

GİRİŞ

Turizm sosyal bir olay, psikolojik bir tatmin aracı, iktisadi bir faaliyet alanı, kültürel bir etkinlik ve daha birçok alanda aktiviteler yaratan bir özelliğe sahiptir. Dünyadaki teknolojik ve ekonomik gelişmeler, kişi başına düşen gelir miktarındaki artışlar, insanların tek düze yaşama biçimleri ile doğal güzelliklerin belirli noktalarda yoğunluk kazanması, hızlı şehirleşme ve gürültü insanların turizm faaliyetlerine katılmalarına neden olmaktadır. Teknoloji ile birlikte gelişen iletişim ve ulaşım araçları turizmin gelişmesine ve insanların seyahate yönelmesine katkıda bulunmaktadır (B. Hayta, 2008: 30).

Çağımızda teknolojinin oldukça hızlı bir gelişme göstermesinin, turizmi de etkilemesi kaçınılmazdır. Ulaşım araçlarındaki gelişmeler, uzak kavramını ortadan kaldırmakta ve insanlarda sınır tanımayan bir gezme merakı uyandırmaktadır. Teknolojik gelişmelerin sonucu, dünyada oldukça hızlı büyüyen ve gelişen turizm sektörü, Türkiye’de de büyümeyi ve gelişmeyi sürdürmekte ve aynı zamanda diğer sektörlerin gelişmesine de katkıda bulunmaktadır (Özdemir ve Akpınar, 2002: 85–86).

Kaynağını insan ilişkilerinden alan turizm sektörü, sürekli bir değişim ve kendini geliştirme çabası içindedir. Turistlerin istek ve ihtiyaçlarında meydana gelen değişiklik, kaçınılmaz olarak turizm pazarını, ihtiyaç duyulan talebe uygun ürün geliştirmeye zorlamaktadır. Günümüzde sanayinin ve kentleşme düzeyinin giderek artması, özellikle büyük kentlerde betonlaşma, gürültü ve çevre kirliliği gibi sorunlara neden olmakta ve bu gibi durumlar, insanları doğal çevrenin tahrip edilmediği, sürekli korunduğu, değişik deneyimlerin yaşanabileceği alanlara yöneltmektedir. Böylece, yeni turizm çeşitleri ön plana çıkmaktadır. Turistik tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarının sürekli değişmekte olduğu göz önünde bulundurulduğunda, mevcut turizm kaynaklarının bugünkü ve gelecekteki neslin ihtiyaçları doğrultusunda kullanılması ‘sürdürülebilir turizm’ politikası açısından son derece önemli olmaktadır. Turistlerin istek ve ihtiyaçlarını bu çerçevede değerlendirebilen ve pazarlama olanaklarını bu doğrultuda yönlendirebilen ülkeler, rekabet avantajı bakımından bir adım öne geçmektedirler.

Turizm sisteminin temel unsurlarından birisi hiç kuşkusuz konaklama işletmeleridir. Konaklama olanaklarının olması ile bir turist gecesini rahatça

geçirebilmekte ve ziyaret edilen yere ekonomik katkıda bulunabilmektedir. Havayolu teknolojisinde görülen gelişmelerle beraber, konaklama işletmeleri de büyük bir evrim içine girmiştir (Var, 2004: 5).

Dünyada değişen turist istek ve ihtiyaçları değişik turizm türlerinin ortaya çıkmasının yanı sıra, konaklama işletmelerinde mimari değişimlerin yaşanmasına da etki etmektedir. Artık işletmeler sundukları farklılaştırılmış ve çeşitlendirilmiş mal ve hizmetin yanı sıra otellerinin görünüşleri ile de rekabet avantajı yakalayabilmektedirler. Bu nedenle, ortaya ‘temalı otel (konusu olan otel)’ kavramı çıkmıştır. Dünyada sayıları giderek artan temalı oteller de Antalya ilinde yoğunlaşmaktadır.

1) Çalışmanın Amacı ve Kapsamı

Bu çalışmanın amacı; tüketici tercihlerinde yaşanan değişimlerin, turizm sektöründe önemli bir yeri olan konaklama işletmelerinde mimari açıdan nasıl bir değişim olgusu yarattığı konusunda bir değerlendirme yapabilmektir. Çalışma kapsamında, dünyanın değişik ülkelerinde farklı yapıdaki konaklama işletmeleri ile Türkiye’deki temalı otel işletmeleri ele alınacaktır. Temalı otel kavramı, Avrupa, Asya, Amerika ve Avustralya’da yer alan bazı tanınmış temalı otel işletmeleri, Antalya ilinde yer alan temalı otel işletmeleri, değişen tüketici talep ve beklentilerine yönelik geliştirilen ürün ve hizmetlerin talep yaratma ve imaj oluşturma açısından önemi çerçevesinde incelenecektir. Çalışmanın kapsamına Antalya ilindeki temalı otel kavramına uyan otel işletmeleri dâhil edilmiştir.

2) Çalışmada Uygulanan Yöntem

Çalışmada, temalı otellerin dünyadaki ve Türkiye’deki durumunu belirlemek amacı ile nitel araştırma tekniğinden yararlanılmıştır. Nitel araştırma, gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama yöntemlerinin kullanıldığı, algıların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmasına yönelik nitel bir sürecin izlendiği bir araştırmadır (Yıldırım ve Şimşek, 2000: 19). Çalışma sırasında, bu alanda kabul görmüş dergi ve kitap gibi birçok kaynaktan oluşan ve interneti de kapsayan geniş literatür taraması yapılmıştır.

Çalışmanın birinci ve ikinci bölümünü oluşturan turizm kavramı ve özellikleri ile konaklama işletmelerinde yaşanan mimari değişimlerin bir örneği olarak öne çıkan temalı otel kavramının incelenmesi aşamasında; ikincil verilerden yararlanılmıştır. Bu bağlamda, turizm istatistikleri, bilimsel araştırma sonuçları ve bu alanda hizmet eden kişilerin söylemlerinden elde edilen verilerden hareketle bir değerlendirme yapılmıştır.

Çalışmanın üçüncü bölümünü oluşturan konaklama işletmelerindeki değişimlerin Antalya turizmi açısından değerlendirilmesi aşamasında ise; ‘Antalya’da Temalı Otel Örnekleri’ ortaya konulurken konuyla ilgili daha önceki çalışmalara ulaşılmıştır. Çalışmalar esnasında kamu kurum ve kuruluşlarından da destek alınmıştır. Ayrıca, araştırma yöntemi, Antalya ilini kapsayan bir alan araştırmasıdır. Alan araştırmasının amacı, Antalya ilinin çekicilik, marka, imaj yaratmak ve turizmde sürekliliği sağlamak adına konaklama işletmelerindeki mimari değişimin nedenlerini tespit etmek, temalı otellerin özelliklerini ve farklılaştırılmış ürün çeşitlerini ortaya koymaktır. Konu ile ilgili olarak seçilen Antalya ili, bu tür otel işletmeleri yönünden en yoğun bölgedir. Veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Bu yöntem, görüşmenin ana çizgilerinin belirlendiği, ancak soruların kesin sıralamasının yapılmayarak, görüşme anında sunulan yeni bilgilere ait soru üretme esnekliğine sahip olduğu, duruma göre bazı soruların atlanabileceği, konuşmanın gidişatına göre soru sıralamasının değişebileceği, ilave soruların o anda oluşturulabileceği görüşme türüdür (Yüksel, 2003: 106).

Araştırmanın çalışma grubunu Antalya Lara, Kundu ve Kemer sahil bandında hizmet veren 12 adet farklı mimari yapıya sahip konaklama işletmesinin yöneticileri oluşturmaktadır. Tüketici tercihlerinde yaşanan değişimlerin, turizm sektöründe önemli bir yeri olan konaklama işletmelerinde mimari açıdan nasıl bir değişim olgusu yarattığı konusunda bir değerlendirme yapabilmek amacıyla Antalya ilinde yer alan temalı otel işletmelerinin incelenmesi çerçevesinde gerçekleştirilen araştırmaya, 12 otelde, 14 işletme yöneticisi katılmıştır. Yapılan bu görüşmelerde, katılımcıların görev aldıkları işletme hakkındaki verileri ve bu tür temalı otellere yönelik görüşleri ortaya koyulmaya çalışılmıştır. Ayrıca; araştırma yöntemi çerçevesinde yüz yüze görüşme için telefon ve elektronik posta ile önceden randevu alınan otellere, doğrudan gidilerek 17 otel işletmesine ulaşılmış, ancak kimi işletme yöneticileri yoğunlukları nedeni ile çalışmaya katılamayacaklarını, görüşülen kimi işletme müdürleri ise otele gelen konukları

hakkında istatistikî verilerinin bulunmadığını bildirmişlerdir. Dolayısıyla ulaşılabilen örneklem sayısı 12 olmuştur. Böylece, örneklemin evreni (ana kütle) temsil etme oranı %70,5 düzeyinde gerçekleşmiştir.

Otel işletmelerinde yöneticiler ile yapılan görüşmeler, 30 Ağustos–3 Eylül 2009 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir.

Araştırma bulgularının sistematik analizinde, nitel araştırma yöntemlerinden birisi olan içerik analizi kullanılmıştır. İçerik analizi, dokümanların ve nicel olmayan verilerin incelenerek, istatistik karşılaştırma yapmaya olanak sağlayan sistematik bir tekniktir. İçerik analizinde temel hedef, toplanan verileri açıklayabilecek kavramlara ve ilişkilere ulaşmaktır. Betimleme, sınıflama ve ilişkilendirme olarak üç aşamada incelenmesi gerekmektedir (Yüksel, 2003: 118–119). Araştırma bulgularının analizi, 4 Eylül- 12 Eylül 2009 tarihleri arasında yapılmıştır.

Veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinin kullanıldığı araştırmada, katılımcılara 16 adet soru yöneltilmiş; konuşmanın seyrine göre bazı sorular atlanmış ya da sırası değiştirilmiştir. Ölçüm aracının şekillendirilmesinde öncelikle ilgili ulusal ve uluslararası yazın taranmıştır. Sorular, araştırmanın amacına ve bazı kesimlerin temalı otellere yönelik eleştirilerine açıklık getirmek amacıyla hazırlanmıştır. Sonrasında hazırlanan soru formu, konusunda uzman akademisyenler tarafından gözden geçirilmiştir. Bu çerçevede;

- Temalı otel fikrinin gelişimi,
- Temalı otellerin konaklama kapasitesi ve bölge turizmindeki payı,
- Temalı otelleri tercih eden turistlerin demografik özellikleri,
- Temalı otellerin talep yaratma, reklam faaliyetleri, hizmet kalitesi açısından avantajları,
- Ürün ve hizmet kalitesinin arttırılmasına yönelik katkıları,
- Satış geliştirme çabalarına yönelik faaliyetleri,
- Kültürlerarası kimlik tanıtımına katkıları,
- Mimari yapı ve sunulan hizmetin değerlendirilmesi ile ilgili veriler incelenmiş ve analize tabi tutulmuştur.

Takip eden kısımlarda söz konusu inceleme ve analiz sonucu ulaşılan bulgular ayrı başlıklar altında verilmektedir. Bu doğrultuda, birinci kısımda, Antalya'daki temalı otellerin konaklama kapasitesine yönelik bulgular; ikinci kısımda ise, temalı otellere yönelik talebin yapısı ve satış geliştirme çabalarına yönelik bulgular sunulmuştur.

3) Çalışmanın Planı

Çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Turizm kavramına ve özelliklerine genel bir yaklaşımın yapıldığı birinci bölümde, turizmle ilgili temel kavramlar turistik tüketim, turistik tüketici tiplmesi, turistik tüketimdeki değişimler kapsamında turistik tüketicilerin seyahat eğilimlerindeki, profilindeki ve turistik ürünlerdeki değişimler konularına yer verilmiştir.

Konaklama işletmelerinde yaşanan mimari değişimlerin bir örneği olarak öne çıkan temalı otellerin ele alındığı ikinci bölüm, üç kısımdan oluşmaktadır. Birinci kısımda, konaklama işletmesi kavramına genel yaklaşım yapılmakta, konaklama işletmelerinin tanımı ve özellikleri konaklama işletmelerinin sınıflandırılması kavramları ele alınmaktadır. İkinci kısımda konaklama işletmelerinin değişimi ele alınmakta; konaklama işletmelerinin tarihsel değişimi, konaklama işletmelerinde yaşanan mimari değişimler, değişen tüketici talebine yönelik konaklama işletmesi yapıları ile olağan ve sıra dışı konaklama yapıları örnekleri ile incelenmektedir. Üçüncü kısımda ise, konaklama işletmelerinde temalı oteller ele alınarak; otel işletmesi kavramı, temalı otel kavramı, Avrupa, Asya, Amerika, Avustralya'daki bazı ülkelerde yer alan temalı otel örnekleri incelenmiştir.

Çalışmanın üçüncü bölümünde, Antalya ilinin Türk turizmi açasından önemi vurgulanarak, Antalya'da temalı otellerin gelişimi incelenmeye çalışılmış ve Antalya'daki temalı otel işletmelerine yer verilmiştir. Yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi kullanılarak, bu otel işletmelerinde görevli yöneticilerin işletmeleri hakkındaki ifadelerinden derlenen sayısal ve sözlü verilerin yanı sıra bu tür temalı otellere yönelik görüşleri; bu bölümün sonunda 'Araştırma Bulguları ve Değerlendirmesi' başlığı altında ortaya koyulmaya çalışılmıştır.

4) Çalışmanın Sınırlılıkları

Çalışmada turizm istatistikleri, bilimsel araştırma sonuçları ve bu alanda hizmet eden kişilerin söylemlerinden elde edilen verilerden hareketle bir değerlendirme yapılmaya çalışılmıştır. Ancak; literatürde bu konu ile ilgili çalışmanın az sayıda olması, (turizm istatistiklerinin) sadece belirli yıl ve konuları kapsamaması; bu çalışmanın sınırlılıklarını oluşturmaktadır.

Ayrıca; araştırma yöntemi çerçevesinde yüz yüze görüşme için doğrudan otellere gidilerek 17 otel işletmesine ulaşılmış, ancak kimi işletme yöneticileri yoğunlukları nedeni ile çalışmaya katılamayacaklarını, görüşülen kimi işletme müdürleri ise otele gelen konukları hakkında istatistikî verilerinin bulunmadığını bildirmişlerdir. Dolayısıyla araştırmada kullanılan veriler, elde edilen en son veriler ile sınırlandırılmıştır.