



Trakya Bölge Halkının Destinasyon Yönelimlerindeki Rekreatif Etkinlik Tercihlerinin Demografik Değişkenler Açısından İncelenmesi (A Research in Point of Demographic Variables in Terms of Recreational Activity Preferences in Destination Orientations of Trakya Region Residents)

*İlke BAŞARANGİL^a, Mustafa Cevdet ALTUNEL^a, Cemre TOKATLI^b

^a Kırklareli University, Faculty of Tourism, Kayalı Campus, Kırklareli /Turkey

^b Kırklareli University, Institute of Social Sciences, The Department of Tourism Management, Graduate Student, Kırklareli /Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim

Tarihi:25.08.2016

Kabul Tarihi:22.12.2016

Anahtar Kelimeler

Destinasyon

Destinasyon çekim unsurları

Rekreatif

Rekreatif aktiviteler

Keywords

Destination

Destination attractiveness

Elements

Recreation

Recreational activities

Öz

Bu araştırma, Trakya Bölge (Edirne, Kırklareli ve Tekirdağ İlleri) halkının destinasyon yönelimlerindeki rekreatif etkinlik tercihlerinin demografik değişkenler açısından incelenmesini amaçlamaktadır. Veriler, anket yöntemi ile toplanmıştır. Verilerin analizinde SPSS 22.0 paket programı kullanılmıştır. Kota örnekleme tekniği ile toplamda 390 kişiye yüz yüze görüşme yoluyla ulaşılarak anket formları toplanmıştır. Verilerin analiz aşamasında nicel araştırma yöntemlerinden tanımlayıcı istatistikler, T-Testi ve ANOVA analizleri kullanılmıştır. T-Testi ve ANOVA analizi sonuçlarına göre cinsiyet, medeni durum, yaş, gelir ve meslek değişkenleri açısından rekreatif etkinlikler açısından anlamlı bir farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Aksine eğitim durum değişkeni ise rekreatif etkinlikler açısından anlamlı bir farklılık göstermemektedir.

Abstract

This research aims to investigate in point of demographic variables in terms of recreational activity preferences in destination orientations of Trakya region residents. Data were collected through questionnaires. In the analysis of data was used SPSS 22.0 software package. The questionnaires were collected from 390 people through face to face interviews using quotas sampling. Descriptive statistics, T-test and ANOVA analysis from the quantitative research methods were applied in the data analysis process. According to the results of T-Test and ANOVA analysis, it has been determined to have a significant difference in recreational activities in terms of gender, marital status, age, income and job variables. On the contrary, educational status variable doesn't have a significant difference in terms of recreational activities.

* Sorumlu Yazar.

E-posta: ilkekaya33@hotmail.com (İ. BAŞARANGİL)

GİRİŞ

Trakya Bölgesi olarak Edirne, Tekirdağ ve Kırklareli İlleri hem Bulgaristan, Makedonya, Yunanistan, İtalya vb. diğer yurtdışı ülkelerden hem de İstanbul gibi metropol bir kentten gelen ziyaretçiler için önemli bir destinasyondur. Fakat bölgenin henüz yeterince değerlendirilememiş önemli turistik çekicilikleri bulunmaktadır. Turistik bir destinasyonun asıl varoluş nedeni sahip olduğu çekiciliklerdir. Bu çekiciliklere sahip olmayan bir destinasyonun var olması, tanınması ve gelişmesini beklemek mümkün değildir. Destinasyonlar, sahip oldukları doğal, tarihi ve kültürel çekiciliklerin yanı sıra özel olaylar, çeşitli aktiviteler, ulaşılabilirlik, alt ve üst yapı olanakları ile sağladığı rekreasyonel imkânlar sayesinde pek çok ziyaretçiyi kendilerine çekmektedir. Bu çekicilikler, doğal oluşumlu yapılar ya da sonradan insan yapımı olabilmektedir.

Pek çok destinasyon, daha fazla turizm talebi yaratmak, gelecek ziyaretçilere farklı deneyimler yaşatmak, daha fazla gelir elde etmek, destinasyon imajı ve markasını güçlendirmek gibi amaçlarla etkinlikler düzenlemekte ya da düzenlenen rekreasyonel etkinlikleri geliştirmektedir. Etkinlik turizmi, birçok turistik destinasyona ve şehre sağladığı kazanımlarla, destinasyonlara yönelim sağlayan bir turizm çeşidi haline gelmiştir (Can, 2015, s.14). Etkinlik kaynakları, her destinasyonun kendine ait bir takım özelliklerinin olmasının yanı sıra çok amaçlı turist/boş zaman çekicilikleri ve olanakları olarak tanımlanmaktadır. Etkinlik kaynakları, bahçeler ve bazı parklar ile temalı parklar, eğlence merkezleri, hayvanat bahçeleri, akvaryumları vb. içermektedir. Rekreasyonel etkinlik kaynakları, spor, boş zaman etkinlikleri, alışveriş ya da iş amaçlı etkinlikler ile destinasyonlara ait özellikleri kapsamaktadır (Yüksek, 2014, s.24).

Ziyaretçilerin destinasyon yönelimlerinde rekreasyonel etkinliklere verdikleri göreceli önemin belirlenmesi, rekreasyonel etkinliklere yönelik pazarlama stratejilerinin geliştirilmesi, imaj ve markalaşma yolunda adımlar atılması destinasyon yönetim örgütlerinin önemli görevlerindedir. Destinasyonlara yönelik geliştirilecek pazarlama çabaları sayesinde tanınırlık, ziyaretçi sayısında artış, ekonomik büyüme, istihdam vb. gelişmeler de beraberinde gelecektir. Bu gerekçelerden dolayı Trakya Bölge (Edirne, Kırklareli ve Tekirdağ İlleri) halkının destinasyon yönelimindeki rekreasyonel etkinlik tercihlerinin demografik değişkenler açısından ortaya konulması çalışmanın ana amacını oluşturmaktadır. Çalışmanın bölgede rekreasyonel etkinlikler kapsamında yapılacak araştırmalara bir başlangıç sunacağı ileri sürülebilir. Bu etkinliklerin ve imkanların ortaya çıkarılarak turizmde sektör liderleri ve pazarlama yöneticileri ile destinasyon yönetim örgütlerinin bu kapsamda yeni planlamalar ve pazarlama stratejileri geliştirebileceklerdir.

DESTİNASYON YÖNELİMLERİNDE REKREASYONEL ETKİNLİKLERİN ROLÜ

Destinasyonlara ziyaretçi çekme faktörü olarak bilinen destinasyon çekim unsurları, her destinasyon için kendine özgüdür. Küresel pazarda rekabet edebilmenin ve başarılı olabilmenin yolu, destinasyon kaynaklarının çok iyi araştırılması, destinasyonun sahip olduğu özelliklerin tespit edilmesi ve hangi çekicilik unsurlarının ziyaretçiler tarafından daha fazla yönelim sağladığının araştırılmasından geçmektedir. Bunların yanı sıra destinasyon imajı ve destinasyon markası yaratılması, reklam ve tanıtım gibi stratejiler de son derece önemlidir.

Endüstri Devrimi sonrasında insanların çalışma saatlerinde yaşanan azalış ile birlikte turizm daha fazla gelişmeye başlamıştır. Önceleri 12-14 saatlik günlük çalışma süreleri, 8 saatlik günlük çalışma sürelerine

dönüşmüştür. Kazanılan bu 8 saatlik çalışma ve yıllık ücretli izin süreleri insanların boş zamanlarını daha fazla artırmış ve turizmin gelişiminde etkili rol almıştır (Kozak vd., 2014: 31-32). Boş zamanlarında insanlar, yaşadıkları mekânlardan uzaklaşmak, dinlenmek, gezmek, yeni yerler keşfetmek, heyecan duymak, farklı yaşantılar görmek gibi değişik amaçlarla açık veya kapalı alanlarda, pasif-aktif şekilde şehir içi veya kırsal alanlarda, çeşitli destinasyonlarda etkinliklere dâhil olmaktadır. Bu etkinliklere kısaca rekreasyon adı verilmektedir (Hacıoğlu vd., 2015, s.30). Rekreasyon, bireylerin uyuma, yeme-içme ve tüm fizyolojik ihtiyaçlara bağlı yapılması zorunlu eylemlerin dışında fiziki ve ruhsal yenilenme için yapılan tüm etken, edilgen ve ettirgen faaliyetlerdir (Gül, 2014, s.11). Diğer bir ifade ile rekreasyon, doyum sağlayıcı, eğlendirici boş zaman değerlendirme etkinlikleridir (Hazar, 2014, s. 35). Son zamanlarda rekreasyon talebinde artış yaşandığı gözlenmektedir. Bunun nedenleri arasında boş zamanın artışı, gelir düzeyindeki artış, teknolojik gelişmeler, kentleşme, nüfusun değişimi, reklam ve tutundurma çabaları, eğitim ve kültür seviyesindeki gelişmeler, değer yargılarının ve yaşam biçimlerinde yaşanan farklılıklar, rekreasyon, çevre ve sağlık bilincinin artması gelmektedir (Argan, 2007: 30-33). İnsanların yoğun çalışma saatleri içerisinde stres biriktirmeleri, iş dışında kalan zamanlarda bu stresi boşaltacak yerler ya da destinasyonlar aramalarına yol açmıştır (Türkay, 2014: 349). Hazar (2014, s. 36-48), rekreasyon çeşitlerini etkinliklere katılım şekline göre (aktif, pasif), mekânsal açıdan (açık alan, kapalı alan), katılımcıların milliyetlerine göre (ulusal, uluslararası), katılımcıların yaşlarına göre (çocuk, gençlik, yetişkin, üçüncü yaş), katılımcıların sayısına göre (bireysel, grup), fonksiyonel açıdan (ticari, estetik, sosyal, sağlık, fiziksel, sanatsal, kültürel ve turistik), yerel sınıflamaya göre (kentsel, kırsal), yaşam biçimi açısından (alışılmış ve alışılmamış yaşam rekreasyonu) olarak sınıflandırmaktadır. Turizm destinasyonlarında gerçekleştirilen rekreatif etkinliklere katılımın gerçekleştiği mekânlar olarak temalı parklar, botanik ve hayvanat bahçeleri, alışveriş festivalleri için AVM'ler, festival ve konser alanları, spor etkinliklerinin gerçekleştiği açık ve kapalı tesisler vb. pek çok ziyaretçiye destinasyonda yenilenme, eğlenme ve hoşça vakit geçirme fırsatı sağlamakta ve ziyaretçiler bu mekânlarda farklı deneyimler yaşamaktadırlar. Turizm sektöründe rekreasyonel ürünler arasında, kumarhane, oyun salonları, sokak gösterileri, sirkler, gece kulübü, bar ve diskolar, kültür faaliyetleri haricindeki sahne gösterileri ve performansları; lunaparklar, hayvanat bahçeleri, temalı parklar, spor karşılaşmaları ve ziyaretçiler tarafından gerçekleştirilen sportif faaliyetler gelmektedir. Bu ürünlerin çoğunluğunun turistlere yönelik geliştirilmediğini, ele alınan destinasyonun yapısına göre yerel halkın ve günübirlikçiler gibi farklı ziyaretçileri de çekme özelliğine sahiptir (Aktaş, 2014: 210). Günümüzde rekreasyon imkanlarının gelişmesi ile birlikte artan rekreasyonel aktivite çeşitleri ve rekreasyon alanları bulunduğu destinasyonda bir çekicilik yaratarak destinasyona daha fazla turist gelmesine ve bölge gelirlerinin artmasına neden olmaktadır (Albayrak, 2013: 178).

Destinasyonu, “turistik mal ve hizmetlerin ve özellikle yerel bazda elde edilen turistik deneyimlerin birleşiminden oluşan çok boyutlu ve algısal bir kavram” olarak ele almak mümkündür (Öztürk, 2013, s. 4). Turizm bölgesi ya da turizm destinasyonu, turisti kendi yaşadığı yer dışına seyahate çıkmaya motive eden ve onun seyahatinin hedef varış yeri niteliğinde olan bölgedir (Türkay, 2014, s. 2). Destinasyonların kendi bünyelerinde var olan turizm çekicilik kaynakları ise turistleri seyahate motive eden güçlü çekim kaynaklarıdır. Turizm kaynakları doğal ve insan yapımı çevre unsurlarını, çeşitli özel olayları, etkinlikleri, altyapı, ağırlama ve ulaşım hizmetlerini içermektedir. Bu temel kaynakların yanı sıra destekleyici kaynaklar da turistleri çeken unsurlardır (Yüksek, 2014, s. 15). Goldner ve Ritchie (2012, s. 212) destinasyon çekiciliklerini doğal güzellikler-iklim, spor, rekreasyon,

eğitimsel imkanlar, alışveriş ve ticari faaliyetler, fiyat düzeyi, altyapı imkanları, turistlere davranışlar, bölgeye erişilebilirlik ve son olarak kültürel-sosyal imkanlar olarak sınıflandırmıştır. Özdemir (2014, s. 40-60) destinasyon çekim unsurlarını etkinlikler, tarih ve kültür, sanat etkinlikleri, spor faaliyetleri, eğlence-alışveriş olanakları olarak beş grupta incelemiştir. Godfrey ve Clarke (2003), destinasyonlardaki turizm kaynaklarını temel olarak doğal kaynaklar, kültürel kaynaklar, özel olaylar, etkinlikler (aktivite kaynakları), altyapı ve diğer hizmetler olarak sınıflandırmaktadır. Etkinlikleri, rekreasyonel hizmetler ve aktivite imkânları olarak alt sınıflara ayrılmaktadır (Yüksek, 2014, s. 16). Kozak ve Rimmington (1998, s. 184) ise destinasyon çekiciliklerini; çekicilikler (manzara/doğal kaynaklar, iklim, kültür, yiyecek, tarih, etnik köken ve erişilebilirlik), imkanlar ve hizmetler (konaklama, havaalanı, otobüs/tren istasyonları, spor aktiviteleri, eğlence, alışveriş merkezi ve yiyecek-içecek imkanları), altyapı (su sistemleri, iletişim ağları, sağlık hizmetleri, güç kaynakları, kanalizasyon-drenaj alanları, caddeler/karayolları, güvenlik sistemleri), misafirperverlik (dost canlısı, yardımsever, şikayetlere yanıt verme), maliyet (ödediği paraya değer olma, konaklama fiyatları, yiyecek-içecek fiyatları, ulaşım fiyatları, alışveriş fiyatları) olarak gruplandırmışlardır.

Bir destinasyonun ziyaret edilmesindeki başlıca neden, “çekim faktörleri” olarak bilinen doğal, tarihi, kültürel ve rekreatif açıdan destinasyonun sahip olduğu kaynakların turistlerin seyahat etme güdülerini ile uyuşmasıdır (Özer vd., 2014, s. 9). Destinasyonlardaki rekreasyonel etkinlikler turistik çekicilik yaratmaktadırlar (Kutvan ve Kutvan, 2013, s. 162-163). Turizm endüstrisinde dikkate değer başarılar elde etmek için, destinasyonlara yönelik turistik ürün ve imaj oluşturulması, marka yaratılması, destinasyona özgü tutundurma stratejileri geliştirilmesi ve etkin bir yönetim ve pazarlama organizasyonu sağlanması gerekmektedir (Ersun ve Arslan, 2011, s. 242).

Alan yazın incelendiğinde genellikle doğal, tarihi ve kültürel çekicilikler, yapay çekicilikler, özel olaylar, aktiviteler, eğlence çekicilikleri, rekreasyon ve alışveriş imkanları, ulaşım vb. unsurlar çerçevesinde destinasyon çekicilikleri değerlendirilmiştir (Cracolici ve Nijkamp, 2008; Demir, 2010; Ülker, 2010; Kozak vd., 2010; Vengesaı , 2010; Lee vd., 2010; Kutvan ve Kutvan, 2013; İpar ve Doğan, 2013; Alkan, 2015; Thiimsak ve Ruangkanjanases, 2016). Alan yazında rekreatif etkinlikleri daha ayrıntılı inceleyen benzer araştırmalar arasında; Afyonkarahisar’ın rekreasyon alan ve faaliyetlerinin konaklama süresindeki etkisini inceleyen Sandıkçı ve Günay’ın (2014) çalışması yer almaktadır. Diğer bir çalışma olan Günay (2012)’ın araştırmasında ise, Afyonkarahisar’ın rekreasyon alanları ve faaliyetlerinin turizm talebine etkisi üzerine bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonuçlarında turistlerin rekreasyon alanlarını görmesi ve rekreasyon faaliyetlerine katılması, Afyonkarahisar’ı tercih nedenleri arasında bulunmamaktadır. Ayrıca rekreatif faaliyetlere katılımın konaklama süresi üzerinde büyük bir etkiye sahip olmadığı görülmüştür. Bir başka destinasyon olan Dalyan’ın rekreasyonel potansiyeli Türker vd. (2014, s. 83) tarafından değerlendirilmiştir. Araştırma sonucunda Dalyan destinasyonunun rekreasyonel potansiyeli %79 olarak bulunmuştur. Bu sonuca göre Dalyan destinasyonu potansiyeli çok yüksek olarak değerlendirilmiştir. Özdemir vd. (2016) ise rekreasyonel olanaklara dayalı yapılan destinasyon tercihlerinin motivasyonel ve demografik faktörler yoluyla açıklanmasına çalışmışlardır.

ARAŞTIRMA PROBLEMİ

Günümüzde turizm destinasyonlarının pazarlanmasında çekim unsurlarının ortaya konulması, bu unsurların turistik ürün haline getirilmesi ve pazarlanması ile ilgili çeşitli pazarlama stratejileri geliştirilmesi destinasyonlar için hayati önem taşımaktadır. Özellikle son dönemlerde rekreasyonel etkinlikler barındıran destinasyonlara yönelimler tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de artmaktadır. Örneğin, Alaçatı destinasyonu rüzgâr sörfü, Bodrum gece yaşamı ve eğlence, Fethiye yamaç paraşütü, İstanbul ve Ankara İleri alışveriş festivalleri zamanında alışveriş, Köprülü Kanyon rafting, Kırklareli İğneada Longoz Ormanları trekking amacıyla destinasyonlara yönelimlerde tercih sebebi olmaktadır. Ziyaretçilerin destinasyonları tercih nedenleri arasında rekreasyonel etkinliklerin ortaya çıkarılması ve buna yönelik çeşitli pazarlama stratejilerinin geliştirilmesi destinasyon yönetim örgütleri tarafından günümüzde önemle üzerinde durulan konular arasındadır. Tüm bu unsurlar göz önüne alındığında destinasyon tercihlerinde rekreatif olanakların neler olduğunun ortaya çıkarılması ve buna yönelik ziyaretçi değerlendirmelerinin belirlenmesi önemlidir. Bu gerekçelerden hareketle Trakya Bölge (Edirne, Kırklareli ve Tekirdağ İlleri) halkının destinasyon yönelimlerindeki rekreasyonel etkinlik tercihlerinin demografik değişkenler açısından değerlendirilmesine çalışılmıştır. Bu doğrultuda araştırmada yerel halkın demografik değişkenlerine göre destinasyon yönelimlerinde rekreasyonel etkinlik tercihlerini ortaya çıkarmak için oluşturulan hipotezler şunlardır:

- H₁: Trakya Bölge halkının rekreasyonel etkinliklere yönelik tercihleri cinsiyet değişkenine göre farklılık gösterir.
- H₂: Trakya Bölge halkının rekreasyonel etkinliklere yönelik tercihleri medeni durum değişkenine göre farklılık gösterir.
- H₃: Trakya Bölge halkının rekreasyonel etkinliklere yönelik tercihleri yaş değişkenine göre farklılık gösterir.
- H₄: Trakya Bölge halkının rekreasyonel etkinliklere yönelik tercihleri gelir değişkenine göre farklılık gösterir.
- H₅: Trakya Bölge halkının rekreasyonel etkinliklere yönelik tercihleri meslek değişkenine göre farklılık gösterir.
- H₆: Trakya Bölge halkının rekreasyonel etkinliklere yönelik tercihleri eğitim değişkenine göre farklılık gösterir.

YÖNTEM

Evren ve Örneklem

Bu araştırma, Trakya Bölge halkının destinasyon yönelimlerindeki rekreasyonel etkinlik tercihlerinin demografik değişkenler açısından değerlendirilmesi amacıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırma evreni, Trakya Bölgesi'nde yaşayan yerel halktan oluşmaktadır. Evreni oluşturan her farklı grubun belli bir yüzdelik dilim ile araştırmada temsil edilmesi anlamına gelen kota örnekleme ile her bir ilden yeterli sayıda örnekleme ulaşılmaya çalışılmıştır (Kozak, 2014, s. 178). Araştırma, 30 Mayıs- 20 Haziran 2016 tarihleri arasında Trakya Bölge halkına uygulanmıştır.

Tablo 1. Araştırma Evren ve Örneklemi

Trakya Bölge İlleri	Nüfus*	Kota Yüzdesi	n	Ulaşılan Örneklem
Kırklareli	346.973	20.56	77	78
Tekirdağ	937.910	55.58	215	220
Edirne	402.537	23.86	92	92
Toplam	1.687.420	100	384	390

*(http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1059, Erişim tarihi: 04.05.2016).

Kota örnekleme için Edirne, Kırklareli ve Tekirdağ İlleri'nden ulaşılması gereken örneklem sayısı ve ulaşılan örneklem sayısı Tablo 1'de yer almaktadır. Dağıtılan 420 anket formundan, analiz için elverişli olarak geri dönen anket sayısı 390'dır. Anketlerin cevaplanma oranı % 92'dir.

Veri Toplama

Araştırmaya konu olan rekreasyonel etkinlik ana ve alt temaları için alan yazında yer alan Güzel vd. (2014)'nin çalışmasından yararlanılmıştır (bkz. Tablo 2). Veri toplama tekniği olarak anket yönteminden faydalanılmıştır. Anketler Trakya Bölgesi halkına yüzyüze görüşme yoluyla uygulanmıştır. Anket formunun ilk bölümünde demografik sorulardan oluşan 10 maddeye yer verilirken, ikinci bölümde ise 8 boyuttan (su sporları, çocuk etkinlikleri, oyun etkinlikleri, güzellik ve bakım, spor etkinlikleri, kurs etkinlikleri, eğlence ve animasyon) oluşan 102 maddelik rekreasyonel etkinlikler (bkz. Güzel vd., (2014)) yer almaktadır. Anketteki demografik sorular kapılı uçlu yer alırken, rekreatif aktiviteleri içeren maddeler 5'li Likert ölçeği (5= Çok Önemli, 1= Hiç Önemli Değil) ile katılımcılara sunulmuştur (Kozak, 2014, s. 78).

Tablo 2. Araştırmaya Temel Oluşturan Rekreasyonel Etkinlikler

REKREASYONEL ETKİNLİK ANA TEMALARI	Rekreasyonel Etkinlik Alt Temaları	REKREASYONEL ETKİNLİK ANA TEMALARI	Rekreasyonel Etkinlik Alt Temaları
SU SPORLARI	Jet ski	SPOR ETKİNLİLERİ	Voleybol
	Su kayağı		Tenis
	Sörf		Aerobik
	Deniz Paraşütü		Basketbol
	Banana(tekne ile)		Futbol
	Kano		Ok atma
	Su Jimnastiği		Step
	Deniz Bisikleti		Golf
	Kataraman (tekne türü)		Plates
	Ringo		Squash (raket sporu)
	Yelkenli		Jimnastik
	Surat Motoru		Badminton (tenis türü)
	Su Topu		Jogging (koşu)
	Deniz Uçağı		Stretching (esneme)
Dalış	Bisiklet		

	Şnorkel (su altı izleme)		At binme
	Rafting		Koşu
ÇOCUK ETKİNLİKLERİ	Mini disco	KURS ETKİNLİKLERİ	Dalış Kursu
	Boyama		Dans Kursu
	Çocuk Animasyonu		Paddle Tenis Kursu (tenis türü)
	Mini Futbol		Dil Kursu
	El İşleri		Sörf Kursu
	Sadece Mini Clup		Binicilik Kursu
	Konsept Günleri		Yemek Kursu
	Mini basketbol		Yoga Kursu
	Spor		El sanatları Kursu
	Zekâ Oyunu		Golf Kursu
	Yemek, pasta yapma		Uzak doğu sporları Kursu
	Oyun Havuzları		Buz pateni
	Olimpiyat Günleri		Temalı parti
	Heykel Yapma		Türk gecesi
YUN ETKİNLİKLERİ	Dart	EĞLENCE	Disko
	Boccia(demir top ile oyun)		Sirk akrobasisi
	Bilardo		Oyun salonları
	Bowling		Canlı müzik
	Havalı Tüfek		Dans yarışması
	Satranç		DJ şov
	Tavla		Konser
	Langırt		Gezi turu
	Dama		Orkestra
	Bingo (tombala benzeri oyun)		Yat turu
			Festival
GÜZELLİK&BAKIM	Hamam	ANİMASYON	Animasyon şov
	Fitness		Dans şov
	Masaj(hint,tai vb.)		Yarışmalar
	Sauna		Müzikal
	Jakuzi		Skeç
	Buhar Banyosu		Karaoke
	Sadece Spa,Welness		Kabare (gösteri)
	Bakım(cilt, vücut...)		Sadece animasyon
	Terapi Uyg.(Yosun, vb.)		Sihir şov
	Yoga		

Verilerin Analizi

Anket yöntemi ile toplanan verilerin analiz aşamasında SPSS (Statistical Package For Social Sciences) 22.0 paket programından faydalanılmıştır. Araştırmada nicel araştırma yöntemlerinden tanımlayıcı istatistikler, T-Testi ve ANOVA Analizleri gerçekleştirilmiştir. Verilerin analizinde rekreatif etkinliklere ait boyutlar, her boyuta ait maddelerin ortalaması hesaplanarak oluşturulmuştur.

Faktörlerin parametrik analizlere uygun olup olmadığının tespit edilmesi amacıyla maddelerin normal dağılım gösterip göstermediği test edilmiştir. Her bir maddenin çarpıklık ve basıklık değerleri, sırasıyla 2.0 ve 7.0 (Curran, West ve Finch, 1996), istenilen sınırlar içerisinde olduğu için normal dağılım kriterinin karşılandığına karar verilmiştir. Araştırmaya temel oluşturan rekreasyonel etkinlik sınıflandırması için Güzel vd. (2014)'nin çalışmasından faydalanılmıştır. Soru formunda yer alan maddelerin ilgili faktöre ait olup olmadığının belirlenmesi için konusunda uzman olan 5 adet akademisyenin görüşü alınmıştır. Akademisyenlerin olumlu yanıt vermesi sonucunda görünüş geçerliliğinin sağlandığına karar verilmiştir. Yapılan güvenilirlik analizi sonucunda tüm faktörlerin Cronbach's Alpha değerlerinin 0,90 değerinin üzerinde olduğu görülmüştür. Faktörlerin Cronbach's Alpha değerlerinin Su Sporları 0,96, Çocuk Etkinlikleri 0,91, Oyun Etkinlikleri 0,92, Güzellik & Bakım 0,92, Spor Etkinlikleri 0,95, Kurs Etkinlikleri 0,92, Eğlence 0,95, Animasyon 0,95 olduğu görülmektedir.

Bulgular

Katılımcıların % 51,3'ü kadınlardan ve % 47,4'ü evlilerden oluşmaktadır. Yaş grup dağılımında 18-24 ve 25-34 yaş gruplarının, toplam katılımcıların yaklaşık % 59,2'sini oluşturduğu görülmektedir. Eğitim durumunda lise mezunları %39,7 ile ilk sırada, lisans ve ön lisans mezunları ise %36,9 ile ikinci sırada yer almaktadır. Gelir durumuna ilişkin elde edilen bulgular ise şu şekildedir: 1000 TL ve altı % 23,1, 1001-1500 TL arası % 14,4, 1501-2000 TL arası % 19,2, 2001-2500 TL arası % 21,8, 2501-3000 TL % 9 ve 3001 TL ve üzeri % 12,6. Katılımcıların % 21,5'i özel sektör çalışanı, % 21'i memur ve % 21'i öğrencilerden oluşmaktadır. Demografik bilgilere ait bulgular Tablo 2'de sunulmaktadır.

Tablo 3. Araştırmaya Katılan Katılımcıların Demografik Özellikleri

Cinsiyet			Medeni Durum		
	f	%		f	%
Kadın	200	51,3	Evli	185	47,4
Erkek	190	48,7	Bekâr	205	52,6
Toplam	390	100,0	Toplam	390	100
Eğitim			Yaş		
	f	%		f	%
İlköğretim	61	15,6	18-24	103	26,4
Lise	155	39,7	25-34	128	32,8
Lisans ve Ön lisans	144	36,9	35-44	97	24,9
Lisansüstü / Doktora	30	7,7	45 ve üzeri	62	15,9
Toplam	390	100	Toplam	390	100
Meslek			Gelir		
	f	%		f	%
Memur	82	21	1001 tl ve altı	90	23,1
Öğrenci	82	21	1001-1500 tl	56	14,4
Serbest Meslek	69	17,7	1501-2000 tl	75	19,2
Ozel Sektör Çalışanı	84	21,5	2001-2500 tl	85	21,8
Ev Hanımı	46	11,8	2501-3000 tl	35	9
İşçi	27	6,9	3001 tl ve üzeri	49	12,6
Toplam	390	100	Toplam	390	100

Katılımcıların destinasyon yönelimlerinde rekreasyon harcamaları için ayırdıkları bütçenin belirlenmesine yönelik soruda %33,1 ile 101 TL ve üzeri ve %21,5 ile 51-75 TL arası cevabı verildiği görülmektedir. Yurt dışında en sık tercih edilen destinasyonun %31,5 ile Bulgaristan olduğu görülmektedir. Bulgaristan'ı %25,9 ile İtalya takip

etmektedir. Yurt içi destinasyon yönelimlerinde ise İzmir ve Antalya toplam % 47 olarak tespit edilmiştir. Trakya içinde en sık tercih edilen destinasyonlarda ise ilk iki sırada %24,9 ile Edirne-Erikli ve %21,8 ile Kırklareli-İğneada yer almaktadır. Rekreasyon bütçesi ve destinasyon tercihlerine ilişkin bulgular Tablo 4'te yer almaktadır.

Tablo 4. Araştırmaya Katılan Katılımcıların Rekreasyon Bütçesi ve Destinasyon Tercihleri

Ayrılan Bütçe			Yurt Dışı Destinasyon		
	f	%		f	%
25 tl'den az	28	7,2	Bulgaristan	123	31,5
26-50 tl arası	74	19,0	Makedonya	15	3,8
51-75 tl arası	84	21,5	Yunanistan	69	17,7
76-100 tl arası	75	19,2	Romanya	48	12,3
101 tl veya daha fazla	129	33,1	İtalya	101	25,9
Toplam	390	100	Macaristan	25	6,4
			Diğer	9	2,4
			Toplam	390	100
Yurt İçi Destinasyon			Trakya Destinasyon		
	f	%		f	%
İstanbul	66	16,9	Tekirdağ-Şarköy	82	21,0
Kocaeli	12	3,1	Tekirdağ-Hoşköy	15	3,8
Çanakkale	58	14,9	Edirne-Enez	55	14,1
İzmir	97	24,9	Edirne-Erikli	97	24,9
Antalya	86	22,1	Kırklareli-İğneada	85	21,8
Muğla	65	16,7	Kırklareli-Kıyıköy	56	14,4
Diğer	6	1,4			
Toplam	390	100	Toplam	390	100

Destinasyon yönelimlerinde rekreasyonel etkinlik tercihlerinin cinsiyet değişkenine göre değerlendirilmesi amacıyla yapılan bağımsız örneklem T-Testi sonuçlarına göre *su sporları*, *çocuk etkinlikleri*, *oyun etkinlikleri*, *güzellik & bakım ve animasyon etkinliklerinin* cinsiyete göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Buna göre *su sporları*, *çocuk etkinlikleri*, *oyun etkinlikleri*, *güzellik & bakım ve animasyon etkinlikleri bileşenleri çerçevesinde* H1 hipotezi kabul edilmektedir. Tablo 5'te analiz sonuçları ve ortalamalara ilişkin veriler yer almaktadır.

Tablo 5. Rekreasyonel Etkinliklerin Cinsiyet Değişkenine Göre Farklılığı

	Cinsiyet	n	Ortalama	Standart Sapma	t	p
Su Sporları	Kadın	200	2,9803	1,11740	-2,940	,003
	Erkek	190	3,3102	1,09707		
Çocuk Etkinlikleri	Kadın	200	3,3758	,97484	3,040	,003
	Erkek	190	3,0768	,96720		
Oyun Etkinlikleri	Kadın	200	3,1175	,92473	-6,318	,000
	Erkek	190	3,7110	,92973		
Güzellik & Bakım	Kadın	200	4,3270	,82552	2,809	,005
	Erkek	190	4,0789	,91748		
Spor Etkinlikleri	Kadın	200	3,3728	1,01820	-,283	,777
	Erkek	190	3,4023	1,03650		
Kurs Etkinlikleri	Kadın	200	2,8975	1,00559	1,431	,153
	Erkek	190	2,7500	1,03005		
Eğlence	Kadın	200	4,1777	,92309	,340	,734
	Erkek	190	4,1445	1,00402		
Animasyon	Kadın	200	4,2150	,94577	2,126	,034
	Erkek	190	3,9883	1,14453		

(Not: % 95 anlamlılık seviyesinde)

Destinasyon yönelimlerinde rekreasyonel etkinlik tercihlerinin medeni durum değişkenine göre değerlendirilmesi amacıyla yapılan bağımsız örneklem T-Testi sonuçlarına göre ise *su sporları, çocuk etkinlikleri, oyun etkinlikleri, spor etkinlikleri ve kurs etkinliklerinin* medeni duruma göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Buna göre *su sporları, çocuk etkinlikleri, oyun etkinlikleri, spor etkinlikleri ve kurs etkinlikleri* bileşenleri çerçevesinde H2 hipotezi kabul edilmektedir. Tablo 6’te analiz sonuçları ve ortalamalara ilişkin veriler yer almaktadır.

Tablo 6. Rekreasyonel Etkinliklerin Medeni Durum Değişkenine Göre Farklılığı

	Medeni Durum	n	Ortalama	Standart Sapma	t	p
Su Sporları	Evli	185	2,9294	1,13174	-3,605	,000
	Bekâr	205	3,3320	1,07353		
Çocuk Etkinlikleri	Evli	185	3,4185	,98110	3,657	,000
	Bekâr	205	3,0602	,95239		
Oyun Etkinlikleri	Evli	185	3,2968	,98807	-2,127	,034
	Bekâr	205	3,5057	,94966		
Güzellik & Bakım	Evli	185	4,1211	,90382	-1,821	,069
	Bekâr	205	4,2829	,85133		
Spor Etkinlikleri	Evli	185	3,1926	1,07440	-3,613	,000
	Bekâr	205	3,5628	,94898		
Kurs Etkinlikleri	Evli	185	2,7158	1,00615	-2,031	,043
	Bekâr	205	2,9248	1,02269		
Eğlence	Evli	185	4,0931	,97616	-1,335	,183
	Bekâr	205	4,2233	,94770		
Animasyon	Evli	185	4,0883	1,05988	-0,290	,772
	Bekâr	205	4,1192	1,04741		

(Not: % 95 anlamlılık seviyesinde)

Destinasyon yönelimlerinde rekreasyonel etkinlik tercihlerinin yaş değişkenine göre değerlendirilmesi amacıyla Tek-Yönlü ANOVA Analizi gerçekleştirilmiştir. Belirlenen farkların hangi yaş değişkenleri arasında bulunduğu belirlenmesi amacıyla ise Tukey testi uygulanmıştır. *Su sporları, çocuk etkinlikleri, oyun etkinlikleri, spor etkinlikleri, kurs etkinliklerinin* yaş değişkeni açısından farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Buna göre *su sporları, çocuk etkinlikleri, oyun etkinlikleri, spor etkinlikleri, kurs etkinlikleri* bileşenleri çerçevesinde H3 hipotezi kabul edilmektedir. Tablo 7’de farklılıkların hangi gruplar arasında olduğu ve gruplara ait ortalama değerleri yer almaktadır.

Tablo 7. Rekreasyonel Etkinliklerin Yaş Değişkenine Göre Farklılığı

Rekreasyon Etkinlikleri		n	Ortalama	Standart Sapma	F	p	Farklılık
Su Sporları	18-24 ^a	103	3,3741	1,02195	12,024	,000	d< a,b,c
	25-34 ^b	128	3,2286	1,01546			
	35-44 ^c	97	3,2502	1,09570			
	45 ve üzeri ^d	62	2,4022	1,22957			
	Toplam	390	3,1410	1,11837			
Çocuk Etkinlikleri	18-24 ^a	103	3,0615	,93636	3,336	,020	c> a
	25-34 ^b	128	3,1530	1,05252			
	35-44 ^c	97	3,4682	,82324			
	45 ve üzeri ^d	62	3,2970	1,07109			
	Toplam	390	3,2301	,98136			
Oyun Etkinlikleri	18-24 ^a	103	3,4094	,89647	4,443	,004	d< a, b,c
	25-34 ^b	128	3,5391	,96352			
	35-44 ^c	97	3,4794	,98704			
	45 ve üzeri ^d	62	3,0148	1,00958			
	Toplam	390	3,4066	,97244			

Güzellik & Bakım	18-24	103	4,1699	,95782	,121	,948	-
	25-34	128	4,2195	,80648			
	35-44	97	4,1990	,90110			
	45 ve üzeri	62	4,2500	,87117			
	Toplam	390	4,2062	,87922			
Spor Etkinlikleri	18-24 ^a	103	3,5492	,88109	12,664	,000	d< a, b,c
	25-34 ^b	128	3,5669	,97038			
	35-44 ^c	97	3,4207	1,00647			
	45 ve üzeri ^d	62	2,6946	1,12159			
	Toplam	390	3,3872	1,02594			
Kurs Etkinlikleri	18-24 ^a	103	3,0291	1,00304	4,493	,004	d< a, c
	25-34 ^b	128	2,8034	1,00015			
	35-44 ^c	97	2,8823	1,01363			
	45 ve üzeri ^d	62	2,4449	1,00782			
	Toplam	390	2,8256	1,01895			
Eğlence	18-24	103	4,2255	1,01298	1,213	,305	-
	25-34	128	4,2446	,88680			
	35-44	97	4,0254	1,04507			
	45 ve üzeri	62	4,0968	,88190			
	Toplam	390	4,1615	,96226			
Animasyon	18-24	103	4,0928	1,02275	,481	,696	-
	25-34	128	4,0998	1,10408			
	35-44	97	4,0367	1,09839			
	45 ve üzeri	62	4,2401	,92026			
	Toplam	390	4,1046	1,05210			

(Not: % 95 anlamlılık seviyesinde)

Destinasyon yönelimlerinde rekreasyonel etkinlik tercihlerinin gelir değişkenine göre değerlendirilmesi amacıyla yapılan Tek-Yönlü ANOVA Analizi ve Tukey testi sonuçlarına göre *oyun, eğlence ve animasyon etkinliklerinin* aylık ortalama gelir değişkeni açısından farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Buna göre *oyun, eğlence ve animasyon etkinlikleri* bileşenleri çerçevesinde H4 hipotezi kabul edilmektedir. Tablo 8'de farklılıkların hangi gruplar arasında olduğu ve gruplara ait ortalama değerleri yer almaktadır.

Tablo 8. Rekreasyonel Etkinliklerin Gelir Değişkenine Göre Farklılığı

Rekreasyon Etkinlikleri	n	Ortalama	Standart Sapma	F	p	Farklılık	
Su Sporları	1000 tl ve altı	90	3,0311	1,22101	,456	,809	-
	1001-1500 tl	56	3,0988	1,13244			
	1501-2000 tl	75	3,2240	,97122			
	2001-2500 tl	85	3,1090	1,06567			
	2501-3000 tl	35	3,1924	1,10386			
	3001 tl ve üzeri	49	3,2830	1,24019			
	Toplam	390	3,1410	1,11837			
Çocuk Etkinlikleri	1000 tl ve altı	90	3,2065	1,02369	1,269	,277	-
	1001-1500 tl	56	3,4390	,82120			
	1501-2000 tl	75	3,3311	,97635			
	2001-2500 tl	85	3,1716	,98780			
	2501-3000 tl	35	2,9714	1,04650			
	3001 tl ve üzeri	49	3,1667	1,00462			
	Toplam	390	3,2301	,98136			
Oyun Etkinlikleri	1000 tl ve altı ^a	90	3,2074	,95973	2,571	,026	d> a
	1001-1500 tl ^b	56	3,4286	,84184			
	1501-2000 tl ^c	75	3,5944	,99608			
	2001-2500 tl ^d	85	3,6029	,89288			
	2501-3000 tl ^e	35	3,2643	1,12559			
	3001 tl ve üzeri ^f	49	3,2211	1,03603			
	Toplam	390	3,4066	,97244			
Güzellik & Bakım	1000 tl ve altı	90	4,3989	,81977	1,864	,100	-
	1001-1500 tl	56	4,1000	,98276			
	1501-2000 tl	75	4,1253	,85489			
	2001-2500 tl	85	4,2800	,81472			
	2501-3000 tl	35	3,9686	,99048			

	3001 tl ve üzeri Toplam	49 390	4,1388 4,2062	,88337 ,87922			
Spor Etkinlikleri	1000 tl ve altı	90	3,3354	1,02460	1,211	,303	-
	1001-1500 tl	56	3,3850	,90812			
	1501-2000 tl	75	3,4958	1,01203			
	2001-2500 tl	85	3,5390	1,03433			
	2501-3000 tl	35	3,2375	1,14030			
	3001 tl ve üzeri Toplam	49 390	3,1620 3,3872	1,06487 1,02594			
Kurs Etkinlikleri	1000 tl ve altı	90	2,9241	1,05095	1,494	,191	-
	1001-1500 tl	56	2,9613	,99404			
	1501-2000 tl	75	2,9078	,97130			
	2001-2500 tl	85	2,7912	,98178			
	2501-3000 tl	35	2,4929	,95430			
	3001 tl ve üzeri Toplam	49 390	2,6616 2,8256	1,13453 1,01895			
Eğlence	1000 tl ve altı ^a	90	4,2829	,93622	5,686	,000	f< a,c,d
	1001-1500 tl ^b	56	4,2102	,78178			
	1501-2000 tl ^c	75	4,3026	,76937			
	2001-2500 tl ^d	85	4,3448	,83329			
	2501-3000 tl ^e	35	3,7407	1,21599			
	3001 tl ve üzeri ^f Toplam	49 390	3,6499 4,1615	1,21910 ,96226			
Animasyon	1000 tl ve altı ^a	90	4,3259	,86208	5,367	,000	f< a,c,d
	1001-1500 tl ^b	56	4,0258	1,05196			
	1501-2000 tl ^c	75	4,2563	,81772			
	2001-2500 tl ^d	85	4,2641	1,00161			
	2501-3000 tl ^e	35	3,6222	1,37891			
	3001 tl ve üzeri ^f Toplam	49 390	3,6236 4,1046	1,26703 1,05210			

(Not: % 95 anlamlılık seviyesinde)

Destinasyon yönelimlerinde rekreasyonel etkinlik tercihlerinin meslek değişkenine göre değerlendirilmesi amacıyla yapılan Tek-Yönlü ANOVA Analizi ve Tukey testi sonuçlarına göre *su sporları, çocuk etkinlikleri, oyun etkinlikleri, spor etkinlikleri ve kurs etkinliklerinin* meslek değişkeni açısından farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Buna göre *su sporları, çocuk etkinlikleri, oyun etkinlikleri, spor etkinlikleri ve kurs etkinlikleri* bileşenleri çerçevesinde H5 hipotezi kabul edilmektedir Tablo 9’da farklılıkların hangi gruplar arasında olduğu ve gruplara ait ortalama değerleri yer almaktadır.

Tablo 9. Rekreasyonel Etkinliklerin Meslek Değişkenine Göre Farklılığı

Rekreasyon Etkinlikleri		n	Ortalama	Standart Sapma	F	p	Farklılık
Su Sporları	memur ^a	82	3,2252	,96800	8,572	,000	e<a,b,c,d
	öğrenci ^b	82	3,3382	1,08319			
	serbest meslek ^c	69	3,1324	1,18009			
	özel sektör ^d	84	3,4571	,91912			
	ev hanımı ^e	46	2,2957	1,26270			
	işçi ^f Toplam	27 390	2,7654 3,1410	1,07757 1,11837			
Çocuk Etkinlikleri	memur ^a	82	3,3394	,92776	2,592	,025	e>b
	öğrenci ^b	82	3,0874	,92869			
	serbest meslek ^c	69	3,0906	1,03697			
	özel sektör ^d	84	3,2599	,98111			
	ev hanımı ^e	46	3,5996	,99546			
	işçi ^f Toplam	27 390	2,9660 3,2301	,98473 ,98136			
Oyun Etkinlikleri	memur ^a	82	3,4746	,93850	5,758	,000	e< a,b,c,d
	öğrenci ^b	82	3,5142	,92099			
	serbest meslek ^c	69	3,5519	,97331			
	özel sektör ^d	84	3,5347	,89708			

	ev hanımı ^c	46	2,7337	,85375			
	işçi ^f	27	3,2500	1,21115			
	Toplam	390	3,4066	,97244			
Güzellik & Bakım	memur	82	4,1549	,83963			-
	öğrenci	82	4,3317	,82610			
	serbest meslek	69	4,1188	,95629			
	özel sektör	84	4,2083	,83467	,965	,439	
	ev hanımı	46	4,3196	,81038			
	işçi	27	4,0037	1,16073			
	Toplam	390	4,2062	,87922			
Spor Etkinlikleri	memur ^a	82	3,4756	1,08292			e<a,b,c,d
	öğrenci ^b	82	3,5968	,88094			
	serbest meslek ^c	69	3,3596	1,11136			
	özel sektör ^d	84	3,4762	,86177	4,911	,000	
	ev hanımı ^e	46	2,7337	1,11059			
	işçi ^f	27	3,3889	,99719			
	Toplam	390	3,3872	1,02594			
Kurs Etkinlikleri	memur ^a	82	2,6118	1,00958			b>a,e
	öğrenci ^b	82	3,1159	1,03296			e<d
	serbest meslek ^c	69	2,8418	1,08391			
	özel sektör ^d	84	2,9782	,94015	3,867	,002	
	ev hanımı ^e	46	2,4529	,89488			
	işçi ^f	27	2,7130	1,00462			
	Toplam	390	2,8256	1,01895			
Eğlence	memur	82	4,1979	,98228			-
	öğrenci	82	4,2674	,94893			
	serbest meslek	69	4,1159	1,01748			
	özel sektör	84	4,0962	,99967			
	ev hanımı	46	4,0836	,87388	,390	,856	
	işçi	27	4,1823	,86771			
	Toplam	390	4,1615	,96226			
Animasyon	memur	82	4,0908	1,17058			-
	öğrenci	82	4,1477	,98132			
	serbest meslek	69	3,9726	1,13830			
	özel sektör	84	3,9854	1,12545			
	ev hanımı	46	4,3696	,76982	1,185	,316	
	işçi	27	4,2716	,76319			
	Toplam	390	4,1046	1,05210			

(Not: % 95 anlamlılık seviyesinde)

Son olarak, katılımcıların destinasyon yönelimlerinde rekreasyonel etkinliklerin demografik değişkenler açısından değerlendirilmesi için uygulanan ANOVA Analizi sonucunda yalnızca eğitim değişkeninin istatistiki olarak anlamlı bir farklılık içermediği ortaya çıkmıştır. Bu sonuca göre H₆ hipotezi reddedilmektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Günümüzde artan rekabet destinasyonların daha etkin pazarlanmasını ve destinasyonların gelişimlerine yönelik farklı stratejiler geliştirilmesini gerekli kılmaktadır. Her destinasyonun kendine özgü birtakım çekim unsurları bulunmaktadır. Bu çekim unsurlarının biri ya da tamamı destinasyonlara milyonlarca turist çekmektedir. Destinasyonları ziyaret etme nedenleri bazıları için doğal, kültürel ve tarihi çekicilikler iken, bazıları içinse Rio Karnavalı gibi bir özel olay olabilmekte ya da çocuklu bir aile için Paris- Disneyland gibi rekreasyonel olanakların yoğun olduğu bir destinasyon olabilmektedir. Bir destinasyonun diğer destinasyonlardan sahip olduğu farklı kaynakları belirlemede ve bu kaynakları ön plana çıkarmada geç kalan destinasyonlar, rekabetçi bir noktaya ulaşamayacak, imaj yaratma ve markalaşma konusunda adım atamayacak, turizm gelirleri ve ziyaretçi sayılarında artış ve ekonomik büyüme sağlayamayacaktır. Bu gerekçelerden hareketle gerçekleştirilen bu çalışmada yürütülen analizlerin sonuçları ve gelecek araştırmalara öneriler aşağıdaki gibi özetlenebilir;

- Araştırmanın önemli sonuçlarından biri, Trakya Bölge halkı tarafından yurtdışında en sık tercih edilen destinasyonun Bulgaristan, ikinci en sık tercih edilenin ise İtalya olduğudur. Yurt içi destinasyon yönelimleri arasında İzmir ve Antalya destinasyonları başta gelirken, Trakya Bölgesi'nde Edirne-Erikli ile Kırklareli-İğneada destinasyonları ilk iki sırada yer almaktadır. Bu destinasyonların denize kıyılı olması bakımından özellikle yaz aylarında tatil yapmak isteyen ziyaretçilerin destinasyon yönelimlerinde ilk tercih sebepleri olduğu görülmektedir.

- *Su sporları, çocuk etkinlikleri, oyun etkinlikleri, güzellik & bakım ve animasyon etkinliklerinin* cinsiyete göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Bu sonuçlar, kadınların erkeklere göre destinasyon tercihlerinde *çocuk etkinlikleri, güzellik & bakım ve animasyon etkinliklerinin* olmasını daha fazla oranda tercih ettiğini, erkeklerin ise kadınlara göre *su sporları ve oyun etkinliklerini* daha fazla tercih ettiklerini ortaya koymaktadır. Bu sonuçlar, kadınların tatil destinasyonlarında geçirecekleri boş vakitlerini çocukları ile birlikte çocuk etkinlikleri ve animasyon faaliyetlerine katılmak için harcadıkları ve özellikle çalışan kadınların kışın kendileri için ayıramadıkları bakım zamanını, tatil destinasyonunda ayırmaya çalıştıkları şekilde yorumlanabilir. Günümüz çalışan ve çocuklu kadınları, zamanlarının büyük bir bölümünü çalışma ve ev işleri ile geçirdiklerinden, çalışan erkeklere oranla daha az boş zamanları bulunmaktadır. Bu durum, çalışan kadınların rekreasyonel etkinliklere katılımını özellikle yoğun çalıştıkları dönemlerde olumsuz şekilde etkilemektedir (Hazar, 2014, s. 63).

- Araştırma sonuçları incelendiğinde, bekâr olanların evli olanlara göre daha fazla oranda *su sporları, oyun etkinlikleri, spor etkinlikleri ve kurs etkinliklerini* tercih ettiği, evli olanların ise bekârlara göre daha fazla oranda *çocuk etkinliklerini* tercih ettiği görülmektedir. Evli olan ailelerin çocukları nedeniyle çocuklar ile birlikte katılabilecekleri etkinliklere yönelimde buldukları ileri sürülebilir. Sandıkçı ve Günay (2014, s. 57)'m araştırma sonuçlarında, evli ve çekirdek aile olarak gelen turistlerin katılabileceği rekreasyonel etkinlikleri zenginleştirilip, destinasyonun etkin tanıtımı ile "ailece güzel ve hoşça vakit geçirilebilen şehir" imajı yaratılabileceği ileri sürülmektedir.

- Diğer önemli araştırma sonucu ise, 45 yaş ve üzeri grupların daha küçük yaş gruplarına göre *su sporları, oyun etkinlikleri, spor etkinlikleri ve kurs etkinliklerine* yönelik tercihlerinin daha düşük düzeyde kalması ve 35-44 yaş arası grubunun 18-24 yaş grubuna göre çocuk etkinliklerine katılım oranının daha yüksek olmasıdır. Her yaş grubunun katılmış olduğu boş zaman değerlendirme amaçlı rekreasyonel etkinlikler farklıdır. Örneğin, gençler, disko, bar vb. yerlere gitme eğiliminde iken, çocuk yaşta kişiler aileleri ile oyun oynamayı ve parka gitmeyi tercih etmekte, yaşlı bireyler ise daha sakin sayılabilecek destinasyonlarda olmayı tercih etmektedirler (Demir ve Demir, 2006, s. 38).

- *Oyun, eğlence ve animasyon etkinliklerinin* gelir değişkeni açısından farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. 2001-2500 TL gelir grubu 1000 TL ve altı gruba göre oyun etkinliklerini daha fazla tercih ederken, 3001 TL ve üzeri gelir grubu daha düşük gelir gruplarına göre eğlence ve animasyon etkinliklerini daha az tercih etmektedir. Köfteoğlu (1996)'na göre gelir düzeyi ve rekreasyonel etkinliklere katılım arasında sıkı bir ilişki bulunmaktadır. Buna göre gelir düzeyi düşük bireyler, çok fazla harcama gerektirmeyen pasif aktiviteler ile iç turizme yönelirken, gelir düzeyi yüksek olanlar ise daha pahalı türdeki rekreasyonel faaliyetler ile dış turizmi tercih etmektedir (Hacıoğlu vd. 2015, s. 57). Bu sonuçlar, bölgede

pahalı rekreasyonel etkinlikler olmadığından dolayı, gelir düzeyi biraz daha yüksek ziyaretçilerin var olan etkinliklere ilgilerinin bulunmayışı olarak ifade edilebilir.

- Ev hanımlarının diğer meslek gruplarından olan memur, öğrenci, serbest meslek ve özel sektör gruplarına göre *su sporları, oyun etkinlikleri ve spor etkinliklerini* daha az tercih ettikleri görülmektedir. Karaküçük (1997)'e göre toplumsal değerlerdeki değişimle birlikte kadınların da rekreasyonel etkinliklere katılımı günümüzde sağlanmış, spor, tiyatro, müzik gibi etkinliklere katılımları ile eğlence ve turizme olan ilgileri artmıştır (Hacıoğlu vd. 2015, s. 62). Ancak aksine halen toplumda ev hanımlarının bu tür rekreasyonel etkinliklere katılım tercihlerinin diğer meslek gruplarındaki bireylere göre yeterli olmadığı görülmektedir.

Araştırma bulguları göz önüne alınarak aşağıda yer alan öneriler geliştirilmiştir:

- Destinasyon yönetim örgütleri bölgede yer alan destinasyonların kendilerine özgü, ayırt edici rekreasyonel etkinlikleri ön plana çıkararak, bu destinasyonların pazarlanmasını ele almalıdır.
- Ziyaretçi beklentileri ve eğilimleri zaman zaman araştırılarak, benzer eğilimleri olan hedef gruplara reklam, tanıtım ve satış geliştirme çabaları uygulanabilir.
- Destinasyon yönetim örgütlerinin hem bölgenin tamamı hem de bölgede yer alan her bir destinasyon (Edirne, Tekirdağ, Kırklareli İlleri) için en uygun konumlandırmaya karar vererek, kapsamlı çalışmalar yürütmelidir.
- Uygun bir konumlandırma yapılabilmesi için hedef pazarın iyi belirlenmesi ve bu pazarı oluşturan mevcut ve potansiyel grupların demografik özelliklerine göre hangi çekim unsurlarından etkilendiklerinin tespit edilmesi gerekmektedir.

Araştırmada zaman, işgücü ve maliyet baskısından dolayı evrenin tamamına ulaşmak mümkün olmamıştır. Araştırma, 30 Mayıs- 20 Haziran 2016 tarihleri aralığında, Trakya Bölgesi halkı ile kısıtlıdır. Yabancı ziyaretçiler araştırmaya dahil edilmemiştir. Ayrıca araştırma destinasyon çekim unsurlarından yalnızca rekreasyonel etkinlikler ile sınırlandırılmıştır. Gelecek araştırmalar, bölgede yer alan tüm çekim unsurlarını tüm Trakya illeri için ayrı olarak değerlendirebilirler.

KAYNAKÇA

- Aktaş, Gürhan. (2014). *Sürdürülebilir Turizm ve Eğlence İşletmeleri (içinde Sürdürülebilir Turizm Kavramları-Uygulamalar, Ed. Metin Kozak)*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Albayrak, A. (2013). *Alternatif turizm*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Alkan, C. (2015). Sürdürülebilir turizm: Alaçatı destinasyonuna yönelik bir uygulama. *Journal of Yaşar University*, 10 (40), 6692-6710.
- Argan, M. (2007). *Eğlence pazarlaması*. Ankara: Detay Yayıncılık.

- Can, E. (2014). Boş zaman, rekreasyon ve etkinlik turizmi ilişkisi. *İstanbul Journal of Social Sciences*, 2015, 10, 1-17.
- Cracolici, M. F. ve Nijkamp, P. (2008). The attractiveness and competitiveness of tourist destinations: A study of Southern Italian regions. *Tourism Management*, 30 (2008), 336–344.
- Curran, P. J., West, S. G. ve Finch, J. F. (1996). The robustness of test statistics to nonnormality and specification error in confirmatory factor analysis. *Psychological methods*, 1(1), 16.
- Demir, Ş. Ş. (2010). Çekici faktörlerin destinasyon seçimine etkisi: Dalyan örneği. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 10 (3), 1041-1054.
- Demir, C. ve Demir, N. (2006). Bireylerin boş zaman faaliyetlerine katılmalarını etkileyen faktörler ile cinsiyet arasındaki ilişki: lisans öğrencilerine yönelik bir uygulama. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 1(6), 36-48.
- Ersun, N. ve Arslan, K. (2011). Turizmde destinasyon seçimini etkileyen temel unsurlar ve pazarlama stratejileri. *Marmara Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi*, 31 (2), 229-248.
- Godfrey, K. ve Clarke, J. (2000). *The tourism development handbook-A practical approach to planning and marketing*. UK: Thomson.
- Günay, F.(2012). Afyonkarahisar’ın rekreasyon alanları ve faaliyetlerinin turizm talebine ve konaklama süresine etkisi. T.C. Afyon Kocatepe Üniversitesi S.B.E. Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik A.B.D. Yüksek Lisans Tezi.
- Gül, T. (2014). *Rekreasyon olgusuna genel yaklaşım (içinde Rekreasyona Giriş) (Ed. Doç Dr. Ali Yaylı)*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Güzel, F. Ö.; Türker, Gülay Ö. ve Türker, A. (2014). Bir pazarlama estrümanı olarak rekreasyon faaliyetlerinin otellerin web sitelerinde kullanımı: Antalya destinasyonunda bir araştırma. *İnternet Uygulamaları ve Yönetimi Dergisi*, 5 (2), 5-18.
- Goldner, C. R. ve Ritchie, J.R.B. (2012). *Tourism principles, practices, philosophies (Twelfth Edition)*. Canada: John Wiley and Sons.
- Hazar, A. (2014). *Rekreasyon ve animasyon (Genişletilmiş 4. Baskı)*. Ankara: Detay.
- Hacıoğlu, N.; Gökdeniz, A. ve Dinç, Y. (2015). *Boş zaman ve rekreasyon yönetimi-örnek animasyon uygulamaları (3. Baskı)*. Ankara: Detay.
- İpar, M. S. ve Doğan, M. (2013). Destinasyonun turist açısından önem-memnuniyet modeli ile değerlendirilmesi: Edremit üzerine bir uygulama. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6 (13), 129-154.
- Kozak, M. ve Rimmington, M. (1998). Benchmarking: destination attractiveness and small hospitality business performance. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 10 (5), 184–188.
- Kozak, M; Baloğlu, Ş. ve Bahar, O. (2010). Measuring destination competitiveness: multiple destinations versus multiple nationalities. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 19:56–71.
- Kozak, N; Kozak, M.A. ve Kozak, M. (2014). *Genel turizm (16. Baskı)*. Ankara: Detay Yayıncılık.

- Kozak, M. (2014). *Bilimsel Araştırma: Tasarım, Yazım ve Yayımlar Teknikleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kutvan, A. B. ve Kutvan, S. A. (2013). Turizm planlamasında destinasyon çekiciliklerinin ölçümü: bir yöntem yaklaşımı. *International Journal of Economic and Administrative Studies*, 6 (11), 159-184.
- Lee, C.-F.; Huang, H.-I. ve Yeh, H.-R. (2010). Developing an evaluation model for destination attractiveness: sustainable forest recreation tourism in Taiwan. *Journal of Sustainable Tourism*, 18:6, 811-828.
- Özdemir, G. (2014). *Destinasyon yönetimi ve pazarlaması*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Özdemir, A.S.; Büyüköztürk, Ş. ve Karaküçük, S. (2016). Rekreasyonel olanaklara dayalı yapılan destinasyon tercihlerinin içsel ve dışsal seyahat motivasyonlarıyla açıklanması. *Journal of Human Sciences*, 13 (2), 3002-3021.
- Özer, S. U.; Köse, B. Ç. ve Küçükaltan, D. (2013). Edirne as a cultural destination a forecast for foreign tourists to determine potential analysis. *Social Sciences Research Journal*, 3 (11), 1-11.
- Öztürk, Y. (2013). *Destinasyon tanımı ve özellikleri (içinde Destinasyon Yönetimi) (Ed. Yeşiltaş, Mehmet)*. Eskişehir : T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2761, Açıköğretim Fakültesi Yayını No: 1719.
- Ülker, E. (2010). Destinasyon pazarlamasında destinasyon seçimi karar verme süreci üzerine bir çalışma: Bozcaada örneği. Edirne: T.C. Trakya Üniversitesi S.B.E. İşletme A.B.D. Yüksek Lisans Tezi.
- Sandıkçı, M. ve Günay, F. (2014). Afyonkarahisar'ın rekreasyon alan ve faaliyetlerinin konaklama süresindeki etkisi. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(1), 43-64.
- Thiumsak, T. ve Ruangkanjanes, A. (2016). Factors influencing international visitors to revisit Bangkok, Thailand. *Journal of Economics, Business and Management*, 4 (3), 220-230.
- Türker, G. Ö.; Türker, A. ve Güzel, F.Ö. (2014). Turistik ürün çeşitlendirmesi kapsamında Dalyan destinasyonunun rekreasyon potansiyelinin değerlendirilmesi. *International Journal of Science Culture and Sport*, August 2014: Special Issue 2, 70-86.
- Türkay, O. (2014). *Destinasyon yönetimi-yönetim bilim bakış açısıyla işlevler, yaklaşımlar ve araçlar*. Ankara: Detay.
- Türkay, O. (2015). *Rekreasyon ve animasyon işletmeleri (içinde turizm işletmeleri (3. baskı), Ed. Burhanettin Zengin ve Şehnaz Demirkol)*. İstanbul: Değişim Yayınları.
- Vengesayi, S. (2010). Tourism destination attractiveness: the mediating effect of destination support services. *The Business Review*, Cambridge, 16 (2), 179-185.
- Yüksek, G. (2014). *Turizm destinasyonları*. Ankara: Detay.

İNTERNET KAYNAKÇASI

TUİK, 2015: "[İl ve İlçelere Göre İl/İlçe Merkezi, Belde/Köy Nüfusu ve Yıllık Nüfus Artış Hızı, 2015 rakamlarına göre](http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1059)" (http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1059), Erişim tarihi: 04.05.2016.

Extensive Summary

A Research in Point of Demographic Variables in Terms of Recreational Activity Preferences in Destination Orientations of Trakya Region Residents

Especially in recent years, the trends towards destinations with recreational activities are increasing in our country as well as all over the world. For example, windsurfing in Alaçatı destination, night life and entertainment in Bodrum, paragliding in Fethiye, shopping festivals in İstanbul and Ankara, rafting in Köprülü Kanyon, trekking in Kırklareli İğneada Longoz Forests. Such recreational activities are the reason for preference to destinations.

Among the reasons why visitors choose destinations, participating of recreational activities and various marketing strategies for the destination orientations are emphasized by destination management organizations. When a destination is late to the forefront own resources, it will not be able to reach a competitive point, take steps in image creation and branding, increase tourism revenues and visitor numbers, and provide economic growth.

It can be argued that the research will provide a starting point for future research into recreational activities in the region. By uncovering these activities and opportunities, sector leaders and marketing managers in tourism and destination management organizations will be able to develop new planning and marketing strategies in this context.

For this reasons, this research aims to investigate in point of demographic variables in terms of recreational activity preferences in destination orientations of Trakya region residents. Data were collected through questionnaires. In the analysis of data was used SPSS 22.0 software package. The questionnaires were collected from 390 people through face to face interviews using quotas sampling. Descriptive statistics, T-test and ANOVA analysis from the quantitative research methods were applied in the data analysis process. According to the results of T-Test and ANOVA analysis, it has been determined to have a significant difference in recreational activities in terms of gender, marital status, age, income and job variables. On the contrary, educational status variable doesn't have a significant difference in terms of recreational activities.