

BOŞ ZAMAN, REKREASYON VE ETKİNLİK TURİZMİ İLİŞKİSİ

Yrd.Doç.Dr.Emel CAN¹

ÖZET

Sanayileşme ve şehirleşmenin yoğun temposu turizm hareketlerini de etkilemektedir. Bireyler için boş zamanlarını değerlendirebilmek, sürekli yaşadıkları ortamlardan uzaklaşmak, yenilenmek ve daha yüksek motivasyonla günlük yaşamlarına dönebilme, amacıyla rekreasyonel etkinlikler her geçen gün daha büyük önem taşımaktadır. Günümüzde bireyler daha sık ve kısa süreli tatilleri tercih etmektedir. Gerek rekreasyonel etkinliklere katılmak amacıyla seyahat etme, gerekse tatillerin de rekreasyonel etkinliklere katılma eğiliminde oldukları görülmektedir. Bunun yanında gelişen iletişim ve ulaşım teknolojileri bu eğilimi gerçekleştirme fırsatı sunarken destinasyonlar arası rekabetinde yoğunluğu da her geçen gün artmaktadır. Destinasyonlar, turizm talebini kendilerine çekebilmek ve talep yaratabilmek için, doğal, tarihi, kültürel çekicilikleri yanında düzenledikleri ya da ev sahipliği yaptıkları etkinliklerle rekabetçiliklerini artırma çabasındadırlar.

Büyüklik ve içerik olarak farklılıklar gösteren etkinlikler, destinasyonlara yönelik talebin artması, destinasyon imajına katkı, mevsimsellik etkisinin azaltılması gibi faydalar yaratırken etkinlik planlaması, destinasyon yöneticileri için etkinliğin başarısı ve sürdürülebilmesi açısından önem taşımaktadır. Bu çalışma da boş zaman, rekreasyonel etkinlikler ve etkinlik turizmi ilişkisi üzerinde durulmuş ve başarılı etkinlik planlama için destinasyon yönetimlerine önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Boş Zaman, Rekreasyon, Rekreasyonel Etkinlikler, Etkinlik Turizmi

Jel Sınıflandırması: P16, P41

THE RELATION AMONG LEISURE TIME, RECREATION AND EVENT TOURISM

ABSTRACT

Busy pace of industrialisation and urbanisation affects tourism movement also. Recreational events have had much more matter to able to evaluate leisure time of individuals, to move away from settings which they live constantly, to renew and to turn back to daily life by much more motivation every passing day. Today, individuals prefer more frequent and short-term vacations. It is seen that they are liable both to travel in terms of participate in recreational events and to participate in recreational events in their vacations. Moreover, while developing communication and transportation technologies give a chance for making the inclination, intensity of competition among destinations has also increased every passing day. Destinations make an effort to increase their competitiveness with events that they arrange or receive in addition to natural, historical, cultural attractions in order to get tourism demand and to create demand for themselves.

While events which differ from size and concept create advantages such as increasing the demand related to destinations, contribution to destination image, decreasing the effect of seasonality, planning event has matter to success of event and sustainability of event for destination managers. It has been emphasized on the relation among leisure time, recreational events and event tourism and suggestions have been made for destination methods for planning successful event on the study.

Key Words: LeisureTime, Recreation, Recreational Events, Event Tourism

Jel Classification: P16, P41

¹ Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Ezine Meslek Yüksekokulu, emelcan@comu.edu.tr

Giriş

Günümüz yoğun ve yorucu iş ve şehir yaşamının ortaya çıkardığı stresli, rutin ve sıkıcı ortamlar insanları yıpratmaktadır. Bu durum insan sağlığını olumsuz yönde etkilemektedir. Bunun yanında özellikle teknolojik gelişmeler sayesinde çalışma saatlerinin azalması, kişi başına düşen milli gelirin artması, ulaşım ve haberleşme sistemlerinin gelişmesi gibi etkenler insanların, boş zamanlarını değerlendirme etkinliklerini, yaşamının önemli bir parçası haline getirmiştir.

Boş zaman, kişinin çalışmadığı, yaşam zorunluluklarının ve biçimsel görevinin dışında kalan ve kişinin kendi isteği yönünde harcayabileceği zamandır (Tezcan, 1982:10). Boş zaman, modern insanın çalışma günü sonunda, hafta sonunda, yıllık izninde ve emeklilik devresinde, iş ve zorunlu görevler dışında kalan zamandır (Türkmen vd .2013; 2142). Ayrıca, çalışmalarda, boş zamanın pozitif kullanımının artmasının kendini gerçekleştirme ve ruhen sağlıklı kişiler oluşmasına katkıda bulunduğu ifade edilmektedir (Passmore ve French 2001,67).

Boş zaman ve Rekreasyon

Kişileri yoğun, yorucu, rutin ve sıkıcı olan iş hayatının streslerinden uzaklaştırmak; genellikle dinlendirici, rahatlatıcı ve yeniden toparlayıcı özelliğe sahip olan reaktif nitelikli boş zaman faaliyetleriyle gerçekleşebilmektedir (Tel ve Köksalan,2008,262). Kendini gerçekleştirme boş zamanın, rekreasyon tarafından oluşturulan temel kullanılış biçimidir. Rekreasyon genel olarak boş zamanın çeşitli etkinliklerle değerlendirilmesi olarak kabul edilmektedir. Rekreasyon, katılanın gönüllü olarak seçtiği ve boş zamanını değerlendirdiği etkinlikleri kapsar (Serarşlan ve Bakır, 1988;28). Kraus, rekreasyonu, kişinin, çalışma ve toplumsal zorunluluklar dışında, rahatlama, bilgi ve toplumsal katılımını arttırmak için kendi isteğiyle yaratıcı kapasitesini harekete geçirdiği herhangi bir etkinlik olarak tanımlamaktadır (Aktaran Orel ve Yavuz,2003; 62). Rekreasyon, kişilerin kendi iradeleri ve istekleri ile aktif veya pasif şekilde katılım sağladıkları “etkinlikler” dir (Lu and Hu 2005;117).

Rekreasyon, yenilenme, yeniden yaratılma anlamına gelen *recretio* kelimesinden gelmektedir. (Karaküçük, 1999;56). Rekreasyon, boş zaman deneyimi anlamında, bireysel olarak kişiye kendisini yeniden yapılandırma olanağı sunan eğlence ve sosyal aktivite olarak düşünülebilir

(Brey and Lehto, 2007;161). Rekreasyon faaliyetlerinde bulunan kişilerin davranış şekilleri incelendiğinde, kişilerin rahatlamış, motive olmuş, yenilenmiş olduğu ortaya çıkmaktadır (Yılmaz,2004;1). Bunun yanında rekreasyonel etkinlikler, bireyin sosyal hayatının gelişmesini de olumlu yönde etkilemektedir.

Toplumsal ve fiziksel çevrenin olumsuz yönde değişmesi insanların rahatlama, gevşeme, motive olma gereksinimlerini arttırmaktadır (Aslan,1993;22). Endüstrileşme ve kentleşmenin ortaya çıkardığı yaşam biçimine sürekli uyum sağlamak zorunda olan kişilerin, harcadıkları enerjilerin doğurduğu gerilimlerin periyodik olarak ortadan kaldırılması psikolojik dengelerini koruması açısından önemlidir (Mansuroğlu, 2002;53). Bireylerin günlük iş ve yaşam temposundan bir süreliğine uzaklaşarak kendisine zaman ayırması, yenilenme, beden ve ruh sağlığına kavuşmasına katkı sağlaması yanında iş verimliliği ve motivasyonunu da arttıracaktır.

Rekreasyonel etkinlikler; aktif veya pasif bir biçimde, grup ya da ferdi olarak spor, kültürel etkinlikler, tabiat ve insan tarihinin değerlendirilmesi, gezi eğlence, zevk veren olay ve resmi olmayan eğitime katılmayı kapsamaktadır. Yapılan rekreasyon tanımları ile bağlantılı olarak, rekreasyon aktivitelerinin katılanlara mutluluk, tatmin, yaratıcılık, ruhsal denge, karakter, rekabet etme gücü, ruhsal kapasite, özgürlük, fiziksel ve ruhsal kondisyon ve daha geniş dünya görüşü kazandırması gerektiği ortaya çıkar (Hacığlu vd.2003; 30)

Gunter (1987) rekreasyonun sekiz özelliğinden söz etmiştir.

- 1-Günlük yaşamdan bir anlamda ayrılma ya da kopma,
- 2- Etkinlikleri kişinin özgürce seçiyor olması,
- 3- Zevk alma ya da olayın zevk alınır oluşu,
- 4- Kendiliğinden oluşu,
- 5- Zamanın varlığı
- 6- Yaratıcı hayal kurma,
- 7- Macera ve keşfetme,
- 8- Kendini gerçekleştirmedir (aktaran: Köktaş, 2004: 3-15).

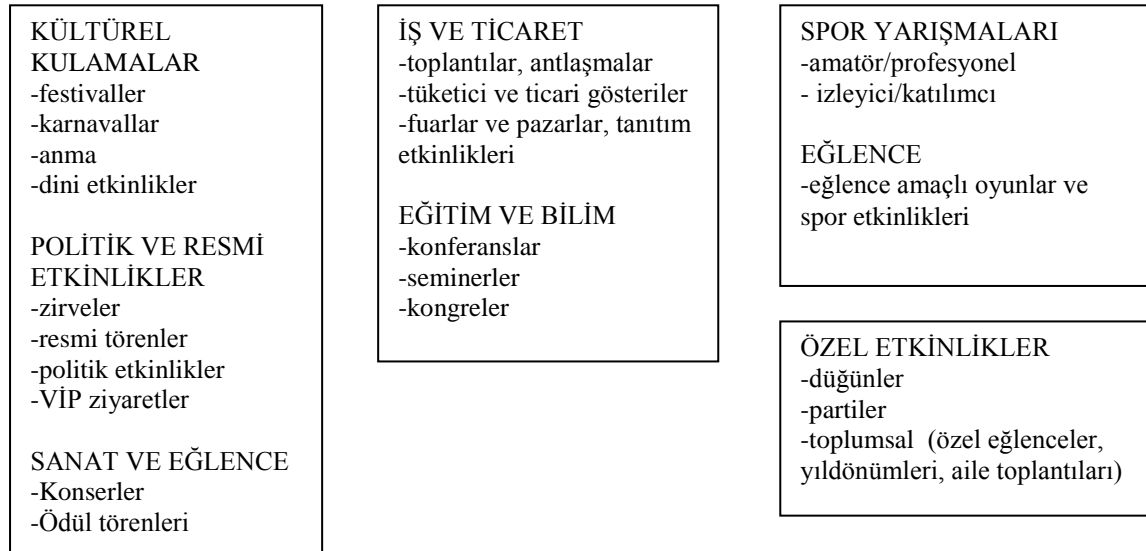
Yapılan çalışmalarda etkinlikler, büyüklük ve içeriklerine göre sınıflandırılmaktadır. Büyüklüklerine göre etkinlikler; mega etkinlikler, hallmark (damga) etkinlikler, büyük etkinlikler ve yerel etkinlikler olarak sınıflandırılmaktadır. Mega etkinlikler, tüm ekonomiyi ve küresel medyayı etkileme gücüne sahip olan etkinlikler olarak nitelenirken, hallmark

etkinlikler; bir kasaba, şehir veya bölgenin ruhu veya etolojisi ile özdeşleşen etkinlikleri ifade eder. Bu kasaba, şehir veya bölgeler etkinliğin adı ile anılır ve bu haliyle geniş çaplı tanınmışlık ve farkındalık elde eder. Hallmark olaylar damga vurucu veya markalaşmış olaylar olarak da ifade edilebilir. Hallmark etkinlikler temel olarak farkındalığı artırıcı özelliğe sahiptir. Büyük etkinlikler ise majör etkinlikler olarak da adlandırılmaktadır. Büyük etkinliklerde medya ilgisi, ziyaretçi sayısı ve ekonomik etkileri bakımında baskın bir güce sahiptir. Pek çok uluslar arası spor karşılaşması bu kategori altında sınıflandırılabilir. Yerel etkinlikler ise, bir ulusun kültürel özelliklerini taşıyan veya dar bir coğrafik alana yayılmış her tür etkinlik bu kategori altında sınıflandırılabilir (Argan,2007;452-455).

Boş zaman faaliyetleri içerik bakımından çok zengin ve çeşitlidir. Boş zaman değerlendirme yöntemi olan rekreasyonel etkinlikler, müzikal uğraşlar, sportif etkinlikler, oyunlar, sanatsal etkinlikler, hünere gerektiren etkinlikler, doğa etkinlikleri, sosyal ve kültürel etkinlikler olarak genel başlıklar altında toplanabilir.

İçeriklerine göre etkinlikler, etkinliğin temasını açıklar. Getz (2008), etkinlik etkinlikleri dört ana gruba ayırmıştır. Bunlar;

- Kültürel kutlamalar, politik ve resmi etkinlikler, sanat ve eğlence
- İş ve ticaret, eğitim ve bilim
- Spor yarışmaları ve eğlence
- Özel etkinlikler.



Şekil 1: Etkilik Türleri

Kaynak: Getz (2008;406)

Etkinlikler dünya çapında hem sayıca hem de gördüğü rağbet açısından gelişmekte olan bir olgudur (Crompton ve McKay, 1997;429; Getz, 1997, s.18;). 280437 sf29 Etkinliklerin etkileriyle ilgili çalışmalar genellikle büyük ölçekli etkinliklere odaklanmıştır (Fredline vd., 2003;34; Waite, 2003;196).

Turizmin tatmin etmeye çalıştığı ihtiyaçlar açısından rekreasyon etkinliklerinin önemi gün geçtikçe artmaktadır. Etkinliklerle turizm hareketliliği sağlanan yörenin tanıtımı da yapılmaktadır. Kültürel, sanatsal, sportif etkinlikler modern turizmde, etkinliklerin gerçekleştirildiği bölgeye imaj kazandırmada kullanılan etkin yöntemlerden biri olarak kabul edilmektedir (Tayfun ve Arslan, 2013: 192-193).

İnsanların rekreasyona olan talep ve eğilimlerinde meydana gelen artış, yoğun kent hayatından ve hareketsizlikten kaçış olarak, özellikle açık alanları rekreatif etkinliklerinde tercih etmeleri sonucu daha belirgin şekilde ortaya çıkmaktadır (Koçan.2007;33)

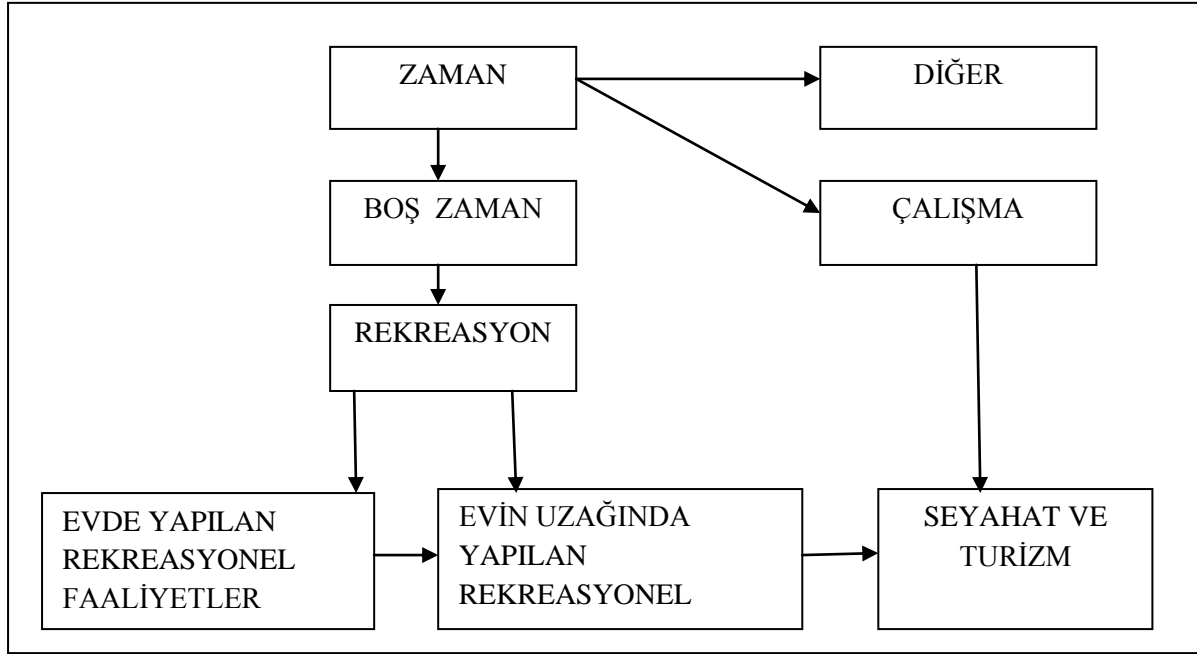
Etkinlik Turizmi

Kentsel mekanlarda yaşanan olumsuz koşullar ve rekreasyon kaynaklarının yetersizliği nedeniyle kent insanı, kent dışındaki rekreasyon kaynaklarına yönelmektedir (Akten ve Akten,2011;2). Günümüzde insanlar, istedikleri yaşam standardını sağlıklı yürütebilmek için rekresyanol faaliyetlere ihtiyaç duymuşlardır. Özellikle büyük şehirlerde yaşayan bireylerde, kalabalık kent yaşamından kaçma arzusu, turizm ve rekreasyon faaliyetlerine duyulan ihtiyacın önemli faktörlerinden birisi olmuştur (Şahin vd.,2009;63)

Düzenlenen etkinlikler rekreasyon faaliyetinde bulunmak isteyen potansiyel turisti etkinliğin düzenlendiği bölgeye çekerek bölgedeki turizm hareketliliğini sağlamaktadır. Etkinliklerle turizm hareketliliği sağlanan yörenin tanıtımı da yapılmaktadır. Kültürel, sanatsal, sportif etkinlikler modern turizmde, etkinliklerin gerçekleştirildiği bölgeye imaj kazandırmada kullanılan etkin yöntemlerden biri olarak kabul edilmektedir (Tayfun ve Arslan, 2013: 192-193).

Dünyada önemi sürekli artan ve günümüzde çok büyük boyutlara ulaşan turizm; insanların fiziksel, sosyal ve psikolojik ihtiyaçlarına doğrudan ve dolaylı olarak, belli bir süre için cevap verebilen en etkili faaliyetlerden biridir (Usta, 2002:2). Turizmde, tüketicileri seyahat için

harekete geçiren değişik motivasyonlar bulunmaktadır. Bunlar; dinlenme, fiziksel ve ruhsal olarak kendini yenileme, her zaman yaşadığı çevreden kısa bir süre için uzaklaşma, tarihi, kültürel bölgeleri ziyaret etme, doğaya yakın olma, eğlence, farklı insanlar ile tanışma, macera arama ve spor gibi nedenlerdir (İçöz ve Kozak 2002;89) ve bu nedenler rekreasyonel etkinlikleri desteklemektedir. Günümüz turizm talebi geleneksel güneş, kum, deniz ve eğlence ürünlerinin yanı sıra farklı turizm kaynaklarının kullanımı doğrultusunda hareket göstermektedir. Bunun yanında, kısa süreli ve sık sık yapılan tatil eğiliminde artış olduğu görülmektedir.



Şekil 2: Boş Zaman, Rekreasyon ve Turizm

Kaynak: Tribe, J. (2005). (Aktarant. Metin, vd.2013)

Etkinlikler günümüzde, turizmi geliştirme ve pazarlama stratejilerinin ayrılmaz ve önemli bir parçası haline gelmiştir. Bu fenomeni tanımlamak için “Etkinlik turizmi” ifadesi kullanılmakta ve “turistik bir çekim unsuru yaratmak için etkinliklerin sistematik bir şekilde geliştirilmesi, planlanması, pazarlanması ve düzenlenmesi” olarak tanımlanabilmektedir (Tassiopoulos, 2005: 4). Günümüzde etkinlik turizmi uluslararası turizmin önemli ve hızla gelişen bir bölümü olarak literatürde geniş çaplı araştırmalara konu olabilmektedir (Getz, 2008: 403-405).

Turizmi teşvik eden etkinliklerin, destinasyonların pazarlanmasında ve gelişiminde önemli bir rol oynadığını belirten Getz, etkinlikleri; planlı ve plansız olmak üzere iki şekilde gruplandırmaktadır. Getz, turizm üzerindeki rolü ve etkisi ile planlı etkinliklerin, destinasyonun rekabetçiliğinde artan öneminin kanıtlandığını belirtmektedir. Etkinlikler, turizmin sadece bir destekleyicisi veya taraftarı olmakla kalmayıp; toplumun inşasından kentsel yenilenmeye, ulusal kimliği canlandıran kültürel gelişmeye kadar birçok önemli rol oynamaktadır (Getz,2008;407)

Etkinlik turizmi, bir etkinliğe katılmak için seyahat eden veya seyahat ettiği destinasyonda etkinliklere de katılan bir pazar bölümünü ifade etmektedir. Etkinlik turizmi temel turistik ürün olabileceği gibi alternatif turistik ürün olarak da değerlendirilebilmektedir. Etkinlik turizmi, “birincil veya ikincil çekicilik şeklinde kullanılarak katılımcı sayısını maksimize etmek için; özel olayların planlanması, geliştirilmesi ve pazarlanması olarak tanımlanmaktadır.” (Kozak ve Bahçe, 2009:157).

Etkinlikler turizm pazarında hızla büyüyen bir sektördür. Bunun nedeni ise dünyada meydana gelen hızlı değişikliklerdir. Yapılan bir araştırmada etkinlik turizminin gelişmesini sağlayan değişimler belirlenmiştir. Bu değişimler genel olarak yaş durumuna bağlı değişim, teknoloji, gelir ve zaman şeklinde sıralanmaktadır (Goldblatt, 2000: 4).

Düzenlenen yerel etkinlikler rekreasyon faaliyetinde bulunmak isteyen potansiyel turisti etkinliğin düzenlendiği bölgeye çekerek bölgedeki turizm hareketliliğini sağlamaktadır. Turizmi teşvik eden etkinliklerin, destinasyonların pazarlanmasında ve gelişiminde önemli bir rol oynadığını belirten Getz (1997: 16) etkinlik turizmini; “Etkinliklere katılan turist sayısını azami seviyeye çıkarmak amacıyla birincil ya da ikincil turist çekicilikleri olarak etkinliklerin planlanması, geliştirilmesi ve pazarlanmasıdır” şeklinde tanımlamaktadır.

Destinasyonların, belirli etkinliklerin kendi destinasyonlarında gerçekleşmesini talep ederek olay çekim merkezlerine dahil olmayı istemelerin nedenleri aşağıdaki gibi sıralanabilir (Getz vd 1998; 335)

- Özellikle düşük sezonda ziyaretçi çekmek
- Ziyaretçilerin kalış sürelerini uzatmak
- Destinasyonla ilgili imaj ve farkındalık yaratmak
- Kongre ve ziyaretçi bürosu üyelerinin promosyonlara katılımı ya da sponsor olmaları için fırsat yaratmak

- Destinasyon yönetim büroları ve toplum için gelir elde etmek
- Alt yapı iyileştirmelerine katkı yapmak
- Mevcut olanaklardan daha etkili faydalanmak

Getz (1997,53) ise etkinliklerin işlevlerini aşağıdaki gibi açıklamıştır.

- Destinasyon pazarlama işlevi; yatırımcıları ve turistleri destinasyona çekmek
- Turizm çekiciliği işlevi; talebi farklı bölgelere ve zamanlara çekmek, ziyaretçi sürelerini ve kalış sürelerini arttırmak
- İmaj yaratma işlevi; destinasyon ve diğer çekicilikler için olumlu imaj yaratma ve imajı güçlendirmek, olumsuz imajı yok etmek
- Destekleyici işlevi; alt yapıyı geliştirmek, destinasyonun yenilenmesini desteklemek destinasyondaki ticaretin gelişimine yardımcı olmak
- Teşvik edici işlev; destinasyona ilk ya da tekrar ziyaretleri özendirme

Etkinlik Turizminin Olumlu Ve Olumsuz Etkileri

Etkinliklerin destinasyon üzerinde bıraktığı birçok etkiler bulunmaktadır. Etkinlikler, amaçları, büyüklükleri ve topluma ve diğer paydaşlara etkisi ile farklılıklar göstermektedir.. Etkinliklerin etkileri, düzenlenen etkinlik türüne, etkinliğin boyutuna ve destinasyonun özelliğine göre farklılık gösterebilmektedir.

Tablo 1: Etkinliklerin Olumlu Ve Olumsuz Yansımaları

| ETKİ TÜRÜ | Olumlu | Olumsuz |
|--------------------------|--|--|
| EKONOMİK | <ul style="list-style-type: none"> - Daha yüksek yaşam standardı - Daha yüksek harcama - Daha yüksek gelir - Artan para sirkülasyonu - İstihdam yaratma - Spekülatif kazançlar - Mülkiyet edinme teşviği - Kentsel dönüşüm - Artan sermaye (yatırım) | <ul style="list-style-type: none"> - Adaletsiz gelir paylaşımı - Etkinlik sırasında fiyat arışı/enflasyon - Gelir ve giderlerde mevsimlik etkiler - Mevsimlik düşük ücretler, vasıfsız ve kalfa düzeyinde yarı zamanlı istihdam - Emlak ve kira bedellerinde artış, emlak spekülasyonu - Çevre sakinlerinin yaşadıkları alanların turist konaklama alanlarına dönüştürülmesi - Ticari sponsorlara ve devlet sübvansiyonuna güven - Vergi kaçırma |
| TURİZM VE TİCARET | <ul style="list-style-type: none"> - Yatırım fırsatlarına teşvik - Büyüme katalizörü - Sponsorluklar yoluyla marka promosyonu - Dünya çapında tanınma - İmaj kazanma ve yenileme - Bölge hakkındaki farkındalığın artması - Artan ziyaretçi sayısı - Statik çekicik ve tesislerin animasyonu - Turistik ürünlere değer katması ve ürün çeşitliliğinin artması - Turistik ürünleri rakiplerden ayırma - Mevsimlik artışları genele yayma - Bölgede yatırım ve ticaret potansiyeli hakkında bilginin artması | <ul style="list-style-type: none"> - Yöreselliğin kalkması - Rekabet artışı - İmaj kaybetme (yetersiz hizmet/tesis veya kötü uygulamalar sonucunda kötü şöhret - Yolcuların geçici olarak yer değiştirmesi - Etkinliklerin, genel turizm ürünlerinden daha fazla planlama ve araştırma gerektirmesi - Etkinliklerin önemli ölçüde promosyonel çalışma gerektirmesi - Yerel insan gücü ve hükümet desteği için yeni rekabet koşullarının oluşma ihtimali sonucunda bölgedeki mevcut girişimde oluşacak negatif reaksiyonlar - Konaklama sektöründe aşırı doluluk |

Kaynak: Eryılmaz,S.S ve Cengiz, H. (2012)

Tablo 1’de görüldüğü üzere, etkinliklerin turizm kapsamında oynadığı roller genelde pozitiftir. Karagöz (2006: 6-7) etkinlik turizmi sayesinde, turizm çeşitlemesi yapılarak turizm sezonunun uzayabildiğine, bölgelerin turizm farkındalığı yaratarak yeni gelir kaynakları oluşturabildiğine, turizmin belli bir yerde ve zamanda yoğunlaşmasını engellediğine, yerli ve yabancı yayın organlarınca ülkenin tanıtımına katkı sağlandığına dikkat çekmektedir.

Bir destinasyonun çekim unsurlarını çeşitlendirmek o destinasyonun yeni ve tekrar ziyaretçilerinin sayısını arttırmaktadır. Etkinlikleri bir destinasyonun çekim unsurları arasına dahil etmenin diğer nedenleri rekabetçi pazarda farklılaşabilmek ve rekabet edilebilirliğin arttırılmasıdır (Özdemir 2014;44)

Turizm endüstrisinin en önemli sorunlarından biri mevsimsellikdir. Etkinlikler mevsimselliğin etkisini azaltmakta sezon dışı doğal çekicilikleri kullanarak önemli kazanımlar yaratabilmektedir. Etkinlikler mevsimselliğin etkisini azaltmakta önemli bir avantaja sahiptir; sezon dışı doğal çekiciliklerden faydalanır. Müşteriler veya ziyaretçiler açısından özel etkinlikler, hoşça vakit geçirmek için birer fırsat, günlük sıradan seçeneklerin dışında gerçekleşen bir sosyo-kültürel deneyimlerdir (Mc Donnel, 1998: 10). Etkinlikler rekreasyonel faaliyette bulunmak isteyen potansiyel turisti etkinliğin düzenlendiği destinasyona çekerek bölgede turizm hareketliliği sağlamaktadır.

Birçok destinasyonda yerel halk kutlamalarını yüksek sezon dışındaki tarihlerde gerçekleştirmektedir. Bu durum ziyaretçiler için daha özgün etkinlikler gerçekleşmesine yol açmaktadır. Ayrıca etkinlik turizmi sayesinde, yoğunlaşmanın ülke içinde az bilinen bölgelere yayılması sağlanabilmektedir (Bowdin vd., 2006, s.74).

Turizm sektöründe etkinlikler, yüksek sezonu uzatmanın en popüler yöntemlerinden biri haline gelmiştir. Etkinlikler, turistlerin kalış sürelerini uzatırken yaptıkları toplam harcamaları da arttırmaktadır. Etkinlik yönetimi, turistlerin de potansiyel bir pazar olarak değerlendirildiği hızla gelişen profesyonel bir daldır ve turizm endüstrisi etkinliklerin başarısı ve çekiciliğinde önemli bir paydaş haline gelmiştir (Getz;2008;404).İnsanların etkinliğe katılma nedenlerini tespit etmek, hem etkinlik yönetiminde hem de pazarlamasında kilit rodedir ve etkinlikleri belirlemede yol göstericidir. Etkinlik planlaması ve programlaması etkinliğin kalitesi ve çekiciliğinin belirleyicisidir Etkinliklerin zamanlaması önemlidir. Yüksek sezonda düzenlenen etkinlikler bölgenin taşıma kapasitesini zorlarken, düşük veya orta sezonda düzenlenen etkinlikler ekonomiyi canlandıracak bir etki yaratacaktır.Memnuniyet ve tekrar ziyaret arasındaki güçlü ilişki, etkinlik yöneticilerinin ziyaretçilerin etkinliğe yönelik keyif ve eğlencesini arttırmaya yönelik stratejilere odaklanmasını gerektirir. (Özdemir,2014;52).

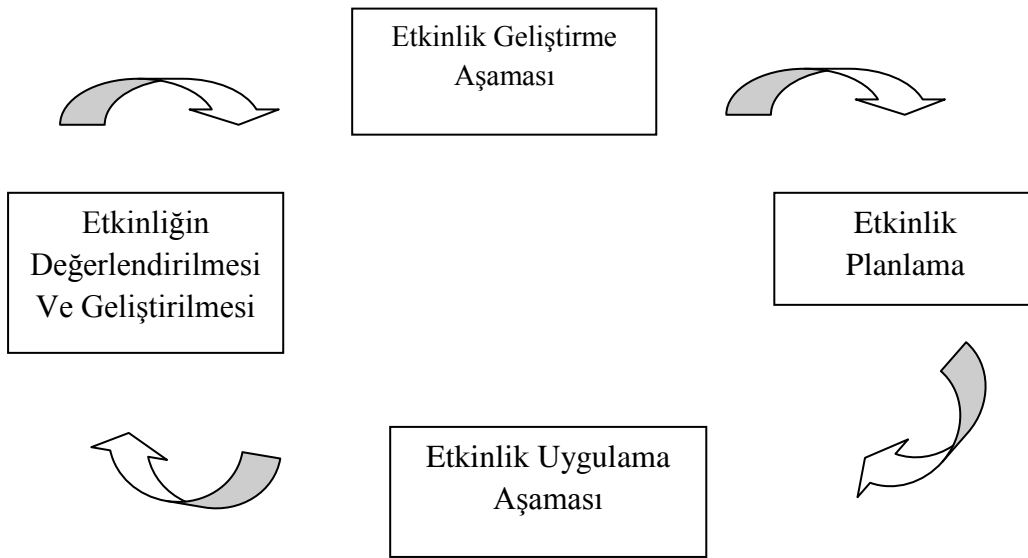
Turizm ve etkinlikler arasındaki ilişkinin en önemli unsuru etkinliklerle ilişkili imajın destinasyona transfer edilmesi ve etkinliklerin destinasyon markasını güçlendirme, destekleme ve değiştirmeye olan etkisidir. Bir destinasyona etkinlik imajının transfer edilmesi kentlerdeki önemli doğal ve fiziksel çekiciliklerin harekete geçirilmesinde oldukça önemlidir⁵. Etkinlik turizmi spor etkinlikleri kadar sanatsal, kültürel ve bilimsel etkinlikleri de içermesine rağmen spor etkinlikleri, etkinlik endüstrisinin büyümesinde anahtar bir rol oynamıştır. Bunun nedeni, spor etkinliklerinin şehirlerin ekonomik ve fiziksel gelişiminde, pazarda şehrin konumunu geliştirmede etkili bir artı değer olarak görülmesidir⁶Etkinlik

turizmi, tüm turizm endüstrisinin en hızlı büyüyen bölümlerinden biridir ve destinasyonların geliştirilmesinde, pazarlanmasında ve markalanmasında en önemli unsurlardan biridir¹⁰.

Etkinlik turizmi son yıllarda güçlü bir turizm talebi yaratıcısı haline gelerek turizm, seyahat, boş zaman ve konaklama endüstrilerine önemli bir katkı sağlamaktadır. Aynı zamanda toplumlar ve destinasyonlar için yararlar sağlayarak çeşitli ekonomik, sosyal, çevresel hedeflere ulaşmada dikkat çeken bir araçtır. Destinasyonlar arasındaki rekabetin artması nedeniyle etkinlik düzenleme ve geliştirme büyük bir sektör haline gelmiştir (Karagöz, 2006, s.5).

Etkinlik Planlama Modeli

Planlanmış etkinlikler belirli bir zamanı içerir. Her bir etkinlik büyük bir çabayı bünyesinde barındırır. Çünkü etkinlik demek, etkinlik planlayıcıları, etkinlik katılımcıları ve bu iki grup arasında iletişimi sağlayan sistemin muhteşem uyumu anlamına gelmektedir. Destinasyonlar için belirlenen amaçları gerçekleştirmek için düzenlemiş olduğu etkinliklerin planlanması son derece önemlidir.



Şekil 2: Etkinlik Planlama Modeli

Kaynak: Malen ve Adams (2008:26)

Düzenli bir şekilde organize edilen etkinliklerin destinasyona çok büyük faydaları vardır. Etkinlikler bir destinasyona yeni ve tekrar ziyaretin bir nedeni olabilmektedir. Etkinlik turizmi kapsamında düzenlenen özel olaylar özellikle gelişmemiş bölgelerde çekicilik aracı olarak dikkatleri üzerinde toplamaktadır. Irshad'a (2011) göre etkinlikler yerli ve yabancı ziyaretçi sayısında artışla birlikte turizmin canlanmasına neden olmakta; dolayısıyla yerel ekonominin dinamiklerini harekete geçirmede zorlayıcı bir etki yaratmaktadır (Aktaran Kışioğlu ve Selvi, 2013;72). Karagöz (2006: 6-7) ise etkinlik turizmi sayesinde, turizm çeşitlemesi yapılarak turizm sezonunun uzayabildiğine, bölgelerin turizm farkındalığı yaratarak yeni gelir kaynakları oluşturabildiğine, turizmin belli bir yerde ve zamanda yoğunlaşmasını engellediğine, yerli ve yabancı yayın organlarınınca ülkenin tanıtımına katkı sağlandığına dikkat çekmektedir.

Etkinlik planlama ve yönetiminde dikkat edilmesi gereken konu hedeflerin ortaya konulmasıdır. Belirlenen hedefler çerçevesinde etkinlik planlarının hazırlanması etkinliklerin amacına ulaşmasını sağlayacaktır. Etkinlik planı, üç alt planı hazırlamayı gerektirir. Bunlar, finansal planlama, operasyonel planlama ve pazarlama planıdır. Finansal planlama, bütçe, gelir-gider, sponsorluk, yatırım maliyeti gibi konuları içerir. Etkinlik planlamada etkinlik maliyetinin hesaplanması önemli bir konudur. Etkinlik maliyet kalemleri, davetiyeler, konaklama, yiyecek- içecek, çevresel düzenleme, dekor, müzik, sahne, ışıklandırma, sigorta giderleri, güvenlik, çalışanlara ödenen ücretler, iletişim giderleri gibi harcamaları kapsar.

Etkinlik maliyetlerinin karşılanması konusunda önem verilmesi gereken bir diğer konu da sponsor kullanımıdır. Sponsorluk; bir örgütün belirlemiş olduğu hedeflere ulaşmak amacıyla, spor, kültür ve sanat, eğitim, sağlık ve sosyal alanlarda çeşitli kişi, kuruluş veya organizasyonlara aynı, nakdi veya başka şekillerde desteklerle yapılan tüm çalışmaların planlanması, uygulanması ve kontrol edilmesi süreçlerini kapsamaktadır. Sponsorluk; taraflar arasındaki karşılıklı olarak birbirlerine yarar sağlamaya yönelik olarak gerçekleştirilen bir iş anlaşmasıdır (Tengilimoğlu ve Öztürk, 2004: 198). Etkinliklerde sponsor kullanımı, etkinliklerin maliyet yönünden daha güçlü olmasını sağlamaktadır.

Sponsorluk, etkinliklerin sayı ve ölçek bakımından gelişmesini sağlamanın yanı sıra etkinliklerin kalitesini de artırmaktadır. Sponsorluğun etkinlik organizasyonlarına faydalarını Getz (1997:218) şu şekilde sıralamaktadır.

- Yönetim ve faaliyet için gereken geliri sağlamak gerçekleştirilen,
- Sponsorlar tarafından gerçekleştirilen tamamlayıcı tanıtım çalışmaları ile pazarlama faaliyet alanını ve erişim düzeyini arttırmak,
- Sponsorun uzmanlığını ve personelini kullanarak insan kaynakları kazanımı elde etmek,
- Etkinliğin hedef kitesini genişletmek
- Pozitif kurumsal imaj katkısıyla etkinliğin imajını geliştirmek

İyi hazırlanmış bir etkinlik planı uygulama aşamasının sorunsuz atlatılmasına olanak sağladığı gibi sonraki etkinlikler için için bir takım ipuçları verir. Her planlamada olduğu gibi etkinlikleri izlemenin ve değerlendirmenin etkinliklere bir takım faydaları vardır. Getz (1997;331 (Etkinlik turizmi makalesi) bu faydaları şu şekilde sıralamıştır;

- Problemi saptamak ve çözüm üretmek
- Yönetimi iyileştirmenin yollarını bulmak
- Etkinliğin ve programların değerini bilmek
- Başarı ya da başarısızlığı ölçmek
- Maliyetleri ve faydaları tanımlamak
- Etki alanlarını belirlemek ve ölçmek
- Sponsorların ve otoritelerin memnuniyetini arttırmak
- Kabul, güvenilirlik ve destek sağlamak

Etkinliklerin başarısı ve sürdürülebilirliğinin sağlanabilmesi için, çevresel etkileri, sosyo-kültürel etkileri, ekonomik etkilerinin ziyaretçiler, yerel halk, yerel yönetimler ve organizatörler açısından etkilerinin değerlendirilmesi önemlidir. Yapılan değerlendirmede sonucunda elde edilen bilgiler, yeni etkinliklerin planlanmasında yol gösterici etki yapacaktır. Etkinlik turizminin sürdürülebilirliğinin sağlayabilmek kontrollü bir gelişmeyi gerektirmektedir.

Sonuç ve Öneriler

Etkinlik turizmi tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de gelişmekte olan bir turizm çeşididir. Bir çok destinasyon, daha fazla turizm talebi yaratmak, gelen turiste farklı deneyimler yaşatmak, turizm mevsimini uzatmak, daha fazla gelir elde etmek, destinasyon imajını güçlendirmek gibi amaçlarla etkinlikler düzenlemekte ya da düzenlenen etkinlikleri destinasyonlarına çekmek için çaba göstermektedir. Etkinlik turizmi, sağladığı kazanımlar açısından bir çok turistik destinasyonun ve şehrin yöneldiği bir turizm çeşidi haline gelmiştir. Son yıllarda turizm talebindeki değişimler dikkate alındığında etkinlik turizmi önemle üzerinde durulması gereken bir konudur.

Bireylerin, günlük yaşamın sıkıntılarından uzaklaşmak, boş zamanlarını daha etkin değerlendirmek amacıyla kısa ve sık tatile çıkma eğiliminde olduğu görülmektedir. Ulaşım ve iletişim teknolojilerindeki gelişme bu değişime katkı sağlamaktadır. Ayrıca, son yıllarda sağlıklı yaşam, yaşam boyu spor, bireysel gelişim, kendini gerçekleştirme, yeni deneyimler yaşama, sosyalleşme gibi olgularının önem kazanmış ve bu beklentileri karşılamaya yönelik etkinliklere katılma amacıyla seyahat etme eğilimi artmıştır.

Destinasyonlar, bu pazardan pay almak için çaba sarf ederken etkinliklerin destinasyonlar üzerinde olumlu etkileri kadar olumsuz etkilerini de dikkate almaları, sürdürülebilirlik açısından önem taşımaktadır. Etkinlik turizminin başarısında rol oynayan en önemli unsur, etkinlik yönetimidir. Etkinlik yönetiminden sorumlu olan kişi, ya da kurumlar arasında iş birliği, görev dağılımının açık ve net olması, paydaşların katılımı etkinlik başarısını olumlu yönde etkileyecektir.

Etkinlikler için ihtiyaç duyulan alt yapı, etkinlikler sırasında hayata geçirilecek farklı programların iyi planlanması katılım ve memnuniyeti etkileyecek önemli unsurlardır. Etkinlikle ulaşılması hedeflenen amaçlar belirlenerek, ardından hedef kitle belirlenmeli ve iletişim stratejisi bu doğrultu da yürütülmelidir.

Etkinliklerle ilgili önemli bir konu da katlanılacak maliyetler ve elde edilecek gelir kaynakları çerçevesinde bütçenin belirlenmesidir. Sponsorların desteğinin sağlanması maliyetlerin karşılanması açısından önem taşımaktadır. Organizasyondan sorumlu kişi ya da kurumların bu konu da stratejiler geliştirmesi, sponsor bulma sürecine önem vermesi gerekmektedir.

Destinasyonlar, düzenlenen etkinliklerle talebi arttırmak, sonraki yıllarda bu artışı sürdürebilme amacındadırlar. Talep artışı beraberinde taşıma kapasitesinin üzerine çıkma,

aşırı fiyat arştı gibi sonuçları beraberinde getirilebilir. Bu durumun, beraberinde memnuniyetsizlik gibi sonuçları getirmesi kaçınılmazdır. Dolayısıyla, planlama sürecinde dikkate alınması gereken önemli konulardan biri de talepteki aşırı artış ve bunun etkileridir.

Etkinliklerin planlanma ve uygulama aşamasında ortaya çıkabilecek riskler belirlenmeli ve gerekli önlemler alınmalıdır. Etkin bir planlama ile riskler minimize edilebilir.

Destinasyonlar, etkinlik turizminden bekledikleri faydayı elde edebilmek için bir çok unsuru dikkate almak zorundadır. Bu unsurları dikkate alarak yapacakları planlama beklenen faydanın elde edilmesine imkan sağlayacaktır. Ayrıca etkinlik sonrası yapılacak değerlendirme amaçların ne ölçüde gerçekleştiğini görebilme yanın da süreç içinde aksaklıkları görebilme ve bir sonraki etkinlik ve çalışmalarda gerekli düzenlemeleri yapabilme imkanı sağlayacaktır.

Kaynakça

Akten M. ve S.Akten, (2011), Rekreasyon Potansiyellerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Model Yaklaşımı: Gülez Yöntemi I. Ulusal Sarıgöl İlçesi Ve Değerleri Sempozyumu 17-19 Şubat 2011 Sarıgöl

Argan, Metin, Eğlence pazarlaması, 2007, Detay yayıncılık, Ankara

Aslan Z, (1993). Sanayileşme ve Kentleşmenin Doğada Rekreasyon Faaliyetlerine Duyulan Gerekisini Arttırıcı Etkisi. *Ekoloji Çevre Dergisi*, (8): 22-24.

Brey, Eric T. Ve Lehto Xinran Y. 2007, The relationship between Daily and Vacation Activities, *Annals of tourism Research*, 34(1)160-180

Bowdin G., Allen J., O'Toole W., Harris R. ve McDonnell I., *Events Management (Second edition)*, Elsevier, Oxford, 2006.

Cropmton, J.L ve McKAY,Ş.L. (1997). Motives of visitors Attending Festival Event, *Annals of tourism Research*, 24(2) 425-439

Eryılmaz,S.S. ve H. Cengiz, Mega Etkinliklerin Kent Mekânına Ekonomik Yansımaları, *Formula 1 Örneği Sigma 4 Özel Sayı 2012*, 77-96

Fredline E., Jago L. ve Deery M., "The Development of A Generic Scale to Measure the Social Impacts of Events", *Event Management*, Vol.8, No.1, (2003), 23-37.

Getz G.(2008), Event tourism: Definition, evolution, and research, *Tourism Management*, 29 (3) 406 (403-428)

Getz, D.Anderson,D. Ve Sheehan,L. (1998), Roles, Issues and Strategies for Convention and Visitors' Bureaux in Destination Planning and Product Development: A Survey of Canadian Bureaux, *Tourism Management*, 19(4),331-340

Getz, D. (1997). *Event Management & Event Tourism*, Cognizant Communication Corporation, New York.

Goldblatt, J. J. (2000). A Future For Event Management: The Analysis Of Major Trends Impacting The Emerging Profession. *Event Beyond 2000 Report*.

İçöz, O. ve Kozak,N.. (2002) M. *Turizm Ekonomisi*. Ankara: Turhan Kitabevi.

Hacıoğlu, N., A. Gökdeniz ve Y. Dinç, 2003, Boş Zaman Ve Rekreasyon Yönetimi-Örnek Animasyon Uygulamaları, Detay Yayıncılık, Ankara

Karagöz D., “Etkinlik Turizmi ve Etkinlik Turizmi Bağlamında Yabancı Ziyaretçi Harcamalarının Ekonomiye Etkisi: Formula 1 2005 Türkiye Grand Prix Örneği”, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Eskişehir, 2006.

Karaküçük, S. (1999), *Rekreasyon-Boş Zaman Değerlendirme*, Üçüncü Basım, Bağırhan Yayınevi, Ankara

Kılbas S., *Gençlik ve Bos Zaman Değerlendirme*, Anaca Yayınları, Adana, 2001.

Kişioğlu, E. ve M. S. Selvi, (2013) Yerel Etkinliklerin Tekirdağ'ın Destinasyon İmajına Etkisi: Yerel Paydaşlar Açısından Bir Değerlendirme, *IAAOJ, Social Science*; 1(1),68-102
Koçan N. (2007), Geleneksel Sporlarımızdan Ciritin Rekreasyon Amacı İle Günümüze Uyarlanması Spor Yönetimi Ve Bilgi Teknolojileri Dergisi Issn: 1306-4371 Cilt:2 Sayı:1 , 2007 Elektronik Derg 31-39

Kozak, M. A. ve Bahçe, S. (2009), *Özel İlgi Turizmi*, Ankara: Detay Yayıncılık

Köktaş, Şükran., (2004). *Rekreasyon Boş Zamanı Değerlendirme*. Ankara: Nobel Yayın

Lu, L. & Hu, C. (2005). Personality, leisure experiences and happiness. *Journal of Happiness Studies*, 6, 325-342.

Malen. C., And Adams L.J., (2008). *Sport, Recreation And Tourism Event Management: Theoretical And Practical Dimensions*. Oxford.

Mansuroğlu, S. (2002), Akdeniz Üniversitesi Öğrencilerinin Serbest Zaman Özellikleri Ve Dış Mekan Rekreasyon Eğilimlerinin Belirlenmesi, *Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi dergisi*, 15(2)53-62

Mc Donnell, I., Johnny, A., Ve O'toole, W., (1998), *Festival and Special Event Management*, John Wiley & Sons Australia Ltd., Brisbane.,

Metin T.C., M. Kesici Ve D. Kodaş (2013), Rekreasyon Olgusuna Akademisyenlerin Yaklaşımları Journal Of Yasar University 30(8) 5021-5048
Orel, F.D. ve M. C. Yavuz , Rekreasyonel Turizmde Müşteri Potansiyelinin Belirlenmesine Yönelik Bir Pilot Çalışma, Çukurova Üniversitesi Sosyal bilimler enstitüsü dergisi, 2003, 11 (11)

Passmore A., French D., “Development and Administration of a Measure to Assess Adolescents’ Participation”, *Adolescence*, 36(141) pp.67-75, Spring 2001.

Serarslan, M. Zahit ve Müslüm Bakır (1988), “Turizm Pazarlamasında Sporun Yeri ve Türkiye Açısından Değerlemesi”, Pazarlama Dünyası, MayısHaziran, Yıl:2 Sayı:9, ss.28-30.

Şahin, C.K., S.Akten Ve U.E. Erol, (2009),Eğirdir Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Rekreasyon Faaliyetlerine Katılımlarının Belirlenmesi Üzerine Bir Çalışma, Artvin Çoruh Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi, 10 (1):62-71 ISSN: 1300-6053 62-71

Tayfun A. ve Arslan E (2013). Festival Turizmi Kapsamında Yerli Turistlerin Ankara Alışveriş Festivali’nden Memnuniyetleri Üzerine Bir Araştırma. İşletme Araştırmaları Dergisi, 5(2): 192-206.

Tassiopoulos, Dimitri (2005). Event Management: A Professional And Developmental Approach, 2nd Editon, *Juta Academic*, South Africa.

Tel M. ve B. Köksalan,(2008). Öğretim Üyelerinin Spor Etkinliklerinin Sosyolojik Olarak İncelenmesi (Doğu Anadolu Örneği) Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi *Fırat University Journal of Social Science* Cilt: 18, Sayı: 1 Sayfa: 261-278, ELAZIĞ

Tengilimoğlu, D. Ve Öztürk Y. (2004). İşletmelerde Halkla İlişkiler. Ankara: Seçkin Kitapevi.

Tezcan M., (1982) Sosyolojik Açından Bos Zamanların Değerlendirilmesi, A.Ü. Yayını, Ankara,

Türkmen M., M.Kul ve M.Sarıkabak, (2013) Konaklama İşletmesi Yöneticilerinin Rekreasyon Algı Ve Tutumlarının Değerlendirilmesi: Batı Karadeniz Bölgesi Örneği, *Turkish Studies - International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic* Volume 8/8 Summer 2013, p. 2139-2152,

USTA, Öcal (2002). *Genel Turizm*, İzmir, Anadolu Matbaacılık

Waitt G., “Social Impacts of The Sydney Olympics”, *Annals of Tourism Research*, Vol.30, No.1, (2003), 194-215.

Yılmaz S. (2004). Serçeme Vadisinin Rekreasyonel Kullanım Potansiyelinin Belirlenmesi. *Ekoloji Çevre Dergisi*, 13 (51): 1-6.

Özdemir, G., 2014, Destinasyon Yönetimi ve Pazarlanması, Detay Yayıncılık, Ankara.