



JRTR

JOURNAL OF RECREATION AND TOURISM RESEARCH

ISSN: 2148-5321

YEAR/YIL:2024
VOLUME/CİLT:11
ISSUE/SAYI:1

ISSN: 2148-5321

editor@jrtr.org

www.jrtr.org



JRTR

JOURNAL OF RECREATION AND TOURISM RESEARCH
ISSN: 2148-5321

2024

Volume 11

Issue 1

About This Journal

Journal of Recreation and Tourism Research (JRTR), is a double-blind peer reviewed journal, aims at covering theoretical and empirical research that span the entire range of recreation and tourism. The journal publishes theoretical and empirical papers or case studies relating to management, recreation, and tourism.

Dergi Hakkında

Journal of Recreation and Tourism Research (JRTR) amacı Türkçe ve İngilizce dillerinde hazırlanmış özgün araştırma, kavramsal inceleme, derleme makaleleri ve olgu sunumu türündeki çalışmaları yayınlamak, ulusal ve uluslararası düzeyde alanla ilgili bilginin paylaşımına katkı sağlanmasıdır. Derginin ilk sayısı 30 Mart 2014'te Cilt: 1 Sayı: 1 olarak sitede yayınlanmıştır.

Editor in Cheif / Owner

Assoc. Prof. Ercan YAVUZ (Ph.D.) / Ankara Hacı Bayram Veli University

Communications / İletişim Koordinatörü

Mustafa DEMİREL / editor@jrtr.org

Language Editors / Dil Editörleri

Prof. Cüneyt TOKMAK (Ph.D.) / Eskişehir Osmangazi University/ English Language Editors

Assoc. Prof. Feridun Hakan ÖZKAN (Ph.D.) / Ankara Hacı Bayram Veli University/ Turkish Language Editors

Selcan ERGUN (Ph.D.) / National Defense University/ English Language Editors

Abstracting & Indexing / Taranan Dizinler

Asian Science Citation Index (ASCI)

EuroPub Database

Directory of Research Journals Indexing (DRJI)

Türkiye Turizm Dizinini

European Commission Funded Research (OpenAIRE)

CABI Leisure Tourism

**ULAKBİM TR DIZIN assessment is in progress.*



JRTR

JOURNAL OF RECREATION AND TOURISM RESEARCH
ISSN: 2148-5321

2024

Volume 11

Issue 1

Editorial Board Members

Prof. Yüksel EKİNCİ (Ph.D.) / University of Portsmouth

Prof. Evren GÜÇER (Ph.D.) / Mingachevir State University

Prof. Fevzi OKUMUS (Ph.D.) / University of Central Florida

Prof. Muharrem TUNA (Ph.D.) / Ankara Hacı Bayram Veli University

Assoc. Prof. Mert GÜRLEK / Burdur Mehmet Akif Ersoy University

Assoc. Prof. M. Murat KIZANLIKLI (Ph.D.) / Kyrgyz-Turkish Manas University

Assoc. Prof. Özgür YAYLA (Ph. D.) / Akdeniz University

Assoc. Prof. Ş. Gamze ALBAYRAK (Ph.D.) / Ankara Hacı Bayram Veli University

Assoc. Prof. Ahmet B. ÖZTÜRK (Ph.D.) / University of Central Florida

Assoc. Prof. Melih MADANOĞLU (Ph.D.) / Florida Atlantic University

Assoc. Prof. Zélia BREDA (Ph.D.) / University of Aveiro

Asst. Prof. Muhammet VAPUR (Ph.D.) / Istanbul Rumeli University

Artur KOZLOWSKI, (PhD) / WSB Schools of Banking

Naringul MARGEZİYEVA (Ph.D.) / Kyrgyz-Turkish Manas University



CONTENTS

Eda KAYA & Can AKTUNA	1-13
Turizm İşletmelerinde Stratejik Yönetim Aracı Olarak Kıyaslama	
<i>Benchmarking as a Strategic Management Tool in Tourism Enterprises</i>	
Şerafettin BAŞER & Firdevs Feyza İNCE	14-41
Yenilik Yönetimini Benimseyen Kurumsallaşmış Turizm İşletmelerindeki İşgörenlerin Örgütsel Bağlılık ve İş Doyumu İncelemesi: Bolu İli Örneği	
<i>A Study of Organizational Commitment and Job Satisfaction of Employees in Institutional Tourism Enterprises that have Adopted Innovation Management: The Case of Bolu Province</i>	
Kübra TEKAMAR & Canan CENGİZ	42-57
A Study on the Evaluation of the Suitability of Sustainable Tourism and Recreation Types in Rural Coastal Areas in The Western Black Sea Region	
<i>Batı Karadeniz Bölgesi'nde Kırsal Kıyı Alanlarında Sürdürülebilir Turizm ve Rekreasyon Tiplerinin Uygunluğunun Değerlendirilmesi Üzerine Bir Çalışma</i>	



Yasemin SERGEN & Ali YAYLI	58-81
Aile Boş Zamanı ve COVID-19 ile Değişen Aile Rekreasyon Etkinlikleri Üzerine Kavramsal Bir Değerlendirme	
<i>A Conceptual Evaluation on Family Leisure and the Changing Family Recreation Activities with COVID-19</i>	



TURİZM İŞLETMELERİNDE STRATEJİK YÖNETİM ARACI OLARAK KIYASLAMA
BENCHMARKING AS A STRATEGIC MANAGEMENT TOOL IN TOURISM ENTERPRISES

Eda KAYA^a Can AKTUNA^b

Özet

Bu çalışma, turizm işletmelerinde stratejik yönetim araçlarından biri olarak kıyaslama (benchmarking) yöntemini ele almak ve turizm işletmelerinde stratejik yönetim için kıyaslama yönteminin önemini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Araştırmada, ilgili alanda literatür taraması yapılarak, ikincil veri kaynaklarının analizi yöntem olarak kullanılmıştır. Turizm endüstrisinde rekabetin artmasıyla birlikte, işletmelerin stratejik planlama sürecinde benchmarking yöntemini kullanarak, rakiplerinden farklılaşmaları ve üstünlük sağlamaları hedeflenmektedir. Turizm işletmeleri, hizmet kalitesini artırmak, maliyetleri düşürmek, yaratıcılığı artırmak ve yeni iş fırsatları yaratmak için benchmarking yöntemini kullanmaktadırlar. Benchmarking, işletmelerin performanslarını ölçmek ve rakiplerinin en iyi uygulamalarını öğrenmek için kullanılan bir yöntem niteliği taşımaktadır. Bu yöntem aracılığıyla, işletmeler kendi performanslarını iyileştirmelerine ve rakiplerinden farklılaşmalarına yardımcı olabilmektedir. Bu çalışmada, turizm işletmelerinin benchmarking yöntemini nasıl uygulayabilecekleri ve bu yöntemin işletmelerine nasıl faydalar sağlayabileceği hakkında detaylı bilgi sunulmaktadır. Bu bilgiler, turizm işletmelerinin stratejik yönetimlerini geliştirmelerine yardımcı olabilir ve turizm sektöründe rekabet avantajı elde etmelerine katkı sağlayabilir. Sonuç olarak, turizm işletmelerinin rekabet avantajı elde etmek ve stratejik yönetimlerini geliştirmek için benchmarking yöntemini kullanmaları turizm işletmeleri açısından büyük ölçüde önem taşımaktadır. Ayrıca, benchmarking yönteminin sistematik bir süreci olduğu sonucuna ulaşılmış, mümkün olduğunca bu süreçlerin sırasıyla ve eksiksiz uygulanması gerektiği önerilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kıyaslama, Turizm, Stratejik Yönetim

Abstract

This study aims to address the benchmarking method as a strategic management tool in tourism enterprises and to reveal the importance of benchmarking method for strategic management in tourism enterprises. In the study, a literature review in the related field and analysis of secondary data sources were used as a method. With the increase in competition in the tourism industry, it is aimed for businesses to differentiate and gain superiority over their competitors by using benchmarking method in the strategic planning process. Tourism businesses use benchmarking to improve service quality, reduce costs, increase creativity and create new business opportunities. Benchmarking is a method used to measure the performance of businesses and to learn the best practices of their competitors. Through this method, businesses can help them improve their performance and differentiate themselves from their competitors. This study provides detailed information on how tourism businesses can apply the benchmarking method and how this method can benefit their businesses. This information can help tourism enterprises to improve their strategic management and contribute to gaining competitive advantage in the tourism sector. As a result, it is of great importance for tourism enterprises to use benchmarking method to gain competitive advantage and improve their strategic management. In addition, it has been concluded that benchmarking method has a systematic process and it is suggested that these processes should be implemented in order and as completely as possible.

Keywords: Benchmarking, Tourism, Strategic Management

Makale Geliş Tarihi: 02.01.2024 Makale Kabul Tarihi: 19.03.2024

Sorumlu Yazar (Corresponding Author): Eda KAYA (edakayatr@outlook.com)

^a Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Rize/Türkiye (edakayatr@outlook.com), ORCID: 0000-0003-2622-5614

^b Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, Ardeşen MYO, Rize/Türkiye (halilcan.aktuna@erdogan.edu.tr), ORCID: 0000-0002-5930-2834

DOI: 10.5281/zenodo.10895893

1. Giriş

Stratejik yönetim, 1960'taki çevresel koşulların, yönetsel arayışların ortaya çıkardığı bir akademik alandır (Barca, 2005). Amaca ulaşmada izlenecek yol olarak ifade edileceği gibi stratejik yönetim ileriye dönük politika oluşturma, araçların uygunluğu, mevcut güçlerin etkin kullanımı, esneklik gibi ilkeleri içeren bir anlayışı yansıtmaktadır (Bircan, 2002). Yönetimin stratejik yönetime dönüşmesi ve bu minvaldeki tanımlamalar ile kullanılmaya başlanması çeşitli evrelerden geçtikten sonra mümkün olmuştur (Söyler, 2007). Bu evreleri Ülgen ve Mirze (2014) sırasıyla; “uzun dönemli planlama, kurumsal planlama, stratejik planlama ve stratejik yönetim” olarak belirtmişlerdir. İşletme ve yönetim perspektifinden bakıldığında, turizm pazarında artan uluslararası rekabet düzeyinin stratejik planlamayı giderek daha zorunlu bir hale dönüştüğü görülmektedir (Philips ve Moutinho, 2014). Söz konusu yönetim olduğunda planlama, organize etme, yürütme ve denetleme işlevlerini yerine getiren bir süreçten bahsedilebilir (Reddy, 2004; Griffin, 2010; Mirze, 2010). Yönetim araçlarından biri olan benchmarking, dünyada popüler hale gelen bu tekniklerden biri sayılabilmektedir. Son yıllarda karşımıza çıkan kavramlardan biri olan kıyaslama yaklaşımı hem üretim hem de hizmet şirketlerinde giderek artan bir popüleriteye sahip olmaktadır (Wöber, 2002). Kıyaslama kavramı bir eylem olarak kabul edilebilmektedir (Dattakumar ve Jagadeesh, 2003). Yönetim biliminden bakıldığında ise kıyaslama, genellikle mevcut bir toplam kalite programının uzantısı veya yeni ve verimli performans standartları oluşturmanın bir yolu olarak konumlandırılabilir (Zlatković, 2016; Mala, Handayati ve Zagladi, 2023). Stratejik yönetim ve kıyaslama, kalitenin geliştirilip iyileştirilmesi için önemli bir etken olarak kabul edilmektedir (Dattakumar ve Jagadeesh, 2003). Bu sebeple turizm işletmeleri birçok etkili yöntemle örgütlerine yönetim açısından yön verebilmektedir. Söz konusu durum göz önüne alındığında stratejik yönetim araçlarından biri olan kıyaslama tekniği turizm işletmeleri açısından büyük ölçüde önemli sayılabilmektedir. Dolayısıyla bu çalışmada bahsedilen kavramların turizm işletmeleri açısından bir değerlendirmeye ve daha önceki yapılmış çalışmalar ışığında literatüre katkı sağlanması amaçlanmaktadır.

2. Stratejik Yönetim

Stratejik yönetimi birçok araştırmacı farklı şekillerde açıklamaktadır. Stratejik yönetim kavramı, işletme ve yönetim alanında 20. Yüzyılda kullanıma girmeye başlamıştır (Güçlü, 2003). Barry (1986), stratejik yönetimi “bir organizasyonun gelecekte varmak

istediği hedefleri ve bu hedefe nasıl ulaşacağını gösteren süreci analiz eden bir teknik” olarak tanımlamıştır. Bryson (1995) stratejik yönetimi açıklarken şu ifadelerle yer vermektedir “Stratejik yönetim, bir organizasyonun ne yaptığını, varlık sebebini ve gelecekte ulaşmak istediği hedefleri ortaya koyan bir yönetim tekniğidir”. Aktan’ın (2007) tanımına göre stratejik yönetim “bir organizasyonun amaçlarına ulaşabilmesi için etkili stratejiler geliştirmesini, bunların planlanmasını, uygulanmasını ve kontrolünü ifade eder”. Erol ve İnce (2012), stratejik yönetimi “bir organizasyonda geleceğe yönelik kararlar alınmasında kullanılan, organizasyonun dış ve iç çevresini değerlendirmeye imkân veren bir yönetim tekniği” olarak açıklamaktadır. Ülgen ve Mirze (2014) ise stratejik yönetimi kısaca “uzun dönemde işletmenin yaşamını sürdürmesi ve rekabet üstünlüğünü sağlamasını amaçlayan bir yönetim” aracı olduğunu belirtmektedir. Yukarıdaki tanımlardan yola çıkarak, stratejik yönetimin odaklandığı konuların “işletmenin sürdürülebilirliği, rekabet üstünlüğü, geleceğe yönelik kararları, iç ve dış çevrenin tanınması, ulaşmak istediği hedefleri ve bu hedeflere nasıl ulaşacağı” olduğu söylenebilir. Stratejik yönetimin işletmelere birçok yararı olabilmektedir. Bu yararlar aşağıdaki gibi özetlenebilir (Jauch ve Glueck, 1989; Çavuş, 2005):

- Değişen durumları önceden sezmeye yardımcı olur.
- Açık amaçlar ve yönelimler sağlar.
- Stratejik yönetimde araştırma, sürecin yöneticilere yardım edebilmesi için ilerleme sağlar.
- İş kararlarını sistemli hale getirmede bir yoldur.
- Bir işletmenin temel problemlerini araştırmada yöneticilere yardım eder.
- Şirket iletişimine, bireysel projelerin koordinasyonuna, kaynakların tahsisine ve bütçe gibi kısa süreli planlamanın gelişmesine yardım eder.

Stratejik yönetim, genel yönetimin sahip olduğu özellikleri de içinde barındıran fakat yönetimden farklı yönleri de sahip birtakım özellikleri de bulunmaktadır (Güçlü, 2003). Geleceğin yönetiminde önemli bir araç olan stratejik yönetim sisteminin sınırlarını, süreçlerini ve aşamalarını belirlemenin zorlukları olabilmektedir. Sisteme, süreçlere ve aşamalara ilişkin kavramları ve gözlemleri, nelerin dahil edilmesi/edilmemesi gerektiği göz önüne alınarak belirlenmektedir (Karakaya, Ay ve Gürel, 2013).

3. Benchmarking (Kıyaslama)

Benchmarking kavramının Türkçedeki karşılığı olarak ülkemizde kıyaslama kullanılmaktadır.

Fisher'a göre (1998) kıyaslama, işletmenin kilit eylemlerini incelemek ve o kilit alanlardaki işletmenin performansını başka işletmelerin performansları ile karşılaştırmaktır. Aktaş'a göre (2002) ise kıyaslama, bir işletmenin kendi performansını arttırabilmek amacı ile yüksek performansı olan diğer işletmeleri incelemesi, bu işletmelerin iş yapma usulleri ile kendi usullerini kıyaslaması, bu kıyaslamadan çıkardığı sonuçları uygulamasıdır olarak ifade etmektedir.

Koçel (2011) kıyaslamayı tanımlarken şu ifadeleri kullanmıştır; “Bir işletmenin sürekli olarak ve bilinçli bir şekilde, kendi dallarında ve kendi sektöründe en iyi olan işletmelerin belirli işleri nasıl yaptıklarını araştırması, incelemesi ve başarı düzeyine ulaşma çabalarını ifade etmektedir.” Kıyaslama, işletmenin gelişmeleri takip ederek rekabetin üst düzeyde olduğu günümüz dünyasında varlığını sürdürebilmesi için gerekli olan bilgi ve uygulamaları, kendisinin hali hazırda kullandığı uygulamalarla işletme içindeki veya diğer işletmelerdeki en iyi uygulamaları bularak karşılaştırması, en iyi uygulamayı kendi süreçlerine entegre etmesi ve bunu yaparken de piyasada en iyi olmayı hedeflemesidir (Mohajeri, Nayeri ve Mashhadi, 2009). İşletme yönetimlerinde kıyaslama tekniğinin profesyonel olarak kullanılmaya başlaması 1979'da Amerikalı Robert C. Camp'ın Xerox firmasında çalıştığı dönemde organizasyonel performansın artması için kıyaslama tekniği üzerine yaptığı çalışmalara dayanmaktadır (Eryılmaz, 2009). Ford'un kurucusu Henry Ford, yürüyen bant sistemi sayesinde üretimi, bir tanıdığını görmek için gittiği mezbahadan esinlenerek geliştirdiği bilinmektedir. Kasapların her birinin karkasın belirli bir bölümünü keserek, kalanını diğer çalışanlara devrettiğini gören Ford, aynı yöntemi otomobil yapım aşamasında, çengellerin üzerinde kayan çelik yerine, hareketli bant uygulamasıyla gerçekleştirmiştir (Yüksek, 2010). Kıyaslamanın işletmeler bazında ilk ve başarılı uygulamaları, farklı bir isim altında Japonya'da gerçekleştirilmiş ve bugün, Japon sanayinin Amerikan sanayi karşısındaki başarısının yegâne nedenlerinden biri olarak kıyaslama uygulamaları görülmektedir (Küçük, 2012). Kıyaslama kavramının açıklanmasından sonra verilen tanımlar ışığında kıyaslamanın temel özellikleri aşağıdaki gibi maddeler halinde açıklanabilmektedir (Özer, 1999; Yüksek, 2010):

- Liderlik pozisyonuna odaklanır

- Dünya lideri işletmelerin ürün, hizmet ve süreçlerinin özelliklerini ortaya koyar
- Bu işletmelerin neden ve nasıl bu noktalara ulaştıklarını anlar
- Sistematik olarak bulguları kendi ürün, hizmet ve süreçlerimize entegre eder
- Kıyaslama sürekli işleyen bir süreçtir
- Geçerli ve değerli bilgiler edinilebilen bir araştırma sürecidir
- İşletme faaliyetlerini geliştirmede yardımcı olacak bilgileri sağlayabilmektedir

Kıyaslama belirli bir sistematığe uygun olarak gerekli aşamaların sırası ile izlenmesi ve uygulanması ile başarıya ulaşılabilme ihtimali yükselen bir süreçtir (Andersen ve Pettersen, 1995). Kıyaslama tekniği ile örgütler güçlü ve zayıf yönlerinin farkına varabilmekte ve durumlarını analiz edebilmektedir (Kaya ve Gündüz, 2004).

Bu süreç aynı zamanda bir defa yapılıp biten bir süreç değildir (Pryor, 1989). Kıyaslama, devamlı iyileştirme kapsamında tüm faaliyetlerin kontrol edildiği ve kazanılan tecrübeler ışığında gerek aynı alanda ve gerekse farklı alanlarda yeni uygulamaların gerçekleştirildiği bir kalite iyileştirme aracı konumundadır (Alkhafaji, 2003).

(Spendolini, 1994)'kıyaslama sürecini beş aşamalı olarak ele almaktadır;

1. Neyin kıyaslamaya konu olacağını belirleme
2. Kıyaslama ekibini oluşturma
3. Kıyaslama ortaklarını belirleme
4. Kıyaslama bilgilerini toplama ve analiz etme
5. Harekete geçme

İşletmelerin kıyaslama tekniğini uygulama süreçlerinde izledikleri aşamalar ve literatürde çoğunluğun kabul etmiş olduğu beş aşama incelenecektir. Süreç isimleri veya süreç adetleri değişse de genel manasıyla kıyaslamamanın süreçleri literatürde ve işletmelerin uygulamalarında aynı yolu izlemektedir Bunlar; Planlama, veri toplama, verilerin analizi, uygulama ve kontrol aşamalarıdır (Saraç, 2005; Erdem, 2006; Mala, Handayati ve Zagladi, 2023).

Planlama Aşaması: Planlama aşaması üç konunun irdelenmesini amaçlar

- Neyin kıyaslanacağını belirlenmesi
- Kıyaslama yapılacak işletmelerin belirlenmesi
- Veri toplama yöntemlerinin belirlenmesi

Planlama aşaması kıyaslamamanın ilk aşamasıdır (Camp, 1989). Bu aşamada ilk olarak uygulamanın hangi konuda yapılacağı belirlenir. İyileştirilmesi düşünülen süreç, ürün

veya performans en iyi olanla karşılaştırmak amacıyla tespit edilir (Küçük, 2012). Kıyaslama yapılacak süreç, ürün veya performans belirlendikten sonra hangi işletmeler ile kıyaslama yapılacağı belirlenir. Bu işletmeleri belirlerken belirlenen süreç, ürün veya performans açısından sektörün en iyisi-lideri (best-in-class) pozisyonunda olan işletmeler tespit edilir ve o işletmeler ile kıyaslama yapılabilir. İşletme içinden bölümler arasında da kıyaslamaya yapılabilmektedir (Mala, Handayati ve Zagladi, 2023). Bu durumda işletme içindeki süreçler incelenir ve aralarında hangi sürecin en iyisi olduğu bulunduktan sonra kıyaslama yapılacak olan bölüm karşılaştırılmalıdır.

Analiz Aşaması: Analiz aşaması iki konunun irdelenmesini amaçlar

- Var olan performans açığının belirlenmesi
- Gelecekteki performans seviyesinin projelendirilmesi

Analiz aşamasında, kıyaslama yapılacak olan işletme veya birim ile aradaki performans açığı belirlenir (Camp, 1989). Gerekli görülen düzenlemelerle, gelecekte ulaşılması düşünülen performansın seviyesini yakalayabilmek için ihtiyaç duyulan çalışmalar projelendirilir. İşletmenin ve aynı zamanda kıyaslama ortağının süreçlerinin tam anlamıyla anlaşılması analiz aşamasının temelini oluşturmaktadır (Shetty, 1993).

Bütünleşme Aşaması: Bütünleşme aşaması iki konu üzerinde durulmaktadır

- Kıyaslama bulgularının değerlendirilip kabul edilebilir hale getirilmesi
- Fonksiyonel hedefler belirleme

Bütünleşme aşamasında kıyaslama çalışması sonrasında elde edilen bulgular gözden geçirilir (Camp, 1989). Bulguların “doğru ve kanıtlanabilir” olması önemlidir. Yönetim ve çalışanlar tarafından bu çalışmanın ve yaşanacak olan değişimin kabul edilmesi ve desteklenmesi için gereklidir (Mohajeri, Nayeri ve Mashhadi, 2009).

Eyleme Geçme Aşaması: Bu aşamada üç konudan söz edilebilmektedir:

- Hareket planları geliştirme
- Spesifik eylemlerin iyileştirilmesi ve ilerlemelerin izlenmesi
- Karşılaştırmaların yeniden ayarlanması

Eyleme geçme aşamasında hareket planları geliştirilir, kalite iyileştirilmesinin sağlanabilmesi ve performans açığının kapatılabilmesi amacıyla, süreçlerdeki spesifik eylemlerde iyileştirme yapılabilir ve ilerlemeler takip edilebilir (Küçük, 2012).

Olgunluk Aşaması: Bu aşamada iki konu incelenmektedir:

- Liderlik pozisyonuna ulaşma
- Uygulamaların süreçlerle tamamen bütünleştirilmesi

Kıyaslama uygulamaları, sürekli ölçüm ve değerlendirmeyi içermektedir. Değerlendirmenin yanı sıra uygulama evresinde de uyarlamalara yardım etmesi açısından “geri besleme- geri bildirim” unsurunun da sisteme dahil edilmesi gerekir. Performans beklenen seviyeye ulaşmadıysa uygulama ve düzenlemeler yapılmalıdır (Özer, 1999).

Kıyaslama, en iyi performans seviyesine ulaşmak için, gerekli yöntem ve süreçleri anlama ve uyarlama sürecidir (Camp, 1989). Literatür taramasında ortaya çıkan sonuca dayanarak kıyaslama genel olarak ikiye ayrılmaktadır (Aktaş, 2002):

1. Odaklanılan noktaya göre kıyaslama
2. Seçilen ortağa göre kıyaslama

Kıyaslamanın dört ayrı türü bulunmaktadır. Bunlar:

İç Kıyaslama: İşletme içerisindeki benzer süreçlerin kıyaslanması olarak kısaca açıklanmaktadır (Fisher, 1998). İşletme kıyaslama tekniğini kullanmaya karar verdiği zaman ilk olarak kendi süreçleri arasında kıyaslama yapması hem kendi işletmesini ve süreçlerini daha iyi anlaması için hem de uyguladığı süreçlerin aksaklıklarını daha iyi görebilmesi açısından avantaj sağlamaktadır. Saraç’ın belirttiği gibi “Kuruluş içi kıyaslama mükemmelere ulaşabilmek için yalnızca bir basamaktır” (Saraç, 2005).

Rekabetçi Kıyaslama: Rakip olan işletmeler arasında performans ve uygulama sonuçlarının kıyaslanması amacıyla yapılan bu kıyaslama türü, en kolay tanımıyla rakiplerle yapılan performans kıyaslamalarını ifade etmektedir (Chen, 1998). Aynı pazarda yer alan rakip kuruluşların iyi düzenlenmiş stratejileri uygulanmaktadır (Mohajeri, Nayeri ve Mashhadi, 2009). Bu tür kıyaslamada en büyük dezavantaj, rekabet avantajı sağlayacağı kaygısı ile istenilen bilgilere ulaşmada karşılaşılabilecek zorluklar sayılabilmektedir (Halis, 2008).

İşlevsel (Rekabet dışı) Kıyaslama: Bu tür kıyaslamada, pazarda işletmeye rakip pozisyonda olmayan, bir başka konuda faaliyet gösteren, süreçleri iyi düzenlenmiş işletmelerin benzer süreçlerinin kıyaslanması konu alınır (Mohajeri, Nayeri ve Mashhadi, 2009). Aynı sektörde bulunmayan işletmeler incelendiğinde bazı süreçlerinin mutlaka benzerlik gösterdiği görülebilmektedir. Bu süreçler arasında kıyaslamalar yapılabilir, bir işletmenin bir sürecinin işletmeye entegre edilmesi ile sürecin daha iyi işleyebileceğini görülebilmektedir. Toyota’nın “just-in-time” sistemini bir süpermarket zincirinden

alması buna örnek gösterilebilir (Aktaş, 2002).

Türdeş Kıyaslama: İşletmenin uyguladığı bir süreci farklı bir şekilde uygulayan fakat sektöründe ün salmış ve sınıfında lider konumunda olan, başarılı olduğu kabul edilen işletmeleri incelemektir (Bumin ve Erkutlu, 2002). Bu yöntemdeki amaç, kıyaslama yapmak isteyen işletme ile aynı alanda rekabet etmeyen fakat kendi sektörünün lideri olan işletmelerin, kıyaslama yapacak işletmenin süreçleri ile birebir karşılaştırılabilecek süreçlerini incelemektedir (Fisher, 1998). Genel olarak bakıldığında kıyaslama, rekabet edebilme gücünü ve müşteri memnuniyetini artırmak, yeni fikirler edinmek, hedef belirlemek, işletme performansını artırmak, stratejik planlama yapmak gibi araçlara hizmet etmektedir. Nihai amacın rekabet üstünlüğünün sağlanması olarak düşünüldüğünde, kıyaslama yönteminin kullanılmasındaki temel unsur sadece rakiplerin düzeyine ulaşmak değil, rakipleri aşmak ve en iyi olmak olduğu görülmektedir (Şimşek, 2004). Günümüz işletmelerinin durumuna bakıldığında rekabet şartlarının çok ağırlaştığı söylenebilmektedir (Clarke ve Raffay, 2013). Müşterilerin ihtiyaçlarının değişmesi, aynı sektörde olan işletme sayılarının artması ve işletme, süreçlerini profesyonel şekilde yürütmeye çalışması gibi sebepler rekabeti etkileyen unsurlar arasındadır. Benchmarking işletmelere en iyi uygulamaları öğrenmeye ve uygulamaya olanak sağlamaktadır (Chen, 1998).

4. Turizm İşletmelerinde Stratejik Yönetim Aracı Olarak Benchmarking

Turizm sektörü her geçen gün gelişmektedir. Gerek yatırım gerekse çalışma alanı olarak büyüyen sektörler arasında yerini almıştır (Türkay, Kaya ve Birer, 2013). Ziyaretçileri turistik destinasyona çekebilmek için turizm işletmelerinin rekabetçi olması gerekmektedir (Corne, 2015). Buna bağlı olarak hizmet sektörü içerisinde yer alan turizm işletmelerinin diğer sektörlerle göre yönetim anlayışları da farklılık göstermektedir. Günümüz şartlarında rekabet koşullarının değişmesi sebebiyle turizm işletmeleri misafirlerin istek ve taleplerine karşılık verebilme ve rakiplerine karşı avantaj sağlayabilmek için stratejik yönetim aracı olan benchmarking uygulanmaya başlanmıştır (Büyükepekçi, Şenel ve Varol, 2018). Turizm işletmeleri açısından bakıldığında ise kıyaslama, kurumsal gelişimin gerçekleşmesi için popüler bir araç haline gelmektedir. Kıyaslama sadece bireysel başarıya değil, kurumsal başarıya da katkı sağlamaktadır (Wang ve Huang, 2021).

Turizm işletmeleri yönetim stratejisi geliştirirken üç soruya cevap aramaktadırlar (Evans,

Campbell ve Stonehouse, 2003):

- Rakiplere karşı nasıl avantaj elde edilebilir?
- Hangi ürün/hizmet hangi pazarda geliştirilmeli?
- Rekabet avantajı elde etmek ve ürün/hizmet geliştirmesi için hangi metotlar uygulanabilir?

Kıyaslama yönteminin uygulanması turizm işletmeleri için, iş sürecini ve ürünlerin kalitesini iyileştirme imkânı sağlamaktadır. Kıyaslamanın uygulanmasındaki hedeflerden bazıları şu şekildedir; hizmetleri geliştirme, yaratıcılığı artırma, maliyetleri düşürme, yeni iş fırsatları yaratma ve kar sağlama olarak sıralanabilmektedir (Zlatković, 2016). Yukarıda cevap aranan soruların çözümlenmesi açısından turizm işletmeleri farklı stratejiler geliştirmektedir. Bunların arasında balanced scorecard (dengeli sonuç kartı), outsourcing (dış kaynak kullanımı), rekabet stratejisi (maliyet liderliği, ürün farklılaştırma ve odaklanma) ve benchmarking (kıyaslama) vb. uygulamalar bulunmaktadır. Kıyaslama, destinasyonların sadece sunulan başlıca cazibe merkezleri açısından değil, aynı zamanda hizmet kalitesi ve ziyaretçilerin memnuniyetini etkileyen diğer hususlar açısından da değerlendirilmesinde kullanılan yöntemlere, gün geçtikçe daha fazla önem verilmektedir (Vojtko vd., 2020).

5. Sonuç ve Öneriler

Turizm endüstrisinin günümüzde yüksek rekabet ortamına sahip olduğu bilinmektedir. Turizm endüstrisi içerisinde hizmet veren işletmeler bu rekabet ortamından etkilenmekte ve stratejiler üretmek durumunda kalmaktadır. İşletmelerin kar elde etmelerinin yanında, sürdürülebilir bir kazanç ile hayatını devam ettirme gereğinin ortaya çıkması yönetim faaliyetlerinin strateji ile evrilip, stratejik yönetim faaliyetlerine dönüşmesine neden olmuştur. Çalışmada geniş manada açıklandığı üzere kıyaslama uygulaması stratejik yönetim anlayışı içerisinde işletmelerin süreç ve uygulamalarında kullanabileceği uygulamalardan biridir. Kıyaslama uygulaması sayesinde işletmeler önceden uygulanıp başarısı somutlaştırılmış süreç/uygulamaları işin başından geliştirmek için çaba sarfetmekten ziyade, başarılı uygulamaları kendi süreç/uygulamalarına entegre ederek daha iyiye ulaşma amacını gütmektedirler.

Lustický & Kincl (2012) Stratejik planlama ve nihai stratejilerin kalitesi, rekabet gücünün önemli bir faktörüdür görüşünü savunmaktadırlar. Bununla birlikte turizm sektörü için

kıyaslama yöntemlerinin yaygın olarak kullanılması ve başarıyla uygulanabilir hale getirilmesi gerektiğini çalışmalarında belirtmektedirler.

Korzenioowska (2020) işletmelerin kıyaslamayı uygularken, mevcut kültürel farklılıkların ilham kaynağı oluşturabileceğinin farkında olmaları doğru bir yaklaşım olduğunu ve bu yaklaşım ile kıyaslamamanın uygulama şekli daha iyi sonuçlar getireceğini belirtmektedir.

Kıyaslama sayesinde işletmeler arası karşılıklı bilgi alışverişi sağlanmakta ve uygulama/süreçlerini kontrol edebilmekte ve devamlı daha iyiye ulaşma arzusu ile sürekli iyileştirme yapabilmektedirler. İşletmeler bu uygulama ile sektörde ve hedeflediği pazardaki yerini ve diğer işletmeler ile arasındaki farkı daha iyi analiz edebilmekte, sektör ve pazardaki lider konumdaki işletmelerin zirvede yolundaki adımlarını takip edebilmekte ve kendi işletmelerinin süreç/uygulamalarını doğru yollarla gözden geçirme fırsatını yakalayabilmektedir.

Kıyaslama uygulamasının sistematik bir süreci olduğu belirtilmiştir. Mümkün olduğunca bu süreçler sırasıyla ve eksiksiz uygulanmalıdır. Süreçlerin atlanması veya gereğinden az önem verilmesi ile kıyaslama sağlam temeller üzerine atılmayabilir, sürecin sonunda başarısızlıkla sonuçlanabilir. Kıyaslama uygulaması ile elde edilen bilgilerin işletmenin süreç/uygulamaları ile harmanlayarak entegre edilmesi zaman ve maliyeti olan bir süreç olduğundan hem vakit hem de mali kayıplara sebep olabileceği göz önüne alınması işletme açısından yararlı olabilir.

Kaynakça

- Aktan, C.C. (2007), *Geleceğe Uzanmanın Yolu*, Stratejik Yönetim.
- Aktaş, A. (2002), *Turizm İşletmeciliği ve Yönetimi*, Azim Matbaa, Antalya.
- Alkhafaji, A. F. (2003), *Strategic Management: Formulation, Implementation, and Control in a Dynamic Environment*, The Haworth Press, Binghamton, New York.
- Andersen, B. ve Pettersen, P. G. (1995). *Benchmarking handbook*. Springer Science & Business Media.
- Barca, M. (2005), Stratejik Yönetim Düşüncesinin Evrimi: Bilimsel Bir Disiplinin Oluşum Hikayesi, *Yönetim Araştırmalara Dergisi*, 5(1), 7-38.
- Barry, W.B. (1986), *Strategic Planning Workbook for Public and Nonprofit Organizations*, St. Paul.
- Bircan, İ. (2002). Kamu Kesiminde Stratejik Yönetim ve Vizyon, *Planlama Dergisi*, Özel Sayı, DPT'nin Kuruluşunun 42. Yılı, 11-20.
- Bryson, J.N. (1995), *Strategic Planning for Public and Nonprofit Organizations*, San

Fransisco

- Bumin, B. ve Erkutlu, H. (2002). Toplam Kalite Yönetimi ve Kıyaslama (Benchmarking) İlişkileri. *Gazi University Journal of Faculty of Economics and Administrative Sciences*, 4(1), 83-100.
- Büyükipekçi, S., Şenel, G. ve Varol, F. (2018). Turizm İşletmelerinde Benchmarking (Kıyaslama) Uygulaması: İzmir Örneği. *International Congress on Cultural Heritage and Tourism*, (s. 326-333).
- Camp, R. C. (1989). *Benchmarking: the search for industry best practices that lead to superior performance*. ASQC Quality Press.
- Chen, W. H. (1998). Benchmarking quality goals in service systems. *The Journal of Services Marketing*, 12(2), 113-128. [10.1108/08876049810212239](https://doi.org/10.1108/08876049810212239)
- Clarke, A. ve Raffay, A. (2013). Benchmarking Tourism Partnerships. İçinde C. Costa, E. Panyik ve D. Buhalis (Ed.), *Trends in European Tourism Planning and Organisation*. Channel View Publications.
- Corne, A. (2015). Benchmarking and tourism efficiency in France. *Tourism Management*, 51, 91-95. [10.1016/j.tourman.2015.05.006](https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.05.006)
- Çavuş, M. F. (2005), Aile İşletmelerinde Stratejik Yönetim, Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 14(2), 152-166.
- Dattakumar, R. ve Jagadeesh, R. (2003). A review of literature on benchmarking. *Benchmarking: An International Journal*, 10(3), 176-209. [10.1108/14635770310477744](https://doi.org/10.1108/14635770310477744)
- Diñçer, Ö. (1998), *Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası*, Timaş Matbaası, İstanbul.
- Erdem, B. (2006), İşletmelerde Yeni Bir Yönetim Yaklaşımı: Kıyaslama (Benchmarking) (Yazınsal Bir İnceleme), *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(15), 65-98.
- Erol, Y. ve İnce, A. L. (2012), Stratejik Yönetim Açısından Türkiye Krom Madenciliğinin Rekabetçilik Analizi: Sektörel Üstünlükler, Sorunlar ve Çözüm Önerileri, *Journal of World of Turks*, 4(3).
- Eryılmaz, B. (2009), Kıyaslama (benchmarking) Yönetimi ve Otel İşletmelerinde Kullanımına İlişkin Teorik Bir Çalışma, *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(1), 41-79.
- Evans, N., Campbell, D. ve Stonehouse, G. (2003), *Strategic Management for Travel and Tourism*, Butterworth- Heinemann, Oxford.
- Fisher, J. G. (1998), *Kıyaslama (Benchmarking) Yoluyla Performans Nasıl Aktarılır*, Rota Yayınları, İstanbul.
- Griffin, R. W. (2010), *Management*, South Western Cengage Learning, USA.
- Güçlü, N. (2003), Stratejik Yönetim, G.Ü. *Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 23(2), 61-85.
- Halis, M. (2008), *Toplam Kalite Yönetimi & ISO 9000 Kalite Yönetim Sistemleri*, Sakarya Yayıncılık, Sakarya.
- Jauch, L. ve Glueck W. (1989), *Strategic Management and Business Polict*, New York:

McGraw Hill.

- Karakaya, A., Ay, F. A. ve Gürel, S. (2013), Stratejik Yönetim Süreci Bağlamında Kültür ve Yönetim Tarzı Etkileşimi: Karadeniz Bölgesindeki Belediyelere Yönelik Bir Araştırma, *CU Sosyal Bilimler Dergisi*, Aralık 2013, 37(2), 71-98.
- Kaya, E. Ü. ve Gündüz, S. (2004). Küçük Ölçekli İşletmelerde Kıyaslama Tekniğinin Uygulanması: Kuramsal Bir Çerçeve. *Fırat Üniversitesi Doğu Araştırmaları Dergisi*, 2(3), 30-34.
- Koçel, T. (2011), *İşletme Yöneticiliği*, Beta Yayınları, İstanbul.
- Korzeniowska, B. G. (2020) Cultural Conditions in The Benchmarking Process Of Tourism Enterprises. *Folia Turistica* 55, 25-44. [10.5604/01.3001.0014.2417](https://doi.org/10.5604/01.3001.0014.2417)
- Küçük, O. (2012), *Kalite İyileştirmede Adım Adım Kıyaslama (benchmarking), Kıyaslama Türleri ve İlkeler- Kıyaslama Süreci, Kıyaslama Başarı Faktörleri*, Seçkin Yayınları, İstanbul.
- Lusticky, M. ve Kincl, T. (2012). Tourism Destination Benchmarking: Evaluation and Selection of the Benchmarking Partners. *Journal of Competitiveness*, 4(1), 99-116
[10.7441/joc.2012.01.08](https://doi.org/10.7441/joc.2012.01.08)
- Mala, I. K., Handayati, P. ve Zagladi, A. N. (2023). Benchmarking as a Marketing Strategy Promotion for Increasing Tourism: Case Study of SMEs in Kediri City Square. *East Asian Journal of Multidisciplinary Research*, 2(10), 4013-4024. [10.55927/eajmr.v2i10.6313](https://doi.org/10.55927/eajmr.v2i10.6313)
- Mirze, S. K. (2010), *İşletme*, Literatür Yayınları, İstanbul.
- Mohajeri, K., Nayeri, M. D. ve Mashhadi, M. (2009). A Model for Stakeholder-Oriented Benchmarking Process. *Journal of Applied Sciences*, 9(2), 237-247. [10.3923/jas.2009.237.247](https://doi.org/10.3923/jas.2009.237.247)
- Özer, P. S. (1999), *Benchmarking*, Vizyon Yayınları, İzmir.
- Philips, P. ve Moutinho, L. (2014). Critical review of strategic planning research in hospitality and tourism. *Annals of Tourism Research* (48), 96-120. [10.1016/j.annals.2014.05.013](https://doi.org/10.1016/j.annals.2014.05.013)
- Pryor, L. S. (1989). Benchmarking: A Self-Improvement Strategy. *Journal of Business Strategy*, 10(6), 28-32. [10.1108/eb039332](https://doi.org/10.1108/eb039332)
- Reddy, R. J. (2004), *Management Process*, S.B. Nangia, New Delhi.
- Saraç, O. (2005), Benchmarking ve Stratejik Yönetim, *Sayıştay Dergisi* 56, 53-77.
- Shetty, Y. (1993). Aiming high: Competitive benchmarking for superior performance. *Long Range Planning*, 26(1), 39-44. [10.1016/0024-6301\(93\)90231-4](https://doi.org/10.1016/0024-6301(93)90231-4)
- Söyler, İ. (2007), Kamu Sektöründe Stratejik Yönetim Uygulanabilir mi? (Engeller/Güçlükler), *Maliye Dergisi*, 152.
- Spendolini, M. J. (1994). *The Benchmarking Book*. New York: Amacom.
- Şimşek, M. (2004), *Toplam Kalite Yönetimi*, Alfa Yayınları, İstanbul.
- Türkay, O., Kaya, M. C. ve Birer, Ş. (2013). Yiyecek-İçecek Çalışanlarının Mesleki Beklentilerinin Analizi: İstanbul Örneği. *14. Ulusal Turizm Kongresi*, (s. 998-

1015).

- Ülgen, H. ve Mirze, S. K. (2014), *İşletmelerde Stratejik Yönetim*, Beta Yayınları, İstanbul.
- Vojtko, V., Štumpf, P., Rašovská, I., McGrath, R. ve Ryglová, K. (2020). Removing Uncontrollable Factors in Benchmarking Tourism Destination Satisfaction. *Journal of Travel Research*, 61(1), 136-149. [10.1177/0047287520971047](https://doi.org/10.1177/0047287520971047)
- Wang, T. C. ve Huang, S. L. (2021). Benchmarking tourist hotels performance for strategies development. *Current Issues in Tourism*, 24(3), 424-441. [10.1080/13683500.2020.1718065](https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1718065)
- Wöber, K. W. (2002). *Benchmarking in Tourism and Hospitality Industries, The Selection of Benchmarking Partners*. Wallingford, UK: CABI Publishing.
- Yüksek, G. (2010), Benchmarking Uygulamalarının Örgüt Performansı Üzerine Etkileri, *Türofed Dergisi*, 48, 49-60
- Zlatković, M. (2016). Tourism Destination Benchmarking Analysis. *European Journal of Multidisciplinary Studies*, 1(1), 283-293. [10.26417/ejms.v1i1.p283-293](https://doi.org/10.26417/ejms.v1i1.p283-293)

Etik Kurul İzni

Çalışmada etik onaya ihtiyaç duyulmamıştır.

Katkı Oranı Beyanı

Makale de yazarlar eşit oranda katkı sağlamıştır.

Çıkar Çatışması Beyanı

Herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.



YENİLİK YÖNETİMİNİ BENİMSEYEN KURUMSALLAŞMIŞ TURİZM İŞLETMELERİNDEKİ İŞGÖRENLERİN ÖRGÜTSEL BAĞLILIK VE İŞ DOYUMU İNCELEMESİ: BOLU İLİ ÖRNEĞİ

A STUDY OF ORGANIZATIONAL COMMITMENT AND JOB SATISFACTION OF EMPLOYEES IN INSTITUTIONAL TOURISM ENTERPRISES THAT HAVE ADOPTED INNOVATION MANAGEMENT: THE CASE OF BOLU PROVINCE

Şerafettin BAŞER^a Firdevs Feyza İNCE^b

Özet

Bu çalışma, yenilik yönetimini benimseyen kurumsallaşmış turizm işletmelerindeki işgörenlerin örgütsel bağlılık ve iş doyumunun incelenmesi amacıyla yapılmıştır. Bu kapsamda, iki temel amaç belirlenmiştir. Bolu ilinde turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin, kurumsallaşma düzeylerinin ne durumda ve hangi düzeyde olduğunu belirlemek, çalışmanın birinci amacını oluşturmaktadır. Bunun yanında, bu işletmelerdeki işgörenlerin örgütsel bağlılık ve iş doyum düzeylerinin incelenmesini yapmak, demografik özelliklerine göre farklılıklarını veya aralarındaki ilişkilerini belirlemek, işgörenlerin işletmeyi ne yönde etkilediğini açıklayarak konuya ışık tutmak ise bu çalışmanın ikinci amacını oluşturmaktadır. Araştırmanın evreni, yenilik yönetimini benimseyen kurumsal işletmeler ve o işletmelerdeki işgörenler oluşturmaktadır. Araştırmanın amacına göre yapılan incelemede ise 56 adet kurumsal nitelikli turizm işletmesi tespit edilmiştir. Yenilik yönetimini benimsemeyen kurumsallaşmış turizm işletmeleri için yapılan bu araştırmanın sonuçlarına göre; işletmelerin işgörenlerin örgütsel bağlılık ve iş doyumunu artırmak için çeşitli adımlar atabileceği görülmüştür. Çalışmada geliştirilen önerilerin, işletmelerin çalışanlarıyla daha iyi ilişkiler kurmalarına, motivasyonlarını artırmalarına ve performanslarını yükseltmelerine yardımcı olacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Yenilik Yönetimi, Kurumsallaşma, Örgütsel Bağlılık, İş Doyumu, Turizm Sektörü

Abstract

This study was conducted to examine the organizational commitment and job satisfaction of employees in institutionalized tourism businesses that adopt innovation management. In this context, two main objectives have been determined. The first aim of the study is to determine the institutionalization level of the businesses operating in the tourism sector in Bolu province. In addition, the second purpose of this study is to examine the organizational commitment and job satisfaction levels of the employees in these enterprises, to determine the differences or relationships between them according to their demographic characteristics, and to shed light on the subject by explaining how the employees affect the enterprise. The population of the research consists of corporate enterprises that adopt innovation management and the employees in those enterprises. In the analysis carried out according to the purpose of the research, 56 institutional qualified tourism businesses were identified. According to the results of this research conducted for institutionalized tourism enterprises that do not adopt innovation management; it has been observed that businesses can take various steps to increase employees' organizational commitment and job satisfaction. It is considered that the suggestions developed in the study will help businesses establish better relationships with their employees, increase their motivation and increase their performance.

Keywords: Innovation Management, Institutionalization, Organizational Commitment, Job Satisfaction, Tourism Sector

Makale Geliş Tarihi: 10.01.2024 Makale Kabul Tarihi: 20.03.2024

Sorumlu Yazar (Corresponding Author): Şerafettin BAŞER (serefbsr@gmail.com)

* Bu çalışma Dr. Öğr. Üyesi Firdevs Feyza İNCE danışmanlığında "Yenilik Yönetimini Benimseyen Kurumsallaşmış Turizm İşletmelerindeki İş Görenlerin Örgütsel Bağlılık ve İş Doyumu İncelemesi: Bolu İli Örneği" başlıklı yüksek lisans tezi esas alınarak hazırlanmıştır.

^a Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Ankara/Türkiye (serefbsr@gmail.com), ORCID: 0000-0002-4966-1032

^b Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Ankara/Türkiye (firdevs.ince@hbv.edu.tr), ORCID: 0000-0003-1428-5484

DOI: 10.5281/zenodo.10895899

1. Giriş

İşletmeler rekabet ortamında bir yaşam eğrisi üzerinde faaliyetlerini sürdürmektedir. Bu yaşam eğrisinin devamlılığının sağlanması kurumsallaşma ile olmaktadır. Kurumsallaşma, rekabet üstünlüğü ve diğer işletmelerden farklı bir yapı oluşturmayı sağlayan bir olgudur (Aydın ve Tan, 2019: 225). Kurumsallaşma, işletmelerde profesyonel yönetim ile kurumsal işleyişin etkin bir şekilde yürütülmesini ve kurum kültürünün oluşmasını sağlar. Ayrıca kuramsallaşma; sistem üzerine oluşturulmuş plan ve program içerisinde yapılacak olan işlemlerin standart işlemler şeklinde uygulanmasına ve bu doğrultuda işletmelerin iç denetim mekanizmalarının çalıştırılmasına imkân vermektedir (Alkış ve Temizkan, 2010: 74). Kurumsallaşma konusunda yapılan bazı çalışmalara göre; kurumsallaşma teorisini uygulayan işletmeler, işleyişte yasal bir düzen içerisinde hareket edildiği takdirde, dış çevre koşullarına daha hızlı uyum sağlayabilmektedir (Gürol, 2005: 224).

Ülkemizde faaliyet gösteren KOBİ'ler için yapılan araştırma sonuçlarına göre, küçük ve orta ölçekli kurumların faaliyetlerinin diğer ülkelerde olduğu gibi çok önemli bir yer tuttuğu görülmüş ve istihdama da katkısı aynı yönde olmuştur. Yapılan incelemede ülkemizdeki tüm işletmelerin yaklaşık olarak %90'ından fazlasının "KOBİ" olduğu sonuca ulaşılmıştır (Çatal, 2007). Bunun yanı sıra, emek yoğunluğu yüksek olan sektörlerdeki kurumlar, diğer sektörlerdeki kurumlara göre daha fazla rekabet içindedir. Bu sektörlerdeki kurumların, genellikle aile kurumu şeklinde yönetildiği sonuca varılmaktadır (Karakaş vd., 2016). Turizm sektöründeki aile işletmeleri ile ilgili yapılan değerlendirme sonucuna göre, kurumlarında gerekli iş tanımlamalarının yapılmaması sonucunda, sektördeki faaliyetlerin bir karmaşaya dönüştüğü ifade edilmektedir (Erbaş, 2016). Bir diğer çalışmada ise, turizm sektöründeki kurumların yönetimlerinin profesyonelleşerek kurumsallaştığı ve küresel pazarda değerlerinin arttığı ifade edilmiştir (Günel, 2009). Aynı şekilde, kurumların kurumsal kültürünü artırmak için personel güçlendirme çalışmalarının önemli olması nedeniyle, bu sürecin kurum içinde süreklilik arz etmesi gerekmektedir (Salha ve Ulema, 2020).

Kurumlar için günümüz koşullarında ekonomik rekabet ortamı yüksek düzeydedir ve bu durum toplumsal yaşamı da etkilemektedir. Bu süreçte tüketici beklentileri de değişime uğramıştır. Bunun sonucunda kurumlar, küreselleşen dünyaya uyum sağlamak için sürekli gelişim çabasına girmeyi bir ihtiyaç olarak görmektedir (Balay, 2000).

Yenilik yönetimi süreci, kurumların yapısıyla ve ihtiyaçlarıyla yakından ilişkilidir. Bu süreç, kurum içinde yenilik ihtiyacının doğmasıyla başlar. Kurumların faaliyetleri, tüketici gruplarının beklentilerini karşılayamadığında ve rekabet avantajı elde etmek için yenilik yapma ihtiyacı hissettiklerinde ortaya çıkar (Saatçioğlu ve Özmen, 2009: 390). Yapılan yenilikler, diğer kurumları da etkileyebilecek şekilde küresel düzeyde etki yaratabilir (Elçi ve Karataylı, 2008). Yenilik kavramı, sentez bir yapıya sahiptir ve hem sezgisel hem de kavramsal bir tanımlamayı içerir. Bu bağlamda, belirlenen yeniliklerin müşteri beklentilerini aşabilecek şekilde yapılması önemlidir (OECD ve AB, 2006: 51). Bu kavramla ilgili yapılan araştırmalarda, yenilik yönetim sürecinin genellikle kurumların Ar-Ge bölümü aracılığıyla uygulandığı görülmektedir. Yenilik yönetimi süreci, hem işletme içi, hem de dışından bilgi akışının sürdürülebilir bir biçimde kullanılmasını sağlayabilir. Bunun yanında geri dönüşümünü sağlayarak, üretici ve tüketici ihtiyaçlarına uygun çözümler sunabilir (Neczan vd., 2010: 131).

Kurumsal bağlılık düzeyleri yüksek olan çalışanların, kurum faaliyetlerinde daha uyumlu ve istekli bir şekilde çalıştığı görülmekte, bu da tutum ve davranışlarına yansımaktadır. Bu bağlamda, çalışanlar sorumluluk duyguları daha yüksek olması sebebiyle işlerinde daha fazla çaba gösterebilir. Bunun sonucunda ise çalışanlar, iş yerinde daha etkin ve verimli bir davranış sergileyebilir (Balcı, 2003). Farkındalığı yüksek olan kurumlarda, verimliliğin sürdürülebilir olmasını sağlamak amacıyla işgörenleri motive edici araçlar kullanılır (Çetin, 2004: 90).

İşgörenlerin iş doyumun pozitif yönde olması durumunda ise kurumların hizmet kalitesinde artış görülebilir (Yenihan, 2014). Bir araştırmada, müşterilerin beklentilerinin karşılanmasında en önemli rolü oynayan unsurun nitelikli personel olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Karahana 2000). Bununla birlikte, müşterilerin veya misafirlerin beklentilerinin karşılanmasının ve aile yapısındaki şirketlerin sürdürülebilir olması durumu ancak kurumsallaşma yönetim anlayışına bağlanmaktadır (Yazıcıoğlu ve Koç 2009).

2. Kavramsal Çerçeve

2.1. Yenilik Yönetimi Kavramı

20. yüzyılın sonlarına doğru, mevcut yapıların bozulmaya başlamasıyla birlikte, kurumlar arasında yaratıcı düşünce önem kazanmış ve yönetimler için yenilikçi bir hedef haline gelmiştir (Tekin, 2012). Günümüzde dış çevre unsurlarının hızlı değişimi nedeniyle,

değişime uyum sağlayabilen kurumların faaliyetlerine devam edebildiği gözlemlenmektedir. Uzman kişilerle yapılan yeniliklerin, kurumların tüketici bağlılığını artırdığı ve tüketici memnuniyetini üst seviyeye çıkardığı görülmüştür (Gökçe, 2010). Yapılan araştırmalara göre, kurumlarda gerçekleştirilen yenilikler birçok avantaj sağlamaktadır. Bu avantajlar, kurumların verimliliğini artırmak, diğer işletmelere karşı rekabet avantajı elde etmek, ekonomik ödeme dengesine olumlu katkı sağlamak, sosyal sorumluluk rolünü üstlenmek, kurumsallaşmaya aracılık etmek ve tüketici veya müşteri bağlılığına etki etmek şeklinde sıralanabilir (Bozkurt, 2015: 92-95). Yenilik kavramı için yapılan araştırmalarda, bazı ortak özelliklerin olduğu belirtilmekle birlikte, bu kavramın açıklamasının zamanla değişebildiği vurgulanmaktadır (Durna, 2002: 5). Özgenç'e (2006) göre de, yenilik kavramı, topluma ve ekonomiye sağladığı faydanın büyüklüğü nedeniyle tam olarak "yenilenme, yenilik veya yenilikçilik" olarak tanımlanamamaktadır (Eraslan vd., 2008: 24). İnovasyon kavramı Türk Dil Kurumu'na göre "yenileşim" terimiyle açıklanmaktadır (TDK, 2022). Ancak, yenilikçilik ve yenileşim gibi kavramların farklı durumları ifade etmek için kullanıldığı görülmektedir. Yenilikçilik, belli bir akımın başlangıcı veya bir moda olarak tanımlanırken, yenileşim sadece bir süreci tanımlamaktadır (Özgenç, 2006).

Yenilik ve yenilik yönetim kavramları, ilk olarak Joseph Schumpeter tarafından 1911 yılında yayımlanan bir makalede ortaya çıkmıştır. Schumpeter, inovasyonu; "Müşterilerin henüz bilmediği bir ürünün veya var olan bir ürünün yeni bir özelliğinin pazara sürülmesi, yeni bir yöntemin uygulamaya başlanması, yeni bir pazarın açılması, ham maddelerin veya yarı mamullerin tedariki konusunda yeni bir kaynağın bulunması ve bir sanayinin yeni organizasyona sahip olması" olarak tanımlamıştır (Elçi ve Karataylı, 2008). Aynı şekilde, uluslararası düzeyde yayınlanan Oslo Kılavuzu'nda ise inovasyon, "yeni veya önemli ölçüde geliştirilmiş ürünün (mal veya hizmet) veya sürecinin, yeni pazarlama yönteminin veya yeni kurumsal yöntemin işletme içi uygulamalarında, işyeri faaliyetinde veya dış ilişkilerde uygulanması" olarak açıklanmaktadır (OECD ve AB, 2005: 46). Yapılan araştırmalara göre, yenilik kavramının bazı özellikleri belirlenmiş olup, bunlar aşağıda sıralanmaktadır (Elçi ve Karataylı, 2008: 16):

- Yenilik kavramı, tesadüfi olaylar zinciri olmayan bir süreci içermektedir ve belirli bir sistem içerisinde adımların gerçekleştirildiği bir süreçtir.
- Yenilik kavramı, yapılacak ürün veya hizmetin daha iyi fayda sağlayabilmesi

amacıyla geliştirme çalışmalarını da kapsamaktadır.

- Yenilik kavramı, icat kavramıyla karıştırılmamalıdır. İcat, yaratıcı düşünme tekniği sonucu ortaya çıkan ürün veya süreci ifade ederken, yenilik bu tür düşünceler gerçekleştirilmeden de yapılabilir.
- Yenilik sürecini gerçekleştiren işletmelerde kârlılık yüksek olarak gözlemlenmekle birlikte, diğer işletmeler tarafından uygulanabilir olması nedeniyle bir risk unsuru da taşımaktadır. Ancak yeniliği tamamlayan işletmelerin kârlılığının daha da arttığı belirtilmektedir.

2.2. Yenilik Yönetimi Süreci

Yenilik ve yenilik yönetim sürecinde, yönetim veya yöneticiler ile işgörenlerin ortak hedefleri doğrultusunda çeşitli araçlar kullanılması gerekmektedir. Bu araçlar; düşünme biçimleri, iş veya işlemlerin amacını belirten konseptler, hedeflere göre belirlenen stratejiler, yapılacak analizler ve kurumlardaki yenilik algılamalarıdır. Ayrıca, uygun koşullar sağlanmalıdır ki bu da kurum içi veya dışından fırsatlardan yararlanma, fikirlerin açıkça ifade edilebilmesi ve yapılan yeniliklerin doğru bir şekilde tanıtılması gibi unsurları içerir (Singh, 2013: 2). Yenilik yönetim süreci, kurumların yapısıyla ve ihtiyaçlarıyla yakından ilişkilidir. Bu süreç, kurum içinde yenilik ihtiyacının doğmasıyla başlar. Kurumların faaliyetleri, tüketici gruplarının beklentilerini karşılayamadığında ve rekabet avantajı elde etmek için yenilik yapma ihtiyacı hissettiklerinde ortaya çıkar (Saatçioğlu ve Özmen, 2009: 390). Yenilik kavramı, sentez bir yapıya sahiptir ve hem sezgisel hem de kavramsal bir tanımlamayı içerir. Bu bağlamda, belirlenen yeniliklerin müşteri beklentilerini aşabilecek şekilde yapılması önemlidir (OECD ve AB, 2005: 51). Yenilik kaynakları, kurum içi veya dışı olabilecek unsurlar tarafından etkilenir. Yenilik kaynaklarının ayırt edilmesinin zor olduğunu belirtse de, yapılan incelemelerde bu kaynakların “*kurum içi ve dışı*” şeklinde sınıflandırıldığı görülmektedir (Drucker, 2014). Ayrıca, başka bir araştırmada “*durumsal kaynaklar*” olarak adlandırılan bir kaynak türü de belirtilmiştir (Demirci vd., 2012). Kurum içi kaynaklar; ihtiyaçlara cevap veremeyen süreçler, beklenmedik değişimler, uyumsuz plan ve uygulamalar ve pazar veya kurumlardaki gelişmeler olabilmektedir. Kurum dışı kaynaklar ise demografik değişimler, dış etkenlerle değişen algılar ve ekonomik politikaların etkisiyle değişen dış koşullar şeklinde açıklanmaktadır (Drucker, 2014). Diğer araştırmalarda ise kurumların dış kaynakları; ülkenin ekonomik düzeyine göre belirlenen arz-talep göstergesi, diğer

rekabetçi işletmeler, ekonomik politikalar, uzmanlaşmış araştırmacılar veya teknik destek elemanları ve öz sermaye olarak gösterilmektedir. Kurum içi kaynaklar ise, yenilik yönetimi için iyi bir plan, koordinasyon sağlanmış bir kurum yapısı, uzman kişilerden oluşan bir Ar-Ge bölümü, kurum içi iletişim ve işverenin motive edici araçlarıdır (Polat ve Öner, 2000: 9).

2.3. Yenilik Stratejileri

Yenilik stratejileri, kurumların rekabet gücünü artırmak ve sürdürülebilir bir şekilde başarılı olmak için belirlediği en önemli planlama aşamasıdır. Rekabet gücü olmayan kurumların faaliyetlerini sürdürebilmesi zorlaşabilir. Bu nedenle kurumlar, temel stratejilerini belirlerken geçmiş deneyimlerini göz önünde bulundurmalı ve yenilik yaparken de kalite anlayışını gözeten bütçeler ve diğer önemli konuları dikkate almalıdır. Ancak, literatür araştırmalarında birçok kurumun bu konuda duyarsız olduğu belirtilmektedir. Yenilik uygulama aşamasını planlarken, kurumların temel stratejileri doğrultusunda hareket etmeli ve alternatif yenilik stratejilerini değerlendirmelidir (Gökçek, 2007). Pazarda özellikle teknoloji alanında faaliyet gösteren kurumlar, yenilik stratejilerini dört farklı stratejiye göre yapmaktadır: "*Liderlik, takipçilik, maliyet minimizasyonu ve pazar bölümlenmesi*" (Demirci vd., 2012). Yenilik kavramlarıyla ilgili incelemelerde, yenilik stratejilerinin çeşitli alt başlıklar altında ele alındığı görülmektedir. Bu alt başlıklar; "*saldırgan, savunmacı, fırsatları izleyen, geleneksel, taklitçi ve bağımlı*" olarak sıralanmakta ve aşağıdaki şekilde açıklanmaktadır (Tekin, 2012):

1. *Saldırgan Strateji*: Kurumlar, agresif bir şekilde yenilik yaparak pazarda lider konuma geçmeyi hedefler. Yenilikçi ürün ve hizmetleri hızlı bir şekilde pazara sunarak rakiplerini geride bırakmaya çalışır.
2. *Savunmacı Strateji*: Kurumlar, rekabetin yoğun olduğu pazarlarda kendilerini korumak ve mevcut müşteri tabanını korumak için yenilik yaparlar. Bu strateji, mevcut pazarda yerleşik olan kurumların tercih ettiği bir yaklaşımdır.
3. *Fırsatları İzleyen Strateji*: Kurumlar, yeni fırsatları ve trendleri takip ederek uygun zamanlarda yenilik yaparlar. Pazardaki gelişmeleri dikkatlice izleyerek avantajlı durumları değerlendirirler.
4. *Geleneksel Strateji*: Kurumlar, mevcut ürün ve hizmetleri geliştirerek ve iyileştirerek yenilik yaparlar. Müşteri geri bildirimlerini dikkate alarak ürünlerini sürekli olarak yenilemeye çalışırlar.

5. *Taklitçi Strateji*: Kurumlar, diğer başarılı kurumların yenilikçi ürün ve hizmetlerini taklit ederek pazarda yer edinmeye çalışırlar. Başka bir kurumun başarılı bir yenilik yapması üzerine onu takip ederler.
6. *Bağımlı Strateji*: Kurumlar, yenilik yapmak yerine, diğer kurumların yaptığı yenilikleri satın alarak kullanır veya lisanslar. Kendi Ar-Ge çalışmalarına yatırım yapmak yerine, dışarıdan yenilikleri edinmeyi tercih ederler.

2.4.Yenilik Unsurunu Belirleyen Faktörler

Küreselleşmeyle birlikte artan rekabet ortamında, kurumların sürdürülebilir başarıya ulaşabilmesi için yenilikçi bir yapı oluşturması ve kurum içinde de bu yapıyı etkin bir şekilde yönetilmesi gerekmektedir. Kurumlarda yapılacak yenilikleri belirlerken dikkate alınması gereken faktörler şu şekilde açıklanmaktadır:

1. *Kişisel İrade ve Motivasyon*: Yenilikçi bir yapı için çalışanların kişisel iradeleri ve motivasyonları oldukça önemlidir. Yüksek motivasyona sahip çalışanlar, gelişmeye açık ve yeteneklerini geliştirebilecek düzeyde olmalıdırlar (García-Morales, vd., 2006: 22-23, 35).
2. *Liderlik Özelliği ve Destek*: Kurumda lider özelliğine sahip bireylerin varlığı, yenilikçi bir kültürün oluşturulmasında kritik bir rol oynar. Liderler, yenilikçi fikirlere açık olmalı ve bu fikirleri desteklemelidirler. Ayrıca, liderlerin yeniliğe adanmışlık düzeyleri de önemlidir (Bozkurt ve Göral, 2013: ;Erdem ve Dikici, 2009).
3. *Vizyon*: Yenilikçi yapı, bir vizyona dayandırılmalıdır. Kurumun hedefleri ve gelecekteki hedefleri, yeniliklerin yönlendirilmesinde ve teşvik edilmesinde önemli bir rol oynamalıdır. Vizyon, çalışanların enerjisini bir araya getirerek ortak bir amacı takip etmelerini sağlar (García-Morales, vd., 2006; Karaman, 2006; Tekin, 2012).
4. *Dış Çevreyle İletişim*: Kurumların dış çevreyle etkileşimi ve iletişimi yüksek olmalıdır. Müşteri geri bildirimleri, sektör trendleri, rekabet analizleri gibi dış çevre bilgileri, yenilikçi fikirlerin ve stratejilerin geliştirilmesinde yardımcı olabilir (Gürüz ve Gaye, 2004; Gökçe, 2002).
5. *Eğitim ve Gelişim*: Yenilikçi bir yapı için çalışanların sürekli olarak eğitim ve gelişim olanaklarına sahip olmaları önemlidir. Eğitim, yeni fikirlerin ve

teknolojilerin öğrenilmesine yardımcı olurken, çalışanların yeteneklerini ve etkinliklerini geliştirmelerini sağlar (Erdem ve Dikici, 2007).

6. *Risk Alabilme ve Başarısızlık Toleransı*: Yenilikçi bir yapı, risk alabilen ve başarısızlık durumlarını olgunlukla karşılayabilen bir kültürü içermelidir. Çünkü yenilik genellikle belirsizliklerle dolu olabilir ve bazı denemeler başarısızlıkla sonuçlanabilir (Tekin, 2012; Oden, 1997).
7. *İşbirliği ve Takım Çalışması*: Yenilikçi fikirlerin ortaya çıkması ve başarılı projelerin geliştirilmesi için işbirliği ve takım çalışması önemlidir. Çalışanlar arasındaki iletişim ve işbirliği, farklı bakış açılarının bir araya gelerek yaratıcı çözümler üretilmesini sağlar (Uzkurt, 2008; Demirci vd., 2014).
8. *Yönetim Desteği*: Kurumun üst yönetiminin yeniliğe olan desteği, yenilikçi projelerin başarıya ulaşması için kritik öneme sahiptir. Yönetimin, yenilikçi fikirleri teşvik etmesi, kaynakları tahsis etmesi ve yenilikçi süreçlere olan katılımı önemlidir. Bu faktörler, kurumların yenilikçi bir yapı oluşturmasında ve sürdürülebilir bir rekabet avantajı elde etmelerinde kritik rol oynarlar. İşletmeler bu faktörlere odaklanarak, iç ve dış çevrelerine uyum sağlayarak, müşteri ihtiyaçlarını karşılayarak ve sürekli olarak gelişerek rekabet avantajını sürdürebilirler (Brown vd., 2002; Donovan vd., 2004; Değermen, 2008; Tekin, 2012;).

2.5.Kurumsallaşma Teorisi

20. yüzyılın sonlarında küresel ekonomik çalkantılar, kurumların finansal yapılarını etkilemiş ve sahip oldukları durumları değiştirmiştir. Bu değişim sonucunda kurumsallaşma kavramı ortaya çıkmıştır (İşcan ve Kaygın, 2009). Küreselleşmenin gün geçtikçe hızlanması sürecinde ekonomik piyasa koşullarında faaliyet gösteren kurumların, finansal olarak da birbirlerine karşı sorumluluklarının olduğu görülmüştür ve bu nedenle herhangi bir ekonomik çalkantının kurumlardaki etki büyüklüğü daha çok hissedilmektedir. Bunun sonucunda ise kurumlarda, ekonomik kriz öncesi veya sonrasında çalkantıları önlemek amacıyla hem yönetim biçimini, hem de denetim mekanizmalarının ön planda tutulmasının gerekli olduğu söylenebilir. Bunun yanı sıra, kurumların en nihai hedeflerinden birisi de sürdürülebilir şekilde faaliyetlerine devam edebilmek ve rekabet gücünü koruyabilmektir (Yazcıoğlu ve Koç, 2009). Bu durumun “kurumların kurumsallaşma düzeyleriyle doğru orantılı olduğu” görülmüştür (Apaydın,

2009).

Şirketlerde kurumsallaşma bir süreç içerisinde gerçekleşmektedir. Süreç içerisinde de bazı problemler yaşamaktadır. Kurumsallaşma sürecinin olumlu olarak tamamlanması için şirketlerde gerekli nitelikleri taşıyan işgörenler bulunmalıdır (Yazıcıoğlu ve Koç, 2009). Kurumsallaşma felsefesine göre yönetilmeyen kurumlarda, “*itibar yönetimi*” açısından da olumsuz sonuçlar ortaya çıkmaktadır. Turizmin mevsimsel özelliğinden dolayı müşteriler, kurumlarda satın alınacak olan ürün veya hizmetlerin kaliteleri konusunda yeterli bilgiye sahip olamamakta ve bu nedenle de küçük ölçekli veya aile şirketlerini tercih etmemektedir (Akgöz ve Solmaz, 2010). Kurumsallaşma felsefesini benimseyen kurumlar, sosyalleşme davranışlarının sergilenmesine imkân vermektedir. Bu bağlamda; kurum yapıları hareketli bir durumun temsilcisi rolünü üstlenmektedir. Bunun yanı sıra bu durum, kurum yapılarının ana ögesi haline gelebilir. Karar verme süreçlerinde etkili olan bir diğer durumun ise toplum içinde değerli görülen unsurlar olduğu ifade edilmiştir (Apaydın, 2009). Kurumsal yönetim kavramı üzerine yapılan araştırmalarda bazı temel tanımlamalar şu şekilde açıklanmaktadır:

- Schleifer ve Vishny (1997); kurumsal yönetim, şirketlere ekonomik olarak ortak olan kişi ya da kişilere uygun bir kazanç sağlanması için gerekli olan koşulların oluşturulması ve bu doğrultuda belirlenen şartların incelenmesidir (Aktan, 2013).
- Stijin Claessens (2003); dar anlamda kurumsal yönetim, halka açık şirketlerde hisse senedi yatırımlarını düzenlemekte ve sermaye piyasası kurallarına göre hareket etmektedir (Gürbüz ve Engincan, 2004).
- Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD) tarafından (2004) kurumsal yönetimin, bir şirketin yönetimi, yönetim kurulu, hissedarları ve diğer menfaat sahipleri arasında bir dizi ilişkiyi kapsadığı belirtilmektedir. (OECD, 2004).

Araştırmalarda, kurumsal yönetim kavramından ortak bir çıkarım yapılarak kurumsallaşmanın; “*bir kurumun sergileyeceği tutum ve davranışları bir standart hâline getirebilmesi için kurumlarda uygulanması gereken süreçlerdir*” şeklinde bir tanımı da bulunmaktadır (Kendirli, 2014: 116). Kurumsallaşma sürecinde, kurumsallaşma kavramının temelini oluşturan ilkeler belirlenir ve bu ilkelere göre düzenleme yapılır. İlkeler; “*hesap verebilirlik, şeffaflık, sorumluluk, adalet veya eşitlik*” gibi kurallar çerçevesinde gerçekleşmelidir (İşcan ve Kaygın, 2009: 215). Kurumsallaşmayla birlikte kurumlarda birçok değişim süreci yaşanmaktadır. Bu değişimlerde kurumların göz

önünde bulundurması gereken en önemli koşul ise kurum içi veya dışı kaynaklarını verimli bir şekilde kullanılabilmesidir. Kurumsallaşma yönetimi, güven ortamı oluşturarak kaynaklara ulaşılabilirliği sağlar ve kurumların sürdürülebilirliğini destekler (Karacan ve Kutlu, 2018).

2.6.Kurumsallaşma Süreci

Kurumsallaşma süreci, kurumların faaliyetlerini sürdürmek ve devamlılığını sağlamak için dış çevre koşullarını analiz etmeleriyle başlar (Karpuzoğlu, 2004). Analiz sonuçlarına göre, yeniden belirlenen hedefler doğrultusunda kurum yapılarının dönüşümü sağlanmalı ve bu değişim kurum içindeki diğer yapılarla uyumlu olmalıdır. Bu süreçlerin belirli bir plan dâhilinde uygulanması gereklidir. Kurumsal planlar, dış çevre koşullarına göre yeniden belirlenen hedefleri, dönüşümü gerçekleştirecek olan kurum yapılarını, kuruma kazandırılması istenilen teknolojik yenilikler ve alt yapıları, yeniden ortaya çıkan iş tanımlarını ve nitelikli personel arzını içermelidir. Kurumsallaşma sürecinde, kurum yapılarında yoğun etkileşimler yaşanır ve bu etkileşimler sonucunda ilişki ağları ortaya çıkar. Bu ilişkiler, hem dış çevre faktörleriyle, hem de kurum içi faktörlerle ilişkilidir. Dış çevre unsurlarının baskısı sonucunda gerçekleşen neden-sonuç ilişkileri "*düzenleyici, normatif ve bilinçsel baskılar*" şeklinde tanımlanırken; kurum içinde oluşan neden-sonuç ilişkileri "*formelleşme, profesyonelleşme, hesap verebilirlik, kültürel güç ve tutarlık*" olarak adlandırılır. Ayrıca, kurum içinde bir beklentiye göre gerçekleşen neden-sonuç ilişkisi ise "*meşrulaşma, tahmin edilebilirlik, denge, kaynak arttırma ve uygunluk*" şeklinde ifade edilir (McNally, 2002: 179-182).

İşletmelerde kurumsallaşma süreçleri belirli yaklaşımlara göre uygulanır ve bu yaklaşımların benimsediği felsefeye göre benzerlik veya farklılıklar gözlemlenebilir. Kurumsallaşma yaklaşımları ve örgütsel amaçları, farklı araştırmacılar tarafından yapılan çalışmalara dayanmaktadır. Kurumsallaşma yaklaşımları ve örgütsel amaçlar aşağıdaki şekilde özetlenebilir (Apaydın, 2009):

- Selznik (1957); adaptasyon aracı yaklaşımıyla, değerler oluşturarak denge ve yasallık sağlamaktır.
- Zucker (1977); sosyal düzenin oluşması yaklaşımıyla, çevreyle birlikte ortak uygun ve anlamlı davranış geliştirerek uygunluk ve meşruiyet sağlamaktır.

- Meyer ve Rowan (1977); sosyal düzenin oluşması yaklaşımıyla, paylaşılan değerler sistemi oluşturarak meşruiyet sağlama, kaynakları artırma ve yaşamını sürdürmektir.
- DiMaggio ve Powell (1983); adaptasyon aracı yaklaşımıyla, başarılı örgütleri taklit ederek belirsizlikten kurtulmaktır.
- Friedland ve Alford (1987); bilişsel ve normatif baskıları etkileme yaklaşımıyla, çıkarlarını korumak için kurumsal çevreyi değiştirerek menfaatlerinin takip edilmesidir.

2.7. Örgütsel Bağlılık Kavramı

Bazı araştırmacılar tarafından yapılan örgütsel bağlılık tanımlamaları şu şekilde açıklanmaktadır:

- Becker (1960); kurumların faaliyetlerini gerçekleştiren çalışanların, kurumda buldukları süre içerisinde göstermiş oldukları performansları, harcadıkları çabaları ve bunun karşılığında ödenen ücretleri değerlendirmeleri sonucunda bunlara karşı geliştirdiği duygu yükleridir.
- Salacnik (1977); bireylerin kurumun faaliyetlerinde sergiledikleri tutum ve davranışlarına göre kendilerine yükledikleri sorumluluklardır.
- Grusky (1966); kurum üyesi olan ya da yönetici faaliyetlerinde bulunan bireylerin, belli bir sisteminin bütününe karşı geliştirdikleri ilişki düzeyleridir.
- Hall ve (1970); kurumun ya da bireylerin amaçları doğrultusunda zaman içerisinde gerçekleşen uyum düzeyidir.
- Rusbult ve Farrel (1983); bireylerin kurum içinde tatmin olma durumu düşük olsa bile bir işte devamlılıkta zorunlu olarak bulunması ve yaptığı işe psikolojik açıdan da bağlanmasıdır.
- Rietzer ve Trice (1969); kurumda gerçekleşen faaliyetlerin çalışanlar tarafından anlamlılık düzeylerini temsil eden psikolojik bir olgudur.

2.8. Örgütsel Bağlılık Yaklaşımları

Örgütsel bağlılık yaklaşımları ile ilgili iki tür ayrım söz konusudur. Bunlardan birincisi, tutumsal ve davranışsal bağlılık yaklaşımlarıdır. İkincisi ise tek ve çok boyutlu örgütsel bağlılık yaklaşımlarıdır. Araştırmalarda ele alınan faktörlerin sonuca etki etmesi nedeniyle bu ayrımlar yapılmıştır (Liou ve Nhyan, 1994: 100). Tutumsal bağlılık yaklaşımına göre değerlendirilen örgütsel bağlılık kavramı, çalışanların kurum ile olan

ilişkisinin niteliğini oluşturan faktörler çerçevesince bireylerin kendi kalitesini ortaya koyabildiği davranışlarıdır (Oliver, 1990: 9). Bir diğer araştırmada, tutumsal yaklaşımda görülen bağlılık durumunun bireylerin gösterdikleri duygusal tepkiler olduğunu belirtilmektedir (Cengiz, 2001). Bunun yanı sıra, bu yaklaşıma göre bireylerin örgütsel bağlılıkları hem bireylerin, hem de kurumların kendi çıkarlarındaki uyumluluk düzeyi ile ilişkili olmaktadır (Meyer ve Allen, 1991: 61).

Davranışsal yaklaşımında örgütsel bağlılık modeli, araştırmacı Becker tarafından ortaya konulmuştur. Bu model, literatürde “*yan bahis*” olarak tanımlanmıştır. Konu ile ilgili yapılan araştırma incelemesinde bireylerin kurumsal bağlılıklarında hem yatırım, hem de yan bahiskavramları öne çıkmaktadır. Kurumlarda işgörenlerin sahip olduğu kaynaklar “yan bahis” olarak nitelendirilmektedir. İşgörenler, bu kaynakları kurum içinde kullanma yeteneğine göre bir kazanç sağlayabilir. Bu kazançların sürdürülebilir olması işgörenlerin örgütsel bağlılıklarına yansımaktadır. Yani kısacası örgütsel bağlılık kavramı, işgörenler için bir girdi ve çıktının sonucunda görülen ilişki düzeylerin doğru orantıda olması durumudur (Liou ve Nhyan, 1994: 101). Diğer bir araştırmacı da bireylerin örgütteki davranışlarını izlemiş, bu davranışları tekrar etmesine veya değişmesine neden olan tutumları incelemiştir. Araştırma sonuçlarına göre bireylerin davranışları değerlendirilmiş ve bireylerin örgütsel bağlılıklarına etki eden unsurları da açıkladığı görülmüştür (Meyer ve Allen, 1991: 61).

Örgütsel bağlılık yaklaşımlarını birbirinden ayıran temel konu, yapılan araştırmalarda işgörenlerin tutum ya da davranışlarının değerlendirilmesi sonucunda görülen farklılıklardır. Tutum kavramı, bireylerin gösterdiği davranışlarından daha farklı bir süreci kapsamaktadır. Tutum kavramı, bireylerin gözlenebilen davranışlarının ve dolaylı bir şekilde bireylere etki eden yani gözlemlenemeyen davranışlarının özdeşleşmesine bağlıdır (Kağıtçıbaşı, 1992). Kısacası, bireylerin sergilediği davranışlara göre kurumlar bireylerin tutumlarına karar verebilmektedir. Bu bilgilere göre birey ve kurum arasındaki gözlenen ve gözlemlenemeyen davranışlarda bir ilişki olması nedeniyle bir sınıflama yapılamamaktadır.

- Kanter’e göre kurumsal bağlılık sınıflamalarında iki tür sistemin etkisinde kaldığı belirtilmektedir. Bu sistemler, toplumsal ve bireysel sistemlerdir. Toplumsal sistemlere göre belirtilen kurumsal bağlılıklar; “kontrol, birlik veya

beraberlik ve devamlılık” ve bireysel sisteme göre kurumsal bağılıklar ise; “bilişsel, duygusal ve normatif” olarak açıklanmaktadır (Smadov, 2006: 74-76).

- Etzioni’ye göre bireylerin örgütsel bağılıklarının temelinde güç ve otoriteye karşı sergilediği tutumları ve davranışları bulunmaktadır. Bunun yanı sıra, bireylerin örgütsel bağılıklarını etkileyen üç önemli yaklaşım biçimi görülmüştür. Bunlar; bireyin kendi ahlaki değerlerine göre geliştirdiği duygular, bireylerin örgütlerde çıkarlarına göre ilişki duygular ve yine bireylerin örgüt içinde yabancılaştırılması durumunda gerçekleştiği duygulardır (Balay, 2000).
- O’Reilly ve Chatman’e (1986) göre örgütsel bağılılık; bireylerin kurumlarına karşı ruh haline göre algılandığı veya yorumlandığı bağılılık düzeyleridir. Bunlar; “uyum, özdeşleştirme ve içselleştirme bağılılığı” olarak açıklanmaktadır.
- Mowday, Parter ve Steers’e (1982) göre örgütsel bağılılığın tanımlaması; “*bireylerin örgütle bütünleşmesi veya kurumun amaçları ve bireyin amaçlarının bütünleşmesi*” şeklindedir.
- Allen ve Meyer (1990), bireylerin kurumsal bağılıklarının açıklanmasında örgütsel bağılıkları çok boyutlu yaklaşıma göre incelenmiştir. Bunlar, “*duygusal, devam ve normatif bağılılık*” alt boyutlarına göre ayrılmaktadır. Bu boyutların incelemesi sonucunda ise çalışanların hem bireysel, hem de örgütsel bağılılık düzeylerine göre açıklama yapılabilmektedir.

2.9. Örgütsel Bağılılığı Etkileyen Faktörler

Örgütsel bağılılığı etkileyen faktörlerin turizm sektörü için faaliyet gösteren kurumların özellikleri dikkate alınarak incelendiği görülmüştür. Bu nedenle örgütsel bağılılığı etkileyen faktörler, bireysel özellikleri, görev veya sorumluluklarına ve örgüt yapılarına göre üç başlık altında irdelenmektedir. Bunun yanı sıra örgütsel bağılılığın alt boyutlarına göre ayırım yapılmaktadır (Güçlü, 2015: 35).

2.10. İş Doyumunu Kavramı ve Önemi

İş doyumunu, soyut bir kavram olması nedeniyle farklı tanımlamalara sahip olmuştur. Davranış bilimciler ve araştırmacılar tarafından işgörenlerin psikolojik durumları, motivasyonları ve işlerini sevmeleri gibi faktörlerle ilişkili olduğu için çeşitli tanımlar yapılmıştır. Bu kavramla ilgili yapılan araştırmalara göre, kurum içi kaynaklarının en önemlisi “işgörenler” olduğu görülmüştür (İncir, 1990: 95). Bunun yanı sıra bu kavram ile ilgili yapılan tanımlamalar şu şekilde açıklanmaktadır:

- Özarslan (2010), bireylerin kendiışlerine karşı geliştirdiği duygusal yükleri, işlerinde mutlu olma durumlarını veya memnuniyet düzeylerini ifade eder.
- Daviss (1998), işğörenlerin yaptıkları işlerin niteliklerine göre arzu veya isteklerini gerçekleştirebilme düzeylerindeki uyumdur. Yani işğörenlerin işlerine karşı geliştirdikleri duyguları ifade eder.
- Weis (2002), kurumun sahip olduğu koşullara ve yapılan işe karşı oluşturduğu pozitif tutumlarından biridir. İşin niteliği, ücret, yetki ve sorumluluk gibi faktörler işğörenlerin duygusal yüklerini etkileyen faktörlerdir.

Genel olarak iş doyumunu, kuruma ve işe yönelik duyulan memnuniyeti ifade eder ve kurumun faaliyetlerine yansır. İş doyumunun kurumlardaki önemi şu şekilde açıklanmıştır:

- Can vd. (1995), bir işletmenin sahip olduğu kaynaklar çalışanlarla birleştiğinde bir varlığa dönüşebilir. Ancak, bireyler harekete geçmediği sürece, kurumlar faaliyetlerinde fayda sağlayamaz.
- Erdil ve Keskin (2003), kurumlardaki çalışanların iş doyum düzeylerinin yüksek olması, bireyleri ruhsal ve fiziksel olarak pozitif yönde etkileyebilir. Bu etki büyüdükçe, toplumsal yaşama da olumlu şekilde yansır.
- şimşek vd. (2015), kurumlarda eşit beklenti içinde olan işğörenler, bunu başaramadıkları durumlarda bazı problemler ortaya çıkabilir. Devamsızlık, iş gücü çalışma hızında düşüş, kurum bağlılığının azalması ve stres nedeniyle çatışmalar gibi sorunlar görülebilir.

2.11.İş Doyumu Yaklaşımları

İş doyumunu düzeylerini açıklamak için kullanılan birçok yaklaşım mevcuttur. Bu yaklaşımların motivasyon ile ilgili temel unsulara göre geliştirildiği gözlemlenmiştir. Kapsam yaklaşımlarında; bireylerin güdülenmesi için onların davranışlarını ortaya çıkaran, yavaşlatan veya yönlendiren vb. durumların bireysel özelliklere göre açıklandığı görülmektedir. (Koç ve Topaloğlu; 2012). Konu ilgili yapılan araştırmalarda, kapsam yaklaşımında önemli olan güdüleme kavramının karmaşık olması sebebiyle açıklamaların yetersiz kaldığı görülmüştür. Bu nedenle, süreç yaklaşımında da önemli olan bu kavramın, bireylerin bilişsel eylemlerine göre yeniden düzenlenmesi gerekmektedir (Çetinkanat, 2000: 40). Bu yaklaşım, süreç yaklaşımının ortaya çıkışını da tetiklemiş ve bireylerin görüşlerini, inanışlarını ve değerlerini bütünleştirme aşamaları sonucunda

kurum üyesi olan herkesi ortak bir güdüyle harekete geçirmeyi hedeflemiştir. Bu hedefi gerçekleştirebilmesi için kurumlarda gerekli olan koşullar ise farklı güç grupları ile etkileşim içerisinde olabilmesine, bireyleri belirli davranışlara yönlendirebilmesine ve ortaya çıkan soruları açıklamayı amaç hâline getirebilmesine bağlıdır (Koç ve Topaloğlu, 2012: 208).

2.12.İş Doyumunu Etkileyen Faktörler

İş görenlerin iş doyum düzeylerine etki eden çeşitli faktörler bulunmaktadır. Bu faktörler hem çevresel hem de bireysel yönden ortaya çıkabilmektedir. Munllis (1996) tarafından yapılan incelemede açıklanan faktörler “kişisel, toplumsal, kültürel, kurumsal ve çevresel faktörler” olarak ifade edilir. Bunun yanı sıra, iş doyum kavramı ile yapılan çalışmalarda bu faktörlerin durumlara göre farklılık gösterebildiği belirtilmiştir. Çalışanların iş doyum düzeylerine etki eden faktörlerin değişkenlik gösterebilmesi hem araştırmanın modelini, hem de geliştirilen ölçekleri değiştirmektedir. Buna göre, araştırmada bireysel ve kurumsal faktörler olarak bir ayrımın olduğu görülmüştür (Özpehlivan, 2019: 48-49).

3. Yöntem

3.1. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın iki amacı vardır. Alternatif turizm çeşitliliğine sahip olan Bolu ilinde birçok alanda faaliyet gösteren turizm işletmeleri yer almaktadır. İşletmeler arasında bu durum, rekabet ortamı oluşturacağı için yenilik yönetimi yapılmaktadır. Bu temel koşulların başında turizm sektöründeki işletmelerin kurumsallaşmış olmaları gerekmektedir. Bu nedenle Bolu ilinde turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin, kurumsallaşma düzeylerinin ne durumda ve hangi düzeyde olduğunu belirlemek bu çalışmanın birinci amacıdır. Bunun yanında, bu işletmelerdeki işgörenlerin örgütsel bağlılık ve iş doyum düzeylerinin incelemesini yapmak, demografik özelliklerine göre farklılıklarını veya aralarındaki ilişkilerini belirlemek, işgörenlerin işletmeyi ne yönde etkilediğini açıklayarak konuya ışık tutmak bu çalışmanın ikinci amacıdır.

3.2.Evren ve Örneklem

Araştırmanın evreni Türkiye’deki Yenilik Yönetimini Benimseyen Kurumsallaşmış Turizm İşletmeleridir. Araştırmanın örnekleme ise Bolu ilindeki Yenilik Yönetimini Benimseyen Kurumsallaşmış Turizm İşletmeleridir. Veri toplama süreci, Bolu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nün internet sitesinde yayınlanan verilerin toplanmasıyla

başlamıştır. Bu veriler, turizm işletmelerinin sayısı, belgelendirme durumları ve önceden yapılan ön çalışma sonuçları gibi bilgileri içermektedir. Ardından, T.C. Bolu Valiliği'nin 2020 yılındaki araştırma verileri üzerinden sektördeki toplam çalışan sayısı belirlenmiştir. Yapılan görüşmeler sonucunda kurumsal turizm işletmelerinde çalışan kişi sayısı tespit edilmiştir. Örneklem dayalı olarak yapılan araştırmanın örnekleminin büyüklüğü, Yamane (2001) tarafından kullanılan örneklem formülüne göre hesaplanmıştır ve %95 güven seviyesiyle gereken örneklem büyüklüğü 277 olarak belirlenmiştir.

3.3.Verilerin Toplanması

Bu araştırmada toplanan verilerin analizi, betimsel istatistikler kullanılarak gerçekleştirilmiştir. İşletme sayıları, çalışan sayıları ve faaliyet durumları gibi veriler, sayısal analizlerle işlenmiş ve sonuçlar çıkarılmıştır. Covid-19 salgını nedeniyle bazı işletmelere ulaşılamamış olması, çalışmanın başlıca sınırlılığını oluşturmaktadır. Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Etik Komisyonu'nun 04.03.2021 tarihinde E. 12207 onayı ile etik kurul izin belgesi alınmıştır. Araştırmanın ilk aşamasında, Bolu ilinde bulunan turizm işletmelerinin yenilik yönetimi kapsamında düzenlenen kurumsallaşma düzeylerini belirlemek için Aylan ve Koç (2017) tarafından geliştirilen “İşletmelerde Kurumsallaşma Kriterlerini Belirleme” adlı veri toplama aracı kullanılmıştır. Bu araç, 9 alt boyut içeren 48 ifadeyi içermektedir. Anketteki değişkenlerle birlikte betimsel tarama modeli uygulanmıştır. Bu araştırmada kullanılan ölçme araçları, önceden geçerlilik ve güvenirlik testlerinden geçirilmiştir. İş görenlerin örgütsel bağlılıklarını ölçmek için Allen ve Meyer tarafından geliştirilen ölçek kullanılmıştır. Bu ölçek, 3 alt boyutu irdeleyen ve 18 ifadeden oluşmaktadır. Türkçe uyarlaması Wasti (2000) tarafından gerçekleştirilmiştir. İş doyum düzeyini ölçmek için ise Minnesota İş Tatmin Ölçeği kullanılmıştır. Bu ölçek, 2 alt boyutu irdeleyen veya toplam iş doyum düzeyini elde etmek amacıyla 20 ifadeden oluşmaktadır. Türkçe uyarlaması Baycan (1985) tarafından yapılmıştır.

3.4. Araştırmanın Hipotezleri

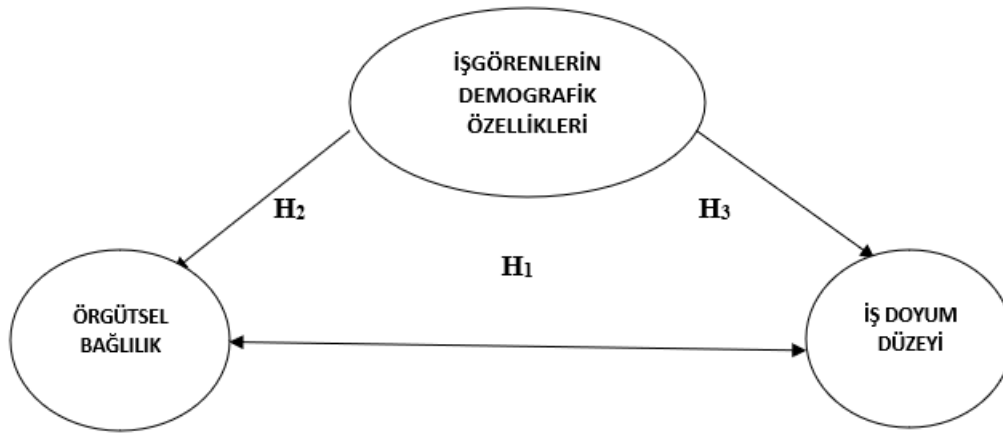
Araştırmanın amaçlarına yönelik olarak, demografik özelliklere göre işgörenlerin örgütsel bağlılıkları ve iş doyum düzeyleri arasındaki farklılıklar incelenmiştir. Bu bağlamda, araştırmada aşağıdaki sorulara cevap aranmıştır:

1. İş görenlerin iş doyum düzeyleri ile örgütsel bağlılıkları arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

2. İş görenlerin demografik düzeylerine göre örgütsel bağlılıkları bakımından anlamlı bir farklılık var mıdır?
3. İş görenlerin demografik özelliklerine göre iş doyum düzeyleri bakımından anlamlı farklılık var mıdır?

Bu soruların yanıtlarının; işgörenlerin örgütsel bağlılık ve iş doyum düzeyleri arasındaki ilişkiyi, demografik özelliklere göre farklılık gösterip göstermediğini ve bu farklılıkların anlamlılığını ortaya koyması hedeflenmiştir. Buna göre oluşturulan hipotezlerin yönü belirlenmiş ve geliştirilen model Şekil-1.1.'de gösterilmiştir.

Şekil 1: İşgörenlerin Demografik Özelliklerine Göre İş Doyum Düzeylerine ve Örgütsel Bağlılıklarına İlişkin Model



H₁: İş görenlerin örgütsel bağlılıkları (duygusal, devam ve normatif bağlılıkları) ile iş doyum düzeyi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

H₂ : İş görenlerin demografik özellikleri ile örgütsel bağlılıkları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H₃: İş görenlerin demografik özellikleri ile iş doyum düzeyi arasında anlamlı bir farklılık vardır.

4. Bulgular

Araştırma, Allen ve Meyer tarafından geliştirilen teoriye dayanarak örgütlerdeki bireylerin tutum ve davranışlarını incelemeyi amaçlamıştır. Bu teori, bireylerin kurumsal bağlılıklarını üç boyut altında ele almaktadır ve bu boyutlar bireylerin kurumlardaki tutum ve davranışlarını açıklamaktadır. Aynı zamanda, iş doyumunu gibi unsurların da kurum yapılarının performansına olumlu şekilde yansıdığı düşünülmektedir.

Tablo 1.1. Turizm İşletmeleri İle İlgili Betimsel İstatistikler

Ortaklık Yapısı	F	%
Aile işletmeleri	43	46.2
Tek ortaklı işletmeler	37	39.8
Çok ortaklı işletmeler	13	14.0
Faaliyet yılı	F	%
1-9 yıl	46	49.5
10-19 yıl	27	29.0
20 yıl ve üstü	20	21.5
Çalışan Kişi Sayısı	F	%
1-9	62	66.7
10-49	21	22.6
50-250	9	9.7
250 ve üstü	1	1.1

Araştırma kapsamında, Bolu ilindeki turizm işletmelerinin kurumsallaşma düzeylerini belirlemek için sahibi veya yöneticisi konumundaki kişilere yönelik anket çalışması yapılmıştır. Yapılan çalışmada, işletmelerin kurumsallaşma kriterlerine göre aile işletmelerinin diğer işletme yapılarına göre daha fazla olduğu (%43) tespit edilmiştir. Ayrıca, faaliyet süresi incelemesinde 1-9 yıl aralığında faaliyet gösteren işletme sayısının diğer zaman aralıklarına göre daha fazla olduğu (%49.5) görülmüştür (Tablo 1.1).

Tablo 1.2. Kurumsallaşmış Turizm İşletmeleri İle İlgili Betimsel İstatistik Bulgular

Ortaklık Yapısı	F	%
Aile işletmeleri	21	37.5
Tek ortaklı işletmeler	23	41.1
Çok ortaklı işletmeler	12	21.4
Faaliyet yılı	F	%
1-9 yıl	28	50
10-19 yıl	14	25
20 yıl ve üstü	14	25
Çalışan Kişi Sayısı	F	%
1-9	26	46.4
10-49	20	35.7
50-250	9	16.1
250 ve üstü	1	1.8

Kurumsal işletmelerin yapılarına bakıldığında ise tek ortaklı işletmelerin sayısının

(%41.1) diğerlerinden daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Faaliyet yılına göre yapılan analizlerde ise 10-19 yıl ile 20 ve üstü yıl aralığındaki işletme sayılarının eşit olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çalışan kişi sayısına göre incelendiğinde ise 250 ve üzeri çalışanı olan işletme sayısının (%1.8) en az olduğu saptanmıştır (Tablo 1.2.).

Örgütsel bağlılığın gelişebilmesi ve özdeşleşebilmesi için duygusal bağlılığın gerçekleşmesi büyük önem taşımaktadır. Allen ve Meyer (1990) tarafından belirtildiği gibi, işgörenler duygusal bağlılıkla birlikte kurumda faaliyetlerine devam edebilirler. Turizm sektöründeki çalışanlarla ilgili yapılan Toker (2011) araştırmasında, iş doyumunu ile eğitim seviyesi arasında pozitif bir bağlantı olduğu bulunmuştur. Ancak bireysel farklılıklar sebebiyle iş doyumunda değişiklik gözlemlenebileceği ve bu nedenle eğitim ile iş doyumunu arasında bazen farklılık olabileceği ifade edilmiştir (Köroğlu, 2011).

Tablo 1.3. İşgörenlerin Eğitim Seviyeleri İle Örgütsel Bağlılık Boyutları Arasında Yapılan Kruskal-Wallis Test Sonuçları

	Eğitim Seviyeleri	N	Sıra ort.	Sd.	χ^2	P
Duygusal	İlköğretim	57	183.32	3	19.395	.000*
	Ortaöğretim	152	172.88			
	Lisans	101	127.54			
	Lisansüstü	10	175.05			
Devam	İlköğretim	57	175.11	3	12.828	.005*
	Ortaöğretim	152	167.17			
	Lisans	101	151.16			
	Lisansüstü	10	70.05			
Normatif	İlköğretim	57	167.68	3	7.032	.071
	Ortaöğretim	152	171.03			
	Lisans	101	144.19			
	Lisansüstü	10	124.20			

Araştırmada, işgörenlerin eğitim seviyeleri ile örgütsel bağlılık sonuçları arasında bir bağlantı olduğu vurgulanmıştır. Ancak, eğitim seviyesi yükseldikçe duygusal bağlılığın artmadığı ve kurumlara karşı bir özdeşlemenin oluşmadığı sonucuna varılmıştır (Tablo 1.3). Ayrıca, eğitim seviyesindeki farklılıkların işgörenlerin devam bağlılığını etkilediği ve bu durumun iş doyumuna da yansıdığı düşünülmektedir. Bu bulgular, işletmelerin çalışanlarının eğitim seviyelerini ve örgütsel bağlılık düzeylerini dikkate alarak stratejilerini belirlemeleri gerektiğini göstermektedir. Eğitim seviyesinin artırılmasıyla

duygusal bağlılığın otomatik olarak artmayabileceği ve çalışanların kurumla özdeşleşmesinin teşvik edilmesi gerektiği vurgulanmaktadır. Bu bulgular sonucunda H₂ hipotezi desteklenmemiştir.

5.Sonuç ve Öneriler

Örgütsel bağlılık ve iş tatmini arasındaki ilişkinin, birçok araştırmada pozitif yönde olduğu gözlemlenmiştir (Çelen vd., 2003; Sığı ve Basım, 2014; Topaloğlu, 2011; Tayfun vd., 2010). Mowday vd. (1982) tarafından yapılan bir araştırmada, işgörenlerin örgütsel bağlılık düzeylerinin yaptıkları işe göre değişkenlik gösterdiği ve örgütle bağlantı derecelerinin örgüte yararlı olup olmadığıyla ilişkilendirildiği bulunmuştur. Bu bağlamda, işgörenlerin pozitif, etkisiz ya da negatif yönde örgütsel bağlılık sergileyebileceği ortaya çıkmıştır.

Örücü vd. (2010) tarafından yapılan bir araştırmada, işgörenlerin örgütsel bağlılık düzeyleri ile çalıştıkları örgüt ve onun değerleri arasındaki ilişkinin yüksek olması beklenirken, aynı zamanda işgörenlerin örgüt içinde yaptıkları belli bir işten dolayı mutsuzluk duyabilecekleri olasılığının da bulunduğu ifade edilmiştir. Demografik değişkenlere göre yapılan diğer bir araştırmada ise işgörenlerin çalışma süresinin iş tatmini düzeylerini etkilediği ve çalışma süresi arttıkça bağlılıklarına yansıdığı sonucuna varılmıştır (Okpara, 2006; Kantar, 2008; Özdemir, 2009). Özellikle işgörenlerin normatif bağlılıklarının gelişmediği noktada, Bolu ilindeki turizm işletmelerinin belirlenen kurumsallaşma kriterlerini tam olarak yansıtamamış olabileceği düşünülmektedir.

Yapılan araştırmalar, iş doyum düzeyi ile çalışanların cinsiyetleri arasında farklı sonuçlar elde edildiğini göstermektedir (Hulin ve Smitt, 1964; Demato, 2002). Çarıkçı (2004) tarafından yapılan bir araştırmada, kadın işgörenlerin iş doyum düzeylerinin erkek işgörelere göre daha yüksek olduğu bulunmuştur. Bu sonuç, kurumlardaki erkek işgörelerin diğer sektörlere yönlenebileceği şeklinde yorumlanmaktadır.

Turizm sektöründeki iş gücü devir oranının yüksek olması nedeniyle genellikle devam bağlılığının görüldüğü ifade edilmektedir (Akova vd., 2015). Bir diğer araştırmada ise devam bağlılığının yaş, hizmet süresi, iş değişikliği sıklığı gibi değişkenlerle ilişkili olduğu belirtilmiştir (Çakar ve Ceylan, 2005). İş görenlerin gelir düzeyi de iş tatmini düzeylerinde görülen farklılıklara örnek olarak verilebilir.

Bolu ilindeki turizm sektörü işletmelerinin genellikle büyüme ve gelişme evresinde olmaları nedeniyle güçlü kurum yapılarına sahip olmadığı ifade edilmektedir. Ayrıca,

işgörenlerin yaptıkları işlerin yükünün orta düzeyde olduğu tahmin edilmektedir. Bu nedenle, işgörenlerin normatif bağlılık düzeylerinin düşük olduğu ve bu durumun iş doyum düzeylerini etkilediği sonucuna varılmıştır. Bu bulgular sonucunda H1 hipotezi kabul edilebilir.

Araştırmanın sınırlılıklarının; işletmelerdeki kurum kültürü, yönetici tutum ve davranışları gibi konular hakkında yeterli bilgiye sahip olunamaması ve işgörenlerin sahip olduğu bağlılık ve beklentilerin farklı etmenlerden kaynaklanabileceğini göstermektedir. Ayrıca Covid-19 pandemisinin işgörenler üzerindeki etkisi de vurgulanmaktadır. Diğer bir değişle, iş doyumunu ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişki karmaşıktır ve birçok değişken bu ilişkiyi etkileyebilmektedir.

Araştırmadan elde edilen bulgular incelendiğinde işletmelerin, çalışanların bağlılık ve iş doyum düzeylerini anlamak ve geliştirmek için çeşitli faktörleri dikkate almaları gerektiği anlaşılmaktadır. Buradan hareketle, gelecekte yapılacak olan çalışmalar için birtakım öneriler ortaya konulmuştur. Bu öneriler doğrultusunda gelecekte yapılacak olan araştırmaların, literatüre önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir. Araştırma sonucunda ortaya konulan öneriler aşağıda yer almaktadır.

Kurumlar, çalışanların iş doyum düzeylerini etkileyen faktörleri belirleyerek ve bu faktörleri dikkate alarak politika ve uygulamalarını şekillendirmelidir. Bu doğrultuda yapılacak araştırmalar, işletmelerin çalışanlarına odaklanmalarını ve onların ihtiyaçlarına uygun stratejiler geliştirmelerini sağlayacaktır. İşletmeler, çalışanların iş doyumunu artırmak için aşağıdaki faktörlere odaklanabilir:

1. İş yükü ve iş dengesi: İş görenlerin iş yükünün makul ve dengeli olması, iş doyumunu olumlu yönde etkiler. Aşırı iş yükü ve dengesiz çalışma saatleri, işgörenlerde stres ve tükenmişlik hissi yaratabilir.
2. Ücret ve ödüllendirme: Adaletli ve tatmin edici ücretlendirme politikaları, işgörenlerin motivasyonunu ve iş doyumunu artırır. Performansa dayalı ödüllendirme sistemi de işgörenlerin bağlılığını artırabilir.
3. İş güvenliği ve destekleyici çalışma ortamı: İş görenlerin fiziksel ve psikolojik güvenliği sağlanmalı ve destekleyici bir çalışma ortamı oluşturulmalıdır. İşletmeler, çalışanların ihtiyaçlarını anlamak için geri bildirim almalı ve gerekli düzenlemeleri yapmalıdır.

4. Kariyer fırsatları ve gelişim imkânları: İş görenlere kariyerlerinde ilerleme fırsatları sunulmalı ve kişisel gelişimlerine olanak tanınmalıdır. Bu, çalışanların kendilerini değerli hissetmelerini ve kuruma bağlılıklarını artırabilir.
5. Liderlik ve iletişim: İyi liderlik becerilerine sahip yöneticiler, çalışanların iş doyumunu olumlu etkiler. Açık ve etkili iletişim, işgörenlerin ihtiyaçlarını anlamaya ve çözüm odaklı yaklaşımlar geliştirmeye yardımcı olur.
6. Kurumsal kültür ve değerler: İşletmelerin sahip olduğu kurumsal kültür, işgörenlerin kuruma bağlılığını etkiler. Çalışanlar, kurumun değerlerine ve misyonuna uyumlu olduklarını hissetmeleri durumunda daha memnun olabilirler.

Yukarıda belirtilen faktörler, işletmelerin işgörenlerin iş doyumunu artırma ve örgütsel bağlılıklarını güçlendirme çabalarında dikkate almaları gereken önemli alanlardır. Bu önerilerin uygulanması, işletmelerin çalışanlarını motive etmelerine ve daha yüksek performans düzeylerine ulaşmalarına yardımcı olabilir.

Sonuç olarak, yenilik yönetimini benimsemeyen kurumsallaşmış turizm işletmeleri için yapılan bu araştırma, işletmelerin işgörenlerin örgütsel bağlılık ve iş doyumunu artırmak için çeşitli adımlar atabileceğini göstermektedir. Bu önerilerin, işletmelerin çalışanlarıyla daha iyi ilişkiler kurmalarına, motivasyonlarını artırmalarına ve performanslarını yükseltmelerine yardımcı olacağı düşünülmektedir.

Kaynakça

- Akgöz, E. ve Solmaz, B. (2010). Turizm İşletmelerinde İtibar Yönetimi. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 10(19), 23-41. ,
- Akova, O., Tanrıverdi, H. ve Kahraman, O. C. (2015). Otel İşletmelerinde İş gören Devir Hızına Etki Eden Risk Faktörlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 6(12), 87-107.
- Aktan, C. C. (2013). Kurumsal Şirket Yönetimi. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 5(1), 150-161.,
- Alkış, H. ve Temizkan, V. (2010). İşletmelerin Kurumsallaşma Düzeylerinin Belirlenmesi: (Haddehaneler) Karabük Demir-Çelik Sektörü Örneği. *Ekonomik Yaklaşım Dergisi*, C, 21, 73-92.
- Allen, N.J. & Meyer J.P., “The Measurement and Antecedents of Affective, Continuance and Normative Commitment to The Organization”, *Journal of Occupational Psychology*, Vol:63, No:1, 1990.
- Apaydın, F. (2009). Kurumsal Teori Ve İşletmelerin Kurumsallaşması. *Cumhuriyet Üniversitesi Journal of Economics & Administrative Sciences (JEAS)*, 10(1).
- Aydın, Ç. Ö. ve Tan, F. Z. (2019). Kurumsallaşma: Kavramsal Bir İnceleme. *Alnteri*

Sosyal Bilimler Dergisi, 3(2), 225-235

- Aylan, S. ve Hakan, K. O. Ç. (2017). İşletmelerin kurumsallaşma kriterlerinin belirlenmesine yönelik bir ölçek geliştirme çalışması. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 19(2), 564-585*
- Balay, R. (2000). Yönetici ve Öğretmenlerde: Örgütsel Bağlılık. Nobel Yayıncılık.
- Balcı, A. (2003). Örgütsel Sosyalleşme Kuram Strateji ve Taktikler. *Ankara: Pegem A Yayıncılık.*
- Baycan, A. (1985). Analıysis of Several Aspects of Job Satisfaction Between Different Occupational Groups, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Bogaziçi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü)
- Becker, H. S. (1960). Notes on the concept of commitment. *American Journal of Sociology, 66(1), 32-40.*
- Bozkurt, Ö. (2015). Sosyal hizmet işletmelerinde yenilik yönetimi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi, 89-106.*
- Bozkurt, Ö. ve Göral, M. (2013). Modern Liderlik Tarzlarının Yenilik Stratejilerine Etkisini Belirlemeye Yönelik Bir Çalışma. *Anadolu University Journal of Social Sciences, 13(4).*
- Brown, T.J., Mowen, J.C., Donovan, D.T. & Licata, J.W. (2002), —The customer orientation of service workers: personality trait influences on self and supervisor performance ratings, *Journal of Marketing Research, Vol. 39 No. 1, 110- 19*
- Can, H., Akgün, A. ve Kavuncubaşı, Ş. (1995). Kamu vVe Özel Kesimde Personel Yönetimi, Siyasal Kitabevi, 2. Baskı, *Ankara.*
- Cengiz, A. A. (2001). *Kişisel Özelliklerin Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkileri ve Eskişehir'de Sağlık Personeli Üzerine Bir Uygulama* (Master Thesis, Anadolu University (Turkey)).
- Çakar, N. D. ve Ceylan, A. (2005). İş Motivasyonunun Çalışan Bağlılığı ve İşten Ayrılma Eğilimi Üzerindeki Etkileri. *Doğuş Üniversitesi Dergisi, 6(1), 52-66.*
- Çarıkçı, İ. H. (2004). Hizmet İşletmelerinde Çalışan Kamu ve Özel Sektör Personelinin İş Tatminlerinin Karşılaştırılması. *Amme İdaresi Dergisi, 37(4), 83-95.*
- Çatal, M. F. (2007). Bölgesel Kalkınmada Küçük ve Orta Boy İşletmelerin (Kobi) Rolü. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 10(2), 333-352.*
- Çelen, Ö., Teke, A. ve Cihangiroğlu, N. (2013). Örgütsel Bağlılığın İş Tatmini Üzerine Etkisi: Gülhane Askeri Tıp Fakültesi Eğitim Hastanesinde Bir Araştırma. *Suleyman Demirel University Journal of Faculty of Economics & Administrative Sciences, 18(3).*
- Çetin, M. Ö. (2004). Örgütsel Vatandaşlık Davranışı, Ankara: Nobel Yayın.
- Davis, K. (1988). İşletmede İnsan Davranışı: Örgütsel Davranış, (Çev.: Kemal Tosun Vd.), 3. Baskı, *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme İktisadi Enstitüsü Yayınları, İstanbul.*
- DeMato, D. S. (2002). *Job satisfaction among elementary school counselors in Virginia: Thirteen years later* (Doctoral dissertation, Virginia Tech).

- Demirci, A. E., Uz Kurt, C., Işık, N., Aluftekin, N., Göktepe, H. ve Akdeve, E. (2012). Yenilik Yönetimi. Uz Kurt ve A. Demirci (Editör) TC Anadolu Üniversitesi Yayınları, Yayın (2602).
- Donavan, D.T., Brown, T. J. & Mowen, J.C. (2004). -Internal benefits of service worker-customer orientation: job satisfaction, commitment, and organizational citizenship behaviors, Journal of Marketing, Vol. 68, 128-146.
- Drucker, P. (2014). *Innovation and entrepreneurship*. Routledge.
- Durna, U. (2002). Yenilik Yönetimi. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Elçi, Ş. ve Karataylı, İ. (2008). İnovasyon Rehberi: Karlılık ve Rekabetin Elkitabı. *Technopolis Group Türkiye*
- Eraslan, H., Bulu, M. ve Bakan, İ. (2008). Kümelenmeler ve İnovasyona Etkisi: Türk Turizm Sektöründe Uygulamalar. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 5(3), 15-29.
- Erbaş, A. (2016). Kurumsallaşma Çalışmaları. Sürdürülebilir Turizm. Eskişehir: Eskişehir Osmangazi Üniversitesi.
- Erdem, O. ve Dikici, A. M. (2009). Liderlik ve Kurum Kültürü Etkileşimi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(29), 198-213.
- Erdem, O. ve Dikici, A. M. (2009). Liderlik ve Kurum Kültürü Etkileşimi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(29), 198-213.
- Erdil, O. ve Keskin, H. (2003). Güçlendirmeyle İş Tatmini, İş Stresi ve Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkiler: Bir Alan Çalışması. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 32(1), 7-24.
- García Morales, V. J., Llorens Montes, F. J. & Verdú Jover, A. J. (2006). Antecedents and consequences of organizational innovation and organizational learning in entrepreneurship. *Industrial Management & Data Systems*.
- Gökçe, G. S. (2010). İnovasyon Kavramı ve İnovasyonun Önemi, Fırat Kalkınma Ajansı Malatya
- Gökçe, O. (2002). İletişim Bilimine Giriş, 4. Basım, Turhan Kitabevi, Ankara.
- Gökçek, O. (2007). Yenilik Yönetimi Süreci Ve Yenilik Stratejileri: Otomotiv Sektöründe Bir Alan Çalışması. *İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*.
- Grusky, O. (1966). Career mobility and organizational commitment. *Administrative science quarterly*, 488-503.
- Güçlü, N., Paksoy, E. E., ve Tetik, S. (2015). Liderlik Kapasitesi: Okul Yöneticilerinin Sosyal Sorumluluk Davranışlarının Belirlenmesine Yönelik Nitel Bir Araştırma. *Çağdaş Yönetim Bilimleri Dergisi*, 2 (1), 70-85.
- Günel, Ö. D. (2009). Turizm sektöründe mevsimsellik sorunu ve mevsimlik istihdamın sektör çalışanlarının örgütsel bağlılıklarına etkisi: konaklama işletmeleri çalışanlarına yönelik bir araştırma (Doctoral dissertation, *DEÜ Sosyal Bilimleri Enstitüsü*).
- Gürbüz, A. O., ve Erginçan, Y. (2004). *Kurumsal yönetim: Türkiye'deki durumu ve*

geliştirilmesine yönelik öneriler. Literatür Yayınları.

- Gürol Y. (2005). *Örgüt Teorisi Olarak Kurumsallaşma*, Besa Basım Yayım Dağıtım A.Ş., İstanbul.
- Gürüz, D., ve Yaylacı, G. Ö. (2004). *İletişimci Gözüyle İnsan Kaynakları Yönetimi*. MediaCat Kitapları.
- Hall, D. T., Schneider, B., & Nygren, H. T. (1970). Personal factors in organizational identification. *Administrative science quarterly*, 176-190.
- Hulin, C. L., & Smith, P. C. (1964). Sex differences in job satisfaction. *Journal of applied psychology*, 48(2), 88.
- İncir, G. (1990). Çalışanların iş doyumuna üzerine bir araştırma. *MPM Yayınları*, 401, 72-78.
- İşcan, Ö. F. ve Kaygın, E. (2009). Kurumsal Yönetişim Sürecinin Gelişimi Üzerine Bir Araştırma. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(2), 213-224.
- Kağıtçıbaşı, Ç. (1992). *İnsan ve İnsanlar: Sosyal Psikolojiye Giriş*. İstanbul: Evrim Basım Yayım Dağıtım,
- Kantar, H. (2008). *İşletmede Motivasyon*, 1 Baskı, İstanbul, Kumsaati Yayıncılık.
- Karacan, S. ve Kutlu, T. (2018). Turizm Sektöründe Kurumsal Yönetim Anlayışı ve İç Denetim İlişkisi. *Uluslararası Turizm, Ekonomi ve İşletme Bilimleri Dergisi (IJTEBS) E-ISSN: 2602-4411*, 2(2), 202-215.
- Karahan, K. (2000). *Hizmet Pazarlaması*, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., İstanbul.
- Karakaş, A., Yıldız, R. M. ve Kınır, S. (2016). Turizm Sektöründe Faaliyet Gösteren Küçük İşletmelerin ve Aile İşletmelerinin Kurumsallaşma Düzeyi. *Yönetim Ekonomi Edebiyat İslami ve Politik Bilimler Dergisi*, 1(1), 1-13.
- Karaman, A. (2006). *Nasıl ve Niçin Vizyon Yönetimi*, 2. Baskı, İstanbul: IQ Kültür Sanat Yayın.
- Karpuzoğlu, E. (2004). *Büyüyen ve Gelişen Aile Şirketlerinde Kurumsallaşma*, İstanbul: Hayat Yayınları, 4. *İstanbul: Hayat Yayınları*.
- Koç, H. ve Topaloğlu, M. (2012). *Yönetim Bilimi (2.Baskı)*. Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Koroğlu, Ö. (2011). İş Doyumu ve Motivasyon Düzeylerini Etkileyen Faktörlerin Performansla İlişkisi: Turist Rehberleri Üzerine Bir Araştırma.
- Liou, K. T. & Nyhan, R. C. (1994). Dimensions of organizational commitment in the public sector: An empirical assessment. *Public Administration Quarterly*, 99-118.
- McNally, Regina (2002), "The Institutionalization of Relationship Marketing", American Marketing Association, Conference Proceedings, 13, 179-184.
- Meyer, J. P. & Allen, N. J. (1991). A three-component conceptualization of organizational commitment. *Human resource management review*, 1(1), 61-89.
- Mowday, R. T., Porter, L & W., Steers, R. M. (1982). *Organization Linkages the Psychology of Commitment, Absenteeism and Turnover*. New York: Academic Press.

- Mowday, R. T., Porter, L & W., Steers, R. M. (1982). *Organization Linkages the Psychology of Commitment, Absenteeism and Turnover*. New York: Academic Press.
- Neczan, Ö., Özmen, T., Özer, P. S. ve Eriş, E. D. (Ed). (2010). *Seçme Yazılarla Örgütler ve Yenilik*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Oden, H. W. (1997). *Managing corporate culture, innovation, and intrapreneurship*. Praeger.
- OECD, E. (2006). *Oslo Kılavuzu: Yenilik Verilerinin Toplanması ve Yorumlanması İçin İlkeler. TUBİTAK (Çev), Ankara.*
- OECD, O. (2004). *The OECD principles of corporate governance. Contaduría y Administración, (216).*
- Okpara, J.O. (2006). "The Relationship of Personel Characteristics And Job Satisfaction: A Study of Nigerian Managers in The Oil Industry" *The Journal of American Academy of Bussines, 10(1):49-58.*
- Oliver, N. (1990). Rewards, investments, alternatives and organizational commitment: Empirical evidence and theoretical development. *Journal of Occupational Psychology, 63(1), 19-31.*
- O'Reilly, C. A. & Chatman, J. (1986). Organizational commitment and psychological attachment: The effects of compliance, identification, and internalization on prosocial behavior. *Journal of applied psychology, 71(3), 492.*
- Örücü, E., Kılıç, R. ve Şimşir, S. (2010). Organizasyonlarda iş tatmini uygulamaları ve kurumsal bağlılığa etkisi üzerine bir araştırma. *Journal of Management and Economics Research, 8(13), 1-14.*
- Özarlan, M. (2010). *Kurumlarda İş Tatmini ve Kişilik Tipi İlişkisi: Vali Yardımcılarına Yönelik Kurumsal ve Uygulamalı Bir Araştırma*, (Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.)
- Özarlan, M. (2010). *Kurumlarda İş Tatmini ve Kişilik Tipi İlişkisi: Vali Yardımcılarına Yönelik Kurumsal ve Uygulamalı Bir Araştırma*, (Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.)
- Özdemir, Ş. (2009). *İş Tatmini ve Etkileyen Faktörler: Bir Örnek Olay* (Doctoral dissertation, Yüksek Lisans Tezi).
- Özgenç, Ali. (2009). İnovasyonun Adında Kalmak, *Capital Dergisi, 254.*
- Polat, M. ve Öner, M. A. (2000). *Firmalarda Yenilik Yönetimi Teknikleri. Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.*
- Ritzer, G., & Trice, H. M. (1969). An empirical study of Howard Becker's side-bet theory. *Social forces, 475-478.*
- Rusbult, C. E., & Farrell, D. (1983). A longitudinal test of the investment model: The impact on job satisfaction, job commitment, and turnover of variations in rewards, costs, alternatives, and investments. *Journal of applied psychology, 68(3), 429.*
- Saatçioğlu, Ö. Y. ve Özmen, Ö. N. T. (2009). Yenilik Sürecinde Karşılaşılan Engellerin Yorumlayıcı Yapısal Modelleme ile İncelenmesi, *17. Ulusal Yönetim ve*

Organizasyon Kongresi, 21- 23 Mayıs, Eskişehir.

- Salancik, G. R. (1977). Commitment is too easy!. *Organizational Dynamics*, 6(1), 62-80.
- Salha, H. ve Ulema, Ş. (2020). Personel güçlendirmenin kurumsal bağlılık üzerine etkisi: yiyecek içecek işletmeleri üzerine bir araştırma. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(1), 439-451.
- Sığırı, Ü. ve Basım, N. (2006). İşgörenlerin iş doyumunu ile kurumsal bağlılık düzeylerinin analizi: Kamu ve özel sektörde karşılaştırmalı bir araştırma. *Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 6(12), 131-154.
- Singh, Y. (2013). Perspectives In Innovation Management. *International Journal Of Engineering Science & Humanities*, 3(1), 11- 21
- Smadov, S. (2006). *İş doyumunu ve kurumsal bağlılık: Özel sektörde bir uygulama* (Doctoral dissertation, DEÜ Sosyal Bilimleri Enstitüsü).
- Şimşek, A. T. (2008). *Turizm pazarlamasında turistik tüketici davranışları açısından tatil satın alma sürecinin özellikleri ve alanya üzerinde bir uygulama* (Doctoral dissertation, Marmara Üniversitesi, Turkey)
- Tayfun, A., Palavar, K. ve Çöp, S. (2010). İş görenlerin eğitim ve kurumsal bağlılık düzeyleri arasındaki ilişki: Belek bölgesindeki beş yıldızlı otel işletmelerinde bir araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 2(4), 3-18.
- Tekin, Y. (2012). Otel işletmelerinde yenilik yönetimi ile yenilikçi kurum kültürü ilişkisi: Alanya'da bir araştırma.
- Tekin, Y. (2012). Otel işletmelerinde yenilik yönetimi ile yenilikçi kurum kültürü ilişkisi: Alanya'da bir araştırma.
- Toker, B. (2011). Demografik değişkenlerin iş tatminine etkileri: İzmir'deki beş ve dört yıldızlı otellere yönelik bir uygulama. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 8(1), 92-107.
- Uzkurt, C. (2008). *Yenilik Yönetimi ve Yenilikçi Örgüt Kültürü*. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.
- Wasti, S. A. (2000). Meyer ve Allen'in üç boyutlu örgütsel bağlılık ölçeğinin geçerlilik ve güvenilirlik analizi. 8. *Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildirileri*, 401, 410.
- Weiss, H. M. (2002). Deconstructing job satisfaction: Separating evaluations, beliefs and affective experiences. *Human resource management review*, 12(2), 173-194.
- Yamane, T. (2001). *Temel Örneklem Yöntemleri* (1. Baskı). (Çev. A. Esin, M. A. Bakır, C. Aydın ve E. Gürbüzsöl). İstanbul: Literatür Yayıncılık.
- Yazıcıoğlu, İ. ve Hakan, K. (2009). Aile İşletmelerinin Kurumsallaşma Düzeylerinin Belirlenmesine Yönelik Karşılaştırmalı Bir Araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (21), 497-507.
- Yenihan, B. (2014). Örgütsel Bağlılık ve İş Tatmini Arasındaki İlişki. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(2), 170-178.
- Türk Dil Kurumu Sözlükleri, (2022). İnovasyon, yenileşim, yenilik kelime anlamı. <https://tdk.gov.tr/>, T: 25.01.2022, S: 13:00.

Etik Kurul İzni

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Etik Komisyonu'nun 04.03.2021 tarihinde E. 12207 onayı ile etik kurul izin belgesi alınmıştır.

Katkı Oranı Beyanı

Makale de yazarlar eşit oranda katkı sağlamıştır.

Çıkar Çatışması Beyanı

Herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.



A STUDY ON THE EVALUATION OF THE SUITABILITY OF SUSTAINABLE TOURISM AND RECREATION TYPES IN RURAL COASTAL AREAS IN THE WESTERN BLACK SEA REGION

BATI KARADENİZ BÖLGESİ'NDE KIRSAL KIYI ALANLARINDA SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM VE REKREASYON TİPLERİNİN UYGUNLUĞUNUN DEĞERLENDİRİLMESİ ÜZERİNE BİR ÇALIŞMA

Kübra TEKAMAR^a Canan CENGİZ^b

Abstract

Increasing mobility and trends to enhance the tourism experience are important factors in the growth of tourism. Today, tourism is becoming the world's largest industry with both direct and indirect socio-economic impacts. Rural coastal areas offer a unique combination of tourism with the beauties of nature and the richness of local culture. Rural coastal areas are places with high touristic potential as they are home to communities that preserve their natural beauty, traditional lifestyles and local cultural heritage, but this potential needs to be assessed and managed in a sustainable manner. Protecting natural resources and the environment, controlling the intensity of tourism activities and ensuring environmental sustainability are critical factors for the long-term success of tourism in rural coastal areas. In tourism planning, it is very important to identify suitable locations in order to establish future tourism infrastructures. The aim of this study is to analyse the natural and cultural landscape features of Kızılkum village and its immediate surroundings in Bartın province, located in the Western Black Sea Region, and to evaluate them in terms of sustainable tourism and recreation potential within the framework of conservation and utilisation principles. In this context, tourism and recreation activities that may be suitable for the study area were determined in line with expert opinions, and suitable area(s) were determined by considering the evaluation criteria in line with the data obtained for eight proposed tourism and recreation activities.

Keywords: Sustainability, Tourism and Recreation, Rural Coastal, Bartın

Özet

Artan hareketlilik ve turizm deneyimini artırma eğilimleri, turizmin büyümesindeki önemli faktörlerdendir. Turizm günümüzde hem doğrudan hem de dolaylı olarak sosyo-ekonomik etkileri ile dünyanın en büyük endüstrisi haline gelmektedir. Kırsal kıyı alanları, doğanın güzellikleri ve yerel kültürün zenginlikleri ile turizmin özgün bir bileşimini sunmaktadır. Kırsal kıyı alanları, doğal güzellikleri, geleneksel yaşam tarzları ve yerel kültürel mirası koruyan topluluklara ev sahipliği yapmasıyla turistik potansiyeli yüksek yerlerdir, ancak bu potansiyelin sürdürülebilir bir şekilde değerlendirilmesi ve yönetilmesi gerekmektedir. Doğal kaynakların ve çevrenin korunması, turizm faaliyetlerinin yoğunluğunun kontrol edilmesi ve çevresel sürdürülebilirliğin sağlanması, kırsal kıyı bölgelerinde turizmin uzun vadeli başarısı için kritik öneme sahip faktörlerdir. Gelecekteki turizm altyapılarını kurmak amacıyla turizm planlamalarında, uygun yerlerin tanımlanması oldukça önem arz etmektedir. Bu çalışmanın amacı, Batı Karadeniz Bölgesinde yer alan Bartın ili Kızılkum köyü ve yakın çevresine yönelik doğal ve kültürel peyzaj özelliklerinin incelenerek, koruma kullanım ilkeleri çerçevesinde, sürdürülebilir turizm ve rekreasyon potansiyeli açısından değerlendirilmesidir. Bu kapsamda, çalışma alanı için uygun olabilecek turizm ve rekreasyon aktiviteleri uzman görüşleri doğrultusunda belirlenmiş olup, önerilen sekiz turizm ve rekreasyon aktiviteleri için elde edilen veriler doğrultusunda değerlendirme kriterleri göz önünde bulundurularak uygun alan/alanlar tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilirlik, Turizm ve Rekreasyon, Kırsal Kıyı, Bartın

Article Submission Date: 02.02.2024 Article Acceptance Date: 25.03.2024

Corresponding Author: Kübra TEKAMAR (kubraozturk94@gmail.com)

* This article is derived from the master's thesis titled "Evaluation of Coastal Landscapes in Terms of Sustainable Tourism and Recreation Potential: Bartın-Kızılkum Case" completed under the supervision of Prof. Dr. Canan CENGİZ at Bartın University Graduate School of Natural and Applied Sciences in 2018.

^a Bartın University, Postgraduate Education Institute, Bartın/Türkiye (kubraozturk94@gmail.com), ORCID: 0000-0002-2952-6298

^b Bartın University, Faculty of Engineering, Bartın/Türkiye (canancengiz@bartin.edu.tr), ORCID: 0000-0003-1492-1081

DOI: 10.5281/zenodo.10895912

1. Introduction

Tourism is increasingly becoming important for sustainable economic and social development in rural and remote communities worldwide (Stoddart et al., 2020). According to data from the World Tourism Organization (WTO), tourism stands as the globe's most significant sector in terms of both participant volume and its consequential economic influence (Miller et al., 2002). Tourism is one of the fastest-growing economic activities worldwide. It offers significant advantages in terms of creating employment and enhancing the quality of life for the regions in which it is established. However, unplanned tourism growth is also associated with disadvantages due to the negative impacts caused by the degradation and fragmentation of the natural, social and economic environment (Aguilar-Becerra et al., 2017). Within the tourist carrying capacity of each region, tourism should not only emphasise local culture and productive economy (Castellani and Sallas, 2009) but also trigger local development (Lantitsou, 2017).

Tourism necessitates sustainable planning methodologies that facilitate destinations in upholding robust economies while concurrently safeguarding environmental and cultural integrity (Aguilar-Becerra et al., 2017). According to Latip et al. (2015), the basis of sustainable tourism development is based on three important pillars: environmental, economic and socio-cultural (Susila et al., 2023). Sustainable tourism is widely recognized internationally in policy decisions and scientific studies as a way to preserve the natural environment and traditional and cultural heritage, while also enhancing local development (Castellani and Sallas, 2009). The endeavor towards sustainable tourism is exemplified by the judicious utilization of environmental assets, thereby securing enduring sustainability through the equitable distribution of socio-economic advantages to all stakeholders, particularly emphasizing local communities, alongside the preservation and enhancement of tourist satisfaction (Susila et al., 2023).

Establishing environmentally sustainable tourism hinges on establishing socially sustainable tourism networks that facilitate host communities in reaping benefits from tourism development (Stoddart et al., 2020). According to Nelson (1994), community access to the management and development of resources is an significant aspect of sustainable tourism (Susila et al., 2023). Studies conducted in rural, coastal, and island communities demonstrate that the effective execution of sustainable tourism initiatives is contingent upon the involvement and contributions of local stakeholders (Stoddart et al., 2020).

Tourism is considered one of the key sectors that can contribute to the enhancement and sustainability of quality of life in rural areas (Utami et al., 2023). Rural tourism encompasses

any tourism modality that highlights rural life, arts, culture, and heritage, facilitating engagement between tourists and local inhabitants to yield economic and social advantages for the community while enhancing the tourism encounter (Aref and Gill, 2009). Scenic areas comprising diverse ecosystems possess significant potential to stimulate tourism growth in rural regions and serve as essential components of rural tourism (Ayhan, et al., 2020).

Rural tourism is an activity that takes place mainly in the rural areas (Aref and Gill, 2009). The development of modern rural tourism requires an in-depth study of the characteristic rural culture and a continuous enhancement of the tourism attractiveness of rural areas (Fan, 2020).

Rural tourism has long been recognized as a way to achieve economic and social development and regeneration (Sharpley, 2002). Rural tourism is recognized as a valid development strategy for rural areas in many developed and developing countries (Ayhan, et al., 2020). Negrusa et al. (2007) defines rural tourism as a form of tourism implied by small-scale accommodations and rural activities, along with the traditions of life, in rural areas by people (Aref and Gill, 2009). Rural coastal regions are regions with significant potential for tourism due to their natural beauties and traditional lifestyles. The emergence of coastal tourism as a scholarly subject is asserted to be "wholly secured by present-day global circumstances," owing to the substantial expansion of tourism as a worldwide phenomenon during the latter part of the twentieth century (Rogerson and Rogerson, 2020). Coastal tourism entails the interaction between tourists and the destinations they visit, with particular emphasis on the coastal environment and its natural as well as cultural assets (Miller et al., 2002). Coastal regions have been historically acknowledged as immensely valuable locales for leisure activities, with the trend of traveling to coastal areas for recreational purposes being a ubiquitous phenomenon throughout human civilization (Rogerson and Rogerson, 2020). Coastal tourism destinations are situated within an urban-rural continuum. Numerous coastal tourism destinations provide visitors with diverse combinations of cultural, historical, social, environmental, and additional intrinsic values (Miller et al., 2002). The maritime tourism sector has been developed to increase economic growth, construct alternative tourism, enhance people's well-being, eradicate poverty, and overcome unemployment (Fithor, et al., 2020). In fact, many coastal tourism activities are considered a job for those in the tourism sector and an experience for tourists (Miller et al., 2002). Nowadays, coastal tourism studies can no longer be equated solely with sun, sea, and sand (3S) leisure tourism (Rogerson and Rogerson, 2020).

The emerging sector of rural tourism, which integrates agriculture and tourism, is garnering growing attention from society at large (Li, 2020). Agritourism is evolving as a means of diversifying agricultural activities in rural communities and as an alternative agricultural pursuit

capable of bolstering agricultural sustainability. This entails broadening the economic foundation, offering training avenues for agritourists, enhancing environmental stewardship, fostering local cultural heritage and traditions, and fostering increased community cohesion (Tawfik and Elsebaei, 2022). Given the diversification of consumer preferences and enhancements in quality of life, it becomes imperative to reevaluate and thoroughly understand the ecology, structure, and cultural dynamics inherent in rural regions. Subsequently, it is crucial to augment the quality of rural tourism products and foster innovation grounded in this framework (Li, 2020).

Sumantra et al. (2017) suggest that the development of agro-tourism can be achieved through identifying competitive advantages based on distinctive features, whether they arise from unique local flora or fauna; producing value-added products from regional resources to enhance the value chain; strengthening regional cultural diversity; and promoting captivating natural landscapes and local wildlife (Susila et al., 2023).

Agrotourism presents novel opportunities for fostering sustainable development in rural areas, providing urban residents with authentic rural experiences, and presenting farmers and landowners with viable economic alternatives. It encompasses both economic and non-economic advantages (Tawfik and Elsebaei, 2022). Sustainable development is defined as meeting the needs of the present while preserving the capacity of future generations to meet their own needs (Susila et al., 2023).

Agrotourism is not a new phenomenon; however, it has increased significantly at the beginning of the current century and is expected to increase further in the future. A form of rural tourism, agro-tourism not only creates new sources of income for local businesses but also provides an opportunity for local residents to participate in the preservation of indigenous resources and culture. Agritourism is associated with various terms used to refer to similar agricultural activities, such as rural tourism, agricultural tourism, agrotourism and agritainment (Tawfik and Elsebaei, 2022; Susila et al., 2023).

Agrotourism is an innovative strategy with great capacity to generate additional income, provide employment opportunities, maintain the integrity of the rural area, bridge the gap between rural and urban citizens, strengthen community cohesion, sustain social welfare, promote culture and the environment and ensure sustainability (Tawfik and Elsebaei, 2022). The success of sustainable agrotourism depends on the willingness of the community to respond to consumer demand with innovative approaches, while at the same time recognising the importance of sustainable business practices and overcoming what Winter (2003) calls “defensive localism” (Susila et al., 2023).

Consequently, achieving sustainability necessitates a thorough examination of these factors in crafting an agrotourism management plan to mitigate environmental degradation and prevent unwarranted exploitation of the local community's culture (Susila et al., 2023).

1.1. Land Suitability Assessment

Land evaluation involves analyzing land attributes to determine its appropriateness for various land use or crop types (Mazahreh et al., 2019). Site suitability is a process that explores the benefits of potential areas where a particular use or action could be realized (Jayaraman et al., 2021).

Suitability analyses involve the utilization of a wide range of methods from various scientific disciplines, and the outcomes are utilized across all domains of sustainable development. Suitability analyses constitute a process for determining the suitability and appropriateness of a specific area for a particular use, as well as the degree of suitability (Ayhan et al., 2020). An innovative methodology has been devised for land suitability mapping, which integrates soil and climate data tailored specifically for land suitability evaluation purposes (Mazahreh, et al., 2019).

The fundamental approach to land suitability assessment entails aligning the land's characteristics or attributes with the soil requirements of various land use categories. This process essentially entails delineating the climatic, soil, and land characteristics needed for the specified land use type. The site suitability method involves identifying observable indications of suitable areas for a particular land use activity, taking into account physical factors (such as elevation, slope, aspect, and climate), natural factors (including soil, topography, hydrology, vegetation cover, and ecologically sensitive areas), as well as existing land use and infrastructure (such as transportation networks, established urban areas, and utility systems) (Mazahreh, et al., 2019; Jayaraman et al., 2021).

Today, Geographic Information Systems (GIS) are recognised as a valuable decision support system that enables the determination of suitable spatial locations for a specific purpose based on a set of criteria (Jayaraman et al., 2021). GIS and remote sensing technologies are extensively employed to assess site suitability and conduct resource inventories based on environmental, socio-economic, and spatial planning considerations (Šiljeg et al., 2019).

A critical aspect of land suitability assessment involves establishing threshold values (criteria), typically defined by researchers relying on prior investigations and expertise (Mazahreh et al., 2019). GIS applications have the potential to augment the effectiveness of regulations within the travel industry. GIS can be regarded as a versatile toolkit comprising various methodologies and advancements suitable for fostering economic advancements in the travel sector

(Jayaraman et al., 2021).

The aim of this study is to determine and evaluate the tourism and recreation potential of Kızılkum Village, which stands out with its natural and cultural landscape features, and to develop area-specific recommendations in this direction. In this context, tourism and recreation activities suitable for the study area were determined based on expert opinions regarding Kızılkum Village and its immediate surroundings. In addition, natural and cultural landscape features in the study area were determined and recommendations were developed based on the principle of protecting and utilising resource values for tourism and recreational purposes.

2. Materials and Methods

2.1. Study Area

The administrative boundaries of Büyükkızılkum, Hatipler and Küçükkızılkum villages of Bartın province located in the Western Black Sea Region were accepted as the study area boundary. It is the widest and longest sandy beach of the province with highly productive ecological areas and coastal formations. The study area is shown in Figure 1.

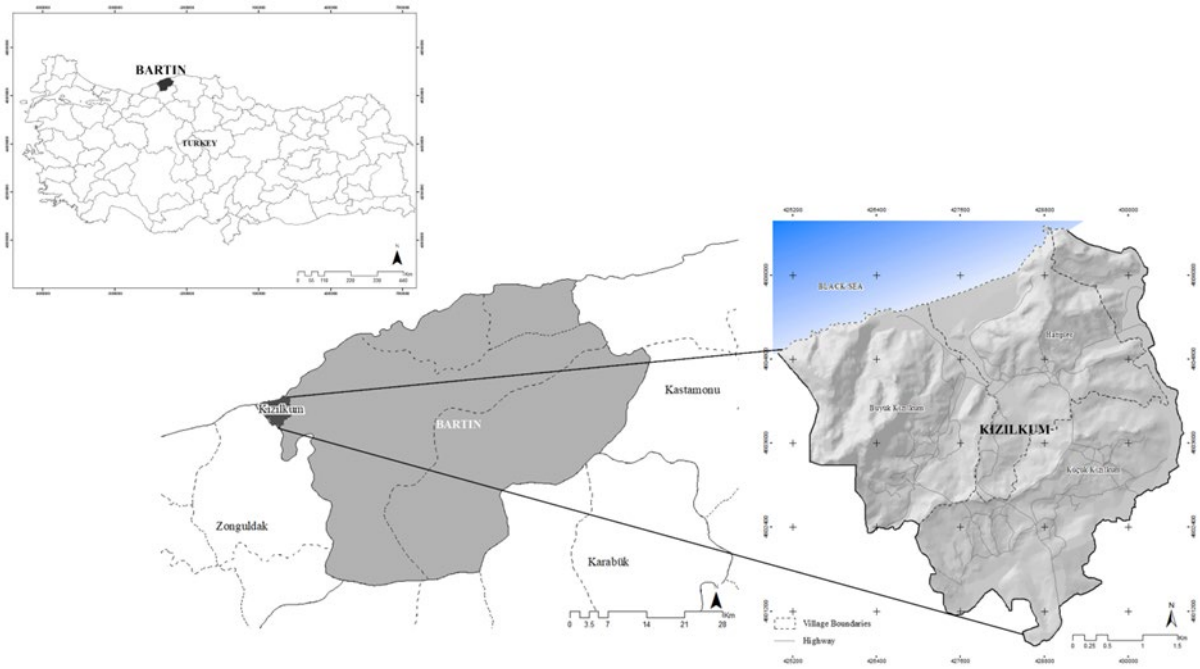


Figure 1. Study Area

Natural and cultural landscape features of the research area were determined and analyses were made on topography (elevation, slope and aspect), geological structure, soil structure (major soil groups, land use capability classes and erosion status), hydrological structure, vegetation cover (stand type, forest management class, forest closure), transportation status and current land use.

2.2. Expert Opinion Evaluation for the Determination of Tourism Types

A questionnaire was applied to 25 experts in order to determine the priority tourism activities suitable for the research area. For expert opinion, 25 experts from various professional disciplines such as architects, urban planners, forest engineers, tourism, mining technicians, mapping engineers, civil engineers, mining engineers, journalists, including 11 landscape architects, were consulted. The experts' selection relied on the work of Cengiz et al (2022). In the questionnaire, in which the natural and cultural characteristics of the area were taken into consideration, the experts were asked to prioritize the activities they thought to be prioritized for the area among 21 tourism activities by scoring them from 1 to 5 (1: not suitable 2: less suitable 3: moderately suitable 4: moderately suitable 5: very suitable). According to the survey results, both "scenic viewing and nature photography" activity and "swimming" activity received the highest score of 4.44, indicating that they are "highly suitable" for the area. The experts determined that "tent camping" activity with a score of 4.16, followed by "caravan camping" and "boat trips" activities with scores of 4.12 each, are "suitable" for the area. However, "land hunting" activity received the lowest score (2.76), indicating that its suitability is "slightly suitable" for the area.

2.3. The Identified Tourism and Recreation Activities

Considering the evaluation of natural and cultural features and taking into account expert opinions, in addition to tourism activities such as scenic viewing and nature photography, tent camping, caravan camping, trekking, picnicking, swimming, and boat trips directed towards Kızılkum, suitable areas have been identified for eight tourism activities, including agritourism, proposed as a tourism type for the study area.

The evaluation criteria for land suitability assessment were determined based on previous scientific studies. For identifying suitable areas for trekking, criteria from Sözen and Şahin (1988), Anonim (1996), Topay (2003) and Benliay (2009) were utilized. Evaluation criteria for tent camping activity were drawn from Ergör (1984), Havur (2002), Topay (2003) and Benliay (2009). Picnic areas were assessed based on criteria from Topay (2003) and Benliay (2009). Criteria for agritourism were sourced from Okyar et al. (1991), Doğaner (1996), Kiper (2006) and Giran Taşçıoğlu (2016). The evaluation criteria of tourism types are presented in Table 1. The flow chart of the study is given in Figure 2.

Table 1: Evaluation Criteria for Tourism Types

	Evaluation Criteria	Most Suitable	Suitable
Trekk	Slope %	0-20	20-45
	Aspect	Flat, E, N, W, NE, NW	S, SE, SW
	Altitude (m)	0-326	-

	Landslide situation (slope %)	0-10	-
	Geological and geomorphological structure	Exist	-
	Proximity to water sources (m)	0-300	300-600
	Land capability classes	I, II, III, IV, VI, VII, coast	
	Current land use	Forest, heathland, fallow-free dry farming, coastal dunes	-
	Presence of natural plants	All types of vegetation	-
	Relative humidity	30-80	-
	Average wind speed (m/s)	0-10	10-15
	Proximity to accommodation and shelter facilities	0-3000	3000 +
	Presence of existing pathways	Exist	-
	Transport distance (m)	0-3000	3000 +
Tent Camping	Slope %	0-15	-
	Aspect	Flat, E, S, SE, SW, W	N, NE, NW
	Altitude (m)	0-326	-
	Landslide situation (slope %)	0-30	-
	Proximity to water sources (m)	0-250	250-500
	Land capability classes	IV, VI, VII, coast	-
	Current land use	Forest, heathland, fallow-free dry farming, coastal dunes	-
	Presence of natural plants	Leafy forest, mixed forest, treeless area	Coniferous forest
	Forest cover (%)	0-70	-
	Relative humidity	30-80	-
	Average wind speed (m/s)	0-10	10-15
	Presence of flood area	None	-
	Transport distance (m)	0-3000	3000 +
Caravan Camping	Slope %	0-15	-
	Aspect	Flat, E, S, SE, SW, W	N, NE, NW
	Altitude (m)	0-326	-
	Landslide situation (slope %)	0-30	-
	Proximity to water sources (m)	50 +	-
	Current land use	Forest, heathland, Fallow-free dry farming, coastal dunes	-
	Presence of natural plants	Open and semi-open areas	-
	Forest cover (%)	0-40	-
	Relative humidity	30-80	-
	Average wind speed (m/s)	0-10	10-15
	Presence of flood area	None	-
Transport distance (m)	0-100	-	
Picnic	Slope %	0-10	-
	Aspect	Flat, E, S, SE, SW, W	-
	Altitude (m)	5-200	200 +
	Landslide situation (slope %)	0-30	-
	Proximity to water sources (m)	0-250	250-500
	Land capability classes	IV, V	VII
	Current land use	Rangeland, meadow, forest, heathland	-
	Presence of natural plants	Leafy forest, mixed forest, semi-open areas	-
	Forest cover	0-70	-
Transport distance (m)	0-500	500 +	

(Table 1 continues)

	Evaluation Criteria	Most Suitable	Suitable
Scenic view./Nature pho.	Landslide situation (slope %)	45	-
	Peaks (m)	50	-
	Proximity to water sources (m)	500-1000	1000 +
	Current land use	Rangeland, forest, settlement, coast	-
	Presence of natural plants	Leafy forest, mixed forest, treeless area	Coniferous forest
	Average wind speed (m/s)	0-10	10-15
	Accommodation	Good	Medium
	Transport distance (m)	0-1000	1000 +
Agrotourism	Slope %	0-15	-
	Aspect	Flat, S, SE, SW	-
	Proximity to water sources (m)	0-500	500-1000
	Soil depth	Deep, Medium deep	-
	Land capability classes	I, II, III	IV
	Current land use	Cultivated agriculture, sown agriculture, hazelnut orchards	-
	Transport distance (m)	0-1000	1000 +

(Table 1 continues)

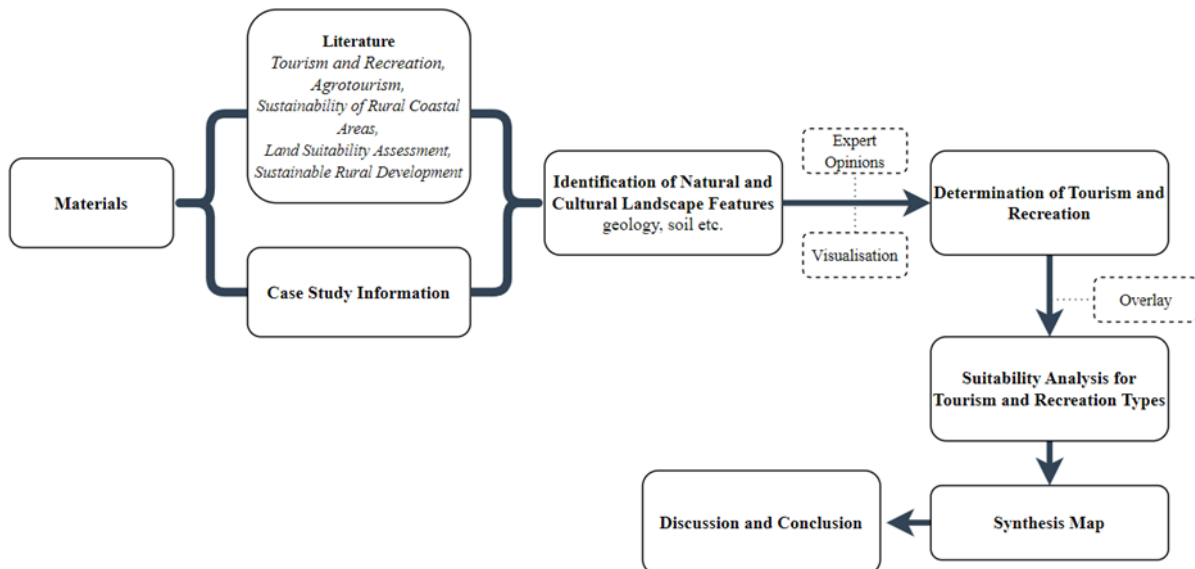


Figure 2. Flowchart of The Study

3. Findings

3.1. Suitability Analysis of Sustainable Tourism and Recreation Types for Kızılkum

Considering the natural and cultural values of the study area and taking into account the evaluation criteria for tourism activities determined based on expert opinions, spatial suitability analyzes were carried out through GIS. According to the results of the analysis, the tourism activity that covers the most area (34.47%) for the study area was determined as "Trekking/Nature Walking". As a result of the evaluations made, 41,130 km long recommended trekking and hiking routes were determined within the scope of the tourism activity" Scenic Viewing and Nature Photography", which stands out with a rate of 9.78%, and the hill points

on this route are important. The Güleğağı Hill (326 m) located in Büyükkızılkum Village, Tepedikharman Hill (300 m), Kıran Hill (225 m), Gürceağız Hill (141 m) near Kedi Kayası, and Mat Hill (137 m) in Küçükkızılkum Village represent the top five highest peak points, where the coastal, dune, forest, and rural settlement textures are most prominent. These areas, along with other lower-lying peak points, have been associated with trekking routes. In these points, tourism and recreational potential should be enhanced with the implementation of photography zones and observation terrace applications. Areas suitable for scenic viewing and nature photography, as well as trekking, in the study area are presented in Figure 3(a).

Agrotourism activity has been identified in the study area with a rate of 28.87%. Plants such as chestnut (*Castanea sativa*), hazelnut (*Corylus avellana*), wild strawberry (*Fragaria vesca*), and cornelian cherry (*Cornus mas*) found in Kızılkum are evaluated within the framework of agrotourism activities. It is of great importance to expand the research area within the agricultural pattern. The suitable areas identified for agrotourism in the study area are presented in Figure 3(b).

Flat and near-flat areas identified near the transportation routes between Büyükkızılkum, Hatipler, and predominantly Küçükkızılkum villages are defined as suitable areas for tent camping and picnicking. It has been determined that there are suitable areas for "16.91% picnic areas" and "16.01% tent camping areas" in the study area. Areas suitable for picnicking in the study area are presented in Figure 3(c), while areas suitable for tent camping are presented in Figure 3(d).

In addition to natural and cultural features, the research area is suitable for caravan camping with factors such as the absence of dense settlement texture, access to the sea and recognition of local culture. In the suitability analysis conducted, it has been observed that suitable areas for caravan camping, covering 17.51% of the area, are identified in large patches along the transportation routes between Büyükkızılkum, Hatipler, and predominantly Küçükkızılkum villages. Suitable areas for caravan camping in the study area are shown in Figure 3(e).

Other prominent tourism and recreational activities in the results are boating trips and swimming. In Kızılkum, which has a large and natural beach, suitable areas for "2.92% swimming" and "2.09% boating trips" are presented as a synthesis map in Figure 3(f).

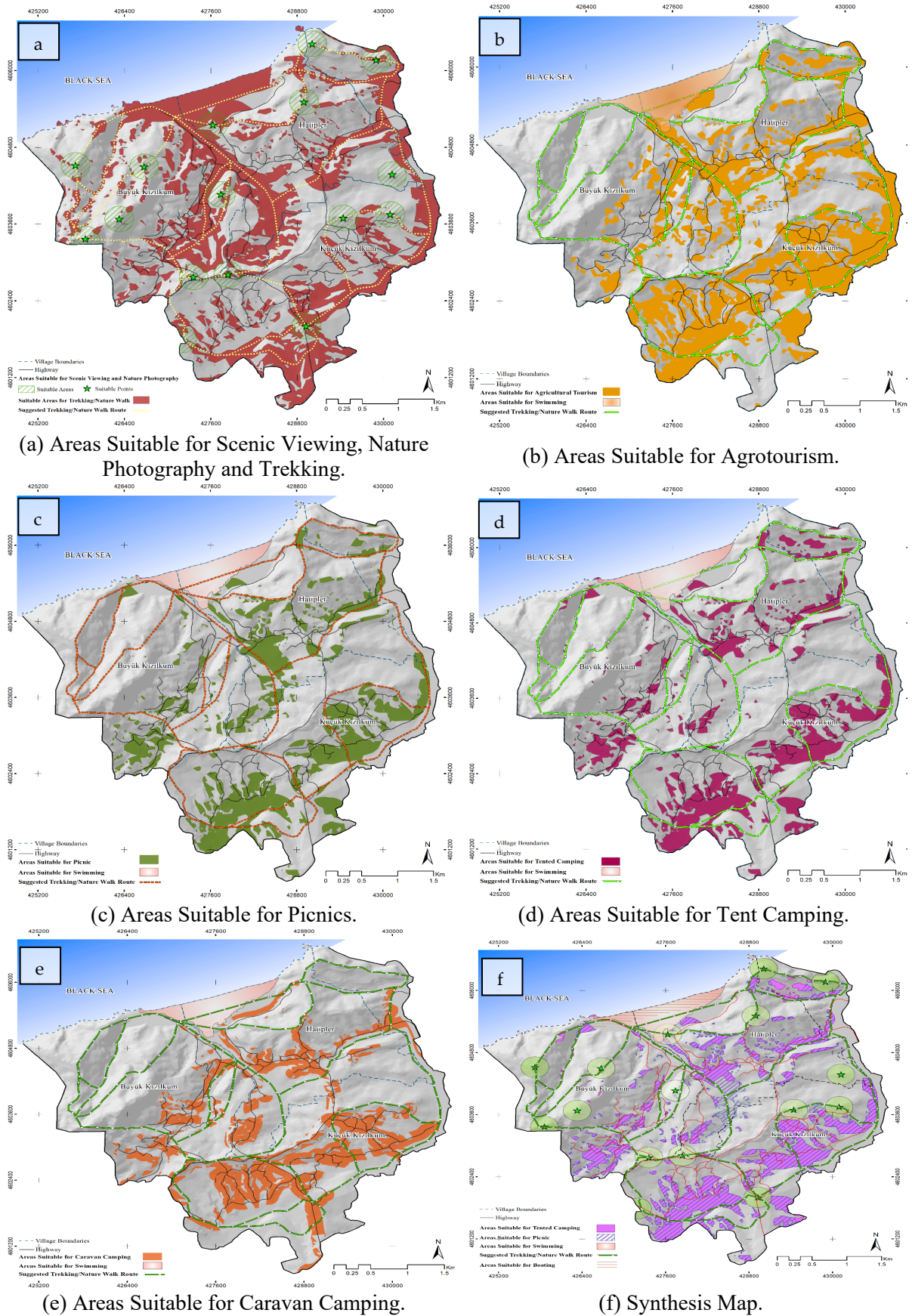


Figure 2. Suitable Areas Identified for Tourism Types in The Study Area
The spatial and proportional distribution of tourism types in the study area is presented in Table 2.

Table 2: Spatial and Proportional Distribution of Tourism Types in The Study Area

Tourism Activity	Area (km²)		%
Trekking	6,772	Length:41,130 (km)	%34,47
Agrotourism	5,672		%28,87
Caravan camping	3,441		%17,51
Picnic	3,323		%16,91
Tent camping	3,145		%16,01
Scenic viewing and nature photography	1,921		%9,78
Swimming	0,575		%2,92
Boating	0,410		%2,09

4. Discussion and Conclusion

Taking into account the natural and cultural values of the study area, the distribution of areas suitable for tourism and recreation activities was determined as a result of GIS analysis based on expert opinions. According to the findings, 34.47% of the study area was suitable for trekking, 28.87% for agrotourism, 16.91% for picnic, 16.01% for tent camping, 17.51% for caravan camping, 9.78% for scenic viewing and nature photography, 2.92% for swimming and 2.09% for boating.

It is an important strategy to realize the sale of natural species in the area to provide economic contribution at local and regional level. At the same time, wild strawberry (*Fragaria vesca*), which is an important agrotourism resource for the research area, should be emphasized in the branding process of Kızılkum region and should be evaluated by providing economic support. In terms of accessibility to Kızılkum, the improvement and expansion of road networks in the area, as well as the completion of infrastructure works, are strategically important to support tented camping and picnic activities.

Kızılkum, which has a wide and natural beach, is of great importance in terms of the sustainability of sea tourism and the completion of infrastructure works. Infrastructure improvements such as upgrading facilities for boat trips, including mooring places and pier connections, will significantly contribute to the feasibility and attractiveness of this activity in the region. In this context, organizing boat tours associated with nearby coves along the coastline can provide opportunities for integrated tourism and recreational activities.

Due to the current economic structure of Kızılkum, there is an observed tendency for the population to migrate. Evaluating the natural and cultural resources in the research area in terms of tourism and recreational potential can create a new economic support to prevent the population from decreasing every year. Considering the economic impacts of the social dimension of tourism, economically supporting and training local people in tourism activities is considered an effective strategy to promote tourism development in the region and reduce migration.

Within the scope of the research, when the natural and cultural resource values of Kızılkum and its immediate surroundings are considered in a holistic perspective, it is determined that the region has an important tourism and recreation potential. It is thought that this potential can contribute positively to local and regional development, and it is of great importance for the sustainable tourism and recreation development of Kızılkum, which is a priority area for protection, that this evaluation is carried out within the framework of holistic tourism planning and based on the principles of conservation and use.

Beritelli and Laesser (2017) define tourist destinations in recent years as a geographical area that needs to be organised, coordinated and made competitive in order for tourism to take place. The study advocates a shift from "one (fairly fixed) functional area" to "areas with multiple dynamic functions". Ronizi et al (2020) pointed out in his study that ecotourism activities can be carried out by giving importance to environmental protection. He stated that one of the important issues in this regard is the determination of a suitable location for ecotourism. The study presents an integrated approach to the development of ecotourism area.

As a result of the assessments conducted, it has been determined that Kızılkum has a high tourism and recreational potential. Suitability analyses have been conducted for activities such as scenic viewing, nature photography, tent camping, caravan camping, trekking, picnicking, swimming, boating trips, and agritourism. The research has emphasized that Kızılkum possesses prominent landscape features, which is an important factor in developing the potential of the region in terms of tourism and recreation. This article aims to provide a reference point for researchers, local managers and tourism professionals focusing on the sustainability of tourism in rural coastal areas.

It emphasizes that economic, environmental and social factors have a critical importance in the process of evaluating tourism potential and developing sustainable tourism practices in these regions. Cengiz et al (2021) and Cengiz et al (2022) contain similar evaluations in parallel with this study.

Furthermore, in the coastal regions of Kızılkum and Hatipler, there are ample picnic areas available for incoming tourists. Additionally, around Kızılkum and Hatipler Beach, there are flat and expansive areas offering camping facilities. Along the Black Sea shores of the study area, there are designated spots for professional and amateur fishermen to engage in angling. Moreover, in Kızılkum, motorized paragliding flights are conducted by the Western Black Sea Sports Aviation Club (BATIKAR). The paratrike aircraft provides an opportunity for tourists arriving throughout the summer season along the routes between Mugada and Kızılkum. In summary, the village of Kızılkum and its immediate surroundings serve as an ideal destination

for day trips or stays of a few days. Offering tourists various activities, including immersive nature experiences, sea-based activities, and thrilling sports opportunities.

References

- Aguilar-Becerra, C. D., Frausto-Martínez, O., Pineda, H. A. and Acevedo, J. L. R. (2017). Use of Sustainable Tourism Indicators for Rural Coastal Communities: A Review. *WIT Transactions on Ecology and the Environment*, 226, 803-814.
- Aref, F. and Gill, S. S. (2009). Rural Tourism Development Through Rural Cooperatives. *Nature and Science*, 7(10), 68-73.
- Ayhan, Ç. K., Taşlı, T. C., Özkök, F. and Tatlı, H. (2020). Land Use Suitability Analysis of Rural Tourism Activities: Yenice, Turkey. *Tourism Management*, 76, 103949.
- Benliay, A. (2009). Peyzaj Planı Oluşturulması Bağlamında Finike-Kumluca Kıyı Bölgesinin Değerlendirilmesi. Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 235 s.
- Beritelli, P. and Laesser, C. (2017). The Dynamics of Destinations and Tourism Development. *Design Science in Tourism: Foundations of Destination Management*, 195-214, Springer, Berlin, Germany.
- Castellani, V. and Sala, S. (2010). Sustainable Performance Index for Tourism Policy development. *Tourism Management*, 31(6), 871-880.
- Cengiz, C., Sahin, Ş., Cengiz, B., Başkır, M.B. and Keçecioglu Dağlı, P. (2021). Evaluation of The Visitor Understanding of Coastal Geotourism and Geoheritage Potential Based On Sustainable Regional Development in Western Black Sea Region, Turkey. *Sustainability*, 13(21), 11812.
- Cengiz, C., Cengiz, B., Smardon, R.C. (2022). A Bridge between Coastal Resilience and Tourism-Recreation: Multifunctional Benefit of Boardwalk Design for Sustainable Development in the Western Black Sea Region, Turkey. *Water*, 14(9), 1434.
- Doğaner, Y. (1996). Tarımsal Taslak Sektör Raporu. Patara Özel Çevre Koruma Bölgesi Yönetim Planı Bilimsel Araştırmaları Sektör Raporu. Çevre Bakanlığı Özel Çevre Koruma Kurumu Başkanlığı ve Kültür Bakanlığı Kültür ve Tabiat Varlıkları Koruma Genel Müdürlüğü Yayınları, Ankara.
- Ergör, B. (1984). Dağcılık Tekniği. *Dağcılık Federasyonu Yayınları*. Ankara.
- Fan, H. (2020). Research on Sustainable Development of Coastal Rural Ecotourism Based on Tourism Perception. *Journal of Coastal Research*, 115(SI), 53-55.
- Fithor, A., Prayitno, S. B., Purwanti, F. and Indarjo, A. (2020). Tourism Suitability, and Carrying Capacity: Prospect Ecotourism (Case Study in Marina Beach Semarang). In *E3S Web of Conferences 202*, EDP Sciences.
- Gıran Taşcıoğlu, S. (2016). Sürdürülebilir Turizm İçin Stratejilerin Geliştirilmesi: Kuzey Antalya Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi Örneği. Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 413 s.
- Havur, M. (2002). Sözlü Görüşme. Ankara Rehberler Derneği. Maltepe. Ankara
- Jayaraman, R., Kumar, B.S. and Singh, S.K. (2021). Remote Sensing and Gis Based Site Suitability Analysis For Tourism Development in Vaishali Block, Bihar, India. *Acta*

Geographica Debrecina Landscape & Environment, 15(2), 12-22.

- Kiper, T. (2006). Safranbolu Yörükköyü Peyzaj Potansiyelinin Kırsal Turizm Açısından Değerlendirilmesi. Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 367 s.
- Lantitsou, K. (2017). Eco-Development and Environmental Spatial Planning. *Fresenius Environmental Bulletin, 26(2)*, 1291-1300.
- Li, J., (2020). Research on The Development Of Coastal Rural Tourism in China from The Perspective of Industrial Integration. in: Bai, X. and Zhou, H. (eds.), *Advances in Water Resources, Environmental Protection, and Sustainable Development. Journal of Coastal Research, 115*, 271-273. Coconut Creek (Florida), ISSN 0749-0208.
- Mazahreh, S., Bsoul, M. and Hamoor, D. A. (2019). GIS Approach for Assessment of Land Suitability for Different Land Use Alternatives in Semi Arid Environment in Jordan: Case Study (Al Gadeer Alabyad-Mafraq). *Information Processing in Agriculture, 6(1)*, 91-108.
- Miller, M. L., Auyong, J. and Hadley, N. P. (2002). Sustainable Coastal Tourism: Challenges for Management, Planning, And Education. Retrieved March, 10, 2017.
- Norouzi, A. and Moradi, N. (2019). Eastern Regions of Isfahan Province. *Journal of Research and Rural Planning, 8(2)*, 77-96.
- Okyar, T., Okay, H. and Tapan, H. (1991). İstatistik yıllığı 1984-1989. *Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı Köy Hizmetleri Genel Müdürlüğü Araştırma Planlama ve Koordinasyon Dairesi Başkanlığı Yayınları*, Ankara.
- Rogerson, C. M. and Rogerson, J. M. (2020). Coastal Tourism in South Africa: A Geographical Perspective. *New Directions in South African Tourism Geographies, 227-247*.
- Ronizi, S. R. A., Mokarram, M. and Negahban, S. (2020). Utilizing Multi-Criteria Decision to Determine The Best Location for The Ecotourism in The East and Central of Fars Province, Iran. *Land Use Policy, 99*, 105095, Land Use Policy.
- Sharpley, R. (2002). Rural Tourism and The Challenge of Tourism Diversification: The Case of Cyprus. *Tourism management, 23(3)*, 233-244.
- Šiljeg, A., Cavrić, B., Šiljeg, S., Marić, I. and Barada, M. (2019). Land suitability zoning for ecotourism planning and development of Dikgatlhong Dam, Botswana. *Geographica Pannonica, 23(2)*, 76-86.
- Sözen, N. ve Şahin, Ş. 1998. Kamping (Planlama–Uygulama–İşletme), Peyzaj Mimarisi Derneği Yayınları. 1998/1. Ankara.
- Stoddart, M. C., Catano, G., Ramos, H., Vodden, K., Lowery, B. and Butters, L. (2020). Collaboration gaps and regional tourism networks in rural coastal communities. *Journal of Sustainable Tourism, 28(4)*, 625-645.
- Susila, I., Dean, D., Harismah, K., Priyono, K. D., Setyawan, A. A. and Maulana, H. (2023). Does Interconnectivity Matter? An Integration Model of Agro-Tourism Development. *Asia Pacific Management Review*.
- Tawfık, R. and Elsebaei, M. (2022). Assessing The Rural Lodges and Stakeholders'perceptions for Agritourism. *Fresenius Environmental Bulletin, 31(11)*, 10663-10673.
- Topay, M. (2003). Bartın-Uluyayla Peyzaj Özelliklerinin Rekreasyon-Turizm Kullanımları Açısından Değerlendirilmesi Üzerine Bir Araştırma. Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi

Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 210 s.

Utami, D. D., Dhewanto, W. and Lestari, Y. D. (2023). Rural Tourism Entrepreneurship Success Factors for Sustainable Tourism Village: Evidence from Indonesia. *Cogent Business & Management*, 10(1), 2180845.

Ethics Committee Permission

Since the research data was collected in 2018, ethics committee approval was not required.

Contribution Rate Declaration

1. Author: %60,

2. Author: %40

Sponsor Statement

This article is derived from the Master's thesis completed at Bartın University, Institute of Science, Department of Landscape Architecture. The thesis study was supported by the Bartın University Scientific Research Projects titled “Bartın-Kızılıkum Kırsal Kıyı Yerleşiminin Sürdürülebilir Turizm ve Rekreasyon Potansiyeli Yönünden Değerlendirilmesi” with the code 2018-FEN-CY-007 and I would like to thank Bartın University.



AİLE BOŞ ZAMANI VE COVID-19 İLE DEĞİŞEN AİLE REKREASYON ETKİNLİKLERİ ÜZERİNE KAVRAMSAL BİR DEĞERLENDİRME

*A CONCEPTUAL EVALUATION ON FAMILY LEISURE AND THE CHANGING FAMILY RECREATION
ACTIVITIES WITH COVID-19*

Yasemin SERGEN^a Ali YAYLI^b

Özet

Aile yaşamında önemli bir yere sahip olan boş zaman, aile üyelerinin eğlenceli faaliyetlerle bir araya gelerek etkileşimde bulunmaları, iletişimlerini güçlendirmeleri ve yeni şeyler öğrenmeleri için fırsatlar sunmaktadır. Boş zamanı değerlendirme süreçlerinde aile bireyleri arasındaki paylaşımlar; ailelerin birbirleriyle derin bağlar kurmaları, problem çözmeleri ve ilişkilerini güçlendirmeleri gibi birçok olumlu etkisi araştırmalara konu olmuştur. Bu çalışmanın inceleme konusu ebeveynlerin ve çocukların serbest zamanlarında veya rekreasyonel etkinliklerde birlikte geçirdikleri zaman olan aile boş zamanıdır. Aile boş zamanı konusunda yapılan Türkiye'deki çalışmalar incelenmiş gelecekteki araştırmalara katkıda bulunması amaçlanmıştır. Çalışmada aile, boş zaman ilişkisi ve aile boş zamanı kavramsal olarak açıklanarak literatürdeki durumu değerlendirilmiştir. Türkiye'de "Aile Boş Zamanı" konusuna nasıl katkı yapıldığı sorusuna yanıt bulabilmek ve bu alanda bir durum tespiti yapmak amaçlanmıştır. Bu konuda yapılan tarama sonucu ulaşılan çalışmalar sistematik derleme yöntemi ile listelenerek konu ile ilişkisi yönünde değerlendirilmiştir. Ayrıca COVID-19 ile değişen aile boş zamanı davranışları ve değişen rekreasyon etkinlikleri kapsamında aile davranışına yansıyan bazı pratik uygulamalara da başlıklar altında değinilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Aile Rekreasyonu, Aile İçi Boş Zaman, Aile Zamanı, Aile Yaşamı, COVID-19

Abstract

Leisure time, which holds an important place in family life, offers opportunities for family members to come together through fun activities, interact, strengthen their communication, and learn new things. The process of utilizing leisure time involves sharing among family members; research has focused on the many positive effects this has, such as families forming deep connections with each other, solving problems, and strengthening their relationships. This study examines family leisure, specifically the time parents and children spend together during free time or recreational activities. Studies on family leisure time in Turkey have been reviewed with the aim of contributing to future research. The study has explained the relationship between family and leisure time and the concept of family leisure, assessing its status in the literature. The goal is to find out how contributions can be made to the topic of "Family Leisure" in Turkey and to make a situational analysis in this field. The studies reached as a result of this review have been listed through a systematic review method and evaluated in terms of their relevance to the topic. Additionally, some practical applications reflecting on family behavior within the context of changing family leisure behaviors and recreational activities due to COVID-19 have also been mentioned under various headings.

Keywords: Family Recreation, Family Leisure, Family Time, Family Life, COVID-19

Makale Geliş Tarihi: 04.12.2023 Makale Kabul Tarihi: 27.03.2024

Sorumlu Yazar (Corresponding Author): Yasemin SERGEN (yasemin.sergen@hbv.edu.tr)

* Bu çalışma "20. Geleneksel Turizm Sempozyumu (2022)"nda bildiri olarak sunulmuştur.

^a Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Ankara/Türkiye (yasemin.sergen@hbv.com), ORCID: 0000-0003-2641-0350

^b Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Ankara/Türkiye (ali.yayli@hbv.edu.tr), ORCID: 0000-0002-2890-0209

DOI: 10.5281/zenodo.10896708

1. Giriş

Bireysel algı ve bireysel amaca yönelik faktörler yaşam kalitesini etkilemektedir. Boş zaman etkinlikleri yaşam değerlerini anlama ve öznel iyi oluşa ilişkin ihtiyaçları karşılama fırsatları sunmaktadır. Boş zaman etkinliklerine katılım yoluyla insanlar sosyal ilişkiler kurar, olumlu duygular hisseder, ek beceriler ve bilgiler edinir ve böylece yaşam kalitesi de artar. (Andreja ve diğerleri, 2011)

Aile boş zamanı, aile üyelerinin eğlenceli aile aktiviteleri sırasında birlikte etkileşime girmeleri, iletişim kurmaları ve öğrenmeleri için fırsatlar sağlayan aile yaşamının önemli bir bileşenidir. (Walton, 2019) Bu bağlamda aile bağlarını güçlü tutmak için hala birçok aile, aile boş zaman faaliyetlerine odaklanmak veya bunlara katılmak için çabalamaktadır. (Schwaba ve Dustin, 2015: 180)

2. Kavramsal Çerçeve

2.1. Aile Kavramı

Aile, evlilik, kan veya evlat edinme bağlarıyla birleşmiş, tek bir hane oluşturan ve genellikle eşlerin, ebeveynlerin, çocukların ve kardeşlerin sosyal konumlarında birbirleriyle etkileşime giren bir grup insandır. (Britannica, 2017) Ailenin amacı, üyelerinin ve toplumun refahını korumaktır. İdeal olarak aileler, üyeler olgunlaştıkça ve topluluğa katılmayı öğrendikçe toplum yapısına dair bir öngörü ve güven ortamı sunar. (Collins ve diğerleri, 2010)

Aile, üyeleri için duygusal ve psikolojik güveni sağlarken, özellikle aile bir arada yaşadığında eşler ve çocukları arasında yarattığı sıcaklık, sevgi ve arkadaşlık yoluyla birlik ve beraberliği de içeren çeşitli değerli işlevleri de yerine getirmektedir.

Aile ayrıca, çocuk yetiştirme ve sosyalleştirme gibi sosyal açıdan yararlı diğer işlevlerin yanı sıra, hasta veya engelli olduklarında üyelerine bakmak gibi insani faaliyetleri de yerine getirmektedir. Sosyal açıdan bir bütün olarak toplum içinde düzen ve istikrarı teşvik etmeye hizmet etmektedir. (Britannica, 2017)

Ailenin nasıl tanımlandığı veya karakterize edildiği önemlidir çünkü tanımı, kimin dahil edildiğini ve kimin göz ardı edilebileceğini (örneğin, geniş aile üyeleri; çocuksuz çiftler, farklı ebeveynli aileler) belirlemektedir. "Aile", sınırları ve anlamları kültürel ve sosyal değişimleri etkileyebilecek şekilde kayabilir veya yeniden yapılandırılabilen dinamik sosyal bir kurumdur. Aile yaşamının sürekli değişen manzarası, aileyi çağdaş toplumda tanımlamayı, sadece akademisyenler için değil aynı zamanda politika yapıcılar, hizmet

sağlayıcılar ve sıradan insanlar için de zorlu hale getirir. (Shannon, 2017)

Günümüzde sağlıklı bir toplumun oluşturulması nasıl işlevsel bireylerin yetiştirilmesine bağlı ise sağlıklı aile kurumunun oluşturulması da aile üyelerinin sosyal bir organizasyon olarak aile kurumunda yer alması, ortak değerler ve çözümler ekseninde işlevlerini yerine getirmelerine bağlıdır. (Türer, 2021)

Bir ailede bütünlük, ancak bireylerin kendi kimliklerini koruyarak bütüne uyum sağlaması, onunla bir ahenk oluşturması ile gerçekleşir. Bu ise çoğu zaman hayat içerisinde öğrenilen sürece karşılık gelir. Bu açıdan toplumun ve ailenin bireyden beklediği bilinç ve enerjiler, ayrıştırıcı değil birleştirici bir nitelik sergilemeli ve bir araya gelmenin ötesinde birbirini tamamlayacak aşamaya geçmelidir. İnsan hayatının en derin ve en anlamlı seviyelerinin aile içinde yaşandığını kabul ettiğimizde, aile hayatının işleyişini sürdürme ve geliştirmenin toplumsal işleyişin en önemli unsuru olduğu kabul edilebilir. Bu kabul altında yetişen yeni nesiller, manevi, kültürel ve evrensel değerleri aile kurumundan öğrenerek, toplumsal hayata aktarabilir. (Türer, 2021: 382)

Tarhan, ailede pozitif psikoloji odaklı aile doğrularına ihtiyaç bulunduğunu; *duygusal paylaşım, güvenli paylaşım ve sosyal destek ihtiyaçlarını* ise aileyi zorunlu kılan üç temel ihtiyaç olarak belirtmiştir. Aile, varlığı ile bu ihtiyaçları karşılamaktadır. (Tarhan, 2021) Aile bireylerinin karşılıklı ya da grup olarak, ev içi ve ev dışında olmak üzere, gerçekleştirdikleri boş zaman rekreasyonu faaliyetleri, aile içinde güvenli ve duygusal paylaşımları artırıcı etkidir.

2.2. Aile Boş Zamanı ve Aileler İçin Boş Zamanın Önemi

Aileler için boş zaman, aile üyelerinin eğlenceli aile aktiviteleri sırasında etkileşim içinde iletişim kurmaları ve birlikte öğrenmeleri için fırsatlar sağlayan aile yaşamının önemli bir bileşenidir. (Walton, 2019) Aile boş zamanı, aile üyelerine aile değerlerini pekiştirme ve aile kimliğini geliştirme imkânı sunmaktadır. Aile hayatının bir bölümü, günlük boş zaman etkinlikleri ve ailece çıkılan tatiller gibi özel etkinliklerle zenginleşen çok çeşitli faaliyetlerden oluşmaktadır. (Shaw, 2008) Shaw aile boş zamanını (family leisure) ebeveynlerin ve çocukların serbest zamanlarında veya rekreasyonel etkinliklerde birlikte geçirdikleri zaman olarak tanımlamıştır. (Shaw, 1997: 97)

Boş zamanı değerlendirme süreçlerinde aile bireyleri arasındaki paylaşımlar; ailelerin birbirleriyle bağ kurmaları, problem çözmeleri ve ilişkilerini güçlendirmeleri için fırsatlar sunar. Son zamanlarda yapılan araştırmalar, aile boş zamanı katılımının, aileye artan

iletişim becerileri, problem çözme etkinliği, yaşam becerilerinin ve sosyal becerilerin geliştirilmesi, aile yaşam memnuniyetinin artması gibi faydalarının olduğunu ortaya koymuştur. (Agate ve diğerleri, 2009)

Küresel mutluluğu ve psikolojik iyi oluşun belirli boyutlarını ölçmek için yapılan günümüze uzanan araştırmalarda genel yaşam doyumu ve mutlu olma halinin aile yaşantısındaki tatmin düzeyi ile yüksek oranda ilişkili olduğu saptanmıştır. (Glenn ve diğerleri, 1981) Aile boş zamanı bağlamında, bireylerin rutin faaliyetlerde ve tanıdık ortamlarda aileleriyle birlikte gerçekleştirilen rekreasyon faaliyetlerinde mutluluğa ulaşma olasılıklarının daha yüksek olduğu ortaya konulmuştur. (Melton ve Zabriskie, 2016) Ayrıca küçük yaştaki öğrencilerin üzerinde yürütülen bazı çalışmalarda yaşam doyumunun ve mutluluğun en önemli belirleyicilerinin aile ortamında, aile üyeleriyle eğlenerek aile uyumunun sağlanması olduğu belirtilmiştir. Aile üyeleri arasındaki arkadaşlık ve ilişkilerin önemi yaygın olarak kabul edilmektedir. Aile boş zaman etkileşimlerinin en kuvvetli olduğu yemek zamanları da aile uyumunu destekleyici rol oynamaktadır. (Szcześniak, 2020)

Birincil sosyal grup olarak aile, yetişkin bireyler arasında olduğu kadar, çocuklar ve gençler için de en önemli boş zaman değerlendirme ve birey yetiştirme ortamıdır. Ailelerde boş zaman etkinliklerinin gerçekleştirilme biçimleri, sosyal statülerine, yaşam tarzlarına ve boş zaman ihtiyaçlarıyla olan ilişkilerine göre değişmektedir. Bu bağlamda ailenin çocukların boş zamanlarını, gönüllü kararlarına dayanarak aktif ve anlamlı bir şekilde geçirmelerini sağlamaya yönelik ilgisini sürdürmek amaçlanmalıdır. (Junová, 2020)

Ebeveynlerin, ailenin diğer üyeleri için boş zamanın aktif ve verimli geçmesi adına liderlik etmesi önem arz etmektedir. Aile, çocukların boş zaman etkinliklerine ilham vermeli, desteklemeli ve uygulamalı, onlara yaratıcı bir şekilde yaklaşmalı ve çocukların kendi aileleri kurulduktan sonra bile gelecekte uygulayabilecekleri ve uygulamaya istekli olacakları tutumlar oluşturmayı önemsemelidir. (Junová, 2020)

Gençlik boş zamana, bir hak, bir büyüme ve bütünsel gelişme kaynağı olarak değer vermektedir. Ruiz vd. (2019) çalışmasında/araştırmasında organize boş zamanın organize edilmemiş boş zamana göre daha fazla faydaya yol açtığı ve gençlerin boş zamanlarını kendi kendilerine yönetmelerinin eksik kaldığı sonucuna varılmıştır. Aile paylaşımı ile gerçekleştirilen boş zaman deneyimlerinin gençlerdeki sorumluluk bilinci ile, mekânsal

organizasyon ve tatmin düzeylerini artırdığı doğrulanmıştır. Bu nedenle çocukların boş zaman uygulamalarını erken yaşlardan itibaren kendi kendilerine organize etmeleri için fırsatların yaratılması ve bu yönde teşvik edilmelerine yönelik bir ihtiyaç söz konusudur. Bu görüşü destekleyen Lietz vd. (2020) tarafından yapılan çalışmada, ergenlerin yaşam doyumu için destekleyici bir aile ve okul ortamının yararları vurgulanırken ebeveynlere, eğitimcilere ve politika yapıcılara aile uyumunu teşvik etmenin ve aile üyeleri ile eğlenmenin önemi üzerinde de durulması önerilmektedir.

2.3. Ailelerin Boş Zamana Katılımı ve Aile Boş Zamanı Araştırmaları

Aile içi rekreasyon faaliyetlerine katılım aile içi bağları ve dayanışmayı teşvik etmektedir. Aile bireylerinin beraberce aile eğlencesine katılımının desteklenmesi, grup faaliyetleri ve bireylerin boş zaman etkinliklerine katılma kapasiteleri, engelleri aşma yeteneklerine bağlıdır. (Li ve diğerleri, 2022)

Birçok insan için, rekreasyon ve boş zaman aktiviteleri hayatın önemli bir parçasıdır. Aynı şekilde birçok aile de aile boş zamanını aile yaşamının önemli bir parçası olarak görmektedir. Aile boş zamanı için ebeveynler, aile ilişkilerini geliştirmek için bilinçli ve kasıtlı bir şekilde aile boş zamanı etkinliklerini planlamakta ve kolaylaştırmaktadırlar. (Shaw ve diğerleri, 2001) Shaw ve Dawson'a göre aile boş zamanı bazı ebeveynler için sağlıklı aile yaşamına o kadar entegre olmuştur ki çocuklarla birlikte aile etkinliklerine katılmak için bir "aciliyet duygusu" ile plan yapıldığını belirtmişlerdir.

Araştırmacılar, uzun süredir ailelerdeki rekreasyon ve boş zaman alışkanlıklarını değerlendirirken, aile boş zaman etkinliklerine katılımın aile içinde olumlu ilişkiler kurduğunu, aile içi etkileşimi, memnuniyeti ve istikrarı, iletişimi ve genel aile işleyişi gibi alanlarda özel ilişkiler saptamışlardır. (Agate ve diğerleri, 2009)

Araştırmaların bu sonuçlarına dayanarak, ailelerin boş zaman etkinliklerine katılımının yalnızca geçici bir memnuniyet sağlamakla kalmadığı, aynı zamanda ailelerin uzun vadeli sağlığı ve işlevselliği üzerinde de olumlu bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Ailelerin boş zaman faaliyetlerine birlikte katılımları aile üyeleri arasında derinlemesine bağlar kurulmasına, açık iletişim yollarının geliştirilmesine ve birbirlerinin ihtiyaçlarına ve duygularına karşı anlayışın artırılmasına yardımcı olmaktadır. Bu yönüyle, aile boş zamanı, ailelerin bir arada kaliteli zaman geçirmelerini, birbirlerinin varlığından keyif almalarını ve günlük hayatın zorlukları karşısında daha dirençli olmalarını sağlayan önemli bir mekanizma olarak ön plana çıkmaktadır.

Aşağıda, aile boş zamanı araştırmalarının tarihçesi ve önemli bulgularına ilişkin bir tablo (Tablo-1) sunulmuştur. Günümüze uzanan aile boş zaman çalışmaları aile yaşam doyumu, iş-yaşam dengesi, sağlık üzerindeki etkileri, mutluluk vb. konularla ilişkilendirilerek çeşitlendirilmektedir. Bu bağlamda, aile boş zamanı araştırmaları ailelerin genel sağlık ve esenliği üzerindeki pozitif etkileri açısından önemlidir.

Tablo 1: Aile Boş Zaman Araştırmaları

Yıl	Araştırmacı(lar)	Araştırma Konusu ve/veya Bulguları
1934	Lundberg, Komarovsky, McInerney	Amerikalıların boş zamanlarını nasıl geçirdiklerine dair ilk çalışmaları yürütmüşlerdir.
1950	Cramer	Çocukların boş zaman aktiviteleri ve sosyoekonomik durum konusunda çalışmışlardır.
1950	Leevy	Annelerin istihdam durumu.
1952	Benson	Evli çiftlerin ortak ilgi alanları.
1953	Wylie	Araştırmanın odak noktasını aile birimi olarak rekreasyon konusunda daraltmıştır.
1965	Burch	Kamp yapmanın pozitif aile etkileşimleriyle pozitif bir ilişkisi olduğunu tespit etmiştir.
1970	West & Merriam	Dış mekân rekreasyonu ve pozitif aile etkileşimleri arasındaki ilişki üzerine çalışmalar.
2009	Agate, Zabriskie, Agate ve Poff	Aile boş zamanı memnuniyeti ile aile yaşamından memnuniyet arasındaki ilişki incelenmiştir.
1981-1988	Holman; Holman & Jacquart; Orthner; Smith, Snyder, & Monsma	Evli çiftler arasındaki ortak boş zaman ve evlilik memnuniyeti arasında güçlü ilişkiler bulmuşlardır. Bu bulgular daha sonra farklı kültürlerde de gözlemlenmiştir. (Ahn, 1982; Palisi, 1984)
1991	Hawkes; Holman & Epperson	Aile boş zamanı ile pozitif aile sonuçları arasında olumlu ilişkiler tespit edilmiştir.
1991	Orthner & Mancini	Aile boş zamanı katılımının faydaları, aile memnuniyeti, etkileşimi ve istikrarı ile ilişkilendirilmiştir.
1998; 2003	Mactavish & Schleien; Zabriskie & McCormick	Aile boş zamanı katılımı ile aile yaşamından memnuniyet arasındaki ilişkiler
2006	Johnson ve diğerleri	Çift boş zamanı katılımı, boş zaman ve boş zaman memnuniyetinin evlilik memnuniyetiyle ilişkisi incelenerek, çift boş zamanı memnuniyetinin evlilik memnuniyetine katkıda bulunduğu ifade edilmiştir.
2015	Hodge ve diğerleri	Aile içindeki ikili gruplar üzerine bazı araştırmalar

Kaynak: Agate, J.R. (2007) An Examination of the Relationship Between Family Leisure, Theses and Dissertations, 986.

Ayrıca yaşam kalitesi ve memnuniyeti çalışmaları göstermiştir ki boş zaman etkinlikleri yaşamda kalite ve memnuniyet bağlamında bütünleşik bir rol oynamaktadır. Zabriskie ve McCormick aile boş zamanının aile memnuniyeti ve aile yaşam kalitesine birincil katkıda bulunabileceği hipotezini ortaya koymuşlardır (Zabriskie ve diğerleri, 2003).

Akademik olarak uluslararası alanda yapılan aile boş zamanı araştırmaları, genellikle bireyleri inceleme birimi olarak almış, aile içi ikili ilişkiler üzerine ise sınırlı çalışmalar gerçekleştirilmiştir (Hodge ve diğerleri, 2017). Bu bağlamda, aile boş zamanı araştırmalarına yönelik eleştirilerden biri, aile biriminin bütün olarak ele alınmamış olmasıdır (Schwab ve Dustin, 2015). Nitel araştırma yöntemleri, rekreasyon ve boş zaman programları ile hizmetlerine ilişkin aile boş zamanı uygulamalarının karmaşık yapısını daha iyi anlamak için fırsatlar sunmakta hem katılımcı olan hem de olmayan çeşitli aile üyelerinin görüşlerini içermektedir (Shannon, 2017).

Aile boş zamanı araştırmalarında nadir olarak kullanılan vaka çalışması yöntemi, politika yapıcılar, etkinlik tasarımcıları, programları yürüten liderler ve aile katılımcıları dahil olmak üzere tüm ilgili tarafların bakış açılarından program geliştirme süreçlerini ve sonuçlarını anlamak için önemli bulunmaktadır. Vaka çalışması yöntemi, boş zaman bilimcileri ile hizmet sağlayıcıları arasında araştırma ortaklıkları kurma ve bu iş birlikleri yoluyla ilgili bilginin birlikte yaratılması konusunda olanaklar sunarken aile boş zamanı araştırmalarına ve teorilerinin gelişimine katkıda bulunmaktadır (Shannon, 2017).

Uluslararası literatüre önemli bir katkı sağlayan, aile içi ikili ilişkiler üzerinde sınırlı çalışmalar gerçekleştiren Hodge ve arkadaşları (2017) 1990 ile 2012 yılları arasında dört seçilmiş dergide yer alan mevcut aile boş zamanı araştırmalarını gözden geçirmişlerdir. Konu hakkındaki 181 makale, örnek özellikleri, yöntemler, analitik yaklaşımlar ve tematik eğilimler açısından incelenmiştir. Genel olarak, aile boş zamanı, aile yaşamı veya rolleri bağlamında boş zaman ve bireysel aile boş zamanı deneyimleri hakkında 181 makale belirlenmiştir.

Bu geniş kapsamlı aile boş zamanı araştırmasının sonucunda üç baskın tema ortaya çıkmıştır. Birinci temada boş zaman aracılığıyla aile refahının teşvik edilmesi, ikinci temada aile boş zamanına yönelik maliyetler ve kısıtlamaların yanı sıra, boş zamanı kısıtlayan aile veya aile rolleri incelenmiştir. Son olarak, üçüncü tema marjinal durumlarda aile boş zamanı, çeşitli aile yapılarını ve özelliklerini tanımlayan ve marjinal bağlamlarda aile boş zamanı deneyimlerinin sonuçlarını inceleyen araştırmaları

içermektedir.

Söz konusu çalışmada bilim insanlarının yöntemler, analizler ve örnekleme çeşitliliğini genişletme yönünde ilerleme kaydettiğini ancak analitik yaklaşımlarda daha fazla çeşitlilik ve örnekleme ihtiyaç duyulduğu belirtilmiştir.

3. Yöntem

Bu çalışmada, aile, aile boş zamanı ve önemi kavramsal olarak tanımlanmış ve literatürdeki mevcut durum incelenmiştir. Türkiye'deki "Aile Boş Zamanı" alanına yapılan katkıları belirlemek ve bu konuda bir değerlendirme yapmak amacıyla TR Dizin'de indekslenen dergilerde yayımlanmış olan orijinal makaleler, belirlenen anahtar sözcükler kullanılarak sistematik bir biçimde gözden geçirilip toplanmıştır.

Çalışmada temel araştırma yöntemi olarak sistematik derleme kullanılmıştır. Sistematik derleme belli bir konuda hazırlanmış araştırma sorusuna yanıt bulmak için, belirlenmiş kriterlere uygun olarak o alanda yayınlanmış orijinal çalışmaların sistemli taranması, bulunan çalışmaların geçerliğinin değerlendirilmesi ve sentezlenerek birleştirilmesidir. (Çınar, 2024).

Aile boş zaman etkinliklerine katılıma yönelik Türkiye'de yapılan bilimsel çalışmalara ulaşabilmek amacıyla 2010-2023 tarih aralığında, TR Dizin'de yer alan dergilerin makalelerine, "<https://trdizin.gov.tr>" internet sitesinden, "aile zamanı", "aile eğlencesi", "aile boş zamanı", "kaliteli zaman" anahtar kelimelerinin farklı versiyonları kullanılarak bir tarama yapılmıştır. İnceleme için dahil edilen makaleler, anahtar kelime aramaları ile belirlenmiş olup sorgulamaya dahil edilen kelimeler başlık ve özet üzerinden sorgulanmıştır.

Aile boş zaman katılımı kapsamında pratikteki yansımaları ele almak adına, COVID-19 ile değişen aile rekreasyon etkinlikleri ve aile davranışına yansıyan bazı pratik uygulamalara başlıklar altında değinilmiştir.

4. Türk Toplumunda Aile ve Türkiye'de Aile Boş Zamanı Konusunda Yapılan Çalışmalar

Kültürel perspektifler, aile pratiklerinin, özellikle de aile içi boş zamanın anlaşılmasında kritik bir rol oynamaktadır. Bu bağlamda, toplumsal değerler ve geleneksel yapılarla ilgilenmek, bu konudaki araştırmalar için değerli bir başlangıç noktası sağlamaktadır. 1980 yılından günümüze araştırmacıların odaklandığı kültürel yapılar açısından, Türkiye'nin kolektivist değerlere olan güçlü bağlılığı öne çıkmaktadır. Batı toplumlarının

bireysel hak ve seçimleri ön plana çıkarmasına karşın, Türk toplumunda bireyin değerinin, grup değerleri, hedefleri ve başarısına dayandığı, sadakati önceliklendiren bir yapıya sahip olduğu görünmektedir. Bireyler arası karşılıklı bağımlılık, ilişkilerin sürdürülmesine büyük önem verilmesini gerektirir. Türkiye'de, ataerkil bir toplum yapısı çerçevesinde çocukların erken yaşlardan itibaren sosyal normlara uyum sağlamaya yönlendirilmesi ve ebeveynler ile yakın akrabalar tarafından kontrol altında tutulmaları, yaşlılara, özellikle de aile reisine karşı saygı ve itaat beklenmesi (Zabriskie ve diğerleri, 2018) Türk toplumunun geçmişten gelen kültürel yapısını açıklamaktadır.

Son dönemlerde, Türkiye'deki ailelerin büyük bir çoğunluğu artık daha tempolu, teknoloji ve kentleşme odaklı bir yaşam tarzını benimsemektedirler. Geniş aile yapısındaki çeşitli bağımlılıkların azalmasıyla ve geleneksel Türk aile yapısında hızla değişimler meydana gelmiştir. Cinsiyet rolleri açısından iş gücüne katılım, ev içi sorumluluklar ve karar alma süreçleri arasındaki rol bölünmelerinin belirsizleşmesi ile eşitlikçi bir aile yapısı içinde büyüyen gençler ve çocuklar da daha özgüvenli ve sözü geçen konumuna gelmiştir.

Modern Türk ailesi, cinsiyet ve kuşak rollerinin zayıflamasıyla birlikte hoşgörü ve otorite dengesini kurma çabasıdadır. Maddi bağımlılıkları azalan aile duygusal açıdan değerlerine önem vermektedir. Aile içinde bakım, koruma, saygı ve yakınlık gibi değerler hâlâ büyük önem taşımaktadır. Aile içi boş zaman etkinliklerine katılım, bu tür duygusal bağların ve ilişkilerin pekiştirilmesinde önemli bir araç olarak görülmektedir (Zabriskie ve diğerleri, 2018).

Türkiye'de 'Aile Boş Zamanı' (family leisure) konusunda yapılan çalışmalara ulaşmak amacıyla TR Dizininde yapılan taramanın sonucunda konuyla doğrudan ilişkili olduğu değerlendirilen çalışmalar aşağıdaki tabloda listelenmiştir (Tablo 2).

Tablo 2: Türkiye’de Aile Boş Zamanı Konusunda Yapılan Çalışmalar (TR Dizin Tarama Sonucu) (2010-2023)

Başlık	Dergi Adı	Yıl	Yazar
1 Öğretmenlerin boş zaman katılımlarının iş-aile çatışmasına etkisi	Tourism and Recreation	2023	Ercan YAVUZ Muhammet VAPUR Süreyya Derya ATAY
2 COVID-19 Pandemisinden Algılanan Ciddiyet Düzeyinin Boş Zaman Faaliyetlerine Katılım, Algılanan Boş Zaman Memnuniyeti ve Öznel İyi Oluş Üzerindeki Koşullu Etkilerinin Tespiti	Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi	2022	Mutlu Yüksel AVCILAR, Mehmet Fatih AÇAR, Bahar KARACA
3 Changes in Lifestyle Advertising During and After COVID-19 Pandemic Period	İleti-ş-im	2022	İpek Krom, Mehmet Sinan TAM
4 COVID-19 Salgınının Çocukların Boş Zaman Etkinliklerinde Yarattığı Değişimin Ebeveyn Görüşleriyle Değerlendirilmesi	Gazi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi	2021	Fatih BEKTAŞ, Seçkin YILDIZ
5 Pandemi Sürecinde Ev: Gündelik Pratikler ve Yeni Kamusalığın Deneyimi	İdealkent	2021	Zemzem TAŞGÜZEN
6 COVID-19 Pandemisi Dönemindeki Ev İçi Boş Zaman Aktivitelerinin Dijital Yansıması	Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi	2021	Derya GÜL ÜNLÜ
7 Kop Bölgesi Üniversiteleri Turizm Fakültesi Öğrencilerinin Boş Zaman Faaliyetlerine Bakış Açılarının İncelenmesi	Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi	2020	Serdar BÜYÜKİPEKCI Sinan BÖLÜKBAŞ
8 Öğrencilerin Boş Zaman Aktivitelerine Yönelik Tutum Düzeylerinin Değerlendirilmesi	Turkish Studies	2020	Murat DENKEL Harun AYAR Cüneyt TAŞKIN İsa SAĞIROĞLU
9 Çocukların Aile Turizmdeki Deneyimleri: Erzurum Kenti Örneği	Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi	2020	Başak AYATLI, Nalan DEMİRÇİOĞLU YILDIZ, Ali Can KUZULUGİL, Nesrin Seda İSPİRLİ
10 Öğretmenlerde İş ve Aile Çatışmasının Yaşam Doyumu Üzerindeki Etkisinde İş Doyumunun Aracı Rolü	Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi	2019	Yusuf TÜRKER, Kazım ÇELİK
11 Lise Öğrencilerinin Boş Zaman Yönetimi Becerisinin İncelenmesi	Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi	2018	Anıl Kadir ERANIL Mehmet ÖZCAN
12 Tatilin Aile İçi Davranışlar Üzerindeki Etkisinin Demografik Değişkenler Açısından İncelenmesi: Doğu Karadeniz Bölgesi’nde Bir Araştırma	Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi	2015	Özge DEMİRBULAT GÜDÜ, Gencay SAATCI, Cevdet AVCIKURT
13 Üniversite öğrencilerinin boş zaman değerlendirme tercihleri: Çankırı Karatekin Üniversitesi örneği	Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi	2014	Hakan ARSLAN
14 Yerel yönetim bakış açısıyla etkinlik turizmi motivasyonlarının belirlenmesine yönelik bir araştırma	Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi	2013	Ayşe ÇELİK YETİM, Zeynep GÖÇMEN
15 Muğla Üniversitesi eğitim fakültesi ilköğretim bölümü öğrenci ailelerinin boş zaman faaliyetlerine katılım biçimlerinin belirlenmesi	Kastamonu Üniversitesi Kastamonu Eğitim Dergisi	2010	Süleyman CAN

Ulaşılan bu 15 adet çalışma aile boş zamanı araştırmalarına ailelerin boş zamanlarını nasıl geçirdikleri, bu süreçlerde hangi etkinliklere değer verdikleri ve bu etkinliklerin bireylerin psikolojik ve sosyal refahına etkileri açısından katkılar sunmaktadır. Ayrıca, aile dinamikleri, toplumsal yapı ve değişen sosyal normlar çerçevesinde de bulgular ortaya konulmuştur. Bazı araştırmalarda boş zamanların sosyal politika, kentsel planlama ve rekreasyon programlarına entegrasyonunun önemi de vurgulanmıştır.

Tabloda yer alan çalışmaların “Aile Boş Zamanları” açısından literatüre nasıl katkı sağladığını ifade edebilmek adına, tarama sonucunda ulaşılan yukarıdaki çalışmalardan birkaçının ayrıntılı incelemesine aşağıda yer verilmiştir.

1.Yıldız & Bektaş (2021) COVID-19 Salgınının Çocukların Boş Zaman Etkinliklerinde Yarattığı Değişimin Ebeveyn Görüşleriyle Değerlendirilmesi

Yıldız ve Bektaş tarafından yapılan araştırmada (2021), COVID-19 pandemisinin çocukların boş zaman etkinliklerinde yarattığı değişimin ebeveyn görüşleriyle değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Araştırma, nitel bir metodoloji kullanılarak, yarı

yapılandırılmış görüşme formu yazılı olarak 32 ebeveynden toplanarak ve içerik analizi yapılmıştır.

Araştırmanın pandemi sürecinde çocukların boş zaman etkinliklerinde yaşanan değişikliklerin ayrıntılı bir şekilde incelenmesi ve ebeveyn bakış açısının dahil edilmesi ile aile içi rekreasyon konusuna katkı sağladığı değerlendirilmektedir. Aile içi etkinliklerin ve ebeveyn desteğinin çocukların yaşadığı olumsuz etkileri azaltma potansiyeline sahip olduğu ve bu etkinliklerin çocuklar üzerinde olumlu etkilerinin olduğu vurgulanmıştır.

2.Krom ve Tam (2022) Changes in Lifestyle Advertising During and After COVID-19 Pandemic Period

Bu makale (Krom ve diğerleri, 2022), COVID-19 pandemi dönemi ve sonrasında yaşam tarzı reklamcılığının nasıl değiştiğini içerik analizi yöntemi kullanarak incelemeyi amaçlamıştır. Pandemi dönemi reklamlarında aile ilişkileri, evden çalışma, e-tüketim gibi yaşam tarzları ve umut, inanç, sağlıklı yaşam gibi mesajlar tüketicilere iletilmiştir. Post-pandemi döneminde ise aile ilişkileri, moda, evden çalışma, yalnızlık, e-sosyalleşme, e-tüketim, boş zaman aktiviteleri ve dijitalleşme gibi yaşam tarzları öne çıkmıştır. YouTube'da yer alan ve pandemi (13) ve post-pandemi (11) dönemlerini yansıtan toplam 24 reklam incelemeye katılmıştır.

Pandemi dönemi reklamlarında e-sosyalleşme, aile ilişkileri, evden çalışma gibi konuların yanı sıra umut, inanç ve sağlıklı yaşam mesajları öne çıkmıştır. Post-pandemi dönemi reklamlarında ise moda ve yalnızlık gibi yeni temalar görülmüş, ancak e-sosyalleşme ve evden çalışma gibi pandemi döneminden kalan yaşam tarzları da reklamlarda yer almaya devam etmiştir. Bu yönüyle çalışma, aile tüketici davranışlarının ve yaşam tarzlarının dönüşümüne ışık tutmaktadır.

3.Eranıl ve Özcan (2018) Lise Öğrencilerinin Boş Zaman Yönetimi Becerisinin İncelenmesi

Lise öğrencilerinin boş zaman yönetimi becerilerini cinsiyet, sınıf düzeyi, ders başarısı, aile ve arkadaşlarla iletişim düzeyi gibi değişkenlere göre incelemeyi amaçlayan bir diğer araştırmada (Eranıl ve diğerleri, 2018) Nevşehir'de öğrenim gören 408 lise öğrencisine "Boş Zaman Yönetimi" ölçeği uygulanmıştır. Derslerinde başarılı olan ve aile ile iletişim düzeyi yüksek olan öğrencilerin boş zaman yönetimi becerilerinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Bu çalışma, öğrencilerin boş zamanlarını daha etkili yönetebilmeleri için boş zaman yönetimi becerilerinin geliştirilmesine yönelik eğitimlerin ve aile ile okul iş birliğinin önemini vurgulamaktadır. Ailelerin ve öğretmenlerin, öğrencilerin boş zamanlarını daha verimli kullanmalarına yardımcı olacak stratejiler geliştirmesi ve uygulaması önerilmektedir ki bu da aile boş zaman araştırmalarına katkı sağlamıştır.

4.Çelik ve Göçmen (2013) Yerel Yönetim Bakış Açısıyla Etkinlik Turizmi Motivasyonlarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma

Yerel yönetimlerin bakış açısından yola çıkarak etkinlik turizmi motivasyonlarını belirlemeye yönelik bir araştırma yapmıştır (Çelik ve diğerleri, 2013). Araştırma, İzmir ilinde çeşitli etkinlikler düzenleyen yerel yönetim etkinlik organizasyonu çalışanları arasında gerçekleştirilmiş ve toplamda 105 katılımcıya ulaşılmıştır. Araştırmada kullanılan anket ile etkinliklere katılmayı motive eden faktörlerin belirlenmesi amaçlanmaktadır.

Katılımcıların etkinliklere katılımı teşvik eden temel motivasyonların sosyalleşme, aile birlikteliği ve yeni deneyimler, rutin hayattan kaçış ve eğlenme şeklinde sıralanabilecek dört ana faktör altında toplandığı sonucuna varılmıştır. Özellikle "Sosyalleşme" faktörü, etkinlik katılımcılarının bir araya gelerek ortak ilgi alanlarını paylaşma ve diğer katılımcılarla etkileşim kurma isteğini; "Aile Birlikteliği ve Yeni Deneyimler" faktörü, aile üyeleriyle kaliteli zaman geçirme ve yeni deneyimler edinme arzusunu ifade etmektedir. "Rutin Hayattan Kaçış" faktörü, günlük hayatın monotonluğundan kurtulma ve farklı bir atmosferin tadını çıkarma ihtiyacını; "Eğlenme" faktörü ise etkinlikler sırasında eğlenceli ve keyifli zaman geçirme isteğini vurgulamaktadır.

Yerel yönetimlerin etkinlik turizmi alanındaki organizasyonlarını planlarken, katılımcı motivasyon faktörlerini göz önünde bulundurduğunda etkinliklerden memnuniyete olumlu katkıda bulunabileceği belirtilmiştir. Etkinliklere katılımı teşvik ettiği belirtilen aile birlikteliği ve yeni deneyimler başlıklı motivasyon faktörü aracılığıyla, bu tür etkinliklerin aile üyeleri arasındaki bağları güçlendirmek yönünde katkı sağladığı, aile içi boş zamanları zenginleştirebildiği ve toplumsal bağları kuvvetlendirebileceği sonucuna varılabilmektedir. Bu açıdan aile boş zaman araştırmalarına katkı sağladığı değerlendirilmiştir.

5.Ünlü (2021) COVID-19 Pandemisi Dönemindeki Ev İçi Boş Zaman Aktivitelerinin Dijital Yansıması

Bu çalışma (Ünlü, 2021), COVID-19 pandemisi süresince ev içinde geçirilen boş zamanların dijital ortamda nasıl yansıtıldığını inceleyen bir araştırmadır. Pandemi döneminde alınan önlemler nedeniyle insanların günlük yaşamları önemli ölçüde değişmiştir. Bu süreçte dijital iletişim araçları, iş yapma, eğitim alma gibi birçok faaliyetin yanı sıra boş zaman aktiviteleri için de önemli bir rol üstlenmiştir. Araştırmada, dijital ortamda karşılaşılan çeşitli aktivite önerilerinden yararlanma biçimleri, kişisel boş zaman aktivitelerine ilişkin duyuruların diğer kullanıcılarla nasıl paylaşıldığı ve bu sürecin yeni bir sosyal eğilimi ortaya çıkarıp çıkarmadığı incelenmiştir.

Sosyal medyayı aktif olarak kullanan 20 katılımcıyla yarı yapılandırılmış yüz yüze derinlemesine görüşmeler yapılmış görüşmeler sonucunda, bireylerin boş zamanlarını değerlendirmek için yararlandıkları dijital ortam paylaşımlarının kendileri için bir aktivite haline geldiği, karşılaşılan paylaşımlar üzerinden kişisel boş zaman aktivitesine dair fikir edinildiği ve ev içi aktivite paylaşımlarının pandemi dönemine özgü bir paylaşım eğilimini beraberinde getirdiği ifade edilmiştir.

Bu çalışma COVID-19 pandemisinin, insanların boş zaman aktivitelerini ve bu aktivitelerin dijital ortamda nasıl yansıtıldığını önemli ölçüde değiştirdiğini göstermektedir. Dijital ortam, bireyler için hem boş zaman aktivitelerine ilişkin fikir alışverişinde bulunma hem de bu aktiviteleri duyurma ve paylaşma imkânı sunmuş, böylece yeni bir sosyal etkileşim ve paylaşım eğilimi ortaya çıkmıştır. Araştırma, pandemi döneminde ailelerin ve bireylerin boş zamanlarını nasıl değerlendirdiklerine ve bu süreçte dijital ortamın oynadığı rolü anlamak açısından değerli bilgiler sağlamaktadır. Ayrıca, ev içi boş zaman aktivitelerinin sosyal medyada nasıl bir etkileşim ve paylaşım ortamı yarattığına dair önemli gözlemler sunmaktadır.

COVID-19 ile Değişen Aile Boş Zamanı Davranışlarına İlişkin Pratik Uygulamalar

COVID-19 pandemisi dönemi, aile boş zamanına ilişkin çalışmalarda özellikle dikkate alınan bir zaman dilimi olmuş ve bu süreçte ailelerin boş zaman aktivitelerinde yaşadıkları dönüşüm de araştırmalara konu olmuştur.

Gidecek bir yerimiz olmadığında, hareketsiz kalma olasılığımız daha yüksektir, bu da fiziksel ve zihinsel sağlığımızı etkileyebilir. Aile üyeleri eskiden gittikleri yerlere gidemedikleri için, aile boş zamanlarının dengelenmesi zor olmuştur. Bu durum aynı zamanda aile eğlencesinin hiç bu kadar önemli olmadığını göstermektedir (Baker ve Thorp, 2021).

Araştırmalar, pandemi sırasında ailelerin boş zamanlarını ev içerisinde daha etkin ve yaratıcı yollarla değerlendirdiklerini göstermiştir. Bu dönemde serbest zaman aktivitelerindeki artış, aile üyeleri arasındaki etkileşimi ve bağları güçlendirmiştir. Ayrıca, çocuklar ve gençlerin rekreasyonel tercihleri ve boş zaman yönetimi becerileri üzerine yapılan çalışmalar, eğitim, cinsiyet ve sosyal etkileşim gibi faktörlerin bu tercihler üzerinde etkili olduğunu da ortaya koymuştur.

Aşağıda COVID-19 ile değişen aile boş zamanı davranışlarına ilişkin yapılan çalışmalara konu olan bazı pratik uygulamalara yer verilmiştir.

Kuşaklar Arası Farklılıklar ve Kültürel Değer Aktarımı

Pandemi sonrası yeni dönemde sanal da olsa aile ve arkadaşlar ile iletişim halindeyken, boş zaman önce zorunluluktan sonra tercihen daha ziyade evde geçirilmiştir. Böylece aile içi boş zaman yaşlılar, yetişkinler ve gençler için yeniden tanımlanmıştır.

Kuşaklar arası aile boş zaman faaliyetleri, pandeminin getirdiği olumsuz sonuçları azaltmakla beraber, zinde kalma durumunu da artırabilmektedir. Bununla birlikte, COVID-19 pandemisinin koşulları nesiller arası aile eğlencesini paradoksal şekillerde karmaşıklştırmıştır. Kısıtlamaların olduğu dönemde, nesiller arası aile eğlencesine katılım, bireysel korumacılık sebebiyle çelişkilere yol açmış nesiller arası gerilim ve yaş ayrımcılığı sorunlarını da beraberinde getirmiştir (Rogers-Jarrell ve diğerleri, 2021).

Dünya çapında günlük yaşamları ve eğlence arayışları bu dönemde önemli ölçüde değişmiştir. Bunu yaparken, çok kuşaklı ailelerin neden boş zaman etkinliklerine katıldıkları, bu etkinliklere kiminle, hangi etkinlikleri ve nerede yaptıklarına ilişkin olarak toplumda farkındalığı artırmıştır. Ancak çoklu kuşak yapısında farklı kuşaklardan bireylerin eğlence anlayış ve algılayışlarındaki farklılıklar da belirginleşmiş, görüş ayrılıkları boş zamanın değerlendirmesinde görünür hale gelmiştir. İnsanların kuşak farkı olan aile üyeleriyle boş zamanlarını nasıl ve ne kadar geçirdikleri sorusuna verilen yanıt karmaşıklaşmıştır. Aile içinde farklı nesiller arasında boş zamanlarından en fazla yararlanacak kişiler bazen kısıtlamaları deneyimleme ve engellerle karşılaşma olasılığı en yüksek olanlar olmuştur (Rogers-Jarrell ve diğerleri, 2021).

Türk toplumunda pandemi, ailelerin masal anlatma, kukla oynatma, Türk kahvesi, karagöz, çocuk oyunları vb. kültürel miras unsurlarının yeniden keşfedilmesi ve soyut olmayan kültürel miras unsurları olarak anılan bu kavramların aile içi etkinliklerde kullanılması için fırsatlar sunmuştur. Bu unsurların aile içi rekreasyonel etkinliklere

entegrasyonunun, aile içi iletişimi güçlendirdiğini, kuşaklar arası kültürel değer aktarımını kolaylaştırdığını ve mobil cihazlar ile internete olan bağımlılığı azalttığı ve kültürel mirasın yeniden üretilmesi ve sürdürülebilirliği açısından önemli bir potansiyele sahip olduğu belirtilmiştir (Erdem ve diğerleri, 2021).

Roberts'ın (2020) İngiltere'de kapanma döneminde boş zaman konusunda yaptığı araştırmada karantina süresince farklı yaş gruplarının zaman kullanımlarında farklılıklar ve benzerlikler görülmüştür (Tablo-3) Çalışma saatlerindeki düşüş en genç yaş grubunda daha belirgindir. 40 yaş altındakiler, ev işlerine daha fazla zaman ayırırken, bu durum 60 yaş üstündekiler için tersi şekilde cereyan etmiştir. Ancak, tüm yaş gruplarında formda kalmak için harcanan zaman artmıştır (Roberts, 2020).

Tablo 3: Yaş Gruplarına Göre Dakika Cinsinden ortalama Günlük Süreler

Yaş Grubu	39 ve altı		40-59		60 ve üzeri	
	2014/2015	Mart/Nisan 2020	2014/2015	Mart/Nisan 2020	2014/2015	Mart/Nisan 2020
Yürüyüş dahil seyahat ve ulaşım	91	19	94	18	62	14
Ev dışı çalışma	198	127	192	117	38	38
Evden çalışma	14	71	22	71	6	16
Çalışma	33	16	5	8	1	2
Formda kalma	21	25	16	22	18	23
Ücretsiz çocuk bakımı	49	59	25	37	17	2
Bahçıvanlık ve Kendin Yap Faaliyetleri	5	21	15	39	30	63
Ücretsiz ev işleri	109	118	153	153	191	167
Uyku ve dinlenme	539	562	520	542	541	548
Yeme ve içme dahil kişisel bakım	133	123	135	125	175	156
Eğlence, sosyalleşme ve diğer boş zamanlar (artık kategori)	240	286	257	295	351	397
Diğer	7	14	7	14	10	16

Dış Mekân Etkinliklerindeki Değişim

Covid-19 pandemi döneminde, günlük yaşamlarının odak noktası ev olan bireyler ve aileler, çoğu zaman farkında olmadan gerçekleştirdikleri günlük etkinlikleri mekânsal olarak evlerine taşımak zorunda kalmışlardır. Örneğin müze gezileri, sinema, konserler ve seyahatler, sanal ortamlarda ev içinde sunulur hale gelmiştir.

Bu faaliyetlerde, bireylerin yalnızlık hissiyle başa çıkabilmelerini sağlayan temel unsur, sosyal ve duygusal sağlığın güçlendirilmesidir. Hem bireysel hem de aile düzeyinde

zihinsel faaliyetler, öz farkındalığın geliştirilmesine katkıda bulunmuş ve bu sayede sosyal ve duygusal sağlığın korunmasına yardımcı olmuştur.

Yemek Pişirme

Aile boş zaman etkinlikleri kapsamında ev içi yaşamda öne çıkan en önemli etkinlik yemek pişirme olmuştur. Aileler menü planlamaları yapıp yeni lezzetleri evlerinde kendi aşçılıkları ile deneme fırsatı bulmuşlardır. Bu konuda Smith'in (2020) yaptığı çalışmaya göre yatan hasta ruh sağlığı programlarında ergoterapi bağlamında, yemek pişirmenin katılımcıların ruh ve beden sağlığı açısından eğlenceli ve faydalı bir aktivite olduğu ortaya konulmuştur.

Yemek pişirme eylemi, Covid-19 döneminde zamanı doldurma, bir günü değerlendirme açısından faydalı olmasının yanında kişilere başarı hissi de sağlamıştır. Birçok kişi için yemek pişirmek, boş zaman aktivitesi olmaktan ziyade, aileleri için günlük yemekler sağlamak amacıyla bir zorunluluk olsa bile bunu "terapötik" veya "rahatlatıcı" olarak deneyimlediklerini açıklamışlardır (Smith, 2020). Bu dönemdeki birçok haber makalesi, ev içi fırıncılığın popüleritesindeki yeniden canlanmanın, en azından kısmen, katılımcıların yaşadığı rahatlık ve stres azalmasından kaynaklandığını belirtmiştir. Büyük ölçüde, kendilerini, ailelerini ya da ev arkadaşlarını teslimat ya da paket yemek seçenekleri olmadan besleme zorunluluğu nedeniyle örneğin ekmek, sağlamış olduğu pratikliğinin yanı sıra erişilebilir ve boş zaman etkinliği olarak düşünülebilir bir seçenek olmuştur.

Yemeğin günlük yaşam içinde mekânsal olarak dışarıda yemekten ev içi yemeğe dönüşmesinin sosyal bir boyutu da bu yeni dönemde yemeklerin birer 'aile yemeği' şeklinde organize edilmesi başta çocuklar olmak üzere aile içi bireylerin kendilerini daha az izole ve birbirleriyle daha fazla bağlantılı hissetmelerine yardımcı olmaları suretiyle sosyal sağlığın korunmasına da katkı sağlamıştır.

Nostaljik bir bakış açısı ile bakıldığında yemek pişirme ve egzersiz gibi diğer "evde" boş zaman etkinlikleri de ister aile bağlarını güçlendirme yönünde, isterse de egzersiz yapma durumunda, eski ve genç benliklerimizi yeniden yakalamaya çalışma girişiminde bulunarak nostaljik bir biçime sahip olabilmektedir (Gammon ve Ramshaw, 2020).

Seyahatler

Modern toplumda bireylerin öz farkındalığını inşa ettiği ve bireysel konumlarını belirlediği bir diğer önemli etkinlik de seyahatlerdir. Bireyler Covid-19 pandemi dönemi

öncesindeki iş ve aile yaşam koşulları sebebiyle gerek turistik gerekse de rutin seyahatlerini zihinsel bir rahatlama ve öz farkındalığı artırma faaliyeti olarak görmekteydiler. Kısıtlı yaşam koşulları, seyahatlerin, bireyin sosyal ve psikolojik durumuna göre bakış açılarını değiştirmiştir.

Pandemi sırasındaki boş zaman kısıtlamalarının çağrışımları; kişisel sağlık endişelerini, ekonomik gelir üzerindeki şoku, azaltılmış seyahat özgürlüğünü ve salgın önleme ile ilişkili rahatsızlıkları içermektedir. Azaltılmış seyahat özgürlüğü, katılım niyetleri üzerinde en etkili faktör olarak ortaya çıkmıştır (Li ve diğerleri, 2022).

Pandemi kapsamındaki sosyo-psikolojik öncüllerinin potansiyel turistlerin kaygılarını ve zihinsel refahlarını önemli ölçüde etkilemekte seyahat motivasyonu üzerinde önemli bir katkı sağlamaktadır. Zihinsel refahın artması ve kaygı seviyesinin düşürülmesi için ve COVID-19'un neden olduğu küresel krizle mücadelede hem ulusal hem de uluslararası düzeyde yüksek standartlar sağlamak için dünya çapında sağlıklı turizm sertifikalandırmaları gerçekleştirilmiştir (Çolakoğlu ve diğerleri, 2021).

Seyahat kısıtlamalarına yönelik Jacobsen vd. (2021) çalışmalarının bulgularına göre, Paskalya dönemlerinde gereklilik olarak görülen rutin seyahatler, Covid-19 salgın döneminde uygulanan seyahat kısıtlamaları nedeniyle Norveç'te acil ve istemsiz değişikliklere yol açmıştır. Çoğu insan hayal kırıklığı, can sıkıntısı ve özgürlük kısıtlaması yaşarken, diğer kesim aynı anda durumdan en iyi şekilde yararlanma yolunu seçmiştir. Hatta bu durum şerrin içindeki hayır olarak nitelendirilerek, evde bulunan süre zarfında daha güçlü aile içi ilişkilerde bulunma ve yerel eğlence faaliyetlerinin keşfi gibi aktiviteler ile stresin azaltılmasında ön plana çıkmıştır.

Kentsel yönetim ve (dış mekân) rekreasyon politikası perspektiflerinden bakıldığında, COVID-19 sonrası yeniden yapılanmada yerel ve bölgesel tatil yapmanın olumlu yönleri ön plana çıkartılması ve bu dönemde yerel çevre, seyahat ve eğlence olanaklarının aileler tarafından daha çok takdir edilmekte olduğundan yerel eğlence fırsatlarının ve yerel farkındalığın artırılmasının da uygun olacağı değerlendirilmiştir.

Spor ve Egzersizler

Spor ve fiziksel aktiviteler modern dönemde iş ve ev arasına sıkışan bireylerin en büyük sorun alanlarından biridir. Bu faaliyetlerden uzak bir günlük rutine sahip bireyler gerek kişisel sağlıklarını gerekse de toplum sağlığını tehdit eder bir noktaya gelmiştir. Covid-19 pandemi dönemi ise bireylerin bu alanda daha aktif bir görüntü çizmelerine vesile

olmuştur.

Covid-19 pandemi dönemi mekânsal kısıtlamalarla başladığında bireyler ve aileler başlangıçta ev içi faaliyetlerini kişisel alanlarıyla sınırlasa da zaman geçtikçe aile üyeleriyle birlikte vakit geçirme ihtiyacı ve gerekliliği görünür hale gelmiştir. Bu kapsamda yürütülen en önemli faaliyetlerden birisi de spor ve egzersizlerdir.

Covid-19 pandemi döneminde spor ve egzersizlerin niteliği özellikle çocuk ve genç aile üyeleri için önemli bir değişikliği beraberinde getirmiştir. Çocuk ve gençlerin okul ve okul dışı arkadaş ortamlarında özellikle rekabetçi spor etkinliklerine yöneldikleri bir vakıdır. Rekabetçi sporlar bireylerin zihinsel gelişiminde ve sosyal çevresine uyumunda olumlu bir etkiye sahiptir. Bununla birlikte ders dışı etkinlikleri de bu bağlamda değerlendirmek mümkündür. Covid-19 pandemi döneminde her iki sosyal etkinlik alanı da yapısal değişikliklere uğramıştır. Bu dönem itibariyle çocuk ve gençlerin bireysel olarak ya da ailenin diğer üyeleriyle birlikte inşa ettikleri etkinlikler öne çıkmıştır. Çocuk ve gençlerin fiziksel, bilişsel, sosyal ve duygusal açıdan yaşayabilecekleri boşluklar doğa oyunları ve önceden yapılandırılmamış faaliyetlerle bertaraf edilmiştir. Özellikle yapılandırılmamış oyunların bütün aile için ortak bir aile eğlencesini yeniden keşfetmelerine imkân sağlaması bağlamında önem arz etmektedir.

Farklı fiziksel aktivite türlerinin pandemi sırasında gençlerin ruh sağlığı ve refahı üzerinde de yararlı etkileri olduğu gözlenmiştir. Trussel ve Ruth (2021) ailenin spor ve boş zaman aracılığıyla toplumsal değişimin araçları olarak incelenmesi gerektiğini, pandemi sonrasında ailelerin, spor ve boş zaman etkinlikleri liderleri olarak yeniden düşünülmesinin yerinde olduğunu değerlendirmişlerdir.

Müzik ve Sanat

Müzik ve sanat insanlığın ilk anından itibaren bireylerin günlük yaşamlarına eşlik etmiş, belirli bir kültür inşasının başat ögesi olmuşlardır. Müzik ve sanat bu anlamda insan yaşamının ayrılmaz birer parçasıdır. Müzik ve sanat bireylerin bir araya gelerek sosyal bir bilinci inşa ettikleri ve paylaştıkları birer platform niteliğindedir. İnsanları festivallere ya da konserlere katılmaya; gündelik hayattan kaçış, sosyalleşme ve aile birlikteliği motive etmektedir (Jepson, 2019).

Müziğin pandeminin ilk dalgasından etkilenen insanlar için günlük yaşamda; müzik, ruh hali ve duyguların yönetiminde artan bir rol oynamıştır. Farklı insanlar, ruh hali düzenlemesi için müzik dinlerken; bilinçli düşüncüyü yönetmeye odaklanan kullanımlar

ile enerji ve uyarılmayı yönetmeye odaklanan kullanımlar da artmıştır (Carlson ve diğerleri, 2021).

COVID-19 pandemi döneminde karantina ve sosyal izolasyon uygulamalarına tabi olan bireyler müzik ve sanata dair anılara başvurma yolunu tercih etmiştir. Bu anıların sadece birer boş vakit geçirme etkinliği, geçmiş beğenilerini tekrar yaşama arayışı olarak değil, aynı zamanda bu nostaljinin temsil ve/veya işaret ettiği sosyal gerçekliğe de bir atıf olduğu düşünülmektedir. Diğer bir ifadeyle nostaljinin tekrarı onun geçmiş güzel günlerle bir bağ olarak işlev görebilmesinden güç bulmaktadır. Nitekim nostaljiye dayalı boş zamanın rolü ele alındığında, zorunlu sokağa çıkma kısıtlamaları ve sosyal mesafe kuralı çeşitli medya kanallarını geçmişten ünlü spor müsabakalarını, klasik filmleri ve unutulmaz konserleri tekrar gösterime almaya yönlendirmiştir.

Nostalji, tüm yaş grupları için tecrit, korku ve genel özgürlük kaybıyla birincil başa çıkma mekanizmalarından biri haline gelmiştir. Pandemi bu anlamda yeni bir sosyal bağ ve topluluk duygusu yaratmıştır (Gammon ve Ramshaw, 2020).

Bunula birlikte aileler boş zaman etkinlikleri bağlamında sanatsal faaliyetlerde bulunmuşlar. Çocuklar ve aile bireylerinin beraberce resim, el sanatları gibi etkinlikleri de rutinleştirdikleri gözlenmiştir. Bu alanda yapılan çalışmaların sanal ortamlarda sergilenmesi, paylaşılması ve beğeni alması da kişisel motivasyonu arttırmıştır.

Oyun/Video Oyunları

Pandemi kısıtlamaları döneminde zorunda olmadıkça dışarı çıkılmaması gerekliliği, evde boş zamanlarda oynanabilecek rekreatif oyunlar bağlamında medya içerik üreticilerinin pek çok yeni oyun tasarlaması ve sunmasına vesile olmuştur.

Arundell vd. (2021) tarafından yapılan çalışmada, Covid-19 kısıtlamalarının, ebeveynlerin ve çocukların ekran başında geçirdikleri zamanı önemli ölçüde etkilediği gözlemlenmiştir. Gerek eğitim ve iş amaçlı, gerekse de arkadaşlar ve aile ile sosyal iletişim için 'sosyal ekran' süresi oldukça artmıştır. Öte yandan, aile bireylerinin boş zamanlarında eğlence için pandemi öncesine göre ekran başında (bilgisayar/dizüstü bilgisayar ve tablet/akıllı telefon, TV/video/DVD'ler ve oyun konsolları) geçirdikleri sürede önemli bir değişiklik olmamıştır.

Sosyal Aktiviteler

Aile toplantılarına katılma, hobi/oyun kulüplerine katılma, dini aktivitelere katılma vb. olarak sınıflandırılan (Metin ve diğerleri, 2017) sosyal aktivitelerin pandemi dönemindeki

değişimi tüm bu kulüplerin online toplantılarına katılım ve bireylerin karşılıklı etkileşimi şeklinde gerçekleşmiştir.

Pandemi döneminde evden çalışanlar, kısa molalarda ve mesai saatlerinden sonra sevdikleriyle kısıtlı mekanlarda vakit geçirmiş, aynı zamanda çevirim içi bağlantılar ile daha önce daha az iletişimde oldukları kişiler ile iletişime geçmişlerdir. Bu kapsamda sevdikleriyle birlikte yaşayanlar, kahve molalarında, öğle ve akşam yemeklerinde ve mesai sonrası saatlerde onlarla bağ kurmayı farklı şekillerde gerçekleştirmişlerdir. Uzaktan çalışanların birlikte yaşadıkları aile bireyleri ile molalarda kahve – çay eşliğinde sohbet etmeleri veya ayrı yaşayan aile bireylerinin beraber olmak için uzaktan bağlantı ile online arkadaş, aile sohbetlerini gerçekleştirmeleri (Caringal-Go ve diğerleri, 2022) sosyal aktivitelerin pandemi dönemindeki değişimlerini yansıtırken, tombala vb. grup oyunlarının da online olarak oynanması, resim yapmak için gruplar şeklinde toplantılara katılmak da bu aktivitelerdendir.

Bu anlamda şaşırtıcı olmayan bir şekilde, oyun, medya akış hizmetleri (Netflix gibi), sosyal medya ve sanal konferans teknolojisi (Zoom gibi) de dahil olmak üzere teknolojik araçlar, birçok eğlence biçiminin aracı haline gelmiştir. Belki daha şaşırtıcı olan; eski filmleri ve şovları, geçmişteki spor karşılaşmalarını ve yarışmalarını izlemek ve anıları paylaşmak, bunları paylaşmak içinse arkadaşlar ve aile ile bağlantı kurmak dahil olmak üzere bu nostaljinin, boş zaman tüketiminin birincil biçimlerinden biri haline gelmesidir (Gammon, ve Ramshaw, 2020).

5. Sonuç ve Öneriler

Bu çalışma, Türkiye'de aile boş zamanı araştırmalarına bütüncül bir bakış açısı getirerek, gelecekte yapılacak çalışmalara ışık tutmayı amaçlamaktadır. Aile ve boş zaman ilişkisi ile aile boş zamanının kavramsal çerçevesi incelenmiş ve literatüre olan katkısı değerlendirilmiştir. "Aile Boş Zamanı" konusunda Türkiye'de yapılan katkıları belirlemek ve mevcut durumu ortaya koymak amacıyla, belirlenen anahtar kelimeler yardımıyla yapılan araştırmalar, sistematik derleme yöntemi ile listelenmiştir. COVID-19'un getirdiği değişimler göz önüne alındığında, aile boş zaman davranışları ve rekreasyonel etkinliklerdeki değişim, ailelerin günlük yaşantısına nasıl yansıdığına dair pratik uygulamalar da ele alınmıştır.

Aile boş zamanı araştırmaları hem bireysel hem de toplumsal refah için önemli bir yere sahiptir ve ülkemizde bu alanda daha fazla araştırma yapılması büyük önem taşımaktadır.

Pandemi dönemi, toplumsal ve bireysel yaşam üzerinde derin etkiler bırakmış; halk sağlığı önlemleriyle birlikte, özellikle yaşlılar ve gençler arasında stres, endişe, yalnızlık ve izolasyon riskleri artmıştır. Bu durum, yaşa dayalı ayrımcılık ve kuşaklar arası gerilimleri de pekiştirmiştir. Aile yaşamının temel taşları olan bu faktörler, insanların COVID-19 ile yaşamayı öğrendikçe ve pandeminin boş zaman ve aile yaşamı üzerindeki etkilerini kavradıkça daha da önem kazanmaktadır. Aile boş zamanını şekillendirecek stratejiler, bireysel çabalar ve adaptasyon süreçleriyle gelişecek ve yeni normale uyum sağlanacaktır.

Pandemi ve teknolojinin gelişmesi ile ev içi faaliyetlerin içeriği ve bireysel anlamları dönüşüm geçirmiştir. Bu faaliyetler bir yandan bireyleri yalnızlığa iten diğer yandan da aile üyeleriyle daha fazla zaman geçirme imkânı sunan yeni bir sosyalleşme platformu işlevi görmüştür. Bu dönüşüm, toplumsal yapımızı yeni bir sosyal düzene taşımış, kişisel yaşam perspektiflerini değiştirmiş ve aileyle birlikte geçirilen zamanı ve rekreasyonel etkinlikleri yeni bir şekle büründürmüştür. Bu dönüşümlerin gelecekte aile boş zamanı ve rekreasyon alanında yapılacak çalışmalara zemin hazırladığı değerlendirilmektedir.

Zorunlu eve kapanma döneminin de etkisiyle ev içi rekreasyonuna yönelim artmış, aileler sağlık açısından korumacı bir yaklaşım ile riskin az olduğu alanlara yönelmişlerdir. Bu konuda yapılan çalışmaların uluslararası düzeyde mevcudiyeti, değişimin evrensel boyutunu açıklamaktadır.

Kaynakça

- Agate, J., Zabriskie, R., Agate, S. T., & Poff, R. (2009). Family Leisure Satisfaction and Satisfaction with Family Life. *Journal of Leisure Research*, 205-223.
- Andreja, B.-Z., Merkas, M., & Sverko, I. (2011, May). Quality of Life and Leisure Activities: How Do Leisure Activities Contribute to Subjective Well-Being? *Social Indicators Research*, 102(1), 81-91. www.eric.ed.gov: <https://eric.ed.gov/?id=EJ919972> adresinden alındı
- Arundell, L., Veitch, J., Sahlqvist, S., Uddin, R., Ridgers, N., Salmon, J. & Parker, K. (2021). Changes in Families' Leisure, Educational/Work and Social Screen Time Behaviours before and during COVID-19 in Australia: Findings from the Our Life at Home Study. *Int. J. Environ. Res. Public Health* (18).
- Baker, K., & Thorp, K. (2021). Family Leisure Planning and Covid-19. *Temple University Collaborative on Community Inclusion of Individuals wiith Psychiatric Disabilities*.
- Britannica, T. (2017, Aralık 15). "Family". Encyclopedia Britannica. 03 19, 2021 tarihinde <https://www.britannica.com/topic/family-kinship> adresinden alındı
- Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Demirel, F., Karadeniz, Ş., Ş., & Karadeniz, Ş.

- (2014). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Pegem Akademi.
- Caringal-Go, J., Teng-Calleja, M., Bertulfo, D., & Manaois, J. (2022). Work-life balance crafting during COVID-19: exploring strategies of telecommuting employees exploring in the Philippines. *Community, Work & Family*, 25(1), 112-131.
- Carlson, Wilson, Baltazar, Duman, Peltola, & Saarikallio. (2021). The Role of Music in Everyday Life During the First Wave of the Coronavirus Pandemic: A Mixed-Methods Exploratory Study. *Front. Psychol.*
- Collins, D., Jordan, C., & Coleman, H. (2010). *An Introduction to Family Social Work*. Brooks/Cole Cengage Learning.
- Corpuz, J. (2021, June). Adapting to the culture of 'new normal': an emerging response to COVID-19. *Journal of Public Health*, 43(2), e344-e345.
- Çolakoğlu, Ü., Yurcu, G., & Avşar, M. (2021). Social isolation, anxiety, mental well-being and push travel motivation: the case of COVID-19 in Turkey. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 26(11), 1173-1188. doi:10.1080/10941665.2021.1981415
- Gammon, S., & Ramshaw, G. (2020). Distancing from the Present: Nostalgia and Leisure in Lockdown. *Leisure Sciences*, 131-137.
- Glenn, N., & Weaver, C. (1981). The Contribution of Marital Happiness to Global Happiness. *Journal of Marriage and Family*, 43(1), 161-168.
- Grabowska, J. (2019). Recreational Space -Forms, Transformations and Innovative Trends in Development. 7-16.
- Hanner. (2022). *Life after COVID-19: road to recovery in the new normal*. www.hanner.com
- Jacobsen, J., Farstad, E., Higham, J., Hopkins, D., & Landa-Mata, I. (2021). Travel discontinuities, enforced holidaying-at-home and alternative leisure travel futures after COVID-19. *Tourism Geographies*.
- Jepson, A. S. (2019). Making positive family memories together and improving quality-of-life through thick sociality and bonding at local community festivals and events. *Tourism Management*, 34-50.
- Junová, I. (2020). Leisure Time in Family Life. *Contemporary Family Lifestyles in Central and Western Europe*. Springer, Cham.
- Karaküçük, S., & Akgül, B. M. (2016). *Ekorekreasyon, Rekreasyon ve Çevre*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Lashua, B., Johnson, C. W, C., & Parry, D. (2020). Leisure in the time of coronavirus: A rapid response special. *Leisure Sciences*, 1-6.
- Li, X., Liu, J., Su, X., Xiao, Y., & Changbin, X. (2022). Exploration of Leisure Constraints Perception in the Context of a Pandemic: An Empirical Study of the Macau Light Festival. *Frontiers in Psychology*.
- Lietz, P., Dix, K., Tarabashkina, L., O'Grady, E., & Ahmed, S. (2020). Family fun: a vital ingredient of early adolescents having a good life. *Journal of Family Studies*, 26:3,

459-476. doi:10.1080/13229400.2017.1418410

- Melton, K., & Zabriskie, R. (2016). In the pursuit of happiness all family leisure is not equal. *World Leisure Journal*, 311-326.
- Metin, T. C., Katırcı, H., Sarıçam, S., & Çabuk, A. (2017). Rekreasyon Aktivite Türleri ve Rekreasyon Aktivitelerinin Kategorleştirilmesine İlişkin Bir Envanter Çalışması. *Journal of Social Sciences*, 547-561.
- Mukherjee, U. (2020). Rainbows, Teddy Bears and ‘Others’: The Cultural Politics of Children’s Leisure Amidst the COVID-19 Pandemic. *Leisure Sciences*, 24-30.
- Roberts, K. (2020). Locked down leisure in Britain. *Leisure Studies*, 39(5), 617-628. doi:10.1080/02614367.2020.1791937
- Rogers-Jarrell, T., & Meisner, B. (2021). Exploring older adults’ lived experiences of COVID-19: A narrative inquiry study. *Innovation in Aging*, 5(1), 882.
- Ruiz, R., Emeterio, M., Ocon, M., & Arazuri, E. (2019). Family Leisure, Self-Management, and Satisfaction in Spanish Youth. *Front. Psychol.*
- Schwaba, K., & Dustin, D. (2015). Towards a model of optimal family leisure. *Annals of Leisure Research*, 18(2), 180-204. <https://doi.org/10.1080/11745398.2015.1007881> adresinden alındı
- Shaw, S. M. (1997). Controversies and contradictions in family leisure: An analysis of conflicting paradigms. *Journal of Leisure Research*, 29(1), 98-112.
- Sivan, A. (2020). Reflection on leisure during COVID-19. *World Leisure Journal*, 296-299.
- Smith, G. (2020). By Bread Alone: Baking as Leisure, Performance, Sustenance, During the COVID-19 Crisis. *Leisure Sciences*, 36-42.
- Szczęśniak, M. (2020). Family Functioning and Life Satisfaction: The Mediator Role of Emotional Intelligence. *Psychology research and behavior management*, 13, 223–232.
- Tarhan, N. (2021). Gelenekten Modernizme Ailede Yeni Doğrular. *Disiplinlerarası Yaklaşımla Aile, Aile Kongresi Bildiriler Kitabı* (s. 72-79). Ankara: Semih Ofset.
- Trussel, D., & Jeanes, R. (2021). *Families, Sport, Leisure and Social Justice*. London: Routledge.
- Türer, C. (2021). Bütünden Parçaya Bakmak : Toplumdan Aileye. *Disiplinler arası Yaklaşım ile Aile Kongresi Bildiriler Kitabı*, (s. 369-382). Ankara.
- Walton, K. M. (2019). Leisure Time and family functioning in families living with autism spectrum disorder. *Autism : the international journal of research and practice*, 23(6), 1384–1397.
- Zabriskie, R., & McCormick, B. (2001). The Influences of Family Leisure Patterns on Perceptions of Family Functioning. *Family Relations*, 50(3), 281-289.

Etik Kurul İzni

Makalede etik kurul onayı veya yasal/özel izin gerektiren herhangi bir durum

bulunmamaktadır.

Katkı Oranı Beyanı

1.Yazar: %50

2.Yazar: %50

Çıkar Çatışması Beyanı

Çalışmanın yazarlar arasında veya herhangi bir kurum kuruluş ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.