlık alanıdır. Bu konuda aileye de bir katkı sunmuş oluyoruz.” (K11)

“90’lı yıllarda çocuk gelişimine eğitimsel ihtiyaç olarak bakılmıyordu. Çocuk seven her türlü animatör alınıyordu işe. Yoğunluğa göre animasyon ve çocuk kulübü elamanları arasında sürekli değişim oluyordu. Uzun yıllar bu şekilde gitti maalesef. Ardından da, 2000-2005 yılları gibi çocuk gelişimi, pedagojik formasyon eğitimleri çıkınca tesisler bu tarz eğitimleri istemeye başladı. Diploması olabilir ya da kendi imkanlarıyla o tarz eğitimler almış olabilir. Öyle dokümanlar istenmeye başlandı çalışmak isteyen arkadaşlardan. Eskiden 10 kişi çalışıyorsa 1 kişi bile olsa duvara asabileceğimiz sertifikası diploması olsun, ekibimizde eğitilmiş arkadaşımız da var diyebilelim diye düşünülüyordu. Birazcık pazarlama yönündeydi. O 1 kişi sonra 2 kişi oldu. 2005’den sonra da hep o arayış oldu. 2 iken 5 oldu sonra 7 oldu. Devam eden zaman içerisinde bu sayı arttı. Sonrasında da bütün ekibi bu şekilde alalım dediler.” (K4)

“Bütün eğitmenlerim alanında uzman dans hocam üniversite mezunu mesela resim hocam Rusya pedagoji üniversitesi resim öğretmenliği mezunu. Bu sistemde hoca yoksa atölye kapalı, kesinlikle açmıyorum.” (K3)

“Orada çalışan kitle çok değişti. Eskiden bir animatör bakabiliyordu. Şimdi mutlaka uzman gerekiyor, eğitim almış olması gerekiyor. Mümkün olduğunca tesisin büyüklüğüne göre pedagojik çalıştırıyor olması gerekiyor.” (S2)

“Eskiden mini kulüpler otelin içinde çok büyük yeri olmayan sadece bir odadan oluşan küçük yerlerdi. Çalışan var mı, var. Çocuklar orada. Katalogda mini kulüp var mı, var. Ama artık mini kulüplerin başına üniversite mezunu çocuk eğitimi almış insanlar alıyoruz daha çok. Artı mini kulüplerin içerisinde neredeyse çocuk hemşiresi bile bulunduruyoruz.” (S6)

4.6.1.3. Çocuk Kulübü Personeline Verilen Hizmet İçerik Eğitimler

Çocuk kulübü personeline alanda uzmanlaşması beklendiği için hizmet içerik eğitimlere önem verilmektedir. Personeler çocuk kulübüne özel yazılmış prosedürler hakkında bilgilendirme yapılmakta, onların ihtiyacı olacak başlıklarda eğitim seminerleri düzenlenmektedir. Çocuk kulübünde çalışacak otel personeli için bu eğitimler hemen hemen

her tesiste çocuk kulübü yöneticisi tarafından spesifik bir şekilde verilmektedir. Bazı teknik konularda dışarıdan eğitim desteği alınabilmektedir. Bu konu ile ilgili doğrudan alıntılar aşağıda verilmiştir:

“Gelen personele biz kendimiz de eğitim veriyoruz. Ben daha çok Rusça eğitim veriyorum. Burada yaklaşık 1 hafta günde 1-2 saatlik bir eğitim oluyor. Sonrasında küçük bir sınav yapıyoruz. Standart Operasyon Prosedürümüz var zaten ekibimize dağıttığımız.” (K1)

“Bizim standart operasyon prosedürlerimiz var zaten bunu yazmış oluyoruz. Otelin kendi iş sağlığı ve güvenliği oryantasyon eğitimlerini aldıktan sonra da kendi SOP’ mizin eğitimini ona veriyoruz. Ben hala daha eğitiliyorum. Yani bizde öğrendim bittim yok çünkü biz her aileyle ve her çocukla yeni bir şey öğreniyoruz.” (K5)

“Bekleyip aman şunun mezunuyum deyip de kenara çekilecek bir durumda değilim. Personelime eğitim veriyorum. Çocuklarla iletişim göz hizası, çocuklara ne kadar dokunabilecekleri, aktiviteler, info, bunlarla ilgili karma eğitimler veriyorum. Genel çocuk psikolojisi, genel aile psikolojisi, genel iletişim, otel misafiri ile iletişim, kriz anı çocuklarla iletişim, kriz anı ailelerle iletişim, aktivitelerin düzenli hale getirilmesi ve uygulanması, aktivite materyallerinin İSG'ye (iş güvenliğine) uygun hale getirilmesi başlıklarında personele eğitim veriyorum.” (K6)

“Biz kendi firmamız bünyesinde animasyon kökenli insanları çok tercih etmiyoruz. Biz kendi eğitimlerimizi kendimiz veriyoruz.

... İnsan eğitimi çok önemli. Daha da büyük daha da büyük çocuk kulübü amacından önce insan eğitime öncelik verilmeli. Bu mini kulüp ekiplerinin doğru düzgün eğitilmesi lazım. Bu mini kulüp ekiplerinin doğru düzgün bir yerden bir **source** edilmesi lazım. Yani bunlar önemli bunlar önem kazanacak. Bunlara eğilmek lazım eğitim eğitim.” (T1)

“2 hafta boyunca Antalya olgunlaşma enstitüsünde çocuk gelişimi ile ilgili eğitimler aldık. Onun yanı sıra mesleki eğitimde zaten farklı hocalardan ya da seminerlerden çocuklarla ilgili çalıştık. Anlaşmalı pedagogumuz var, 2 senede bir gelip bu eğitimleri yeniliyor.

...çocuk yogası eğitimini de bu sene aldık biz İstanbul’da. Eğitimcimiz 3 sene Hindistan’a gidip bir budanın dizinin dibinde çalışmış.” (K2)

“Hizmeti içi eğitimler önemli. Çocuk kulübü müdürünün yapması gereken eğitimler. Personel 2-4 4-6 7-12 yaş grubunun bütün gelişim özelliklerini bilmek zorunda. Bütün gün ailelerle sohbet ediyoruz. Çocuklarının yapıp yapamadığı konularda bazen bize dert yanyorlar. Her elemanımız da çocuk gelişimi mezunu olamadığı için hem Rusça hem Türkçe bu eğitimleri yapmak zorundayız. Elemanlarıma da aynı şeyi söylüyorum. Sen bu çocuğun gelişimini bilmek zorundasın. Sen bu çocuğun fiziksel olarak neyi yapıp neyi yapamadığını

aileye anlatabilmek zorundasın. Senin bu özgüvende olman lazım ki aile sana bir şey sorduğunda senin onu net özgüvenli bir şekilde anlatman gerekiyor. Biz çok üst segment misafirlerle çalışıyoruz. Sizin çocuğunuz şunu yapamıyor bunu yapamıyor tarzında değil... aslında bunları yapması lazım acaba bunu nasıl geliştirebiliriz gibi.” (K11)

“Yapılan işin incelikleri, çocuk ile iletişim, çocuğun etkinlikten alacağı katkının maksimum olmasının sağlanması, malzeme ve ekipman kullanımları, her etkinliğin kendine özgü uygulanış prosedürü ve daha pek çok konuda personelimiz aylar süren eğitimler alıyor. Etkinliği gerçekleştirecek seviyede 3 dili öğreniyor. Şirketimizde personele çok önem veriyoruz ve yatırım yapıyoruz. Konuyu ciddiyetle ele alıyoruz. Bizde işe aldık hemen sahaya verelim öyle bir şey söz konusu olamaz.” (T3)

4.6.1.4. Personel Sürekliliği

Çocuk kulübünde çalışan personelin temini zor bir personel olduğuna vurgu yapılmıştır. Personel sürekliliğinin çocuk kulübünün işleyişinin devamına büyük katkısı olduğu, sezonluk otellerde bile bir grup personelin 12 ay boyunca otel bünyesinde tutularak bu bilgi birikiminin riske atılmadan korunması gerektiği belirtilmiştir. Burada personel sürekliliğinin çocuklarla çalışıldığı için, hayati öneme sahip olduğu düşünülen güven unsuruna katkısı olduğu, sezonluk personel seçimlerinde bu açıdan da yöneticinin zorluk yaşadığına değinilmiştir. Personel sürekliliğinin sağlanamamasının sebepleri arasında üst yönetimin ve ailelerin işin prestijini düşük görmeleri ve bu şekilde davranmaları da dile getirilmiştir. Bu algı geçmişe oranla daha iyi olsa da hala gelişime açıktır. Bu konu ile ilgili doğrudan alıntılar aşağıda verilmiştir:

“Çok kaliteli personel bulma konusunda hala büyük bir boşluk var. Sektörde bu sezonluk işsizlik hala mini kulüplerde de devam ediyor. Çünkü yazın 7 ay biz yoğun sezon geçiriyoruz. Kışın 5 ay da bu insanlar işsizlik sorunları yaşıyorlar. Birçok iyi mini kulüp çalışanı büyük şehirlerdeki kreşlere ya da başka 12 ay iş sahibi olabilecekleri yerlere kayıyorlar. Bu da genel olarak otellerdeki mini kulüplerde çalışan personelin kalitesini biraz aşağıya düşürüyor.” (S6)

“Bir kere personeli elinde tutmaya bakmak lazım. Muhakkak çekirdek kadro olarak bu nedir 10 kişi değildir çekirdek kadro. 30 kişilik bir ekipte 5 kişidir mesela. Bu 5 kişi çekirdek kadroyu açık olsa da olmasa da muhakkak kendi bünyesinde tutmalı tesis. Yok 3 ay ücretsiz, 2 ay da yarım maaş falan değil. Adam gibi bünyende tutacaksın. Bir sonraki sene tekrar o 5 kişi senin bazını sağlar. O önemli.” (T1)

“Tabi ki personelde bu sirkülasyonu azaltmak hepimizin işine gelir. Çünkü her şeyi öğretiyorsunuz. Sonra yeni gelene tekrar öğretiyorsunuz. Sezonluk otellerde özellikle bu personel sabitlemeyi asla yapamazsınız. Çünkü zaten personelle sezonluk anlaşıyorsunuz. Arada ona 6 ay iş vadetmiyorsunuz. Ekibin sadece 3’te birini tutabiliyorsunuz, üçte ikisi kuş olup uçuyor gidiyor. Ve gelecek yıl niye geldin niye gelmedin diye bir şey sorma hakkınız olmuyor. Çünkü zaten çocuk kulüplerinde genç öğrenci arkadaşlarla çalışıyoruz. Zor. Siz 12 aylık bir otelseniz daha şanslısınız.” (K5)

“Benim için güven çok önemli. Burada anne olan çok var. Empati kurabilmesi önemli. Bu tarz kişiler sürekli çalışıyor.” (K1)

“Oradaki insanlar gerçekten çok önemli. Diğer departmanlarda personel bulmanız daha kolaydır. 5 yaş altındaki çocuklar kendini ifade edemiyor, kendini yanlış ifade eden çocuklar olabiliyor. O yüzden oradaki denge çok önemli.” (S2)

“Bu konuyu belki bir meslek olarak bir iş olarak görmüyorlar. Burada gençlerin de o konuda bakış açılarında sorunlar var. Bu işin eğitimini alan insan belli bir süre sonra tatmin olmuyor. Maaş tatmin etmiyor, değerli hissetmiyor kendisini.” (S4)

“Çocuk gelişimden mezun olan arkadaşlar daha çok ana okulu öğretmenliği ya da sınıf öğretmenliğini tercih ediyorlar. Animasyonu, otellerde çalışmayı pek meslek olarak görmüyorlar, kendileri görse bile aileleri sıcak bakmıyor. Öğretmenlik başka, bir otelin çocuk kulübünde çalışmak başka. O biraz daha alt, daha farklıydı o yıllarda. Özellikle ailelerin üzerinde. Şimdi de gerçi yine bir kısım devam ediyor yine. Gelip otelde çocuk animatörü mü olmak istersin ya da bir okulda okul öncesi öğretmeni mi. Tabi ki aileler hemen o eğitim kısmına bakarlar.” (K4)

“Kışın mini kulüp animatörü diye belki 1 personel tutan yerler var. Daha çok da personeli sezon sonunda göndermeyi tercih ediyorlar. Bazen elinde tuttıkları spor animatörü olabiliyor ve mini kulüple ilgili bir aktivite olduğunda sen git yaptır diyorlar, bir şekilde yarım yamalak gidiyor. Çok standardı olan işler değil yani.

...Hadi dendiğinde size mini kulüp animatörü gelmiyor. Gelse de en az 1 ay yetiştirmeniz gerek 1 günde salıp da al bu çocuk sana emanet diyemezsiniz. Değişiyor, hastalanıyor... Artık en büyük sıkıntı personel sıkıntısı, yetişmiş personel sıkıntısı, yabancı dil. Bir de insanlar çalışmak istemiyor. 16-27 yaş aralığı gençler çocuk bakmak istemiyor artık. Onların başka beklentileri var. Gezmek istiyor. 6 saat çalışmak istiyor diğer vakitlerde gezmek istiyor vs. Çocuk kulüpleri personel bulamıyorlar. Bu yüzden bazı otellerde kadrolaştılar.” (K8)

“11 saat çalıştırıp fazla mesai vermeyen oteller var. Personelin bir kısmı bundan bıktığı için mesleğine devam etmiyor. Bazı tesisler için animasyonda hala mesai kavramı yok. Fazla mesai vermeyen çok fazla tesis var. Eski animasyon geleneğinden gelen bir alışkanlık bu.

... Misafir ile bir problem yaşandığında tesis çok fazla personelin arkasında durmaz. Misafiri hep haklı bulur guest relations. Siz kendinizi doğru bir şekilde ifade etmek durumundasınız. Hata olmayan yerde hata varmış gibi yapılıyor. Misafir her zaman haklı bulunuyor ve ciddiye alınıyor. Bu nedenle de kalifiye personel kalmıyor belki de. Maaşlar çok düşük kalabiliyor.” (T4)

4.6.1.5. Personel Sayısı

Sadece çocuklarla ilgilenmesi için görevlendirilen animatör sayısı gün geçtikçe artmıştır. Uzun yıllar sadece 1 kişi olarak süren bu uygulamanın son 20 yılda büyük bir ivme ile arttığı ve çocuk kulüplerinin sürekli ve sezonluk çalışacak çok sayıda personele ulaştığı gözlemlenmektedir. Bu konu ile ilgili doğrudan alıntılar aşağıda verilmiştir:

“1993 yılında çalıştığım otelde bir tane mini kulüpçümüz vardı Danimarkalıydı. Almanca, İngilizce, Türkçe çok iyi biliyordu. O yıllarda otellerdeki misafirler ağırlıklı Alman ve İngilizdi. Başka misafir yoktu. Bir kişi 12 yaşındaki çocuklarla 4 yaşındaki çocukları bir şekilde beraber eğlendirebiliyordu. 1999 yılına kadar pek çok 5 yıldızlı resortta çalıştım ve hepsinde çocuk kulübü çalışanı 1 kişiydi. 2000 e kadar aşağı yukarı aynı düzen gitti belki ikinci bir animatör eklendi. Ben eğlence müdürüyken bizzat ilgilenirdim, yani akşamları yaptığımız çocuk diskosunu bizzat ben yapıyordum. İşte demek ki 1990 dan 2000 e kadar 10 sene tek kişilik çocuk kulübü ekibi devam etmiş. Bazen sıkıştığı zaman animatör gönderiyorlar. Spor animatörü ya da dj çalışıyor yardım ediyor. Bu daha çok fiziki yardım şeklinde oluyordu onu al götür bunu al götür, çocuklara göz kulak ol birisi havuza düşmesin şeklinde.” (K8)

“Çocuk kulübü bünyesinde 12 ay boyunca çalışan sayısı 23. Yazın sezonluk personelle birlikte 43 kişi oluyoruz. Yurtdışından aldığımız personel daha çok Rusya, Ukrayna, Kazakistan’dan geliyor.” (K1)

“Sezonun gidişatına göre sayı ve bütçe belirleniyor. Bu sezonki toplam çalışan sayısı 32 kişi. 16 TC vatandaşı, 16 dış ülkelere geliyor.” (K4)

“Bazı otellerde çocuk kulübü personeli 3-5-8-10-40 gibi sayılarla kadrolaştı. Eskiye göre daha çok personel var tabi ki.” (K8)

4.6.1.6. Personelin Karakteristik Özellikleri

Çocuk kulübünde çalışacak personelin karakteristik özellikleri bakımından da işe uygun olması gerekliliği üzerinde durulmaktadır. Bu konu da zaman içinde önemini gözler önüne sermiştir. Özellikle personelin çocukları seven bir kişi olması, güvenilirliği ve yaratıcılığına vurgu yapılmıştır. Bu konu ile ilgili doğrudan alıntılar aşağıda verilmiştir:

“96-97 yıllarıydı. Rusya’dan 8 kız getirdik. Dağıttık kızları. İşte 3 ü çocuk kulübüne gitsin dedik. Dansçı kızları mini kulübe doldurduk, akşam şovda ihtiyaç var diye. Bu kız çocuk sever mi, alakası var mı çocuklarla bakmadık bile. Kız çocuk sevmiyor. Sevmiyor ya. Bir tanesi en sonunda suratıma söyledi. Sevmiyorum çocuk, bana sormadınız dedi.

... Teenager grubunun başındaki doğru adamsa mini kulüp şefi kadar para verebilirsin. Değilse o 2,5 ay senin için cehennem olabilir. Çok şey yaşadık. Farklı tipte insanlarla karşılaştık. Animasyon ekibi birlikte bir deneme aktivitesi yapardık. Orada kimin teenager larla iyi anlaşabileceğini anlardım. Benim çalıştığım çocuklar da sonuçta 20-21 yaşında. Bazı 14 yaşında kızlar var çok büyük gösteriyor. Yakınlaşma riskleri olabilir, çok tehlikeli. O yüzden çok dikkatli gözlem yapardım. Teenager senin personelin sevmese takip etmez.” (T2)

“Ben çocukları seviyorum. Gerçekten seviyorum. Şöyle bir lafım var. Mini kulüpte eğer çocuğu sevmiyorsan çocuk sesi sana cehennem gibi gelir. Ama çocuğu sevmiyorsan çocuk sesi sana melodi gibi gelir.” (K2)

“Bazen öyle çocuklar oluyor ki, hiçbir etkinlik yapmak istemiyor ve sadece seninle sohbet etmek istiyor. İçerideki çalışan çok önemli. Önce kendini sevecek insan zaten. Oradan başlar. Kendini sevmeyen insan çocukla çalışamaz. Anlayamaz ki. Ya da bir başkasını anlayamaz, problem çözemez. Ben böyle bakıyorum.

...Kişisel olarak ben zaten yaratıcı bir insanım. Yaparım, üretirim. Kendi taçlarımı kendi kostümlerimi kendim yaparım. Kızların da bunu öğrenmelerini istiyorum.

...Yoksa benim işim de çok basit. Bir palyaço, iki Rus personel, ver tüm Rus çocukları. Sabahtan akşama kadar eğlensinler. Ben mini kulübe öyle bakmıyorum. Kişisel bakıyorum, çocuğun mutluluğuna bakıyorum. Bu şekilde kendime ilerleme hedefi koydum.” (K6)

“Personelin çocuk sevmesi işin en önemli boyutu. Çocuk kulübüne başvuruyor ama çocuk sevmiyor. İş olsun paramı kazanayım gözüyle bakıyor. Öyle bir şey yok çocuk kulübünde. Zaten görüşmeden anlayamıyorsun. Sözel olarak soruyoruz, çocukları seviyorum diyor. O an paraya ve işe ihtiyacı olduğu için çocukları seviyorum diyor ama aslında

sevmiyor. İşi basit görüyor. “Orada dikilirim, bir iki kağıt kalem veririm boyama yapar ben de başlarında dururum” diye düşünüyor. Ama çok büyük enerji isteyen bir iş.

...Personelin teen club, bebek odası, 4-7, 8-12 hangi gruba uygun olduğuna görüşmelerde karar verebiliyoruz.” (K4)

“Bazen işyerinde fikirlerimi savunmak yoruyor, eziyet gibi geliyor. Ama sonra bir misafir yorumu okuyorum. Misafir yazıyor içinden geçenleri. O an bildiğiniz pamuk gibi oluyorum.” (K3)

4.6.2. Çocuk Kulübünün Fiziksel Değişimi

4.6.2.1. Çocuk Kulübü Mekanının Fonksiyonel Değişim

Çocuk kulüplerinin gelişim sürecinde farklı fonksiyonların yüklendiği alanların yaratılması ihtiyacı doğmuştur. Bu alanlar gerek kitlenin çeşitliliğine cevap vermek üzere seçenek sunulması gerek sunulan hizmetlerin kalitesinin artırılması amacı taşımıştır. Her tesisin konuya bakışı farklıdır; kimileri için anne-babalar için de yaşam alanı yaratılması bir amaç olarak yer alırken kimileri için yeni teknolojilerin kullanımı kararların verilmesinde belirleyici olmaktadır. Bu farklılıklara rağmen değişmeyen şey, alanlara spesifik ve iyileştirilmiş fonksiyonlar yüklenmesi konusunda bir eğilimin varlığıdır. Bu konu ile ilgili doğrudan alıntılar aşağıda verilmiştir:

“Çok eskilere baktığımda mini kulüpler daha küçük daha havasız daha farklı binalardı. Ama şu anda biz yüksek standartlarda çalışıyoruz. Birçok uluslararası acente tarafından denetimlere giriyoruz ve böylelikle kendimizi geliştiriyoruz. Binasal anlamda da çok büyük farklılıklar var. Eskisi gibi sadece işte bir boyama yapıp çocuğun vakit geçirdiği yer değil artık. Şimdi çocuğun psikolojik olarak da mutlu olabileceği neler verebiliriz diye görüşüyoruz.” (K2)

“Dinozor parkurunu misafirlerimiz çok sevdi. Diğer otelimizde de var. Orada ücretli burada ücretsiz. Burada game center de ücretsiz. Bizim macera parkımız da çok güzel. Restoranımız neredeyse ana restoran kadar.” (K1)

“Lego odamız var, lego odamız karma bir odamız. Orada da pekiştirme yapıyoruz personelimiz eşliğinde.” (K2)

“Bu alan büyük bir Kampüs. Aslında çocuk kulübü değil de aile kulübü gibi düşünebiliriz. Aileler de burada çünkü. Bir tane food court yaptık. 600 kişilik bir restoran yaptık ve servis edilen ürünler pek çok otelin ana restoran ürünlerden bile daha üstte. Döner, hamburger, pizza, sulu yemekler hepsi var. Sınırlaması, bir kapısı yok, etrafında bir çit yok. Otelin bir parçası. Buraya herkes girebilir ama çocuğu olmayan kişinin burada işi yok. Zaten

onlar için bir çekiciliği yok buranın. Dış Atölyeler var. Onları dışarıya konumlandırıdık ki önceden rezervasyonunu yaptırmış çocuklar ve aileler rahatça girip çıksınlar. Bir tane amfityatro yaptık 800 kişilik. Küçük bir şey vardı önceden. Şimdi profesyoneli yapıldı. Ses ışık vs. Basketbol sahamız var, voleybol sahamız var bu yine çocuk kulübünün içerisinde yer alıyor. 2 Sinema salonu yaptık. Çünkü 5 yaşın izlediğini 9 yaş izlemeyebiliyor. Ya da dil seçeneği gerekli olabilir. Mutfak atölyesi yaptık, 8 tane fırını, ocağı, mutfak ekipmanları ile her şeyi ayrı olan mutfağımız var. Anne baba ve çocuk birlikte yemek yapsınlar diye çocuklar için yükseltirler var. Çocuk diyoruz ama 20 yaşındaki biri de buradan bir şey öğrenebilir. Yani burada sadece omlet yapmıyoruz biz. İşte bir İtalyan yemeğinin yapılışını, bir risottonun yapılışını gösteriyoruz. Dolayısıyla burası yetişkinlerin de ilgi odağı oluyor. Bunun arkasında bir tane küçük bahçe yapıyoruz şimdi. Oraya yaba alıyoruz, saban alıyoruz. Tarımın bir müze gibi sürecini de görsün istiyoruz. Önceden nasıl yapılmış onu göstermek istiyoruz. 5 tane torna aldık buraya. Burada da bir sanatçımız var hem üretiyor hem öğretiyor.” (S1)

"Metrekarelerin büyümesiyle beraber içeride yapılacak aktiviteler de ayrılmaya başladı. Bilgisayar odası, atölye odası, bebek odası şu odası bu odası. Böyle bir tane oda vardı eskiden bunun adı da mini kulüptü. Mini kulüplerin içeriğine göre ayrı departman ayrı odacık yoktu bu da önemli mesela. Tuvalet bile bir tane vardı kız erkek ayrımı yoktu. Şimdi bunlara önem veriyoruz. Kız erkek tuvaletlerinin ayrı olmasına, birbirlerinin alınana fazla girmemelerine. Holistik bir mini kulüp istiyorum ben, o şekilde projelendiriyorum.” (T1)

“Çocuk kulüpleri eskiden ya tek odalıydı ya da iyi yerlerde 2-3 odalıydı. Mutfağımız vardı. 1997 yılında vaov karşılanıyordu.

...Farklı atölye kısımları gelecek. Birkaç spor salonu, etkinlik alanlarımız oluşturulacak. Tekrardan mimarisi olarak yeni trendlere ayak uydurmuş bir şey olacak. Çocuklara özel küçük bir spor salonu olacak. Basketbol vs. Kapalı bir spor salonu. Özellikle kışın 12 ay açık olan otellerde kapalı aktivite alanına gereksinim oluyor. Kış aylarının yoğun olmadığı, ölü geçtiği söylenir ama bazı günler var hakikaten burası çok kalabalık oluyor. Onu dağıtmak gerekiyor. Yazın bahçe öyle sıcak oluyor ki dışarı çıkmayın diyoruz. Öyle olunca içerisi dar geliyor. Bu nedenle çocukların sıcakta ya da soğukta içeride aktif olabilmeleri için büyük bir spor salonu olacak. Etkinlikler, turnuvalar, dans eğitimleri olacak.” (K4)

“Mini kulüplerin içinde ekstra restoranlar var, çocuk menüleri çıkıyor çocuklar daha sağlıklı yemek yesinler biraz bu fast food dan uzaklaşsınlar diye. Daha haşlanmış sebzeler daha sağlıklı ürünler salatalar yaparak çocukları da daha sağlıklı yemeğe yönlendiriyoruz. Yani çocukların kalbine ulaşmak için bütün olanakları seferber etmiş durumdayız.” (S6)

“Teknolojik oyuncakların orada çok olması cazip yönü. Her yaş grubuna hitap eden. Playstati, wii, x box lar o oyun alanı içinde. Üflemler teknolojik oyunlar, softplay oyun alanı, restoran hepsi içinde. Lavabolar, uyku odası hepsi içinde. Repeat misafirlerin büyük bir çoğunluğu onun için geliyor.” (T4)

4.6.2.2. Çocuk Kulübü Mekanının Alansal Değişim

Çocuk kulübünün alansak olarak yıllar içinde büyüme gösterdiği görülmektedir. Bunun yanında binanın güvenli, havadar, gün ışığını iyi kullanan, açık alanlar ile desteklenen özelliklerde olması yönünde bir eğilim göze çarpmaktadır. Bina tasarımında da, kullanım kolaylığı ve sadeliğin ön plana çıktığı gözlemlenmektedir. Bu konuda mimarlar ile problem yaşanabilmektedir; mimarlar kimi zaman imza niteliğinde ve renkli tasarımları desteklerken çocuk kulübü yöneticileri pedagojik açıdan dikkat dağıttığı gerekçesi ile sadeliğe önem vermektedir. Bu konu ile ilgili doğrudan alıntılar aşağıda verilmiştir:

“Eskiden çocuk kulüplerinin %90’ı tek bir odacıktan oluşurdu. O odacığın içinde de bir tane ufakık bir tuvalet olurdu. Ondan sonra ne bir havalandırma ne bir sineklik ne bir şey. İçerisi börtü böcek dolar. Önce metrekaireler büyüdü her şeyden önce. Ondan sonra metrekairelerden sonra gün ışığı gereksinimi fark edildi. Eskiden izbe ve karanlık, toz içinde yerlerdi. Çocuk kulübünün havadar olması çok önemli. Tavanlar biraz yükseldi vb. fiziksel özellikleri gelişti. Genel anlamda o tek bir odacıktan bu hale geldi. Şimdi artık iki dönüm, üç dönüm, dört dönüm mini kulüpler. Yani 40 m² yerlerden dönüm haline geldi.” (T1)

“Eskiden tesislerde bir mini kulüp binası vardı tabi. Çok küçüktü.” (K10)

“Ben 1979 yazında çocukken Kemer Valtur’da tatil yapmıştık. Club Med gibi çocuğa değer veren bir tesisti. Fiziksel mekan üzerine hiç çalışılmadı o yıllarda. Hep açık alanda çocukla ne yapabiliriz çalışıldı. O yıllarda tesis yazın açar sonra kapatır. O yüzden mekana çok yatırım yapmadı. Çocukları alır dağa götürür, denize sokar, kumdan kale yaptırırdı. Hep outdoor. Çok nadir el işi yaptırırdı Resortlar ile birlikte çocuklar için kapalı mekanlar oluşturulmaya başlandı. Misafir talepleri ile gelişti resort. Misafir daha iyi otelde kalmak istedi. Kışın da gelmek istedi. Kapalı alan olmazsa çocuk kışın ne yapacak?” (T2)

“Eskiden 2 tane oda vardı bir de oyun bahçesi vardı. Bu kadar araç gereç de yoktu. Şu anki kulübümüzün kapalı alanı toplam 2450 m².. Bahçe 1670 m².” (K4)

“Pek çok otelde çocuk kulübünün küçük de olsa bir binası dahi yoktu. Çalıştığım bir otelde ayrı bir bina yapılmıştı. Havuzun başındaydı, bahçesi vardı. Tematik kale şeklindeydi. Kalenin içi bodrum gibi böyle penceresiz. Odalar pek bir işe yaramıyordu o yüzden içerisini depo gibi kullanıyorduk. Genel operasyonu bahçede yürütüyorduk. O zamanlar yazlık kışlık

ayrımı da yoktu. Sadece bir bina, dışarda bahçede piknik masaları gibi ufak masalar. Çok özel enstrümanlar da yoktu, ekipmanlar da yoktu. Şu an hepsine ihtiyaç duyuluyor.” (K8)

“Mini kulüpte bahçe olmalı. Mini kulüpte kum olmalı. Mini kulüpte toprak olmalı. Mini kulüpte ağaç olmalı. Biz çocukları zaten binaların, evlerin, uçakların, arabaların içinden alıyoruz. Eskiden çocuk kulüpleri küçük odalardı. Şimdi mutlaka bahçesi olan, daha fazla göz doyurucu, ilgi çekici yerler.” (K6)

“Ormanın içinde, özel sade bir mimari de tercih ettik. Doğa ile iç içe olan.” (S1)

“Çocuk kulübü alanında şimdi size küçük gelen bir yer zamanında o ayırdığı alan ile devrim yaratmış. İçinde restoranı var bahçesi var. Bizim çocuk kulübümüzün kapalı alanı 3000 m². Arkası, önü bütün ada 20 dönüm. Ama tek mesele büyüklük değil. Tabi ki 200 m² çok yetersiz, 400-500 odalık lüks tesis yapıp sonra da çocuğu kümes gibi küçük bir yere tıkmak hiç doğru değil. Ama tek mesele de değil. Biz burada aile çocuk kulübü yaptık. Bakın her taraf aile çocuk. Hiç çocuk kulübüne benzemiyor. Restoranımız da var. Burası ailelerin bütün gün ihtiyaçlarını karşıladığı bir alan oldu.” (K3)

“Çocuk kulübünün mutlaka güneş görmesi lazım, ferah olması, yüksek tavan. Her alanın mutlaka bir parkı olması lazım.

...Mimarlar ile anlaşmazlık yaşanmış daha öncesinde. Sivri köşeler olmaması gerekiyor gibi çok detay var. Çocuk kulübümüzün kapasitesi 200-250 çocuk. Akşam daha kalabalık oluyoruz. Otelde 300-400 çocuk varsa aynı anda 150 çocuğun burada olma olasılığı yüksektir.” (K1)

4.6.3. Çocuk Kulübü Yönetim Yapısındaki Değişim

4.6.3.1. Otonomlaşma

Çocuk kulübü bir departman olarak eğlence departmanından ayrıştırılmaktadır. Bu uygulama yaklaşık 25 yıl önce başlamış olmasına rağmen her otelde standart hale gelmemiş fakat faydası gözlemlenmiş bir uygulamadır. Çocuk kulübü ayrıştırıldığında, personelin sadece kendi alanında görev alması, uzmanlaşması, sürekliliği, mesai saatlerinin işin gereğine uygun şekilde düzenlenmesi ile yapılan iş daha profesyonel ve güven verici bir noktaya gelmektedir. Bu konu ile ilgili doğrudan alıntılar aşağıda verilmiştir:

“Mini Club eskiden Eğlence Müdürüne bağlıydı. Şu anda Genel Müdür Yardımcısına bağlıyız. Eskiden çocuk kulübü farklıydı. Eskiden personel burada çocuklar ile ilgilendikten sonra akşam diskoya gidiyor, misafir ile “guest contact” yapardı. Bu çocuklar için de çok doğru değildi. Bir animasyon personeli hem mini kulübe hem de başka işlere bakabiliyordu.

Karıştıktı o şekilde. Gündüz öğretmeni ile el işi yapan çocuklar, akşam onu diskoda büyükler ile iletişim halinde görüyor, hoş değildi.” (K1)

“Bence en büyük yeniliklerden bir tanesi biz artık departmanız. Söz sahibiyiz otelde. Bu çok önemli. Daha önceki ilk yıllarda işe başladığımızda bizler animasyonun alt dalları olarak çalışıyorduk, yani bir eğlence müdürünün altında çalışıyorduk. Ama şu anda mini kulüpler de kendi içinde bir departman. Bir müdürü var, bir işleyişi var, bir prosedürü var. Yani animasyonun altında değiliz. Biz de artık kendimize ait kurallarımızı net bir şekilde ortaya koyabiliyoruz. Kendi eğitimlerimizi kendimiz verebiliyoruz. Bence en büyük yenilik bu.” (K2)

“Ben başından beri mini kulüpleri, çocuk animasyonu olarak nitelense de, animasyon konusundan hep farklı gördüm. Hep ayırtırmak istedim. Çalıştığım bütün otellerle de şu anda danışmanlık verdiğim otellerle de bunu şart koyuyorum. Şefi de ayrı her şeyi ayrı. Büyük otellerde mini kulüp şefi yerine göre müdürü oluyor. Müdürün altta şefleri var iki tane onların da asistanları var. Tamamen genel müdüre bağlılar, animasyon müdürüne değil. Şart koyuyorum ben. O zihniyetin o ucuzluğun, o eğitimsizliğin içinde kendi firmam olarak anılmak istemiyorum. Alkolden ayakta duramayan bir yöneticinin gelip de mini kulüple alakalı bir şey talep etmesini ne kadar ciddiye alırsınız? Çocuk kulübü tam bir departman olduğu zaman yönetim olarak sen nasıl muhasebe departmanı yöneticini, restoran şefini, mutfak şefini kaçırmamak için kışın besliyorsan mini kulüpte de en az bir iki kişiyi bünyende (12-15 kişi çalışıyorsa örneğin) tutmayı artık tartışmayacaksın bile. İlk mini kulübü ben ayırdım. 1998’de çalıştığım otelde.” (T1)

“Çocuk kulüplerinin farklı bir departman olmaları sonradan oldu. Önceden eğlence müdürüne bağlıydı. Sadece bu bile aslında mini kulübün ne kadar önemli olduğunu gösteriyor. Üst yönetim diyor ki direk bana bağlı çalışsın diyor. Sen müdürsün diyor. Aslında bu işte bir uyanış söz konusu. Öncü olan bazı oteller oldu, onların ürünü bu değişimler. Bunun ayrı bir departman olması gerekti. Bir F&B gibi bir mutfak gibi bir teknik gibi başlı başına çok önemli bir konu olduğunu insanlar yeni fark ettiler. Son 5 senedir bu hız kazandı. Bu iyi bir şey. Diğer durumda, bağlı olunan eğlence müdürü konuya hakim değil, umurunda değil. Adam zaten disko bar şov ile ilgileniyor. Mini kulübe uğramıyor bile birçoğu. Biz onu yıllar önce fark edip hemen kestik. Onu dedik departman olarak mini kulübü ayıralım. Dedik departmanın başındaki departman müdürüdür.” (S4)

“O zamanlar çocuk kulüpleri animasyon şefliğine bağlı olduğu için çocuk kulübünde çalışıyorduk, öğle arası provalar yapıyorduk, akşam da çeşitli müzikallerde karakter oyuncusu ya da background oyuncusu olarak sahneye çıkıyorduk. Mini disko bittikten sonra sahnede

şovu sergiliyorduk, ardından canlı müzik ardından disko. Gece 1:30 - 2:00'e kadar çalışıp sabah 9:30'da tekrar çocuk kulübünü açıyorduk. O şekilde çalışıyorduk. Halen de çoğu tesisler bu şekilde çalışmaya devam ediyor. Ben ona klasik sistem diyorum. Tabi o zamanlar müdürlük yoktu çocuk kulüplerinde. O zamanlar varabileceğiniz en üst nokta çocuk kulübü şefliği idi. Çalışanlar olarak animasyona destek vermek zorundaydık o zamanlar çünkü animasyon ekibi olarak çalışıyorduk. Ses ışık ekibi vardı animasyona dahil. Onun gibi çocuk grubu ekibi de dahildi. O zamanlar zor geçiyordu. Bütün gün çocuklar ile çalışıp akşam şovun varsa öğlen prova alıp tekrar kulübü açıyorsun, aktiviteler, akşam kapatıyorsunuz. Sonra giyiniyorsunuz restoran karşılamada kostümlü akşam şov tanıtımı yapıyorsunuz.” (K4)

“Ben eğlence müdürüyken işini en iyi bilen, işini sahiplenen mini kulüp yöneticileri ile çalıştım. Ne istediyse verdim. Onun işine karışmadım. Başarılı olması için elimden geleni yaptım. Çünkü onun başarısı aynı zamanda benim başarım demek. Bu bir zincir. Fakat bu bilinçte olmayan çok eğlence müdürü var. Basiretsiz eğlence müdürleri yüzünden çocuk kulüpleri ayrı departman olmak durumunda kaldı. Sen adamı dinlemezsen, duymazsan biri duyar. Genel müdür herkesin işini iyi yapmasını sağlayabildiği için genel müdür olmuş. İzin verir mi bir bölümün işini yapamamasına? O da dedi ki sen beceremiyorsan bana bağla. Bazı eğlence müdürleri çocuk kulübünü angarya olarak gördüler. Bir iş var, mini kulüpçüler yapsın, sporcular çok yoruldu diyebiliyorlardı. Ama çocuk kulüpçü ne kadar yoruldu haberi yok. Sen iki çocukla iki gün geçir de görelim.” (T2)

“Tabi orda o dönemde (90’lar civarı) çocuk kulübü ayrımı yoktu. Çocuklara da animasyon yapıyorduk tabi ki ama çocuk kulübü fiziki olarak yoktu. Gece şovu yapıyorduk, ilginçtir bütün departmanlar birleşip bir müzikal oynuyorduk. Hijyen departmanından 2 kişi, spor animasyon diye adlandırdıkları ufak bir ekipten 3-4 kişi, F&B’den 1-2 kişi böyle profesyonel bir yönetmen desteğiyle müzikal yapıyorduk. Bu benim o yıllarda çalıştığım otele has bir uygulamaydı. Bu sırada benim elime bakıyorlardı nasıl çocuk kulübü aktivitesi yaparız diye. Ben eğlence müdürüyken mini kulüp bana bağlıydı. Mini kulüpteki animatör sayısı yetersiz, hastalandıklarında, işi çıkıp gelmediklerinde, işten ayrıldıklarında ben sabah gidip belli başlı şeylerin hazırlığını erkenden yapıyordum. Önce sabah toplantısında 9.30 da gidip spor animatörlerini yönlendiriyordum, sonra akşam üzerine kadar mini kulüp animatörlüğü yapıyordum.” (K8)

“O dönem rekreatif faaliyetler eğlence müdürlerinin yönetimi altında yürüyordu. Benim çocukla çalışan kişilerin kesinlikle pedagojik formasyona sahip olması gerektiği konusunda büyük mücadelelerim oldu. Çünkü bu çok büyük bir sorumluluk. Bu formasyona sahip olmayan, buna uygun seçilmemiş insanların tam tersine tesise de turizme de zarar

vereceği konusunda toplantılar yaptık. Bunu kabul ettirmek çok zor oldu tabi. Çünkü eğlence müdürleri kendi personellerini kendileri seçip çok amaçlı kullanmak istiyorlardı. Ben buna çok karşı çıkmıştım. Yani gündüz çocuk bakan bir insanın gece diskoda alkollü ortamda daha farklı görevler alması aileler açısından bu insanlara karşı bir güven sorunu yaratacağını anlatmaya çalıştım. Bu çabalar kısa bir dönem sonra sonuç verdi ve çocuk bölümleri ayrıldı eğlenceden. Bazı zincirler buna devam etti.” (K9)

“Çocuk kulüpleri eskiden (tek tük yabancı grup oteller dışında) Antalya’da animasyona bağlıydı. Animasyona bağlı olduğunuzda eğlence müdürleri bir şekilde en iyi personeli kendisine alma çabası içine giriyor. İşte o zamanlar kendi danslarını yapıyordu. Dansçılar daha önemli faktördü. Bütçeden ne kaldı... geri kalan bütçe ile mini kulüp elemanlarını dolduralım. Malzeme için de öyle. Mini kulüpleri biz çok az bütçeli devam ettiriyorduk.” (K5)

“Mini kulüpler ayrı bir departman haline geldi. Birçok iyi otelde mini kulüpler animasyonun altında çalışmıyor artık. Mini kulüp ayrı bir departman olarak ele alınıyor. Yöneticisi farklı. Eskiden çalıştığımız dönemlerde mini kulüp çalışanları akşam şovlara katılırlardı. Yemek pişirme aksiyonlarına falan dahil olurlardı. Artık mini kulüp çalışanları bunların dışında tutuluyor.” (S6)

4.6.3.2. Netleşen Görev Tanımları

Çocuk kulübü çalışanlarının oluşturulan hiyerarşiye uygun olarak yapacakları görevlerin sınırlarının ve tanımlamalarının net bir şekilde açıklanmasına ihtiyaç olmuştur. Uzmanlaşma ve çocuğa odaklanma eğilimi burada da devam etmektedir. Bu konu ile ilgili doğrudan alıntılar aşağıda verilmiştir:

“İlk işe başladığım dönemlerde sabahları mini kulüpte çocukların ablasıydım ama akşamları sahnede farklı bir karaktere bürünebiliyordum. Bu beni çok rahatsız ediyordu çünkü hoşuma gitmiyordu. Hep bir anaç tarafım vardı. Öğretmenlik tarafı ya da bir annelik. O yüzden bir çocuğun hep ablası olmak daha mantıklı. Sahne animasyonundaki o skeçlerin içindeki büründüğüm karakterlerle akşam beni izleyip sabah mini kulübe geldiğinde kafasının karışmasını hiç istemiyordum. Şu anda bunu yaşamıyorum. İşim neyse onu yapıyorum. En önemli handikaplarımızdan biri buydu şu anda bundan kurtulmuş vaziyetteyiz. En azından işimin gereği neyse örnek olmam gereken yol neyse o yolda ilerliyorum. O yüzden mutluyum.” (K2)

“Şimdi yeni görev tanımları üzerinde çalışıyoruz. Eskiden mini kulüp şefi vardı. Şimdi mini kulüp müdürü var, mini kulüp müdür yardımcısı var, şef var ve şef asistanı var. Görev

tanımlarını çok keskin çizgilerle ayrıştırmak lazım. Her şey iç içe geçmeye başladı. Yani mini kulüp müdürü ne yapar? Tabi herkes her şeyi yapabilmeli harika bir şey. Herkes herkesin pozisyonunu gerektiği zaman alabilmeli ve o pozisyonu doldurabilmeli. Ama çok başlılık gibi bir şey olmamalı tabi. Bu sefer çok başlılıktan boşluk doğuyor araya. Herkes birbirinin üstüne atmaya başlıyor. Tekrar bir toparlayalım boşluk bırakmayacak şekilde diye düşündük.

Çocuk animasyonu ile yetişkin animasyonu birbirinden kesinlikle çok farklı şeylerdir. Yani ben yönetime yazdığım personel talep yazılarında hiçbir zaman çocuk kulübü animatör lafını kullanmam. Biz bir ekibiz. Mini kulüp ekip üyesi denmeli bence.” (T1)

“Hazırlıklarımız var. Benim (müdür) vermiş olduğum haftalık programa göre çalışmalar planlanıyor. Şef, etkinlik hazırlıkları konusunda toplantı yapıyor. İhtiyaç varsa etkinlikle ilgili personele küçük bir eğitim veriyoruz. 5 dk lık bir eğitim. Şefler görev paylaşımı yapıyor. Temizlik malzeme hazırlığı. Örneğin 2-3 animatör çocukların ellerini yıkamaya götürüyor. Onlar el yıkamadayken diğer 2-3 animatör gidip turnuva hazırlığını yapıyor. O görev dağılımları bu şekilde oluyor. 3 tane Temizlik görevlimiz var. Sabah 8 gece 12 buranın çok temiz hijyenik olmasını sağlıyorlar.” (K4)

4.6.3.3. Standartlaşan Süreçler

Çocuk kulübünün işletilmesinde pek çok süreç ve alt süreç vardır. Bunun için gerekli talimat ve prosedürlerin gerçeğe uygun şekilde hazırlanması, personele bu prosedürler üzerinden eğitim sağlanması ve iç denetimlerde bu dokümanların rehberliğinde çalışmalar yürütülmesi yaygınlaşan uygulamalardır. Bu konu ile ilgili doğrudan alıntılar aşağıda verilmiştir:

“SOP dediğimiz bizim standart operasyon prosedürü. Çocuk kulübüne özel yazılmış. Yani biz ne yapıyorsak onu yazıyoruz aslında. Çocuk geldi, güler yüzle karşıladım. Kaydını aldım. Kartını yazdım. Programımı deklare ettim. 15 dakika önce aktivite alanımı hazırladım vb. Her odanın her programın her şeyin prosedürünü yazıyoruz. Yeni arkadaşlar geldiklerinde iç eğitim veriyoruz. Bu eğitim 45 dakika sürüyor. Prosedürü anlatıyoruz. Ama tabi ki arkadaşların bunu yaşayarak ve olay anında öğrenmeleri gerekiyor.” (K5)

“Siz ne yaparsanız yapın. Bir mini kulüpte sizin yaptığınız karşınızdakinin anladığı kadardır. Yani siz orayı işletemiyorsanız, çocuğu oraya çekme yetisine sahip değilseniz. Güvenlik, altyapı gibi gerekli şeyleri sağlayamıyorsanız o yaptığınız çöp olur. İnsan faktörsüz hiçbir şey olmuyor. Her türlü koşulu yerine getirin milyonlarca liralık yatırımı yapın. Olmadık bütçeler ayırın ama siz orayı işletemiyorsanız siz onu çöpe atın. Bunun örnekleri sektörümüzde çok. O yüzden etkin sistemler kurularak insan kaynağı yönetilmeli.” (T1)

“Biz çocuk kulübümüzde standart için bir çalışma yaptık. Ne nasıl olmalı, rasyonalite içinde nasıl gerçekleşmeli? Yaş grupları, resepsiyon hizmetleri, bebek bakım, iç mekân, aqua park, temizlik hepsinin nasıl olacağını düşündük ve standartlaştırdık. Talimatlar yazdık.” (K3)

“Eskiden animatörlerin kendi kişisel becerileriyle ne yapıyorlarsa o çıkıyordu ortaya. İşte ben çok iyi dans ediyorum. Zumba yaptırıyorum. Etkinlikler bu şekilde belirlenip uygulanabiliyordu.” (K5)

“Mini kulüp süreçlerinin kalite departmanları tarafından çok net tanımlanması lazım. Yüksek nitelikteki otellerin çoğunda bu dokümanlar yazılı ama uygulananla yazılan arasında yine farklar olduğunu düşünüyorum. O yazılanlar bir nevi kalite yönetim belgelerini alıp bir sonraki denetime kadar biraz prosedür yerine getirmek amaçlı yapılan şeyler. Çok güncellenmiyor. Uygulama ile gerçek hayattakiler denetlenmiyor. Bunları da yapan mekanizmaları sistemin içerisine entegre etmek lazım. Kalite departmanı iç denetimler yapmalı. Özellikle mini kulüp teknik altyapılar, hijyen standartları, makinalar, oda temizlik süreçleri gibi süreçleri sık denetlettirmeniz lazım. Ve bunu spot habersiz denetimlerle iç veya dış denetimlerle sürekli mercek altında tutmanız lazım.” (S4)

4.6.4. Çocuk Kulübünde Çocukla Etkileşimdeki Değişiklikler

4.6.4.1. Kayıt Sistemi Kurulması

Çocuk kulübü içindeki çocukları daha yakından tanımak, aile ile etkin iletişim kurabilmek, kulübe giriş ve çıkışları kontrol altında tutabilmek gibi sebeplerle kayıt sistemi kurulmuştur. Bu kayıtlar genelde çocuk kulüplerinin girişinde yer alan resepsiyon masalarında yapılır. Bazı durumlarda ailenin check in yaptığı zamanlarda bilgi aktarımı sırasında da gerçekleştirilmektedir. Bu konu ile ilgili doğrudan alıntılar aşağıda verilmiştir:

“Eskiden sorumluluk alınmıyordu. Bazı otellerde durum hala aynı. Bakıyorum ne kayıt var ne kimlik kartı var. Çocuğun adını bilmiyorsun. Sorup öğreniyorsun. Çocuğun yaşı, bizi ilgilendiren özellikleri, babasının adı, oda numarası bilinmiyor. Böyle bir evrim geçirdik. Çok ciddi bir evrim. Kayıt almak önemlidir, bunu anlamaya başladı insanlar. İlk kez 2000 yılında pasaport ve kart uygulamasını hayata geçirdik. Buna göre ailesi kendisi çıkabilir diyenlere yeşil kart veriyorsunuz. Ailesi kendi başına çıkamaz diyenlere kırmızı kart veriyorsunuz. Kartın çerçevesi yeşil ya da kırmızı oluyor. İçinde isim, yaşı, oda numarası, alerji durumu işte check in – check out tarihleri, imzası vb. var.” (T1)

“90’lı yıllarda 2000’e kadar kayıt alma yoktu. Aileler kendi çocuğundan sorumluydu. Otelimizin çocuk kulübü 2007’de açıldığı zaman böyle bir kayıt alma prosedürü geliştirildi ve

buradan diğer otellere yayıldı. Ondan öncesinde aileler bırakamıyordu, çocuk kendisi gelip aktivitelere katılıp kendisi gidiyordu.” (K4)

“Bu güvenlik konusu çok önemli. Çünkü emanet aldığınız çok hassas bir varlık, ona sahip çıkmanız gerekiyor. Anne babanın telefon numarası vs. gibi kendi içinde alt detaylar var bu kayıt sürecinin. Kırmızı yeşile anne baba karar veriyor. Onun beyanı ile. Çocuğu tek başına mini kulüpten çıkıp benim yanıma gelebilir ya da kesinlikle benim haberim olmadan çocuğumu bırakmayın. Orada iki tercih var. Öbür türlü kaos.

...Misafir check in yaptığı anda orda bizim kişisel tatil asistanlarımız ile iletişime geçiyor. Onların deskinin hemen yanında küçük bir mini kulüp lobisi var. Küçük sandalyeler masalar vs çocuğu orada yakalayıp orada mini kulüpten birisi temas ediyor. Hoş geldin canım Ayşe, Mehmet... bizim mini kulübümüzün adı bu. Bak sana programımızı vereyim. Anneden babadan bilgiler alarak Registration formu dolduruluyor ve ön kayıt yapılıyor. Mini kulübe gelecek yeni arkadaş için bir temas noktası. Yoksa iletişimde sıkıntı olabiliyor. Anne baba getirmiyor ya da geç getiriyor ya da tam yerini öğrenemiyor. Hem girişte hem uğurlamada sürekli bir arkadaşımızın orada olması farklı bir açılım. Bir dönem bazı öncü otellerde de bunun yapıldığını biliyorum. Hala yapıyor mu bilmiyorum.” (S4)

“Çocuk kulübüne giren her çocuğun kaydını yapıyoruz.” (S1)

4.6.4.2. Birebir Etkili İletişimin Teşvik Edilmesi

Çocukla etkili iletişim kurmanın gerekliliği ortaya çıkmıştır. Bunu sağlama konusunda çocuk kulübü çalışanları amirleri tarafından eğitilmektedir. Göz hizasına inmek, ismi ile hitap etmek, iltifat etmek, gülümsemek, onu mutlu edecek seçenekler sunmak gibi araçlar ile çocukla iletişim kurularak onun bulunduğu ortamdan daha çok keyif alması ve kendini güvende hissetmesi sağlanmaktadır. Bu konu ile ilgili doğrudan alıntılar aşağıda verilmiştir:

“Yani çocuğun dünyasına indiğin an eğer onu yakaladıysan her şeyi yaptırabilirsin içerde. Yapmayacağım dediği bir aktiviteyi de yapabilir, başta istemediği bir role de girebilir ama önemli olan sizi sevmesi. Yani eğer sen çocuğa dokunamıyorsan dünyanın en iyi mini kulübüne sahip ol hiçbir işe yaramaz. Animatörlerin burada kostüm giymesi bence önemli. Ben personelime hep şunu diyorum: ulaşamıyorsanız giyin. Çünkü ilgi çekiyor. Seninle iletişime girmeye çalışıyor. O noktada da buluşabiliyorsun. Burada kilit nokta bence öğretmen-abla-animatör. İş onda bitiyor. Mimik, jest, gerçekten onu sevdiğini hissettirmek önemli. “Ayşe bugün ne kadar güzel gözüküyorsun! Nasıl güzel parlıyor gözlerin! Galiba çok güzel bir kahvaltı etmişsin!” Yani çocuğa ulaşmak o kadar önemli ki.

...Haftalık doğum günü diye bir olayımız var. O hafta kim doğdu Sacha doğdu Alexandra var. Toplu bir doğum günü kutluyoruz. Masa kuruyoruz. Çok güzel bir pasta geliyor. Önce gösteri yapıyoruz o hafta doğan çocuklar için. Sihirbazlık gösterisi, palyaço gösterisi oluyor. Diyoruz ki bu hafta doğan arkadaşlarımız var onlar için toplandık. Hep birlikte oyunlar oynayıp dans ediyoruz.” (K2)

“Personelime şöyle söylüyorum: “Çocukları üzme. Çocukları dinle. Göz seviyesine inip iletişim kurun, isteklerini sorun. Ve gülümseyin.” Diyelim ki Dünyanın en pahalı otelindesiniz. Aktiviteyi yaptırırken nasılsın diye soran biri yok. Ne anladım o işten? Yani ben öyle bakıyorum.

...Mini kulüp benim için içeride eğlencesiyle personeliyle, sevilen ablasıyla annenin personelle olan sohbetiyle mini kulüptür.” (K6)

“Şimdi artık yeni nesil de eskisi gibi çok kalabalık sevmiyor. Bireysel dokunuşlar daha verimli oluyor o yüzden. Her atölyemizde birebir iletişim mevcut.” (S1)

“İlk karşılaşmada çok haklı olarak geri geri giden çocuklar olabiliyor. Karşılama çok önemli. Her şey kapıda başlar. Her şey kapıdaki resepsiyonun ilk reaksiyonuyla başlar. Ailesi içeri girip kayıt yaptırmış olsa bile bazen o çocuk o girişten hoşlanmamıştır. Resepsiyona bir daha ayak basmaz. Sizin yaptığınız içerik de, aldığınız eleman da, yaptığınız mini kulüp de hiçbir şeye yaramaz. Çocuğun ruhuna hitap etmeniz lazım. Bizdeki çalışan arkadaşlar mesela göz ucuyla bakar Nastya yazıyor. “Nastya, oyuna gelsene sen de!” İsmiyle hitabet etti. Yakaladı bitti o, o anda. Mesela “Dün akşam seni diskoda gördüm. Ya ne giymiştin akşam öyle pırıl pırıl ben de istiyorum!” gibi kendisini özel hissettirecek cümleler söylemek. Onu fark ettiğinizi anlaması lazım. Zaten orada yakalıyorsunuz. Orada her çocuğu yakalamak zorunda benim ekibim. Hiçbir çocuk köşede suratını asmış ya da ne yapacağını bilemez şekilde dolaşmamalı. Aslında prensip yine aynı prensip. Niye bazen insanlar aynı restorana giderler isimleriyle anılmaktan hoşlanırlar, ne yemek yediklerinin bilinmesinden hoşlanırlar. Çocuklar, bundan hoşlanıyor. Bir sonraki sene geldiği zaman sen unutmuş bile olsan hemen kayıt anında bakıp isimle hitap etmelisin.

...Aileyle laubali olmayan bir çizgi de muhatap olmalısınız. Animasyon ekiplerinin misafirle olan ilişki tarzından çok farklı bir tarz bu. Siz orada eğitimci kimliğindesiniz.

...Çalıştığımız bir çocuk kulübü 15 senelik. Hiç yeni bir şey yok her şey eski. Bin metre kare ya var ya yok. Ama 15 metre öteden çocuğu tanırız. Çocuklar orada mutlu.” (T1)

“Şimdi bazı yerlerde limit var. Limit olduğunu görüyorum. O da yeni trend. Tabi pandemi ile de gelişmiş olabilir. Diyor ki benim 8 tane mini kulüp animatörüm var bir tanesi 6

kişiyi bakabiliyor. 48 kişi kapasitem var diyor. Ama otelde 300 çocuk var. Yani bazı yerlerde böyle de bir oluşum var.” (K8)

“İnternet yorumlarında ismiyle saymış personeli. Girişteki şu kişi, şu atölyedeki bu kişi... tek tek saymış. İsmen teşekkür etmiş. Böyle çok yorum var.” (K3)

“25 yıl önceki animatörlerle şimdiki animatörler de bir değil zaten. Biz eskiden programa 4-5 tane highlight program yazardık. Ama onun dışında birçok şeyi yapardık ama biz bunu yazmazdık. Animatörün becerisi ve insan ilişkisi ile giderdi bazı şeyler. Şimdiki çocuklarla onu yakalamak da zor.

... Ben animatörken de çocuğa adıyla hitap etmek, onunla konuşurken dizimin üstüne eğilmek, aynı seviyedeki göz teması ile konuşmak önemliydi. Animatörlere güler yüzlü olmalarını, hem aileye hem çocuklara ismiyle hitap etmelerini öğretiyoruz. Yazılı prosedürümüzün içinde bunlar zaten var.” (K5)

“Siz bana 20 dakika müsaade edin ben çocuğa kendisi ayakkabı giymesi için ikna edeceğim dedim. 5 dakika sonra kendi başına giymeye başladı. Anne baba çok mutlu oldu. Bunu görünce daha fazlasını da istiyor animatörden. Profesyonel ekipler ile çalışmak lazım.” (T4)

4.6.5. Çocuk Kulüplerinde Yaş Gruplarına Özel Uygulamalar

4.6.5.1. Yaşa Göre Özelleşen Ortamlar

Çocuk kulüplerinin fiziksel alan ve fonksiyonel olarak büyümeleri ile birlikte yaş gruplarının farklı ihtiyaçlarının gözetildiği özel alanlar oluşturulması eğilimi de giderek artmaktadır. 3 yaş ve altının güvenlik, hijyen ve materyal farklılıkları ile diğer gruplardan daha korunaklı bir ortamda tutulması; 4-7 ve 8-12 yaş grupları için farklı ortamlar oluşturulması, 13 yaş ve üzeri için buluşma alanları yaratılması şeklinde uygulamalar kendi içinde çeşitlilik arz ederek hayata geçirilmektedir. Bu konu ile ilgili doğrudan alıntılar aşağıda verilmiştir:

“1-3, 4-7 8-12 yaş grup odaları mevcut. Her yaştan ihtiyaçlarına uygun aktiviteler yapılıyor. Özellikle 4-7 yaş atölyeleri seviyor. Soft play oyun alanını seviyor. 8-12 yaş için buradaki oda bulaşma noktası gibi ps, wii sonra dışarı alıyoruz sporsal aktiviteler için. Paintball var. Bebeklerin sorumluluğunu alma uygulaması sadece burada ve bizim diğer tesisimizde var. Başka otellerde yok bebek odası. Ama misafir için çok önemli. Bebeğini bırakıp gitmek istemeyenler, orada onunla oynayabilir. Burada sabah 9 gece 12'ye kadar bebek odamız açık. Uyku odamız var. Burada bizimle 15 yıldır çalışan personelimiz var ve

oraya personel alırken daha dikkat ediyoruz. Bebek odasının kendine özel ayrı bahçesi var.” (K1)

“Eskiden bir oda, aynı odanın içinde bütün yaş grupları olurdu, spesifik birkaç otel dışında. 90'lara kadar zaten çocuk kulüplerine çok önem verilmedi. Antalya'da 95-97'den sonra çocuk kulüplerinin önemi ortaya çıktı.” (K5)

“Okula giden çocukların bağışıklığı biraz daha iyi. Fiziki olarak da güçlüler ya, küçükleri eziyorlar. Hem onlar ezmesinler hem de o hastalık (Covid 19) da ilk defa tanışacak çocuklara geçmesin diye 0-3 yaş grubunu ayırdık. Bir tane mutfak yaptık oraya. Evdeki mutfak gibi düşünün. İçerisinde ocağı, mikrodalgası, buzdolabı ve mama sandalyesi var. Bir yetişkin, anne, oradan çocuğunu alıp mamasını yedirip tekrar bırakabilir. Biz çocuğu orada alıyoruz çocukla ilgileniyoruz anne de istediği zaman gelip bebeğinin bakımını yapabiliyor. Hemen yanına da emzirme odası yaptık. Alt değiştirme ünitesi, emzirme odası. Orada isterse anne çocuğunu emzirebiliyor ya da kendisi altını değiştirebiliyor.

4 yaş üstü çocukları aldığımız ana bina var. 4-12 yaş arası çocuklar. Aktivitelerin çoğu bu yaş grubuna yönelik. Atölyeler, sinema odaları, soft play alanlar hep bu yaş grubunun ağırlıklı kullandığı yerler.

Gençler için bir tane karaoke bar yaptık. Kendi şarkılarını söylemeyi çok seviyorlar. Orası da rezervasyonlu. Hadi gidiyoruz değil. Biraz daha teenagerlere göre yaptık orayı. Aileleri ile de gidebilirler. Küçük, sınırlı, 10 -15 kişilik yerler buralar.” (S1)

“12-16 yaş arası çocukları biz yine mini kulüplerin dışındaki teenage club larda eğlendiriyoruz, dinlendiriyoruz ve onlarla ilgileniyoruz. Sadece sistem artık mini kulüplerde değil daha elektronik oyunların oynandığı, daha teknoloji boyutunun ağırlık kazandığı, sporun daha bireyselleştiği teenage clublarda bu hizmeti vermeye devam ediyoruz.” (S5)

“Çocukların yaş ve ilgi alanlarına göre bölünmesi doğru. Biz genelde 4-7, 8-12 şeklinde ayıştırdık.” (S4)

“Artık belli yaş grupları var. Eskiden yoktu. 1-3 yaş zaten almazlardı halen almazlar. 13-17 teenage club yoktu. Onlar animasyon ekibinin yaptığı etkinliklere katılmak zorundaydılar. O zamanlar hep 4-12 yaş. Fakat bu modası geçmiş bir uygulama. Bu grubu bazı durumlarda birlikte de alabilirsiniz ama ayırıştırmanız gereken durumlar da olabilir. Bebek ve gençleri yok sayamazsınız.” (K4)

“Aslında şu an çok genişledi. Aileler okula başlamamış çocuklarını yaz tatilini beklemekten tatile getirebiliyor. Ya da okuldan izin alıp tatile getiriyor. Sezon dışında da mini kulüp ihtiyacı doğuyor böyle olunca. Her yaş için mini kulüpte bir şey var artık.

Biz 2002 de 12 yaşa kadar konsept yaptık, teenage aklımıza gelmiyordu. Ona mini club demedim çünkü artık çocuklar da değişmişti. 4 yaşındaki çocukla 12 yaşındaki çocuğu yan yana koyamıyordunuz artık. Mini club diyorsun 11 yaşındaki çocuk ben mini değilim diyordu. Ondan dolayı da oranın ismini Kids World diye koyduk.” (K8)

“Teenagerlara bir mekan vereceksin. Playstation müzik kendilerine ait köşeleri olacak. 2 köşe olacak hatta. Klanlaşıyorlar çünkü. Bu yaş grubu işin tam kilidi. Anneyle konuşabiliyor. Yalan söyleyebiliyor. Tam yetişkinliğe geçiş dönemi. En dikkat ettiğim konu. Teenager daki bir hata hem maddi dönerdi hem memnuniyetsizliği büyük olurdu. Evli personelim oldu. Abilik yapan personelim oldu. Kendilerine ait mekan eskiden hiç tasarlanmazdı onlar için. Ben onlara gündüz diskoyu verirdim. Başlarına da adam koyardım alkolsüz içecekler verirdim. Farklı bir tesiste su sporlarının arkasına derme çatma bir şey yaptık onlar için. Armut minderler, müzik çalacakları bir şey, Playstation, langırt vs yeter. O teenager elemanın elini ne kadar rahatlatırsan kolay çalışır.” (T2)

4.6.5.2. Yaşa Göre Özelleşen Etkinlikler

Yaş gruplarının mental ve fiziksel gelişim seviyeleri ve ihtiyaçları gözetilerek onlara uygun aktiviteler hazırlanmaktadır. Yıllar içinde farklı yaş gruplarının bir arada olmayı istemedikleri, özellikle büyük yaşların daha küçük çocuklarla bulunma konusunda hassasiyet geliştirdikleri gözlemlenmektedir. Küçüklerin kendini yetersiz hissetme, büyüklerin ise küçümsendikleri duygusuna kapılma gibi riskleri olması nedeniyle yaş farkı büyük olacak şekilde gruplarla etkinlik yapmama konusunda duyarlılık gösterilmektedir. Bu konu ile ilgili doğrudan alıntılar aşağıda verilmiştir:

“Yaşlar zaten ayrılıyor. O yaşa uygun aktivite de önemli. Büyük yaş grubunu küçük yaş grubu aktivitesiyle, küçük yaş grubunu büyük yaş aktivitesiyle karşı karşıya bırakmamak lazım. Çünkü biri kendini yetersiz hissediyor diğeri de bu bebek işi deyip hiç istemiyor. Uygun yaşa uygun aktivite zorluğu bu da çok önemli bir konu. Herhangi bir aktivite değil de yaşa uygun olması.” (T1)

“4-7 yaş grubu daha çok el işi ve böyle eğlenceli aktiviteler. Mesela Pamuk Prenses ve Yedi Cüceler. Korsan gibi, mini golf, mini basket, müzikal oyunlar, workshoplar. Mesela bilim atölyeleri çok güzel tutuyor. Ama 8-12 son zamanlarda daha da dijitalleşmeyle ilgilendiği için PS, Xbox, VR, Lazer Tag oyunlarımıza yöneliyor. Akşam müzikal gösterileri izlemeyi falan sevmiyorlar. Erkekler ağırlıklı olarak futbol ve sporla ilgilenmeyi, kızlar el işi aktivitesi yapmayı seviyor. Teenagerlar bizim otelimizde eğlence departmanına bağlı. Resepsiyonda 12-18 yaş arası listesi var. Sonra animasyon departmanı misafire ulaşır

Watsapp grubu kuruyor. Kendi programları var. Yine aynı şekilde 4 dilde yazıyorlar.” (K1)

“Çalıştığımız yaş grubunun anlayabileceği, rahatlıkla aktif olabileceği, eğlenebileceği basitlikte ve dolulukta içerikler geliştiriyoruz. Eğer tesis bizden geniş bir yaş grubuna hitap etmemizi istiyorsa en küçük çocuğun bile katılım gösterebileceği, en büyük çocuğun bile kendisi için yenilik içeren bir deneyim yaşayabileceği ince ayarları tutturmaya çalışıyoruz. Yıllardır kendimizi geliştirdiğimiz bir uzmanlık bu. Genelde bizden istenen 4-11 yaş aralığını kapsamamız oluyor.” (T3)

“İçeride olan programımızda bahsedeyim ben size. Arkadaşlarımız mental, sosyal, iletişim becerileri ve fiziksel açıdan çocukların gelişim düzeyine uygun programlarla çalışıyor. Programımızda 4-12 yaşımız var. 4 yaşın altındaki çocuklar ailelerimiz başlarında durmak koşuluyla onlara uygun aktivitelerimize katılabiliyor.

Bizim bir de çalıştığımız 12-17 yaş grubumuz var, en tehlikeli. Kendilerini dünyada hiç kimsenin anlamadığını düşünen grup. Onları masa başında tutturup bir şey oynatamazsınız. Biraz daha özgür ruh, biraz daha asi, biraz daha freestyle takılmayı çok severler. Sıkıştırılmaya gelemeler. Biz de onlar için günlük beş aktivite yapıyoruz. Masa oyunları, monopoly, Scrabble, Jenga gibi. Pekiştirme oyunu dediğimiz, hani arkadaşlarla bir masaya otursunlar. Bir tanışsınlar, otelde birlikte vakit geçirsınler diyebileceğimiz pekiştirme oyunları ile başlıyoruz. Ardından fiziksel enerjilerini atabilecekleri, basketbol, voleybol, masa tenisi, badminton bunları oynuyoruz. Onlar ne yetişkinler ne çocuklar. Zaten içeri sokamıyoruz. Ben de içeri sokmamayı tercih ediyorum. Ergenlikteki bir çocuk kendini 4 yaşındaki çocukların geldiği bir mini kulüpte mutsuz hissedebilir. Zaten çok arada kalmış bir yaş. Buna dikkat ediyoruz.” (K6)

“Teenage club’a yerleştirdiğimiz barda alkolsüz kokteyl yapımını öğretiyoruz. İyi bir barmenimiz gidiyor. Bilgi sahibi olmak isteyenlere ders veriyor. Onun yanında bir tane DJ deski koyduk. DJ imiz onlara nasıl müzik yapılır öğretiyor. Ve tabi teenage lerin sevebileceği diğer oyuncaklar var playstation lar xbox lar, ice hokeyler vs de var orada. Orası biraz daha club tarzında. Çünkü gençler kendilerine genç denilmesinden de hoşlanmıyor. Biz artık olduk diyorlar.” (S1)

“Teenager lar boşta olan bir grup aslında. Teenager lar ile ilgili pazarda bir gap var. Onu doldurabilen şu ana kadar çıkmadı. Biz de o konuda arayış içindeyiz. Denedik bazı şeyler ama, onlar ayrı bir kafa. Onları yakalayıp zapt etmek biraz güç. Onlar iki arada bir derede yani. Ne büyükler ne küçükler böyle kaplarına sığamıyorlar. Bu bir arge konusu olabilecek kadar önemli bir şey bence.” (S4)

“O zamanki çocukların davranışları da farklıydı yani 4 yaşındaki çocukla 12 yaşındaki çocuğu aynı yerde eğlendiriyorduk aynı aktiviteyle eğlendiriyorduk. Yani böyle bir ayırım talebi yoktu. Ailelerden de böyle bir talep gelmedi o zamanlar. Evet belki pedagojik olarak baktığınızda yanlış bir şey; onun aktivitesiyle diğerininki farklı. Ama ortak aktiviteler olarak kek yapmak, pasta yapmak şeklinde belirliyorduk. Her akşam yapılan mini diskoda 2 yaştan 12-13 yaşına kadarki çocuklar beraber dans edip eğleniyordu. Yani ayırım yoktu. Şimdi o büyük çocukları asla çıkaramazsınız. Eskiden çizgi film izletebiliyordunuz çocuğa. Doğru şeyler miydi değildi. Çünkü her yaşa izletebiliyordunuz ama aslında yaş gruplarına göre ayırmak gerekiyor. Ülkelere göre bile ayırmak gerekiyor. Bugünkü bilinçte olsaydım o gün onları yaptırmazdım. Ama tabi ki çaresizdik. Şu an enstrüman çok, çok şeye ulaşabiliyorsunuz yani. Altyazıya ya da dublaja kadar ulaşabiliyorsunuz. O zaman ulaşamıyorduk.” (K8)

“4-5 yaşa özel bale seansı yapıyoruz. 10+ yaş bale yapıyoruz. Kim gelirse gelsin değil yaş grubuna uygun veriyoruz. Çünkü çocukların da kendi arasında uyumlu olması gerekiyor dersin kaliteli geçmesi için.” (K3)

“Başlı başına problem teenager lar. Bu bir kitap. Bela bir konu. Alkol isteği var, karşı cinse yakınlaşmalar var. Kıpırdanmalar var. Teenager zaten kendi programını kendi yapar. Programda dart var diyelim, öyle bir şey yok teenager için. “Ne yapalım yaaa... Dart mı oynasak... E hadi oynayalım.” E sonra? “Çok sıkıldık darttan ya...” Öyle bir şey onlar.” (T2)

4.6.6. Güvenli Ortam Sağlamaya Yönelik Uygulamalar

4.6.6.1. Fiziksel Hasara Yönelik Önlemler

Çocuk kulübündeki giriş çıkışların kontrollü yapılması, temizlik ve hijyen, sağlıklı beslenme, güvenlik kameraları ile kontrolün sağlanması, kaza riski içermeyen mimari tasarımlar ve demirbaş malzeme, sağlık riski içermeyen sarf malzeme kullanımı gibi uygulamalara büyük önem verilmektedir. Bu uygulamalar kalite departmanları tarafından da kontrol altında tutulmaktadır. Bu konu ile ilgili doğrudan alıntılar aşağıda verilmiştir:

“8-12 yaş grubunu otel içindeki aqua parka götürüyoruz ama 4-7 yaş grubunu havuza götürmüyoruz. Buraya fiskeye yaptırdık onun yerine. Bazı etkinlikler var mesela Laser Tag gibi, kayıt yaptırdığı zaman anne baba imza atıyor, bazı kurallarımız var. Mimarlar ile geçmişte güvenlik açıkları konusunda problem yaşanmış. Sivri köşelerin olmaması gibi çok detay var.

... Şimdi burada çocukları alıp otelin dışında götürmemiz güvenlik açısından mümkün değil. Eskiden daha çok eğlence isteniyordu şimdi farklı oldu. İşte eskiden sabah 10'da çıkar

akşam 6'da gelirdik. Ama şimdi aman çocuk oraya binmesin, şu makineye dokunmasın şeklinde aktiviteleri kısıtlanıyor. Belki otellerden de kaynaklanıyordur bilmiyorum.

Pandemide pizza, waffle yapımı gibi etkinlikleri sağlık kaygıları nedeniyle kaldırdık. Meyve salatasını alerji ihtimali olabileceği için yaptırmıyoruz.” (K1)

“Yani şimdi çok daha kontrollüyüz ve 4-5 yerden kontrol ediyoruz. Ayrıca bu kontrol kısmı artık kullandığınız malzemeyi, çocuk kulübünün içini boyadığınız boyanın kalite belgelerini, yaptığımız yemeği, her şeyi kapsıyor. Eskiden çocuk büfesinde patates, hamburger, makarna, ketçap olurdu. Ama şimdi artık bizim çıkardığımız menü çok zengin. Alerjenlerine bakılıyor.

...Çocuk kulübümüzdeki her odada kamera var. 24 saat. Kör noktamız nerdeyse hiç yok. Bazen personel şikayetçi olabiliyor, izleniyor muyuz acaba gibi. Ben de diyorum ki bu sizin güvenliğiniz için aslında. Yeni nesil de o kadar enteresan ki ben benim animatörüne bir loliop vermediği için kızıp “anneme gideceğim, bana vurdu diyeceğim” dediğini biliyorum çocuğun. Bunu söylüyor. Bu noktada benim animatörümü o kamera koruyor. 24 saat tabi ki kameralı izletmek yasak ama bir iftiraya karşı kendimizi koruyabiliyoruz.” (K5)

“Ben ev usulü, boyalardan ve tuzlardan hamur yaptırıyorum. Bebeklere zararlı olmayacak. Mini kulüp içerisinde köşe yok. Metal yok. İş güvenliği İSG'yle ilgili zaten denetim sürekli yapılıyor. Bunlara çok özen gösteriliyor. Kullanılan malzemelerde çocuklara kanser yapıcı özellikteki hiçbir malzemeyi aldırıyoruz ve kullanmıyoruz. Bu sene ve geçen sene yüz boyaması zaten yapmadık. Yapmayacağız da. Ne zaman ki uygundur denilirse yapacağız. Bakanlık çünkü buna müsaade etmedi pandemide. Çoğunlukla aktivitelerimizi dışarıda yaptık. Mini büfemiz açık. Tamamen sağlıklı ev yapımı anne köftesi anne pilavı sebze çorbaları, fresh sebzeler çok az tatlılar. Tatlı yerine biraz daha gronola, kuruyemiş. çerezlerin olduğu ama onun yanında da biraz ne kadar istemesem de şekerlerin olduğu bir mini büfemiz var.

...Bebeklerin uyku saatleri çok değişik. Ne zaman ihtiyacı varsa bize bir saat önceden söylemesi yeterli. Ustamıza söylüyoruz, bir saat içinde püresini, çorbasını, mamasını, pilavını hazırlatıp ailemize haber verip almasını sağlıyoruz.

...Tek bir girişimiz var. Tek girişten kontrollü giriş sağlarız. Tek bir çıkıştan çıkar misafirimiz.

Aklı başında olan insan bir çocuğu anne babadan emanet alıp da tesisten dışarı çıkarmaz. Ben öyle bakıyorum. Benim bizzat yaşadığım şeyler var. Mesela banana turunda anne baba sahildeyken banananın ipi koptu. Benim çocuğun bir tanesi düştü. Ben dört tanesini bırakıp tepeleme aşağıya dalıp çocuk çıkardım. Sahile geldiğimde dedim ki tirilyon lira

verseniz bana bir daha bananaya binmiyoruz. Biraz da deneyim. Niye bir çocuğu tehlikeye atıyım ki? Yani mini kulübün içerisinde çocuk kafasına vurmasın diye tutup köşelik takıyorum.” (K6)

“Biz her yeri planlarken mutlaka oranın temizlik ekipmanlarının bulunacağı dolaplar koydurduk. Tabii ki bunlar kilitli, çocukların ulaşamayacağı şekilde. Çocuk kulübünün ayrı bir housekeeping görevlisi var. Yani burada bir tane bebek kulübünde covid pozitif ya da başka bulaşıcı hastalık olduğunda onu başka bir yere taşımıyoruz.

...Biz önce güvenlik dedik burada. Mimar yaparken kesinlikle köşe istemediğimizi söylüyoruz, yuvarlak olacak. Her şeyden önce güvenlik geliyor. Ondan sonra biz eğlenceye bakıyoruz.

... Bu bölgede alkol ve sigara yok. Bir sigara yakayım içeyim müsaade etmiyoruz. Onun için çocuğu olmayan yetişkinler buraya çok tahammül edemiyor. Onun için de gelmiyorlar. Çocuğu olanlar da o konunun hassasiyetini bildikleri için saygı gösteriyorlar ve bu kuralları uyuyorlar.” (S1)

“Giriş çıkışları kontrol altında tuttuğumuz kart sistemi çok önemli bir güvenlik önlemidir. Çocuğun ailesi kendisi çıkabilir diyenlere yeşil kart veriyorsunuz.

...Üç-dört tane boğulma vakası biliyorum, öldü çocuklar. Şaka değil yani.

...Kıyı köşe kör nokta olmayacak. İki dakika da o kör nokta da her şey olabilir. Bir çocuk bir çocuğun boğazına sarılabilir, kalemi gözüne saplayabilir, taciz olabilir.

...Havadarlık ve gün ışığı önem kazandı. Gün içerisinde temizlikler yapılması planlandı. Çocuk kulüplerinin kendi housekeeper'ı oldu. Böyle şeyler özellikle son 4-5 senenin trendidir.” (T1)

“Fiziksel unsurlarla ilgili handikapları çok sıkça görüyoruz. Elektrik prizleri sivri köşeler ayağa takılıp düşebileceği bariyer unsurları. Orada iş sağlığı ve güvenliği uzmanları tarafından mini kulübün çok sık ziyaret edilmesi gerekiyor. Normal frekansa ayda 1 geliyorsa mini kulübe her hafta uğraması lazım. Çünkü çocuk sürprizlerle dolu. Bizde kalite departmanı bu konuya ayrı bir önem veriyor. Sektörel açıdan kıyaslama yaptığımızda biz oldukça iyiyiz.

Çocuk kulübü giriş çıkışlarında kırmızı ve yeşil bileklik uygulamamız var. Bu da benim yıllardır uygulattığım bir şey. Kırmızı varsa kendi başına çıkamaz. Anne baba gelmeden mümkün değil çıkması.

Eskiden çocuk bir bakıyorsun almış başını gitmiş. Nerede evladım yok! Bu çok ağır bir durum. Otelin içi çok geniş alanlar her an her şey olabilir. Onu sıkı tutmak lazım. Dolayısıyla buradan şu anlam çıkıyor; mini kulübün etrafı kesinlikle çevrilmeli. Çocuğun

çıkamayacağı ve giremeyeceği şekilde. Tek giriş tek çıkış olmalı. Acil durum ve emniyet çıkışları hariç.

...Düşünsenize çocuk Allah göstermesin öldü... nasıl çıkacaksınız işin içinden. Mümkün değil çıkmanız. Hem vicdanen hem işletmesel taraftan. Amaç riski minimize etmek. Riski sıfır yapamazsınız. Dünyanın en iyi mini kulübü olsa yine risk var. Önemli olan bu riski olabildiğince düşürmek.

...Bir baktık ki en zararlıların zararlılarını da çocuk büfesine koymuşuz. Bir de öyle bir çelişki var. Ana restoranda 1000 kalem var diyelim ki 700'ü zararlı. Çocuk büfesinde 100 kalem var 100 ü de zararlı. Şekerler boyalıları trans yağlar donuklar... hepsi orada. Dedik ki o zaman bunun tam tersine çevirmemiz gerekiyor. Biz buraya daha dikkatli yaklaşalım diye karar verdik. Mesela patatesi kızartmayalım fırınlatalım... işte vegan burgerle yapılmış hamburger köftesi koyalım. Meyveyi ön plana çıkartalım. Bizim için çocuk sağlığı önemli. Biz gazlı içecekleri vs de çok geri planda tutuyoruz. Sağlıklı içecekler, ayran, sıkılmış meyve suyu ön planda tutuyoruz.

Çocukların mini kulüpte temas edecekleri tüketecekleri veya ciltlerine sürecekları yüz boyası vs ile ilgili yüksek bir hassasiyet olması gerekiyor.” (S4)

“Top havuzları hijyenik olmadığı için artık yavaş yavaş kalkmaya başladı. Kalksın bence de. Hijyenik ve güvenli değil.” (K4)

“Sanat atölyesinde silikon tabancısıyla elini yakan 1- 2 çocuk mevzusu oldu. Hemen kaldırttım.” (K3)

4.6.6.2. Psikolojik Hasara Yönelik Önlemler

Çocuk kulüplerinde çocuğun huzurlu ve güvende hissetmesi, dijital ekranlarla etkileşiminin ona zarar verecek boyutta olmaması; çocuğa aktif olacağı ve yeni deneyimler yaşayacağı seçenekler sunulması gibi amaçlar ile hareket edilmektedir. Engelli çocuklar ile çalışma konusunun gelişime açık bir konu olduğu anlaşılmaktadır. Bu konu ile ilgili doğrudan alıntılar aşağıda verilmiştir:

“Fazla dijitalin çocuk için çok zararlı olduğunu biliyoruz. Dış ortamda yapılabilecek çok aktivite var ama telefon gibi araçlarla kendilerini çok kapatıyorlar. Bunu azaltmaya yönelik çabamız var.” (K1)

“Hakaret, aşağılama, beğenmeme, bunlar kesinlikle mini kulüpte yeri olmayacak şeyler. Ekstra satış da zorlamadır ve yeri yoktur. Benim mini kulübümde bir çocuğa bağıramazsınız. Kişi kişiye mobbing yapamaz. Ses yükseltemezsiniz. Kaba davranamazsınız.

Başka bir çocuk diğer çocuğun fiziksel özellikleriyle ilgili ya da bir rahatsızlığıyla ilgili kesinlikle zorbalıkta bulunamaz. Bulundukları an tespit edip ailelerle konuşurum.

Bilinçaltı kodlamaya önem veriyorum. Bizim kulübümüzde balonlar dahil bıçak şeklinde bir imge bulamazsınız. Çizimler, legolar dahil. “Pek hoşlanmadım bu oyuncaktan başka bir şey yapalım mı?” diyoruz.” (K6)

“PS tarzı şeyler olmazsa olmazımız ama en aza indirmeye çalıştık. Aktif katılım elde etmek istediğimiz, çocukların kendilerini geliştirebileceği şeylere yönelmelerini sağlayabilmek adına.” (S1)

“Çocuğun güven duygusunu hissetmesini isteriz. Güvenli ve huzurlu olmasını isteriz.” (T1)

“Engelli bir çocuğumuz gelirse aileye çocuğun durumuna özel bir program yapma teklifi sunuyoruz. Adı üstünde özel çocuklar ve biz de onları özel tavırla karşılıyoruz. “Size bizden bir arkadaş eşlik etsin” diyoruz. Mümkün olan durumlarda ebeveynlere “Gidin 1 saat kahve için” diyerek onlara da nefes alma şansı veriyoruz. Ama bize gerekli bütün bilgileri verin; ne sever, ne ister, neye kızar gibi. Yine de o işi daha iyi yapmak lazım. Bu işin uzmanları ile çalışmak, gerekirse onları işe almak lazım.” (K3)

“Gösteriyi her yaş grubundan çocuk izliyor. Siz çıkardığınız yüksek ses ile çocuğu korkutabilir misiniz? Çocuğun gece rüyasına girebilecek korkutabilecek öğeler olabilir mi? Mümkün değil. Bunlara çok dikkat ediyoruz. Gördüğüm bazı gösteriler kavga bile içeriyor, bunların sektörde olmaması lazım. Kendi tecrübeme dayanarak palyaço şovunda hiç makyaj malzemesi kullanmıyorum. Yüzümü boyamıyorum. Bu konuda fazla bilgisi olmayan bir yöneticinin gelip bizi düzeltmeye çalıştığı durumlar olabiliyor. Sahne hakkında bilgisi yok, çocuk hakkında bilgisi yok, uzman değil ama yönetici olmuş ve gereksiz yorum yapıyor. Palyaço fobisi olan çok ciddi bir kitle var. Yetişkin insanlarda bile fobisi olan ciddi bir kitle var. Amatör palyaçolar yüzünden hayat boyu travma yaşama riski yaşayabilir çocuk. Bu gösteriyi yapanlar pedagoji bilmeli ve yöneticiler de bu bilgiye saygı duymalı.” (T4)

4.6.6.3. Anne Baba İle İletişim Kanalları

Gerek çocuk kulübü hakkında bilgilendirmeler yapmak gerekse çocuk kulübündeki çocuğuna yönelik gerekli iletişimi sağlamak için ebeveyne ulaşmak konusunda yöntemler geliştirilmiştir. Burada amaç çocuğun ihtiyaç duyabileceği konularda aileden bilgi ve destek almak, onlara çocuklarının mutlu ve güvende olduğunu hissettirmek şeklinde olmuştur. Bu konu ile ilgili doğrudan alıntılar aşağıda verilmiştir:

“Misafirle iletişim için, info vermek için çok kanalınız var. Aplikasyonda, televizyonda, formlarda. Bu iş biraz da dijitale döndü. Pandemiden dolayı dijital meyil daha da arttı.” (S4)

“Mini kulüp hakkında genel bilgiyi resepsiyon veriyor. Ailelere dijital ortamda 3 dilde hazırladığımız bir davet mektubu gönderiyoruz. Mini kulübümüzün metrekare bazında yerleşimi, güvenlik önlemleri, çalışma saatleri, aktivite saatleri, mini disko saatleri, aquaparkın çalışma saatleri vb.” (K6)

“Eskiden de programımız vardı ama duyurma şekillerimiz değişiyordu. O zaman bu kadar dijital iletişim kanalları yoktu. Broşür basılıyordu odalara bırakılıyordu. 3-4 kere buluşma saatimiz oluyordu. Uzun uzun mikrofonda anonslar yapılıyordu. Öyle uzun uzun mikrofon anonsları yapmıyoruz artık. Hem insanlar rahatsız oluyorlar. Hem aslında dijitali çok kullanıyoruz artık. Bizim çocuk resepsiyonlarından aile hangi kanaldan iletişim kurmak istediğini söylüyor. Biz bilgileri dijital olarak aileye gönderiyoruz. Akıllı telefonlar hayatımızda. Aplikasyondan her şeyi takip ediyorlar. Hangi aktivitenin başlayacağı ile ilgili yarım saat öncesinden uyarı gidebiliyor aileye eğer isterlerse. Neyi nerede nasıl bulabileceği ile ilgi bilgi gidiyor. Kişisel asistanlar gruplardan çocuklu ailelere çocuk kulübü ile ilgili daha fazla bilgi gönderiyorlar. İlgili ailelere 4 koldan bilgilendirme yapabiliyoruz.” (K5)

“Biz burada mutlaka hangi çocuk ne yedi liste tutuyoruz Watsapp üzerinden yazıyoruz ne yiyip yemediğini. Misafirlere böyle detaylı açıklama yapıyoruz.

...WhatsApp grubu kuruyoruz hemen yazıyoruz görevli olduğumuzu, bazen biz söylüyoruz duruma göre bazen onlar soruyor. Yeme içme konusunda alerji olarak soruyoruz elimizde bilgisi olsa bile tedbir amaçlı. Bu da misafirlerin hoşuna gidiyor. Akrabası geliyor mesela çocuğu almaya biz vermiyoruz çocuğu anneyi arıyoruz illa. Ondan izin alarak veriyoruz çocuğu akrabasına.” (K1)

“Çocuk kulübündeki çocuğu ailelerin izleyebilmesi sağlandı. 2005 yılında biz odadaki televizyondan ailelerin izleyebileceği bir sistem kurmuştuk. Ailelere sonraları ellerindeki ekranlar, tabletler, telefonlar ile de izleme imkanı verildi. Burada sadece çocuğu çocuk kulübünde olan velilere izleme hakkı verilen şifreyle çalışan bir sistemdi. Ama sonradan kişisel verilerin korunması kanunu kapsamında bu uygulamalar kaldırıldı.” (K8)

“Mini kulüp böyle müthiş bir evrim geçirdi ve şu an her şey dijital. Çocuğunuz inanılmaz güvenli. Bir bant takıyorsanız oturduğunuz yerden çocuğun nerede olduğunu takip edebiliyorsunuz. Görüntüleri izlemenize KVKK izin vermiyor ama çocuğunu şu anda uyuyor mu, hangi aktivitede, mini kulüpte ne yapıyor anlık görebiliyorsunuz içiniz çok rahat.” (S2)

4.6.7. Çocuk Kulübünde Sunulan Hizmetlerin Niteliği

4.6.7.1. Çocuk Kulübünde Sunulan Hizmetlerin Eğitsel Boyutu

Çocuk kulübünde sunulan etkinliklerin zaman içinde daha kompleks ve eğitici hale geldiği dile getirilmektedir. Geçmişte aktivitelerde sadece eğlence boyutunun olduğu, günümüzde ise eğlence boyutunun artarak devam ettiği ve yanına eğitsel amaçların da eklendiği bir eğilimden bahsedilmektedir. Bu konuda profesyonel etkinlik tedarikçileri ve profesyonel eğitmenlerin desteği vurgulanmıştır. Bu konu ile ilgili doğrudan alıntılar aşağıda verilmiştir:

“Yoga deyince böyle saatlerce mmm diye durulan bir şey değil. Orda aslında bir hikaye ile pozları öğretiyoruz çocuklara. Bir farklılık oluşturuyoruz. Çocuklardaki hayal gücüne, doğru nefes almalarına, esnekliklerine ve enerjilerini sürekli tutmalarına katkı sağlıyoruz.

Golf oteliyiz. Mini golfü öğretmeden olmaz diye düşündük. Arkada küçük bir parkurumuz var, çocuklara orada atış gösteriyoruz.

...Burada katılımın en yüksek olduğu bilim atölyesidir. Bir tedarikçiden alıyoruz. Çok etkili bir atölye çünkü çocuklara farklı geliyor. Okullarda bile bu kadar deney tüpü alıp da deney yaptıran yok. Şimdi okullar daha çok kitaplarla geçiştiriyorlar. Burada renkli dumanlar çıkıyor falan. Bir de orda slime yaptırıyoruz biz. Slime de şimdi günümüzün en ünlü oyuncacı diyebilirim. Aaa anne kendi slime ımı kendim yapıyorum. Çok cazip. Onları gerçekten çekiyor. Ve tamamen profesyonel ve güvenilir malzemelerle yapılıyor. Yani inanılmaz. Çok keyif alıyorlar. Aaa diyor karbonatla sirkeyi karıştırıyorum bak nasıl şeyler. Bilmediği bir şeyi keşfediyor burada. O yüzden farklı geliyor. Yıllardır çalıştığım hizmet tedarikçim burada benim kurtarıcım diyebilirim yani.” (K2)

“El işi aktivitelerini artırdık. Çünkü beyin gelişiminde ince motorun çok büyük önemi var.” (T2)

“İlgi alanına göre her gün kick box, her gün yoga yapabilir. Çocuk tatili boyunca belli saatlerde gelip sporunu geliştiriyor. Ya da su sporlarındaki surf, dalgıçlık kursları olsun. Bunları uzun vadeli sertifikalandırabiliyorlar bile. Biz aileye artık seçenekler sunuyoruz. Çocuğunuz yüzme mi bilmiyor, yüzme kursu verelim ve şöyle programlayalım. Çocuğunuzun dans öğrenmesini mi istiyorsunuz? Zumba samba ne istiyorsunuz biz bunu yapalım diyoruz.” (K5)

“Dijitalleşme çok olduğu için çocukları doğaya çekmemiz lazım. Küçük bir hayvanat bahçesi olur, küçük bir tarla gibi olur.” (K1)

“Meslekleri öğretmeye yönelik atölyelerimiz ve düzeneklerimiz var. Örneğin itfaiyeciler bir binayı nasıl söndürüyor, kostümüyle, oyunuyla tamamen yapılandırılmış bir şekilde sunuyoruz. Doktor ve ajan atölyelerimiz de bu şekilde. Dışarıdan aldığımız atölyelerde de eğitsel boyuta önem veriyoruz. Çocukların eğlenirken öğrendiği içerikler bizim için çok değerli. Bu konuda çalışan profesyonel bir şirketle çalışıyoruz ağırlıklı olarak. Bilim iletişimini akademik seviyede de bilen ve uygulayan bir ekip. Bize dinazor, arkeoloji, doğa, bilim gibi çok sayıda konuda atölyeler getiriyorlar. Tüm materyalleri ile, uzman personelleri ile, çocuklar için hazırlanmış kostümleri ile geliyorlar.” (K4)

“İnformal bilim eğitiminde, çocuğun tamamen kendi isteği ile katıldığı ve çok eğlendiği bir içerik sunulmalıdır. Çocuk öğrendiğini fark etmeden öğrenmeli, öğrenirken keyif almalıdır. Resort çocuk kulüpleri bunun için çok ideal ortamlar sunuyor. Çocuklar özgür, keyifli, rahat bir şekilde, alışılmadık yöntemlerle yeni bilgilerin kendilerine sunulmasının tadını çıkarıyor. Bizler bu alanda neredeyse 20 yıldır çalışan bir ekibiz. Turizm sektörünün bu alandaki lokomotiflerinden biri olduğumuzu biliyoruz. Sahne gösterilerinden ve atölyelerden sonra velilerden şu şekilde dönüşler alıyoruz: “Çocuğumuz tatildeyken akademik olarak da onun işine yarayabilecek, okulda onu iyi hissettirecek yeni bilgiler edindi. Bilimi çok güzel gösterdiniz. Ve çok eğlendi. Çok teşekkürler.” Bu bize doğru yolda yürüdüğümüzü gösteriyor.” (T3)

“İnsanların rahat nefes alabilecekleri, kendilerini ifade edebilecekleri bir ortamda büyük motor, küçük motor, kas gelişimleri, denge, odaklanma gibi konulara ağırlık veriyoruz. Sadece eğlenmek değil mini kulüp, eğitim olarak da bakıyoruz. Benim önceliğim çocuğun eğlenmesi ama öğrenmeye de devam etmesi, iletişimini pekiştirmesi, sorun çözmeye odaklanması.

... Programın önceliğinde odaklanma için golf, denge için balans oyunları, refleks oyunları, kendine güveni perçinlemek için rekabet içeren parkur oyunları oluyor. Hepsinde fayda yaratmaya çalışıyoruz. Gösterilerimizde de hikayelerin verdiği mesajlara önem veriyoruz. Sahnede karakterler örneğin önce bozulan bir arabaya yardım etmiyorlar, sonra ediyorlar. Dostluğu pekiştirici oyunlar sergiliyorlar. Farklı gösterilerde çikolatanın bir emekle üretildiği, herkesin çok değerli olduğu, fiziksel özelliklerle dalga geçilmemesi gerektiği vb. mesajlar var. Biraz daha ülkemize özgü bir içerik olabilir. Şu an bahsettiğim hepsi uluslararası şovlar maalesef. Benim gelecek seneki programımda yine ürünler yapılacak. Ayrıca dikiş ve yabancı dil dersleri düşünüyorum.” (K6)

“Teenage club’da bile yine bir şey öğretiyoruz. Hepsinde geliyor öğreniyor uyguluyor ve giderken ülkesine götürüyor.

...Kuş gözlemi etkinliği yapıyoruz, kimyasal tepkimelerin olduğu deney aktiviteleri vs sunuyoruz. Çocuklar ilgiyle izliyor, deney yapıyor. Mikroskopta ilk defa hücreyi görüyor. Okula henüz başlamamış bir çocuk çok ilgileniyor. Okullu olanlar başka taraflara kayıyor. Herkes bir şey bulabiliyor.

Gelecek için planımız mutfakta yaptıkları yemeğin malzemelerini dalından kendilerinin koparmasını sağlamak. Diyelim birlikte menemen yapacağız, domates ve biberi dalından koparacaklar. Bütün her şeyi kendisi yapmış olacak. Bir de organik ürün döngüsünü öğretmiş oluyoruz. Domatesin topraktan yetişen bir şey olduğunu bilmeyen çocuklar var. Domates fabrikada üretilen bir şeydir sanıyor. Fide oluyor, büyütüyoruz. Bunun için toprak lazım, su lazım, güneş lazım. Şehir çocuklarına bunu bile anlatmak çok değerli.

...Bir atölye kurduk geri dönüşümlü atıklardan materyal yaptırıyoruz. Orada geri dönüşümün önemi gösteriliyor. Çocuk çıkan materyalleri ülkesine götürüyor.

...Konseptimizin de amacı bu zaten. Yabancılaşma artık çok ileri seviyede çocuklarda. Markette gördüğü domatesin nasıl oluştuğunu bilmiyor. Fabrikada üretilen bir şey sanıyor. Aynı şey ahşap oyuncak için de geçerli. O ahşap oyuncağın nasıl zahmet gerektirdiğini, dikkat gerektirdiğini görüyor. Ve o oyuncak onun için çok daha değerli oluyor.” (S1)

“Lego ile bir iş birliği yaptık. Legonun da ben el becerileri motor kabiliyet gücünü artırdığını biliyorum. Bütün otellerimizde lego corner lar kurduk. İyi bir sonuç aldık. Orada da çocukların playstation oyun tarzından biraz daha ayrışması gerekiyor” (S4)

“Çok geniş kapsamlı program içeriklerinde pedagojik backgroundu olan etkinlikler yer alıyor. Eskiden çocukların boş sayfalar üzerine resim yaparak sadece ince motor becerilerine katkı koyduğu, çok basit ve sadece eğlenmelerini önemseyen bir anlayış vardı.

...Çocuğun gelişimine katkı vermeyen hiçbir eğlence anlayışı turizm açısından faydalı olmayacaktır. Tesise de bir fayda sağlamayacaktır. Bu anlaşılmaya başlandı.

...Program muhakkak doğa dostu olmalı. Doğanın çocuğa vereceği gerçekten çok önemli şeyler var. Çocuğa kendini tanıyabilme, kendi sınırlarını tanıyabilme fırsatı sunuyor. Aynı zamanda biz bunu ailelerin de katılabileceği aktiviteler haline getirebiliriz.

... Spor sanat gibi komponentler tamamen çocuğun gelişimine uygun şekilde belirlenmeli. Pedagojik formasyon çerçevesinde. Çocuğun zihinsel gelişimi kaba motor gelişimi ince motor gelişimi. Bu faaliyetleri keyifli eğlendirici gönüllü bir hale getiriyoruz.” (K9)

“Bakın tatilde çocuğun tasarladığı robota bakar mısınız? Bunu tatilde yapıyor çocuk. Tatilde çocuğa bunu deneyimletiyoruz biz. Bu çok ileri bir seviye gerçekten. Belki bu çocuğun hayatına dokunduk.” (K3)

4.6.7.2. Çocuk Kulübünde Sunulan Hizmetlerin Çeşitliliği

Geçmişte çeşitliliği az olan aktivitelerin zaman içinde zenginleştirilerek sunulduğu gözlemlenmiştir. Çocukların ilgisini çekecek konular, farklı formatlarda çocuklarla buluşturulmaya çalışılmaktadır. Her çocuğun keyif almasını sağlamak amaçlandığı için çeşitlilik sunma konusunda çaba sarf edilmektedir. Bu alanı zenginleştirmek ve kalitesini artırmak üzere çalışan tedarikçi firmaların sektöre katkı ve profesyonellik sağladığı gözlemlenmektedir. Bu konu ile ilgili doğrudan alıntılar aşağıda verilmiştir:

“Geçmişte daha çok yüz boyaması işte dart oynatılıyordu. Resim, suluboya. Bunlarla geçiriliyordu.” (K10)

“Biz şimdi o kadar çok şeyler veriyoruz ki çocuklara. Bu trend yıllar önce başladı. 1997 civarında kutu oyunları, sportif turnuvalar, el işi çalışmaları, resim yapma şeklindeydi çeşitlilik. Pizza, kurabiye, meyve salatası vb. yaptırıp birlikte havuz başındaki misafirlere ikram ediyorduk. Olimpiyat günü ana havuz sadece çocuklar içindi. O zaman mikrofonu alırdık. 2 saate yakın sürerdi. Ardından sertifika madalya töreni olurdu. Akşam mini discodan sonra ödülleri verirdik. 2010’larda tema günleri geliştirmeye başladık. Türk günü, Çin günü, Korku Halloween günü, Hawaii günü gibi. Çocuklar ona göre giyiniyordu, içerisi ona göre dekor ediliyordu. Korsan gününde bahçede hazine arama etkinlikleri yapılıyordu.

Günümüzde el işi aktiviteleri devam ediyor. Geri dönüşüm adı altında, tuvalet kağıdı ruloları, plastik şişeler, süt kutuları vb. kullanılarak yapılan aktiviteler var. Bu malzemeleri yiyecek içecek departmanından kolaylıkla alıyoruz, otelde bolca var.

Tedarikçi firmaların sunduğu hizmetler de çok çeşitlendi ve kalitesi arttı. Önceden çocuk etkinlikleri konusunda bu çeşitlilikte ve kalitede hizmetler alma şansımız yoktu. Hem akşam gösterileri hem gündüz atölyelerinde çocuklara tematik ve dolu dolu içerik sunuluyor. Tedarikçilerin bu konuda uzmanlaşması, ekiplerini ve malzemelerini kaliteli bir şekilde yönetmesi ise sektörün de kalitesi yükseliyor.” (K4)

“Çocuklar bu telefonla, dijitallikle yalnızlaştıkça bizim programları daha spesifik nokta atışı ve daha farklı yapmamız gerekiyor. Bunun için de aslında eskiden biz mesela kendi şovlarımızı kendimiz yapardık. Çocuk şovlarının içine kendilerini katardık. Haftada 1 de olsa. Çocuklar artık çocuk şovu yapmak da istemiyorlar. O çocuk şovu için prova yapmaları gerekiyor. Ama hevesli değiller gelmek istemiyorlar. O yüzden biz çocuk şovlarımızı kendimiz yapmıyoruz çok uzun süredir. Yapan tek tük otel kaldı diyebilirim. Bunun içinde bambaşka bir sektör oluştu. Dışardan alınan bu outsourcing destekler. Hem gündüz workshop lar hem akşam çocuk şovlarını tedarikçi destekli programlarımızı daha güçlendirebiliyoruz. O bağlamda da gene bu da bağlı birbiriyle. Çok yetenekli animatörler

almanıza gerek kalmıyor. Yabancı dili kuvvetli, çocuk gelişiminden çocuk ruhundan anlayan animatörlerle bu işi yürütebiliyoruz.” (K5)

“Her şey dahilden önce şöyle söyleyeyim: İşte animasyon ekibi diyelim 10 kişi, 1 kişi maksimum 2 kişi de çocuklarla ilgilenmeleri için gönderiliyor. Bir kâğıt- kalem 2 tane oyun hamuru. Bu kadar iki tane animatör kızın elinde.

...Biz genelde bir tema seçiyoruz kendimize o temaya bazında hem temaya uygun oyun oynuyoruz hem de kraft aktiviteler yapıyoruz. Yani hep bir bütün içinde kapanmalı tüm olaylar.” (T1)

“Programımız çok dolu çocuğun sıkılması imkânsız yani. Olursa da o an havuza gitmek istediği içindir.” (K1)

“Elişi aktivitelerimiz çok fazla. Çocukların ilgisini çeken, eve götürebileceği pek çok şeyi basit malzemeler ile yaptırıyoruz. Oyuncaklar, süslemeler, kuklalar vb. yapıyoruz. Çocuklar dinozor ve uzay gibi temaları çok seviyor. Canlandırmalarla da destekleyebiliyoruz. Geri dönüşüm aktiviteleri yapıyoruz, günlük basit malzemeleri kullanıyoruz. Çocukların isteklerine önem veriyoruz. İsteyen çocuk Lego oynar. İsteyen çocuk bileklik yapar. İstemeyen boyama yapar. Masa üstü oyunlar oynayabilir.

Bebek kukla yapımlarım var. Tamamen köy kuklaları dediğimiz kuklaları çoraplarla yapıyoruz. Dönüştürüyoruz. Geleneksel sokak oyunları saatimiz var. İstop, yakartop, körebe, mendil kapmaca, gibi oyunlar oynuyoruz. Yabancı çocuklara çok değişik geliyor. Bu oyunları oynadıktan sonra çocuklara da soruyoruz. Sizin geleneksel oyununuz ne? Rusya'da ne oynuyorsunuz siz? Çocuğun burada eğlenmesini istiyorum.

...Doğal art seviyorum, doğadan toplanan materyaller ile yapılan sanat. Burada yapıyoruz. Korsan günümüz var. Hazine arama, oyun günü, origami çalışmaları, pasta tasarımları, ev tasarımları. Ailelerle bir ara olduğumuz özel saatler oluyor, birlikte etkinlik yapıyoruz. Bunun gibi çok çeşitli aktiviteler sunuyoruz.” (K6)

“Burada 10 atölyemiz 4 tane akademimiz var. Çeşitlilik sunmaya çalışıyoruz elimizden geldiğince. Oyun parkımız, soft playımız, macera parkurumuz var. PS’lar olmazsa olmazımız. Ve yeterli sayıda var. Misafir burada her saatte hepsini bulabiliyor. İstersen dans et istersen resim yap. Ama profesyonel yani her şeyle tam donanımıyla.” (S1)

“Doğa aktivitesi ile hakikaten güzel bir sonuç aldık. Farklı aktiviteler güzel oluyor. Çocuk şovlarının sayısını artırdık. Haftada 5 gün çocuk şovu var. Ayda 1 defa da büyük festival havasında çocuklara yönelik bir konsept uyguluyoruz. Biraz daha geliştireceğiz onu.” (S4)

“Animasyon sporla başladı ama çocuk büyük ayrımı yoktu. Günün belli saatlerinde gidip çocuklara da yaptırıyordum. Çok fazla kreatif aktiviteler workshoplar yoktu. Ne bizim bilgi birikimimizde vardı ne altyapı vardı ne de bize öğretecek birisi vardı. Bahçede plastik oyuncaklarla bowling, boccia gibi oyunlar oynatıyorduk.

...2000’den sonra ithal mallar gelmeye başladı ve yüz boyama gibi malzemelere daha kolay ulaşılır oldu. Çocuk kulübü çalışan sayıları bu dönemde artmaya başladı ve böylece havuza çocukları götürüp havuzda ve plajda oyun oynatabiliyorduk. Tek kişi ile imkansızdı çünkü çocuklara göz kulak olmak gerekiyordu.

...Malzemeye erişimin artması ile tema günleri oluştu. Korsan, Apaçi gibi. ...Korsan günleri ta o zamanlardan gelir ve bugün pek çok otelde hala yapılır. Maske yapımı, uçurtma yapımı bunlar artmaya başladı. Hep beraber pasta, kek, pizza yapmalar başladı. Hala yapan çok otel var.” (K8)

“Müzik her yarım saatte bir seanslarla alıyor. Resim atölyesinde natürmortu var kara kalem var yine rezervasyon sistemi ile alıyor. Ahşap tasarım, seramik çalışmaları... diyoruz ki bak bu tornada sınırsız yaratıcı şey var aslında çocuk her oturduğunda farklı bir şey yaratabilir. Bilimsel deneyler yapıyorlar, çok seviyorlar. Bizim futbol akademimiz var. Burada şu an mesela Rusların futbolcuları var. Reklam yüzümüz ünlü futbolcular var. Yüzme ve tenis derslerimiz var. Bir de macera parkımız var.” (K3)

“Son dönemde profesyonel tedarikçiler bu işin önünün açılmasında etkin olmuştur. Çocukları eğlendirmeye beraber aynı zamanda birşeyler öğretmek, kalıcı olmak, çocukların aklında yer tutmak için ayrı workshop lar yapılmaya başlandı. Otellerin içinde ki mini kulüplerin içinde seramik atölyesi, bilim atölyesi, dil atölyesi, bale okulu, dans okulu olan mini kulüpler bile görüyorum ve hoşuma gidiyor. Bir çocuk cenneti işte... Çocuk krallığı gibi otelin büyük bir bölümünün çocuklara ayrıldığı, çocuklar için spor alanlarının yapıldığı özel hocaların ayarlandığı judo dersinden tutun da yüzme dersine kadar mümkün olan bütün olanakların sağlandığı yerler yapılıyor” (S6)

“İki haftalık program içinde sabah ve öğleden sonra ayrı olmak üzere çok sayıda farklı atölye ile hizmet sunduğumuz tesisler var. Çok ciddi bir çeşitliliği yönetiyoruz. Ekiplerimiz kendi konularında uzman. Çok ince detaylara kadar çalışıp nitelikli bir yelpaze sunuyoruz. Çünkü tatilde konaklama süresi oldukça uzun olabiliyor aileler için. Bu ailelere her gün aynı şeyi sunamazsınız. Biz de tesislerin bu ihtiyacına yönelik sürekli ar-ge yapıyoruz. Güncel trendleri takip ediyoruz.” (T3)

4.6.7.3. Çocuk Kulübü Hizmetleri İçin Program Hazırlanması

Çocuk kulübü programlarının hazırlanış pratiği geçmiş yıllardan beri süregelse de, programın hazırlanış ve duyuruluş şekli büyük oranda evrim geçirmiştir. Geçmişte sadece açılış-kapanış saatleri ve bir takım başlıca etkinliklere yer verilen programlar zaman içinde çocukların ihtiyaçları doğrultusunda daha fazla detay ve çeşitlilik arz eden, misafire çeşitli kanallarla ulaştırılabilen programlara dönüşmüştür. Bu konu ile ilgili doğrudan alıntılar aşağıda verilmiştir:

“İki haftalık bir program uyguluyorum. Bu programı uygularken ben yaş gruplarına ayırıyorum. Spor aktivitelerinin birisi pasifse birisini aktif yapmak zorundayım. Aslında biz burada bir nevi çocuğu nelerden hoşlandığını araştırıp ona göre bir program hazırlıyoruz. Ama eskiden sadece o program doldurulmak için dolduruluyordu.” (K2)

“Bizim burada asistanlık sistemi var misafir ilişkilerinde. WhatsApp üzerinden her hafta Rusça Türkçe Almanca İngilizce olarak 4-7 ve 8-12 için farklı hazırlanmış programlarımız iletiliyor. Mesela 4-7 yaş grubu için sabah mutlaka yoga ya da jimnastik biraz açılışlar diye. Sonra el işi benzeri etkinlik. Ama tabi ki her zaman değiştiriyoruz bunları. Sonrasında mini spor oyunlarına geçiyoruz. Öğlen 2’de Zumba, çocuk pilatesi, çocuk yogası mini futbol. Bizim çocuk spor akademimiz var otelde oradan bir öğretmen geliyor ders veriyor. Yarım saat sonra eğlenceli oyunlarımız var. 15:30’da Gokart (Pedallı) ve su dansımız var.

...Bayramlarda paskalya gibi mutlaka takvimimiz oluyor. Program ayarlaması yapıyoruz. Kadınlar günü, anneler günleri gibi özel günleri de takip edip etkinliklerimizi o şekilde yapıyoruz el işi şeklinde. Buket hazırlama gibi.” (K1)

“Haftalık programımız var. Haftalık programımız misafirlerimize burada günlük olarak gidiyor. Ben operasyon müdürümüze ulaştırırım. Misafirlerimizin talepleri doğrultusunda ya da çocuklu odalara direkt gönderilir. Mini kulüpte bir program olmazsa insanlar ne yapacağını bilemez. Mini kulübün programı Türkiye animasyona ilk girdiği yıldan itibaren vardı.” (K6)

“Mini kulübün normal bir aktivite akışı olması lazım. Mini kulübün içindeki etkinlikler iki şeyden oluşur; birincisi el becerileri ikincisi fiziksel aktiviteler. Ve bu iki aktivitenin baş başa gelmesi lazım denge içinde olması lazım. Ve devamlılığının olması lazım. Bu bir süreç çünkü. Şimdi bunda bizim aktivite programlama takvimine baktığınızda hakikaten genelde öğleden önce el becerilerini destekleyen aktiviteler vardır. Eskiden ilk başta bahsettiğim denge hiç göz önüne alınmıyordu. Genel başlıklar altında eğer bir program varsa aktivite şeklinde yürüyordu. İlk başlarda bugün ne yapalım. Ha şimdi boya yapıyoruz,

işte şimdi parmak boya yapıyoruz. Şimdi kido oynuyoruz, şimdi kum havuzundayız. Şimdi bilmem ne yani tam bir içerik yok. Daha sonra yani benim başladığım zaman benim gözlemlerime göre bu dengeyi tutturmaya çalıştım. El becerileriyle, fiziksel becerilerin aynı şekilde açık alanla kapalı alanın dengede olması benim için önemli. Antalya'nın iklim şartları var. Çocukları hep içerde de olmaz dışarda da olmaz bu sıcaklıklarda. Dolayısıyla eğer Antalya için konuşursak, Antalya'nın iklim şartlarına uygun bir program yapılması lazım. Güneşin en kuvvetli olduğu saatlerde daha çok içeri çekip. Güneşin daha yumuşak daha rahatsız etmeyen saatlerde çocukları dış aktivitelere yönlendirmek gibi. Bunlar mesela yeni sistem şeyler.” (T1)

“Sabah açtığımızda çocuk kulübünü ilk olarak wellness aktiviteleri yaptırıyoruz, işte yoga, stretching jimnastik gibi. Çocuklara yönelik. Ardından el işleri genelde sabahtan yaptırıyoruz. Geri dönüşüm etkinlikleri, mutfak atölyeleri gibi. Sabahtan hazırlanan pizza vs öğleden sonra ailelerle beraber yeniyor. Onların fırına gitmesi gelmesi için zaman gerektiğinden mutfak aktivitesi sabahtan yapılıyor. Yaş gruplarına göre de farklı turnuvalar düzenleniyor. Mesela midiler olan 4-7 yaş çocuklar için sabahtan turnuvalar, çeşitli oyunlar aktiviteler oluyor. Ondan sonra bir öğle yemeğimiz var. Ondan sonra tekrardan öğleden sonra bizim meslek atölyelerinin olduğu bölümümüzde çeşitli meslekleri icra ettiriyoruz. Her pazartesi çocuk gazetesi var. Ben her Pazar yazıp yönetimin onayını alıyorum. Sonra pazartesi sabah 10 dan itibaren çıktısı bütün ailelere dağıtılıyor. Uygulamaya da yükleniyor. O hafta ne yapılacağını programdan takip edebiliyor aileler. Kapıda girerken de program misafire veriliyor.

Otel genelinde bütün programlar 14 güne sabitlendiği için.. şov programları olsun.. gerçi bizim haftalık olarak değişiyor. Restoran, F&B hep 14 günlük programa endekslidir. Pazartesi gazete çıkınca aa şu da varmış diyip tatillerini uzatanlar oluyor.” (K4)

4.6.7.4. Çocuk Kulübü Hizmet Süresinde Değişiklik

Çocuk kulüplerinin çalışma saatleri her geçen yıl uzamıştır. Günümüzde farklı uygulamalar devam etmektedir fakat hızla yaygınlaşan uygulama, sabah açılan çocuk kulübünün gece geç saatlere kadar hiç kapatılmadan faaliyetini sürdürmesi şeklindedir. Bu konu ile ilgili doğrudan alıntılar aşağıda verilmiştir:

“Bizim çocuk kulübümüz sabah 9 da açılıyor ve gece 2'ye kadar açık kalıyor. 24 saat açık olan çocuk kulübü de biliyorum farklı bir otelde. Bence buna gerek yok. Gece 2'e kadar kalan çocuk sayısı da az, en fazla 5 çocuk kalıyordur. Bu uygulamamız ailenin hoşuna gidiyor.” (K1)

“Mesela diyorum bir çocuk 45 dakika masada oturamaz yani. İmkânsız. Aktivite seçimlerinde benim için zaman da önemli. Uzun açık bir çocuk kulübüyüm. Ya ben bunu 30 dakika oturtturup 30. Dakikadan sonra neyle ayağa kaldırabilirim. O oyunları bulurken onlara dikkat ediyorum.” (K2)

“Mini kulübümüz sabah on, akşam yirmi iki arası açık. Serbest zaman dediğimiz yani aktivitelerin olmadığı saatlerde Mini Kulüp Lego odamızda dört aktivite birden olur.” (K6)

“Çocuk Kulübü şeydi o zamanlar: “minik animasyon”. Bu kadar fazla sorumluluğu yoktu çocuk kulübünün. Tabii ki arkadaşlar çalışıyordu orada ama biraz daha saatler belli. 10 ila 12 buçuk arası, 14:30 ila 17:00 arası. Akşam da bir mini disko. O kadardı.” (K10)

“Biz mini kulüplerin açılış kapanış saatlerini uzattık. Yaz sezonunda 00:00’e kadar hizmet veriyoruz. 22:00’dan sonra talep çok ciddi düşüyor. 22:00’e kadar canlılık var. 22:00-00:00 arası da diyelim ki 100 çocuk varsa onun sayısı 10-15 e düşüyor ama yine bir talep var.” (S4)

“Biz saat 10 da açıp akşam 23’e kadar açık tutuyoruz. İki vardiya çalışıyoruz: 9-5 ve 3-11 çalışan ekipler. Çocuğunu bize teslim edip günü birlik şehir dışı gezintilere gidenler oluyor. Buradaki sahil kısmındaki otellerin çok büyük çoğunluğu Sabah 10’da açar, 12:30’da kapatır, 14:30 gibi tekrar açılır, 17:30 gibi kapatılır. Akşam mini disco sahnede yapılır. Çocuk grubu animatörünün işi bitmiştir. O kadar. Animasyona bağlı ise bu şekilde çalışıyorlar. Değilse o zaman işimiz tamamen çocuklar ile olduğu için akşam 23’e kadar çalışıyoruz. Biz apayrı bir departmanız. Ama öbür tesislerde klasik sistem. Ama onlarda da yavaş yavaş değişecek tabi ki.” (K4)

“O zamanlar çocuk kulübü animatörünün görevi saat 10:00 da başlar 12.30 da biter, 14.30 da tekrar başlar, 17.30 da biterdi. Fakat her çocuğun saati bir değil. Örneğin bir çocuk sabah saat 8 de kalkıyor 12 de yemeğe gidiyor yemekten sonra 16:00’a kadar uyuyor. 16:00’da geliyor. Sen 17:00’de kapattım diyemiyorsun yani çocuğa, o çocuk oynamak istiyor akşam 18.30’a kadar. Onun düzeni o. Başka çocuğun düzeni başka şekilde yani dolayısıyla da çocuk kulübünü 1 personelle bile açık tutmanız gerekiyor. Sonuç olarak çalışma saatleri 10:00 da başlayıp non stop 18:00’e kadar şeklinde oldu. Şimdi ise otellerin birçoğunda çocuk kulüpleri sabah 9:00 da başlayıp non stop 23:00 e kadar çalışıyor.

... 2013 de aynı animatörleri vardiya sistemi ile çalıştırıyorduk Gece 11’e kadar çalışan ekip gün içinde 2-3 mola veriyordu. Bir öğlen molası bir akşam üstü molası veriyordu. O aralarda 4 saat 4 saat 4 saat çalışıyorduk. Mini kulüp hiç kapanmıyordu, dönüşümlü çalışıyorlardı 2013 de.” (K8)

“Eskiden 10-12.30, 14:30 -17:30 çocuk kulübü buydu. Benim çalıştığım dönemde sabah 9 gece 12 ydi. Dışarıdan şov alınmıyordu her şeyi biz yapıyorduk. O nedenle dengelemem de gerekiyordu. Bazı saatler kulübü 1-2 nöbetçiyle, aktivitesiz bırakabiliyorduk.” (T2)

“Aslında dünyanın gelişimine uygun olarak misafirden gelen talepler ve şikayetlerle arttı saatler. Önce sadece birkaç saat çocukların uyutulduğu ya da eğlendirildiği bir yerdi. Sonra daha farklı bir hale geldi.” (S2)

“Sabah erken başlıyorlar. Akşam 6-6 buçuk çalışan ilkler devam ediyor. Ama bir evrim daha geçirdi mini kulüpler. Artık 24 saat açık olan mini kulüpler var. Yani çocukları orda uyumaya bile bırakabiliyorsunuz.” (S6)

“17 saati özellikle vurguluyorum. Biz otellerimizde sabah 9’dan gece 2’ye kadar bu hizmeti veriyoruz. Dönüp baktığınızda sabah 9’da bize verilen bir çocuğu aile gece 2’de alabilir. Öğlen yemeğini, akşam yemeğini, ara öğününü yemiş olur. İsterse uyumuş uyanmış, denize girmiş, tekrar ıslak mayosu kurusu ile değiştirilmiş, saç kurutulmuş şekilde. Gece 2’de de odasına gidip yatmaya hazır bir çocuk biz veriyoruz.” (K5)

4.6.7.5. Çocuk Kulübündeki Hizmetlerin Kalitesi

Katılımcılar çocuk kulübü faaliyetlerinin kalitesi artırma ile ilgili geçmişten günümüze devam eden bir çaba olduğunu ifade etmektedirler. Kalite ile çoğunlukla aktivitenin derinliği, oluşturduğu ambiyans, ve hazırlığında ve sunumunda gösterilen özenden bahsedilmektedir. Bu konu ile ilgili doğrudan alıntılar aşağıda verilmiştir:

“Benim meslek hayatıma başladığım dönemde (20-25 yıl önce) çocuk kulübü dediğinizde televizyonun var mı var. Boyaman var mı var. İşte bir de animatörlerin kendi kişisel becerileriyle ne yapıyorlarsa o çıkıyordu ortaya.” (K5)

“2004 yılında bile lüks oteller zincirinde dahi kulübelere yapılmış, yalnızca çocuklara yarım saat 45 dakika 1 saat gibi basit etkinlikler sunulan... orada zaman geçirmeleri üzerine bir konsept vardı. Bunun eksikliği tespit edildi. Aktivitenin kalitesini pahalılığı, verdiği lüks konforlu birtakım aktiviteler olarak görmüyorum. Bence aktivitenin kalitesi içeriği, onu sunan insanın kalitesi, oluşturduğu ilişkiler çemberidir.” (K9)

“Eskiden çok özenli değildi. İşte hadi aktivite mesela haydi korsan oluyoruz, haydi hayalet oluyoruz, haydi kâğıt kartondan kuş yaptık falan oydu. Program da personel de kapasite olarak yetersizdi. Hala bazı yerler bu şekilde çalışıyor.” (K3)

“El işi zaten milyonlarca el işi var. Hep araştırıyoruz. Daha iyisi güzelini bulmaya çalışıyoruz.” (K4)

“Şirketimizi kurduğumuz ve ilk gösterimizi gerçekleştirdiğimiz 2012 yazından bu güne o kadar çok şey değişti ki! Bugün dönüp baktığımda ben bile şaşıyorum. Her geçen yıl kalitemizi artırdık. Kaliteden ne kastediyorum? Personel uzmanlığı, malzeme kalitesi, aktivitenin derinliği, seçeneklerin çokluğu, çocukların etkinlik süresince aktif kalma oranı, yaratılan ambiyans. Hepsi çok ama çok değişti ve gelişti. Kalite her geçen gün artıyor ve artmak zorunda.” (T3)

“Biz zamanında çok malzemesiz kaldık. Ne yaptık? Yerine başka bir şey doldurduk. Ne yaptık? Topumuz patladı. Başka bir şey oynadık. Şimdi malzeme sorunları yaşamıyoruz.

... Seneye istediğim bir şey var. Türkiye'de, Kütahya'da yapıyor. Son kalan Topaççılar. Misketçiler. Bununla ilgili bir dolap hazırlamak istiyorum. Topaç Misket Topaçlarını boyasınlar. İşte uçurtma atölyesi. Eskiden uçurtmalar ciddi ciddi emek sarf edilerek yapılıyor. Şimdiki gibi hazır değil. Bunlarla ilgili çalışmalarım devam edecek.” (K6)

4.6.7.6. Özgüven Artırıcı Etkinlikler

Katılımcılar etkinlik tasarımlarında çocukların özgüvenlerini artırma yönünde bir hedef koyduklarını dile getirmişlerdir. Bu özgüven artırma şekli çoğunlukla çocuğun bir kitle karşısında bir performansı sergilemesi, bir ürün ortaya koyması ya da kendini etkin şekilde ifade edebilmesi şeklinde örneklendirilmiştir. Bu konu ile ilgili doğrudan alıntılar aşağıda verilmiştir:

“Biz etkinliklerimizde katılımcıların aktif olmalarını isteriz. İnteraktif bir kurgumuz vardır. Bu interaktif kurgunun içinde çocuk fikir geliştirir, fikrini dile getirir, yaratıcılığını kullanır, becerilerini geliştirir ve bu becerilerini bir ürün oluşturmakta kullanır. Yapabildiğini kendisi görür. Pozitif, yüreklendirici, motive edici bir atmosfer amaçlarız. Konuşmalarını, soru sormalarını teşvik ederiz. Oyunlar ve mizahı da bunun için araç olarak kullanırız.” (T3)

“Bir şekilde sahneye çıkmasının yani özgüveninin gelişmesini sağlıyoruz çocuğun. Ailesinin de onu izleyip mutlu olmasını amaçlıyoruz. İşte bu, işte orada gördüğü sepatik hareketlerin bunların hepsinin görülmesin, yani hem aile hem çocuğa bir özgüven aşılacak istiyoruz.” (S1)

“Tuvalet sorununu çözdüğümüz çocuklar oluyor. Hiç konuşmayan, kendini ifade etmek istemeyen çocuklar olabiliyor, onları biz hep teşvik ediyoruz. Çünkü tatil ortamında ve rahat hissediyor. Biz öğretmen değiliz. Bir yaptırımımız yok. Onlara göre biz bir ablayız. Oyunla bu tür durumları çözmeye çalışıyoruz. Çocuğa ulaşmak ve onu motive etmek için farklı yöntemler deneyebiliyoruz. Belki bir kostümle ulaşacaksın çocuğa. Belki o çocuk

sahneye çıkmaya korkuyor ama sadece o kostümdeki insana dokunmak için çıkacak. Kostüm giymemizin bir sebebi de bu.

...Bir gün bir çocuk sahneye çıktı hiçbir şey yapamadı dondu. Çünkü çok büyük bir sahnemiz var... Işıklar... Ben dedim ki: “Sen yapabilirsin. İstersen mini mini bir kuş falan söyleyelim.” Türk misafirimizdi. Söyledik ve o günden sonra çocuk her gün sahneye çıkmak istedi. Kırılma noktası önemli.

...Bir çocuk sahneye çıkmalı bence. Böylece arkadaşları arasında, sunumda da çok rahat konuşabilir. İnsanların önünde de çok rahat kendini ifade edebilir. Özguveni de gelişir. O bulunduğ büyük kitlenin içerisinde gerçekten kendini iyi hissedebilir.” (K2)

“Bizim programımızın özelliği çocuklara belli başlı malzemeleri verip zorlanmayacakları etkinlikler sunmak. Kendilerinin kesmelerini ve kendilerinin tasarımlarını yapmalarını sağlamalarını istiyoruz. Çocuğun öğrenmesi, çocuğun yapmasını amaçlıyoruz. Hazır kalıp vesaire kullanmıyoruz. Boyama kitabı da kullanmıyorum ben. Çıktı resim kağıdı da kullanmıyorum. Kağıt gitsin. Hiç önemli değil. Ama o boyasın istiyorum” (K6)

“Ben diyorum ki her atölyemizde sonsuz varyasyon var. Sonsuz gelişim var. Çocuk en basit robotu bugün yaptı ama 1 gün sonra daha karmaşığını yapmak için motivasyona sahip. Bugün basit bir vazo yaptı o çocuk 2. 3. Sefer gelip onu geliştirme güdüsü ve motivasyonuna sahip. Anlatabiliyor muyum? Bugün gitarı 2 tıngırdattı arkej attı, 2. gün denemeler yaptı, 3.de öğrenip bir şarkıyı anlamlı olarak çalabilecek belki. Müzik atölyesinde motivasyonu var. Şimdi atölyelerin mantığında bu. Bir şeyi yaptı ürün hazır bitti, devamında oradaki motivasyon bitmiyor devam ediyor.” (K3)

4.6.7.7. Cazibe Artırıcı Özellikler

Çocuk kulübünde sunulan hizmetlerin hangi yönleri ile çocuklar için cazip geldiğine yönelik katılımcıların yorumları; günlük hayatlarında olmayan, farklı, gizemli, şaşırtıcı ve onları fiziksel ve mental olarak aktif tutacak etkinlikler olması yönündedir. Ayrıca yapım sürecini öğrenerek kendi emekleri ile oluşturdukları, yaratıcılıklarını kullandıkları ürünler ve bu ürünleri yanlarında götürmek, ailelerine göstermek ve bir tatil anısı olarak saklamak da katılımcıları cezbetmektedir. Bu konu ile ilgili doğrudan alıntılar aşağıda verilmiştir:

“İçeriklerde mümkün mertebe yeni bir şeylere karşı karşıya bırakmak çocuğu. Şaşırtmak çok önemli. İçeriklerle şaşırtmak. Her şeyle de şaşırtacak halimiz yok. Ama vaov dedirtecek, şaşırtabilecek çocuğu. On aktivitenin belki iki tanesinde. O vaov anı onun aklında kalıyor. O yüzden çok önemli” (T1)

“Harika kolejlere gidiliyor inanılmaz evler var. Çok fazla oyuncak var. Çocuğu çekmek aslında çok zor. Bizim işimiz bu anlamda zor. Çünkü çocuk doymuş yani. Bana bir doyum noktasında geliyor. Benim burada kişisel bilgimi deneyimimi de kullanarak o aktiviteyi nasıl ona cazip şekle sokarım bu çok önemli.

.. Günlük hayatlarında görmedikleri şeyler onlara cazip geliyor. Korsan... ya çizgi filmlerde izliyorlar ya duyuyorlar ya işte televizyondan görebiliyorlar. Görmedikleri bir dünya.

... Ben hala mendil kapmaca oynatıyorum içerde. Unutulmasın diye. Yakan top oynatıyorum istop vardı eskiden. Bunları hala oynatıyorum. Sek sek.. çünkü o kadar teknoloji çağındayız ki.. mesela ben onlara playstation gösterdiğimde çok mutlu olmuyor çünkü ellerinde de var. Ama bir mendil kapmaca. Böyle bir oyun var diyorum şoka giriyorlar. Daha mutlu oluyorlar. Çünkü eski ve klasikler bence daha iyi. Çünkü normal hayatlarında görmüyorlar o yüzden.

...Sihirbaz suyu içiyor, göbeğinden su çıkarıyor tulumbayla. Diyor nasıl su çıkabilir karnından?” (K2)

“Kendileri üretsinler dediğimiz bir program var bizde. Mesela geçen gün süt içmişler. Artık kapları ile kendileri kuş evi yaptılar mesela. Mutfak aktivitesi: kendileri yapar, kendileri yerler. Kapı süsleri yapıp götürüyorlar. Bagajlarda yer açın deniliyor. Duvar süsü kapı süsü bunların hepsini yapıyoruz biz. Bakın anne kalbi yaptık bugün. Sonra magnet yaptık buzdolapları için. Tatilden bir anıyla dönüyor.” (K6)

“Biz burada öğretiyoruz. Uyguluyoruz. Ondan sonra da sergiliyoruz. Ürünleri sergiliyoruz. Örneğin kendi robotik oyuncaklarını yapıyorlar. Seramik yapıyorlar, bunu daha sonra evlerine götürebiliyorlar ya da hediye edebiliyorlar. Atölyelerde kalıcı ürünler oluşturulması çok güzel.” (S1)

“Ahşaptan oyuncasını yapması maliyetli ama yapıyoruz. Ailelerden de geri dönüş çok güzel oluyor. Buraya bir valiz oyuncak ile geldik ama artık onların yüzüne bakmıyor, yatağının başında hep kendi yaptığı oyuncası var. Niye? Orada kendi emeği var. Kendi yapıyor.” (K3)

“Her etkinliğin sonunda çocuğun ailelerine giderken elinde bir şey götürmelerini sağlıyoruz. İşte bu dışarıdan aldığımız workshoplarla, bilim aktiviteleri, slime olur, çömlek olur, bez bebek olur ya da yaptıkları el işleri ile. Yaptıkları ürettikleri bir şeyle gönderiyoruz. Aile görsün, mutlu olsunlar.” (K5)

“İstiyoruz ki çocuklar evlerinde yapmadığı şeyi deneyimlesinler. Son yıllarda aynı şeyi söylüyoruz: deneyim. Çocuk değişik bir şey yaparak gitsin buradan ki buraya tekrar

gelmek istesin. Birincisi çalışan ablaları çok sevsin, ikincisi çok eğlensin, üçüncüsü kendi okulunda yapmadığı bir şeyle gitsin buradan.” (K11)

“Bir Japon balığı aktivitem var benim. Normalde baktığınızda ne kadar sıkıcı diyebilirsiniz. Hikaye anlatımı yapıyoruz. “İşte bir Japon balığımız var. Denizden buraya otele gelmiş yolunu kaybetmiş. En güzel Japon balığını bulana bugün farklı sürprizler var” diyoruz. Cazip hale getirmek bu işte bence keyifli nokta.” (K2)

“Tatildeki bir çocuğu hiçbir şeye zorlayamazsınız. Zorlamamalısınız. Kendisi istemeli, kendisi tercih etmeli. Bu yüzen onun için neyin cazip geleceğini bulmak zorundasınız. Ona o kadar cazip gelecek ki, içinde yer almak isteyecek. Bu bir kostüm olur, bir dekor olur, bir malzeme olur, sürükleyici bir macera olur, hayatında daha önce hiç deneyimlemediği bir ekipman olur ya da ona kocaman gülümseyen sevimli bir eğitmen olur. Bu çabayı göstermek durumundayız.” (T3)

4.6.8. Çocuk Kulübüne Yönelik Tedarikçiler

4.6.8.1. Hizmet Alınan Tedarikçiler

Çocuk kulüplerinde sunulan programlarda yenilik geliştirme ve uzmanlaşma gereksinimi duyulması ile birlikte, bu hizmetleri dışarıdan alma olasılığı gündeme gelmiştir. Yetişkin animasyon gösterilerinin çocuklara yönelik düşük bütçeli versiyonlarının hazırlanması ile başlayan süreç, çocukları doğrudan hedefleyen gösteri ve atölye programlarının tedarikçilerden temin edilmeye başlanması ile devam etmiştir. Gittikçe daha komplike ve detaylı çalışmaların sektörde yer bulduğu, çocuk etkinlikleri konusunda profesyonel ekiplerin bu konuda ağırlığını koymaya başladığı ve uzmanlaşmanın her geçen gün etkisini daha fazla hissettirdiği söylenebilir. Fikri mülkiyet haklarının önemsenmediği ama ileride problem teşkil edebilecek çok sayıda çalışmanın varlığından bahsedilmektedir. Çocuk kulübü yatırımlarının şekillenmesinde, verilen hizmetlerin planlanmasında ve denetlenmesinde kimi zaman profesyonel danışmanlara ihtiyaç duyulmaktadır. Çocuk kulübü ekibi, tesis yönetimi, yatırımcı, mimar ve diğer tedarikçiler arasında doğru iletişimi kurabilmek, gündemi takip edebilmek, geçmiş tecrübeleri yansıtabilmek gibi kabiliyetleri nedeniyle danışmanın bulunduğu projelerde daha iddialı ve özgüvenli yatırımlar söz konusu olmaktadır. Bu konu ile ilgili doğrudan alıntılar aşağıda verilmiştir:

“2007 yılında eğlence müdürlüğü yaparken bir şov firmasının sahibini çağırdım. Sendeki şovlardan hangisi çocuk psikolojisi üzerinde kötü etki yaratmaz diye sordum. Bisikletle gezen, alev yakan, çivide yürüyen, yetişkin unsurlar içeren dans gösterileri çocuk için uygun değildi. Köpeklerin kullanıldığı gösteri uygun olabilir dedik. O gösteriyi başka

otelde ana sahnede çıkaracağın gün öncesinde bizim otelimize getirip 20 dakikalığına yaptıracaksın ve ben de sana ödeme yapacağım dedim. Bunun da adı mini kulüp şovu olacak dedim. Çok iyi fikir dedi ve uyguladık. Sonra benzer başka gösteriler de yaptık. Böylece maliyetleri düşük tutup gösteri şirketine de ekstra gelir kazandırmış olduk. Bu uygulama zamanla yaygınlaştı. Ben tabi çocuk şovuna çok önem veriyordum. Çocuk şovu ürettirmeye başladım artık insanlara. Sihirbaza da söyledim gel bir çocuk şovu üretelim dedim. Sen de gündüz gel mini kulübe. Ben tabi böyle bir arz da yarattım.

...Sonra o çocuk şovlarını her geçen yıl geliştirdim. 2013'te de ayrılırken kendi çocuk şovumu yapma kararı aldım. Büyük puppetlar yaptım. Onlar şu an otellerde dönüyor. Kısıtlı bütçemiz vardı. Şirinleri kopyaladık. 7 tane şirin, gündüzleri geliyor aktivite yapıyor akşam da bir şov yapıyor müzikal anlamda bir şov yapıyor. Disney'in orkestrasını yaptım. Çocuk orkestrası yaptım. Çocuk müzikleri çalan Disney kıyafetleri giymiş 7 kişilik bir bando kurduk. Sonra Madagaskar yaptım. Profesyonel bir firmaya verdim. Elemanların seçimi, hazırlanması, provalar, müzik hepsini hazırladım. İlk sene %96 sattık. Büyük bir orandı %96 çok büyük bir orandı. İkinci sene yine aynı oranda sattık. Dans gruplarını Nisan ayının son haftası getiriyorduk 1 mayıs itibariyle 31 ekime kadar satıyorduk. 1 Kasım'da gönderiyorduk grupları. O puppetları da çok gündeme getirdim. Hemen zaten taklitleri yapılmaya başladı.” (K8)

“İlk çocuk şovları çocukların kostümler giyip kendileri sahneye çıkarak dans ettikleri küçük skeçler yaptıkları şovlardı. Çocuk şovu maskotla çıktı aslında. Madagaskar, kung fu panda, ice age. Kostümlerle geldiler. Minyon Mickey Mouse. Bildiğimiz ilk çocuk şovları 1 balon 2 maskottur. Mini diskoyu uzatarak mini diskodan sonra oyunlar oynatarak amfiyi kullanıyorduk. Eskiden çocuk amfisi olan otel 3 taneydi 2010 larda. Yeni yeni yaygınlaşıyor. Sonra bubble eklendi sihirbaz eklendi. Çocuklara uyarlayalım dediler. Bilim gösterileri yapılmaya başlandı. İnteraktif çok da fazla seçenek yok.

... Bilimden bahsediyoruz. Bilim atölyesi yapılması demek sizin burda bir tane kimyager çalıştırmanızı gerektirir. İki tane çocuk deneyiyle siz burada bir oda hazırlayamazsınız. Ya da bir mikroskopla bu işi yapamazsınız. Bu “mış” gibi olur. Sadece görsele girer. Bizde mutfak atölyelerini mutfak departmanından biri yaptırıyor. Daha hijyenik daha profesyonel. Çocuk kulübünün çalışanlarının bunları yapmaması gerekiyor. Bu mümkün değil. Bu konular uzmanlık ister. Bir de her atölyenin bir sürü kendine ait malzemesi ekipmanı var. Seramik atölyesi istiyorsanız seramik öğretmeni ile çalışmak zorundasınız. Bunun dışında bir seçeneğiniz olamaz.” (K11)

“Ocak gibi bütün firmalar ile görüşüp değerlendiriyoruz, hangisi daha revaçta şeklinde. Benim daha çok sevdiğim şovlar bilim, sihirbazlık, her yaşa uygun bunlar. Maskot mesela küçüklere uygun ama 8-12 sıkılıyor. Ama çeşitlendiriyoruz hepsinden.” (K1)

“Dışarıdan alacağımız etkinlik programları için önce firmadan demo alırsınız. Biz demoyu uygularız çocuk baktık gerçekten bundan haz almıyor ya da katılım az, hop başka bir programla değiştiririz. Küçük Survivor parkuru var bizde. Dışarıdan geliyor. Yaklaşık bir 8 parkur var. Çocukların elinde küçük kağıtlar var. Her parkurun belli puanları var. Başlarında da animatörler var. Panayır edasında ama survivor oyunlarının olduğu bir oyun. Sihirbaz palyaço olmazsa olmaz derler. Çocuklar da bunları seviyor, aileler de. Siz bile görmüşsünüzdür çocukken sihirbaz palyaço ve ne kadar farklı gelmiştir. Biz klasik şeylere de önem veriyoruz.

...Ben şuna dikkat ediyorum: Gerçekten şaşıracak izliyor mu? Yani oflayarak puflayarak mı oturuyor? Katılım gerçekten yüksek mi? Fazla çocuk mu geliyor? Gelen çocuk kaçınıcı dakikada kalkıyor? Ne kadar oturabiliyor? O müzik atmosfer o kişinin hareketi çocuğu çekebiliyor mu? Buna bakıyorum.” (K2)

“Çocuk festivalleri büyüklüğüne göre değişiklik gösteriyor. Tedarikçi firmalardan destek alınarak bazen 150-200 maskota varan çocuk şenlikleri düzenleniyor.

... Bu çocuk kulübünün konseptini kuran danışmanımız var. Şimdi yeni konsept için de ondan destek alıyoruz. Pek çok büyük otele danışmanlık yapıyor.” (K4)

“Şimdi ben tam aradayım. Ara segmentteyim ben. Şimdi ben ne mini kulüp yöneticisiyim ne genel müdürüm. Ben genelde otel müdürleri tarafından tutulan mini kulüp danışmanıyım. Ben diyebiliyorum ki senin dediğin yanlış onunki doğru. Ben ne para alırım ne komisyon alırım (tedarikçilerden). Beni bilirler. İnandığım doğruyu yanlış kendi tecrübeme dayanarak söylerim. Ve kabul ederler. Ben genel müdüre yeni konsept yazdım. Altı sayfa konsept yazdım. Mail attım dedim ki sayın müdürüm lütfen konsepti bakın istediğiniz bir şey varsa tartışalım üstünde. Genel müdürün çocuk kulübünden bu kadar haberdar olması mümkün değil. O adamın kabahati değil. Anlatabiliyor muyum? Genelde mini kulüp başında olanlardan yani çok tecrübeli olanlardan bahsetmiyorum. İki günlük olanlardan animatör şeflik yapıyor. Şimdi onun sözüyle de hiçbir yere gidilmez. Onun için mesela benim gibi insana ihtiyaç duyuldu. Yani ne sen ne sen. Sende sus sende sus mesela. Veya sen haklısın sen haksızsın. Çünkü ben her iki tarafta da değilim. Ben otel bünyesinde de değilim zaten.” (T1)

“12 yıldır sektördeyiz. Çalıştığımız konuda profesyonelleştirdiğimiz eğitimli bir ekibimiz var. Sürekli geliştirebiliyoruz ve yatırımlarımızı işimize yapıyoruz. Oluşturduğumuz hizmet standardını her etkinliğimizde aynı seviyede tutmanın gayreti içindeyiz. Bu konu

uzmanlık ve yönetsel kabiliyet gerektiriyor. Fakat diğer yandan paydaşlarımızın farkındalığını daha fazla yükseltmelerini diliyoruz. Hizmet alınan tedarikçiler ile ilgili biraz daha temkinli ve dikkatli olunabilir. Bazen yapılan tercihlere, verilen önceliklere şaşırdığımız oluyor. Her yönetici için kesinlikle söylemiyorum ama bazen anlık kararlar verilebiliyor. Eğitim ve birikim bazen arka plana atılabiliyor. Bunlar olmasa aslında daha güzel steril bir ortamda herkes işini yapacak. Konu çocuksa daha planlı, tutarlı ve güvenilir adımlar atılmalı. Sektörde buna yıllarını vermiş, fedakarlık yapmış ve yapmakta olan, iddialı olma çabası içinde olan kişi ve kurumların arkasında durulmalı. Yoksa bu kıymetli alan nasıl gelişecek? Gelişmeli ki bu tüm sektörün de çıtasını yükseltmeli. Çalıştığımız çoğu kurumda bu bilinç oluştu diyebiliriz ama yine de genel anlamda çocuk konusu bence hala tam anlamıyla çoğu kişinin kafasında netleşmiş değil. Hala birçok yönetici tarafından çok fazla hafife alınan bir konu.” (T3)

“Her akşam mini diskumuz var. Çocuklarla beraber çocuk kulübü personeli olarak birebir alandayız. Sonrasında her akşam olmasa da gününbirlik şovlarımız var. Kırk dakika civarında sürüyor. 20:50 civarında başlayıp 21:30 civarında bitiyor. 22:00’a kadar tesisimiz açık. Dışarıdan robotların olduğu bir gösteri geliyor. Popüler kültür. Bir masal başlıyor peri kızı. Oradan köpekler geliyor, periler geliyor. Aynı anda Minyon geliyor, şarkı söylüyor. Çeşitli karakterler var şarkı söyleyen.” (K6)

“Tesisler tedarikçilerden hizmet alıyor çünkü kendi ekipleri ile bunu yapmanın pek çok handikapı var. Tesisin kendi bünyesinde daha önce yıllarca müzikaller skeçler vs yapıldı. O eski jenerasyona çok bütçe verildi ama başrolü oynayan oyuncu sezon ortasında problem çıkartabiliyordu. Sezon ortasında bırakıp gittiği durumlar oldu. Ama dışarıdan bir şirket bunu yapamaz. Sözleşmesi var. O tesisle sürekli çalışmak istiyorsa kaliteli ve düzgün hizmet vermek zorunda.

...Tedarikçi olarak derdimizi anlatmakla ilgili ciddi problemlerimiz var. Tesise nasıl daha kaliteli, nasıl daha iyi bir iş sunarız vizyonu ile gidiyoruz ama çoğu zaman onlardan nasıl daha ucuza getiririz şeklinde yaklaşım oluyor. Gösteri süresinin uzamasını istiyor ama çocuğun konsantrasyon süresini bilmiyor.

...Sezona kalmış 1 ay 2 ay adam hala karar veremiyor. Tesisler hangi şirket grupları ile anlaşmışsa (hepsi için söylemiyorum büyük kısmı böyle) çıkarı varsa (arada bunu komisyona dökenler var) onu daha çok ön planda tutuluyor. O yüzden ne kadar iyi iş yaptığın değil sadece fiyatına ve komisyonlara bakılıyor. Vizyon diye bir şey konuşamıyoruz. Herkes rantsal gittiği zaman kaliteyi artıramıyoruz. Bugün çocuk şovları yapan, sahneye çıkan 100 kişi varsa iddia ediyorum 10 tanesinin bile pedagojik eğitimi yoktur. Sektördeki cehalet.

Pedagojik eğitimi olmayan kimsenin çocuk kulübüyle ilgili fikir dahi beyan etmesi tehlikeli bence.” (T4)

“Çocuk kulübünü küçük yapan oteller sonradan yıkıp tekrar genişletmek durumunda kalıyor. Profesyonel biriyle çalışsalar bunun ihtiyacını başta görecekler. Vermedikleri danışmanlığın parasının kat be katını oradaki binayı yıkıp yenisini yaparak verecekler. Yüzbinlerce lirayı bunun için harcayacaklar. Bu düşünce yanlış.” (K3)

“Gelecek sezon için kendi bünyemizde 2 farklı çocuk şovu hazırlamayı planlıyoruz. Kostümleriyle, özel koreografisiyle. 3 otelimiz var. Bu şovları dönüşümlü sahnelenerek 6 günü tamamlayacağız. Geri kalanı da dışarıdan almayı düşünüyoruz. Dış aktiviteler de yapacağız.” (S4)

4.6.8.2. Malzeme Alınan Tedarikçiler

Etkinliklerde ve çocuk kulübünün donanımında kullanılmak üzere alınan demirbaş ve sarf malzemeye ilişkin sektörde bir gelişme olduğu ifade edilmektedir. Bu konuda hala istenilen seviyeye ulaşamadığı, bu yüzden sağlık ve güvenlik öncelikli tutularak tercihler yapıldığı belirtilmiştir. Bu konu ile ilgili doğrudan alıntılar aşağıda verilmiştir:

“Biz animasyondayken (25 yıl önce) A’dan Z’ye her şeyi kendimiz otelin içerisinde otelin imkanlarıyla kendi yaratıcılığımızla ürettiyorduk. Bazı animasyon malzemesi toptancıları vardı. Onlar araştırıyordu, buluyordu. Gerekirse bavulla gidip yurtdışından alıp gelebiliyordu. İşte kozmetik malzemesi, ekipman, kostüm, sonra girmeye başladı. Yani 95-97’lerde malzeme gelmeye başladı ama çok limitliydi. Malzemenin asıl önemli kısmı 2000 yılı itibarıyla gelmeye ve satılmaya başlandı büyük mağazalarda. Antalya’da artık büyük mağazalar oluşmaya başladı. Bu mağazalar önceleri hep Avrupa’dan malzeme getiriyordu, sonra Çin’den malzeme gelmeye başladı.” (K8)

“Kostümlerde bir dönem her otelin kendi kostümerisi, terzisi olurdu. O zamanlar çok dışarıdan satın alayım yoktu. Onlar dikerdi.” (K5)

“Bizde her yaş grubunun ayrı şefi vardır ve oyuncak seçiminde onlar kendi gruplarına yönelik çalışır. Mağaza mağaza gezip gerekli olanları seçer. Tedarikçi firma da hazırlayıp bize gönderir. Oyuncakları hep beraber oturup seçeriz. Sezon hazırlığımız böyle oluyor. Her sene de değiştiriyoruz bunları ama sağlam olanlar kalıyor.” (K1)

“Son on beş yıldır zaten Türkiye’de bir anaokulu açalım, anaokulu açalım, anaokulu açalım dendiği için bir furya başladı. Bunun mobilyası, bu mobilyalarda kullanılan boyası, malzemesi, çivisi, A’dan Z’ye her şeyi içeren zaten bir sektör oluştu. Otellerde de bu ihtiyaç vardı zaten. Şu an bizim kullandığımız masaların hepsi anaokullarında kullanılan masalar. Bir

anaokulunda Milli Eğitim Bakanlığının size öngörmüş olduğu okul açma izninde tamamen anti kanserojen, nefes alabilen, iç cephe duvarları kullanma zorunluluğunuz var.

... Altı yedi yıl öncesine kadar çok ucuz malzemeler kullanılıyordu. Ben çok savaşlar vererek Faber Castell alacaksınız diye inat ettim. Sonra anladılar ki Faber Castell'i ben niye istiyorum? Tek kanserojen olmayan boya markasıdır.” (K6)

“Firmaların da kendilerini geliştirdikçe bize kattıkları çok şey oluyor. Eskiden hazır ahşap kuş evleri alıp boyatıyorduk. Seramik kalıplar vardı. Sadece çocuk boyuyor götürüyor. Alçıdan elinin izini çıkarıyor onu boyuyor. Çocuk elinde bir şeyle gitsin istiyorduk bunları yapabiliyorduk. Teknolojinin ilerlemesiyle firmaların uzmanlaşmasıyla bunlar biraz daha üst düzey olaylara çıktı. Çocuk sadece yaptığını değil, öğrendiğini alıp götürmeye başladı. Ahşap bunun en güzel örneklerinden bir tanesi. Ahşap işleme makinelerinin çocuğun eline zarar vermeyecek hale getirilmesi ile daha çok seçenek sunabilir hale geldik çocuk için.” (K11)

“Ahşap atölyesi aldığımız tedarikçimize buraya özenin dedim. Burayı güzel yapmaya çalışın dedim. Çünkü bu ürün size pek çok kapı açacaktır dedim. Daha önce farklı bir tesis aldı ama işletemedi. Ben daha önce çalıştığım otellerde de istedim, olmadı. Ama burada görüldükten sonra sadece ben 3,4 kişiye önerdim bu katlanarak yayılacak. Diğer atölyeler için de böyle olacak.” (K3)

“Antalya’da büyük bir toptancı var. Lego nun da bayisi. Onlar hem outdoor hem indoor çocuk parkı ünitesi vs tedarik ediyor. Kendi içlerinde bir uzman mimari kadro var. Hani tam onlar bile beni tatmin etmiyor ama en azından ürettikleri mobilyalar araç gereçler sağlıklı ve güvenli. Tecrübe sahibiler.” (S4)

BEŞİNCİ BÖLÜM

TARTIŞMA

5.1. Evrim ve Eş Biçimlilik

Çocuk kulüplerinin dönüşüm sürecini isimlendirmek ve açıklamak için biyoloji biliminin önemli teorilerinden olan evrim kullanılarak bir metafor üretilmiştir. Resort çocuk kulüplerini canlı organizmalara benzetmek, evrim metaforundan yola çıkarak dönüşüm sürecini yorumlamak ufuk açıcı olabilir. Evrim teorisi, canlı organizmaların zaman içinde yaşamlarını sürdürebilmek için çevreye adapte olmaları, farklılaşmaları bunun genetik kodlarına işlemesi, farklı canlı türlerinin zaman içinde meydana gelmesi ya da türlerinin tükenmesi gibi son derece dinamik bir süreci açıklamaktadır (ekoloji.com, 2022). Bu tezde bir evrimsel biyoloji çalışmasındaki gibi, evrimi gösteren verileri belgelemek, nedenlerini açıklayan kuramları test etmek ve geliştirmek üzerine yapılandırılmış bir çalışma vardır. Resort çocuk kulüplerinin değişimini, dönüşümünü açıklayan çevresel ve içsel faktörler bulunmaktadır. Doğal seleksiyon prensibi burada da işlemektedir. Değişen koşullara adapte olmayı başarabilen unsurlar genetik kodlar vasıtasıyla gelecek nesillere aktarılırken başarısız olanların çoğalması ve aktarımını önleyen bir sistem vardır. Bu sistem kimi destinasyonlar ve tesisler için oldukça yavaş işlerken kimileri için büyük bir hızla gerçekleşmektedir. Dönüşümün büyüklüğü, şiddeti, zamanlaması değişkenlik gösterse de her resort çocuk kulübünün bu değişimi yaşıyor olduğu söylenebilir.

Evrim sürecinin farklı resort otellerdeki çocuk kulüpleri açısından benzer bir model izlediği gözlemlenmektedir. Söz konusu dönüşüm sürecindeki benzerliği yorumlamada ve bilimsel açıklamalar getirmede işletme biliminin önemli yönetim teorilerinden biri olan yeni kurumsal kuram prensipleri yol gösterici olmaktadır. Yeni kurumsal kurama göre işletmeler tarihsel süreç içinde kendi aralarında etkileşim göstermekte ve kendi oluşturdıkları çevrelere uyum sağlamaktadır. Kurumların hayatta kalmaları için gerekli olan kaynaklara ulaşması, kurumun farklı toplumsal kesimler tarafından (devlet, meslek kuruluşları, müşteriler, tedarikçiler vb.) kabul görmesi ile meşruiyet kazanmakta ve kolaylaşmaktadır. Bu durum örgütlerin zaman içinde birbirlerine benzemesine sebep olmaktadır (Özen, 2007). Yeni kurumsal kurama göre, kurumların belirli bir sorunu çözmeye yönelik geliştirdiği uygulamalar başlangıçta çeşitlilik göstermekte; zaman içinde örgütler arasında etkileşimin artması ile örgütler ortak sorunlarının çözümü için bilinçli ya da bilinçsiz olarak benzer uygulamaları benimsemekte ve zaman içinde eş biçimli hale gelmektedirler. Örgütlerin eş biçimli hale

gelmesi üç mekanizma ile gerçekleşir: taklitçi, normatif (kural koyucu) ve zorlayıcı eş biçimlilik (DiMaggio & Powell, 1983).

Çocuk kulüpleri alanında taklitçi eş biçimliliğin sayısız örneğini gözlemlemek mümkündür. Resort çocuk kulüpleri özellikle belirsizlik durumlarında kendi başlarına çözüm geliştirmek yerine yaygın olarak benimsenmiş kalıpları taklit ederler (DiMaggio & Powell, 1983). Örneğin resort otellerde akşam yemeğinden sonra küçük çocukların eğlence ve aktif olma ihtiyaçlarına cevap vermek üzere mini disko ismi ile etkinlik yapılması ve tüm otellerde benzer şarkılar ve benzer koreografi ile çocukların sahnede dans etmelerinin sağlanması taklitçi eş biçimliliğe örnektir. Hemen her otelde benzer grup aktivitelerinin ve yarışmaların yapılması, yumuşak oyun istasyonlarının (soft playgrounds) kurulması, konsol oyun salonlarının tasarlanması, el işi aktivitelerinin yapılması ve buna benzer pek çok örnek verilebilir. Çocuk kulüpleri, “kolay uygulanabilir çocuk aktiviteleri nelerdir?”, “çocukların akşam saatlerinde eğlenerek enerjilerini atmalarını nasıl sağlarız?”, “kalabalık bir çocuk grubunun nasıl heyecanlı vakit geçirmesini sağlarız?” gibi pek çok sorunun cevabını diğer çocuk kulüplerine bakarak verirler ve hayata geçirirler. Bu sorulara her sezon yenileri eklenmektedir. Örneğin pandemi sürecinde pek çok uygulama bu şekilde bir çocuk kulübünden diğerine aktarılan öğretiler ile yaygınlaşmıştır. Bu süreçte birbiri ile iletişim ve destek halindeki çocuk kulübü yöneticileri ve otel yönetimleri etkili olmaktadır. Rakip konaklama tesislerdeki uygulamalar da sürekli takip edilmektedir. Bunun için ayrılmış bütçeler vardır; ihtiyaç duyulduğunda ilgili yönetici yenilik geliştirmiş rakip bir otelde ailesi ile birlikte konaklayıp verilen hizmeti analiz edebilmektedir. Benzerini kendi tesisinde uygulamak konusunda çalışma yapabilmektedir.

Normatif eş biçimlilik, bilimsel açıdan doğru olduğu öğrenilen uygulamaların benimsenmesi ile ortaya çıkmaktadır. (DiMaggio & Powell, 1983) Çocuk kulüplerinde çocuğun gelişimi için zararlı olduğu düşünülen “ekrandan uzak tutmayı amaçlayarak alternatif etkinlikler geliştirme çabası” buna bir örnek olarak gösterilebilir. Günümüzde çocukların ekran karşısında uzun süre geçirmelerinin yaratabileceği olumsuzluklar ebeveynlerin endişelenmesine yol açmaktadır (Rathod, 2023). Çocuk kulüplerinde sıklıkla Montessori, Waldorf yaklaşımı gibi eğitim bilimine yönelik konular, bulaşıcı hastalık riskine karşı alınacak önlemlerden bahsedilirken kullanılan tıp prosedürleri, misafir aile ve çocukla iletişimde benimsenmesi gereken tavra ilişkin iletişim ve psikoloji alanından ipuçlarını gözlemlemek mümkündür. Bu uygulamalar bilimsel açıklanabilirliği olduğu sürece gerek üst yönetim gerek sektörün diğer paydaşları tarafından hızla eş biçimliliğe hizmet eder hale gelmektedir. Çünkü arkalarında güçlü bilimsel referanslar bulunabilmektedir. İnformal bilim

eğitiminin son 12 yılda benimsenmesi ve resort otellerde hem atölye hem sahne gösterisi olarak yaygınlaşmasının arkasında da normatif eş biçimlilik vardır. Çünkü informal bilim eğitimi ile çocuğun akademik hayatına da katkı sağlandığı, öğrenme pratiğinin faydasının peşinen kabul edildiği, çocuğun eğlenmesi ile bu durumun misafir beklentisini karşıladığı gözlemlenmiş ve bu alan eş biçimlilik için ideal konulardan biri olmuştur.

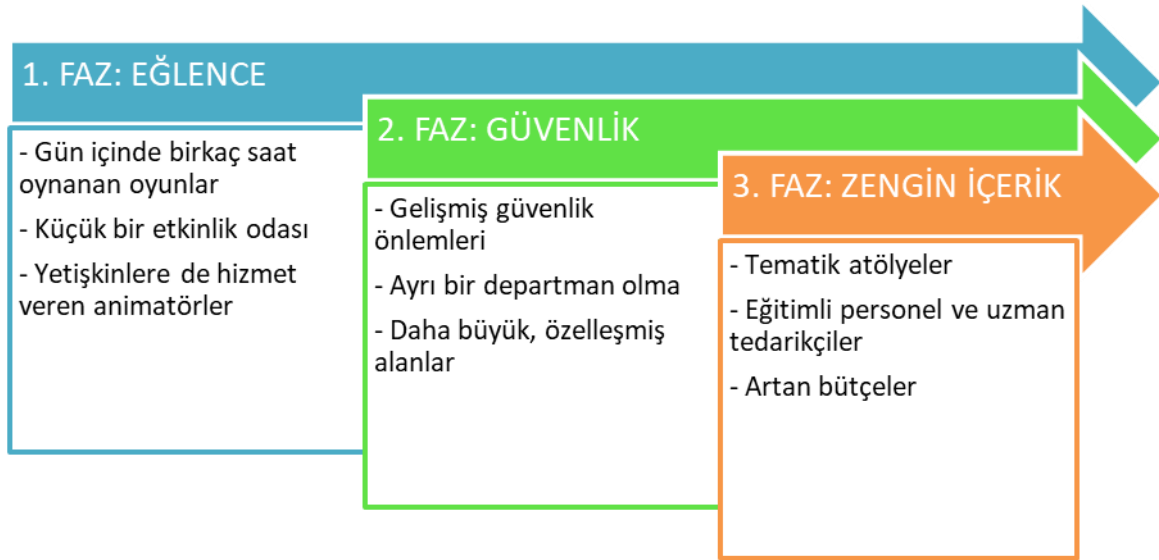
Son olarak, işletmelerin hayatta kalmak için bağımlı olduğu diğer örgütlerin beklentilerine uyma yönünde eş biçimli hale gelmesi zorlayıcı eş biçimlilik olarak ifade edilir (DiMaggio & Powell, 1983). Devletin çocuk kulüpleri ile ilgili mevzuatına uymak ya da çalışılan tur operatörlerinin çocuk kulübü hakkındaki taleplerini yerine getirmek resort oteller açısından örnek teşkil edebilir. En belirgin örnek çocuk kulüplerinde alınan fiziksel güvenlik önlemleridir. Çocuğun boğulması, kaybolması, yaralanması gibi pek çok riskin göz önünde bulundurulması, bunun için ilgili kreş yönetmeliğinin uygulamaya konması, tur operatörlerinin denetimlerinden başarıyla geçilmesi için önlemlerin alınması da çocuk kulüplerini eş biçimli hale getirmektedir. Misafirlerin güvenli, huzurlu ve mutlu olmalarının sağlanmasına yönelik şikayetlerinin ve taleplerinin dikkate alınması da zorlayıcı eş biçimlilik açısından bir örnek teşkil eder.

5.2. Evrimsel Sürecin Fazları

Eğlence departmanları ve çocuklar için ayrılan bölümler, resort otellerin belki de atası olabilecek 1940'lar İngiltere'sinde hizmet veren aile tatil kamplarında dahi bulunmaktadır (Dawson, 2015). Türkiye'deki ilk resort otel olarak kabul edilen Club Med'in ilk kurulduğu 1960'lardan itibaren bu hizmetler varlık göstermektedir (Aydın, 2008). Misafire arkadaşlık eden, onunla eğlenceli vakit geçiren animatörlerden oluşan bir animasyon (ya da eğlence) departmanı her resort otelde bulunmaktadır. Çocuklara yönelik hizmetler de bazen bu departmanın içindeki bir şeflik bazen ayrı bir müdürlük olarak sunulmaktadır. Antalya'da yer alan ve çocuk misafir kabul eden tüm resort otellerde büyük ya da küçük mutlaka çocuk kulübü bulunmaktadır.

Resort çocuk kulüplerin geçirdiği evrimin çeşitli aşamalarını günümüzde gözlemlemek mümkündür. Resort çocuk kulüplerinin büyüklüğü ve hizmet çeşitliliği gerek otelin kapasitesine gerek yönetsel önceliklerine gerek fiyatlandırma politikalarına göre değişkenlik göstermektedir. Daha önce de belirtildiği gibi, her 5 yıldızlı resort otel için aynı iddiada çocuk kulübünden bahsedilemez.

Evrim sürecini, bazı unsurları değişkenlik gösterse de genel resmi yansıtmaları açısından üç fazda tanımlamak mümkündür. Bu fazlar Şekil 5.1'de verilmektedir.



Şekil 5.1 Evrimsel Sürecin Fazları

Kaynak: Araştırmacı tarafından oluşturulmuştur.

1. Faz: EĞLENCE

Evrimsel sürecin ilk adımı çocuklu ailelerin çocuklarını eğlendirme ve mutlu etme görevi verilen animatörün ya da animatörlerin günün belli saatlerinde çocuklar için oyun kurmakla görevlendirilmesi şeklinde gerçekleşmiştir. Bu fazda çocuk kulübü eğlence departmanına bağlıdır. Çocuk kulübü çalışanları eğlence müdürünün görevlendirmesi ile çalışırlar. Küçük bir etkinlik odası ve/veya depo bulunur. Otelin değişik bölümlerindeki açık alanlar aktivite için kullanılır. Çocukların çoğunlukla fiziksel olarak aktif olmaları sağlanır. Günün belirli saatlerinde çocuklar aktivite için toplanır ve aktivite bitiminde dağılırlar. Öğleden önce 2 saat, öğleden sonra 2 ya da 3 saat çalışma şeklinde uygulamalar yaygındır. Görevli personel çocuklar ile oyun oynadığı sürenin bitiminde animasyon departmanındaki yetişkin eğlencesine yönelik görevine geri döner. Çocuklarla akşam sadece mini disko etkinliği yapılır.

2. Faz: GÜVENLİK

Hem ebeveynlerin hem çocukların talepleri doğrultusunda çocuklarla geçirilen süreler uzamaya başlamıştır. Üst yönetim misafirden gelen taleplere karşı duyarsız kalamamış, yatırım ve operasyon için bütçe ayırmaya başlamıştır. Çocukların resim ve el işi yapabileceği alanlar oluşturularak onları meşgul etme çabası ile anaokuluna benzeyen, çocuk misafirlerin kullanımına özel hazırlanmış kapalı etkinlik alanları oluşturulmaya başlanmıştır. Resort oteller arasındaki rekabet ve bölgesel eğilimler sonucunda çocuk misafirlere sunulan ayrıcalıklı hizmetler her geçen sezon artarak devam etmiştir. Çocuk kulüplerinin küçük malzeme depolarından etkinlik salonlarına evrildiği bu aşamada çocukların eğlenceli vakit

geçirmesine odaklanılmıştır. Bu ilk aşamada kolay anlaşılabilir, uygulanabilir, çok sayıda çocuğun aynı anda katılım gösterebileceği basit etkinlikler ve basit etkinlik malzemeleri ön plana çıkmaktadır.

Çocuk kulübü artık eğlence müdürüne bağlı bir şeflik ya da kendi başına bir müdürlüktür. Çocuk kulübü personeli tanımlanmıştır, yetişkin eğlencesi ile ilgili görev üstlenmez. Çocuk kulübünün çalışma saatleri gittikçe uzamıştır ve gün içinde kesintisiz hizmet etme uygulaması yaygınlaşmaktadır. Genelde personel sabah 9:00'dan gece 00:00'a kadar vardiya sistemi ile çalışır. Çocuk kulübü binası büyümüş, farklı fonksiyonlara sahip bölümlere ayrılmış, uygun iklimlendirme sağlanmıştır.

Çocukların kalış sürelerinin uzaması ve artan güvenlik kaygıları ile emanet alma sistematığının geliştirilmesi gereksinimi doğmuştur. Resepsiyon kayıt formu doldurularak çocukların yeme-içme gereksinimleri, ilgi alanları ve ailenin iletişim bilgileri alınır. Kulüp binasında çocukların giriş çıkışlarının kontrol altında olması için bir sistem geliştirilmiştir. Buna göre anne babanın “bensiz çıkması” dediği çocuklar çocuk kulübünde oldukları süre boyunca dışarı çıkamazlar. Çıkmak istediklerinde ebeveynleri aranır. Bu fazda daha çok ebeveynin çocuk ile ayrı olma ihtiyacı, çocuğun korunaklı, eğlenceli ve eğitici bir ortamda sosyalleşme ve güzel vakit geçirme isteği göz önünde bulundurulmuştur. Alerjik bünyelere uygun olmayan yemekler yedirilmez. Temizlik ve hijyen önlemleri yüksek seviyede alınmıştır. Bu nedenle 2. faza ağırlığını koyan kavram “güvenlik” olmuştur.

3. Faz: ZENGİN İÇERİK

Çocuk kulüpleri zaman içinde eğlenceli ve güvenli ortam olmanın ötesine geçmek durumunda kalmıştır. Ebeveynlerin talepleri, çocuk misafirin ihtiyaçları, tedarikçilerin gelişimi, rekabet ortamı gibi unsurlar ile üst yönetimler hem yatırım hem operasyonel bütçeleri artırmaya gitmiştir. Aile turizminde yeniden ziyaret oranlarının yüksek olması, misafirin bir sonraki yıl tekrar geldiğinde yenilik görme isteğini de beraberinde getirmiş; bu da üst yönetimleri çocuk misafiri önceliklendirmeye yöneltmiştir. Çocuk kulübü için ayrılan bütçelerin artması karlılıktaki artışı doğurmuş; bu nedenle dönüşümün devamı sağlanmıştır. Evrimsel süreç, sunulan hizmetlerin eğitsel niteliğini artırmak, daha unutulmaz ve derinliği olan, ünik deneyimler yaşatma çabasına girmek şeklinde ilerlemiştir. Yeni inşa edilen çocuk kulüpleri mimari ve fonksiyonel açıdan daha nitelikli binalar haline getirilmeye başlanmıştır. Çocukların zevkine uygun, farklı yaş gruplarının ihtiyaçları göz önünde bulundurularak mekanlar ayrıştırılmış ve çeşitli fonksiyonların yüklendiği ayrı salonlar oluşturulmuştur.

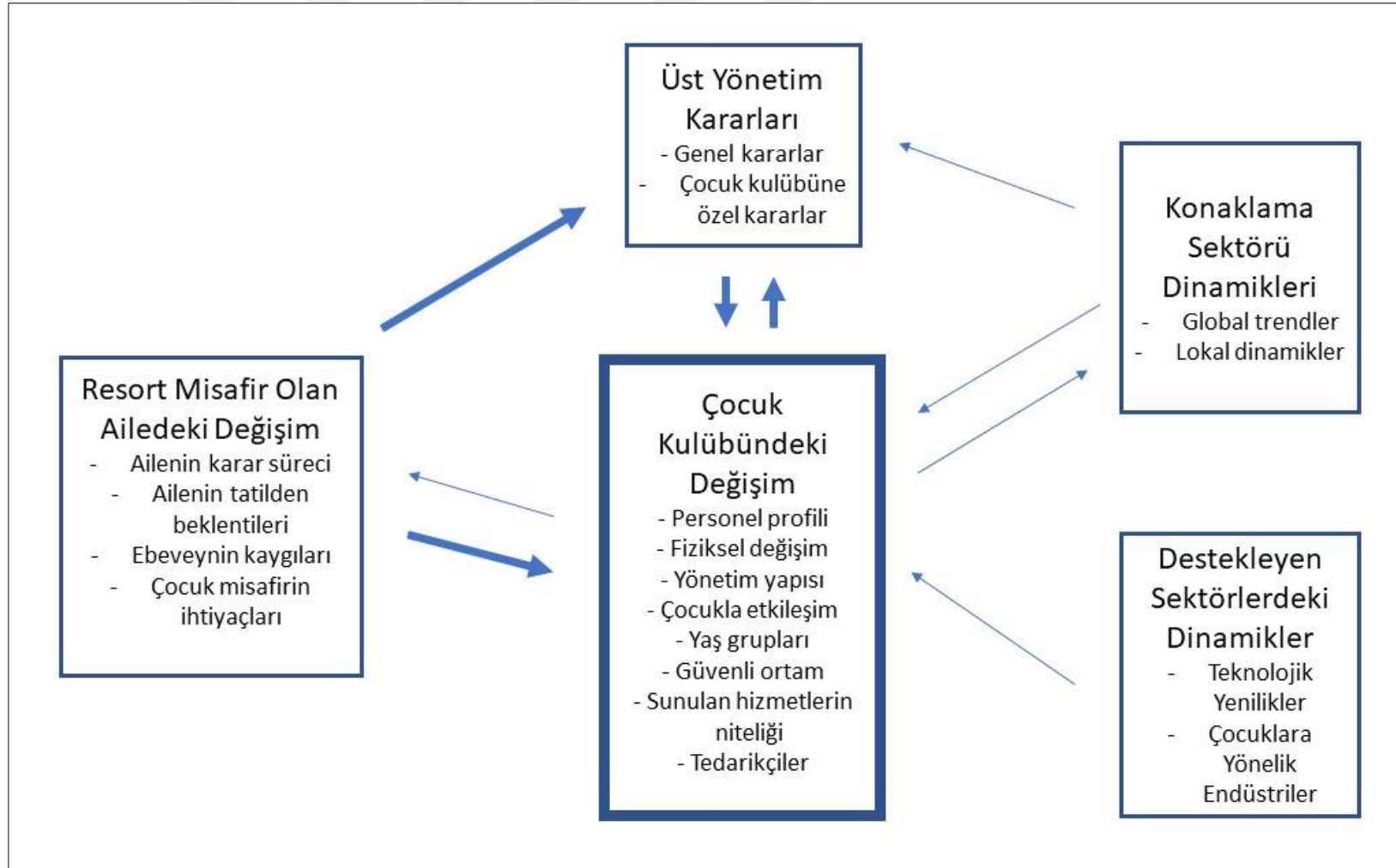
Çocuk kulübü Faz-2'deki bütün özelliklere sahiptir. Üst yönetime doğrudan bağlı, eğlence departmanından tamamen ayrı müdürlük olma modeli giderek yaygınlaşmaktadır.

Çocuk kulübünün artık kendine ait bir bütçesi ve hedefleri vardır. Ekip üyeleri yaş grubu ya da yürüttükleri spesifik program hakkında uzmanlaşmıştır. Yöneticiden ve personelin bir kısmından çocuk gelişimi alanında eğitim almış olması beklenir. Hizmet içi eğitimler artırılmış ve derinlik kazanmıştır. Tematik atölyeler düzenlenerek daha nitelikli bir içerik sunulur. Bu atölyelerde kişinin aktif katılımı ve bir bilgi / beceri konusunda gelişmesi hedeflenir. Gerekli durumlarda rezervasyon sistemi ile kısıtlı sayıda katılımcı kabul eden tematik atölyelere kayıt yaptırılması sağlanır. Belirli konuların uzmanı olan eğitmenler vardır ya da bu uzmanlıklar profesyonel şirketlerden tedarik edilir. Anne baba ve çocuğun ailecek ortak anı biriktirme ihtiyacı da ayrı kalma ihtiyacı gibi göz önünde bulundurulabilmektedir. Bu nedenle su kaydırakları, akşam gösterileri ve bazı etkinlikler anne-babanın da keyif alabileceği bir şekilde kurgulanmaktadır. Ebeveynlerin pragmatik tutumları, çocukların artan algı seviyeleri, anne-baba birlikteliğinin önemsenmesi, tekrar ziyaret davranışı gibi faktörler zengin içerik sunma gereksinimini tetiklemektedir.

Resort çocuk kulüpleri günümüzde bu 3 fazda da varlığını sürdürmektedir. Kimi zaman bu özelliklerin bir karması ile karşılaşmak da mümkün olabilmektedir.

5.3. Resort Çocuk Kulüplerinin Evrimini Açıklayan Model

Resort çocuk kulüplerinin evrimini açıklayan model temellendirilmiş kuram çalışması ile ortaya çıkarılmıştır. Model, Şekil 5.2’de yer almaktadır.



Şekil 5.2 Resort Çocuk Kulüplerinin Evrimini Açıklayan Model

Kaynak: Araştırmacı tarafından oluşturulmuştur.

Modelin çekirdek olgusu çocuk kulübündeki değişimdir. Bu olgu diğer tüm temalarla ilişkilidir (Glaser & Strauss, 1967). Teori kapsamında açıklanan evrim sürecinin en güçlü etki akışı kalın oklarla gösterilmiştir. İnce oklar ile gösterilen etki akışı ise görece daha zayıf güçtedir fakat yine de belirleyicidir.

Resort misafir olan ailenin karar sürecindeki, tatilden beklentilerindeki, kaygılarındaki ve ihtiyaçlarındaki değişim, hem üst yönetimi kararlarını hem de çocuk kulübündeki değişimi etkilemektedir. Resort misafir memnuniyetini, memnuniyetsizliğini, önerilerini dile getirerek üst yönetim üzerinde yaptırım oluşturur. Özellikle çocuk kulübünde iddialı olan resort otellerin tekrar ziyaret oranları ve konaklama süreleri de yüksektir. Tekrar konaklama sağlayan kemikleşmiş misafirler üst yönetim ile süreklilik arz eden ilişkiler kurabilmekte ve güçlü bir irade ortaya koyabilmektedir. Trip Advisor gibi mecralara yazılan yorumlar, misafir memnuniyet anketleri, misafir şikayetleri gibi geri dönüşler dikkatle ele alınmaktadır. Söz konusu misafirin en kıymetli varlığı olan çocuğu olunca eleştirilerin şiddeti de daha yoğun olabilmekte, yönetim tarafından alınan aksiyonlar da çok hızlı ve etkili olabilmektedir. Çocuk kulübü ekibi, tedarikçileri ve genel olarak oluşan bu dinamik yapı üst yönetime rasyonel taleplerde bulunarak çocuk kulübündeki değişime yönelik etkin rol oynar. Bu öneriler kimi zaman yeni bir yatırım (yeni ekipman, yeni bina vb.) fikri, kimi zaman operasyona yönelik (yeni etkinlikler, hizmet içi eğitimler vb.) düşünceler olabilmektedir. Üst yönetimin onayının alınmasında misafir taleplerine referans verilmesi ve kaynakların uygunluğu etkili olmaktadır. Özellikle yüksek bütçe gerektiren konular üst yönetimin güçlü iradesi ve kararlılığı ile hayata geçebilmektedir.

Evrim sürecinin başlıca tetikleyicisi olan resort misafirdeki değişim karşısında çocuk kulübünün alacağı aksiyonlar için kimi zaman üst yönetimin süzgecine ya da onayına ihtiyaç olmaz. Resort misafirin geri dönüşleri üzerine çocuk kulübü yöneticisi inisiyatifi ile aksiyon alınabilen, üst yönetime kadar çıkması gerekmeyen çok fazla durum ortaya çıkmaktadır. Bunlar daha çok sosyal ilişkiler ve küçük uygulama revizyonları ile çözülebilen, yerine göre çok etkili olabilen değişikliklerdir. Hizmet sektöründe insan faktörü önemlidir ve konu özellikle çocuklar olduğu için çocuk kulübündeki değişim ilişkilerden ve geri dönüşlerden yoğun bir şekilde beslenir.

Çocuk kulübünde sunulan hizmetlerin ve olanakların artışı misafir beklentilerindeki artışı tetiklemektedir. Evrim sürecinde çocuk kulüplerinin hizmet sürelerinin uzaması, misafirin tatilden beklentilerini etkilemiş, bu beklentiler giderek artmış ve hizmet süreleri oldukça uzamıştır. Çocuk kulübünde el işi etkinliklerinin ötesinde hizmet sunulması,

misafirde bir sonraki sene aynı tesise geldiğinde daha yeni atölyelerle karşılaşma beklentisini ortaya çıkarmıştır.

Üst yönetim kararlarında bölgesel eğilimler ve rekabet ortamı da etkilidir. Üst yönetim rakip konaklama tesislerindeki yenilikleri incelemek ve bunlara karşı aksiyon geliştirmek konusunda ciddi bir mesai harcamaktadır. Değişimin ilk adımı bazen bir üst düzey yöneticinin farklı bir tesiste gördüğü bir uygulama da olsa, bunların realize edilebilmesi için çocuk kulübü yöneticisi ve / veya danışmanı ve / veya tedarikçilerinin rasyonel fikirleri gerekir. Bu nedenle etkiyi ifade eden ok ince çizilmiştir.

Gerek lokal gerek global ölçekte resort çocuk kulüpleri birbirlerini etkilemekte, değişimi tetiklemektedir. Çocuk kulübü ile sektör arasında interaktif bir etkileşim olduğu söylenebilir. Yeni Kurumsal Kuramın önerdiği taklitçi eş biçimlilik mekanizması bu şekilde çalışır. Konaklama endüstrisi dışındaki endüstrilerden çocuk kulüpleri ilham alabilmektedir. Bu değişimin çift yönlü olduğundan söz edilemez. Zira RFID gibi bir teknolojinin ya da bir tema parktaki cazibe unsurunun ya da yeni bir eğitim modelinin geliştirilmesinde çocuk kulübünün etkisi olduğunu ifade etmek mümkün değildir. Fakat bu ve benzer pek çok başlık çocuk kulüplerinin yolunu aydınlatan birer fener olabilmektedir.

Resort çocuk kulüplerinin evrimini açıklayan modelin çalıştığı mekanizma aşağıdaki birkaç örnekle açıklanmıştır. Bu örneklerde değişimin 5 farklı temanın etkisi ile nasıl gerçekleştiği gözlemlenebilir.

- Tatilin başlıca amacı mutlu anılar yaratmak için her zamankinden farklı ve yeni aile etkinliklerine katılmak olsa da çocukların güvenli ortamlarda eğlenmeleri sağlanırken yetişkinlerin kendi taleplerini yerine getirebilmeleri büyük önem taşır (Schanzel & Yeoman, 2014). Ebeveynlerin çocuklarından ayrı saatler geçirmek isteme talepleri daha önce de sözü edildiği gibi pek çok dinamiği etkilemiştir. Bu talep nedeniyle çocuk kulübü çalışma saatleri uzamış, personel sayıları artmış, çocuk kulübünün kapladığı alanlar genişlemiş, kapalı alanlara yeni fonksiyonlar eklenmiş, gerçekleşen etkinlikler zenginleştirilmiş ve çeşitlenmiştir. Bu sürecin doğal bir sonucu olarak uzman tedarikçi gereksinimi doğmuştur. Çocuk restoranlarının çocuk kulüpleri içinde yer alması, çocukların çocuk kulübü çalışanları tarafından beslenmeleri durumunu doğurmuş, bu durum çocukların beslenmeleri konusunda ailelerin bilgi vermeleri gereksinimini ortaya çıkarmıştır. Günümüzde obezite ve alerji vakaları geçmişe göre daha fazla görülmekte, bu da ailelerde tedirginliğe yol açmaktadır (Brown, 2020). Çocukların çocuk kulübündeki restoranda sağlıklı besinlerle beslenmesi, yine ailelerden gerek çocuk kulübü yönetimine gerek üst yönetime yapılan geri dönüşlerle gerekli

hale gelmiştir. Çocuk dostu olanaklar açısından çocuklara uygun yiyeceklerin varlığı ebeveyn için önem arz eder (Khoo-Lattimore, delChiappa, & Yang, 2018).

- Resort misafir olan ailede artan kaygı düzeyi çocuk kulüplerini ekstra güvenlik önlemleri almaya yöneltmiştir. Çocukların giriş çıkışlarının kontrol altında tutulması uygulaması global ölçekte farklı çocuk kulüplerinden ilham alınarak Antalya destinasyonuna gelmiştir. Bu uygulamanın etkin olabilmesi için kullanılan güvenlik kameraları, RFID sistemleri farklı sektörlerin konusudur ve başarıyla kulüplerde yerini almaktadır. Böylesi bir yatırım çocuk kulübü ekibinin önerisi ve üst yönetimin onayı ile hayata geçirilebilmiştir. Alınan bu güvenlik önlemleri misafirin beğenisini kazanmış, daha fazlası için beklenti yaratmıştır. Çocukların ailelerce sürekli gözetim altında tutulabilmesi için bir dönem kişisel tablet ve telefonlarla çocuk kulübünü izlemeleri sağlanmış olsa da bu uygulama Kişisel Verilerin Korunması Kanunu uyarınca kaldırılmıştır. Bu durum da kurumsal yaptırımlar kategorisinin etkisine bir örnek teşkil etmektedir.

- Aile tatili, tüm aile bireylerinin birlikte vakit geçirmeleri ve ortak faaliyetlerde bulunmaları için bir fırsat sunmaktadır (Hilbrecht, 2008). Çocuklar ile ebeveynlerin birlikte keyifli vakit geçirerek tatilden mutlu ortak anılarla dönmek istemeleri çocuk kulübünde sunulan kimi etkinliklerin ebeveyn katılımı ya da ebeveyn gözlemi ile gerçekleşmesi durumunu ortaya çıkarabilmektedir. Ayrıca tesis yönetimleri, yaptıkları yatırımın ebeveynlerin daha çok farkında olması için de görünür kılmaya çalışabilmektedir. Bu durum sunulan aktivitelerin niteliğinin artmasında etkili olabilmektedir. Restoranlarda çocuğuyla birlikte yemek yemek isteyen ebeveynleri de ağırlama konusu gündeme taşınmış ve kimi zaman büfede sunulan çeşitlilik ana restoranlarla yarışır hale gelmiştir. Çocuk restoranında yemek yiyen ebeveynin içki tüketimi azaldığı için bu durum dolaylı olarak üst yönetimin karlılık hedeflerine de hizmet etmektedir.

- Çocukların kaldıkları sürenin uzaması, artan rekabet ortamı, misafirin otelden yenilik geliştirme beklentisi, çocuğun nitelikli zaman geçirmesi beklentisi gibi sebeplerden dolayı çocuk kulüplerinde sunulan hizmetler çeşitlenmiş, kalite olarak yükselmiş, içerikleri zenginleşmiştir. Personelin eğitim seviyesi daha yukarı çıkmış, hizmet içi eğitimler artırılmıştır. İçeriklerin sunuluşu ile ilgili destekleyen sektörlerin yarattığı bilgi birikimi tedarikçilere ve çocuk kulübü çalışanlarına malzeme ve fikir tedarikinde yol gösterici olmuştur.

- Ebeveynler açısından, aile serbest zamanı aslında eğlencenin yanı sıra çalışmayı da içerir ve 'amaçlı serbest zaman' olarak tanımlanır (Shaw & Dawson, 2001). Aile tatili, özellikle yurtdışına seyahatler, mükemmel bir informal öğrenme fırsatı sağladıkları için de

ebeveynler tarafından değer görmektedir (Park, Pan, & Ahn, 2020). Ebeveynler yapılandırılmış, sınıfa çok benzeyen bir ortamda nasıl etkileşim kurulacağını öğrenmenin, çocuklarına okulda avantajlı bir başlangıç sağlayacağını, bu durumun onların zeki veya 'iyi' öğrenciler olarak tanımlanmasına sebep olacağını düşünmektedir (Lareau, 2003). Çocuklarına bu etkinliklere katılımlarında destek olmak pek çok baba için yaşamdan daha fazla keyif almanın ve çocukları ile bağlantı kurmanın bir yoludur (Eggebeen & Knoester, 2001). Aile tatillerinde ana motivasyonlardan birinin çocuğun eğitimi ve gelişimi olduğu pek çok araştırma ile gösterilmiştir (Fu, Lehto, & Park, 2014). Ailelerin bu yöndeki talepleri çocuk kulüplerini zengin ve eğitici içerik üretme konusunda yönlendirmektedir. Çocuk kulübü ekipleri ve profesyonel tedarikçileri, misafir çocuklara eğlenceli olmalarının yanında fayda üretmelerini de sağlayacak seçenekler sunma konusunda uzmanlaşmaktadır. Aile turizmi hem bireysel (çocuk ve ebeveyn) boyutta, hem aile boyutunda yüksek bir dönüştürme potansiyeline sahiptir (Fu, Liu, Li, & Wang, 2022). Ebeveynlerin iyilik hali kazanmalarında unutulmaz bir turizm deneyimi yaşamaları ve çocuklarındaki beceri gelişimi arasında pozitif ilişki tespit edilmiştir (Erika Miyakawa, 2022). Oyun ve eğlence tatilin vazgeçilmezidir (Seraphin & Yallop, 2019). Oyun, çocuğun kendini gerçekleştirme dilidir ve çocuğa düşünme, araştırma, deneme-sınama ortamı sunar (Tuğrul, 2022). Diğer yandan informal öğrenme yaklaşımları katılımcılara tanıdığı özgürlük alanı, keşif ve eğlence vaadi ile bir tür oyun ortamı yaratmada başarılı olabilmektedir (Coşkun-Öksüz, 2021). Bu nedenle resort çocuk kulüplerinde edutainment etkinliklerine rastlanmaktadır (Seraphin & Yallop, 2019). Informal eğitim, turizmde hızlı bir şekilde doğmuş ve gelişim göstermekte olan bir alandır.

- Geçmişte bir arada tutulan farklı yaş gruplarının ayrıştırılmaları gereksinimi olduğu gözlenmiştir. Çünkü çocuklar homojen bir grup olarak kabul edilmemektedir. Özellikle yaş farkı, farklı gelişim aşamalarında farklı ihtiyaçları olan çocuklar açısından büyük bir ayrıştırıcıdır (Schanzel & Yeoman, 2014). Çocukların yaşlarına göre ayrımı tüm dünyadaki resort çocuk kulüpleri için yaygın bir uygulamadır ve aşağı yukarı aynı modeli izlemektedir (Seraphin & Yallop, 2019). Yaş grupları Piaget'nin gelişim dönemlerine yakın bir prensipte uygulanmakta; 0-3,4-7, 8-12,13-16 (Eğitim Sözlüğü, 2023) sık görülen bir ayrıştırma olarak ortaya çıkmaktadır.

- Günümüzde resort çocuk kulüplerine çocuklarını bırakan kitle ağırlıklı olarak Y kuşağı ebeveynlerdir. Bu kitle, ürün ve hizmet sağlayıcılar ile diyalog halinde olabilmek ve kendilerini onlara ifade edebilmek istemektedir. Son tüketici olmanın ötesinde, sürece etki eden olmaktan hoşlanmaktadırlar. Bu kitle aynı zamanda dijital bilince sahip ve iyi birer internet kullanıcısıdır, tüketici olarak haklarının bilincindedir. Pragmatiktirler; fayda arayışları

vardır. Vaatlerden çok kişisel deneyimlerden etkilenmektedir. Kendileri ile birebir ve etkili iletişim kurulmasından hoşlanmaktadırlar (Fromm & Vidler, 2015). Dolayısıyla misafir ebeveynler talep ve şikayetlerini iletmek konusunda oldukça istekli davranmaktadır. Çocuk kulübü yönetimine ve /veya tesis yönetimine rahatça ulaşarak öneri ve şikayetlerini dile getirirler. Ellerindeki sosyal medya gücünün farkındadırlar. Çocukları değer görsün, kendileri ile etkin iletişim kurulsun isterler. Pragmatik olmaları onların aldıkları hizmeti sorgulamalarında etkin rol oynar.

- Çocuk kulüplerinde günümüzde misafir edilen Z ve alfa kuşağı çocuklarda dijital kullanımı oldukça yaygındır. Dijital oyunlar ve videolar hayatlarının büyük bir kısmını kaplamaktadır (Brown, 2020). Diğer yandan, ebeveynlerin ekran bağımlılığı konusunda endişeleri vardır (Rathod, 2023). Çocuk kulüpleri bu iki unsuru da değerlendirmek ve bir orta yol bulmak konusunda sorumluluk üstlenmektedirler. Çocukların tatil ortamında hiçbir konuda zorunlu tutulamayacağı ve eğlendirilmeleri gerektiği gerçeği ile ebeveynin mutsuz edilmemesi gerektiği gerçeği bir aradadır ve çözülmesi gereken bir problemi oluşturmaktadır. Bu nedenle çocuk kulüpleri olabildiğince cazibe unsurları ekleyerek yeni mekanlar ve etkinlikler tasarlamakta, böylece çocukların fiziksel ve mental aktivitelerine, sosyalleşmelerine, yaratıcılıklarına katkı sağlamaya çalışmaktadır. Dijitalin tamamen yok edilmesinin de mümkün olmadığı, belirli bir düzeyde kullanılması ile bir orta yol bulanabileceği, hatta bir miktar dijital kullanımının faydasının söz konusu olduğu da dile getirilmektedir (Rathod, 2023). Bu nedenle çocuk kulüplerinde çocukların bireysel araç gereçlerini (telefon ve tablet gibi) bir miktar kullanmaları normal karşılanmaktadır. Bunun yanında dijital konsol oyunlarına yer verilen oyun odaları da çocukların bu ihtiyaçları göz önünde bulundurularak düzenlenmektedir.

5.4. Çocuk Kulübü Gelecek Öngörülleri

Günümüzde pek çok yöneticinin çocukların atletik ve sanatsal becerilerinde kalıcı değişim ve gelişimlere yol açabilecek ve deneysel öğrenme ile sonuçlanabilecek uygulamaları görece daha az önemli gördüğü gözlemlenmektedir; bu yöneticiler eğitici uygulamalardan çok eğlenceli ve kolay tüketilen gösteri ve oyunlara önem vermektedirler (Özel, 2015). Çocuk misafirlerin ve ebeveynlerinin ihtiyaç ve beklentileri konusunda farkındalığın zaman içinde yaygınlaşacağı, zengin içerik oluşturma gereksiniminin gelecekte daha çok hissedileceği öngörülebilir. Uzmanlaşmanın, kalitenin artması doğal bir süreç olacaktır. Bu süreci tez kapsamında geliştirilen evrim modelindeki unsurlar tetikleyecektir.

Geçmişte ebeveyne özgürlük alanı yaratma motivasyonu en belirgin itici güç olmuştur ve kimi oteller için bu neredeyse çocuk kulübünün varlık sebebini ifade eder hale gelmiştir. Fakat gelecekte ebeveyn-çocuk birlikteliğinin değeri daha çok ön plana çıkabilir. Aile bu konuda daha çok desteklenebilir. Çünkü çocuklar ile yapılan kimi araştırmalar çocuğun zannedilenden daha çok ebeveyn özlemi duyduğunu, tatili onlarla birlikte hayal ettiklerini öne sürmektedir (Radic,2017). Çocuğun bulunduğu ortamdan rahatsız olduğunu ifade etmemesi, sunulan etkinliklere kapılıp gitmesi onun aslında o an mutluluk yaşadığını her zaman göstermeyebilir. Gelecekte bu bilimsel gerçekler daha çok gündeme gelebilir ve bu konu daha çok kendine yer bulabilir. Çocuğa ailesiyle birlikte alternatif sunulması, bu alternatiflerin tadında ve dozunda olması, anne-babanın dinlenme ve tek başına kalma alanlarına fazla müdahale edilmemesi ile orta yol bulunabilir. Bunun başarılabilmesi için etkinliklerin niteliğinin artırılması ve uzmanlaşmanın desteklenmesi, böylece ebeveynin bu birliktelikten keyif alması kritik önem taşıyacaktır.

Ailelerin otantik deneyimler yaşamak yönünde bir eğilimi bulunmaktadır; çocukların yaşları büyüdükçe daha egzotik veya daha görkemli deneyimler arama eğilimi de artmaktadır (Schanzel & Yeoman, 2015). Bu eğilim gelecekte çocuk kulüplerinin daha çok gündeminde olabilecek bir başlık olarak ortaya çıkmaktadır. Zira söz konusu destinasyonu ziyaret eden misafirin o destinasyona özgü ve özel deneyim yaşama isteği çocuk kulüplerinde etkisini daha çok göstermesi gereken bir konudur. Bu anlamda profesyonel çalışmalar başlamıştır ve gelecekte artarak devam edebilir.

Çocuk kulüplerinde engelli bireylere yönelik kapsamlı çalışmalar yok denecek kadar azdır. Bu bireylerin tatildeki varlıkları da fazla dikkat çekmemektedir. Gelecekte engelliler daha çok dikkate alınarak engelli dostu mekanlar ve etkinlikler geliştirilebilir. Bunun için çocuğun anadilinde onunla iletişim kurabilecek dil bilgisine sahip özel eğitim uzmanları çocuk kulüpleri için gerekli insan kaynakları arasında yer alabilir.

Gelecekte informal ortamlarda nitelikli çocuk etkinlikleri düzenlemenin, informal eğitimin bir uzmanlık alanı olduğu, basitçe yerel sanatçılar ya da uzman olmayan kişilere verilen kısa eğitimler ile bunun hayata geçirilemeyeceği, geçirildiğinde güvenlik zafiyetleri, çocukla iletişim problemleri ya da misafir memnuniyetsizliğinin oluşacağı gerçeği daha çok sektörde kendine karşılık bulabilir. Yerel artistlerin ve zanaatkarların vereceği atölyeler ile baştan sona bir hikâyenin anlatıldığı, çocukların sürekli aktif olmalarının sağlandığı, onlara özel materyallerin sunulduğu atölyelerin birbirinden farklı olduğu daha net ortaya çıkabilir.

Çocuk kulüplerinin önemi henüz turizm sektörünün geneli tarafından tam olarak anlaşılamamıştır. Kimi tesisler yapacakları yatırımın geri dönüşü konusunda çekimser

kalmaktadır. Diğer yandan, konunun basitçe mimari ve inşaat yatırımı olduğunun zannedilmesi, yatırımcıların karşısına şişirilmiş bütçeler çıkarılması, geçmişte de örneklerinin yaşandığı gibi ölü yatırımlar oluşturma kaygısı duyulması gibi sebepler de buna yol açmaktadır. Çocuğun ne ile mutlu olacağı, bu mutluluğun hangi faktörler ile sürdürülebilir kılınabileceği, misafir önceliklerinin neler olduğu konularında üst yönetimler ile çocuk kulübü ekibi arasında daha net bir iletişim gereksinimi olduğu aşikardır. Zamanla çocuk kulübü ekiplerinin kalifikasyonları da artacak, çocuk kulübü alanının yükselen prestiji tesisler arasında yaygınlaşacak ve etkin iletişim sağlanmış olacaktır. Çocuk kulüpleri konusu, turizm sektörü için gelişime açık ve gelişim ihtiyacı duyulan bir konudur.

Resort çocuk kulüplerinde sunulan çok yönlü gelişme ortamını ifade etmek için **“resort pedagojisi”** terimi kullanılabilir. Bu terim araştırmacı tarafından geliştirilmiştir ve alan yazına öneri niteliğinde sunulmaktadır. Resort oteller çocuklar için farklı bir destinasyonu tanıma, farklı kültürleri tanıma, motor becerilerini geliştirme, sosyalleşme, düşünce becerilerini geliştirme, sorgulama refleksi geliştirme, teknik beceri gerektiren alanları öğrenme, fiziksel gelişimlerini destekleme, yabancı dil becerilerini geliştirme, özgüven artırma, kendisinde var olan yetenekleri keşfetme gibi pek çok konuda fırsatlar sunar. Vizyonlarını geliştirir. Yeni bakış açıları kazandırır. Gerek nitelikli personel istihdamı gerek nitelikli tedarikçilerden alınan hizmetler ile bilgi akışı daha güçlü ve etkin olmaktadır. Çocuk kulüplerinin geçirdiği evrim sürecinde bu mecralar artık basitçe çocukların oyalandıkları yerler değil, farklılaştıkları yerlere dönüşmüştür. Çocuğun kulüpte geçirdiği süre boyunca edindiği kazanımlar, bu kazanımların oluşma sürecindeki profesyonellik, onlara bunu sunan ekiplerin uzmanlıkları sorgulanmaya başlanmıştır. Bunun sonucunda çocuk gelişimi ve pedagoji kavramları sıklıkla dile getirilmektedir. Bütün bu faktörler **“resort pedagojisi”** teriminin gerçekliğini ortaya koymaktadır. Bu terim ile konunun önemi ve kapsayıcılığının altı daha net çizilebilir, yürütülecek akademik ve saha çalışmaları ile konuya sistematik bir yaklaşım geliştirilebilir.

5.5. Gelecek Çalışmalar İçin Öneriler

Çocuk kulüpleri ve aile turizmi konuları araştırmacılar için çok fazla seçeneğin olabileceği konulardır. Misafirlerin beklentileri, memnuniyetleri ve motivasyonlarını inceleyecek çalışmalara ihtiyaç vardır. Çocuk kulüplerinin tanımlanmış bir segmentasyon ayrımı yoktur, çocuk kulübü misafirleri için bir tipoloji tanımlanmamıştır, çocuk kulüplerinde sunulan hizmetler için bir ölçek geliştirilmemiştir. Tüm bunlar üzerine çalışmalar

yürütülebilir. Çocukların dahil edildiği araştırmalar alan yazınında oldukça azdır; gelecekte yenileri gerçekleştirilebilir.



SONUÇ

Aile turizmi sadece Antalya için değil, tüm resort destinasyonları için gündemdeki önemli konulardan biridir. Gerek giderek büyüyen bir pazar olması, gerek resort oteller için ideal bir müşteri profili oluşturması, gerek aile turistinin uzun konaklama, yeniden ziyaret davranışı gibi özellikleri ile konaklama tesisleri için yatırıma değer görünen bir başlıktır. Ailenin memnuniyetinde ve tatil kararlarında çocukların etkisinin çok büyük olduğunu gerek alan yazını gerek sahadaki deneyimler göstermektedir. Bu nedenle aile turizmi konusunda iddialı olmak isteyen tesisler yatırımlarını ağırlıklı olarak çocuk kulüplerine yapmaktadırlar. Çocuk kulüpleri fiziksel olanakları, sunulan hizmetlerin kalitesi ve çeşitliliği, personel profili, güvenlik önlemleri, tedarikçiler gibi konularda değişim ve dönüşüm içindedir. Doktora tezi kapsamında bu değişim ve dönüşüm evrim metaforu ile ilişkilendirerek açıklanmıştır. Temellendirilmiş kuram araştırma deseninin kullanıldığı çalışma kapsamında 23 derinlemesine görüşme gerçekleştirilmiştir. Alan yazınında eksik olduğu tespit edilen ve tezin önerdiği bulguları açıklamada gerekli olduğu düşünülen pek çok terim ve iş akışına ait tanımlamalar yapılmıştır. Evrim sürecinde 5 tema belirlenmiş bu temaların birbiri ile ilişkisi açıklanmıştır. Çocuk Kulübündeki Değişim teması çekirdek olgu olarak ortaya çıkmıştır. Resort çocuk kulübü misafirlerindeki değişimin ve üst yönetim kararlarının çocuk kulübünün değişimine doğrudan etkisi olduğu; konaklama sektöründeki ve destekleyen sektörlerdeki dinamiklerin de bu değişimi beslediği ortaya konmuştur. Çocuk kulüplerinin geçirdiği evrimin 3 faz ile incelenebileceği önerilmektedir; çocuk kulüplerinin birinci fazda eğlenceye, ikinci fazda güvenliğe, üçüncü fazda ise zengin içeriğe odaklandığı tespit edilmiştir. Gelişimin bir önceki fazı da kapsayacak şekilde ilerlediği vurgulanmaktadır. Araştırmacı tarafından, resort çocuk kulüplerinin katılımcıları için eşsiz bir öğrenme ortamı sunmaları, personelde ve tedarikçilerde pedagojik eğitim aranmaya başlanması, ailelerin ve çocukların talepleri gibi sebeplerden dolayı “resort pedagojisi” terimine gereksinimin oluşmaya başladığı değerlendirilmiştir. Bu terim alan yazınına bir öneri niteliğindedir.

KAYNAKÇA

- Aït-Yahia, K. G., & Ghidouche, F. (2020). Good holidays in children's voices and drawings. H. Séraphin, & V. Gowreesunkar içinde, *Children in Hospitality and Tourism* (s. 91-106). De Gruyter.
- Arnold, A. L. (1995). *Arnold Encyclopedia of Real Estate*. New York: John Wiley and Sons .
- Backer, E., & Schänzel, H. (2012). Elisa Backer; Heike Schänzel. H. Schänzel, I. Yeoman, & E. Backer içinde, *Family Tourism: Multidisciplinary Perspectives* (s. 105-124). Bristol: Channel View Publications.
- Barasa, V. N. (2011). Women and Family in Contemporary Japan Book Review. *Women's Studies International Forum* (s. 260-262). Cambridge University Press.
- Becker, C., & Murrmann, S. K. (1999). The effect of cultural orientation on the service timing preferences of customers in casual dining operations: An exploratory study. *International Journal of Hospitality Management*, 18(1), 59–65.
- Beerli, A., & Martín, J. D. (2004). Factors influencing destination image. *Annals of Tourism Research*, 31(3), 657-681.
- Beldona, S. (2005). Cohort Analysis of Online Travel Information Search Behavior: 1995-2000. *Journal of Travel Research*, 135-142.
- Benckendorff, P., Moscardo, G., & Pendergast, D. (2010). *Tourism and Generation Y*. Oxfordshire: CABI.
- Bernardi, L., & Klärner, A. (2014). Social networks and fertility. *Demographic Research*, s. 641–670.
- Bianchi, S., Robinson, J., & Milkie, M. (2006). *Changing Rhythms of American Family Life*. New York: Russell Sage Foundation.
- Bodin, M., Holmstrom, C., Plantin, L., Schmidt, L., Ziebe, S., & Elmerstig, E. (2021). Preconditions to parenthood: changes over time and generations. *Reproductive BioMedicine and Society Online*, s. 14-23.
- Bornstein, M. H., & Bornstein, L. (2007). Parenting Styles and Child Social Development. *Encyclopedia of Early Childhood Development*. içinde Center of Excellence for Early Childhood Development. .
- Bos, L., McCabe, S., & Johnson, S. (2015). Learning never goes on holiday: an exploration of social tourism as acontext for experiential learning. *Current Issues in Tourism*, s. 859–875.

- Brey, E. T. (2010). Developing a better understanding of resort management. *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 20(1), 79–102.
- Carpenter, G., & Nakamoto, K. (1996). The Impact of Consumer Preference Formation on Marketing Objectives and Competitive Second Mover Strategies. *Journal of Consumer Psychology*, 5(4), 325-358.
- Carr, N. (2011). *Children's and families' holiday experiences*. Londra: Taylor & Francis.
- Chu, R. K., & Choi, T. (2000). An importance performance analysis of hotel selection factors in Hong Kong hotel industry: A comparison of business and leisure travelers. *Tourism Management*, 21, 363–377.
- Cohen, S., Prayag, G., & Moital M., C. (2014). Consumer behaviour in tourism: Concepts, influences and opportunities. *Current Issues in Tourism*, s. 872–909.
- Corbin, J., & Strauss, A. (2007). *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory (3rd ed.)*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Corbin, J., & Strauss, A. (2015). *Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory (4th ed.)*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Coşkun-Öksüz, F. (2021). Çocuklar, Gençler ve Bilim Merkezi Sergileri. A. Güney, & E. Bilici içinde, *Sergileme Tasarımı (Bilim Merkezleri ve Müzeler için Bir Kılavuz)*. Çizgi Kitabevi.
- Creswell, J. (2007). *Qualitative inquiry & research design: Choosing among five approaches (2nd ed.)*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Creswell, J. W. (2013). *Creswell, J. W. (2013). Qualitative Inquiry & Research Design: Choosing among Five Approaches (3rd ed.)*. Thousand Oaks, CA: SAGE.
- Creswell, J., & Creswell, J. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches 5th ed.* Los Angeles: Sage.
- Crompton, J. (1979). Motivations for Pleasure Vacation. *Annals of Tourism Research*, s. 408-424.
- Cullingford, C. (1995). Children's attitudes to holidays overseas. *Tourism Management*, 16(2), 121–127.
- Çavuş, Ş., Ege, Z., & Çolakoğlu, O. E. (2009). *Türk Turizm Tarihi: Yapısal ve Sektörel Gelişim*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Çelik, H., & Ekşi, H. (2018). *Nitel Desenler: Gömülü Teori*. İstanbul: Eğitim Danışmanlığı ve Araştırmaları Merkezi Yayınları.
- Daly, K. (2004). *The Changing Culture of Parenting*. Ottawa: Vanier Institute of the Family.

- Dawson, S. T. (2015). The Big Holiday, Work, and the British Family, 1930-Present. C. Wassmann içinde, *Therapy and Emotions in Film and Television* (s. 17-33). Hampshire: Palgrave Macmillan.
- DiMaggio, P. J., & Powell, W. W. (1983). Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields. *American Sociological Review*, (48), 147-160.
- Douglas, S., & Michaels, M. (2004). *The Mommy Myth: The Idealization of Motherhood and How It Has Undermined Women*. New York: Free Press.
- Eggebeen, D., & Knoester, C. (2001). Does fatherhood matter for men? *Journal of Marriage and Family*, 63(2), 381–393.
- Elmi, B., Bartoli, E., Fioretti, C., Pascuzzi, D., Ciucci, E., Tassi, F., & Smorti, A. (2020). Children's representation about travel: A comparison between what children remember and what children desire. *Tourism Management Perspectives* 33, 1-11.
- Erika Miyakawa, T. O. (2022). Family tourism improves parents' well-being and children's generic skills. *Tourism Management*, 1-6.
- Evliyaoğlu, S. (1989). *Genel Turizm Bilgileri*. Ankara.
- Falk, J. H., & Dierking, L. D. (2016). *The Museum Experience*. New York: Routledge.
- Fenichel, M., & Schweingruber, H. (2010). *Surrounded by Science*. Washington DC: The National Academies Press.
- Filiatrault, P., & Ritchie, J. B. (1980). Joint purchasing decisions: A comparison of influence structure in family and couple decision making units. *Journal of Consumer Research*, 7(2), 131–140.
- Fodness, D. (1992). The impact of family life cycle on the vacation decision-making process. *Journal of Travel Research*, 31(2), 8–13.
- Francis, N., & Kentel, J. (2008). The fun factor: adolescents' self-regulated leisure activity and the implications for practitioners and researchers. *Leisure/Loisir*, 32(1), 65-90.
- Fromm, J., & Vidler, M. (2015). *Millennials With Kids: Marketing to This Powerful and Surprisingly Different Generation of Parents*. American Management Association.
- Fu, X., Lehto, X., & Park, O. (2014). What Does Vacation Do To Our Family? Contrasting The Perspectives Of Parents And Children. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, s. 31:461–475.
- Fu, X., Liu, X., Li, H., & Wang, Y. (2022). Creating a balanced family travel experience: A perspective from the motivation-activities-transformative learning chain. *Tourism Management Perspectives*, s. 1-12.

- Gaines, B. L., Hubbard, S. S., Witte, J. E., & O'Neill, M. A. (2004). An Analysis of Children's Programs in the Hotel and Resort Industry Market Segment. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 85-99.
- Gander, M. J., & Gardiner, H. W. (1993). *Çocuk ve Ergen Gelişimi*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Gardiner, S., Grace, D., & King, C. (2014). The Generation Effect: The Future of Domestic Tourism in Australia. *Journal of Travel Research*, 705-720.
- Gee, C. (1996). *Resort Development and Management, 2nd edn*. Michigan: Educational Institute of the American Hotel and Motel Association.
- Gee, C. (2000). *Resort development and management*. Michigan: Educational Institute of the American Hotel & Motel Association.
- Ghidouche, K., Aït-Yahia, & Ghidouche, F. (2020). Good holidays in children's voices and drawings. H. Séraphin, & V. Gowreesunkar içinde, *Children in Hospitality and Tourism* (s. 91-106). De Gruyter.
- Giddens, A. (1991). *Modernity and self-identity: Self and society in the late modern age*. Cambridge: Polity Press.
- Glaser, B. B., & Strauss, A. L. (1967). *The Discovery of Grounded Theory*. Aldine Publishing Co.
- Gordon, G. (2009). What is Play?: In Search of Definition. D. Kushner içinde, *From Children to Red Hatters* (s. 1-13). Maryland: University Press of America.
- Gram, M. (2005). Family holidays. A qualitative analysis of family holiday experiences. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 5(1), 2-22.
- Greenspan, S. I., & Shanker, S. G. (2005). Developmental research. E. S. Person, A. M. Cooper, & G. O. Gabbard içinde, *The American psychiatric publishing textbook of psychoanalysis* (s. 335-360). Washington, DC: American Psychiatric Publishing, Inc.
- Günbayi, I., & Sorm, S. (2018). Social paradigms in guiding social research design: The functional, interpretive, radical humanist and radical structural paradigms. *New Trends in Education and Their Implications*, 9(2), 57-76.
- Han, H., & Ryu, K. (2009). The roles of the physical environment, price perception, and customer satisfaction in determining customer loyalty in the family restaurant industry. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 33(4), 487-510.
- Hay, B. (2017). Missing voices: Australian children's insights and perceptions of family holidays. *Hospitality & Society*, 7(2), 133-155.
- Hemmington, N. (2007). From service to experience: understanding and defining the hospitality business. *The Service Industries Journal*, 27(6), 747-755.

- Hilbrecht, M. S. (2008). Experiences, perspectives, and meanings of family vacations for children. *Leisure/Loisir*, 32(2), 541-571.
- Hoffman, A. (1999). Institutional Evolution and Change: Environmentalism and the US Chemical Industry. *Academy of Management Journal*, (42), 351-371.
- Holst, J. (2017). The dynamic of play. Back to the basics of playing. *International Journal of Play*, 6(1), 85-95.
- Huang, Q., & Lu, Y. (2017). Generational perspective on consumer behavior: China's potential outbound tourist market. *Tourism Management Perspectives*, 7-15.
- Huang, Y.-C., & Petrick, J. F. (2010). Generation Y's Travel Behaviours: a Comparison with Baby Boomers and Generation X. P. Benckendorff, G. Moscardo, & D. Pendergast içinde, *Tourism and Generation Y* (s. 27-37). London: CABI.
- J. Timothy, D., & B. Teye, V. (2009). *Tourism and the Lodging Sector*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Jepperson, R. L. (1991). Institutions, Institutional Effects, and Institutionalism. W. W. Maggio içinde, *The New Institutionalism in Organizational Analysis* (s. 143-163). Chicago: University of Chicago Press.
- Johansson, T., & Herz, M. (2018). *Youth Studies in Transition: Culture, Generation and New Learning Processes*. Gothenburg: Springer.
- John, D. (1999). Consumer socialization of children: A retrospective look at twenty-five years of research. *Journal of Consumer Research* 26(3), 183-216.
- Kandampully, J. (2000). The impact of demand fluctuation on the quality of service: A tourism industry example. *Managing Service Quality: An International Journal*, 10(1), 10-19.
- Karakaş, H., Çizel, B., Selçuk, O., Coşkun-Öksüz, F., & Ceylan, D. (2022). Country and destination image perception of mass tourists: generation comparison. *Anatolia*, 33(1), 104-115.
- Khoo-Lattimore, C., delChiappa, G., & Yang, M. J. (2018). A family for the holidays: delineating the hospitality needs of European parents with young children. *Young Consumers*, 159-171.
- Khoo-Lattimore, C., Prayag, G., & Li Cheah, B. (2015). Kids on Board: Exploring the Choice Process and Vacation Needs of Asian Parents With Young Children in Resort Hotels. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 511-531.
- Kluin, J. Y., & Lehto, X. Y. (2012). Measuring family reunion travel motivations. *Annals of Tourism Research*, 39(2), 820-841.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*. Australia: Pearson .
- Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawan, I., & Vandercammen, M. (2022). *Marketing 5.0*. John Wiley & Sons.
- Kozak, M. (2010). Holiday taking decisions—the role of spouses. *Tourism Management*, 31, 489–494.
- Kozak, M., & Coşar, Y. (2017). Foça Club Med Tatil Köyü: Tarihçesi, Özellikleri ve Türkiye Turizmi için Sonuçları. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 28(1), 39-57.
- Kuschner, D. (2009). *From Children to Red Hatters: Diverse Images and Issues of Play*. Maryland: University Press of America.
- Lareau, A. (2003). *Unequal Childhoods: Class, Race, and Family Life*. Berkeley:CA: University of California Press.
- Larson, R., Gillman, S., & Richards, M. (1997). Divergent experiences of family leisure: fathers, mothers, and young adolescents. *Journal of Leisure Research*, 29(1), 78-97.
- Lehto, X., Choi, S., Lin, Y. C., & MacDermid, S. M. (2009). Vacation and family functioning. *Annals of Tourism Research*, 36(3), 459–479.
- Lewis, P. J. (2017). The Erosion of Play. *International Journal of Play*, 6(1), 10-23.
- Li, M., Lehto, X., & Li, H. (2020). 40 Years of Family Tourism Research: Bibliometric Analysis and Remaining Issues. *Journal Of China Tourism Research* 16(1), 1-22.
- Lincoln, Y., & Guba, E. (1985). *Naturalistic Inquiry*. Beverly Hills: CA: Sage.
- Lugosi, P., Robinson, R., Golubovskaya, M., & Foley L., T. (2016). The hospitality consumption experiences of parents and carers with children: A qualitative study of foodservice settings. *International Journal of Hospitality Management*, s. 84–94.
- Major, V. S., Klein, K. J., & Ehrhart, M. G. (2002). Work time, work interference with family, and psychological distress. *Journal of Applied Psychology*, 87(3), 427–436.
- McDonald, D., & Almeida, D. (2004). The interweave of fathers' daily work experiences and fathering behaviors. *Fathering*, 2(3), 235–251.
- McNeal, J. U. (1992). *Kids as Customers: A Handbook of Marketing to Children*. New York: Lexington Books.
- Mehmetoglu, M., & Engen, M. (2011). Pine and Gilmore's concept of experience economy and its dimensions: An empirical examination in tourism. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 12(4), 237-255.
- Meyer, J. W., & Rowan, B. (1977). Institutionalized Organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony. *American Journal of Sociology*, (83), 340-363.

- Mill, R. (2008). *Resort management and operation*. (2nd Ed.). New York: John Willey & Sons, Inc.
- Milli Eğitim Bakanlığı. (2008). *Çocuk Gelişimi ve Eğitimi Animasyon Çalışmaları*. Ankara: Milli Eğitim Bakanlığı.
- Minnaert, L. (2021). *US Family Travel Survey 2021*. New York: NYU School of Professional Studies.
- Monaco, S. (2018). Tourism and the new generations: Emerging trends and social implications in Italy. *Journal of Tourism Futures*, 4 (1), 7-15.
- Murphy, P. (2008). *The Business of Resort Management*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Nanda, D., Hu, C., & Bai, B. (2006). Exploring family roles in purchasing decisions during vacation planning. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 20(3), 107–125.
- Nickerson, N. P., & Jurowski, C. (2001). *The influence of children on vacation travel patterns*. *Journal Of Vacation Marketing*, 7(1), 19–30.
- Obrador, P. (2012). The place of the family in tourism research: Domesticity and thick sociality by the pool. *Annals of Tourism Research*, 39(1), 401–420.
- Oh, H., Fiore, A., & Jeong, M. (2007). Measuring experience economy concepts: tourism applications. *Journal of Travel Research*, 46(2), 119-131.
- Oppermann, M. (1995). Travel Life Cycle. *Annals of Tourism Research*, 535-552.
- Orthner, D., & Mancini, J. (1990). Leisure impacts on family interaction and cohesion. *Journal of Leisure Research*, 22(2), 125–137.
- Özel, Ç. H. (2013). Marketing to Children in Tourism Industry: Descriptive Analysis of Kid-Friendly Hotels' Practices in Turkey. *Marketing Places and Spaces* (s. 241-246). Algarve: Universidade Do Algarve .
- Özel, Ç. H. (2015). "Understanding Mini Club Managers' Perceptions of Kid-Friendly Hotels' Marketing Practices in Turkey: An Application of Analytic Hierarchy Process. *Proceedings International Marketing Trends Conference 2015*.
- Özel, Ç. H. (2021). *Turizmde Çocuk Dostu Uygulamalar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Özen, Ş. (2007). Yeni Kurumsal Kuram: Örgütleri Çözümlemede Yeni Ufuklar Yeni Sorunlar. A. Sargut, & Ş. Özen içinde, *Örgüt Kuramları* (s. 237-330). Ankara: İmge Kitabevi.
- Özgürel, G., & Topaloğlu, C. (2018). Konaklama İşletmelerinde Çocuk Kulübü Aktiviteleri Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 5 (3), 45-61.
- Page, S., & Connell, J. (2009). *Tourism: A Modern Synthesis*. OH: South-Western Cengage Learning.

- Park, S. Y., Pan, B., & Ahn, J. B. (2020). Family trip and academic achievement in early childhood . *Annals of Tourism Research*, s. 1-14.
- Pennington-Gray, L., Kerstetter, D. L., & Warnick, R. (2002). Forecasting travel patterns using Palmore's cohort analysis. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 125–143.
- Pine, J., & Gilmore, J. (1999). *The Experience Economy*. Boston: Harvard Business School Press.
- Pine, J., & Gilmore, J. (2011). *The Experience Economy: Work is Theatre & Every Business a Stage*. Boston: Harvard Business School Press.
- Poon, A. (1998). All-Inclusive Resorts. *Travel and Tourism Analyst*, (6), 62-77.
- Poria, Y., & Timothy, D. J. (2014). Where are the Children in Tourism Research? *Annals of Tourism Research* 47, 77-95.
- Poris, M. (2005). Understanding what fun means to today's kids. *Young Consumers*, 14-22.
- Poris, M. (2006). Understanding what fun means to today's kids. *Young Consumers*, 7(1), 14–22.
- Radic, A. (2017). Towards an understanding of a child's cruise experience. *Current Issues in Tourism*, 237-252.
- Rathod, A. (2023). Performing sedentary behaviors: Studying children's screen practices at home as affective assemblages. *Digital Geography and Society*, s. 1-10.
- Robinson, J., & Godbey, G. (1997). *Time for Life: The Surprising Ways Americans Use Their Time*. Pennsylvania : Pennsylvania State University Press.
- Roblek, V., Mesko, M., Dimovski, V., & Peterlin, J. (2019). Smart technologies as social innovation and complex social issues of the Z generation. *Kybernetes*, s. 91-107.
- Roxburgh, S. (2006). 'I wish we had more time to spend together...': the distribution and predictors of perceived family time pressures among married men and women in the paid labor force. *Journal of Family Issues*, 27(4), 529–553.
- Sakdiyakorn, M., Golubovskaya, M., & Solnet, D. (2021). Understanding generation Z through collective consciousness: Impacts for hospitality work and employment. *International Journal of Hospitality Management*, 94, 1-13.
- Sayer, L., Bianchi, S., & Robinson, J. (2004). Are parents investing less in children? Trends in mothers' and fathers' time with children. *American Journal of Sociology* 110(1), 1–43.
- Schänzel, H. (2008). The New Zealand family on holiday: values, realities and fun. *Proceedings to the New Zealand Tourism and Hospitality*. Canterbury, New Zealand: Lincoln University.

- Schanzel, H. A., & Yeoman, I. (2014). The Future of Family Tourism. *Tourism Recreation Research*, 39(3), 343–360.
- Schanzel, H. A., & Yeoman, I. (2015). Trends in Family Tourism. *Journal of Tourism Futures*, 141 - 147.
- Schanzel, H., Yeoman, I., & Backer, E. (2012). *Family Tourism- Multidisciplinary Perspectives*. Bristol: Channel View Publications.
- Schmidt, L., Sobotka, T., Bentzen, J., & Andersen, A. N. (2012). Demographic and medical consequences of the postponement of parenthood. *Human Reproduction Update*, s. 29–43.
- Scott, W. R. (1995). *Institutions and Organizations*. Thousand Oaks: Sage.
- Seraphin, H., & Yallop, A. (2019). An analysis of children's play in resort mini-clubs: potential strategic implications for the hospitality and tourism industry. *World Leisure Journal*, 1-18.
- Seraphin, H., & Yallop, A. (2019). Proposed framework for the management of resorts Mini Clubs: an ambidextrous approach. *Leisure Studies*, 536-547.
- Seraphin, H., Ambaye, M., Yallop, A., Gowreesunkar, V., & Zaman, M. (2020). Beyond Kidzania: A new framework for identifying the potential impacts of resort mini-clubs. H. Seraphin, & V. Gowreesunkar içinde, *Children in Hospitality and Tourism* (s. 11-29). Berlin / Boston: De Gruyter.
- Séraphin, H., Cappucci, M., & Gowreesunkar, V. (2020). Resort mini-clubs as tools for the long-term improvement of negative destination image. H. Séraphin, & V. Gowreesunkar içinde, *Children in Hospitality and Tourism* (s. 49-76). Berlin/Boston: De Gruyter.
- Shavanddasht, M., & Schanzel, H. (2019). Measuring adolescents' tourism satisfaction: The role of mood and perceived parental style. *Tourism and Hospitality Research Vol. 19*(3), 308–320.
- Shaw, C., & Ivens, J. (2005). *Building Great Customer Experiences*. New York: MacMillan.
- Shaw, S. M. (2010). Diversity and ideology: changes in Canadian family life and implications for leisure. *World Leisure Journal*, 52(1), 4-13.
- Shaw, S., & Dawson, D. (2001). Purposive leisure: examining parental discourses on family activities. *Leisure Sciences* 23(4), 217–231.
- Shaw, S., Havitz, M., & Delemere, F. (2008). I decided to invest in my kids' memories: family vacations, memories, and the social construction of the family. *Tourism Culture and Communication*, s. 13–26.

- Shelton, L. G. (2019). *The Bronfenbrenner Primer: A Guide to Develceology*. New York: Routledge.
- Small, J. (2002). Good and Bad Holiday Experiences: Women's and Girl's perspectives. M. Swain, & J. Momsen içinde, *Gender/Tourism/Fun* (s. 24-38). New York: Cognizant Communication Cooperation.
- Smith, P. K., & Dutton, S. (1979). "Play and Training Indirect and Innovative Problem Solving. *Child Development* 50, 830-836.
- Snyder, K. A. (2007). A vocabulary of motives: understanding how parents define quality time. *Journal of Marriage and Family*, 69(2), 320–340.
- Strauss, A., & Corbin, J. (1998). *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory (2nd ed.)*. Sage Publications, Inc.
- Strauss, W., & Howe, N. (1997). *The Fourth Turning: An American Prophecy*. New York: Broadway.
- Suchman, M. C. (1995). Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches. *Academy of Management Review*, (20), 571-610.
- Swarbrooke, J., & Horner, S. (1999). *Consumer Behaviour in Tourism*. London: Routledge.
- Şirin, S. (2019). *Yetişin Çocuklar*. İstanbul: Doğan Egmont .
- Therkelsen, A. (2010). Deciding on family holidays – role distribution and strategies in use . *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 27(8), 765-779.
- Thornton, P. R., Shaw, G., & Williams, A. M. (1997). Tourist Group Holiday DecisionMaking And Behaviour: The Influence Of Children. *Tourism Management*, 18(5), 287–297.
- Tokgöz, L. (2019). Paket Tur Tasarımı ve Yönetimi. A. Ü. Fakültesi içinde, *Seyahat Acenteciliği ve Tur Operatörlüğü*. Erzurum: Atatürk Üniversitesi.
- Veiga, C., Margarida, S. C., Águas, P., & Santos, J. A. (2017). Are millennials transforming global tourism? Challenges for destinations and companies. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 603-616.
- Viera, A. J., & Garrett, J. M. (2005). “Understanding Interobserver Agreement: The Kappa Statistic. *Family Medicine*, 37(5), 360-363.
- Voss, K. (2003). Her Şey Dahil Geçici Bir Trend Değil. *Resort Turizm ve Seyahat Dergisi*, 10, 14.
- Walton, J. K. (2011). Seaside Resorts and International Tourism. E. G. Zuelow içinde, *Touring Beyond the Nation: A Transnational Approach to European Tourism History* (s. 19-36). New York: Routledge.

- Wong, C., & Kwong, W. (2004). Outbound Tourists' Selection Criteria for Choosing All-Inclusive Package tours. *Tourism Management*, (25), 581-592.
- Yang, Y., & Chan, A. (2010). A hierarchical approach to measure service performance in the resort hotel's service encounters. *Journal of Tourism, Hospitality & Culinary Arts*, s. From: <http://www.jthca.org>.
- Yeung, W., John, F., Pamela, E., & Sandra, L. (2001). Children's time with fathers in intact families. *Journal of Marriage and Family*, 63(1), 136–154.
- Young, N. A., Waugh, C. E., Minton, A. R., Charles, S. T., Haase, C. M., & Mikels, J. A. (2021). Reactive, Agentic, Apathetic, or Challenged? Aging, Emotion, and Coping During the COVID-19 Pandemic. *The Gerontologist*, s. 217–227.
- Zabriskie, R. B., & McCormick, B. P. (2001). The Influences of Family Leisure Patterns on Perceptions of Family Functioning . *Family Relations* 50(3), 281 - 289.
- Zabriskie, R., & McCormick, B. (2003). Parent and child perspectives of family leisure involvement and satisfaction with family life. *Journal of Leisure Research*, 35(2), 163–189.
- Zelizer, V. (1985). *Pricing the Priceless Child: The Changing Social Value of Children*. New York: Basic Books.
- Zigler, E., Singer, D., & Bishop-Josef, S. (2004). *Children's Play: The Roots of Reading*. Washington, DC: Zero to Three Press.

İnternet Kaynakları

- Açıkgöz, M. (2018, Mart 26). *Otellerde Çocuk Politikaları ve Çocuk Dostu Oteller*. Hotel Linkage: <https://www.hotellinkage.com/otellerde-cocuk-politikalari-ve-cocuk-dostu-oteller> adresinden alındı
- Addley, E. (2023, Ocak 22). *What teens want on holiday*. The Guardian: <https://www.theguardian.com/travel/2000/may/06/6> adresinden alındı
- Ahipaşaoğlu, S. (2023, Ocak 3). *Uluslararası Aile Gençlik ve Çocuk Dostu Turizm İşletmeciliği Kongresi*. Uluslararası Aile Gençlik ve Çocuk Dostu Turizm İşletmeciliği Kongresi: <https://fycft.comu.edu.tr/> adresinden alındı
- Aydın, G. (2008, 8 24). *40 bin animatör, turist eğlensin diye çırpınıyor*. hurriyet.com.tr: <https://www.hurriyet.com.tr/kelebek/40-bin-animator-turist-eglensin-diye-cirpiniyor-9733616> adresinden alındı
- Barut Lara. (2022, Aralık 24). <https://www.ceturturizm.com/oteldetay/3306/barut-lara> adresinden alındı

- Britannica Dictionary. (2022, Ocak 3). *Britannica Dictionary*.
<https://www.britannica.com/dictionary/museum> adresinden alındı
- Brown, G. S. (2020, Şubat 17). *After Gen Z, meet Gen Alpha. What to know about the generation born 2010 to today*. abcnews: <https://abcnews.go.com/GMA/Family/gen-meet-gen-alpha-generation-born-2010-today/story?id=68971965> adresinden alındı
- Calway, J., & Richardson, N. (2022, Ocak 19). *Brits Get Booking: 40 Million Holiday Makers Already Planning Trips Away For 2023*. American Express: <https://about.americanexpress.com/newsroom/press-releases/news-details/2022/Brits-Get-Booking-40-Million-Holiday-Makers-Already-Planning-Trips-Away-For-2023/default.aspx> adresinden alındı
- Cambridge Dictionary. (2022, Ocak 3). *Cambridge Dictionary*.
<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/theme-park> adresinden alındı
- Cambridge Dictionary. (2023, Şubat 12).
<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/enclave> adresinden alındı
- Collins Dictionary. (2022, Ocak 3). *Collins Dictionary*.
<https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/theme-park> adresinden alındı
- Çocuk Dostu Turizm . (2023, Ocak 11). Çocuk Dostu Turizm: <http://cocukdostuturizm.org> adresinden alındı
- Dimock, M. (2023, Ocak 19). *Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins* . Pew Research : <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/> adresinden alındı
- Eğitim Sözlüğü. (2023, Ocak 2). Bilişsel Gelişim Kuramı: <https://egitimsozlugu.com/piaget-bilissel-gelisim-kurami/> adresinden alındı
- ekoloji.com. (2022, Mart 15). *www.ekoloji.com*. Doğal Seleksiyon Nedir?:
<https://www.ekoloji.com/ekoloji/dogal-seleksiyon-nedir/> adresinden alındı
- Ela Hotels. (2022, Aralık 24). <https://www.elahotels.com/tr/everland-kids-world> adresinden alındı
- Ets Tur Oteller. (2023, Şubat 12). Ets Tur: <https://www.etstur.com/Otel> adresinden alındı
- Getty Images. (2022, Aralık 15). <https://www.gettyimages.com/detail/news-photo/children-playing-in-the-sandpit-at-a-butlins-holiday-camp-news-photo/3291857?adppopup=true> adresinden alındı
- Getty Images. (2022, Aralık 15). <https://www.gettyimages.com/detail/news-photo/young-holidaymaker-sitting-in-a-pond-at-the-butlins-camp-at-news-photo/3400939?adppopup=true> adresinden alındı

- Getty Images*. (2022, Aralık 15). <https://www.gettyimages.com/detail/news-photo/scots-week-at-blackpool-1951-on-a-bicycle-made-for-three-mr-news-photo/1360184620?adppopup=true> adresinden alındı
- Getty Images*. (2022, Aralık 15). <https://www.gettyimages.com/detail/news-photo/poster-produced-for-british-railways-to-promote-rail-travel-news-photo/90739822?adppopup=true> adresinden alındı
- Getty Images*. (2022, Aralık 15). <https://www.gettyimages.com/detail/news-photo/poster-produced-for-british-railways-western-region-to-news-photo/90735576?adppopup=true> adresinden alındı
- Getty Images*. (2022, Aralık 15). <https://www.gettyimages.com/detail/news-photo/oil-painting-for-british-railways-poster-news-photo/90736557?adppopup=true> adresinden alındı
- Getty Images*. (2022, Aralık 15). <https://www.gettyimages.com/detail/news-photo/young-children-on-holiday-sit-on-the-sand-to-watch-a-punch-news-photo/1284740047?adppopup=true> adresinden alındı
- Gloria Golf Resort*. (2022, Aralık 20). <https://www.jet2holidays.com/turkey/antalya-area/belek/gloria-golf-resort> adresinden alındı
- Gloria Hotels*. (2022, Aralık 20). <https://www.gloria.com.tr/tr/oteller/gloria-serenity-resort/cocuk/> adresinden alındı
- Grand View Research. (2023, Ocak 21). *Hotels, Resorts, And Cruise Lines Market Size, Share & Trends Analysis Report*. grandviewresearch: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/hotels-resorts-cruise-lines-market-report> adresinden alındı
- IBIS World. (2023, Ocak 21). *Global Hotels & Resorts - Market Size 2005–2027*. IBIS World Global Market: <https://www.ibisworld.com/global/market-size/global-hotels-resorts/> adresinden alındı
- Jolly Tur Oteller*. (2023, Şubat 12). Jolly Tur: <https://www.jollytur.com/otel> adresinden alındı
- Kapan, K. (2019, Ocak 02). *Antalya'ya ilk otel hangi yıl yapıldı?* Turizm Aktüel: <https://www.turizmaktuel.com/haber/antalya-ya-ilk-otel-hangi-yil-yapildi> adresinden alındı
- Limak Hotels*. (2022, Aralık 24). <https://www.limakhotels.com/tr/limak-lara-restaurant-bar> adresinden alındı
- Maxx Royal*. (2022, Aralık 10). <https://www.maxxroyal.com/tr/Belek-Golf-Resort/Cocuklara-Ozel> adresinden alındı

- Maxx Royal*. (2022, Aralık 24). <https://www.momondo.com.tr/otel/antalya/Maxx-Royal-Belek-Golf-Resort.mhd604280.ksp> adresinden alındı
- Maxx Royal*. (2022, Aralık 24). https://www.tripadvisor.co.uk/LocationPhotoDirectLink-g297966-d6938889-i259949087-Maxx_Royal_Kemer_Resort-Kemer_Turkish_Mediterranean_Coast.html adresinden alındı
- Mirada Hotels*. (2022, Aralık 24). <https://delmar.miradahotels.com/imkanlar/havuz/21> adresinden alındı
- NG Hotels*. (2022, Aralık 24). <https://www.paraflytravel.com/kemer-otelleri/ng-phaselis-bay> adresinden alındı
- Nirvana Hotels*. (2022, Aralık 20). <https://www.nirvanahotels.com.tr/en/> adresinden alındı
- Paloma Grida*. (2022, Aralık 24). <https://www.tatilyum.net/otel/paloma-grida-resort-spa/> adresinden alındı
- Pinterest*. (2022, Aralık 15). <https://tr.pinterest.com/pin/221239400435729805/> adresinden alındı
- Pinterest*. (2022, Aralık 15). <https://tr.pinterest.com/pin/2533343530966207/> adresinden alındı
- Regnum Hotels*. (2022, Aralık 24). <https://www.regnumhotels.com/en/kids/chuckles-kids-club/mini-club-4-7/> adresinden alındı
- Rixos Sungate*. (2022, Kasım 12). <https://www.rixos.com/tr/rixy-kids-club-1> adresinden alındı
- TDK. (2022, Ocak 3). TDK: <https://sozluk.gov.tr/> adresinden alındı
- Tuğrul, B. (2022, Kasım 11). *Oyun, Çocuğun En Ciddi İş*. Ozmo Oyun ve Çocuk Gelişimi: <https://oyunvecocukgelisimi.ozmo.com.tr/oyun-cocugun-en-ciddi-isi/> adresinden alındı
- Turizm Ajansı. (2020, Ocak 2). *Antalya 2019'da kaç turist ağırladı?* Turizm Ajansı: <https://www.turizmajansi.com/haber/antalya-2019-da-kac-turist-agirladi-h34848> adresinden alındı

EK 1- KATILIMCI ONAY FORMU

Bu formdaki imzam Fulya COŞKUN ÖKSÜZ tarafından yürütülen araştırmaya katılmayı kabul ettiğimi gösterir. Bu araştırmadaki katılımım bireysel görüşme, gözlem ve ilgili dokümanların incelenmesini içerecektir. Ayrıca bu araştırmaya katılmakla aşağıda belirtilenleri anladığımı da beyan ederim.

1. Ben araştırma için bir gönüllüyüm ve istediğim zaman bu araştırmadan çekilebilirim.
2. Araştırmada fiziksel ve psikolojik bir zarar içeren hiçbir risk yoktur.
3. Araştırmada vereceğim bilgiler gizli olacaktır ve bütün veriler araştırmacı tarafından toplanıp analiz edilecek ve Akdeniz Üniversitesi'nde 7 yıl saklandıktan sonra imha edilecektir.
4. Araştırma bittikten sonra istediğim takdirde araştırmanın bir özetini alabileceğim.
5. Araştırmada vereceğim bilgilere dayalı sonuçların bilimsel olarak tartışılmasına ve araştırmacı tarafından yayınlanmasına izin veriyorum.

Ben..... görüşme ve gözleme katılmayı kabul ederim.

Katılımcının imzası

Tarih

EK 2- KATILIMCI BİLGİLENDİRME BELGESİ

Merhaba, ismim Fulya COŞKUN ÖKSÜZ. Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi'nde doktora yapmaktayım. Bu araştırma ile otellerdeki çocuk eğlencesinin geçtiğimiz yıllardaki değişim ve gelişimi değerlendirilecek, mevcut durumu açıklanacak ve geleceğe yönelik projeksiyon yapılacaktır. Bunu yapabilmek için kapsamlı bir değerlendirmeye ihtiyaç vardır. Bu nedenle resort otellerde görevli ve deneyim sahibi olan mini kulüp profesyonellerinin ve üst kademe yöneticilerin görüşlerinin tespit edilmesi amaçlanmaktadır. Araştırma, bu görüşlerden yola çıkarak çocuk eğlence sektörünün gelişimi açısından önemlidir. Araştırmadan elde edilecek sonuçların ülkemizdeki çocuk dostu otel kavramı ve sektörü açısından önemli bir rol oynayacağı düşünülmektedir.

Bu görüşmeden elde edilen bilgiler araştırma amacıyla kullanılacağından mülakat sorularının cevaplandırılmasına göstereceğiniz ilgi ve samimiyet bu araştırmanın geçerlik ve güvenirlik düzeyini yükseltecektir.

Görüşmeye geçmeden önce şunu belirtmek isterim: Bu görüşmeden elde edilecek söyleyişler kesinlikle gizlidir ve araştırmanın amacı dışında hiçbir amaçla başka bir çalışmada kullanılmayacaktır. Görüşme cevaplarını içtenlikle cevaplamanız için bu araştırmada isimleriniz yer almayacak bunun yerine kod ismi veya rumuz kullanılarak tarafımca şifrelenecektir.

Görüşmeden elde edilecek verilerin daha iyi analiz edilebilmesi ve zaman kazanmak için müsaadenizle ses kayıt cihazı kullanmak istiyorum. Görüşme sonunda istemediğiniz bölümleri çıkartabilirim veya bu görüşmenin bir kopyasını size verebilirim.

Görüşmemizin ortalama 1,5 saat süreceğini tahmin etmekle birlikte bu süre içeriğin zenginliğine bağlı olarak uzayabilir. Müsaadenizle görüşmeye geçmek istiyorum.

Katkılarınızdan dolayı şimdiden teşekkür ederim.

EK 3- KATILIMCI BİLGİ FORMU

Yaşınız	
Eğitim aldığınız okul (lar)	
Eğitim aldığınız alan	
Yabancı diller	
Mini kulüp deneyim süresi	
Toplam deneyim süresi	



EK 4- MULAKAT FORMU VE SORULARI

1. Bize kısaca kendinizden ve profesyonel geçmişinizden bahseder misiniz?
2. Sizin çalıştığınız mini kulüpte hangi bölümler vardır, kaç metrekairelik bir alana sahiptir? Binanın ve diğer olanakların özellikleri nelerdir? Bu konuda yıllar içinde bir değişim oldu mu? Nedeni neydi? Gelecek için fiziksel koşullar açısından planlarınız var mı?
3. Farklı yaş gruplarına hizmet sunulmakta mıdır? Sunuluyorsa bu ayırım nasıl yönetilmektedir? Sizce farklı yaş gruplarının ihtiyaçları nasıl değişkenlik göstermektedir? Geçmişte bu nasıldı?
4. Otelinizde mini kulüp aktivitelerinin ve gösterilerin planlaması ve uygulaması nasıl yapılmaktadır? (farklı yaş grupları için ayrı ayrı)
5. Mevcut hangi aktiviteler (etkinlikler, yarışmalar vs) gerçekleşmektedir? Aktiviteler belirlenirken nelere (hangi kriterlere) dikkat edilmektedir? Maliyeti de düşünerek mevcut durumda nasıl hareket ettiğinizi anlatır mısınız? Geçmiş ile kıyaslayınca nasıl bir değişim var?
6. Çocuklara yönelik mevcut ne tür sahne gösterileri gerçekleşmektedir? Sahne gösterileri belirlenirken nelere dikkat edilmektedir? Maliyeti de düşünerek mevcut durumda nasıl hareket ettiğinizi anlatır mısınız?
7. Sizce ideal bir sahne gösterisi ve aktivite hangi özellikler taşımaktadır? Şu anda idealini mi yapıyoruz? Daha iyisi olabilir mi?
8. Standartlar, kurallar ve denetimler gibi sizin çalışmanızı düzenleyen ve kontrol eden mekanizmaları açıklar mısınız? Geçmişte nasıldı, şimdi nasıl?
9. Mini kulüp hiyerarşik olarak kime bağlı? Bu geçmişte nasıldı?
10. Sizce misafirler mini kulüpten ne bekliyor? Hem anne babalar hem çocuklar açısından değerlendirir misiniz? Geçmişle kıyaslayınca bu konuda bir değişim var mı sizce?
11. Personel temini nasıl yapılmaktadır ve nelere dikkat edilmektedir? Sizde kaç kişi çalışmaktadır? Geçmişe bakınca bir değişim var mı?
12. Mini kulüp için ayrılan bütçe yıllar içinde nasıl değişim göstermiştir? Bunun nedeni nedir?
13. Sizce mevcut sistemde gelişmesi gereken yönler nelerdir?
14. Genel olarak resort otellerdeki mini kulüp hizmetinde gerçekleşen değişimi değerlendirir misiniz? Bu değişimin nedenleri sizce nedir? Bu alanın geleceğini nasıl görüyorsunuz? (örneğin 10-20 yıl sonra nasıl olacak?)

ÖZGEÇMİŞ

Adı ve SOYADI	Fulya COŞKUN ÖKSÜZ
EĞİTİM DURUMU	
Lisans Diploması	Marmara Üniversitesi Endüstri Mühendisliği (2004)
Yüksek Lisans Diploması	Bilkent Üniversitesi İletişim ve Tasarım Bölümü (2009)
Tez Konusu	MythBusters Televizyon Programındaki Bilim İmajı
Yabancı Dil / Diller	İngilizce (İleri seviye), Fransızca (Başlangıç seviyesi)
BİLİMSEL FAALİYETLER	
▪ Kitap bölümü: – Coşkun Öksüz, F. (2021). Çocuklar, Gençler ve Bilim Merkezi Sergileri. A. Güney, & E. Bilici içinde, <i>Sergileme Tasarımı</i> (s. 121-154). İstanbul: Çizgi Kitabevi. ▪ Uluslararası hakemli dergilerde yayınlanan makaleler: – Karakaş, H., Çizel, B., Selçuk, O., Coşkun Öksüz, F., & Ceylan, D. (2021). Country and destination image perception of mass tourists: generation comparison. <i>Anatolia-International Journal Of Tourism And Hospitality Research</i>, 104-115. – Selçuk, O., Karakaş, H., Çizel, B., Çiftçi, F., & Coşkun Öksüz, F. (2021). Comparative Analysis of Residents' Attitudes Toward Sustainable Tourism Development Using a Multi-Criteria Decision-Making Technique. <i>Iranian Journal Of Management Studies</i>, 585-607.	
İŞ DENEYİMİ	
Çalıştığı Kurumlar	▪ Aralık 2011 – ... Süperbilim Özel Eğitim Org. San. Tic. Ltd. Şti. - Firma Sahibi ▪ Kasım 2014 – Temmuz 2021 Antalya Büyükşehir Belediyesi - Proje Koordinatörü ▪ Eylül 2013 – Kasım 2014 Koppert Türkiye - Kalite ve Süreç Müdürü ▪ Ağustos 2012 – Temmuz 2013 Konya Büyükşehir Belediyesi - Başkan Danışmanı ▪ Temmuz 2004 – Mart 2009 TÜBİTAK - Bilim ve Toplum Programları Koordinatörü