

T.C.
MANİSA CELAL BAYAR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

YÜKSEK LİSANS TEZİ
REKREASYON ANABİLİM DALI
REKREASYON PROGRAMI



TURİZMİN ÇEŞİTLENDİRİLMESİ KAPSAMINDA SÖRF
OKULLARI : ÇEŞME – ALAÇATI ÖRNEĞİ

Alihan ÖZKAVAK

Danışman:
Doç. Dr. Melike ESENTAŞ DEVECİ

T.C.
MANİSA CELAL BAYAR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

YÜKSEK LİSANS TEZİ
REKREASYON ANABİLİM DALI
REKREASYON PROGRAMI

TURİZMİN ÇEŞİTLENDİRİLMESİ KAPSAMINDA SÖRF
OKULLARI : ÇEŞME – ALAÇATI ÖRNEĞİ

Alihan ÖZKAVAK

Danışman:
Doç. Dr. Melike ESENTAŞ DEVECİ

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans tezi olarak sunduğum “Turizm Çeşitlendirmesi Kapsamında Sörf Okulları: Çeşme - Alaçatı Örneği” adlı çalışmanın, tarafımdan bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin bibliyografyada gösterilen eserlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanmış olduğumu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

15.06.2023

Alihan ÖZKAVAK

ÖZET

TURİZMİN ÇEŞİTLENDİRİLMESİ KAPSAMINDA SÖRF OKULLARI : ÇEŞME – ALAÇATI ÖRNEĞİ

Rekreasyonel aktiviteler, bireylerin dinlendikleri, eğlendikleri ve yaparak yaşayarak öğrendikleri aktivitelerdir. Bu aktiviteler bireylerin psikolojik ve fiziksel iyi oluşlarına yardımcı olduğu düşünülmektedir. Dolayısıyla rekreatif aktivitelerin hayatımızdaki yeri ve önemi yadsınamaz. Bu çalışma, Çeşme Alaçatı bölgesinde yer alan sörf okullarının gözünden, Alaçatı beldesinin rekreasyonel turizm popülasyonunu incelemek, potansiyelini ortaya koymak ve gelişim için öneriler getirmeyi amaçlamaktadır.

Araştırmanın çalışma grubu amaçlı örneklem yöntemlerinden, benzeşik örnekleme yöntemi kullanılarak belirlenmiştir. Çalışmaya, Alaçatı beldesinde yer alan sörf okullarının üst düzey yöneticileri katılmıştır. Araştırmada nitel veri toplama aracı olarak görüşme yöntemi kullanılacaktır. Birinci bölümde araştırmacı tarafından hazırlanan kişisel bilgilere ilişkin (yaş, cinsiyet, medeni durum vb.) sorular, ikinci bölümde ise araştırmacı tarafından belirlenen yarı yapılandırılmış görüşme soruları yer almıştır.

Araştırmanın sonucunda elde edilen veriler betimsel ve içerik analizi kullanılarak NVIVO 10 paket programı ile modellemesi, tema ve alt temaların oluşturulup sunulması sağlanmıştır.

Araştırmada elde edilen bulgular ışığında araştırmaya katılım gösteren kadın ve erkek yöneticilerin 36-68 yaş arasında olduğu görülmüştür. Katılımcılara toplam 5 soru yöneltilmiştir. Bununla birlikte elde edilen bulgularda, sorulan sorulara ilişkin kısa başlıklar oluşturulmuş ve ticari rekreasyon, eğitim, popülerite, pandemi, coğrafi konum, konaklama, profesyonel başarı, uluslararasılaşma, sponsorluk, özgürlük ve yaşam tarzı vb. temalar ortaya çıkmıştır.

Sonuç olarak, Alaçatı bölgesinin dünyada sörf turizm bölgeleri arasında önemli bir konuma sahip olduğu, bu anlamda popüleritesinin korunabilmesi adına pazarlama alanında önemli çalışmaların yapılması gerekliliği ortaya çıkmıştır. Alaçatı özelinde, sörf turizminde kalifiye eleman eksikliği yaşandığı ifade edilmiştir. Bu eksikliğin giderilebilmesi adına, Spor Bilimleri Fakültelerinde yetişmiş, ön eğitimi almış, bireylerin sörf turizmine adaptasyon sürecinin daha rahat geçtiği belirtilmektedir. Dolayısıyla sörf okullarının yeterli kalifiye eleman kadrosuna sahip olması, istenilen hizmet kalitesine ulaşmasında önemli bir yere sahip olduğu gözlemlenmiştir.

Anahtar kelimeler: Rekreasyonel Turizm, Turizm Popülasyonu, Sörf, Nitel Araştırma

ABSTRACT

SURF SCHOOLS WITHIN THE SCOPE OF DIVERSIFICATION OF TOURISM: THE CASE OF ÇESME – ALAÇATI

Recreational activities are activities that individuals relax, have fun and learn by doing. These activities are thought to help individuals become psychologically and physically well. Therefore, the place and importance of recreational activities in our lives cannot be denied. This study aims to examine the recreational tourism population of Alaçatı town, to reveal its potential and to make suggestions for development through the eyes of surf schools in Çeşme Alaçatı region.

The study group of the research was determined by using the homogeneous sampling method, one of the purposeful sampling methods. Top managers of surf schools in Alaçatı town participated in the study. Interview method will be used as a qualitative data collection tool in the research. In the first part, there were questions about personal information (age, gender, marital status, etc.) prepared by the researcher, and in the second part, semi-structured interview questions determined by the researcher.

The data obtained as a result of the research were modeled with the NVIVO 10 package program by using descriptive and content analysis, and themes and sub-themes were created and presented.

In the light of the findings obtained in the research, it was seen that the male and female managers participating in the research were between the ages of 36-68. A total of 5 questions were asked to the participants. However, in the findings obtained, short titles were created regarding the questions asked, and commercial recreation, education, popularity, pandemic, geographical location, accommodation, professional success, internationalization, sponsorship, freedom and lifestyle etc. themes emerged.

As a result, it has emerged that Alaçatı region has an important position among surfing tourism regions in the world, and in this sense, it is necessary to carry out important studies in the field of marketing in order to maintain its popularity. It has been stated that there is a lack of qualified personnel in surfing tourism in Alaçatı. In order to overcome this deficiency, it is stated that the adaptation process to surfing tourism is more comfortable for individuals who have been trained in the Faculties of Sports Sciences and have received pre-training. Therefore, it has been observed that surf schools have sufficient qualified personnel and have an important place in reaching the desired service quality.

Key words: Recreational Tourism, Tourism Population, Surf, Qualitative Research

TEŞEKKÜR

Bu çalışmanın gerçekleşmesinde, kıymetli bilgilerini benimle paylaşan, çok değerli zamanını ayırıp büyük bir sabır ve ilgiyle bana faydalı olabilmek için elinden gelenin fazlasını sunan, her ihtiyacıma içtenlikle karşılık veren, güler yüzünü ve samimiyetini benden hiç esirgemeyen çok kıymetli danışman hocam saygıdeğer Doç. Dr. Melike ESENTAŞ DEVECİ'ye, teşekkürü bir borç bilirim.

Ayrıca Lisans ve Yüksek Lisans eğitimim boyunca engin bilgi ve tecrübeleri ile bana sürekli destek olan, kendisi ile çalışmaktan büyük onur duyduğum sevgili hocam Prof. Dr. Sayın Pınar GÜZEL GÜRBÜZ'e, yüksek lisans eğitimi tez sürecimde desteğini, bilgi ve tecrübelerini esirgemeyen Doç. Dr. sayın Hulusi ALP'e ve bu süreçte bana koşulsuz destek veren değerli arkadaşım Ezgi ABAY BEŞİKÇİ'ye sonsuz teşekkür eder, saygılarımı sunarım.

Son olarak çalışmalarım sırasında manevi desteğini her zaman hissettiğim en değerli arkadaşım, eşim Rabia ÖZKAVAK'a ve öğrenim hayatım boyunca beni maddi ve manevi olarak destekleyen ve hep yanımda olan aileme yürekten teşekkür ediyor, şükranlarımı sunuyorum.

Alihan ÖZKAVAK

Manisa,2023

İÇİNDEKİLER

Yemin Metni.....	i
Özet	ii
Abstract	iii
Teşekkür	iv
İçindekiler.....	v
Kısaltmalar Listesi.....	viii
Tablolar Listesi.....	viii
Şekiller Listesi.....	viii
Modellere İlişkin Şekiller.....	viii
Ekler Listesi.....	viii

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞ

1.1. Problem Cümlesi.....	2
1.2. Araştırmanın Amacı	3
1.3. Araştırmanın Önemi.....	3
1.4. Sınırlılıklar	4
1.5. Sayıtlar	4
1.6. Tanımlar	4

İKİNCİ BÖLÜM

GENEL BİLGİLER

1.1. Turizm Ve Turizmin Çeşitlendirilmesi	6
1.1.1. Turizm Kavramı.....	6

1.1.2. Turizmin Özellikleri.....	6
1.1.3. Turizmin Çeşitleri	7
1.1.3.1. Katılan Kişi Sayısına Göre Turizm Çeşitleri	8
1.1.3.2. Yaşa Göre Turizm Çeşitleri	9
1.1.3.3. Ziyaret Edilen Yerlere Göre Turizm Çeşitleri	11
1.1.3.4. Katılımcıların Ekonomik Güçlerine Göre Turizm Çeşitleri	11
1.1.3.5. Katılanların Amacına Göre Turizm Çeşitleri.....	12
1.1.3.6. Turizmin Gerçekleştirildiği Döneme Göre Turizm Çeşitleri.....	15
1.1.3.7. Kullanılan Ulaşım Aracına Göre Turizm Çeşitleri	16
1.2. Rekreasyon Turizmi.....	17
1.2.1. Rekreasyon-Turizm İlişkisi.....	17
1.2.2. Rekreasyon Turizmi	18
1.3. Turizmin Çeşitlendirilmesinde Rekreasyonun Rolü	19
1.4. Türkiye’de Turizmin Çeşitlendirilmesi.....	20
1.4.1. Çeşme - Alaçatı’da Turizm	21
1.4.2. Alaçatı’da Sörf Turizmi	24

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

YÖNTEM

3.1. Araştırma Modeli	26
3.2. Çalışma Grubu.....	26
3.3. Veri Toplama Aracı.....	27
3.3.1. Kişisel Bilgi Formu	27
3.3.2. Görüşme Tekniği	29

3.3.3. Araştırma Etiği	30
3.4. Verilerin Toplanması.....	30
3.5. Verilerin Analizi.....	30
3.6. Geçerlilik Güvenirlilik	31

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

BULGULAR

4.1. Katılımcıların Kişisel Bilgilerine İlişkin Bulgular	32
4.2. Görüşme Sorularına İlişkin Bulgular	32

BEŞİNCİ BÖLÜM

Tartışma ve Sonuç	45
-------------------------	----

ALTINCI BÖLÜM

ÖNERİLER

6.1. Araştırmacılara Öneriler.....	58
6.2. Kurumlara Öneriler	58
Ekler	69

Kısaltmalar Listesi

UNWTO: Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü

TMOK: Türkiye Milli Olimpiyat Komitesi

TDK: Türk Dil Kurumu

Tablolar Listesi

Tablo 1. Katılımcıların Kişisel Bilgiler

Tablo 2. Sörf.....gibidir. Çünkü,.....

Şekiller Listesi

Şekil 1. Turizm Çeşitleri

Şekil 2. Katılan Kişi Sayısına Göre Turizm Çeşitleri

Şekil 3. Yaşa Göre Turizm Çeşitleri

Şekil 4. Katılımcıların Ekonomik Güçlerine Göre Turizm Çeşitleri

Şekil 5. Turizmin Gerçekleştirildiği Döneme Göre Turizm Çeşitleri

Şekil 6. Kullanılan Ulaşım Aracına Göre Turizm Çeşitleri

Şekil 7. İzmir İli ve Çeşme İlçesinin Konumu

Şekil 8. Çeşme'nin Yüzey Şekilleri

Şekil 9. Alaçatı'nın Turistik Çekicilikleri

Modellere İlişkin Şekiller

Şekil 1. Sörf Okulu Hizmetleri

Şekil 2. Alaçatı'nın Sörf Turizmine Bakış Açısı ve Potansiyeli

Şekil 3. Kurumsal Marka Değeri Oluşturmak İçin Yapılan Çalışmalar

Şekil 4. Alaçatı Organizasyonlara Ev Sahipliği Yapılamamasına İlişkin Görüşler

Ekler Listesi

Ek 1. Etik Kurul Onay Belgesi

Ek 2. Araştırma Gönüllü Katılım Formu

Ek 3. Kişisel Bilgi Formu ve Görüşme Sorula

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞ

Son yıllarda yaşanan pandemi krizi bize bir kez daha gösterdi ki, serbest zamanlarımızda yaptığımız aktiviteler, bizlerin yaşam kalitesini doğrudan etkilemektedir. Dolayısıyla rekreasyonel aktivitelerin hayatımızdaki yeri ve önemi yadsınamaz.

Karaküçük (2008)'e göre rekreasyon; insanın ağır çalışma yaşamı, tek düze ve rutinleşmiş yaşam stili veya çevresel olumsuzluklardan etkilenen fiziksel ve zihinsel sağlığını yeniden kazanarak korumak, duyuşal tatmin amacıyla doyum sağlama, iş ve mecburi ihtiyaçlar dolayısıyla ayrılan zamanın haricinde kalan bağımlı ve bağlantılı olmayan serbest zaman içerisinde, bireylerin isteği doğrultusunda ve gönüllü bir şekilde kişisel veya grup olarak meydana getirilen etkinliklerin tümüne verilen isimdir.

Bireyler kendilerine ait serbest zamanlarında çeşitli amaçlarla faaliyetlere dâhil olmaktadır. Bu faaliyetler mevcut ortamdan uzaklaşmak, çalışma yaşamından uzaklaşmak, farklı heyecanlar deneyimlemek gibi çeşitli sebeplerle olabilmektedir. Faaliyetlerin gerçekleştirildiği mekânlar da yine açık ve kapalı alan, aktif ve pasif, şehir içi ve şehir dışı ve ev içi ve ev dışı gibi serbest zamana yönelik değişiklik göstermektedir (Şimşek ve ark., 2012).

Rekreasyonel faaliyetlere dâhil olarak serbest zamanlarını verimli geçiren kişilerin özellikle bedensel, zihinsel ve sosyal gelişimi destekleyen faaliyetler ile ilgilenmesinin sonucu olarak, kişilerde sağlıklı yaşam, bedensel ve zihinsel sağlığın korunması, desteklenmesi ve geliştirilmesi gibi sonuçlarla birlikte yaşam kalitesinde artış olduğu söylenmektedir. Bu sebeple aktif serbest zaman bilincinin değerinin altı çizilmeli ve rekreatif faaliyetlerin hayata geçirilebileceği etkinlik merkezleri, eğlenme ve dinlenme alanlarıyla ilgili olan plan ve toplum merkezli proje sayıları ve uygulanabilirlikleri artırılması elzemdir. Rekreasyon alanlarında rekreasyon hizmeti sağlayan kuruluşların insanları rekreatif faaliyetlere katılımını teşvik etmede önemli olduğu söylenebilir. Katılımın teşvik turizm rekreasyonu aracılığıyla uygulanabilmektedir. Rekreasyon turizmiyle önemli bağları olan bir kavramdır (Çalıküşu ve Güzel, 2020).

Turizm kavramının rekreasyon alanı için önemini daha iyi anlayabilmemiz için turizmi kavramsal açıdan incelediğimizde;

Sezgin (1995) yayınladığı çalışmasında turizmi; Düzenli yaşanan mekân

dışında, tüketicilerin tatil, kültür, eğlence, dinlenme gibi ihtiyaçların karşılanması amacı ile gerçekleştirilen geçici konaklama ve seyahat etme faaliyeti olarak tanımlamıştır. Bu faaliyetlere net sınırlama getirmemekle beraber en yaygın olanları gezme görme, merak ve macera arayışı, aile ziyareti, dinlenme ve eğlenme, kültür, güzeli yakalama, sağlık, spor ve doğayla bütünleşme, din, kongre ve çalıştaylara katılım olarak çeşitlendirilebilir (Aktaş, 2002).

Olafsdottir(2013)'e göre, turizm sektöründe en hızlı gelişen ve büyüyen rekreatif turizm çeşitlerinin başında açık alanda yapılan deniz turizmi (su sporları, kano, sörf gibi) faaliyetlerinin geldiği söylenebilir. Ayrıca Joel ve Haveman (1997)'a göre, turistlerin bir bölgeyi tercih etmelerinde ve bölgenin gelişmesinde yerel yönetimlerin katkısı kadar bölgede sunulan rekreatif faaliyetlerin/hizmetlerin de önemi bulunmaktadır. Dolayısıyla turizm faaliyetlerinin önemli bir bölümünün rekreasyon tabanlı olması, turizm sektörü için önemli fırsatlar barındırmaktadır.

Türkiye’de turizm potansiyelini arttırılabilecek yerleri benimseyen ilçelerin başında şüphesiz Çeşme’nin olduğu söylenebilir. Çeşme’nin halihazırda turizm potansiyeline katkı verebilecek turizm çeşitlerinden önemli olanlarından biri de rekreasyon turizmi olarak belirtilmektedir (Çalıkuşu ve Güzel, 2020).

Çeşme özelinde yapılan çalışmalar, çeşme yarımadasının popülaritesinin her geçen yıl artarak devam ettiğini, buna bağlı olarak bölgede rekreasyonel hizmet sağlayan işletmelerin de sayısında artışların yaşandığını göstermektedir. Bu artışların ve popülaritenin yaşandığı alanlardan biri de sörf merkezleri olarak karşımıza çıkmaktadır. Bölgede 2023 itibariyle 14 sörf okulu hizmet vermektedir ve bu sörf okullarındaki rekreasyonel aktivite çeşitliliği son yıllarda su sporlarıyla sınırlı kalınmayarak, birçok açık alan rekreasyonel aktivitelere(Windsurf, Kitesurf, Wingfoil vb.) önem verildiği görülmüştür.

Tüm bu bilgiler ışığında, Alaçatı beldesindeki sörf okullarının gözünden beldenin rekreasyonel turizm popülasyonunu incelemek, potansiyelini ortaya koymak ve gelişim için öneriler getirmek, gerek alanyazına katkısı, gerekse son yıllardaki popülaritesine ışık tutması açısından literatür için önemli ve gerekli olduğu düşünülmektedir.

1.1. Problem Cümlesi

Bu çalışmanın problemi “Turizmin çeşitlendirilmesi kapsamında Çeşme, Alaçatı bölgesinde yer alan sörf okullarının yeri, önemi ve geleceği nedir?” şeklinde ifade

edilebilir.

1.2. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı, Çeşme- Alaçatı bölgesinde yer alan sörf okullarının gözünden, Alaçatı beldesinin rekreasyonel turizm popülasyonunu incelemek, potansiyelini ortaya koymak ve gelişim için öneriler getirmektir.

1.3. Araştırmanın Önemi

Son yıllarda yaşanan pandemi süreci bize bir kez daha gösterdi ki, serbest zamanlarda yapılan aktiviteler, kişilerin yaşam kalitesini doğrudan etkilemektedir. Dolayısıyla rekreasyonel aktivitelerin hayatımızda önemli bir yeri olduğu söylenebilir. Pandemi sürecinin ardından, turizm sektöründeki arz - talep değerlerinde beklenen seviyenin üzerine çıkılması, aynı zamanda bizlere bireylerin rekreasyonel amaçlı seyahatlere özlemine ve bu doğrultuda özgürlüğe olan ihtiyaçlarını göstermiştir. Bu bağlamda ülkemizin dört bir yanında hizmet veren rekreasyonel turizm merkezlerinin, turizmin çeşitlendirilmesi kapsamında incelenmesi, değerlendirilmesi ve gelişimleri için öneriler getirilmesi elzem bir ihtiyaç haline gelmiştir.

Çeşme özelinde yapılan çalışmalar bizlere çeşme yarımadasının popülaritesinin her geçen yıl artarak devam ettiğini, buna bağlı olarak bölgede rekreasyonel hizmet sağlayan işletmelerin de sayısında artışların yaşandığını göstermektedir. Bu artışların ve popülaritenin yaşandığı alanlardan biri de sörf merkezleri olarak karşımıza çıkmaktadır. Bölgede 2023 itibarıyla 14 sörf okulu hizmet vermektedir ve bu sörf okullarındaki rekreasyonel aktivite çeşitliliği son yıllarda su sporlarıyla sınırlı kalınmayarak, birçok açık alan rekreasyonel aktivitelere önem verildiği görülmüştür.

Tüm bu bilgiler ışığında, Alaçatı beldesindeki sörf okullarının gözünden beldenin rekreasyonel turizm popülasyonunu incelemek, potansiyelini ortaya koymak ve gelişim için öneriler getirmek, gerek alanyazına katkısı, gerekse son yıllardaki bu popülariteye ışık tutması açısından literatür için önemli ve gereklidir.

Genel olarak bakıldığında ülkemizde rekreasyonel turizmin çeşitlendirilmesine ilişkin alanyazında az kaynak olduğu görülmektedir. Bu bağlamda ortaya konulması planlanan bu araştırmanın elde edilecek veriler ile rekreasyon alanında çalışan bireylere katkı sağlayacağı ve Türkçe literatürde gelecek araştırmalara değer katacağı düşünülmektedir.

1.4. Sınırlılıklar

Bu araştırma, Çeşme – Alaçatı bölgesinde yer alan ve bünyesinde rekreatif etkinlikler gerçekleştiren sörf okullarının kadın- erkek yöneticileri ve işletmenin sahibi olan kişiler sınırlandırılmıştır.

1.5. Sayıtlar

- Araştırmada kullanılmak üzere düzenlenen görüşme sorularının, araştırmanın amacına hizmet ettiği varsayılmıştır.
- Araştırmaya dâhil edilen kişilerin, bu araştırmada uygulanan görüşme sorularına kendi istekleri doğrultusunda dürüst ve içtenlikle yanıt verdikleri varsayılmıştır.

1.6. Tanımlar

Serbest Zaman: Meurs & Kalfs (2000) “Serbest zamanı” geniş anlamda, bir kişinin gelecekteki refahını sağlamaya ayırmadığı her zaman, olarak tanımlamaktadır (aktaran, Yavaş Tez, Güzel Gürbüz ve Esentaş Deveci, 2022).

Bu bakış açısına ek olarak serbest zaman aynı zamanda Veal (1992) tarafından, genellikle zorunlu olmayan zaman ve istekli iyimserlikle karakterize edilen bir ruh halidir. Kapsamlı aktivite içerebilir veya aktivite olmayabilir. Anahtar bileşen, kişinin çevresindeki unsurlarla barışçıl ve üretken olmasını teşvik eden bir tutum olarak aktarılmaktadır.

Rekreasyon: Hacıoğlu, Gökdeniz ve Dinç (2015) Rekreasyonu, bireylerin serbest zamanlarında, dinlence, eğlence ve tatmin amaçlı motivasyonlarıyla beraber gönüllü katılım sağladıkları faaliyetler olarak tanımlamıştır.

Bir başka tanıma göre rekreasyon, bir çeşit etkinlik ya da etkinlikler bütünüdür, tek ya da grup halinde katılım gösterilebilir, bu tip faaliyetlere katılım göstermek psikolojik ve fizyolojik gelişmelere yol açar, etkinliklere katılmada gönüllülük esastır (Ergül, Alp ve Çamlıyer, 2015).

Ayrıca başka bir çalışmada Rekreasyon, bireylerin boş zamanlarında, dinlence, eğlence, kişisel gelişim amacıyla ve haz arayışıyla tüm yükümlülüklerinden kurtulup,

gönüllü bir şekilde dahil oldukları, sosyal ve fiziki ihtiyaçlarından meydana gelen, güzel sanatlar, müzik, spor, turizm, drama, seyahat ve bunun gibi faaliyetler, şeklinde tanımlanmıştır (Hurd, Anderson ve Mainieri, 2021).

Turizm: Hazar (2007)'a göre turizm, bireylerin gezme, görme, bilinmeyenleri keşfetme, eğlenme, dinlenme, spor ve alışveriş gibi iş hayatının dışında kalan, turistik amaçlar doğrultusundaki kısa seyahatler ve seyahatleri boyunca en az bir defa gece konaklamaları ve işletmelerin bünyesinde bulunan ürünleri satın almalarıyla gerçekleşen faaliyetler ve ilişkiler bütünüdür.

Rekreasyon Turizmi: İnsanların serbest zamanlarını değerlendirme amacıyla rekreatif faaliyetlere dahil olmak üzere düzenli kaldıkları yerlerin dışına seyahat etmeleriyle gerçekleşen turizm faaliyetleri şeklinde açıklanmıştır (Hazar, 2014).

Turizm Çeşitlendirmesi: Kulu (1994)'ya göre, turizm piyasasında turistik ürünleri veya hizmetleri sağlayan işletmelerin; güncel turizm piyasası payını arttırmak amacıyla, çeşitli yol ve yöntemlerle turizm talebini arttırma ve çeşitlendirme yönündeki çalışmaları turizmin çeşitlendirilmesi olarak tanımlanmaktadır.

Bir diğer tanıma göre ise turizm çeşitlendirmesi, ülkeler ya da işletmeler tarafından turizmin pazar payını genişletmek, iç-dış rekabet unsurlarına uyumu sağlamak ve gittikçe artış gösteren talebe yanıt verme için bazı yol ve yöntemlerle turizm talebini arttırma ve çeşitlendirme yönündeki tüm uygulamalar olarak tanımlanmıştır (Yürük,1999).

İKİNCİ BÖLÜM

GENEL BİLGİLER

1.1. TURİZM VE TURİZMİN ÇEŞİTLENDİRİLMESİ

1.1.1. Turizm Kavramı

Bayer (1992)'e göre turizm sözcüğünün kökeni Latince olup, Latince'de net bir yerin çevresinde dönmeyi, dolaşmayı ifade eden “tornare” ek olarak Yunanca'daki “tornos” kelimesinden günümüzde İngiliz ve Fransız dillerinde de sürekliliğini sağlayan “tour” sözcüğünden türetilmiştir. Tour sözcüğü, “başlangıçtaki konuma dönme koşuluyla gerçekleştirilen seyahat” anlamına taşımaktadır. Tour sözcüğünden ise tur yapan anlamı taşıyan turist ve tur yapma faaliyetine eş gelen turizm kelimeleri türetilmiştir.

Güncel anlamıyla “turizm” ve “turist” kavram olarak 19. yüzyılın başlarında İngiliz dilinde yer edinmiştir. Turizmin gelişimi hız kazanmış ve 19. yüzyılın sonlarına ve hatta 20. yüzyılın başlarında ekonomik bir gösterge özelliği kazanmış ve bilimsel olarak tartışılmaya başlanmıştır (Toskay, 1989).

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO), (2009)'nun tanımına göre turizm, insanların serbest zamanlarını değerlendirmek için, iş ya da başka nedenlerle, bir yıldan uzun sürmeyecek şekilde ikamet ettikleri yerlerin dışındaki yerlere seyahat etmeleri ve burada konaklamaları olarak belirtilmiştir.

Charles, Goeldner ve Brent Ritchie (2009) yapmış oldukları bir çalışmada ise turizmi, turistler ve diğer ziyaretçiler için beldenin çekiciliğinin artırılması, turistlerin konaklama, iletişim, ulaşım, gibi ihtiyaçlarının giderilmesi ve bunların yönetilmesini içeren; turistler, turizm tedarikçileri, yerel toplum ve yerel yönetimler arasındaki ilişkiler ve etkileşimden doğan süreçler ve faaliyetler olarak belirtilmektedir.

Türk Dil Kurumu (2023) 'na göre Genel Türkçe Sözlüğü' nde “turizm” sözcüğü, dinlenme, görme, eğlenme, tanıma gibi amaçlara yönelik gerçekleştirilen bir ülkeye gezi ya da bir bölgeye turist çekmek için yapılan ekonomik, kültürel, teknik önlemler ve yapılan çalışmaların tamamı olarak tanımlanmıştır.

1.1.2. Turizmin Özellikleri

Sosyo-ekonomik, dini, kültürel ve siyasal olarak çeşitli görüşlerle incelendiğinde turizm kavramıyla ilgili olarak farklı tanımlar karşımıza çıkmaktadır. Tanımlardan da görüldüğü

üzere, farklı görüşler turizm kavramının farklı özelliklerini ortaya koymaktadır. Buradan hareketle, turizmin özellikleri genel çerçevede aşağıdaki şekilde sıralamak mümkündür (Hazar, 2014; Karaküçük, 2016; Çalığıuşu ve Güzel, 2020).

- ✓ Turizm, kişilerin çalışma ve maddi kazanç dışında kalan amaçlarla geçici seyahatleriyle ilintilidir.
- ✓ Boş ve serbest zaman değerlendirme faaliyetleri ile ilişkilidir.
- ✓ Bireylerin düzenli konakladıkları mekânların dışında gerçekleşmesiyle beraber, kalıcı yerleşme amacı olmayan bir etkinliktir.
- ✓ Özgür bir ortamda ve kendi isteği doğrultusunda gerçekleştirilen etkinliklerdir.
- ✓ Çok farklı hedeflerle uygulanabilmektedir.
- ✓ Bireysel ya da grup olarak uygulanabilmektedir.
- ✓ Turistlerin seyahatleri boyunca mal ve hizmet gereksinimleri, buna ek olarak turizm işletmelerinin ihtiyaçları arasında gösterilen altyapı ve üstyapı yatırımları gereklilikleri sebebiyle ekonomik bir nitelik taşımaktadır.
- ✓ Yalnızca seyahatler ve konaklamalardan oluşan etkinlik türü olmamasının yanında, seyahatler ve konaklamaların meydana getirdiği işletmeler, kurumlar, davranışlar ve faaliyetlerden oluşan bir endüstridir.
- ✓ Mevsimlerin gereklilikleri doğrultusunda gerçekleştirilmektedir.
- ✓ Hizmetlerin neredeyse tamamı kişilerce uygulandığından, istihdam alanı yaratan yoğun bir endüstridir.
- ✓ Psikoloji, sosyoloji, coğrafya, hukuk, işletmecilik, ekoloji, tarih vb. bilim dallarıyla yakından etkileşimde bulunur.

1.1.3. Turizmin Çeşitleri

UNWTO'ya göre, turizm sektörü yatırım alabilecek farklı 300 turizm çeşidi mevcuttur. Türkiye'deyse turistik ürün farklılığı üzerinde araştırmalar gerçekleştiren Speciality Travel'e göre, 85 farklı turizm ürünü turistlerin hizmetine sunulabilir (Akgöz, Göral ve Gürsoy, 2014). Bu da bize turizm çeşitlerini sayısı bakımından spesifik tanımlardan ziyade genel özellikleri bakımından sınıflandırmanın daha doğru bir yaklaşım olacağını göstermektedir. Örneğin; Çeşmenin tarihi dokusunu incelemek isteyen bir turist aynı zamanda sörf sporuna ilgi duyup deneyimlemesi turizm çeşitleri arasında birkaçının içine girecek etkinlikler gerçekleştirmesini sağlayacaktır.

Literatür incelendiğinde, turizm faaliyetleri katılan kişi sayısına, katılımcı yaşlarına,

katılımcıların sosyo-ekonomik durumlarına, ne zaman gerçekleştirildiği döneme, ziyaret edilen yerlere, katılanların amacına ve kullanılan ulaşım aracına göre çeşitli şekillerde sınıflandırılabilir (Çalığıuşu ve Güzel, 2020).



1.1.3.1. Katılan Kişi Sayısına Göre Turizm Çeşitleri

Bireyler, turizm etkinliklerine bireysel, grup veya toplu olarak dâhil olurlar. Kişi sayısına göre turizm üç ana hatta karşımıza çıkmaktadır.



Şekil 2. Katılan Kişi Sayısına Göre Turizm Çeşitleri (Garda, 2014)

Bireysel turizm: Dinçer (1993)'e göre bireysel turizm, insanların bireysel olarak, hiçbir grup faaliyetine katılım göstermeden bireysel etkinlikler düzenledikleri turizm çeşididir. Bireyler yeni deneyimler yaşama, çeşitli mekanlara dahil olma, macera arama, mevcut düzenden ayrılarak uzaklaşma gibi sebeplerle bireysel turizme yönelmek olarak tanımlanmıştır.

Bununla birlikte bireysel turizm çoğunlukla gençler, öğrenciler veya yeni mezunlar arasında tercih edilmektedir. Aynı zamanda, bireysel turizm erkekler açısından daha yaygın tercih sebebi iken, son zamanlarla kadınların da bireysel turizm faaliyetlerine katılım sıklığının arttığı gözlemlenmekte olduğu belirtilmektedir. (Kozak, Kozak, Ahipaşaoğlu ve Maviş, 2012).

Grup turizmi: Hazar (2007)'a göre grup turizmi, tanış olan kişilerin bir araya gelip, grup halinde ve daha önceden hazırlanmış bir program dahilinde turizm etkinliklerine katılım göstermeleri olarak ifade edilmiştir.

Kitle turizmi: Kitle turizmi ise, bireylerin farklı turizm kuruluşlarınca hazırlanan paket turlar dâhilinde seyahat etme şeklidir. Kitle turizminde, mevcut gruplardaki kişi sayıları oldukça yüksek olup, gruplarda da süreklilik gözlenmektedir. Bu açıdan kitle turizmi ile grup turizmi arasında farklılık olduğu söylenmektedir (Garda, 2014).

1.1.3.2. Yaşa Göre Turizm Çeşitleri

Katılımcıların yaş gruplarına göre turizm, gençlik turizmi, yetişkin (orta yaş) turizmi ve üçüncü yaş turizmi olarak sıralanabilmektedir.



Şekil 3. Yaş'a Göre Turizm Çeşitleri (Çalikuşu ve Güzel, 2020)

Gençlik turizmi: 15 ve 24 yaşları arasındaki bireylerle birlikte ailesi veya yakınları olmaksızın özgür iradeleriyle turizm faaliyetlerine katılım sağlamaları olarak tanımlanmaktadır. Gençlik turizmi diğer türlerle kıyaslandığında farklı özellikler göstermektedir. Gençlerin maceraya ve değişime açık olmalarından dolayı turizm etkinliklerine katılım sıklıkları diğer yaş gruplarına oranla daha yüksek olduğu söylenebilir. Aynı zamanda genç bireyler diğer gençlerle etkileşime geçebilecekleri sade ve indirimli konaklama alanları bulunan işletmeleri tercih etmektedir. Sonuç olarak gençlik turizmi için sade, ekonomik ve sosyal bir yapı elzem olarak görülmektedir (Akat, 1997).

Yetişkin (orta yaş) turizmi: Altınöz (2010)'e göre yetişkin turizmi, 25-60 yaş arası bireylerin dâhil oldukları turizm faaliyetleri yetişkin turizmi olarak adlandırılmaktadır. Bu turizm çeşidinde mevcut kişiler genellikle ağır çalışma temposuna sahiptir. Bu kişilerin ulaşimleri, seyahat zamanlamaları, aylık gelirleri ve konaklama tercihleri, ekonomik şartları, katılımcıların mesai koşulları ve bunun gibi birçok durumdan etkilenmektedir. Bu faktörlerden dolayı turizme katılma zamanları da çoğunlukla yaz aylarında gerçekleşmektedir.

Üçüncü yaş turizmi: Yıldırım (1997)'a göre üçüncü yaş turizmi, 50 yaş ve üzeri kişilerin konaklamaları, çalıştıkları ve her zamanki ihtiyaçlarını giderdikleri mekanların dışına gerçekleştirdikleri seyahatlerdir. Bu seyahatleri sırasında çoğunlukla turizm

firmalarının ürettiği mal ve hizmetleri talep ederek geçici olarak konaklamalarından meydana gelen ilişkiler bütünü şeklinde tanımlamıştır.

Bu tanımda yaş sınırı 50 olarak belirtilse de insan ömrü uzadığı müddetçe ve daha kaliteli hale geldikçe mevcut yaş sınırının artması ön görülebilmektedir (Aydemir, ve Kılınç, 2017).

Bu gruptaki bireyler için temizlik ve sağlık hizmetleri, ulaşım kolaylığı, ücretleri düşük konaklama, rahatlık ve sakinlik ön plana çıkmaktadır (Hazar, 2007).

1.1.3.3. Ziyaret Edilen Yerlere Göre Turizm Çeşitleri

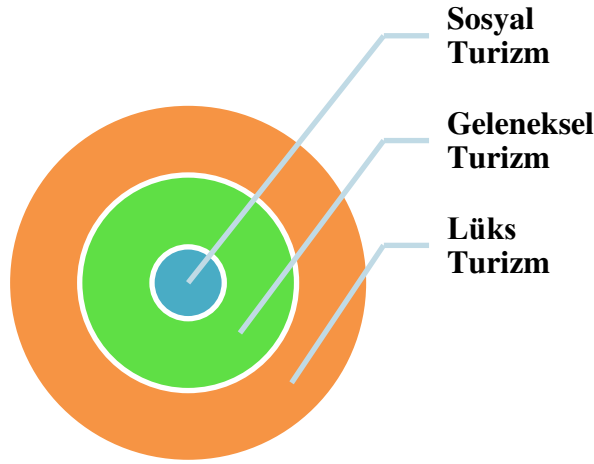
Katılımcının konakladığı ülke içerisinde bir turizm etkinliğine katılıp katılmamasına göre iç turizm ve dış turizm olarak iki ana başlıkta sınıflandırmak mümkündür.

İç turizm: İç turizm, bireylerin ülke sınırları içinde turizm amaçlı seyahat ederek konaklama yaptıkları ve bu etkinliklerle ilgili faaliyetleri temsil eder. İç turizm, pasaport, vize, yabancı dil bilgisi veya orta ve üst düzeyde ekonomik güce sahip olmayı gerektirmez. Bu nedenle iç turizm, döviz getirici etkisi bakımından ulusal düzeyde etkili olmayabilir, ancak turizmin gerçekleşeceği yörelerde ekonomik bir akış sağlayarak ülke içindeki ekonomik refahın artmasına önemli katkılarda bulunur. Ayrıca, iç turizm, toplumun kendi ülkesinin doğal, sosyal, tarihi ve kültürel değerlerini tanımasını ve deneyimlemesini sağlayarak, toplumsal anlamda ülke içinde sosyal fayda yaratır ve turizm farkındalığının artmasına katkı sağlar (Kozak ve diğerleri, 2012).

Dış turizm: Garda (2014)'ya göre dış turizm, insanların ülkeleri dışında planlayıp uyguladıkları turizm etkinliklerinin tamamını oluşturmaktadır. Dış turizmin döviz giriş ve çıkışına neden olmasının ekonomik etkileri, ülkelerin ödemeler dengesi bakımından elzem bir konu olarak belirtilmektedir. Uluslararası turizm şeklinde de tanımlanabilen dış turizmin ülkeler arasında barış ortamının oluşmasında, farklı kültürlerin öğrenilmesinde, kültürlerarası yakınlık kurulmasında ve farklı kültürlerle saygı gösterme farkındalığının oluşmasında toplumsal olarak faydalarının bulunduğu belirtilmiştir.

1.1.3.4. Katılımcıların Ekonomik Güçlerine Göre Turizm Çeşitleri

Bireylerin ekonomik güçlerine göre turizm, sosyal, geleneksel ve lüks turizm olarak sınıflandırılabilir.



Şekil 4. Katılımcıların Ekonomik Güçlerine Göre Turizm Çeşitleri (Garda, 2014)

Sosyal turizm: Ekonomik koşullar açısından incelendiğinde sınırlı imkânlarla sahip olan bireylerin uygun ve özendirici imkânlar sunan indirim, kredi veya taksit olanakları yoluyla turizm faaliyetlerine katılım göstermeleri ile gerçekleşen turizm türüdür. Günümüzde gelir seviyesinin yanında fiziksel ve zihinsel olarak da sınırlı olan insanların turizm faaliyetlerine katılımlarının motive edilmesi sosyal turizmin bir parçası olarak düşünülmektedir (Öztaş, 2002).

Geleneksel turizm: Orta düzey gelir seviyesi olan bireylerin katılımlarıyla gerçekleşen turizm türüdür. Orta sınıf turizmi şeklinde de belirtilmektedir (Çalıküşu ve Güzel, 2020).

Lüks turizm: Hazar (2007)'a göre lüks turizm yüksek gelir seviyesine sahip bireylere özgü turizm faaliyetleridir. Bu insanlar kişilere özel planlanmış, hızlı ve konforlu ulaşım imkânı sağlayan, kişisel zevklerin göz önünde bulunduğu, sıradan yaşam ritüellerini turizm etkinliği sırasında da uygulayabilen turizm faaliyetlerini ve kuruluşlarını tercih etmektedirler.

Avcılık faaliyetleri, golf, yatçılık faaliyetleri, su altı dalışı ve hava sporları gibi faaliyetleri lüks turizm çatısı altında belirtilebilecek etkinlikler arasında sayılabilir.

1.1.3.5. Katılanların Amacına Göre Turizm Çeşitleri

Turizm faaliyetlerine katılan kişiler, kendi amaçları doğrultusunda hareket etmektedirler. Bu bağlamda, insanları turizm faaliyetlerine yönlendiren amaçlara bağlı olarak çeşitli turizm türleri örnek olarak verilebilir. Spor, inanç, dinlenme, kültür, eğlence, sağlık, av, deniz, macera, yayla ve dağ, kongre, termal ve çiftlik turizmi bu amaçlara örnek

olarak gösterilebilir. Aşağıda ise bu turizm faaliyetlerinden bazılarına ilişkin bilgiler yer almaktadır

Spor turizmi: Sporun ilk hedefi fiziksel aktivite yönlendirmek, performans, sağlık, psikososyal gelişim ve motor becerileri gibi alanlarda gelişim sağlamaktır. Bununla birlikte spor yapmak, yeni sosyal çevreler edinme, bir topluluğun parçası olma, sosyal norm ve tutumlar oluşturma, kimlik oluşturma ve aidiyet duygusu geliştirme şansı sağlamaktadır (Salar ve Alp, 2021).

Öztürk ve Yazıcıoğlu (2002) tarafından ifade edildiği üzere, kişilerin konakladıkları bölgeden ayrılarak seyahat etmeleri ve spor yapma, eğlenme veya bir spor müsabakasını izleme amacıyla turizm faaliyetine katılmaları söz konusudur.

Doğa sporları gibi dağcılık, rüzgar sörfü, dalga sörfü, rafting, yamaç paraşütü, yelken, kayak, dalgıçlık, av gibi farklı turizm türleri alanyazında sınıflandırılmıştır. Ancak, bu tüm turizm faaliyetlerinin temelinde, bireylerin sporun çeşitli dallarına olan ilgileri ve tutkuları yer almaktadır. Bu nedenle, genel olarak spor turizmi çatısı altında değerlendirilebilir (Şebin, 2009).

İnanç turizmi: Hazar (2007)'a göre inanç turizmi, kişilerin dini inançları vesilesiyle kutsal olarak addedilen mekânları görme, dini vecibelerini yerine getirme, ziyaret etme, dini törenleri izleme ve katılma gibi amaçlarla turizm etkinliklerine dahil olmaları ile meydana gelen turizm çeşidi olarak belirtilmektedir.

Kültür turizmi: Akgül (2003) tarafından tanımlanan kültür turizmi, yaşadıkları kişiler, geçmişten günümüze ulaşmış mimari, sit alanı ve tarihi geçmişlere sahip mekanları ziyaret ederek, diğer insanların kültürlerini, yaşam tarzlarını ve tarihlerini keşfetmelerini sağlayan turizm etkinlikleridir. Bu tür etkinlikler sayesinde, insanların gelenekleri, görenekleri, fiziksel çevreleri ve düşünsel bakış açıları hakkında doğrudan bir fikir sahibi olur ve böylece kültürler arası anlayışı artar.

Sağlık turizmi: Hazar (2007) tarafından açıklanan sağlık turizmi, bireylerin ruhsal ve bedensel yorgunluklarından kurtulmak, çeşitli hastalıklarının ve rahatsızlıklarının tedavisine ulaşmak amacıyla katıldıkları turizm faaliyetleridir. Termal turizm, şifalı sular, buharlar ve çamurlar gibi faydalı mineraller içeren bölgelerde gerçekleşen bir sağlık turizmi alt dalıdır. Bu tür turizm, doğal yollarla belirli bir sıcaklıkta yüzeye ulaşan kaynaklardan faydalanmayı içerir. Öte yandan, uluslararası düzeyde, çeşitli rahatsızlıkların tedavi maliyetleri arasında önemli farklılıklar görülmektedir. Ayrıca, yüksek riskli ve uzmanlık gerektiren tıbbi operasyonlar yanı sıra estetik amaçlı operasyonlar için ülkeler arası seyahatlerde belirgin bir artış yaşanmaktadır (Çalıkları ve Güzel, 2020).

Deniz turizmi: Türkiye'deki mevcut talebin en yüksek olduğu turizm çeşididir. Burada bireylerin “deniz- kum- güneş” üçlüsü olarak belirttikleri deniz veya kıyı turizminden faydalanması söz konusudur. Türkiye, deniz turizmi için gerekli olan; uzun kıyılar, uygun kumsallar, temiz deniz, doğal ve tarihi güzelliklerinin haricinde, elverişli iklim koşullarına da sahip olması dolayısıyla bu turizm çeşidinde ciddi ilerlemeler katetmiştir. Türkiye'ye gelen turistlerin çoğunluğu, diğer birçok uluslararası ülkede olduğu gibi, deniz turizmi amaçlarıyla seyahat etmektedir (%60'a yakın bir oranda). Bununla birlikte, Türkiye'de deniz turizmi sadece kıyı bölgelerinde gerçekleştirilmekte ve "deniz kürü" uygulamalarına gerekli ölçüde önem verilmemektedir. Bunun sonucu olarak da deniz turizminden yararlanmak 6 aydan az bir süreyle sınırlanmakta ve yaz döneminde kıyı kesimlerinde aşırı kalabalıklaşma ile meydana gelen ciddi problemler yaşanmaktadır (Kozak ve diğerleri, 2012).

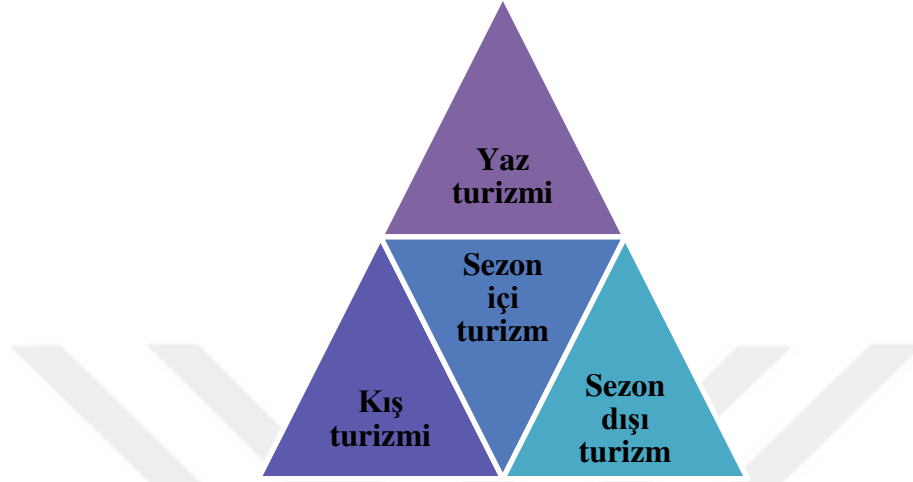
Macera turizmi: Macera turizmi, Garda (2014) tarafından tanımlanan özel amaçlı açık hava etkinlikleridir. Bu tür turizm, turistlerin katılımıyla doğal bir çevrede veya alışılmamış açık hava ortamında gerçekleşir. Macera turizmi, genellikle bireyin kişisel meydan okuması ile ilişkilendirilen algılanan risk ve kontrollü tehlikeyi içerir. Bu tür turizm deneyimleri, yeni bir deneyim keşfetme amacı taşıırken, turistin hazırlığı ve yönetimi ile etkileşim içerisinde gerçekleşir.

Kongre turizmi: Baytok (1998) tarafından yapılan bir araştırmada, kongre turizmi, bireylerin konakladıkları ve iş yerlerinin dışında uzmanlık gerektiren bilimsel mekânlarda, mesleki konularla ilgili veya belirli bir özel konuyla ilgili olarak bilgi alışverişi yapmak amacıyla seyahat etmeleri ve konaklamalarından kaynaklanan, aynı zamanda turizm işletmecileri tarafından katılımcılara toplantı mekanlarının sağlanması ve temel ihtiyaçlarının karşılanmasıyla ortaya çıkan olay ve ilişkilerin bütünü şeklinde tanımlanmıştır.

Son yıllarda dünyada önemli bir turizm faaliyeti olarak ortaya çıkan kongre turizmi, giderek artan bir turistik hareketlilik sağlamaktadır. Her yıl düzenlenen kongre organizasyonları, bu turizm çıkarmanın geleceğinin oldukça parlak olduğunu gösteriyor. Türkiye, uluslararası arenada önemli bir rol oynamasına rağmen özellikle İstanbul, İzmir, Antalya ve Ankara gibi gelişmiş kentler, etkileyici altyapı ve üst yapılar sahipleriyle dünya kongre düzenlemeleri dikkat çekici ülkeler arasında yer almaktadır. Kongre turizmi, turizm çeşitleri arasında %20'nin üzerinde bir ciro payına sahip olup, Avrupa ülkeleri yanı sıra Hong Kong, Tayland, Singapur gibi ülkelerin ana turizm kaynakları arasında yer almaktadır (Kozak ve diğerleri, 2012).

1.1.3.6. Turizmin Gerçekleştirildiği Döneme Göre Turizm Çeşitleri

Turizm faaliyetleri, mevsimlere ve dönemsel yoğunluğa göre dört temel kategoride değerlendirilir: yaz turizmi, kış turizmi, sezon içi turizm ve sezon dışı turizm.



Şekil 5. Turizmin Gerçekleştirildiği Döneme Göre Turizm Çeşitleri (Çalığışu ve Güzel, 2020)

Yaz turizmi: Yaz turizmi, özellikle güneşten ve denizden faydalanmak amacıyla yaz boyunca konaklama turizm faaliyetlerini ifade eder. Ayrıca deniz turizmi olarak da bilinir. Yat ve kruvaziyer turizmi de yaz turizmi kapsamında yer alabilir. Türkiye, deniz turizmi için uzun kıyı şeritleri, güzel plajlar, temiz deniz ve doğal-tarihi güzelliklerinin yanı sıra elverişli iklim koşullarına sahip olmasıyla deniz turizminde önemli ilerlemeler kaydetmiştir (Kozak ve diğerleri, 2012).

Kış turizmi: Dağlardaki kayak merkezlerinde gerçekleşen turizm faaliyetlerini ifade eden kış turizmi, kar yağışının en önemli unsur olduğu düşünüldüğünde ortaya çıkar. Genel olarak sonbahar ile ilkbahar ayları arasında gerçekleşen bu faaliyetler, kayak, yürüyüş, tırmanış gibi etkinliklerin yapılabileceği bölgelerde gerçekleşir. Kış turizmi için gerekli koşullar, belirli bir yükseklik ve eğime sahip, kaliteli kar yağışının olduğu bölgeleri içermektedir (Garda, 2014).

Ülker (1992)'e göre, dağlık beldelerin her sezon ilgiyi üzerine çekmesi sebebiyle, kış turizminin revaçta olduğu mekanlar turizm hareketlerinin bütün yıla yayılması amaçlanmaktadır. Kış sezonunda kış turizm merkezi olarak tercih edilen beldeler, diğer sezonlarda doğa turizmi, gençlik kampları, yayla turizmi ve dağ turizmi gibi diğer turizm türlerine hizmet sağlamaktadır.

Sezon içi turizm: Çalığışu ve Güzel (2020)'e göre sezon içi turizm, belirli bir

merkezdeki turizm etkinliklerinin çok yoğun şekilde talep gördüğü dönemi temsil etmektedir. Denize yakın beldelerde yaz dönemi sezon içi olarak ifade edilirken, kayak merkezlerinin yer aldığı bölgelerde kış dönemi sezon içi turizm etkinliklerinin yoğun olduğu dönemi ifade etmektedir.

Sezon dışı turizm: turizm faaliyetlerinin minimum seviyede meydana geldiği dönemi ifade etmektedir (Hazar, 2007).

Örneğin, Ege Bölgesi'nde Ekim-Nisan ayları arası turizme katılım gösteren bireylerin rakamsal açıdan oranı epey düşük olarak bilinmektedir. Bu durumu göz önünde bulundurursak, işletmeler kar oranlarını artırmak amacıyla belirtilen aylarda kongre ve festival gibi faaliyetleri turizm hareketliliğini sağlamaya çalışmakta ve turizmi bölgesel açıdan canlandırmayı amaçlamaktadır.

1.1.3.7. Kullanılan Ulaşım Aracına Göre Turizm Çeşitleri

Turizm çeşitleri, turizm amaçları doğrultusunda seyahatlerinde kullandıkları araçlara göre farklılık gösterir. Örnek olarak karavan turizmi, kruvaziyer (gemi) turizmi, yat turizmi ve demiryolu turizmi gibi turizm türleri bulunmaktadır.



Şekil 6. Kullanılan Ulaşım Aracına Göre Turizm Çeşitleri (Garda, 2014)

Karavan turizmi: Karavan turizmi, seyahat sırasında ulaşım, konaklama, yeme ve içme gibi ihtiyaçların karavanlarla sağlandığı bir turizm şeklidir. Bu turizm biçimi, karavanla seyahat edilen bölgelerin özelliklerine bağlı olarak yayla turizmi, balıkçılık, kuş gözlemciliği ve dağ yürüyüşü gibi çeşitli turizm etkinliklerine olanak sağlar (Kozak ve diğerleri, 2012).

Kruvaziyer turizmi: Yüksek gelir seviyesine sahip bireyler için tercih edilen, neredeyse ihtiyaçların tamamının gemide karşılandığı, bireylerin gün içinde kıyıya yanaşılan liman bölgelerinde turizm etkinliklerine dahil olmasıyla meydana gelen turizm

hareketleridir. Türkiye, sahip olduğu doğal ve tarihi zenginlikler nedeniyle son yıllarda kruvaziyer gemi işletmecilerinin ilgi odağı haline gelmiştir(Hazar, 2007).

Yat turizmi: Bireylerin kişisel yatlarına veya belirli bir süre için kiraladıkları yatlara dayanan seyahatleri içeren bir turizm faaliyetidir (Çalığıuşu ve Güzel, 2020).

Demiryolu turizmi: İnsanların ülkeleri içinde veya dışında seyahat, konaklama ve kısmen yeme, içme ve eğlence gereksinimlerini trenlerde sağladıkları, demiryolu güzergahında ki doğal güzellikleri izleyerek gerçekleştirdikleri ve bunun yanında, yoğun ilgi gören şehirleri ve turistik mekânlar ziyaret edilerek yolculuk yapılan turizm faaliyetidir. Trenle seyahat güvenilir olmasıyla birlikte ucuz olduğu da söylenebilir. Bu yüzden, sosyal turizme olanak tanımaktadır (Hazar, 2007). Çoğunlukla yüksek gelire sahip olmayan bireyler ve gençlerin ilgi gösterdiği turizm faaliyetidir.

1.2. REKREASYON TURİZMİ

1.2.1. Rekreasyon-Turizm İlişkisi

Turizm ve rekreasyon kişilerin serbest zamanlarında gerçekleştirdikleri faaliyetler bütünüdür. Bu yüzden, serbest zamanların değerlendirilmesi her iki kavramın önemli bir ilişkisi olduğu gerçeğini bizlere göstermektedir. Bununla birlikte, bireylerin gelir seviyesinin yükselmesi, serbest zamanların ve yaşam standartlarının artması, eğitim seviyesinin artması, teknoloji dünyasının kayda değer ilerlemeleri ile seyahat etme olanaklarının gelişmesi, insanların rekreasyon ve turizm etkinliklerine katılımını arttırdığı bilinmektedir. Bu kapsamda, kazançlar, amaçlar, davranışlar yönünden incelendiğinde, rekreasyon ve turizm talebinin birbiriyle ilişkisi dikkat çekmektedir (Hacıoğlu ve diğerleri, 2003).

Turizm, önceki kısımlarda da aktarıldığı üzere, bireylerin çalışma ve para kazanma dışındaki hedeflerle düzenli olarak ikamet ettikleri ortamların haricinde gerçekleştirdikleri geçici seyahatler ve konaklamalar olarak meydana gelen ekonomik ve sosyal nitelikli bir tüketim faaliyetidir. Turizm, sadece serbest zaman aktiviteleri ile sınırlı kalmaz. Karaküçük (2016) tarafından ifade edildiği üzere, turizm etkinlikleri bireylerin hastalıklarının tedavisi, dini inançları veya çalıştıkları alanda gerçekleşen bir kongre veya konferansa katılım gibi amaçlarla da gerçekleşebilir. Bu nedenle, turizm etkinlikleri serbest zaman değerlendirme sınırlarının dışına çıkar. Bunun yanında, kişilerin para kazanma amacı gütmeksizin, ikamet

ettikleri bölgenin dışında herhangi bir bölgeye seyahat etmeleri ulaşım, ibate, konaklama ve iâşe gibi gereksinimler meydana getirir. Turizm işletmeleri de bu ihtiyaçlara karşılık verebilmek amacıyla çeşitli mal ve hizmetler sunarlar. Arz ve talebin karşılandığı bu etkileşim ortamı turizm endüstrisini oluşturmaktadır (Çalıkuşu ve Güzel, 2020).

Rekreasyonda ise, kişilerin gönüllü bir şekilde serbest zamanlarında zevkleri doğrultusunda gerçekleştirdikleri faaliyetlere dayanmaktadır. Rekreatif etkinlikler çoğunlukla yaşanan çevrede sık aralıklarla kısa süreli uygulamalar olarak karşımıza çıkmaktadırlar. Bireyler rekreatif faaliyetlere konakladıkları bölgeler dışında, şehirde dahil olabilecekleri gibi, bunun için farklı bölgelere de seyahat gerçekleştirebilirler. Rekreasyon ve turizm genel hatlarıyla aynı beşeri ve doğal altyapı ile imkanlarını kullanmaktadır. Belirli bir bölgedeki kaynağın mevcut bölgede düzenli ikamet eden bireyler tarafından kullanılması ile rekreatif hareketlilik meydana gelirken, mevcut bölge dışından gelen bireylerin katılımıyla turizm faaliyeti gerçekleşmiş olur. Buradan hareketle, kişilerin dâhil oldukları her rekreatif faaliyet bir turizm hareketi olmadığı belirtilmektedir (Çalıkuşu ve Güzel, 2020).

Belirli bir bölgede ikamet eden bireylerin rekreatif faaliyetlere yönlendirilmesi, altyapı yatırımlarını, hizmet olanaklarını ve rekreatif etkinlik talebini artıracaktır. Bu da turizm amaçlı rekreasyonun dolayısıyla da iç-dış turizmin gelişmesinde önemli katkılarda bulunacaktır. Bunun yanı sıra, belirli bir bölgede rekreasyon hizmeti sağlayan kuruluşlar, o bölgeyi çeşitli amaçlarla ziyarete gelen turistler için de serbest zamanı değerlendirme imkanı sağlamaktadır. Bu nedenle mevcut bölgenin faydalılık, çekicilik ve kolay ulaşılabilir olma özelliklerine sahip olan rekreatif faaliyetler, turistlerin konaklama sürelerinde artışa gitmelerini sağlayabilmektedir (Hazar, 2003).

1.2.2. Rekreasyon Turizmi

Turizm, en büyük ve en hızlı büyüyen küresel endüstrilerden biridir ve büyük bir öneme sahiptir. Dünya çapında ulusal ve yerel ekonomilere katkıda bulunmaktadır.

Rekreatif faaliyetlerin pazarlanması, planlanması, uygulanması turizm ürününün içerisinde yer alan ve turizm ürününe değer katan faaliyetlerdir. Turizm rekreasyonu bireylerin dinlenmek, boş zamanlarını verimli geçirmek ve mutlu olmak için katıldıkları turizm ürününün içerisindeki rekreatif faaliyetleri içermektedir. Örneğin; Muğla'ya gezmek için giden bir bireyin Fethiye'de yamaç paraşütü aktivitesine katılması turizm faaliyetine değer katan bir rekreatif aktivitedir (Paslı ve Paslı, 2019). Bunların yanında rekreasyonel

tesislerin turistik kaynaklar olarak değerlendirilebileceği ve turistlerden elde edilen gelirlerin, sağlanan tesislere yönelik kalite düzeyini korumak için kullanılabilmesi turizm sektöründe rekreasyon aktivitelerini destekleyen noktalardan biri haline getirilmelidir (Jansen ve Dietvorst, 1987). Turizm aynı zamanda yapıldığı destinasyonlarda rekreasyon aktivitelerini içinde barındırarak yerel halka ekonomik anlamda destek olarak hem istihdamı hem de yerel kalkınmayı desteklemektedir (Meeras, 2010).

1.3. TURİZMİN ÇEŞİTLENDİRİLMESİNDE REKREASYONUN ROLÜ

Turizmin çeşitlendirilmesi, çeşitli turizm modellerinin önemli bir bölümünü rekreatif faaliyetlere dayalı yeni turizm hareketleri oluşturmaktadır. Son yıllarda, modern yaşamın getirdiği avantajlarla birlikte bireyler üzerindeki baskı ve stresin arttığı gözlemlenmektedir. Bu durum, insanların serbest zamanlarını daha verimli bir şekilde değerlendirme arzusunu artırmaktadır. Bunun yanı sıra, bireylerin geleneksel tatil ve turizm yaklaşımları, ülke içinde deniz kıyısında, dağ veya yaylalarda tatil yapma gibidir. Bu durum yurtdışında ise en popüler şehirlere seyahat etme şeklinde olduğu bilinmektedir. Son dönemlerde bu yaklaşımdan uzaklaşıldığı gözlemlenmektedir. Günümüzde bireyler, iş yaşamı dışında kalan zamanlarında, daha önce görmedikleri yerleri ve toplumları görmek, onları yakından tanımak yoluyla dinlenmeyi ve eğlenmeyi tercih ettiklerini görmekteyiz. Bu durum çağdaş toplumlarda yaygınlık göstermekte, etkin bir yaşam şeklini almakta ve kültür ögesi haline gelmektedir (Hacıoğlu ve diğerleri, 2009).

Rekreatif faaliyetler, yaşam tarzlarını etkileyen ve hem çeşitleri hem de katılımcıları açısından sürekli olarak gelişmektedir. Bu zenginlik, rekreasyonun turizm faaliyetleriyle yakın bir etkileşim içinde olduğu ve turizmin çeşitlendirilmesine önemli katkılar sunduğu söylenebilir.

Bu durum turizmde en çok tercih edilen ve yaygın olarak kullanılan çeşidi, deniz turizmiyle açıklayabiliriz. Su üzerinde yapılan rekreatif faaliyetler deniz turizmi ile ilişkilendirilmeden önce bireylerin deniz kıyısındaki turizm etkinlikleri, güneşlenmek, denize girme ve kumsalda keyifli vakit geçirmekle sınırlıydı. Ancak, sörf, kano, deniz paraşütü, su kayağı, yelken, tüplü veya tüpsüz dalış, banana ve deniz bisikleti gibi rekreatif faaliyetlerin yaygınlaşması deniz turizmini çeşitlendirerek yelpazenin genişlemesine dolayısıyla geleneksel anlayıştan uzaklaşmaya yardımcı olmuştur (Çalikuşu ve Güzel, 2020).

Turizm işletmeleri açısından geçmiş dönemlerde rekreatif faaliyetler bir zorunluluk

olarak görülmez iken, günümüzde rekreasyon turizm işletmelerinin ürün ve mal pazarlama stratejilerinin önemli bir bölümünü rekreasyon temelli etkinliklerin oluşturduğunu söylemek mümkündür. Gelişen ve artan rekreatif hizmet pazarında, rekabet koşulları içerisinde rekreatif etkinlikler vazgeçilmez hale gelmiştir ve kuruluşlar faaliyetleri zenginleştirebilmek için yeni alternatifler geliştirmeye çabası içerisindeyler. Bununla birlikte, turizm politika planlayıcısı ve uygulayıcısı olarak bilinen kamu kurumları da rekreatif faaliyetlerin turizmin çeşitlendirilmesine ve ülkelerin rekabet gücünün artmasındaki kritik önemini anlamışlardır. Ülkemizin ekonomisinde turizmin ne denli önemli bir yerinin olduğu anlaşılması ile birlikte kamu kurumları ve kuruluşları rekreatif etkinlikleri öncüleyen alternatif turizm modellerinin gelişimi için yeni politikalar geliştirmekte, yatırımları uygun hale getirmeye çalışmaktadır. Bununla birlikte yatırımcılara çeşitli destekler ve teşvikler verilmektedir. Akarsular, göller, yaylalar ve dağlık alanlar başta olmak üzere turizm açısından henüz beklenen seviyeye çıkamayan bölgelerde balıkçılık, rafting, dağ yürüyüşü, kamp veya tırmanma gibi rekreatif faaliyetlerin ön plana çıktığı alternatif turizm faaliyetlerinin geliştirilmesi amaçlanmaktadır (Çalığıuşu ve Güzel, 2020).

1.4. TÜRKİYE’DE TURİZMİN ÇEŞİTLENDİRİLMESİ

Demirtaş (2012)’a göre, Türkiye’nin sıradışı bir turizm merkezi haline gelmesinde, doğal, tarihi ve kültürel kaynakların çeşitliliği, iklimsel ve coğrafi konumun çeşitli turizm ürünleri açısından elverişli oluşu gibi faktörler önemli rol oynamaktadır.

Turizm çeşitlendirmesi adına bu faktörler Türkiye’nin güçlü yanlarını ön plana çıkarmaktadır. Türkiye’de turizmin geliştirilmesi ve uluslararası turizm pazarından üst klasmanda yer alabilme hedefiyle genel olarak olarak deniz, kum ve güneş üçlüsünden oluşan doğal zenginliklerimizin kullanılması yönünde planlamalar yapılmıştır. Deniz turizminin hedeflenen potansiyeline ulaşabilmesi için, bölge turizmindeki güncel ve küresel gelişmeler, turistlerin seyahat, serbest zamanı değerlendirme ve konaklama mentalitesinde meydana gelen değişimler sonucunda, zamanla alternatif turizm çeşitlerinin planlanıp uygulamaya geçilmesi elzem bir konu haline gelmiştir (Altınöz, 2010).

Rekabetçi turizm piyasası koşullarında dünya turizmden alınan payın artırılması, gelirlerin çoğaltılması ve turist başına düşen harcama miktarının yükseltilebilmesi için turizmin çeşitlendirilmesi ülkelerin en başta gelen hedeflerindendir. Türkiye’nin sahip olduğu doğal, tarihi ve kültürel zenginliklerle dünyada akla gelen turizm merkezlerinden biri olarak belirli seviyede bir turizm potansiyeli vardır. Bu potansiyeli yukarılara taşımak

adına özellikle rekreasyon etkinliklerinin yardımıyla turizm faaliyetlerinin çeşitlendirilmesi önem arz etmektedir. Turizmin çeşitlendirilmesi ile sunulan alternatif turizm ürünleri daha çok, ülkeye ikinci kez gelen turistlerce tercih edilmektedir. Türkiye'ye ilk kez gelen turistler öncelikle en çok bilinen yerleri tercih etmekte ve memnun olarak ayrılıp tekrar gelmek istediklerinde ise alternatif ürünleri satın almaktadırlar (Çetinel, 2004).

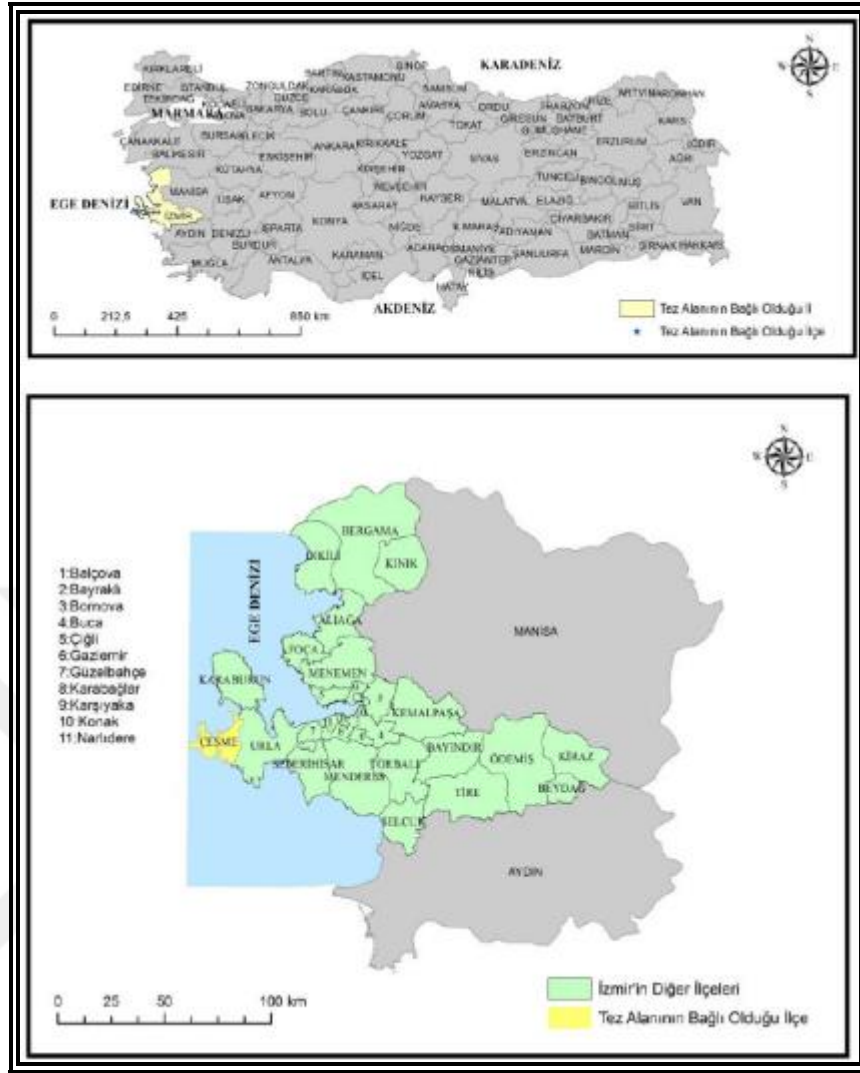
Ayrıca Çetinel (2004), Turizm politikaları incelendiğinde ülkelerin en baştaki hedefleri arasında turizmin çeşitlendirilmesi gelmesinin sebepleri arasında, rekabetçi turizm piyasası koşullarında dünya turizmden alınan payın artırılması, gelirlerin çoğaltılması ve kişi başına düşen harcama oranının artırılabilmesi gösterilmektedir.

Diğer taraftan, Çalığışu ve Güzel (2020)'e göre, rekreasyonun gündelik yaşamın yanında turizm etkinliklerinde de yoğun kullanımı, bu alanda eğitilmiş işgücü ihtiyacını gündeme getirmiştir. Turizm Fakültelerinde eğitim gören bireyler, turizm faaliyetlerinin çeşitli alanlarında uzmanlaşmaktadır. Öte yandan, en az turizm kadar kapsamlı bir bilimsel kapasiteye sahip rekreasyon alanında yeterli eğitim almamaktadır. Ancak, rekreatif etkinliklerin turizm faaliyetleri kapsamında yoğun tüketilmeye başlandığı dönemlerde, Türkiye'deki birçok turizm kuruluşu bünyelerindeki rekreatif faaliyetlerin planlanması ve uygulanmasına yönelik alanında yeterli eğitimi almış kalifiye bireylerin mevcudiyetinde yaşanan aksaklıklar nedeniyle iş gücünü yurtdışından sağlama yoluna gitmişlerdir.

Oluşan işgücü açığını eğitilmiş bireylerle tamamlayabilmek için ülkemizdeki Spor Bilimleri Fakülteleri bünyesinde yer alan Rekreasyon Bölümleri alandaki yerini almıştır. Bu bölümlerde eğitim gören kişilere rekreasyon etkinliklerine katılım noktasında daha bilinçli olunması, alternatif rekreasyon etkinliklerinin planlanması, turizm ile rekreasyon arasındaki ilişkinin geliştirilmesi ve toplumun rekreatif etkinliklere olan ilgisinin artırılması hedefleriyle eğitim verilmektedir (Çalığışu ve Güzel, 2020).

1.4.1. Çeşme - Alaçatı'da Turizm

Çeşme, doğusunda Urla, güneyinde ve batısında Ege Denizi, kuzeyinde Karaburun ile çevrilidir. İzmir'e 80 kilometre uzaklıktadır. İlçenin yüzölçümü 260 km² 'dir. Ayrıca, sahil şeridi uzunluğu 133 km'dir (Çeşme Kaymakamlığı, 2023).



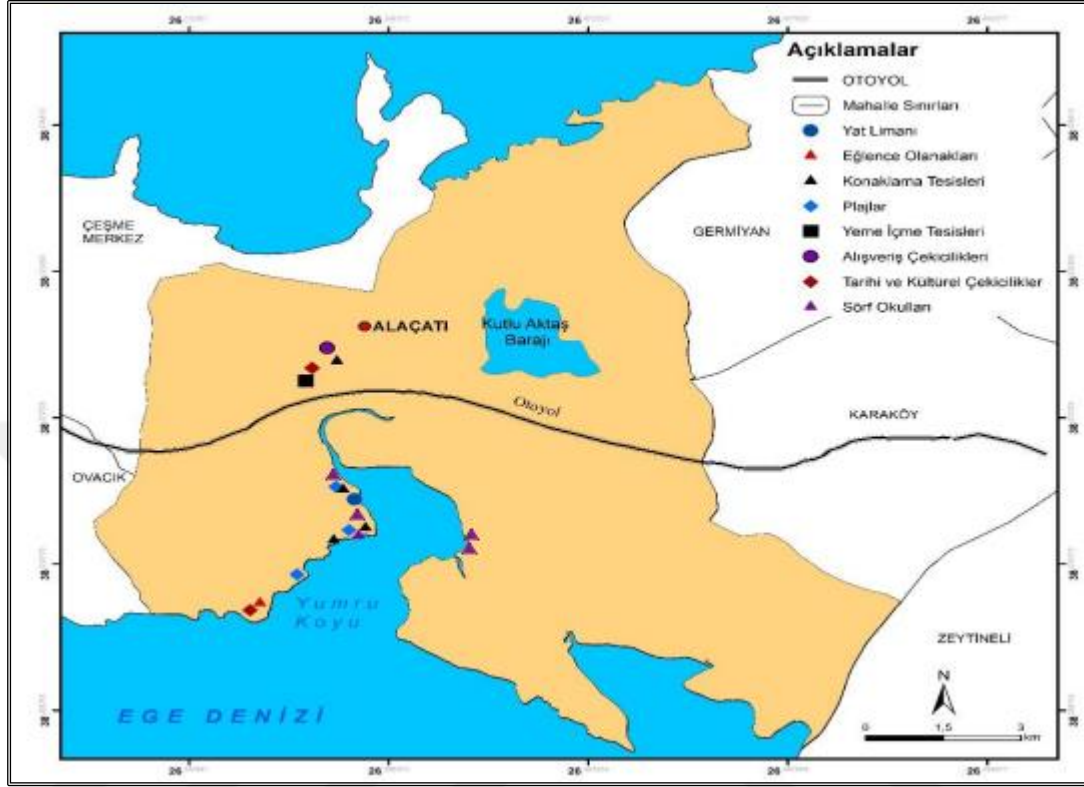
Şekil 7. İzmir İli ve Çeşme İlçesinin Konumu (Çalıkları ve Güzel, 2020).

Gezgin (2006)'e göre, anadolu tarihinin ilk yıllarından bu yana mevcudiyetini koruyan Çeşme aynı zamanda doğal ve kültürel zenginlikleriyle İzmir'in en önemli turizm merkezleri arasında gösterilmektedir. Yaklaşık 5 bin yıllık tarihi, denizi ve termal kaynakları ile turizm cenneti olarak lanse edilmektedir.

Doğal ve kültürel zenginlikleri ile tarihsel gelişimi boyunca farklı nüfus ve kültürlerle ev sahipliği yapan Alaçatı, bu ilçenin tam merkezinde yer almaktadır. Ayrıca Alaçatı, son yıllardaki popülaritesi ile iç turizmde Türkiye'nin en çok ses getiren turizm merkezleri arasında gösterilmektedir (Bora,2018).

Turizmin çeşitlendirilmesi noktasında önemli bir potansiyele sahip olan Alaçatı, aynı zamanda kozmopolit kimliği ile kültürel olarak da ciddi bir değerdir. Ege kültürünün temsilcileri arasında gösterilen Alaçatı, tarihsel-kentsel dokusunu koruması ile Türkiye

turizmi, su altı avcılığı, su sporları, köy turları gibi etkinlik çeşitliliği ile turistlere alternatif uygulama alanları sunmaktadır.



Şekil 9. Alaçatı'nın Turistik Çekicilikleri (Bora, 2018)

1.4.2. Alaçatı'da Sörf Turizmi

Alaçatı, Nisan-Ekim ayları arasında çoğunlukla Gerence adı verilen rüzgarı almaktadır. Eski Gerence köyü yönünden estiği için bu isimle anılan rüzgar, kuzeyden yönelmekte, Ege denizi üzerinde tozunu bıraktığı için bol oksijenli ve iyotlu olmaktadır (Kesici, 2016).

Alaçatı bölgesinde hâkim rüzgâr yönü kuzey-batı(poyraz)'dır. Alaçatı körfezi'nde rüzgâr karadan esmesine karşın, sörf okullarının yerleştiği Yumru Koyu'nun dar bir koy olması nedeniyle rüzgar side shore(yan taraftan) esmektedir. Yaz mevsimi boyunca kuzey batı yönlerinden 10-30 knots kuvvetle esmektedir. Oluşan rüzgarın kalitesi mayıs-ekim ayları arasında sörfelverişli ortamı hazırlamaktadır. 1990'da Alaçatı'nın rüzgar kalitesinin keşfedilmesi ile bölgedeki ilk sörf merkezi kurulmuştur (Bora,2018). Takip eden yıllarda, Dünyada sörf sporunun gelişimi ile paralel olarak, Alaçatıdaki sörf kültürü gelişmiş ve sörf

okullarının sayısı günümüzde 14'e kadar ulaşmıştır.

Sörf, bir su sporu olmasının yanı sıra aynı zamanda da doğa sporudur. Dört tarafı denizlerle çevrili ülkemizde sörf sporunu icra etmek için elverişli koşullara sahip pek çok yer mevcuttur. Ancak, bu mekanlar arasında koşulların kalitesi bakımından (rüzgar kalitesi, su seviyesi vb.) dünyada üst klasmanda yer alan merkezlerden biri, Alaçatı olarak karşımıza çıkmaktadır. Dünyanın en prestijli rüzgâr sörfü yarışları bu nedenle Alaçatı'da organize edilmektedir. Her yıl binlerce kişi sörf eğitimi almakta, yarışlara katılmakta ve sörf sporunu deneyimlemek adına rekreasyonel amaçlı olarak Alaçatı'ya gelmektedirler (Dere, 2010). Düzenli esen rüzgârın sığ sular üzerinde istenilen etkiyi vermesi sonucu, Alaçatı bölgesi sörf sporu için dünyanın en cazip sörf merkezlerinden birisi haline gelmiştir (Gezgin, 2006).

Kesici (2016)'ye göre, 2013 yılında Alaçatı'da düzenlenen "Rüzgâr Sörfü Dünya Kupası" Çeşme ve Alaçatı'nın marka değerine etkisi bakımından oldukça önemli bir organizasyon olmuştur. Alaçatı'da bir sportif faaliyet olarak gelişen, bugün ise uluslararası organizasyonların ve yarışların yapılması ile birlikte Türkiye'nin turizm gelirlerine doğrudan etki eder hale gelen sörf sporu, Alaçatı bölgesini bir sörf cenneti haline getirmiştir.

Ayrıca, Alaçatı bölgesinin uluslararası organizasyonlara ev sahipliği yaptığı bir diğer sörf branşı da uçurtma sörfüdür. 2004 yılında Dünya Kupası'nın bir ayağı Alaçatı'da gerçekleşmiş, ardından 2005 Haziran ayında Avrupa Kitesurf Şampiyonası Alaçatı'da düzenlenmiştir. Gerçekleşen bu uluslararası organizasyonlar Alaçatı'nın marka değerini olumlu yönde etkilemiş ve bölgenin dünya çapında ün kazanmasının da önünü açmıştır. Sörf sezonunda en az bir ulusal yada uluslararası sörf organizasyonunun düzenlendiği Alaçatı bölgesi, dünyanın dört bir tarafından gelen sörf tutkunlarının buluşma merkezi haline gelmiştir. Alaçatı'da sörf sezonu 4-6 ay sürebilmektedir. Geçtiğimiz yıllarda yoğunlukla yabancı turistlerin gelip sörf yaptığı Alaçatı'da, yerli turistlerin sayısı ve kalitesi zamanla artış göstermektedir (Bora, 2018).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

YÖNTEM

3.1. Araştırma Modeli

Bu çalışmada, araştırma ve anlamayı vurgulayan, incelediği probleme ilişkin yorumlayıcı, sorgulayıcı ve problemin doğal ortamındaki oluşumunu anlama arayışı içinde olan, nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır (Klenke, 2016).

Klenke (2016) nitel araştırmayı, irdelediği probleme dayalı sorgulayıcı, yorumlayıcı ve problemin doğal halindeki şeklini kavramaya çalışan bir yöntem olarak tanımlamışlardır. Seale (1999) tarafından ifade edildiği üzere, nitel araştırma, bir problemin çözümü için gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel doğrulama toplama yöntemlerine başvurur. Bu araştırma türü, daha önceden veya bilinen farklı olmayan problemlerin algılanmasına yönelik doğal unsurların gerçek bir şekilde taşınmasını ve öznel-yorumlayıcı bir sunum sergilemektedir.

Bu araştırmada nitel araştırma desenlerinden olgubilim (fenomenoloji) deseninden yararlanılmıştır.

Bu yaklaşımda insanların benzer deneyimleri algılama ve yorumlamaya dayalı bazı benzerliklerin olduğu söylenebilir. Dolayısıyla olgu bilim yaklaşımıyla, bir olayda bu benzerlikler yapılan çalışmaya katılım gösteren bireylerin deneyimleri doğrultusunda anlaşılmalı, tanımlamaya ek olarak tarif edilmeye çalışılır (Fraenkel ve Wallen, 2012; Leedy ve Ormrod, 2015).

3.2. Çalışma Grubu

Bu araştırmanın çalışma grubu amaçlı örneklem yöntemiyle tespit edilmiştir. Pattons (2002) nitel araştırma yönteminde çoğunlukla amaçlı örnekleme yöntemlerinin kullanıldığını ifade etmektedir.

Araştırmanın çalışma grubu, benzeşik örnekleme kullanılarak belirlenmiştir. Amaçsal örnekleme yöntemi, araştırmanın amacına bağlı olarak bilgi açısından zengin durumların derinlemesine incelenmesine olanak sağlar. Özel durumlar veya belirli özelliklere sahip olanlar üzerinde çalışmayı tercih edildiğinde kullanılır. Benzeşik örnekleme yöntemi ise, araştırmanın problemiyle ilgili olarak evrendeki benzer bir alt grubun seçilerek çalışmanın buradan yürütülmesini tanımlar (Büyüköztürk vd., 2013).

Bu araştırmanın çalışma grubunda Çeşme- Alaçatı bölgesinde yer alan ve çalışmaya

gönüllü katılım sağlayan 12 sörf okulunun üst düzey yöneticileri oluşturmaktadır.

3.3. Veri Toplama Aracı

Yapılan araştırmada araştırmacı tarafından hazırlanan veri toplama aracı olarak kişisel bilgilere ilişkin demografik bilgi formu ve yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır.

3.3.1. Kişisel Bilgi Formu

Araştırmaya katılan katılımcılara yaş, cinsiyet, eğitim durumu ve görev gibi soruları içeren demografik özelliklerini belirlemek amacıyla kişisel bilgi formu sunulmuştur. Bununla birlikte araştırmanın katılımcılarının demografik bilgilerine Tablo 1’de yer verilmiştir. Araştırma rekreasyon kavramında temel bileşenleri arasında yer alan gönüllülük ilkesine uygun olarak gerçekleştirilmiştir.

Tablo 1. Katılımcıların Kişisel Bilgileri

<i>Katılımcılar</i>	<i>Cinsiyet</i>	<i>Yaş</i>	<i>Medeni Durum</i>	<i>Eğitim Durumu</i>	<i>Sörf Okulunda Çalışan Kişi Sayısı</i>	<i>Rekreasyon Bölümünden İstihdam Edilen Kişi Sayısı</i>	<i>Görev</i>	<i>Mesleki Deneyim Süresi</i>	<i>Aktif Olarak Sörf İle Uğraşma Yılı</i>	<i>Elde Edilen En Yüksek Başarı</i>
<i>K-1</i>	Erkek	42	Bekar	Üniversite	10	1 Kişi	İşletmeci	14	16	Asya 1. lîği (Kitesurf Tour Asia)
<i>K-2</i>	Erkek	36	Evli	Üniversite	22	Yok	İşletmeci	13	22	Türkiye Şampiyonluğu
<i>K-3</i>	Erkek	39	Evli	Üniversite	25	8 Kişi	Yönetici	16	18	Yok
<i>K-4</i>	Erkek	45	Evli	Lise	10	Yok	İşletmeci	20	15	Yok
<i>K-5</i>	Erkek	42	Bekar	Lise	10	Yok	Yönetici	21	22	Yok
<i>K-6</i>	Erkek	38	Evli	Üniversite	63	10 Kişi	Müdür	22	23	Yok
<i>K-7</i>	Erkek	44	Bekar	Üniversite	6	3 Kişi	İşletmeci	15	16	Yok
<i>K-8</i>	Kadın	30	Bekar	Lisans Üstü	50	3 Kişi	Müdür	13	5	Yok
<i>K-9</i>	Kadın	37	Bekar	Lisans Üstü	13	Yok	İşletmeci	10	14	Yok
<i>K-10</i>	Erkek	44	Evli	Üniversite	17	5 Kişi	Müdür	23	23	Yok
<i>K-11</i>	Erkek	36	Bekar	Lise	7	Yok	İşletmeci	23	23	Yok
<i>K-12</i>	Erkek	68	Evli	Lisans Üstü	12	Yok	İşletmeci	35	35	Türkiye ilk 8

3.3.2. Görüşme Tekniği

Araştırmada yüz yüze görüşmelere dayanan veri toplama yöntemi kullanılmıştır. Görüşmeler; yüz yüze, telefonla veya farklı teknolojik aygıtlarla ile de gerçekleştirilebilir (Yıldırım ve Şimşek, 2018).

Çalışmalarda genellikle kullanılan veri toplama yöntemlerinden biri olan görüşme tekniği, önceden planlanmış soruların sorulduğu ve karşısındaki kişinin her bir soruya yanıt verdiği amaçlı söyleşilerdir (Kuş, 2003).

Görüşme yöntemini kullanmanın temel amacı genellikle bir varsayımı test etmekten öte, diğer kullanıcı deneyimlerini gözlemlemek ve bu ziyaretçileri nasıl tanımladıklarını anlamaya çalışmaktır. Bu nedenle, odak noktası diğer kullanıcı hikayeleri, betimlemeleri ve çalıştırmadır (Türnüklü, 2000).

Bu çalışmada, araştırma problemine yönelik daha zengin ve geniş bilgiye ulaşabilmek adına nitel araştırma yöntemlerinden veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış görüşme formu uygulanmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşmeler çalışmanın konusu ile ilgili derinlemesine bilgi kazanımı sağladığı için nitel araştırmalarda genellikle tercih sebeplerindendir (Yıldırım ve Şimşek, 2018).

Yarı yapılandırılmış görüşmeler, tam yapılandırılmış ve yapılandırılmamış görüşmelerin arasında yer almakta ve araştırmacılara bir esneklik sağlamaktadır (Altunay, Oral ve Yalçınkaya, 2014).

Görüşme sorularının belirlenme aşaması ise şu şekilde gerçekleşmiştir; öncelikle araştırmacının deneyimleri doğrultusunda araştırmacı tarafından on adet soru oluşturulmuştur. Ardından rekreasyon alanında üç uzmanın görüşleri ve önerilerinin alınmasıyla beraber sorular güncellenmiş ve son şeklini almıştır.

Görüşme esnasında katılımcılara şu sorular yöneltilmiştir;

1. Sörf okulu olarak ne tür hizmetler sunuyorsunuz? Bunlar neler ve kimlere yöneliktir? Açıklayınız.
2. Genelde ülkemizin özelde ise Alaçatı'nın sörf turizmine bakış açısı ve potansiyelini nasıl değerlendiriyorsunuz?
3. Yöneticisi bulunduğunuz sörf okulunuzun kurumsal marka değerini oluşturmaktaki yapmış olduğunuz çalışmalar hususunda bilgi verir misiniz?
4. Son 10 yıl içerisinde Alaçatı bölgesinde Dünya çapında şampiyonalar düzenlenmekteydi. Son yıllarda ise bu tip organizasyonlara ev sahipliği yapılmadığı görülmektedir. Bu durum hakkındaki düşünceleriniz nelerdir? Bu

tür organizasyonların bölge turizmine katkılarının neler olduğunu düşünüyorsunuz?

5. “Sörf” sporunu bir şeye benzetseniz neye benzetirdiniz. Niçin?

(Örnek: Sörf “uçsuz bucaksız bir yol”a benzer. Çünkü gitmek istediğiniz sürece gidebileceğim bir yol vardır)

3.3.3. Araştırma Etiği

Bu çalışmanın etik onayı, Manisa Celal Bayar Üniversitesi, Sosyal ve Beşerî Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu’nun 20.12.2021 tarihli toplantısında ve E--050.01.04-215243 sayılı kararı ile alınmıştır.

3.4. Verilerin Toplanması

Çalışmaya katılan Çeşme- Alaçatı bölgesindeki sörf okullarının üst düzey yöneticilerine ulaşılmıştır. Araştırma etiği (Ek 1) ve araştırma gönüllü katılım formu (Ek 2) ile gerekli izinlerin alındığı katılımcılara ifade edilmiştir. Sonrasında, çalışmanın amacına yönelik aktarımlar yapılmıştır. Görüşmelerin yapılacağı mekanlar araştırmacı ve katılımcılar tarafından önceden planlanmış ve görüşmeler önceden planlanan tarihte gerçekleşmiştir. Görüşmelerin kayıtları ses kayıt cihazları aracılığıyla katılımcıların bilgileri doğrultusunda alınmıştır.

3.5. Verilerin Analizi

Çalışmada araştırmacı tarafından düzenlenen yarı yapılandırılmış görüşme soruları ile elde edilen verilerden kodlar oluşturulmuştur.

Alanyazında bulunan temalar temel alınarak incelenmesi ve karşılaştırılması amacıyla betimsel analize ek olarak çalışmaya dahil olan katılımcıların verdikleri yanıtlardan yeni temalar çıkarılmış ve içerik analizi kullanılmıştır.

Betimsel analiz elde edilen verilerin belirlenmiş temalara göre özetlenmesini, tema ve kategorilere bölünmesini, çıkan verilerin neden-sonuç bağlamında incelenmesi yönünde bir yöntem olmasının yanı sıra içerik analizi, özetlenen ve yorumlanan verilerin betimsel analiz ile fark edilemeyen kavramların daha derinden irdelenip tanımlanması olarak karşımıza çıkmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2018).

Verilerin analizi boyunca araştırmaya dahil olan katılımcıların gizliliğini sağlamak

amacıyla gerçek isimlerini kullanmak yerine katılımcılar “K1, K2,...K12” şeklinde belirtilmiştir. Mevcut verilerin analizinde alanında uzman 3 öğretim üyesi tarafından ilk olarak veriler kodlanmış, temalar bulunmuş ve ardından kodlar ve temalar Nvivo 10 programı aracılığıyla modellere ilişkin şekiller haline getirilmiş, son olarak bulguların tanımlanması ve yorumlanması bölümüne geçilmiştir.

3.6. Geçerlilik Güvenirlilik

Nitel çalışmalarda geçerlik için inandırıcılık (iç geçerlik) ve genelleme (dış geçerlik) ön planda iken, güvenilirlik için ise tutarlılık (iç güvenilirlik) ve teyit edilebilirlik (dış güvenilirlik) önem taşımaktadır.

Nitel araştırmalarda geçerlik, araştırmacı tarafından araştırılan olguları, olduğu gibi ve tarafsız bir şekilde gözlemlemesi anlamına gelmektedir (Kirk ve Miller, 1986). Çalışmalarda iç geçerliliğin sağlanması amacıyla uzun süreli etkileşim, alanında uzman kişilerin görüşlerine başvurma, farklı kaynaklardan veri toplama ve katılımcı teyidi gibi stratejilere başvurulabilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2018).

Bu yöntemle gerçekleştirilen araştırmanın iç geçerliliği sağlamak amacıyla verilerin toplanması sırasında araştırmaya dahil olan katılımcılarla görüşmeler yapılmıştır. Bununla beraber gerçekleştirilen görüşmelerin sonunda elde edilen veriler belirtilen uzman kişilere gösterilmiş, eksiklik ve yanlışlık olmaması adına kendilerine kontrol ettirilip katılımcı teyidi alınmıştır. Dış geçerliliği sağlamak adına ise amaca yönelik örneklem seçimi yapılmış olup veri toplama aşamasının derinlemesine yapılmasına özen gösterilmiştir. Çalışmanın süreçleri ve sonuçları detaylı bir biçimde betimlenmiştir (Abay Beşikçi, 2022).

Nitel çalışmalarda güvenilirlik kavramı tutarlılık (iç güvenilirlik), teyit edilebilirlik (dış güvenilirlik) anlamlarında tercih edilmektedir ve bunların uygulanmasında tutarlılık incelemesi ve teyit incelemesi yöntemleri önerilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2018). Yapılan araştırmanın iç ve dış güvenilirliğini sağlamak için araştırma kapsamında temaların belirlenmesi ve verilerin ilişkilendirilmesi sürecinde başka bir uzmana daha yaptırılarak iki analiz karşılaştırılmıştır.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

BULGULAR

4.1. Katılımcıların Kişisel Bilgilerine İlişkin Bulgular

Tablo 1’de araştırmaya katılan katılımcılarla ilgili bazı bilgiler yer almaktadır.

Çeşme – Alaçatı bölgesinde yer alan sörf okullarında görev yapan araştırmanın çalışma gurubunu %17 kadın, %83 erkek katılımcılar oluşturmaktadır. Ülkemizde şirketlerdeki üst düzey kademe yönetici pozisyonundaki kadın oranı 2021 itibariyle seviyesinde olduğu belirlenmiştir (TÜİK, 2023). Bu veri dikkate alındığında mevcut çalışmada kullanılan örneklemin Türkiye geneline ilişkin ortalama ile uyumluluk gösterdiği ifade edilebilir.

Yaş aralığı 36-68 olan katılımcıların medeni durumları göz önüne alındığında %50’si bekar, %50’si evli olduğu görülmektedir.

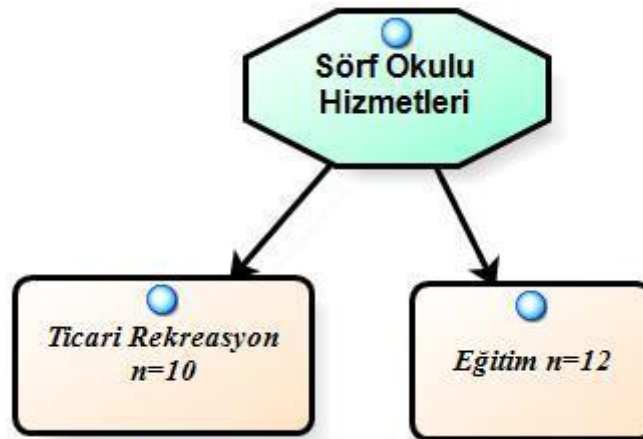
Yapılan araştırmaya katılan katılımcıların görev sürelerinin 10 ile 35 yıl arasında değişiklik gösterdiği tespit edilmiştir.

Katılımcıların görev tanımlarına ilişkin bulgular incelendiğinde, İşletmeci, Yönetici ve Müdür gibi görevleri olduğu görülmüştür.

Görüşme süreleri ise en uzun süre 25 dk en kısa süre ise 6 dk sürmüştür.

4.2. Görüşme Sorularına İlişkin Bulgular

Görüşme sorularına ilişkin bulgular Şekil 1, Şekil 2, Şekil 3, Şekil 4 ve Tablo 2’de sunulmuştur.



Şekil 1. Sörf Okulu Hizmetleri

Elde edilen verilerin analizi sonucunda Şekil 1’de sörf okulu hizmetlerine ilişkin eğitim (K1.....K12), ticari rekreasyon (K2.....K11) olarak 2 tema elde edilmiştir.

Katılımcılara yöneltilen ‘Sörf okulu olarak ne tür hizmetler sunuyorsunuz? Bunlar neler ve kimlere yöneliktir? Açıklayınız?’ sorusuna ilişkin katılımcılardan elde edilen ek olarak Şekil 1’de görülen temalara ilişkin bazı katılımcı görüşleri aşağıda sunulmuştur.

- *K1: Tabiki. Sörf okulu olarak bizim üç ana hizmetimiz olabilir. Birincisi, eğitim ve en önemlisi eğitim. Bunu başlangıç seviyesinde sunuyoruz. Daha önce hiç karşılaşmamış, daha önce başlamamış insanları doğru ve güvenli bir şekilde kitesurf sporcusu haline getirecek eğitimler veriyoruz. Sonuçta bir extrem spor ve eğitim alınması gerekiyor mutlaka bu sporda. Diğer sporlardan birazcık daha farklı olarak, mutlaka bir profesyonel eğitim alınması gerekiyor. Biz bu eğitimi veriyoruz. Başlangıçtaki potansiyel sporcuları kite sörfçü haline getiriyoruz. Bunun dışında ileri seviye eğitim de veriyoruz. Yani daha önce bu sporu yapan fakat freestyle olabilir wave olabilir farklı kategorilerde kendini geliştirmek isteyen sporculara eğitim vererek seviyelerinin geliştirilmesini amaçlarını güdüyoruz. Üçüncü olarak da malzeme satışı yapıyoruz. İthal ettiğimiz kiteboard malzemelerini öğrencilerimizle buluşturuyoruz.*
- *K8: Sörf Okulu olarak birden fazla sunduğumuz hizmet var. ASPC koyun en eski sörf okullarından bir tanesi bin dokuz yüz doksan beş yılından beri hizmet vermekteyiz. Her yaştan misafirlere hem windsurf, hem de kitesurf hizmeti sağlıyoruz. Özellikle son dönemlerde altı, on altı yaş arasında yoğun bir talep var. Yaz okulumuz oluyor. Kişilere burada hem sıfırdan sörf öğretiyoruz, hemde hali hazırda bilen kişilerin sörf yapabilmeleri için gerekli bütün ekipmanları temin ederek kiralama hizmetimiz var. Bunun yanısıra dediğim gibi, haziran ve ağustos ayları içerisinde gerçekleştirdiğimiz altı, on altı yaş arası çocuklara yönelik kapsamlı bir sörf okulumuz var. Kendi ekipmanı olan misafirlere burada eşyalarını depolayabilecekleri yaz kış bırakabilecekleri bir alan sunuyoruz. Böylelikle profesyonel seviyede sörf yapan ve kendi malzemesini edinmiş kişilerde bu alandan faydalanabiliyor.*
- *K10: Yediden yetmişe herkese sörf öğretmeye çalışıyoruz ve sporu sevdirmeye çalışıyoruz çünkü yeni nesil daha çok eğlence amaçlı olduğu için biz onları daha çok sportif faaliyetlere geçirmek için, sevdirmek için elimizden geleni yapıyoruz.*

- K12: Sörf Okulu olarak sunduğumuz hizmet birinci temel olarak windsurfü gençliğe sunmak, onlara sevdirmek ve devamını sağlayabilmek için güzel bir eğitim programımız var. Bunlar dönem dönem değişiklikler arz edebiliyor ve dönem dönem de öğrencilerimiz basamakları çıktıkça daha elit eğitimlere başlama olasılığı gündeme geliyor ve en sonunda zaten rüzgâr üstü, rüzgar altı, dönüşler, sudan çıkışlar, ayaktan çıkışlar vesaire bunlar var edildikten sonra, planning olduktan sonra bizim de gözlemlerimizle veli ile yapılan görüşmeler doğrultusunda öğrencimiz ve velimiz de yarışçı olma, kulübe dâhil olmayı benimsiyor iseler, biz öğrencilerimizi kulüp bünyesinde lisanslı sporcu olmasını sağlıyoruz ve ondan sonraki çalışmalarını kulüp bünyesinde yarışmaya yönelik, performansa yönelik antrenmanlarımızı yapmaya özen gösteriyoruz. Yaş sınırlamamız şöyle, mümkün mertebe alt yaş grubundan yani, sekiz, dokuz, on yaş grubunda çocukları bu sisteme atmaya gayret ediyoruz. Kulüp bünyesine lisanslı sporcu yapmaya özen gösteriyoruz ki, sporculuk hayatlarına başladıklarında U on üç, U on dört, U on beş diye gittiği için biraz daha geç yaşta olursa bir anda kendilerini çok elit sporcularının içerisinde bulma gibi bir şey, bir durum söz konusu. Bunu yaşamamak için mümkün mertebe en alt tabandan yukarıya doğru gitmek için bir çaba sarf ediyoruz. Velilerimize bunu doğru bir şekilde aktarmaya gayret ediyoruz.



Şekil 2. Alaçatı'nın Sörf Turizmine Bakış Açısı ve Potansiyeli

Alaçatı'nın Sörf turizmine bakış açısı ve potansiyeline bakıldığında verilerin analizi sonucunda Şekil 2'de 6 tema elde edilmiştir. Bunlardan olumlu olanları coğrafi konum (K1, K2, K4, K7) ve popülerite (K10, K12), olumsuz olarak bilgi eğitim eksikliği (K1, K3, K8,

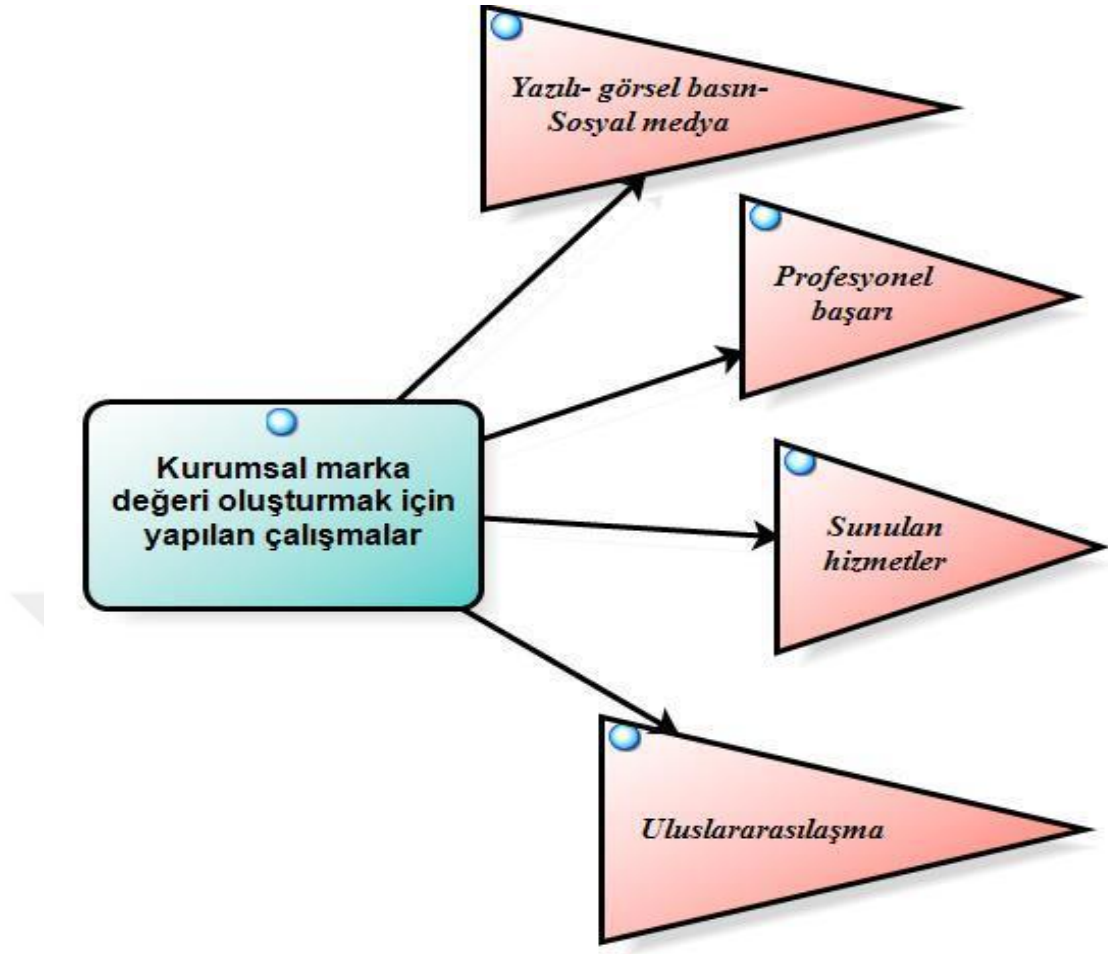
K9, K11), konaklama (K3, K6), pandemi (K5) ve ekonomi (K6, K7) olduğu karşımıza çıkmaktadır.

Katılımcılara yöneltilen ‘genelde ülkemizin özelde ise Alaçatı’nın sörf turizmine bakış açısı ve potansiyelini nasıl değerlendiriyorsunuz?’’ sorusuna ilişkin katılımcılardan elde edilen ek olarak şekil 2’de görülen temalara ilişkin bazı katılımcı görüşleri aşağıda sunulmuştur.

- **K2:** *Alaçatı, sörfü öğrenmek için Dünyadaki en iyi   , dört noktadan birtanesi. Hem rüzgâr olarak, hem de koyun konumundan kaynaklanıyor. Örneğin ne kadar rüzgâr olursa olsun, sörf koyumuzun içerisinde çok fazla dalga oluşmuyor ve sörf yaptığımız koyda su seviyesi yaklaşık kıyıdan dört yüz metre boyumuzu geçmiyor derinlik. Bu da tabiki öğrenmek için çok büyük bir avantaj sağlıyor. Diğer bir avantajı ise koyun neredeyse dörtte üçü kapalı. Yani kapalı bir havuz gibi düşünebilirsiniz. Bir tek çıkış noktası var. O yüzden de bunu Dünyadaki diğer yerlerden ayıran en büyük özelliklerinden bir tanesidir. Ala atının zaten Alaçatı olmasında ilk baştaki nedenlerden birtanesi Sörf Turizmiydi. Buraya daha çok yabancılar kamp için de geliyorlardı ve daha çok yabancı müşteriye hitap ediyordu. Sonra tabiki de ülkemizin durumundan ve Ala atının artık ziyaretçi farklılaşmasından dolayı birazcık daha değişti. Tabiki sörf burada devam ediyor, ama eskisi kadar büyük bir talep yok. Çünkü, sörf okullarının olduğu yerde artık restoranlar da barlar da olmaya başladı. Bu da tabiki etkiliyor, ama burada rüzgar oldu a benim kanaatim Sörf sporu devam edecektir. Potansiyeli yüksek, tabiki de bununla ilgilenirse büyük şeyler, nasıl söyleyeyim, Yerel Yönetimler vb. Bu sporun burada yapılabilieceği, yani bunu farklı noktalarda yapılabiliyor, ama Dünyada çok ender bulunan üç, dört yerden biri olduğu için buranın korunması ve devam ettirilmesi gerekiyor. Eğer devam ettirilmezse, tabikide potansiyel git gide düşecek.*
- **K7:** *Yani şöyle, aslında sörf sporu çok göz ardı edilen bir spor, yani turizm açısından. Yani sörf müşterileri, turistik beş yıldızlı otellere gelen müşteriler gibi değil, sörf müşterileri gittiği yerde minimum bir ay, iki ay, üç ay, dört ay konaklayan müşteri portföyüdür. Gittiği yerde oranın yerel esnafına yerel dükkanlarına ne bileyim, evini kiralar, market alışverişini yapar, kafesinde restoranında yemeğini yer. Daha uzun vadeli, daha aslında verimli müşteri kitlesidir. Yani neredeyse diğer spor branşlarının hiçbirinde bu tip bir durum yok*

açıkcası. Çok uzun vadeli ve Türkiye’de çok uzun bir sezonumuz var. Yani yaklaşık dokuz ay, on ay Türkiye’de sörf yapılabilir. Rüzgâr sporları için yeteri kadar tanıtım finans desteği ayrılmadığını düşünüyorum. Yani Alaçatı zaten biliyorsun dünyaca ünlü bir sörf merkezi. Zaten kendi reklamını kendisi yapabiliyor ama tabiki daha çok kitlelere ulaşmak için desteklere ihtiyacı var. Yurt dışında gerek tanıtım, gerek billboardlar, gerek internet tanıtımı ve ülke olarak turizm bakanlığının dijital reklamcılığa daha çok finans ayırması ve sörf sporunu sörf merkezini daha çok Dünya’da duyurması gerekiyor.

- **K10:** *Alaçatı, Dünya’nın üçüncü sörf merkezi. Eğitim açısından baktığın zaman alt yapı olarak bana göre birinci sörf merkezi. Yurt dışından da çok büyük ilgi var, talep çok oluyor. Biraz daha tanıtımlarla popüler yapmaya çalışmak daha iyi olur. Biraz daha geliştirmek gerekiyor. Okul olarak, eğitmenler olarak. Kaliteli bu işin okulundan mezun olan kişilerin gönül vermesini istiyoruz.*
- **K12:** *Vallahi tabii şimdi eskiye bakacak olursak eskiden biraz daha koşullar tabii windsörfün hayatımıza girmesi daha büyük sınırlıydı. Yabancı uyrukluların gelip burada windsörf yapmasıyla bizde bir şekilde windsörfe kanalize olduk ve o değerleri var ettikten sonra yavaş yavaş windsörf okulları var etmeye gayret etti ve var oldu da. Okullarımız var olduğu süre içerisinde altyapıdan temel eğitim grubundan küçük çocuklarımızı bu tabii montelerken buraya okullarla yapılan bir işbirliği de oldu. Beden eğitimi öğretmenleri bunda çok nokta, en önemli nokta en önemli rolü oynayan onlar. Onların da gayretleri ile okullarla yapılan bağlantılar windsörfe küçük yaş gruplarının sekiz, dokuz, on yaş grubunun daha çabuk monte olmasına gayret edildi ve böylece süreç ciddi bir şekilde hızlandı. Tabi buna medyada çok artı. Artı Bilgisayar yaşantısı çok önemli, internet olayı çok yaşandı. Görsel bazı şeyleri yaşamak daha farklı değerlere, öğrencimizi yelpazesini genişletmeye çok yararlı oldu ve böylece bir patlama yapıldı, oldu diye düşünüyorum windsörfte. Vallahi genel olarak windsörfe bakış ciddi bir, güzel bir konum arz etti. Bunları da zaten daha önce yaşadığımız şampiyonalarda dünya genelindeki şampiyonalarda ve federasyonun tabii göstermiş olduğu çabalarla Türkiye şampiyonasında ciddi bir ayak, dört ayak gibi bir ayak var. Artı il birincilikleri var, artı gene bu sene geldi iki tane Dünya Şampiyonası. IFCA ve PWA, onların da tekrar buraya gelmesi genç jenerasyona ciddi bir etken oldu diye düşünüyorum.*



Şekil 3. Kurumsal Marka Değeri Oluşturmak İçin Yapılan Çalışmalar

Şekil 3'e bakıldığında kurumsal marka değeri oluşturmak için yapılan yazılı görsel basın/sosyal medya (K1, K2, K4, K5, K6, K7, K9, K10, K12), sunulan hizmetler (K3, K11, K12), uluslararasılaşma (K8), profesyonel başarı (K10) olarak 4 tema elde edilmiştir.

Katılımcılara yöneltilen “Yöneticisi bulunduğunuz sörf okulunuzun kurumsal marka değerini oluşturmaktaki yapmış olduğunuz çalışmalar hususunda bilgi verir misiniz?” sorusuna ilişkin katılımcılardan elde edilen ek olarak Şekil 3’de görülen temalara ilişkin bazı katılımcı görüşleri aşağıda sunulmuştur.

- **K4:** Tabi, aslında ilk başlangıçta sosyal medya. Bu tarz şeylere çok önem gösteriyoruz şuandaki en önemli, en hassas konu sosyal medya tarafı. Genelde google reklamları, internet sitesinin oluşması ve sürekli aktif olarak instagramda, instagram yönetimiyle şuandaki marka değerini oluşturmaya çalışıyoruz. Tabiki bu bir süreç. Okulumuz çok büyük bir okul değil, daha çok butik bir okul. Butik hizmet

veriyor, müşteri kitlesi ona bağılı olarak gidiyor. Dediğim gibi marka değeri için en başta sosyal medyayla başlağıç yaptık.

- **K6:** Markalaşmak zor bir şey. Elimizden geleni yapmaya çalıştık bizde. İyi bir marka olduğumuzu da düşünüyorum artık. Kurumsal yapıda neler yaptık? Yani, tabi herkes gibi logo çalışması yaptık, bunlarla ilgili reklam çalışması yaptık. Ondan sonra kendi web sitemizi kendimiz hazırladık. Kendi sistemimizi oluşturduk. En önemlisi o. Web sitesinde de MYGA'nınki farklıdır her zaman çünkü kendi sitemiz var. Kiralama sitemiz, eğitim sitemiz de kendi kendimize geliştirdiğimiz bir sistem. Bir çatı altında toplanmaya çalıştık. Okul da zaten "MYGA Surf City" burası. Bir mahalle, bir ev gibi. Sörf evlerinden oluşuyor her yer. Bütün depolamalardan kiralama evlerine kadar her şey bir evden oluşuyor. Haliyle de burası bir şehir gibi. MYGA Surf City'de herşey olsun istedik sörf ile ilgili o yüzden mağaza yaptık. Distribütörlükler aldık. Getirisi çok çok az olsa bile distribütörlükleri bırakmamaya çalıştık. Bu sene de ilk defa bir kafe, restoran devraldık. "Cartel" isminde. Bunların hepsini topladığımızda aslında markalaşmaya çalıştığımız için bunları yaptık. Eskiden, eskiden dediğim üç, dört yıl önceye kadar çok fazla olmada da Kars'tan, Van'dan MYGA'yı tanıyan insanlar, hiç sörfle ilgilenmeyen ama MYGA adını duyan insanlar oluyor. Bunlar için de tabi çok mutlu oluyoruz. En önemli şeylerinden bir tanesi yarışlar oldu bunlarda. Yarışlara sponsor olmaya çalışıyoruz. Elimizden geleni yapıyoruz. O yarışlarda radio reklamları, televizyon reklamları olan şampiyonalar oluyor. O yarışların hepsinde bulunmaya çalışıyoruz.

- **K8:** Söylediğim gibi ASPC koyun en eski okulu ve bu anlamda gerçekten oturmuş bir marka değeri var. Biz bu marka değerini oluştururken özellikle yurt dışında kendimizi en iyi şekilde tanıtmaya çalışıyoruz. Bu bağlamda hali hazırda çalıştığımız birçok tur operatörü var. Bunlardan en büyüklerinden bir tanesi "Surf & Action" ve Almanya'daki sörf turizmini yöneten acentalardan bir tanesi. Böylelikle ASPC yılın on iki ayında yabancı misafirlerin de çok sık ziyaret ettiği bir alan haline geldi. Özellikle geçtiğimiz senelerde çok ağırlıklı olarak Almanya'da Düsseldorf'ta kurulan su sporları fuarına katılarak ve yine ülke içerisinde turizmi artırıcı ve destekleyici çeşitli projelerde yer alarak ASPC'nin marka değerini oluşturmuş olduk. Şu anda da dediğim gibi oturmuş ve bilinen bir marka haline geldik. Bunda da en büyük çalışma dediğim gibi uluslararası ve ulusal fuarlarda ve çalışmalarda yer alarak aynı zamanda sosyal sorumluluk projelerinde de yer alarak

kendi adımızı ve markamızı daha duyulur ve görülür kılmaya çalışıyoruz.

- **K11:** Biz kurumsal değiliz. Biz açıkçası kulübüz, windsörf kulübüyüz. TYF'ye bağlı, Türkiye Yelken Federasyonuna bağlı. Bize bağlı yaklaşık seksen, doksan tane lisanslı sporcu var. Onların akrabaları, kardeşleri, arkadaşları üzerinden biz derse çıkıyoruz. Birde işte gezerken gelip soran insanlara ders veriyoruz. Bizim okulumuzun kapasitesi çok fazla değil. Bord sayımız, yelken sayımız çok fazla olmadığı için şu anki benim yaptığım şeyler işte lisans sporculardan gelen müşteriler ve yoldan gelen müşteriler bana yetiyor açıkçası. Onun dışında herhangi bir reklam veya bir web sitesi kullanmıyorum.



Şekil 4. Alaçatı Organizasyonlara Ev Sahipliği Yapılamamasına İlişkin Görüşler

Alaçatı organizasyonlara ev sahipliği yapılamamasına ilişkin görüşlere yönelik soruda Şekil 4’de toplam 5 tema elde edilmiştir. Bunlar sırasıyla sponsorluk (K1, K2, K4, K5, K6, K7, K8, K10, K11, K12), finansal destek (K1, K2), olimpiik branş olmaması (K1), fiziki yetersizlikler (K3), uluslararasılaşma yetersizlik (K9) olduğu görülmektedir.

Katılımcılara yöneltilen “Son on yıl içerisinde Alaçatı bölgesinde dünya çapında şampiyonalar düzenlenmekteydi. Son yıllarda ise bu tip organizasyonlara ev sahipliği yapılamadığı görülmektedir. Bu durum hakkındaki düşünceleriniz nelerdir? Bu tür organizasyonların bölge turizmine katkılarının neler olduğunu düşünüyorsunuz?” sorusuna ilişkin katılımcılardan elde edilen ve Şekil 4’te görülen temalara ilişkin bazı katılımcı görüşleri aşağıda sunulmuştur.

- **K1:** Şimdi evet güzel bir soru bu da. Burada gerçekten bir değişim söz konusu.

Öncelikle bu konularla ilgili en önemli şey tabiki bir finansal destek olması gerekiyor ve bu sponsorlarla daha önce yapılıyordu. Sponsorların sörf turizmiyle ilgili olan şampiyonalara büyük bir desteği söz konusuydu. İçki ve sigara markalarının sponsorluklardan çıkarılması öncelikle ve daha sonra da kalan diğer markaların da ekonomik sebeplerle bunlardan teker teker elini çekmesi, açıkçası emekleme düzeyinde olan bu tip şampiyonaların özellikle Türkiye Şampiyonaları'ndan bahsediyorum. Uluslararası Şampiyonalar birazcık daha kurumsal tabiki Türkiye'deki şeylere göre. Belini büktü tabiri caizse. Bu noktada özellikle sadece şampiyonalar yani organizasyonlar değil, bu şampiyonalara katılacak sporcuların yetişmesi, bu tür şampiyonalara girebilmesi, bununla ilgili malzeme desteği, yapacakları antrenmanla ilgili olarak destek olmadığı için yada minimum düzeyde olduğu için şampiyonalara olan ilgi de, katılımlar da azaldı. Bu şampiyonalarda verilen ödüllerin de eskisi gibi üst düzeyde olmaması, sporcuları da demotive ediyor. Devletin zaten bu noktada, yani ben eski bir milli sporcu olarak söyleyebileceğim; devletin bu noktada minimumda bir desteği söz konusu, finansal destekten bahsediyorsak. Şu ana kadar olimpiik spor değildi kitesurf. İlk olarak 2024 yılında Paris'teki olimpiyatlarda yarışılacak. Olimpiik spor olarak. Şimdi olimpiik spor olduğu için de devletin desteği artacaktır bu noktada. Ama genel olarak bu tür organizasyonların bölge turizmine çok önemli katkıları var. Yani Dünya'da ve Türkiye'de nereye bakarsanız, sörfün girdiği her bölge zaten kalkınıyor. Yani buna Alaçatı örneğini verebiliriz, Akyaka örneğini verebiliriz, Dünya'da Güney Afrika Cape Town örneğini verebiliriz, Boracay örneğini verebiliriz. Buradaki gayrimenkul fiyatlarından turizm sezonunun uzamasına dek birçok pozitif etkisi var sörf turizminin açıkcası. Tabiki bu organizasyonlar da pastanın üzerindeki krema aslında. Herkesin kendini gösterdiği, başarılı sporcuların kendini gösterdiği, eğitmenlerin, antrenörlerin kendini gösterdiği dediğim gibi bu pastanın üzerindeki krema. Olmazsa olmaz şeyler bence. Dolayısıyla çok büyük katkıları var bölge turizmine.

- **K2:** Daha önce bende Dünya Şampiyonasının içerisinde çalıştım. Yaptık. Büyük sponsorluklar oluyor, çünkü dünyanın çok farklı yerlerinden insanlar geldiği için yüz, yüzelli sporcu oluyordu. Büyük bir organizasyondur. Bunun zaten yapılmasının en büyük sebeplerinden birtanesi sponsor destekleridir. Son zamanlarda bu ekonomik şeylerden de sponsorluklar kesilmeye başlayınca tabiki de buna ayrılacak bütçeler bulunamıyor. Bu dediğim bütçeler gerçekten büyük bütçeler,

çünkü büyük organizasyonlar bunlar sonuçta ve belli yapılması gereken şeyler de var. Bunu artık şirketler yapmamaya başladı bildiğim kadarıyla. Birde yapılmadan önce ülkenin durumu, ekonomik durumu, güvenli olmadığına dair yurt dışında yapılan reklamlar diyeyim. Yani reklam değil de yansıtmalardan dolayı iptal oldu çoğu yarışma işlerinin. Katkıları şöyle oluyordu, çünkü bütün dünyadan herkes katılıyordu buna. İnsanlar buraya geldiğinde tabiki de kendileri profesyonel sporcu oldukları için ve bir sponsorları da olduğu için bunlar da burada yarışın olduğunu ve reklamını yapıyorlardı. İster istemez buraya sörf yapmak için hiç bilmeyen biri bile bu adamı takip ediyorsa, burada böyle bir sporun yapıldığını öğreniyordu ve belkide bir sonraki tatilini de planlayabiliyordu.

- **K9:** *Evet on yıl önce çok fazla yapılıyordu burada ve Dünya çapından bir sürü insan bunu izlemeye geliyordu. Bu da turizm açısından ve sporun buradaki gelişimi açısından çok etkili oluyordu gerçekten. Alaçatı ismi çok duyuluyordu. Son zamanlarda yapılmamaya başlandı ve buradaki yurt dışından gelen insan sayısının azaldığı görüldü. Bu sene bir şampiyona düzenlendi burada. Uzun ara verildiği için katılım çok yoğun olmasa da ufak ufak insanlar gelmeye, bunu tanımaya başladı. Tekrardan böyle bir hareketlenme oldu. Yani bunun kitesurf açısından da Alaçatı'da yapılmasını çok istiyoruz çünkü bu spotun tanıtılması, bu sporun tanıtılması, buranın turizm açısından gelişmesi için çok önemli olacaktır bence. Umarım bunun devamlılığı sağlanır gelecek yıllarda.*
- **K10:** *Son yıllarda bu Şampiyonaların yapılmaması Alaçatı için biraz kötü oldu. Yani Türkiye'nin tantımında, bütün ülkelerden yarışçılar geliyordu. Alaçatı için de iyi oluyordu. Gelen kişiler butik otellerde konaklama yapıyordu. Alaçatıyı geziyorlardı. Alaçatı'yı gidip yurt dışında anlatabiliyorlardı. Görsel olarak ya da sözlü olarak. Ülkemiz için güzel birşeydi ama son yıllarda ekonomik durumlardan dolayı biraz etkilendi. O yüzden biraz yarışların sponsorları azaldı. Sponsor olmayınca, sörfçüleri destekleyen sponsor yok. Yada yarışları destekleyen sponsor yok. Yani bu tür yarışların Alaçatı için çok büyük faydası vardı. Esnaf için iyiydi, otelciler için, turizmciler için iyiydi. Alaçatı bu şekilde yurt dışında çok iyi tanıtıyorduk ama son yıllarda yarışların yapılmamasıyla birlikte en son iki bin on iki, on üçte mi ne yapıldı. İşte o dönem terör olaylarından dolayı insanlar biraz tedirgin kaldı. Yurt dışında IFCA bu tarz organizasyonların Türkiye'de yapılmasını çok önermedi. O yüzden hep başka ülkelerde yapıldı. Bu sene ilk defa Türkiye aldı. İyi oldu mu? Güzel oldu. Tabi, şu an zaten windsurf tekrar hareketlenmeye başladı.*

Yeni nesil biraz daha bilinçli şekilde devam etmeye başladı. İşte Türkiye Şampiyonası olsun, IFCA olsun tekrar burada başlayarak yavaş yavaş artık ileriye doğru gitmeye başladık.

Sörf.....gibidir. Çünkü,.....	Kategori	Metaforlar
	Bağımlılık	Mafya (k1), Kara delik (k3)
	Bütünleşme	Hayat (k2)
	Özgürlük	Özgürlük (k4-k11), Rüzgâr (k9), Kuş (k10)
	Yaşam tarzı	Hayatımın parçası (k5), Hayat (k6), Yarış (k7) Gelişen canlı bir varlık (k8) Yaşam (k12)

Şekil 5. Sörf.....gibidir. Çünkü,.....

Şekil 5'e bakıldığında katılımcıların sörf kavramına ilişkin toplam 11 adet metafor ve bu metaforların 4 ayrı kategori altında toplandığı belirlenmiştir. Kategoriler incelendiğinde bağımlılık, bütünleşme, özgürlük ve yaşam tarzı olduğu görülmektedir.

Katılımcıların sörf tanımlarındaki görüşleri ise; maya, kara delik, hayat, özgürlük, rüzgâr, kuş, hayatımın parçası, hayat, yarış, gelişen canlı bir varlık, yaşam metaforları olarak söylemişlerdir.

Bağımlılık kategorisi altında katılımcıların metafor örneklerine bakıldığında katılımcıların sörfü maya ve kara delik olarak tanımladığı görülmüştür. Bu kategoride yer alan katılımcıların görüşleri şu şekildedir;

- ☐ *Sörf, mafya gibidir. Bir kez girdin mi, bir daha çıkamazsın. Geçmiş olsun Alihan hocam size de bu noktayla ilgili olarak (K1).*
- ☐ *Sörf sporunu neye benzetirim. “Kara delik”, kara delik gibi, içine girdiğinizde çıkamıyorsunuz. Bir daha çıkabilmeniz mümkün değil hatta. Belki branş değiştirebiliyorsunuz. Rüzgar sörfünden kitesurfe geçebiliyorsunuz. Başka bir şey olabiliyor, o olabiliyor ama mutlaka o denizin içinde kalıyorsunuz, o sörfün içinde kalıyorsunuz. Hiç bitmeyen bir ihtiyaç gibi, hiçbir zaman bitmiyor. Bu sadece yaz sporu değil, bu kışın da yapılabilen bir spor. Her an yapabileceğiniz bir spor, rüzgarın estiği her an suda olabilirsiniz uygun malzemelerle ve sizin sörf*

ihtiyacınız hiç bitmiyor. Sörf malzemesine ihtiyacınız hiç bitmiyor. Dediğim gibi kara delik gibi, içinden çıkmanız neredeyse mümkün değil (K3).

Bütünleşme kategorisi altında katılımcıların metafor örneklerine bakıldığında sörfü hayat olarak tanımladığı görülmüştür. Bu kategoride yer alan katılımcının görüşleri şu şekildedir;

- *Sörf sporunu hayata benzetirdim, çünkü ben çocukluğumdan beri, kendimi bildiğimden beri sörf sporunun içindeyim. Yaklaşık on yaşından beri benim bütün gelişimim, vücut gelişimim işte spor şeyim hep sörf ile oldu. Bununla birlikte ben okulumu da sörf üzerinden okudum. İşimi de hala onun üzerinden yapıyorum. Yarıştım. Şimdi de çalışıyorum. Yani benim için hayatı temsil ediyor (K2).*

Özgürlük kategorisi altında katılımcıların metafor örneklerine bakıldığında sörfü özgürlük, rüzgar ve kuş olarak tanımladığı görülmüştür. Bu kategoride yer alan katılımcıların görüşleri şu şekildedir;

- *Ben en çok “özgürlüğe” benzetiyorum ama tabi bunu metafor yapar mısınız, bilmiyorum açıkcası. Yani, en çok yaşanan sörf sporunun özellikle hissedilen şey özgür olmak, özgür olma duygusu çünkü hiçbir şey ile bağlantınız kalmıyor ve sizin o an için düşündüğünüz daha hızlı gidebilir miyim, daha yavaş gidebilir miyim? Yani, komple kendinizi reset etmiş gibi oluyor. Windsurf’te de kitesurf’te de aynı şey geçerli olan çünkü insanların hayatlarındaki stresli ortamdan uzakabilecekleri en iyi nokta sörf sporu. Başka bir şey değil yani. Fitness falan değil yani. Fitness’ta bile, koşu bandına girsen aklında sürekli bir şeyler çalışıyor ama burada öyle bir şey yok. Yani, sörf yaparken böyle bir şey yok. Bence bu (K4).*
- *Sörf sporu, Kendini bir kuş gibi hisset, yani özgür uçarak gidebiliyorsun. Motor yok, rüzgâr gücüyle gittiğin için kendini kuş gibi hissedebilirsin (K10).*
- *Sörfü neye benzetiyorum? Sörf bence özgürlük. Yani herhangi bir makineye bağlı olmadan sadece vücut gücüyle, rüzgârın gücüyle belli başlı tekniklerle yapabildiğin, sadece rüzgârın sesiyle ve sudan çıkan o dalga sesleriyle kendini kaybettiğin, özgür olabileceğin bir yer bence (K11).*

Yaşam tarzı kategorisi altında katılımcıların metafor örneklerine bakıldığında sörfü hayatımın parçası, hayat, yarış, gelişen canlı bir varlık, yaşam olarak tanımladığı görülmüştür. Bu kategoride yer alan katılımcıların görüşleri şu şekildedir;

- *Ya başlı başına bir hayat değişimi demek baktığımızda yani Rüzgar sörfünü sadece bir hafta sonu Alaçatı'ya gelip iki fotoğraf çekilerek üstesinden gelemiyorsunuz o sizde kalıyor ve devam ettirilebiliyor. İyi bir bulaşıcı hastalık ama hayat tarzını komple değiştiren bir bulaşık hastalık (K5).*
- *Bizim MYGA'nın kendi sloganı "Surf is life, life is beautiful". Aslında "Hayata" tabiki benzetiyoruz. Zaten bu sloganı da biz yaptık. Hayat gibi sörf de. Bir başlangıcı var, bir sonu var ve içinde olabildiğince eğlence var. Olabildiğince yaşam var. Bence hayatın kendisi gibi, surf is life, life is beautiful (K6).*
- *Yani ben şöyle düşünüyorum, insanın kendisiyle yarışı aslında, doğayla yarışı, kendisiyle yarışı, yapılabilesiyle yapamadıklarıyla, kendi gelişimiyle ilgili olan kendi kendisiyle yarışı K(7).*
- *Evet çok güzel bir soru bu da gerçekten. Sörf bence sürekli değişen, gelişen canlı bir varlık gibi aslında çünkü her suya çıktığında aslında şartlar hep değişik. Yani hiçbir zaman su aynı seviyede olmaz. Dalga aynı şekilde gelmez. Rüzgarın yönü her zaman aynı olmaz. Bu demek oluyor ki, sen suya çıktığında sürekli değişen ve o an her an değişiklik gösterebilecek bir canlıyla berabersin ve onunla birlikte hareket edip onunla uyum sağladığında da başarıyı elde ediyorsun. Tam anlamıyla doğa aslında. Ben sörfü canlı bir varlığa benzetiyorum, öyle söyleyeyim (K8).*
- *Yaşam demek (K12).*

BEŞİNCİ BÖLÜM

TARTIŞMA VE SONUÇ

Araştırmanın bu bölümünde araştırmada elde edilen sonuçlara ilişkin bilgilere yer verilmiştir.

Yapılan çalışma Çeşme Alaçatı bölgesinde yer alan sörf okullarının üst düzey yöneticileri ile görüşülmüş ve katılımcılara çeşitli sorular yöneltilmiştir. Verilen cevaplara neticesinde ortaya çıkan temalar aşağıdaki gibidir.

- ❖ Katılımcılara yöneltilen “Sörf okulu olarak ne tür hizmetler sunuyorsunuz? Bunlar neler ve kimlere yöneliktir? Açıklayınız?” sorusuna verdikleri yanıtların sonucunda ortaya çıkan temalar; eğitim ve ticari rekreasyon şeklindedir.

Ticari rekreasyon; Rekreasyon hizmetlerini ticari boyutta incelediğimizde karşımıza hizmet alan bireylere sunulan etkinliklerin yer aldığı bir süreç çıkmaktadır. Mevcut çalışmada bireyler rekreasyonel turizm ürünlerini serbest zamanlarında satın aldıklarını, yediden yetmişe fiziksel bir engeli olmayan her bireyin katılım gösterebildiği sektörün bu şekilde devamlılık gösterdiğini ve potansiyel müşterilerin eğitilmiş ve yaşam standardı yüksek, rekreasyona önem veren bireylerden oluştuğunu ifade etmektedirler. Ayrıca mevcut çalışmanın bulguları incelendiğinde, Alaçatı bölgesindeki sörf merkezlerinde ticari rekreasyon hizmetleri olarak, windsurf, kitesurf, paddle board, gibi hizmetlerin sunulduğunu görmekteyiz. Alanyazında ticari rekreasyon özelinde yapılan çalışmalar incelendiğinde ise, Kaba (2016)’nın Türkiye’deki ticari rekreasyon faaliyeti olarak macera turizminin gelişim potansiyelini belirlemek amacıyla yapmış olduğu çalışmada, sektör yöneticilerinin ülkemizde yeni yeni bilinirliği artan rekreasyona aşina oldukları, rekreasyon ve turizm arasındaki bağın organik olduğunu bildikleri aktarmışlardır. Başka bir çalışmada ise Çevik, Şimşek ve Kayacık (2020) rekreasyon alanlarına göre iş fırsatlarının tespit edilmesi ve istihdam için rekreasyon mezunlarına önerilerde bulunabilmesi amacıyla yapmış oldukları çalışmanın sonucunda en fazla iş fırsatı rekreasyonel spor ve turizm rekreasyonu alanında yer aldığı tespit edilmiştir. Bu doğrultuda yapılan çalışmalar ile ortaya çıkan ve mevcut araştırma neticesinde elde ettiğimiz ticari rekreasyon teması ile uygunluk gösterdiği söylenebilir.

Eğitim; Çalışmamıza katılım gösteren okullarda eğitilmiş kuşakların yetiştirilmesi için alınacak rolün ne kadar değerli olduğu noktasındaki farkındalığı görmekteyiz. Spor

eğitiminden, ahlaki eğitime uzanan bir anlayışla hareket eden önemli birkaç spor kulübünün üst düzey katılımcıları, her alandaki eğitimin bireyler üzerindeki olumlu etkilerinden söz etmektedirler. Spor ile gelişen eğitim anlayışı bireylerdeki disiplin seviyesinde gelişmeleri sağlamaktadır. Ayrıca sörf sporuyla ilk kez buluşan bireyler için de doğru eğitim olmazsa olmaz nitelikte olduğu düşünülmektedir. Gelişimin, hazzın, mutluluğun ve başarımlık hissinin en önemli destekçisi alınan doğru eğitim olduğu söylenebilir. Alanyazında yapılan çalışmalar incelendiğinde, Demirtaş'ın (2019) kişilerin yaşadıkları çevreye uyumunu ve kendi gelişimini sağlamayı amaçlayan çalışmasında eğitimi, toplumdaki her vatandaşın temel hakkı olarak ifade ettiğini belirtmiştir. Ayrıca Şahin ve Taşkiran (2020) rekreasyon eğitimi alan ve rekreasyon eğitimi almayan bireylerin öz liderlik tercihleri ve otorite algılarının karşılaştırmak amacıyla yapmış oldukları çalışmada rekreasyon eğitimi alan rekreasyon bölümü öğrencileri ile rekreasyon eğitimi almayan bireylerin liderlik eğitimi geçmişlerine ilişkin bulgular incelendiğinde rekreasyon eğitimi alan bireylerin liderlik becerilerinin daha yüksek olduğu gözlenmiştir. Alanda yapılan çalışmalar incelendiğinde eğitimin bireyler üzerinde özgüven, yeterlilik duygusu gibi etkilerinin olduğu gözlemlenmiştir.

❖ Katılımcılara yöneltilen “Alaçatı'nın sörf turizmine bakış açısı ve potansiyelini nasıl değerlendiriyorsunuz?” sorusuna verdikleri yanıtların sonucunda olumlu ve olumsuz olarak iki ana başlıkta temalar ortaya çıkmıştır. Ortaya çıkan olumlu temalar; coğrafi konum ve popülerite iken olumsuz temalar; bilgi/eğitim eksikliği, konaklama, pandemi ve ekonomi şeklindedir.

Coğrafi konum; Mevcut çalışmanın bulguları incelendiğinde katılımcılar, coğrafi konum olarak Çeşme- Alaçatı bölgesi dünya çapında bilinen önemli sörf merkezlerinden olduğunu belirtmektedir. Rüzgar kalitesi, deniz seviyesi, rüzgarın sıklığı ve koyun konumu itibarıyla dünya genelinden Alaçatı'ya her yıl binlerce insan sörf turizmi gerçekleştirmektedir. Ayrıca, Alaçatı'yı Alaçatı yapanın coğrafi konumu olduğunu da dile getirmektedirler. Cıngı (2021) Erciyes Kış Sporları ve Turizm Merkezine yönelik yapmış olduğu çalışmada destinasyonlarda kış turizminin geliştirilmesinde kış sporları ve turizm merkezlerinin turizm pazarının gelişimi açısından coğrafi konumunun önemini ortaya koymakta ve çalışmamız ile benzerlik göstermektedir. Başka bir çalışma da ise, Avcı ve Barışık (2015) turizmde windsurf okullarının önemine değinmiş ve çalmalarında Alaçatı'nın rüzgar, deniz suyu kalitesi ve koyun konumu olarak diğer sörf merkezlerinden

öne çıktığını belirtmişlerdir. Buradan hareketle yapılan çalışmalar da göz önünde bulundurulduğunda bölgenin coğrafi konumunun, bölgenin potansiyelini açığa çıkarmada önemli bir rolü olduğu söylenebilir. Alanda yapılan çalışmalar incelendiğinde mevcut çalışma ile benzerlik gösterdiği söylenebilir.

Popülarite; Katılımcıların verdiği cevaplar doğrultusunda, Alaçatı bölgesinin özellikle sörf turizmi için konuşmamız gerekirse, popülaritesini belirleyen başlıca unsurun benzersiz doğal koşulları olduğunu ifade edebiliriz. Verilen cevaplar arasında, Alaçatı'nın doğal koşullarıyla sörf turizmi için dünyanın en değerli merkezleri arasında yer aldığı yanıtını görebiliriz. Çalışmaya katılanların da belirttiği gibi popülariteyi arttırmak için yatırımların artırılması ve gerekli önemin bölgeye verilmesi gerekmektedir. Aksi takdirde bölgenin mevcut potansiyeline ulaşabilmesi pek mümkün olmayacaktır. Özdemir, Büyüköztürk ve Karaküçük (2016), rekreasyonel olanaklara dayalı yapılan destinasyon tercihlerinin motivasyonel ve demografik faktörler yoluyla açıklanmayı amaçladığı çalışmasında, destinasyonların popülaritesinin artırılması için çeşitli aktivitelerin yapılması gerektiğini vurgulamaktadırlar. Yapılan bir başka çalışmada ise Yılmaz ve arkadaşları (2018), Çıldır Gölü bölgesinin popülaritesinin artırılması için yaz kış entegrasyonunun yanı sıra medya tarafında da tanıtımların yapılması gerekliliğini belirtmektedirler.

Bilgi/Eğitim eksikliği; Katılımcıların beyanları doğrultusunda sörf turizmi, turizm çeşitleri arasında ekonomik olarak diğer türlere göre daha üst kesime hitap ettiği görülmektedir. Dolayısıyla yayla turizmine olan ilgi düzeyini sörf turizminde aramak yanlış olacaktır. Bununla birlikte talebin az olduğu söylenebilir. Katılımcılara göre, talebin az olması sörf turizminin bilinirliğinin önündeki başlıca engellerden biridir. Çalışmamıza katılan yöneticiler ayrıca, bilgi eksikliğinin ülkemizdeki sörf turizminin gelişimine doğrudan etki ettiği görüşündedirler. Alanyazın incelendiğinde, Demirel ve Harmandar (2009) Üniversite öğrencilerinin rekreasyonel etkinliklere katılımlarında engel oluşturabilecek faktörlerin belirlenmesi amacıyla yapmış oldukları çalışmanın alt boyutları incelendiğinde, üniversite öğrencilerinin rekreasyonel etkinliklere katılımlarında engel oluşturabilecek faktörlerden birinin de bilgi eksikliği olduğunu saptamışlardır. Yine benzer şekilde, Gönen ve Akgün (2005), bilgi eksiklikleri ve kavram yanlışlarının tespiti amacıyla yaptıkları çalışmada, bilgi eksikliklerinin kavram yanlışlarını gidermede etkili olmadığını görmüşlerdir.

Konaklama; Mevcut çalışmanın katılımcılarının verdiği cevaplar ışığında, turizm bölgelerine seyahat eden turistler için akla ilk gelen unsurların başında konaklama gelmektedir. Konaklama yapılacak ortam, turizm faaliyetinin kalitesini doğrudan

etkilemekle birlikte konaklamanın yapıldığı mekan, kişilerin sosyo ekonomik seviyeleri hakkında da bilgi verdiği söylenebilir. Bölgedeki konaklama merkezlerinin ekonomik anlamda tüm kesimlere hitap edecek çeşitlilikte olması, bölgedeki turizm hareketliliğini de arttırdığı vurgulanmaktadır. Mevcut çalışmadaki katılımcıların görüşleri doğrultusunda sörf turisti, halihazırda yüksek maliyetli bir spor dalıyla ilgilendiği için en azından konaklama kısmında standart düzeyde bir hizmet talep etmektedir. Ayrıca Alaçatı bölgesindeki konaklama merkezlerinin genel itibariyle sörf merkezlerine uzak konumda yer aldığı katılımcılar tarafından belirtilmektedir. Bu bağlamda, araç kullanmadan sörf merkezine ulaşım sağlamak pek mümkün değildir. Katılımcıların da söylediği gibi, sörf turistinin konaklamadan beklentisi, ekonomik koşullarda konaklama ve sörf merkezlerine yakınlık olarak karşımıza çıkmaktadır. Literatür incelendiğinde ise, konaklama işletmelerinde maliyet ve yönetim muhasebesi problemlerini inceleyen Agay (2003), fiyatlandırma politikalarının konaklama tercihlerinde önemli bir rol oynadığını vurgulamaktadır. Ayrıca Dinçer (1989)'in konaklama sektörünün gelişimi ve başlıca sorunları üzerine yapmış olduğu çalışmada konaklamanın önündeki engeller, pazarlama eksikliği, altyapı eksikliği ve çevre kirliliği vb. şeklinde sıralanmıştır. Bu bağlamda alanda yapılan çalışmalar incelendiğinde konaklama teması mevcut çalışma ile benzerlik göstermektedir.

Pandemi; Hayatın her alanını etkilediği gibi sörf turizmini de derinden etkileyen pandemi koşulları, iki yılı aşkın bir süreyle yaşamımızı olumsuz etkilediğini söyleyebiliriz. Bu süreçte turizmin durma noktasına geldiği ve işletmeler büyük zararlara uğradığı katılımcılar tarafından da dile getirilmektedir. Dolayısıyla bu sürecin Alaçatı'da yer alan sörf okulları için sancılı geçtiğini söylemek yanlış olmayacaktır. Literatür incelendiğinde, Üstün ve Özçiftçi (2020), COVID-19 pandemisinin sosyal yaşam ve etik düzlem üzerine etkisinin incelendiği çalışmada, turizm sektörüyle beraber diğer pek çok alanında çeşitli şekillerde olumsuz etkilendiği sonucuna varmışlardır. Ayrıca Güzel, Esentaş ve Zerengök (2020) bireylerin duygusal, fiziksel, psikolojik ve sosyal durumlarını tespit ederek ne tür rekreasyonel faaliyetleri tercih ettiklerini belirlemeyi amaçladıkları çalışmanın sonuçları incelendiğinde, coronavirus salgınının ekonomik, sosyal, psikolojik ve fizyolojik açıdan olumsuz etkilerinin olduğu gözlemlenmektedir. Bir diğer çalışmada ise, Williams (2020) koronavirüs pandemisinin Avrupa turizm endüstrisi üzerindeki etkilerini incelemeye yönelik yapmış olduğu çalışmada, pandemi sürecinin neredeyse tüm Avrupa'da ekonomik resesyona yol açtığını ve bununla birlikte kişi başına düşen milli gelir oranlarında ciddi düşüşler yaşandığı belirtilmiştir. Dolayısıyla, pandeminin hayatımıza çeşitli şekillerde tesir ettiğini söylemek mümkündür.

Ekonomi; Çalışmamızda yer alan katılımcılara göre, sörf turisti gittiği bölgede uzun süreli (en az 1 hafta) konaklama yapmaktadır. Bunun getirdiği maliyetleri göz önünde bulundurması gerektiği için ekonomik planlamasını yapması gerekmektedir. Sörf turistinin beklentileri arasında bol rüzgar, temiz ve ekonomik konaklama ve uygun maliyetli alışveriş imkanları başı çekmektedir. Dolayısıyla bölgedeki aşırı fiyatlandırmalar sörf turistinin sayısının düşmesine neden olabilmekte ve beklentileri karşılanmayan sörf turisti diğer alternatif bölgelere yönelmektedir. Örneğin sıklıkla karşımıza çıkan, Alaçatı'nın rüzgar kalitesi çok daha üst seviyede olmasına rağmen, uçurtma sörfü yapan bireyler araç ile 40 dk mesafedeki urla bölgesinin Gülbahçe mevkinde konaklayıp sörf turizmi faaliyetini sürdürdüklerini görebiliriz. Tütüncü ve arkadaşlarının (2011) üniversite öğrencilerinin rekreasyon faaliyetlerine katılımını etkileyen unsurları incelendiği çalışmanın ekonomi alt boyutunu incelediğimizde, üniversite öğrencilerinin rekreasyonel faaliyetlere katılımlarında ekonomik sebeplerin etkili olduğunu tespit edilmiştir. Mevcut çalışmanın bulgularıyla benzerlik gösterdiğini söyleyebiliriz. Başka bir çalışmada ise Roberts ve Drogin (1993) Afrikalı- Amerikalı kadınların açık alan rekreasyon etkinliklerine katılımlarını incelemiş, çalışmanın sonuçları arasında ise ekonomik nedenlere yer vermiştir. Çalışmada siyahi kadınların çeşitli ekonomik sebeplerle rekreatif etkinliklere dahil olamadığı gözlemlenmiştir. Dolayısıyla alanyazın incelendiğinde, ekonomik sebeplerin, rekreasyonel etkinliklere katılım düzeyleri üzerinde önemli etkileri olduğu gözlemlenmiş ve mevcut çalışma ile benzerlik göstermektedir.

❖ Katılımcılara yöneltilen “Yöneticisi bulunduğunuz sörf okulunuzun kurumsal marka değerini oluşturmaktaki yapmış olduğunuz çalışmalar hususunda bilgi verir misiniz?” sorusuna verdikleri yanıtların sonucunda ortaya çıkan temalar; yazılı- görsel basın/ sosyal medya, sunulan hizmetler, uluslararasılaşma ve profesyonel başarı şeklindedir.

Yazılı - görsel basın/ sosyal medya; Katılımcıların verdikleri cevaplardan hareketle, teknolojinin gelişmesi ile birlikte reklamcılık faaliyetlerinde önemli ilerlemeler kaydedildiği düşünülmektedir. Sosyal medya (Facebook, İnstagram, Twitter vb.) kullanımının ise türler arasında yaygın olduğu karşımıza çıkmaktadır. Turistlerin seyahat ettiği bölgedeki yapabileceği faaliyetleri araştırmaları olasıdır. Bunu da son yıllarda genellikle, sosyal medyada yaptığını görmekteyiz. Tam da bu noktada sosyal medya sayfalarındaki içeriğin çekici olması, sörf merkezleri için elzem bir nokta haline geldiğini

katılımcıların ortak görüşü olarak karşımıza çıkmaktadır. Özellikle genç neslin tercihlerinde sosyal medyanın etkisinin yüksek olduğunu, sörf merkezleri arasında seçim yaparken tanıtım videolarından, beğeni sayılarına kadar birçok unsuru inceleyerek tercih yaptıklarını, son yıllarda gözlemlemenin mümkün olduğu belirtilmektedir. Alaçatı bölgesinde yer alan sörf okullarının yöneticilerinin de bu konuda farkındalığının yüksek olduğunu görmekteyiz. Reklam politikalarını son yıllarda sosyal medya mecralarında artırdıklarını ve bununla birlikte geri dönüşlerin hız kazandığını belirtmektedirler. Literatür incelendiğinde, Altuntaş (2018), dijital dönüşüm uygulamalarının kurumların marka değeri üzerindeki etkileri üzerine yapmış olduğu çalışmada, üst düzey yöneticilerin çoğu kurumlarının dijital dönüşüm girişimlerini hayata geçirdiğini ifade ederken, bu girişimlerin olumlu sonuçlar vererek işlerin büyümesine katkı sağladığını belirtmiştir. As ve Alhadid (2014) ise, sosyal medya pazarlamasının marka değeri üzerindeki etkisini incelemek amacıyla yapmış oldukları çalışmada, sosyal medya pazarlaması ile marka değeri arasında güçlü bir ilişki olduğunun altını çizmişlerdir. Başka bir çalışmada ise, Lim, Pham ve Heinrichs (2020) sosyal medya etkinliği sonuçlarının marka değeri üzerindeki etkisi inceledikleri çalışmada, marka değeri, marka başarısının önemli bir göstergesi olduğunu ve firmalar marka değerinin gücüne katkıda bulunabilecek sosyal medya platformlarına yatırım yapmaları gerekliliğini savunmuşlardır.

İncelenen çalışmalarda belirtilen sosyal medya kullanımının olumlu etkileri mevcut çalışmanın bulguları ile örtüşmektedir.

Sunulan hizmetler; Alaçatı'daki bazı okulların yöneticileri, sosyal medya kullanımına çok vakit harcamadıklarını, marka değerini oluşturmadaki en temel noktanın müşteri memnuniyeti olduğunu belirtmektedirler. İşletmeden mutlu ayrılan bireyin bir sonraki dönemlerde yakın çevresiyle beraber hizmet almaya geldiklerini, dolayısıyla müşteri bulma noktasında sıkıntı çekmediklerini ifade etmektedirler. Sunulan hizmet kalitesinin ne denli önemli olduğunun altını çizmişlerdir. Alanda yapılan çalışmalar incelendiğinde, Usta ve Memiş (2009) hizmet kalitesi ve marka bağlılığı arasındaki ilişki üzerine yapmış oldukları çalışmada, hizmet kalitesi, müşteri tatmini ve marka bağlılığı arasında önemli bir etkileşim olduğunu ortaya koymaktadır. Priyo, Mohamad ve Adetunji (2020) ise, otel sektöründe hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyetinin müşteri bağlılığına etkisini incelemişlerdir. Çalışmada hizmet kalitesi ile memnuniyet arasında yakın bir ilişki olduğu sonucuna varılmıştır.

Alanda yapılan çalışmalar incelendiğinde sunulan hizmetin memnuniyet üzerine etkileri mevcut çalışma ile benzer özellikler taşımaktadır.

Uluslararasılaşma; Mevcut çalışmanın katılımcılarının verdiği cevaplar ışığında, Alaçatı bölgesinin yerelde popüler oluşunda coğrafi konum, doğal güzellikler, sanatsal olgulara sahip olması gibi birçok etkenin rol oynadığı söylenebilir. Buradan hareketle çalışmamızda yer alan Çeşme- Alaçatı bölgesinde yer alan sörf merkezinin, dünya çapında ünlü olmasında, rüzgar kalitesi, deniz seviyesi ve sörf merkezlerinin konumu gibi sörf turizmi hareketliliği için ciddi öneme sahip özellikleri bölgesel olarak sağlaması, ciddi önem taşımaktadır. Öztürk (2014) yapmış olduğu çalışmada uluslararasılaşma sürecinin önemine değinmiş ve ayrıca çalışmasında en önemli noktalardan birini kazanılan ünü koruyabilmek olarak işaret etmektedir. Bunun yanı sıra çalışmada uluslararasılaşma sürecinde dikkat edilmesi gereken noktaları değişikliklere uyumlu, esnek, yenilikçi ve dinamik olma şeklinde belirtmiştir. Bir başka çalışmada ise, Yıldız ve Yıldız (2020) Alaçatı bölgesinde gerçekleştirilen ve sörf destinasyonunun boyutlarına ilişkin bir model geliştirmek ve spor turistlerinin sörf destinasyonlarına yönelik görüşlerini belirlemek amacıyla yapmış olduğu çalışmada, marka farkındalığının bölgenin marka imajı ve bölgenin marka kalitesi üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu belirtmişlerdir. Dolayısıyla, uluslararası platformlarda Alaçatı'nın marka farkındalığının oluşması, bölgenin marka imajı açısından önemlidir.

Profesyonel başarı; Mevcut çalışmada yer alan sörf okullarının kurucuları arasında uluslararası düzeyde başarı elde eden milli sporcularımız da yer almaktadır. Bu kişiler veya okulların yöneticilerinin verdiği cevaplar doğrultusunda, yakalanan profesyonel başarının kurumun marka değerini oluşturmada çok önemli bir yeri olduğunu ve hatta tüm pazarlama stratejilerini bunun üzerine yaptıklarını belirtmişlerdir. Altuntaş (2018) yapmış olduğu çalışmada dijital dönüşüm girişimlerini hayata geçirdiğini belirtirken, bu girişimlerinin profesyonel başarıya ulaşma noktasında olumlu sonuçlar doğurduğunu ve işlerin büyümesine katkıda bulunduğunu ifade etmişlerdir. Ayrıca Bütün (2019) Futbol takımlarının süper lig puan başarısı ile piyasa değeri arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla yaptığı çalışmada, marka değerinin artırılması adına yapılan çalışmaların, kısa dönemli olarak profesyonel başarıya etkisinin bulunmadığını, diğer taraftan yapılan çalışmaların uzun vadeli etkilerinin olduğunu gözlemlemişlerdir. Bununla birlikte alanyazında yapılan çalışmalar incelendiğinde kurumsal marka değerini arttırmak için yapılan çalışmaların profesyonel başarıyla doğrudan ilişkisi olduğu söylenebilir.

- ❖ Katılımcılara yöneltilen “Son on yıl içerisinde Alaçatı bölgesinde dünya çapında şampiyonalar düzenlenmekteydi. Son yıllarda ise bu tip organizasyonlara ev sahipliği

yapılamadığı görülmektedir. Bu durum hakkındaki düşünceleriniz nelerdir? Bu tür organizasyonların bölge turizmine katkılarının neler olduğunu düşünüyorsunuz?” sorusuna verdikleri yanıtların sonucunda ortaya çıkan temalar; sponsorluk, finansal destek, olimpiik branş olmaması, fiziki yetersizlikler ve uluslararasılaşma yetersizlik şeklindedir.

Sponsorluk; Katılımcıların verdikleri cevaplardan hareketle, sörf sporunda büyük organizasyonların gerçekleştirilebilmesi için sponsorlukların yeri ve önemi yadsınamaz. Dolayısıyla Dünya şampiyonalarının yapılabilmesi için yüksek bütçelere ve çok sayıda sponsora ihtiyaç duyulduğu söylenebilir. Çalışmamızda yer alan katılımcıların da belirttiği gibi Alaçatı bölgesi, sponsorlukların eksikliği sebebiyle büyük organizasyonlara ev sahipliği yapamamaktadır. Alanyazın incelendiğinde ise, Okay ve Büyükbaykal (2019) spor sponsorluğunun futbol takımlarının marka değeri üzerine etkisini incelemek amacıyla yapmış olduğu çalışmada, futbol dünyasının önemli takımlarının sportif başarıları ile birlikte marka gücünü arttırdığını gözlemlemiştir. Ancak, ihtiyaç duyulan marka değerine ulaşabilmesi için hem ekonomik hem de teknolojik yatırımlar yapması gerekliliği vurgulanmıştır. Bu bağlamda yapılacak en önemli çalışmanın sponsorluk çalışmaları olduğu gözlemlenmiştir ve sponsorluk çalışmalarının önemine değinilmiştir. Ayrıca, Başal (2021) sponsorluk çalışmalarının tüketicinin satın alma davranışı üzerine etkisini incelemek amacıyla yapmış olduğu çalışmada, sponsorluk faaliyetinde bulunan işletmelerin sahip olduğu mal ve hizmetlerin tüketiciler tarafından tanınması sürecinde yol gösterici olduğuna dikkat çekmişlerdir. Bir başka çalışmada ise, Üstünbaş ve Boztepe Taşkiran (2020) kurumsal çekicilik algısının oluşumunda sponsorluk faaliyetlerinin etkisi incelediği çalışmasında, kurumsal çekicilik algısının oluşması talebinde bulunan kurumların sponsorluk faaliyetlerini kurumsal iletişim çalışmalarına dahil etmesinin gereklilik taşıdığı belirtmekle beraber kurumların tüm sponsorluk türlerine yer vermesi önem taşıdığı belirtilmiştir. Dolayısıyla, çalışmamızda da belirtildiği üzere, sponsorluk anlaşmaları ile birlikte hem bölgenin hem de işletmelerinin tanınırlık oranlarında önemli artışlar yaşanacağı ve bölgesel kalkınmaya da destek olacağı belirtilmektedir. Ancak sponsorlukların gerçekleşmediği durumlarda hem bölgenin hem de kurumların belirtilen faydalardan mahrum kalacağını söylemek yanlış olmayacaktır.

Finansal destek; Mevcut çalışmada da değinildiği üzere, Alaçatı bölgesinde sörf şampiyonaların düzenlenmesi hususunda verilecek finansal desteklerin yetersizliği sebebiyle yüksek ses getiren organizasyonların yapılamadığı katılımcılar tarafından

belirtilmiştir. Alanyazın incelendiğinde finansal desteğin oluşumlar için ne denli önemli olduğunu gözlemlemek mümkündür. Örneğin, Kudat ve Teker (2019) Turquality(devlet destek programı) programının kuruluşlar açısından nasıl bir öneme sahip olduğunu incelemek için yapmış oldukları çalışmada, finansal devlet desteği amacı güden Turquality'ye katılım gösteren firmaların programa dâhil olduktan sonra, finansal değerlerinde artışlar olduğunu gözlemlemişlerdir. Bir başka çalışmada ise, Öğüt ve Şahin (2017) Türkiye'deki amatör spor kulüplerinin karşılaştıkları sorunları incelemek amacıyla yaptıkları çalışmada, Türkiye'deki amatör spor kulüplerinin birçok sorunla karşılaştıklarını, bunlardan birinin de finansal destek olduğunu vurgulamaktadırlar. Yapılan çalışmalar incelendiğinde finansal destek eksikliği kurumların gelişiminin önündeki önemli engellerden biri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Olimpik branş olmaması; Şampiyonaların desteklenmesi birkaç açıdan değerlendirmek mümkündür. Bunlardan biri de ülkenin prestiji için önemli olduğu düşünülen olimpik branş olma durumudur. Olimpik branşların devlet tarafından da desteklendiği bilinmektedir (TMOK, 2023). Yapılan çalışmada da belirtildiği üzere, uçurtma sörfünün olimpik branş olmamasından dolayı devlet tarafından desteklenmediği belirtilmektedir. Gök (2020)'ün 1896 – 2020 yılları arasında olimpik oyunların ekonomik dönüşümünü incelemek amacıyla yapmış olduğu çalışmada, Atletizm branşı baz alınmış ve spor dalının olimpik branş olmadan önceki popülaritesi ile bugün ulaştığı popülarite arasındaki muazzam farka vurgu yapılmıştır. Başka bir çalışmada ise, Pack ve Hedlund (2020) E-spor olarak da bilinen elektronik sporlar ve bu tür rekabetçi video oyunlarının Olimpiyat Oyunlarına dahil edilmesi konusunda yapılan tartışmalar üzerine bu durumun gerçekleşmesi durumunda Olimpiyat Oyunları tarihinde ne gibi yeniliklerle karşılaşılacağı, Olimpiyat Komitesinin sürece ilişkin tutumunu incelemiştir. Sonuçlar incelendiğinde ise, E-sporun global popülaritesinin gözle görülebilir olduğunu ve bununla doğrudan ilişkili olarak Olimpiyat Oyunlarına dahil edilmesi gerekliliğini vurgulamaktadır.

Fiziki yetersizlikler; Katılımcıların verdiği yanıtlar incelendiğinde, Alaçatı bölgesinin özellikle temmuz ve ağustos aylarında sörf turizmi hareketliliğinin en yüksek seviyeye çıktığı belirtilmektedir. Dolayısıyla sörf koyundaki yoğun sörfçü kalabalığı organizasyonların sekteye uğramasına yol açabilecek unsurlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Fiziki yetersizlikler alanyazında çeşitli şekillerde karşımıza çıkmaktadır. Örneğin, Berkant ve Hekimoğlu (2021)'nin yapmış olduğu, spor lisesi öğrencilerinin eğitimde karşılaştıkları sorunlara ilişkin incelemelerin yer aldığı çalışmada, öğrencilerinin eğitimde karşılaştıkları sorunlardan birinin, okulun fiziki donanımıyla ilgili yaşadıkları

sorunlar olarak belirtilmiş ve okulun bina yapısı, tesis eksikliği, araç-gereç yetersizliği ve güvenlik sorunları olarak örneklendirilmiştir. Bir diğer çalışmada ise, Temiz ve Sivrikaya (2021) beden eğitimi ve spor dersinde karşılaşılan sorunları öğretmenlerin gözünden incelemişlerdir. Çalışmada çeşitli engellerin yanında dersin işlenmesindeki en büyük engeller olarak tesis, malzeme eksikliği ve kalabalık sınıflar olarak belirtmiştir. Alayazında yapılan çalışmalar incelendiğinde fiziki yetersizliklerin gerek organizasyonlar gerek işletmeler gerekse kişiler üzerinde engelleyici rol oynadığı gözlemlenmektedir.

Uluslararasılaşma yetersizlik; Mevcut çalışmanın katılımcılarının verdiği cevaplar ışığında, Alaçatı bölgesinin turizm potansiyelinin dünya çapında olduğu söylemek mümkündür. Bu potansiyeline ulaşabilmesi için bölgenin kalkındırılmasına yönelik çalışmaların yanı sıra ülke politikalarının düzenlenmesi, terör olaylarının bitmesi ve sörf turizminin tanıtımı yönünde atılan adımlar gibi pek çok parametrenin uluslararasılaşma kavramı için önem taşıdığı katılımcılar tarafından belirtilmektedir. Mevcut çalışmada yer alan katılımcıların da bahsettiği üzere, geçmiş dönemlerde uluslararası anlamda Alaçatı bölgesindeki sörf bakiş ile günümüz arasında büyük farklılık olduğunu söyleyebiliriz. Bunun en önemli sebeplerinden birinin uluslararası düzeyde organizasyonların yapılamaması olarak karşımıza çıkmaktadır. Bununla birlikte uluslararasılaşmadaki yetersizliklerin meydana geldiğini söylemek yanlış olmayacaktır. Öztürk (2014) uluslararasılaşmanın önemine değindiğı “Marka yönetimi ve uluslararasılaşma süreci” adlı çalışmasında, uluslararasılaşma sürecinin hassas yürütölmesi gerekliliğine ve aynı zamanda bu kavramın büyüme için gerekliliğine değinmiştir. Bir diğer çalışmada ise, Valenti, Scelles ve Morrow (2019) elit spor politikaları ve uluslararası spor başarısının incelenmesi kapsamında Avrupa kadın milli futbol takımı performansını araştırmış, çalışmanın sonucunda, uluslararası başarının yakalanmasında önemli olan çeşitli parametrelere değinmişlerdir. Dolayısıyla uluslararasılaşma sürecindeki aksaklıkların mevcut potansiyele ulaşmanın önündeki bir engel olduğunu söylemek mümkündür.

❖ Katılımcılara yöneltilen “Sörf sporunu bir şeye benzetseydiniz neye benzetirdiniz. Niçin? (Örnek: Sörf “uçsuz bucaksız bir yol’a benzer. Çünkü gitmek istediğın sürece gidebileceğim bir yol vardır.)” sorusuna verdikleri yanıtların sonucunda ortaya çıkan temalar; bağımlılık, bütünleşme, özgürlük ve yaşam tarzı şeklindedir.

Bağımlılık; Bağımlılık, türü ve çeşitleri bakımından karşımıza farklı şekillerde çıkabilmektedir. Çalışmamızda belirtilen bağımlılık türü kötü alışkanlıklar şeklinde

olmadığı gibi, yüksek hazzın ve mutluluğun getirdiği bir bağımlılıktan söz etmek mümkündür. Çalışmamıza katılan bireylerin sörf yaparken hissettiği duygular doğrultusunda belirttikleri metaforlar “mafya ve kara delik” şeklindedir. Katılımcılar sörfü metaforik anlamda mafya; “*Sörf, mafya gibidir. Bir kez girdin mi, bir daha çıkamazsın. Geçmiş olsun Alihan hocam size de bu noktayla ilgili olarak.*” ve kara delik; “*Sörf sporunu neye benzetirim. “Kara delik”, kara delik gibi, içine girdiğinizde çıkamıyorsunuz. Bir daha çıkabilmeniz mümkün değil hatta. Belki branş değiştirebiliyorsunuz. Rüzgar sörfünden kitesurfe geçebiliyorsunuz. Başka bir şey olabiliyor, ama mutlaka o denizin içinde kalıyorsunuz...*” şeklinde aktarmışlardır. Alanyazın incelendiğinde ise, Egüz ve Kesten (2018) sosyal bilgiler öğretmenliği öğrencilerinin sosyal medya algılarını belirlemek amacıyla metafor yöntemine başvurarak yapmış oldukları çalışmada, sosyal medyayı, katılımcıların %10’undan fazlasının cevaplarıyla bağımlılığın bir çeşidi olan uyuşturucu ile ilişkilendirmişlerdir. Uyuşturucu temasından ortaya çıkan sonuçlara göre, sosyal medya kullanımının uyuşturucu gibi bağımlılık yaptığı düşüncesine yer verilmiştir. Bir diğer çalışmada ise Hazar ve arkadaşları (2017) ortaokul öğrencilerinin geleneksel oyun ve dijital oyun algılarını incelemek amacıyla yapmış oldukları çalışmada karşılaştırmalı metafor yöntemine başvurmuş ve ortaya çıkan temaların dijital oyun bölümünde, baskın olarak bağımlılık temasına rastlandığını, katılımcıların bağımlılığı yoğun olarak dijital oyunların uyuşturucu gibi bağımlılık yaptığını ve oynanmaya başladığında bırakılamadığını belirtmişlerdir. Alanyazın incelendiğinde bağımlılık metaforu üzerine çeşitli çalışmalar yapılmış ve çalışmamızla örtüşen sörf sporunu yapmaktan vazgeçememek gibi davranışlara rastlanmış olup bu katılımcılar davranışları da bağımlılık teması altında ifade etmişlerdir.

Bütünleşme; Çalışmamıza katılan bireylerin sörf yaparken hissettiği duygular doğrultusunda belirttikleri metafor “hayat” şeklindedir. Sörfü metaforik anlamda hayat; “*Sörf sporunu hayata benzetirdim, çünkü ben çocukluğumdan beri, kendimi bildiğimden beri sörf sporunun içindeyim. Yaklaşık on yaşından beri benim bütün gelişimim, vücut gelişimim işte spor şeyim hep sörf ile oldu. Bununla birlikte ben okulumu da sörf üzerinden okudum. İşimi de hala onun üzerinden yapıyorum. Yarıştım. Şimdi de çalışıyorum. Yani benim için hayatı temsil ediyor.*” şeklinde aktarmışlardır. Alanyazın incelendiğinde ise, Kurtipek (2019) spor kulüplerine üye bireylerin spor kulübü kavramına ilişkin sahip oldukları algıları metaforlar yardımıyla incelemek amacıyla yapmış olduğu çalışmada birkaç katılımcının “farklı görüşlerdeki toplulukları kaynaştırır” gibi açıklamaları sonucu toplumsal bütünleşme temasına ulaşmış ve bu tema özelinde spor kulüplerinin önemine değinmiştir. Küçükbaş Duman (2020) sporun sosyal bütünleşme üzerindeki etkilerini

incelemek amacıyla yapmış olduğu çalışmada, grup halinde yapılan bisiklet sürüş faaliyetlerinin sosyal bütünleşmeye katkı sağladığı ve bu katkının demografik özelliklere bağlı olarak değişkenlik gösterdiği saptamıştır.

Özgürlük; Özgürlük kavram itibarıyla bir şeye bağlı kalmamak olarak karşımıza çıkmaktadır (TDK, 2023). Çalışmamıza katılan bireylerin sörf yaparken hissettiği duygular doğrultusunda belirttikleri metaforlar “ özgürlük, kuş ve rüzgar” şeklindedir. Sörfü metaforik anlamda özgürlük; *“Yani, en çok yaşanan sörf sporunun özellikle hissedilen şey özgür olmak, özgür olma duygusu çünkü hiçbir şey ile bağlantınız kalmıyor ve sizin o an için düşündüğünüz daha hızlı gidebilir miyim, daha yavaş gidebilir miyim? Yani, komple kendinizi reset etmiş gibi oluyor...”*, kuş; *“ Sörf sporu, Kendini bir kuş gibi hisset, yani özgür uçarak gidebiliyorsun. Motor yok, rüzgâr gücüyle gittiğin için kendini kuş gibi hissedebilirsin.”*, rüzgar; *“Sörfü neye benzetiyorum? Sörf bence özgürlük. Yani herhangi bir makineye bağlı olmadan sadece vücut gücüyle, rüzgârın gücüyle belli başlı tekniklerle yapabildiğin, sadece rüzgârın sesiyle ve sudan çıkan o dalga sesleriyle kendini kaybettiğin, özgür olabileceğin bir yer”* şeklinde aktarmışlardır. Alanyazında yapılan çalışmalar incelendiğinde, özgürlük metaforlarına ilişkin çeşitli çalışmalar yapılmıştır. Örneğin, Güven ve Gökçe (2018) öğretmenlerin mesleki özgürlüğe ilişkin metaforik algılarını incelemek amacıyla yapmış oldukları çalışmada, oluşturulan temalardan biri de özgürlüktür. Bu temada, Türkiye’de görev yapan öğretmenlerin mesleki özgürlüğe ilişkin zorluklarına yer verilmiştir. Çalışmada özgürlük metaforu, mesleki özgürlüğün kısıtlayıcılarına yönelik detaylarla şekillendirilmiştir ve öğretmenlerin büyük çoğunluğu Türkiye’de kendi mesleklerini icra ederken kısıtlandıklarını, zorluk ve güçlük çektiklerini, olumsuz bir atmosfer içinde olduklarını ve çaresizliklerini ifade etmişlerdir. Ayrıca başka bir çalışmada Arıkan ve Çulha (2023) üniversite öğrencilerinin yüzme kavramına ilişkin metaforik algılarını incelemiş ve yapmış oldukları çalışmada, yüzme kavramına ilişkin çeşitli temalar oluşturulmuş ancak en yoğun olarak katılımcıların da ifadeleriyle, “insanın özgür olma arzusu” olarak belirttikleri özgürlük teması olmuştur. Yapılan çalışmadaki belirtilen temanın çalışmamızla birebir benzerlik gösterdiğini söylemek mümkündür. Bu bağlamda özgürlük teması alanda çeşitli şekillerde kullanıldığını gözlemlemek mümkündür.

Yaşam tarzı; Yaşam tarzı bireylerin görüş, davranış ve yönelimleri olarak belirtilmektedir (Wikipedia, 2023). Çalışmamıza katılan bireylerin sörf yaparken hissettiği duygular doğrultusunda belirttikleri metaforlar “hayatımın parçası, hayat, yarış, gelişen canlı bir varlık, yaşam ” şeklindedir. Sörfü metaforik anlamda, hayatımın parçası; *“Başlı*

başına bir hayat değişimi demek baktığımızda yani Rüzgar sörfünü sadece bir hafta sonu Alaçatı'ya gelip iki fotoğraf çekilerek üstesinden gelemiyorsunuz o sizde kalıyor ve devam ettirilebiliyor. İyi bir bulaşıcı hastalık ama hayat tarzını komple değiştiren bir bulaşık hastalık”, hayat; “Bizim MYGA’nın kendi sloganı “Surf is life, life is beautiful”. Aslında”Hayata” tabiki benzetiyoruz. Zaten bu sloganı da biz yaptık. Hayat gibi sörf de. Bir başlangıcı var, bir sonu var ve içinde olabildiğince eğlence var. Olabildiğince yaşam var. Bence hayatın kendisi gibi, surf is life, life is beautiful.”, yarış; “insanın kendisiyle yarışı aslında, doğayla yarışı, kendisiyle yarışı, yapabilesiyle yapamadıklarıyla, kendi gelişimiyle ilgili olan kendi kendisiyle yarışı.”, gelişen canlı bir varlık; “Sörf bence sürekli değişen, gelişen canlı bir varlık gibi aslında çünkü her suya çıktığında aslında şartlar hep değişik. Yani hiçbir zaman su aynı seviyede olmaz. Dalga aynı şekilde gelmez. Rüzgarın yönü her zaman aynı olmaz. Bu demek oluyor ki, sen suya çıktığında sürekli değişen ve o an her an değişiklik gösterebilecek bir canlıyla berabersin ve onunla birlikte hareket edip onunla uyum sağladığında da başarıyı elde ediyorsun.”, yaşam; “Yaşam demek.” şeklinde aktarmışlardır. Alanyazında yapılan çalışmalar incelendiğinde, Yavuz, Yavuz ve İlhan (2022) ortaokul öğrencilerinin beden eğitimi ve spor dersi ile uzaktan beden eğitimi ve spor dersine ilişkin sahip oldukları algıları metaforlar yoluyla belirlemek amacıyla yapmış oldukları çalışmanın sonuçları incelendiğinde, yaşam tarzı temasına ulaşılmış ve bu temayı açıklarken katılımcıların “Beden eğitimi ve spor dersi yaşam tarzı gibidir. Çünkü bu derste spor yapmak insana hayat kadar ” şeklindeki ifadelerine yer vermişlerdir. Bir başka çalışmada ise, Atanasova (2019) doğa merkezli yeşil yaşam tarzını bloglar aracılığıyla incelediği çalışmasında, yeşil yaşamın sıradan insanlar için ne anlama geldiğini ve bunun değişip değişmediğini daha iyi anlamak için uzun bir süre boyunca daha fazla yeşil yaşam blogları (özellikle diğer dillerde yazılmış bloglar) üzerinde çalışmanın net ifadeler kullanmadan önce daha yararlı olacağını vurgulamıştır.

ALTINCI BÖLÜM

ÖNERİLER

6.1. Araştırmacılara Öneriler

Yapılan araştırma sonucunda bu alanda çalışma isteğinde olan araştırmacılar için yol gösterici olarak şu öneriler sunulmaktadır;

- Mevcut çalışma Alaçatı bölgesi ile sınırlandırılmıştır. Çeşitliliğin artırılması adına gelecek çalışmalarda sörf turizminin yoğun yaşandığı bölgelerin başında gelen Muğla'nın Akyaka beldesi çalışma alanı olarak kullanılabilir.
- Araştırma sonuçları incelendiğinde sörf okullarına ilişkin her biri farklı bir araştırma konusu olabilecek bir çok temanın ortaya çıktığı söylenebilir. Bu bulgulardan yola çıkarak nicel, nitel ve karma yöntemli farklı çalışmalar yürütülebilir.
- Araştırmanın örneklem grubu olan Alaçatı bölgesindeki sörf okulları özelinde farklı bölgelerde benzer çalışmalar yürütülebilir.

6.2. Kurumlara Öneriler

Yapılan araştırma sonucunda kurumlar için yol gösterici olarak şu öneriler sunulmaktadır;

- Mevcut çalışmada Alaçatı'nın turizm potansiyeline değinilmiştir. Çalışmada da belirtildiği üzere bu potansiyele ulaşabilmesinin gerek sponsorluklar gerekse reklam çalışmalarıyla mümkün olacağını söylemek mümkündür. Dolayısıyla mevcut potansiyelin ortaya çıkabilmesi için yerel yönetimler başta olmak üzere özel sektörün de sponsorluk ve reklam çalışmalarına önem vermesi bölge turizminin gelişmesine katkı sağlayacağını söylemek mümkündür.
- Sörf okulu olarak verilen hizmetlerin çeşitlendirilmesi, örneğin; son yıllarda sörf dünyasında ciddi bir ivme kazanan Wing foil disiplini için ekipmanların sağlanması ve bu hizmeti sağlayabilecek kadroların oluşturulması, Alaçatı bölgesinde sörf hizmeti sunan işletmelerin tercih edilmelerini destekleyeceği varsayılmaktadır.
- Alaçatı'da yer alan ve sörf hizmeti sunan işletmelerin personel yapısı incelendiğinde yabancı dil bilen personel kadrosunun yeterli olduğu sadece birkaç kurum olduğu gözlemlenmektedir. Verilen hizmet kalitesinin artırılması adına kurumların kalifiye

personel istihdamı sörf okulları adına elzemdir.

- Katılımcıların mevcut çalışmada belirttiği üzere Alaçatı bölgesinin coğrafi konum ve özellikleri itibarıyla uluslararası sörf merkezleri arasında üst klasmanda yer aldığı bilinmektedir. Alaçatı'nın bu üne kavuşmasında sörfün ön plana çıktığı belirtilmektedir. Dolayısıyla Alaçatı bölgesine yapılan yatırımlar doğrultusunda, mimari yapılaşmanın sörf merkezlerinin etkilenmeyeceği şekilde planlanması önem arz etmektedir. Rüzgar kalitesini azaltacak veya sörf merkezlerinin alanını daraltacak herhangi bir projenin planlanması halinde yetkililer tarafından bu projelerin reddedilmesi gerekmektedir. Aksi takdirde bölgenin sörf turizmine ciddi boyutlarda zarar vereceği katılımcılar tarafından belirtilmektedir. Bu yüzden bölgenin korunması için öncelikle yerel yönetimler bazında çalışmalar yapılması önerilmektedir.
- Spor Bilimleri alanında eğitim gören veya mezun bireylerin, sörf turizmi alanında istihdam edilebilmeleri için Spor Bilimleri Fakülteleri ile protokol imzalanması hususunda yapılacak çalışmalar desteklenmelidir.

Kaynakça

- Abay Beşikçi, E. (2022). *Rekreasyon eğitime ilişkin akademisyen görüşlerinin incelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Manisa Celal Bayar Üniversitesi, Manisa.
- Akat, Ö. (1997). *Pazarlama Ağırlıklı Turizm İşletmeciliği*. Bursa: Gazi Yayınları.
- Akgöz, E. , Göral, R. ve Gürsoy, Y. (2014). Yenilik kapsamında turistik ürün çeşitlendirmesi ve kurban bayramı örneği, *Selçuk Üni., Sos. Bil. Ent. Dergisi, Sayı; 31*, 2014, ss. 1-12.
- Akgül, O. (2003). *Turistik Ürün Çeşitlendirme Kapsamında Kültür Turizmi, Aphrodisias-Geyre Örneği*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Aydın: Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Akgün, Y. G. (2005). Bilgi eksiklikleri ve kavram yanlışlarının tespiti ve giderilmesinde, çalışma yapıları ve sınıf içi tartışma yönteminin uygulanabilirliği üzerine bir araştırma . *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi* , 4 (13) , 99-111.
- Aktaş A. (2002). *Turizm İşletmeciliği ve Yönetimi*. Antalya: Azim Matbaa.
- Akyurt, H. (2008). *Turizmi Bölgesine Yönelik Talebi Etkileyen Faktörlerden İmaj ve Çeşme Örneği*, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, İzmir.
- Alkan, C. (2015). Doğal ve kültürel varlıklara dayalı turistik ürün çeşitlendirmesi ve sürdürülebilirliği literatür çalışması. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*.
- Altınöz, H. (2010). *Türkiye’de Turizmin Çeşitlendirilmesi Kapsamında Gençlik Turizmi*. (Yayımlanmamış Uzmanlık Tezi). Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı.
- Altunay, E., Gülşin, O. R. A. L., ve Yalçınkaya, M. (2014). Eğitim kurumlarında mobbing uygulamalarına ilişkin nitel bir araştırma. *Sakarya University Journal Of Education*, 4(1), 62-80.
- Angay, F. (2003). *Konaklama işletmelerinde maliyet ve yönetim muhasebesi problemleri ve çözüm önerileri* (Master's thesis, Akdeniz Üniversitesi).
- Arıkan, G. & Culha, A. (2023). Üniversite öğrencilerinin yüzme kavramına ilişkin metaforik algıları . *Spor ve Performans Araştırmaları Dergisi* , 14 (1) , 43-58 . DOI: 10.17155/omuspd.1198433.

- As' ad, H. A. R., & Alhadid, A. Y. (2014). The impact of social media marketing on brand equity: An empirical study on mobile service providers in Jordan. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 3(1), 315.
- Atanasova, D. (2019). Yeşil bir yaşam tarzına doğru yolculuklar: Yeşil yaşam bloglarında metaforlar. *Cahiers de praxématique* , (73).
- Avcı, N. & Barışık, S. (2015). Turizmde rüzgar sörfü okullarının önemi: Alaçatı örneği . *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi* , 10 (37) , 6394-6401 . DOI: 10.19168/jyu.58668.
- Aydemir, B., ve Kılınç, N. (2017). Dünyada ve Türkiye’de üçüncü yaş turizmi. third age tourism in Turkey and in the World. *Yyusbe Dergisi*.
- Bayer, M. Z. (1992). *Turizme Giriş*. İstanbul: Küre Ajans.
- Berkant, H. G. & Hekimoğlu, E. (2021). Spor lisesi öğrencilerinin eğitimde karşılaştıkları sorunlara ve çözüm önerilerine yönelik görüşleri . *Ulusal Eğitim Akademisi Dergisi* , 5 (1) , 79-96 . DOI: 10.32960/uead.879692.
- Baytok, A. (1998). *Türkiye’de Turistik Ürün Çeşitlendirme Stratejisi Kapsamında Kongre Turizminin Geliştirilmesi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Bora, Ö. (2018). *Sürdürülebilir Turizmin İlkeleri Ve Göstergeleri Açısından Alaçatı (Çeşme/İzmir) Turizminin Değerlendirilmesi*. Yüksek Lisans Tezi. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ege Üniversitesi, İzmir.
- Bütün, F.(2019) *Futbol Takımlarının Süper Lig Puan Başarısı İle Piyasa Değeri Arasındaki İlişkinin Analizi*.Yüksek Lisans Tezi. Nuh Naci Yazgan Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Charles R. Goeldner - J. R. Brent Ritchie.(2009). *Tourism, Principles, Practices, Philosophies*. John Wiley & Sons, Onbirinci Baskı, New Jersey, s.7.
- Cıngı, M. C. (2021). Sektörel bakış: destinasyonlarda kış turizminin geliştirilmesinde kış sporları ve turizm merkezlerinin önemi: Erciyes kış sporları ve turizm merkezine yönelik bir değerlendirme. *Erciyes Akademi*, 35(4), 1324-1337.
- Çalikuşu, S., & Güzel, P. (2020). Turizmin çeşitliliğinde “Rekreasyon turizmi”: İzmir - çeşme örneği. *CBÜ Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 15(2), 103-125.
- Çelik, O., Sevil, T. , Çeliksoy, M. A., Katırcı, H., Sevil, T. Ve Şimşek, K.Y.(2012). Boş

- Zaman ve rekreasyon yönetimi,2497,1468, Kocaekşi, S., *Anadolu Üniversitesi, Eskişehir*.
- Çeşme Kaymakamlığı (2023). Ekonomik Durum. <http://www.cesme.gov.tr/ekonomikdurumu>, (30.05.2023).
- Çetinel, F. (2004). Türkiye’de Turistik Ürün Çeşitlendirilmesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*. 102-104.
- Çevik, H. , Şimşek, K. Y. , Kayacık, U. & Demirtaş, H. (2020). Rekreasyon uzmanında aranan özellikler ve iş olanakları: İş ilanlarına yönelik içerik analizi . *Tourism and Recreation* , 2 (2) , 59-66.
- Demirel, M., & Harmandar, D. (2009). Üniversite öğrencilerinin rekreasyonel etkinliklere katılımlarında engel oluşturabilecek faktörlerin belirlenmesi. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 6(1), 838-846.
- Demirtaş, D. (2012). Türkiye’de Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Su Altı Dalış Turizmi ve Rafting Turizmi. 13. *Ulusal Turizm Kongresi Bildiri Kitabı*. Düzenleyen Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi, Antalya. 6-9 Aralık 2012.
- Demirtaş, Z. (2019). Uluslararası antlaşmalar çerçevesinde engellilerin eğitim hakkı. *Türkiye İnsan Hakları ve Eşitlik Kurumu Akademik Dergisi*, (2), 39-59.
- Dere, G. (2010). *İzmir İli Alaçatı Beldesinde Sörf Sporü Örneğinde, Spor ve Spor Yerleri Üzerine Bir Araştırma*, Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi, Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalı, İzmir.
- Dinçer, M., & Dinçer, F. (1989). Türkiye'de konaklama sektörünün gelişimi ve başlıca sorunları üzerine bir araştırma. *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası*, 47(1-4).
- Dinçer, M. Z. (1993). *Turizm Ekonomisi ve Türkiye Ekonomisinde Turizm*. İstanbul: Filiz Kitapevi.
- Doğan, İ. (2008). *Uzaktan Algılama Verileri ile Kıyı Çizgisi Değişiminin Zamansal Olarak Belirlenmesi: Alaçatı Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Egüz, Ş. & Kesten, A. (2018). Sosyal bilgiler öğretmenliği öğrencilerinin sosyal medya algılarının metafor yoluyla belirlenmesi . *Cumhuriyet Uluslararası Eğitim Dergisi* , 7 (3) , 219-240 . DOI: 10.30703/cije.403147.

- Ergül, O. K., Alp, H., & Çamlıyer, H. (2015). Determination of the interest and participation level for the youth of university sports recreation activities. *Journal of Tourism Theory and Research*, 1(2), 76-85.
- Fraenkel, J. R. ve Wallen, N. E. (2012). How to design and evaluate research in education (7th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Garda, B. (2014). *Macera Turizmi Pazarlaması*. Konya: Çizgi Kitabevi.
- Gezgin, İ. (2006). *Çeşme İlçesi Turizm Potansiyeli Envanter Çalışması*. Ege Üniversitesi, İzmir.
- Gezgin, İ. (2012). Alacaat'tan Alaçatı'ya Rüzgarlı Bir Köyün Hikayesi, *Sel Yayıncılık*, İstanbul.
- Gök, İ. Y. (2020). 1896'dan 2020'ye olimpiik oyunların ekonomik dönüşümü. *Sporda Finansal, Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 167-198.
- Güven, E. & Toker Gökçe, A. (2018). Öğretmenlerin mesleki özgürlüğe ilişkin metaforik algıları . *Sakarya University Journal of Education* , 8 (3) , 176-189 . DOI: 10.19126/suje.358612.
- Güzel, P., Yıldız, K., Esentaş, M., & Zerengök, D. (2020). "Know-how" to spend time in home isolation during COVID-19; restrictions and recreational activities. *International Journal of Psychology and Educational Studies*, 7(2), 122-131.
- Hazar, A. (2007). *Spor ve Turizm*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Hazar, A. (2014). *Rekreasyon ve Animasyon*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Hazar, Z. , Tekkurşun, D. G. & Dalkıran, H. (2017). Ortaokul öğrencilerinin geleneksel oyun ve dijital oyun algılarının incelenmesi: karşılaştırmalı metafor çalışması . *SPORMETRE Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi* , 15 (4) , 179-190 . DOI: 10.1501/Sporm_00000000334.
- Hacıoğlu N, Gökdeniz A, Dinç Y (2015). Boş zaman ve rekreasyon yönetimi, *Detay Yayıncılık*, 3. Baskı, Ankara.
- Hurd, A., Anderson, D. M., & Mainieri, T. (2021). Kraus' recreation and leisure in modern society. *Jones & Bartlett Learning*, 73-123.
- Jansen-Verbeke, M. ve Dietvorst, A. (1987). Leisure, recreation, tourism: a geographic view on gntegration. *Annals of Tourism Research*, 14(3): 361-375.

- Joel A. C. Baum, & Haveman, H. A. (1997). Love thy neighbor? Differentiation and agglomeration in the manhattan hotel industry, 1898-1990. *Administrative Science Quarterly*, 42(2), 304–338. <https://doi.org/10.2307/2393922>.
- Kaba, İ. C. (2016). *Türkiye’de Ticari Rekreasyon Faaliyeti Olarak Macera Turizminin Gelişim Potansiyeli Hakkında Sektör Yöneticilerinin Algılarının Değerlendirilmesi*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). İstanbul: Marmara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Kadat, N., ve Teker, S. (2019). Turquality devlet destekleri ve markalaşmadaki önemi. *PressAcademia Procedia*, 9(1), 220-225.
- Karaküçük, S. (2008). *Rekreasyon Serbest zamanları Değerlendirme*. Ankara: Gazi Kitabevi, 6. Baskı.
- Karaküçük, S. (2016). *Rekreasyon Bilimi*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Kesici, A. (2016). *Kırsal Yerleşimden Turistik Yerleşime Dönüşümün İldırı (Çeşme) Ve Alaçatı (Çeşme) Örneğinde İncelenmesi*, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Kirk, J., Miller, M. L., & Miller, M. L. (1986). *Reliability and validity in qualitative research* (Vol. 1). Sage.
- Klenke, K. (2016). *Qualitative research in the study of leadership*. Emerald Group Publishing Limited.
- Kozak N., Kozak M., Ahıpaşaoğlu, H. S. ve Maviş, F. (2012). *Genel turizm, ilkeler ve kavramlar*. anadolu üniversitesi. Ankara: Detay Yayıncılık. 12. Baskı.
- Kulu, O. (1994). *Turizmde Arz Kaynaklarının Çeşitlendirilmesi ve Ege Bölgesi ’nde Turizm Potansiyeli*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kurtipek, S. (2019). Spor kulüplerine üye bireylerin spor kulübü kavramına ilişkin algılarının belirlenmesi: Bir metafor analizi çalışması . *SPORMETRE Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi* , 17 (1) , 209-145 . DOI: 10.33689/spormetre.474481
- Kuş, E. (2003). *Sosyal bilimlerde araştırma teknikleri nitel mi, nicel mi?* Ankara:Anı Yayıncılık. S:50.
- Küçükbaş Duman, F. (2020). Sporun sosyal bütünleşme üzerindeki etkileri . *Spor Eğitim Dergisi* , 4 (3) , 169-177.

- Leedy, P. D. ve Ormrod, J. E. (2015). *Practical research. Planning and design. (11th ed.)*. Harlow, Essex: Pearson.
- Lim, J.-S., Pham, P., & Heinrichs, J. H. (2020). Impact of social media activity outcomes on brand equity. *Journal of Product & Brand Management, ahead-of-print(ahead-of-print)*. doi:10.1108/jpbm-03-2019-2298.
- Meeras, L. (2010). Leisure and recreation. *University of Tartu, College Department of Tourism, Pärnu, 50*.
- Okay, A. G., ve Büyükbaykal, G. (2019) Futbol dünyasında sponsorluğun önemi “manchester united örneği”. *İletişim Çalışmaları*, 20.
- Olafsdottir, G. (2013). Doğa temelli turizm üzerine. *Turist Araştırmaları* , 13 (2), 127-138.
- Öğüt, E. E., & Şahin, M. Y. (2017). Amatör spor kulüplerinin sorunları: Açıklayıcı bir araştırma. *Spor Bilimleri Dergisi*, 28(2), 49-68.
- Özdemir, A. S., Büyüköztürk, Ş., & Karaküçük, S. (2016). Explaining destination choices based upon recreational opportunities through intrinsic and extrinsic travel motivations.. *Journal of Human Sciences*, 13(2), 3002-3021.
- Öztaş, K. (2002). *Turizm ekonomisi genel turizm bilgileri*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Öztürk, O. C. (2014). *Marka Yönetimi Ve Uluslararasılaşma Süreci*. Master's thesis, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Öztürk, Y. ve Yazıcıoğlu, İ. (2002). Gelişmekte olan ülkeler için alternatif turizm faaliyetleri üzerine teorik bir çalışma. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*. 2(1): 187-194.
- Pack, SM ve Hedlund, DP (2020). Doğru (veya yanlış) nedenlerle elektronik sporların Olimpiyat Oyunlarına dahil edilmesi. *International Journal of Sport Policy and Politics* , 12 (3), 485-495.
- Paslı, M. M. ve Paslı, N. Ç. (2019) Rekreasyon ve turizm. *Spor ve Rekreasyon Araştırmaları Dergisi*, 6-14.
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative research and evaluation methods (3. Baskı)*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Priyo, JS, Mohamad, B., & Adetunji, RR (2019). Otelcilik sektöründe hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyetinin müşteri sadakati üzerindeki etkisinin

- incelenmesi. *Uluslararası Tedarik Zinciri Yönetimi Dergisi* , 8 (1), 653-663.
- Roberts, N. S., & Drogin, E. B. (1993). The outdoor recreation experience: Factors affecting participation of African American women. *Journal of Experiential Education*, 16(1), 14-18.
- Salar, M. Ş., & Alp, H. (2021). Investigation of Teachers' Attitudes Towards Sports in Turkey. *Indonesian Journal of Sport Management*, 1(1), 20-30.
- Sezgin O.M. (1995). *Genel Turizm*. Ankara: Tütibay.
- Soykan F., Emekli, G. (2004). Çeşme'nin Termal Turizm Olanakları, *Çeşme Turistik Otelciler Birliği Yayını*, İzmir.
- Şahin, H. M., & Taşkiran, B. (2020). Rekreasyon eğitimi alan bireylerin liderlik becerileri ile otorite tercihlerinin incelenmesi. *Türkiye Bilimsel Araştırmalar Dergisi*, 5(2), 336-346.
- Şebin, K. (2009). *Erzurum Kış Sporları Turizmi ile İlgili Yöre Halkının Tutum ve Beklentileri*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). İstanbul: Marmara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Temiz, C. N. & Sivrikaya, A. H. (2021). Beden eğitimi ve spor dersinde karşılaşılan sorunların incelenmesi (Yurt içi ve yurt dışı değerlendirmesi) . *Avrasya Spor Bilimleri ve Eğitim Dergisi* , 3 (1) , 12-39 . DOI: 10.47778/ejsse.891512.
- Toskay, T. (1989). *Turizm: turizm olayına genel yaklaşım*. İstanbul: Der Yayınları, 3. Baskı.
- Türkiye İstatistik Kurumu - TÜİK (2023). İstatistiklerle Kadın, 2021. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=%C4%B0statistiklerle-Kad%C4%B1n-2022-49668&dil=1>, (15.06.2023).
- Türk Dil Kurumu (2007). Güncel Türkçe Sözlük. <https://sozluk.gov.tr/>, (01.05.2023).
- Türk Dil Kurumu (2023). Güncel Türkçe Sözlük. <https://sozluk.gov.tr/>, (18.05.2023).
- Türnüklü, A. (2000). Eğitimbilim araştırmalarında etkin olarak kullanılabilecek nitel bir araştırma tekniği: görüşme. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi*. S.24, 543-559.
- Tütüncü, Ö. , Aydın, İ. , Küçükusta, D. , Avcı, N. & Taş, İ. (2011). Üniversite öğrencilerinin rekreasyon faaliyetlerine katılımını etkileyen unsurların analizi .

Spor Bilimleri Dergisi , 22 (2) , 69-83.

- Usta, R. & Memiş, S. (2009). Hizmet kalitesi ve marka bağlılığı arasındaki ilişki üzerine müşteri tatmininin aracılık etkisi . *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi* , 23 (4) , 87-108 .
- Ülker, İ. (1992). *Dağ Turizmi*. Ankara: Turizm Bakanlığı Yayınları.
- Üstün, Ç., & Özçiftçi, S. (2020). COVID-19 pandemisinin sosyal yaşam ve etik düzlem üzerine etkileri: Bir değerlendirme çalışması. *Anatolian Clinic the Journal of Medical Sciences*, 25(Special Issue on COVID 19), 142-153.
- Üstünbaş, B. & Boztepe Taşkiran, H. (2020). Kurumsal çekicilik algısının oluşumunda sponsorluk faaliyetlerinin etkisi . *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi* , 6 (2) , 656-674 . DOI: 10.46442/intjcss.671790.
- Valenti, M., Scelles, N., & Morrow, S. (2019). Elite sport policies and international sporting success: a panel data analysis of European women's national football team performance. *European Sport Management Quarterly*, 1–21. doi:10.1080/16184742.2019.1606264.
- Veal, A. J. (1992). Definitions of leisure and recreation. *Australian Journal of Leisure and Recreation*, 2(4), 44-48.
- Wikipedia. (2023). Yaşam tarzı, 2023.
https://tr.wikipedia.org/wiki/Ya%C5%9Fam_tarz%C4%B1, (15.06.2023).
- Williams, C. C. (2020). Impacts of the coronavirus pandemic on Europe's tourism industry: Addressing tourism enterprises and workers in the undeclared economy. *International Journal of Tourism Research*. doi:10.1002/jtr.2395
- Yavaş Tez, Ö. , Güzel Gürbüz, P. & Esentaş Deveci, M. (2022). Use of urban air mobility technology in the field of tourism and recreation . *The Online Journal of Recreation and Sports* , 11 (3) , 14-33.
- Yavuz, Ü. , Yavuz, S. & İlhan, E. L. (2022). Ortaokul öğrencilerinde uzaktan ve yüzyüze beden eğitimi ve spor dersi algısı: karşılaştırmalı metafor çalışması . *Aksaray University Journal of Sport and Health Researches* , 3 (2) , 115-131.
- Yıldırım, S. (1997). Üçüncü yaş turizmi ve bunun Türkiye açısından değerlendirilmesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 8(1), 77-81.

- Yıldırım, A., & Simsek, H. (2018). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri. *Seçkin Yayınları*, (11 baskı: 1999-2018).
- Yılmaz Altuntaş, E. (2018). Dijital dönüşüm uygulamalarının kurumların marka değeri üzerindeki etkisi. *Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Medya ve İletişim Araştırmaları Hakemli E-Dergisi*, (2) , 1-18 .
- Yılmaz, H., Mutlu, E., Mutlu, B., Demir, M., & Irmak, M. A. (2018). Çıldır gölü'nün rekreasyonel turizm potansiyelinin belirlenmesi. *ISUEP2018 Uluslararası Kentleşme ve Çevre Sorunları Sempozyumu: Değişim/Dönüşüm/Özgünlük. Anadolu Üniversitesi – Eskişehir*.
- Yıldız, Y., & Yıldız, K. (2020). Brand equity on surf destinations: alaçatı sample. *Sport Entrepreneurship and Public Policy: Building a New Approach to Policy-making for Sport*, 91-102.
- Yürük, E. (1999). *Türk Turizminin Dünya Turizmine Entegrasyonunda Turistik Ürün Politikaları*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Zerengök, D. (2020). COVID-19 sırasında ev izolasyonunda vakit geçirmek için “know-how”; Kısıtlamalar ve eğlence faaliyetleri . *Uluslararası Psikoloji ve Eğitim Çalışmaları Dergisi* , 7 (2) , 122-131 . DOI: 10.17220/ijpes.2020.02.011.

EKLER

Ek 1. Etik Kurul Onay Belgesi

Evrak Tarih ve Sayısı: 24.12.2021-E.215243



T.C.
MANİSA CELAL BAYAR ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği
Kurulu

Sayı : E--050.01.04-215243
Konu : Melike ESENTAŞ DEVECİ-Etik Kurul
Başvurunuz-Hk-

24.12.2021

Sayın Doç. Dr. Melike ESENTAŞ DEVECİ

İlgi : 13.12.2021 tarihli ve 206811 sayılı yazı.

MCBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Rekreasyon Anabilimdalı Yüksek Lisans öğrencisi Alihan ÖZKAVAK'ın "Turizmin Çeşitlendirilmesi Kapsamında Sörf Okulları: Çeşme-Alaçatı Örneği " adlı başvurunuz kurulumuzun 20.12.2021 tarih ve 2021/12 sayılı toplantısında görüşülmüş olup, tez çalışmasının etik yönden uygunluğuna karar verilmiştir.

Kurulumuzda alınan karar ekte gönderilmektedir.

Bilgilerinizi rica ederim.

Prof. Dr. Ramazan GÖKBUNAR
Kurul Başkanı

Ek: 16-Nolu karar (1 sayfa)

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Doğrulama Kodu :BSR841.LNNH Pin Kodu :46882

Adres:Şehit Prof. Dr. İlhan Vamık Yerleşkesi 45140 - Yumusakm/Manisa

Telefon:(0 236) 2011000 Faks:(0 236) 2372442

Elektronik Ağ: <http://www.cbu.edu.tr>

Kap Adresi: celalbayanuniversitesi@hs01.kep.tr

Belge Takip Adresi : <https://turkiye.gov.tr/e-bdf/eK=4049&eD=BSR841.LNNH&eS=215243>

Bilgi için: Bülent Tekinli

Unvanı: Şef

Telefon No: 2362011095



Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

T.C.
MANİSA CELAL BAYAR ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLER BİLİMSEL ARAŞTIRMA VE YAYIN ETİK
KURULU KARARLARI

Toplantı Tarih	: 20.12.2021
Toplantı Sayısı	: 2021/ 12
Toplantıda Alınan Karar Sayısı	: 20

Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulu 20.12.2021 tarih ve saat 15:00'da Rektörlük Yönetim Kurulu Toplantı odasında toplanmış, aşağıdaki kararlar alınmıştır.

KARAR:

- 16- MCBÜ Spor Bilimleri Fakültesi Öğretim Üyesi Doç.Dr.Melike ESENTAŞ DEVECİ'nin 13.12.2021 tarih ve E.206811 sayıda kayıtlı MCBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Rekreasyon Anabilimdalı Yüksek Lisans öğrencisi Alihan ÖZKAVAK'ın **"Turizmin Çeşitlendirilmesi Kapsamında Sörf Okulları: Çeşme-Alaçatı Örneği "** adlı tez çalışmasının etik yönden uygunluğuna, toplantıya katılan üyelerin oy birliği ile karar verildi.

(imza) Prof.Dr.Ramazan GÖKBUNAR Başkan		
(imza) Prof.Dr.Fatma ŞAŞMAZ ÖREN Üye	(imza) Prof.Dr.Nurettin GÜLMEZ Bşk.Yrd.Üye	(imza) Prof.Dr.Osman Murat KOÇTÜRK Üye
(imza) Prof.Dr.Selhan ÖZBEY Üye	(imza) Prof.Dr.Özge AYAN Üye	(imza) Prof.Dr. Talip KABADAYI Üye

Ek 2. Araştırma Gönüllü Katılım Formu

ARAŞTIRMA GÖNÜLLÜ KATILIM FORMU

Bu çalışma, “**TURİZMİN ÇEŞİTLENDİRİLMESİ KAPSAMINDA SÖRF OKULLARI : ÇEŞME – ALAÇATI ÖRNEĞİ**” başlıklı bir araştırma çalışması olup, Çeşme- Alaçatı bölgesinde yer alan sörf okullarının gözünden, Alaçatı beldesinin rekreasyonel turizm popülasyonunu incelemek amacıyla taşınmaktadır. Çalışma Doç. Dr. Melike ESENTAŞ DEVECİ tarafından yürütülmekte ve sonuçları ile Çeşme Alaçatı bölgesinde yer alan sörf okullarının gözünden, Alaçatı beldesinin rekreasyonel turizm popülasyonunu görüşlerinin ortaya konması amaçlanmıştır. Bu kapsamda hazırlanacak bu nitel çalışma Çeşme- Alaçatı bölgesinde yer alan sörf okullarının gözünden, Alaçatı beldesinin rekreasyonel turizm popülasyonunu incelemenin alanyazın için önemli olduğu ve bundan sonraki çalışmalar için katkı sağlayacak nitelikte olduğu düşünülmektedir.

- Bu çalışmaya katılımınız gönüllülük esasına dayanmaktadır.
- Çalışmanın amacı doğrultusunda görüşme yapılarak sizden veriler toplanacaktır.
- İsminizi yazmak ya da kimliğinizi açığa çıkaracak bir bilgi vermek zorunda değilsiniz/araştırmada katılımcıların isimleri gizli tutulacaktır.
- Araştırma kapsamında toplanan veriler, sadece bilimsel amaçlar doğrultusunda kullanılacak, araştırmanın amacı dışında ya da bir başka araştırmada kullanılmayacak ve gerekmesi halinde, sizin (yazılı) izniniz olmadan başkalarıyla paylaşılmayacaktır.
- İstemeniz halinde sizden toplanan verileri inceleme hakkımız bulunmaktadır.
- Sizden toplanan veriler saklama yöntemi ile korunacak ve araştırma bitiminde arşivlenecek veya imha edilecektir.
- Veri toplama sürecinde/süreçlerinde size rahatsızlık verebilecek herhangi bir soru/talep olmayacaktır. Yine de katılımınız sırasında herhangi bir sebepten rahatsızlık hissederseniz çalışmadan istediğiniz zamanda ayrılabilirsiniz. Çalışmadan ayrılmanız durumunda sizden toplanan veriler çalışmadan çıkarılacak ve imha edilecektir.

Gönüllü katılım formunu okumak ve değerlendirmek üzere ayırdığınız zaman için teşekkür ederim. Çalışma hakkındaki sorularınızı Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Rekreasyon bölümünden Alihan ÖZKAVAK’a yöneltebilirsiniz.

Araştırmacı Adı : Alihan Özkavak

Adres: MCBÜ Spor Bilimleri Fakültesi

Cep Tel: 05428281401

Bu çalışmaya tamamen kendi rızamla, istediğim takdirde çalışmadan ayrılabilirim bilerek verdiğim bilgilerin bilimsel amaçlarla kullanılmasını kabul ediyorum.
(Lütfen bu formu doldurup imzaladıktan sonra veri toplayan kişiye veriniz.)

Katılımcı Ad ve Soyadı:

İmza:

Tarih:

Ek 3. Kişisel Bilgi Formu ve Görüşme Soruları

Değerli Katılımcı ;

Bu anket formu Manisa Celal Bayar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Rekreasyon Anabilim Dalında, “Turizmin Çeşitlendirilmesi Kapsamında “Sörf Okulları”: Çeşme - Alaçatı Örneği başlıklı araştırma yüksek lisans tezi için yapılmaktadır. Sizlerden edinilecek bilgiler tamamen bilimsel amaçlı kullanılacaktır. Katılmanız bizim için önemlidir. Şimdiden değerli katılmanızdan dolayı teşekkür ederiz.

Alihan ÖZKAVAK

Doç. Dr. Melike ESENTAŞ DEVECİ

Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Rekreasyon ABD

Kişisel Bilgiler

Bu çalışmaya gönüllü olarak katılıyorum	Evet ()	Hayır ()	
Cinsiyet			
Yaş			
Medeni Durum	() Evli	() Bekar	
Eğitim Durumunuz	Lise ()	Üniversite ()	Lisansüstü ()
Rekreasyonla ilgili eğitim aldınız mı?	Evet ()	Hayır ()	
Sörf okulunuzda kaç kişi çalışmaktadır?			
Rekreasyon Bölümünden istihdam ediyor musunuz?	Evet ()kişi	Hayır ()	
Göreviniz			
Mesleki deneyiminiz	 yıl		
Aktif olarak sörf ile uğraşma yılınız	 yıl		
Elde ettiğiniz en yüksek başarı			

Görüşme Soruları

1. Sörf okulu olarak ne tür hizmetler sunuyorsunuz? Bunlar neler ve kimlere yöneliktir? Açıklayınız.
2. Genelde ülkemizin özelde ise Alaçatı'nın sörf turizmine bakış açısı ve potansiyelini nasıl değerlendiriyorsunuz?
3. Yöneticisi bulunduğunuz sörf okulunuzun kurumsal marka değerini oluşturmaktaki yapmış olduğunuz çalışmalar hususunda bilgi verir misiniz?
4. Son 10 yıl içerisinde Alaçatı bölgesinde Dünya çapında şampiyonalar düzenlenmekteydi. Son yıllarda ise bu tip organizasyonlara ev sahipliği yapılmadığı görülmektedir. Bu durum hakkındaki düşünceleriniz nelerdir? Bu tür organizasyonların bölge turizmine katkılarının neler olduğunu düşünüyorsunuz?
5. “Sörf” sporunu bir şeye benzetseniz neye benzetirdiniz. Niçin?
(Örnek: Sörf “uçsuz bucaksız bir yol”a benzer. Çünkü gitmek istediğiniz sürece gidebileceğim bir yol vardır)
6. Ekleme istedikleriniz.....