



Journal of Recreation and Tourism Research

Journal home page: www.jrtr.org

ISSN:2148-5321

DOI: 10.31771/jrtr.2019.40

REKREATİF ALIŞVERİŞ VE TİCARİ REKREASYON ALANLARI OLARAK ALIŞVERİŞ MERKEZLERİ

İlknur İNCE AKALIN^a 

M. Murat KIZANLIKLI^b 

^a Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Turizm Fakültesi, Ankara, Türkiye. (ilknurinakalin@gmail.com)

^b Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi, Ankara, Türkiye. (murat.kizanlikli@hbv.edu.tr)

ARTICLE HISTORY

Received:

01.10.2019

Accepted:

20.11.2019

Anahtar Kelimeler:

Boş zaman
Rekreasyon
Rekreatif alışveriş
Alışveriş merkezleri

Keywords:

Leisure time
Recreation
Recreational shopping
Shopping mall

Article Type: *Conceptual Paper*

ÖZ

Alışveriş merkezleri (AVM) buldukları şehirlerde ekonomiye ve istihdama büyük katkısı olan alanlardır. Türkiye'nin gelişim, büyüme ve ekonomi stratejileri ile kentsel dönüşüm projelerinde de yer alan alışveriş merkezlerinin günden güne sayıları artmakta ve AVM'ler tüketiciler tarafından yoğun talep görmektedir. Bu araştırmada, önemli bir rekreatif faaliyet alanları olarak alışveriş merkezlerinin zaman içerisindeki gelişimi, ziyaretçi sayılarındaki artış ve ekonomik değeri ikincil veriler yardımıyla açıklanmaya çalışılmıştır. Bu amaçla literatür taraması yapılmış, alışveriş alanlarının gelişim süreci, rekreatif alışveriş ve alışveriş merkezlerinde yapılan rekreasyonel faaliyetler ve alışveriş merkezlerinin Türkiye'deki durumu incelenmiştir. Elde edilen bulgular, alışveriş merkezlerinin bölge ekonomisine sağladığı çok yönlü fırsatlar hakkında bilgi vermektedir. Kentleşmenin en önemli öğeleri arasında yer alan AVM'ler, alışveriş hizmetinin yanı sıra, ziyaretçilerine farklı sosyal ve kültürel imkânlar sunan rekreatif alanlardır. Bu nedenle rekabet ortamında, perakendeciler ve AVM yönetimlerinin, tüketicilerin AVM tercihlerinde önemli olan faktörleri iyi belirlemeleri ve buna yönelik farklılık oluşturacak projeleri geliştirmeleri gerekmektedir.

ABSTRACT

Shopping centers (shopping malls) are the areas that contribute greatly to the economy and employment in their region. The number of shopping centers that are located the development, growth and economic strategies of Turkey, is increasing day by day. Shopping malls are in high demand by consumers. The development of shopping centers over time as an important recreational activity areas, increasing of visitors and their economic value are tried to be explained by the analysis of secondary data. For this purpose, literature review was conducted and development process of shopping areas, recreational shopping and recreational activities in shopping centers in Turkey were investigated. According to the findings, the all-round opportunities provided by shopping centers to the regional economy have been revealed. Shopping malls, which are among the most important elements of urbanization, are recreational areas that offer different social and cultural opportunities to visitors as well as shopping services. Therefore, in a competitive environment, retailers and shopping center management should determine the factors that are important for consumers' shopping center preferences and develop projects that will make a difference.

***Sorumlu Yazar:** İlknur İNCE AKALIN

E posta: ilknurinakalin@gmail.com