

sita

sivas interdisipliner turizm araştırmaları dergisi



SIVAS CUMHURİYET ÜNİVERSİTESİ
TURİZM FAKÜLTESİ



DERGİ HAKKINDA

Sivas İnterdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi 2017 yılında yayın hayatına başlamıştır. Sivas İnterdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi yılda iki kez (Bahar-Güz) yayınlanan ulusal hakemli bir dergidir. Sivas İnterdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi turizm literatürünün geliştirilmesine katkı sağlayacak konularda (Sosyal-Beşeri Bilimler, Turizm, İşletme, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, Yiyecek-İçecek, Turizm Ekonomisi, Yönetim, Pazarlama, Turizm Sosyolojisi, Rekreasyon, Turizm Coğrafyası, Sağlık Turizmi, İletişim, Spor, Kültür, Muhasebe, Sanat Tarihi vb.) yapılmış araştırma veya inceleme yazılarını kabul etmektedir. Dergiye gönderilen makaleler ön değerlendirme sonrasında uygun bulunduğu takdirde alan editörü aracılığı ile 2 hakeme (kör hakemlik), ihtiyaç olması halinde de 3. hakeme gönderilir. Gerekli görölmesi durumunda, istatistik editörü, yazım ve dilbilgisi editörünün incelemesine de başvurulabilmektedir. Dergiye gönderilecek makalelerin hazırlanması aşamasında "Yayın ve Yazım Kuralları"na özellikle uyulması yazarlardan beklenmektedir.



SIVAS CUMHURİYET ÜNİVERSİTESİ
TURİZM FAKÜLTESİ
ISSN: 2651-2742

Sayı: 2 / Kasım 2018

İmtiyaz Sahibi

Prof. Dr. Suavi AHİPAŞAOĞLU
Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü

Doç. Dr. Erkan SAğLIK
Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

Baş Editör

Prof. Dr. Suavi AHİPAŞAOĞLU
Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

Editör Yardımcıları

Doç. Dr. Meral YILMAZ
Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Dilek ŞAHİN
Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

Yayın Kurulu Sekreteri

Öğr. Gör. Emre HASTAOĞLU (ehastaoglu@cumhuriyet.edu.tr)

Öğr. Gör. Gülden POLAT (gpolat@cumhuriyet.edu.tr)

Arş. Gör. Kenan YURTSAL (kenyurt@yahoo.com)

Arş. Gör. Rabiha BÖLÜKBAŞ (rabia.bolukbass@gmail.com)

Yayıncı

Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Turizm Fakültesi

Basım Yeri

Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Matbaası - Sivas/Türkiye

Dergi İletişim

Tel: 0346 219 10 10 Dâhili: 4959-4977-4967

e-mail: sita@cumhuriyet.edu.tr

İÇİNDEKİLER

<i>Antalya'daki Çocuk Dostu Niteliğindeki Otellerin Çocuklu Ailelere Sunduğu Rekreasyon Faaliyetleri ve İmkânlarına Yönelik Bir Değerlendirme</i> <i>An Assessment of Recreational Activities and Possibilities of Children-Friendly Hotels in Antalya for Families with Children</i>	7
İlker ÖZTÜRK ¹ , Fuat ATASOY ² , Volkan ARIKAN ¹	
<i>Otel Olanaklarının Çocuklu Aileler Üzerindeki Tercih Edilme Nedenlerine Yönelik Değerlendirme</i> <i>Assessment Of Reasons For Preference Of Hotel Facilities On Families With Chidren</i>	15
Volkan ARIKAN ¹ , İlker ÖZTÜRK ¹	
<i>Çocuk Gözünde Turizm: Sivas İli Örneği</i> <i>Tourism in the Child's Eye: The Case of Sivas Province</i>	27
Emre TANKUŞ ¹ , Caner DURMAZ ² , İlker ÖZTÜRK ³	
<i>Çocuklara Yönelik Cinsel Amaçlı Turizm</i> <i>Sexual Oriented Tourism Directed Towards Children</i>	35
Öğr. Gör. Halil Kaya ŞEKER ¹ , Öğr.Gör. Sevgi ŞEKER ²	
<i>Konaklama İşletmelerinde Çocuk Bakıcılığı Hizmeti ve Çocuk Kulübü</i> <i>Child Care Service and Children's Club in Hospitality Operations</i>	51
Öğr. Gör. Serap İNCEÖZ	
<i>Kültür ve Turizm Şehirlerinin Tamamlayıcı Unsuru: Oyuncak Müzeleri</i> <i>Complementary Notice Of Culture And Tourism Cities: Toys Museums</i>	59
Mustafa ÖNDER ¹	
<i>Su Parkı Ve Su Kaydırakları Üreticilerinin Otel İşletmeleri İçin Çocuklara Yönelik Ürettiği Ürünler: Polgün Örneği*</i> <i>The Kids Related Products Produced by Waterparks and Waterslides Manufacturers For Hotel Enterprises: An Example of Polgün</i>	67
Jale Kahvecioğlu ¹ , Cafer Topaloğlu ²	
<i>Sivas İnterdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi Yazım Kuralları</i>	83



DANIŐMA KURULU

Prof. Dr. Adnan TÜRKSÖY-Ege Üniversitesi
Prof. Dr. Akın AKSU-Akdeniz Üniversitesi
Prof. Dr. Azize HASSAN-Gazi Üniversitesi
Prof. Dr. Cafer TOPALOĞLU-Muğla Sıtkı Kocaman Üniversitesi
Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT-Balıkesir Üniversitesi
Prof. Dr. Derman KÜÇÜKALTAN- İstanbul Arel Üniversitesi
Prof. Dr. Füsun İSTANBULLU DİNÇER- İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Kemal BİRDİR-Mersin Üniversitesi
Prof. Dr. Kurtuluő KARAMUSTAFA-Erciyes Üniversitesi
Prof. Dr. Mithat ÜNER-Atılım Üniversitesi
Prof. Dr. Mithat Zeki DİNÇER-İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Nuzhet KAHRAMAN-İstanbul Ticaret Üniversitesi
Prof. Dr. Orhan İÇÖZ- Yaşar Üniversitesi
Prof. Dr. Osman Avőar KURGUN-Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. şenol ÇAVUő-Adnan Menderes Üniversitesi
Prof. Dr. Umut AVCI- Muğla Sıtkı Kocaman Üniversitesi
Doç. Dr. Burhan KILIÇ- Muğla Sıtkı Kocaman Üniversitesi
Doç. Dr. Gökçe YÜKSEK-Anadolu Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Sadık BAHÇE-Anadolu Üniversitesi

HAKEM KURULU

Prof. Dr. Adnan TÜRKSÖY-Ege Üniversitesi
Prof. Dr. Akın AKSU-Akdeniz Üniversitesi
Prof. Dr. Azize HASSAN-Gazi Üniversitesi
Prof. Dr. Cafer TOPALOĞLU-Muğla Sıtkı Kocaman Üniversitesi
Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT-Balıkesir Üniversitesi
Prof. Dr. Derman KÜÇÜKALTAN- İstanbul Arel Üniversitesi
Prof. Dr. Füsun İSTANBULLU DİNÇER- İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Kemal BİRDİR-Mersin Üniversitesi
Prof. Dr. Kurtuluő KARAMUSTAFA-Erciyes Üniversitesi
Prof. Dr. Mithat ÜNER-Atılım Üniversitesi
Prof. Dr. Mithat Zeki DİNÇER-İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Nuzhet KAHRAMAN-İstanbul Ticaret Üniversitesi
Prof. Dr. Orhan İÇÖZ- Yaşar Üniversitesi
Prof. Dr. Osman Avőar KURGUN-Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. şenol ÇAVUő-Adnan Menderes Üniversitesi
Prof. Dr. Umut AVCI- Muğla Sıtkı Kocaman Üniversitesi
Doç. Dr. Burhan KILIÇ- Muğla Sıtkı Kocaman Üniversitesi
Doç. Dr. Gökçe YÜKSEK-Anadolu Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Sadık BAHÇE-Anadolu Üniversitesi

sita

sivas interdisipliner turizm araştırmaları dergisi



Antalya'daki Çocuk Dostu Niteliğindeki Otellerin Çocuklu Ailelere Sunduğu Rekreasyon Faaliyetleri ve İmkânlarına Yönelik Bir Değerlendirme

An Assessment of Recreational Activities and Possibilities of Children-Friendly Hotels in Antalya for Families with Children

İlker ÖZTÜRK¹, Fuat ATASOY², Volkan ARIKAN¹

¹ Öğr. Gör. ,Cumhuriyet Üniversitesi, Cumhuriyet Meslek Yüksek Okulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri
Bölümü, Sivas, ilker5885@gmail.com

² Öğr. Gör. ,Bozok Üniversitesi, Akdağmadeni Meslek Yüksekokulu Seyahat turizm ve Eğlence Hizmetleri Bölümü

ÖZET

Pazarlamanın tarihsel gelişimi ile birlikte günümüz pazarlama yapısı tüketicinin istek ve ihtiyaçlarını ön plana çıkararak bir anlayış içerisinde. İşletmeler de artan rekabet içerisinde tüketiciyi memnun edecek hizmeti sağlamak zorundadırlar. Pazarlamadaki değişim ile birlikte değişen tüketici yapısına paralel olarak, işletmeler kendilerini farklı kılmak için bazı stratejiler uygulamak zorunda kalmışlardır. Pazarı bölümlendirme ve hedefleme mantığına dayanan stratejiler, özellikle belirli müşteri grubuna hitap ederek daha iyi hizmet anlayışını ortaya çıkarmıştır. Çünkü tüketicilerin satın alma tutumları ve satın alma istekleri farklılık gösterebilmektedir. İşletmeler pazarı oluşturan tüketici gruplarını pazar bölümlenme ile daha özellikli hale getirerek onlara daha iyi hizmet vermeyi amaçlamaktadır. Bu açıdan bakıldığında bazı işletmeler çocuklu ailelere yönelik hedef pazar seçimi yapabilmektedirler. Günümüzde birçok acentede tüketicilere çocuk dostu oteller olarak arama yaptırmaktadırlar. Bu tarz oteller; bebeğinizin rahatça uyuyabilmesi için ona özel yatak ve yastık, çocuk restoranı, mama ısıtıcı, çocuk aktivite alanları, açık hava oyun alanları, video oyun odası, bebek bakım üniteleri, çocuk menüleri, deneyimli personel, çocuklara yönelik eğlenceler ve sinema salonları, biberon sterilizasyon imkânı, çocuk bakıcısı, bebek ve çocuk mini kulübü, çocuk havuzu gibi olanaklar sunmaktadır. Çocukların güvenli bir şekilde ve eğlenerek tatil yapmalarını amaçlayan çocuk dostu oteller, ebeveynlerin de rahat bir tatil yapma imkânına sahip olmasına yardımcı olmayı hedeflemektedir. Bu çalışma hem Türkiye hem de dünyanın çeşitli ülkelerinden gelen çocuklu misafirlere yönelik otellerin sunmuş oldukları imkânları göstermeyi amaçlamaktadır. Bu açıdan bakıldığında Antalya bölgesi en fazla turist alan bölge olması bakımından araştırmamızın kapsamını oluşturmaktadır. Bu çalışma Antalya bölgesinde faaliyet gösteren çocuk dostu otellerin ne tür imkân sunduklarına yönelik bir değerlendirme niteliğini taşımaktadır. Araştırmanın sonucunda otellerin çoğunun çocuk dostu olarak nitelendirildiğini fakat bu kavramın özelliklerini tam olarak taşımadıkları görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Çocuk Dostu Oteller, Hedef Pazar Seçimi

ABSTRACT

Along with the historical development of marketing, today's marketing structure is in an understanding that gives priority to the desires and needs of the consumer. Businesses also have to provide services that will please consumers in increasing competition. Along with the change in marketing, in parallel with the changing consumer structure, businesses have had to implement some strategies to differentiate themselves. Strategies based on the power of market segmentation and targeting, specifically addressing a specific group of customers, reveal a better understanding of service. Because consumer's purchasing attitudes and purchasing desires may vary. Businesses are aiming to provide better service by making consumer groups which make market place more specific with market segmentation. From this point of view, some businesses are able to choose target markets for the families with children. Today, many agencies make calls to consumers as child friendly hotels. This type of hotels offers facilities such as; special bed and pillow for the baby, children's restaurant, baby food warmer, children activity areas, outdoor play areas, video game room, baby care units, children's menus, experienced staff, entertainments and movie theaters for children, baby bottles sterilization facilities, babysitter, baby and child mini club, children's pool. The child-friendly hotels aim a safe and amusing holiday for children and, also they help parents to have the opportunity of a relaxing holiday. This study aims to demonstrate and Turkey as well as the opportunities they have offered the hotel for guests with children from various countries of the world. Antalya region constitutes the scope of our research in that it is the region that receives the most tourists. This study is an evaluation of what kind of possibilities are offered by child friendly hotels operating in the Antalya region. As a result of the research, it is seen that most of the hotels are described as child friendly but they do not carry the features of this concept completely.

Key words: Child Friendly Hotels, Target Market Selection

GİRİŞ

Turizm, günümüzde herkese hitap eden bir sektör haline gelmiştir. İşletmeler rekabetin arttığı bu zamanlarda tüketicinin istek ve ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik hizmetler sağlayarak farklılık yaratmaya çalışmaktadırlar. 2000'li yıllardan günümüze kadar otellerin hizmetlerine bakıldığında farklılıkların olduğu görülmektedir. Ancak oteller sadece yetişkinlere değil aynı zamanda çocuklara da hizmet sağlamaktadırlar. Çocuklara yönelik oteller olmasa da çocukları da içine alan oteller bulunmaktadır. Bu oteller günümüzde çocuk dostu oteller olarak karşımıza çıkmaktadır. Çocuk dostu oteller özellikle çocuklu aileler için oldukça önemli bir yapıya sahiptir. Çocuğu ile otele gelen bir aile evinin rahatlığı ile karşılaşmak isteyecektir. Bunu yapmak tatil bölgelerindeki oteller için zor olmaktadır. Bazı oteller çocuk kulübü olarak ailelere hizmet sağlamaktadır. Bu hizmetler çocukların güvende oldukları ev rahatlığında hissedecekleri bir yer niteliğini taşımaktadır. Pazarlama stratejilerinde önemli bir yeri olan bu oteller, ailelere çok büyük bir hizmet sağlamaktadır.

Kavramsal Çerçeve

Pazarlama 1900'lü yılların başında Amerika Birleşik Devleti'nde ortaya çıkmıştır. Daha sonra değişimlerle birlikte özel ve tekeli dağıtım, satış ve satış yönetimi gibi konulara önem verilmiştir. Bununla birlikte 1960'lardan sonra pazarlama kavramı ile yeni kavramlar (pazarlama yönetimi, örgütsel pazarlama, sosyal pazarlama, uluslararası pazarlama ve hizmet pazarlaması) ortaya çıkmıştır (Altunışık, Özdemir, ve Torlak: 2001, 3).

Örgütsel kavram olarak pazarlama işletme faaliyetlerinin, tüketicinin istek ve ihtiyaçları doğrultusunda olması gerektiği ve bu durumu karı maksimize ederek gerçekleştirmesini ifade eder (İslamoğlu, 2009, s. 15). Pazarlama gereksinmelerine ve tüketicilerin düşüncelerine yöneltilmiş olan ve plana uygun bir üretimi mümkün önlemlerin tümüdür (Gürler, Doğan, & Ayyıldız: 2016, 57).

Pazarlamanın 1950'li yıllarda gelişme göstermeye başlaması ile birlikte bu gelişim, insanlığın varlığıyla günümüze kadar gelmektedir. Bu konuda yapılan çalışmalar dikkate alındığında pazarlamanın da çok eskilere dayandığı görülmektedir (Erdoğan, Tiltay, ve Kimzan: 2011, 23). Pazarlamanın tarihsel gelişim sürecinde üretim yaklaşımı, ürün yaklaşımı, satış yaklaşımı ve modern ve toplumsal pazarlama yaklaşımı ile tüketicinin istek ve ihtiyaçlarını ön plana çıkararak bir anlayış içerisine girmiştir (Altunbaş: 2007, 157).

Üretim yaklaşımı satış anlayışı dönemin ilk evresidir. Bu dönemde en büyük sorun üretimdir ve bir işletmenin nihai amacı kısa dönemde en fazla üreterek en yüksek kara ulaşmaktır (Ecer ve Canitez: 2004, 7). Talebin arzdan fazla olduğu dönem olmakla beraber tüketici çoğu kez bulabildikleri herhangi bir ürünü satın almaya hazırdırlar. Bu koşullarda firmalar tüm çabalarını üretimi artırmaya yöneltirler (Tek: 1999, 11).

Ürüne yönelik pazarlama anlayışında ne üretirim onu satarım anlayışı hâkimdir. Bu dönemde satış anlayışına yönelik bir pazarlama durumu söz konusu olmaktadır (Bose: 2002, 90). Bu pazarlama anlayışında işletme tüketicinin istek ve ihtiyaçlarını anlamak yerine tüketicilere kendi tasarladıkları ve en iyisini yaptıkları ürünü savunmaya odaklanmışlardır. Bu anlayışı benimseyen işletme değişime kapalıdır (Eser ve Korkmaz: 2011, 21). Satış anlayışı dönemi ne üretirim onu satarım yeter ki satmasını bileyim şeklinde açıklanabilir. Rekabetin arttığı bu dönemde yöneticiler yaratıcı reklam ve yaratıcı satışla tüketiciyi ikna edeceği görüşü vardır (Mucuk: 2001, 9). Bu anlayışa göre ürün satın alınmaz, satılır durumu hâkimdir. Bu nedenle yoğun bir şekilde tutundurma çabaları gösterilmelidir (Mazlum: 2010, 6).

Günümüzde insanların eğitim düzeylerinin artması, piyasada rekabet gücünün olması, küreselleşme ve teknolojinin gelişmesi ise pazarlamada bir takım değişimler ortaya çıkmıştır (Alabay: 2010, 214). Bu değişimler sadece işletmeler için değil faaliyette bulunduğu müşteriler için de geçerli olmaktadır. Özellikle işletmelerin etkinliklerini devam ettirmeleri için bu hususları göz önünde bulundurmaları gerekmektedir (Tekin, Şahin, ve Göbenez: 2014, 226).

Modern pazarlama anlayışı, tüketici ihtiyaç ve isteklerini dikkate alır. Pazarlamacı için tüketici, önemli bir konumdadır. Oysa satış anlayışında işletmenin tüm dikkati satış çabalarında, üretim anlayışında ise üretimde yoğunlaşmaktaydı. Bu nedenle, modern pazarlama anlayışı ile pazarda egemenliğin, satıcıdan alıcıya geçtiği kabul edilir (Yükselen: 2001, 24).

Toplumsal pazarlama anlayışı da modern pazarlama anlayışına paralel olarak tüketici istek ve arzularını belirleyip, bu istek ve arzulara uygun, tatmin sağlayan ürünleri rakiplerden daha etkin ve verimli bir şekilde pazara sunarken modern pazarlamadan farklı olarak kişilerin ve toplumun da çıkarları ve refahı

göz önüne alınmalıdır. Ayrıca, işletmeler örgütsel amaçlarına ulaşırken, bazı toplumsal faydalar sağlayan faaliyetlerde de bulunmalıdır (Altunışık, Özdemir, ve Torlak: 2001, 18-19). Günümüzde müşterilerin çoğu, daha yüksek kalite, ek hizmetler, kolaylıklar, isteklerine uygun hizmet anlayışı gibi şeyleri talep etmektedirler. Bunun sonucunda her işletme müşterilerin isteklerinden hangilerini karlı bir şekilde yerine getireceğine karar vermesi gerekmektedir (Kotler, Kotler ve Pazarlama: 2000, 11).

Pazar bölümlendirme üretim açısından heterojen olan pazar yapısını çeşitli bölümlere ayırır ve her biri kendi içerisinde homojen özelliklere sahiptir. İşletme hedef pazar içerisinde bir veya birkaçını seçmektedir. İşletme bu bölümlenme içerisinde hedef pazarına göre geliştirir (Stanton: 1984, 77). Turizm işletmeleri pazarlama stratejilerini oluştururken tüm tüketicilere yönelik bir strateji içerisine girmeleri sıklıkla görülen hatalardır. Bu şekilde yapılan stratejiler öngörülme üretim, fiyat ve tutundurma faaliyetleri içerir. Pazar bölümlendirme süreçleri ise (Raju: 2009, 9);

- İşletmede mevcut veya potansiyel müşterileri benzer referans grupları arasında kategorize etmek,
- Hedef pazar seçimi ve diz ayında işletme açısından gelecek vaat eden seçim yapılması,
- Pazarı seçerken hedef pazarın istek ve ihtiyaçlarını belirlemektir.

Pazar bölümlendirmenin tek bir yolu yoktur. Pazarlamacılar farklı bölümlendirme yollarını denemektedir. Kotler pazar bölümlendirmeyi coğrafik, demografik, psikografik, davranışsal olarak ele almıştır (Kotler, Bowen, ve Makens: 2014, 221). Bu çalışmada hedef pazarımız olan çocuklar olduğundan demografik bölümlendirme ele alınacaktır. Demografik bölümlendirmenin değişkenleri, yaş, cinsiyet, aile yaşam döngüsüdür. Pazar bölümlendirmenin geleneksel yolu yaşlara göre şekillenmektedir (Hudson, 2008). Bazı otel yöneticileri demografik faktörleri kullanarak çocuklara yönelik "geleceğimiz çocuklar" düşüncesiyle ve "ileriki yıllarda çocukların büyüyerek daimi müşterileri olacaklarını" düşünerek çocuklara yönelik bölümlendirme yapmaktadırlar (Cop, Candaş, ve Akşit: 2012, 47).

Otel İmkânları ve Rekreasyon Faaliyetleri

Emir ve Pekiyan'ın (2010, 159) yaptıkları araştırmada, 5-6 yaş çocuklara sahip ailelerin tatil yeri tercihlerinde göz önünde bulundurdıkları en önemli unsurlar başta güvenlik olmak üzere odalarda çocuk yatağının ve çocuklara uygun dolapların bulunması, restoranda çocuk münülerinin varlığı, hijyene, çocuk havuzunun bulunması ve merdivenlerde korkuluk olması şeklinde tespit edilmiştir.

Swarbrooke ve Horner (1999, 147) ailelerin çocukların gereksinim ve yaşlarına göre tatil kararı verdiklerinden bahsetmişlerdir. Buna göre bebekli aileler daha çok güvenlik, hijyen ve ücretsiz bebek yemeklerine sahip tesisleri tercih etmektedirler. 2 ile 5 yaş arası çocuklu aileler güvenlik, çocuk münüsü, oyun alanları, bakıcı hizmeti, güvenlik imkânlarını göz önüne almaktadırlar. 5-12 yaş arası çocukları olan aileler ise çocuklarının aynı yaş grubu çocuklarla oynayabilecekleri oyun alanları, yüzme havuzu, animasyon ve rekreasyon imkanlarına göre karar vermektedirler.

ETS tarafından yapılan bir çalışma sonucunda çocuk dostu aile otellerinin sahip olması gereken özellikler, otellerde ebeveyn odasından bir kapıyla çocuk odasına çabuk geçiş imkânı veren aile odaları, uyuma odaları, gün içinde özel ikramlar (dondurma, mısır vb.), yüz boyama, el işleri, çocuklar için küçük boyutlarda tasarlanmış özel havuzlar, her yaş grubuna ayrı ayrı hizmet veren mini kulüplerin bulunması, kaydıraklı ve aquaparklı geniş alanlar, bebek bakıcılığı hizmeti, lunaparklar, özel yemek alternatifleri, bebek ve çocuk büfeleri, çocuklara özel menüler, çocuklar için yapılan özel animasyon gösterileri, tişört boyama, mini voleybol, boccia ve bowling gibi tüm gün süren eğlence aktivitelerini kapsamaktadır (Hürriyet gazetesi, 2010, akt: Emir ve Pekiyan: 2010,164).

Çocuklarıyla tatile çıkan kişilere yönelik oda seçenekleri, yemek, içecek alternatifleri ve kişiye ve yaşa uygun otel aktiviteleri gibi imkânları sağlayan oteller bu isimle adlandırılmaktadır. Çocuk dostu oteller, misafir memnuniyeti anketlerine ek olarak bağımsız denetim kuruluşları denetimlerinde çocuk aktivitelerine yönelik yapılan yatırımlar ve çocuk güvenliği dikkate alınarak belirlenmektedir (blog.jollytur.com).

Son yıllarda özellikle iç turizmde otellerin birbirleri ile kalite yarışına girip, verdikleri özel servislerle yarışmayı amaçları adına, bebek ve çocuk dostu tesis şeklinde bir uygulama başlatıldı (Özkar: 2014).

Çocuk dostu tesislerde olması gerekenler;

- Ana restorana aile oturumlu ve çocuk oturumlu ayrı yemek yeme alanı,
- Tuvalet ihtiyacını karşılama konusunda da eğitimli mini club personeli,
- Çocukların en sevdiği yiyecekler, hamburger, patates kızartması, köfte, pilav, makarna ve sandviçlerin her daim tesisin pek çok yerinde hemen her saat sunuluyor olması,
- Tablet kullanımının çocuklarda yaygınlaşması nedeniyle, genel alanlarda kablosuz internet imkânı sunulması,
- Çocuklar için taze sıkma portakal, elma suyu, limonata gibi içecekler ve yaş-kuru pasta imkânları,
- Yatak odasında organik sabun ve göz yakmayan çocuk şampuanı (Talep Halinde)
- Çocuk yatağı ve yastığı,
- Plaj, mini club ve havuzda çocuk oyun alanları-parkları,
- Çocuk animasyonları, mini disko ve gün içi çocuk spor-eğlence aktiviteleri, yarışmalar,
- Çocuk havuzları, bazı tesislerde çocuk kaydırakları,

Ets tur acentesinin internet sitesinde Antalya’da hizmet veren çocuk dostu statüsündeki otellerin sayılarına bakıldığında 61 otel olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu otellerin çocuklara yönelik aktiviteleri hemen hemen aynı olmakta bazı seçenekler farklılık göstermektedir. Sitede otellerin sunmuş oldukları imkânlar aşağıda verilmiştir (<https://www.etstur.com>).

- Çocuk Mini Kulübü
- Çocuk Havuzu
- Açık Hava Oyun Alanı
- Yaş Pasta ve Diğer Pastane Ürünleri
- Çocuk Karyolası
- Çocuk Bakımı Konusunda Eğitimli Mini Kulüp Personeli
- Çocuklara Yönelik Eğlence ve Aktiviteler
- Özel Oturma Grubu Bulunan Çocuk Restoranı
- Hamburger, Sandviç ve Patates Kızartması İkramı
- Ara Öğünlerde Pizza
- Dondurma Servisi
- Genel Alanlarda Ücretsiz Wi-fi

Jolly tur acentesinin internet sitesinde Antalya’da hizmet veren çocuk dostu statüsündeki otellerin sayılarına bakıldığında 38 otel olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu oteller kendi yapı büyüklük hizmetlerine göre farklılık göstermektedir. Bu aktivitelerin bazıları aşağıda verilmiştir (www.jollytur.com/cocuk-dostu-oteller).

Ela Quality Resort Otel gençler ve çocuklar için tasarlanan çok eğlence ve özel aktivite kompleksi “Everland Q Çocuk Kulübü” olarak aktivitelerini oluşturmaktadır. Bu kulüp kartlı sistemle çalışmakta olup telefonunuz veya tabletinizle içerisini izleme imkânını sunmaktadır. Bu kulüp içerisinde çocuklara çanta, boyama kitabı, şeker, çikolata gibi küçük hediyeler verilmektedir. Geleceğin arkeologlarını ortaya çıkarmak için çocuklara dinozor alanında kazı çalışmaları yaptırılmaktadır. Sueno Hotels “Lollipop Çocuk Kulübü” olarak çocuklara hizmet sunmaktadır. Bu aktiviteler eğitici aktiviteler, oyunlar ve yarışmalar, mutfak atölyesi, yaratıcı sanat etkinlikleri, kostüm tasarlama atölyesi, bale eğitimi, çevre ve geri dönüşüm etkinlikleri, eğitsel etkinlikler çocuk diskosu, bilim atölyesi, havuz ve sahil etkinlikleri, havuz oyunları, çocuk partileri çocuk şovları, çocuk şovları, golf ve tenis dersleri(profesyonel eğitmenler tarafından), oyunlar, yarışmalar, sahil etkinlikleri, basketbol, futbol, voleybol, , çocuk diskosu, çocuk partileri, sueno at çiftliği imkânı bulunmaktadır.

Lulutata sitesinde en eğlenceli çocuk dostu olarak sunmuş olduğu otellerin birkaçı ve aktiviteleri aşağıda verilmektedir (www.lulutata.com).

Land of Legend

0-12 Yaş: Upside Down(2 line), Happy Waters, Rainbow (2 line), Speedway

07-12 Yaş: Aqua Tower (9 line)

0-3 Yaş: Ahtapot (3 line), Kurbağa, Mini Ahtapot, Korsan Tekne

Çocuklar İçin: Spray Action, Aqua Disco

Voyage Hotel Sorgun

Lunapark, çocuk restoranı, dondurma servisi, açık hava oyun alanı, çocuk bakımı konusunda eğitilmiş mini kulüp personeli, çocuk mini kulübü, , mama hazırlanması gerektiğinde odaya su ısıtıcısı, bebeğe uygun katı gıda hizmeti, oyun ablaları, çocuklara yönelik eğlence ve aktiviteler ihtiyaç halinde bebek küveti, ana restoranda, biberon sterilizasyon imkânı, uyku odaları, bebek arabası, 24 saat sıcak süt, kavanoz mamaları, gün boyu süren animasyonlar sunmaktadır.

Güral Premier Tekirova

Bu otel happykids club olarak çocuklara sunduğu 0-17 yaş arası bebek, çocuk ve gençlere hizmet veren özel bir aktivite ve eğlence kompleksidir. Minik konuklar, kendileri için yapılmış "Happyland Çocuk Resepsiyonu"nda karşılandıktan sonra, kayıt kartları ile kayıt işlemleri bu noktadan yapılır ve tatil boyunca kullanacakları bileklik kendilerine verilmektedir. Bilinen "Mini Kulüp" anlayışından uzak olarak Happyland'de çocukların gelişimlerine katkıda bulunacak aktivite ve el işi etkinlikleri çocukların interaktif katılımıyla gerçekleştirilmektedir.

Susesi Luxury Resort

Caretta Kids Club'ta birbirinden eğlenceli aktivitelerle gün boyu eğlenen minikler, akşamları mini amfi'de sahne almakta olup çocuk mini kulüpleri olarak gruplara ayrılarak 4-7 yaş arası miniler, 8-12 yaş arası midiler, 13-16 yaş arası ise cool age- teenage club olmaktadır. Oyun parkı, sinema, 2 adet su kaydıraklı havuz, mini fitness, banana bot tur, paylaço şov, kızıl derili oyunları, oyun odaları, çocuk restoranı mini playback şov, havuz oyunları dans dersleri, hobby club, ata binme, sihirbaz şov, bowling turnuvası, uçurtma günleri, dart turnuvası, yüz boyama, mini mutfak, mini golf turnuvası, origami, sabah jimnastiği, basketbol, yetenek şov, futbol, korsan oyunları, alçı maske yapımı, kek-kurabiye yapmaktadırlar.

Sonuç ve Öneriler

Araştırmada, çocuk dostu otellere bakıldığında yeterli sayıda hizmet sağlandığını görmekteyiz. Çocuk dostu otel olarak adlandırılmasa da birçok otelin çocuklara yönelik hizmetlerinin olduğu görülmektedir. Günümüzde birçok otelin çocuk kaydırağı, animasyonları ve gün içerisinde çocuklara yönelik aktivite sağladıkları görülmüştür. Özellikle bazı acentelerin internet sitelerinde otelin genel bilgilerinin yer aldığı yerde çocuk dostu hizmet olanağı seçenekleri mevcuttur. Otellerin bünyelerinde mini çocuk kulübü faaliyetleri ile daha güvenilir hizmet sunmak, ailelerin otelleri tercihleri açısından daha avantajlı olacaktır. Oteller çocuklara yönelik menüler oluşturarak restoranların bir kısmını çocuk büfelerine ayırmalıdır. Oteller çocuk kaydıraklarını ve animasyon faaliyetlerini artırmalıdır.

Kaynakça

- ALABAY, N. (2010). Geleneksel Pazarlamadan Yeni Pazarlama Yaklaşımlarına Geçiş Süreci. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 15(2), 213-235.
- ALTUNBAŞ, H. (2007). Pazarlama İletişimi ve Şehir Pazarlaması "Şehirlerin Markalaşması". Selçuk İletişim Dergisi, 4(4), 156-162.
- ALTUNIŞIK, R., Özdemir, Ş., & Torlak, Ö. (2001). Modern Pazarlama (1. Baskı b.). Adapazarı: Değişim Yayınları.
- BOSE, R. (2002). Customer Relationship Management: Key Components for IT Success. Industrial Management Data Systems, 102(2), 89-97.
- COP, R., Candaş, N., & Akşit, N. (2012). Stratejik Pazarlama Kararlarında Bölümlendirme, Hedef Pazar ve Konumlandırmanın Önemi: Bolu İlinde Bulunan Otel İşletmeleri Üzerine Nitel Bir Araştırma. Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 35-52.
- ECER, H., & Canitez, M. (2004). Pazarlama İlkeleri Teori ve Yaklaşımlar. Ankara: Gazi Kitabevi.
- EMİR, O., & Pekiyan, A. (2010). Çocuklu Ailelerin Otel İşletmesi Seçiminde Etkili Olan Faktörler: Afyonkarahisar'da Bir Uygulama. Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F Yönetim ve Ekonomi, 17(2), 159-181.
- ERDOĞAN, B., Tiltay, M., & Kimzan, H. (2011). Pazarlama Teorisi'nin Felsefi Temelleri: Değişim mi, İlişki mi? Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi, 3(1), 1-28.
- ESER, Z., & Korkmaz, S. (2011). Pazarlamaya Giriş. Ankara: Siyasal Yayın.

- GÜRLER, A., Doğan, G., & Ayyıldız, B. (2016). Her Yönüyle Pazarlama . Ankara: Minel Yayın.
- HUDSON, S. (2008). Tourism and Hospitality Marketing A Global Perspective. California : SAGE Publications.
- İSLAMOĞLU, A. (2009). Temel Pazarlama Bilgisi. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- KOTLER, P. (2000). Kotler ve Pazarlama. Ankara: Sistem Yayıncılık.
- KOTLER, P., Bowen, J., & Makens, J. (2014). Marketing for Hospitality and Tourism. London: Pearson Education Limited.
- MAZLUM, M. (2010). Pazarlama İlkeleri. Mersin: Çağ Üniversitesi Yayınları.
- MUCUK, İ. (2001). Pazarlama İlkeleri. İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- ÖZKAR, S. (2014, 10 13). Bebek-Çocuk dostu otel nedir? <http://www.milliyet.com.tr/yurtdisi-turlari-uzmani-sarp-ozkar/bebek-cocuk-dostu-otel-nedir-tatil-1953642>.
- RAJU, P. (2009). Tourism Marketing And Management . Delhi: Manglam Publications.
- STANTON, W. (1984). Fundamentals of Marketing . Japan: Tosho Printing.
- SWARBROOKE, J., & Horner, S. (1999). Consumer Behaviour in Tourism. USA: Routledge.
- TEK, Ö. (1999). Pazarlama İlkeleri . İstanbul: Beta Yayınevi.
- TEKİN, M., Şahin, E., & Göbenez, Y. (2014). Postmodern Pazarlama Yaklaşımıyla Modern Pazarlama Yöntemleri: Güncel Şirket Uygulamaları. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Dr. Mehmet YILDIZ Özel Sayısı, 225-232.
- YÜKSELEN, C. (2001). Pazarlama İlkeler- Yönetim. Ankara: Detay Yayıncılık.
- blog.jollytur.com/. (29/03/2018). <https://blog.jollytur.com/cocukla-tatilin-en-keyifli-hali-cocuk-dostu-otel-ler/>.
- https://www.etstur.com/Cocuklu-Misafirlere-Uygun_Tesisler?gclid=Cj0KCQjwv73VBRCdARIsAOn-G8u2djRDz_su2EnF9-rgytGx3H9QoIoy_Y9GlX6RFs-elXdZzzPcYbFcaAjBeEALw_wcB&gclid=aw.ds. (29/03/2018).
- <https://www.jollytur.com/cocuk-dostu-otel-ler>. (29/03/2018).
- <http://www.lulutata.com/liste/en-eglencli-10-cocuk-dostu-otel-8>. (29/03/2018).

Otel Olanaklarının Çocuklu Aileler Üzerindeki Tercih Edilme Nedenlerine Yönelik Değerlendirme

Assessment Of Reasons For Preference Of Hotel Facilities On Families With Children

Volkan ARIKAN¹, İlker ÖZTÜRK¹

¹Öğr. Gör., Cumhuriyet Üniversitesi, Cumhuriyet Meslek Yüksek Okulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, Sivas, ilker5885@gmail.com

ÖZET

Bu çalışmada turizm hareketlerine katılan çocuklu ailelerin ne tür konaklama yerleri seçtikleri ve çocuklara sunulan olanakların konaklama yeri tercihlerinde ne derece etkili olduğu değerlendirilmiştir. Turizm hareketlerine aktif olarak katılan çocuklu ailelerle konaklama tesisi seçimleri ve bu tesislerde çocuklara yönelik imkânların varlığının işletmeyi seçmelerindeki etkisi üzerine görüşülmüştür. Destinasyon ve konaklama yeri tercihlerinde çocuklara ait yaşam alanlarının varlığının önemi araştırılmıştır. Çocukların tatil süreci boyunca eğlenceli vakit geçirebilmesi, çeşitli aktivitelerle ebeveynlerinden bağımsız olarak sosyalleşebilmeleri, tüm bu süreç içerisinde ebeveynlerinin gönül rahatlığı ile çocuklarını yalnız bırakabilecekleri güvenli ve eğlenceli alanların sağlanabilmesi için konaklama işletmelerinde ne gibi imkânların olması gerektiği hakkında konaklama işletmeleri için yardımcı olabilecek fikirler elde edilmiştir. Oyun alanları, lunapark, hayvanat bahçesi, su kaydıracağı gibi çocukların ilgisini çekebilecek alanlara sahip olan tesislerin tercih sırasında ne tür etkilerinin olduğu incelenmiştir. Ve bu imkânların ailelerin konaklama tesisini seçme konusundaki kararlarını etkileyip etkilemediği incelenmiştir. Aynı zamanda ailelerin bu alanlara çocuklarını bırakırken ne kadar rahat edebildikleri, işinde uzman bir ekibin varlığı ve konaklama işletmelerinde çalışan personele karşı güven sorunu ölçülmeye çalışılmıştır. Çocukların karakteristik yapısı ve tercihlerinin ailelerin tatil planları üzerinde etkili olup olmadığı da yine ailelere sorulan sorular yöntemiyle incelenmeye çalışılmıştır. Çalışmamızda nicel araştırma yöntemi kullanılmış olup araştırmaya katılacak kişilere sorular sorularak cevaplar alınmıştır. Bu çalışmanın sonucunda araştırma yerli literatüre katkı niteliği taşıması konusunda önemli bir yer tutacaktır.

Anahtar Kelimeler: Çocuk, turizm, rekreasyon alanı, tercih etme nedeni

ABSTRACT

In this study, it was evaluated how the families with children who participated in the tourism movements selected the type of accommodation and how effective the facilities offered to the children are in the accommodation preferences. The families of the children who actively participated in the tourism movements were interviewed about the accommodation facilities and the effect on the choice of the existence of possibilities for children in these facilities. The existence of children's living spaces in destination and accommodation preferences has been investigated. Ideas were provided that could help for accommodation operations about how children should have fun during the holiday process, how they can socialize independently of their parents with various activities, and have access to safe and fun areas where parents can leave their children alone with peace of mind. It was examined the effects of facilities that have areas of interest for children, such as playgrounds, amusement parks, zoos, water slides, etc. And it has been examined whether these possibilities affect the decisions of the families to choose the accommodation facility. At the same time, it has been tried to be measured that how comfortable families can be when they leave their children, the presence of an expert team in their work and the trust problem against staff working in accommodation businesses. Whether or not the characteristic structure and preferences of the children have an effect on the vacation plans has also been tried to be examined by the questions that asked to the parents. Qualitative research method was used in our study and answers were obtained by asking the people who will participate in the research. As a result of this study, the research will have an important place in the domestic literature to make contribution.

Keywords: Children, tourism, recreation area, reason of preference

GİRİŞ

Pazarlamanın değişim süreci ile ne üretirsem onu satarım düşüncesi artık bitmiş ve günümüzde müşteri istek ve ihtiyaçları doğrultusunda mal ve hizmet üretimi sağlanmıştır. Hizmet sektöründe bire bir ilişkilerin yer alması ile birlikte önemli bir hizmet anlayışı ortaya konmuştur. Özellikle rekabetin yoğun olduğu bu zamanlarda işletmeler farklı ürün yelpazesıyla tüketicilerin ilgilerini çekmektedirler. Bunun sonucunda çocuklu aileler de sunulan bu hizmete karşı tercihlerini belirlemektedirler. Çocuklu aileler tatili rahatlık ve dinlenmekten çok eziyet olarak görmektedirler. Çünkü çocukların yaşları, ortamın sıcaklığı ve çocuk sayısına bağlı olarak otelde tehlikeli alanların fazla olması, ailelerin otelleri tercih etmelerinde sıkıntıya yol açmaktadır. Çocuklu aileler otelleri tercih ederken güvenecekleri ve rahat edebilecekleri bir ortam olmasını istemektedirler. Bu hizmeti sağlayan oteller aileler tarafından tercih nedeni olmaktadır. Günümüzde oteller, artık çocukların rahatlıkla oynayabileceği aktiviteleri sunmaktadır. Bu durum aileleri otellere çekmekte başarılı olmaktadır. Araştırmanın amacında ise ailelerin otel olanaklarını nasıl gördükleri, tercihlerini nasıl yaptıkları ve verilen hizmetlerin otel seçimlerinde etkili olup olmadıkları üzerinedir.

Literatür İncelemesi

Çocukların ailelerin satın alma kararları üzerine yapılan araştırmalarda çocukların bu kararlarda en az bir ürün ile ilgili etkili olduğu ve bu etkinin satın alma kararlarında artan bir rol oynadığı yönündedir (Martensen ve Gronholdt: 2008, 14). Emir ve Pekiyan'ın (2010, 159) yaptıkları araştırmada, 5-6 yaş çocuklara sahip ailelerin tatil yeri tercihlerinde göz önünde bulundurdıkları en önemli unsurlar başta güvenlik olmak üzere odalarda çocuk yatağının ve çocuklara uygun dolapların bulunması, restoranda çocuk mönülerinin varlığı, hijyene önem verilmesi, çocuk havuzunun bulunması ve merdivenlerde korkuluk olması şeklinde tespit edilmiştir.

Çocuk sahibi aileler tatil planı sürecinde tercih edecekleri turizm ürünlerinin çocukları ve kendilerine rahatlık olması için çaba sarf etmektedir. Çocuk sahibi aileler için tatilde kendi istek ve tercihlerinden çok çocuklarının istek ve gereksinimleri ön plana çıkmaktadır. Bu durum tatile götürülecek eşyanın miktarından, tatil için ayrılan bütçeye kadar birçok durumu etkilemektedir. Özellikle çocukların kendilerini yalnız hissetmemesi, çocuklara yönelik mönülerin varlığı, çocuk oyun alanları, güvenlik ve benzeri kriterler turistik ürünün seçiminde önem kazanmaktadır (Emir ve Pekiyan: 2010, 160).

Günümüz modern sanayinin gelişmesi toplumlarda çekirdek aile tipinin yaygınlaşması bu tipteki ailelerin turizm hareketlerine katılmaları üzerinde etkili olmaktadır. Çekirdek ailelerdeki çocuk sayısının az olması aile bireylerinin kişi başı tatil bütçelerinin büyük ailelerdeki kişi başı tatil bütçesine nazaran daha fazla olmasına neden olmaktadır. Bu durum tatilcilerin tatil tercihlerini etkilemektedir. Almanya'da yapılan bir çalışmada, üç kişilik ailelerde seyahat yapma oranının en yüksek olduğu, ailedeki kişi sayısının artması ile seyahat etme oranının ters orantılı olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Doğan: 2004, 42-47). TÜİK 2016 yılı verilerine göre Türkiye'deki çekirdek aile oranı %66,4 olarak gerçekleşmiştir (www.tuik.gov.tr) Kalabalık ailelerde tatil kararının alınmasında çocukların durumları önem arz eder. Okul evresinde çocuğu bulunan aileler tatil planları daha çok okulların tatil olduğu dönemler için yaparlar. Çocuklu aileler imkan dahilinde özel araçları ile seyahat etmeyi tercih ederler. Yurt içi tatile daha ucuz olabildiğinden çocuk sahibi aileler yurt dışı tatillerine göre yurt içi tatilleri tercih eder, daha ucuz konaklama tesislerinde kalırlar. Küçük çocukları ağlama problemleri, bakım güçlükleri, beslenme sorunları, büyük çocukları ise yaramazlıkları ailelerin tatil kararı vermelerinde zorluk yaratan durumlardandır (Doğan: 2004, 47).

Çakıcı ve İyitoğlu (2012, 131) 'nun ailelerin tatil yeri seçimi ile ilgili yaptıkları çalışmada; tatil yeri seçimi, tatilin zamanı, otel işletmesi ve etkinlik türlerinin seçiminde aile üyelerinin ortak karar verdiği sonucuna ulaşılmıştır.

Karar verme aşamasında, tüketici davranışları açısından değerlendirildiğinde aileler; özerk aile, babanın hakim olduğu aile, annenin hakim olduğu aile ve eşitlikçi aile olarak sınıflandırılabilir. Çocukların kararlara katılımı söz konusu olduğunda ailede anne ve babanın eşit otoriteye sahip olduğu ve demokratik aile olarak ta bilinen eşitlikçi aile tipi ön plana çıkmaktadır. Eşitlikçi aile tipinde üye sayısı azdır ve kararlar aile üyeleri tarafından ortak olarak verilir. Satın alma kararlarında çocuğun fikrine başvurulur ve fikri ne olursa olsun saygı duyulur. Çocuk özgüveni yüksek bir birey olarak yetişir. Bu özgüven onun yaşamının ilerleyen dönemindeki tüketici davranışlarını da etkiler (Belber, 2014: 180). Çocuk pazarı konusunda yapılan bir çalışma, çocukların 100 'den fazla ürün sınıfında satın alma kararları üzerinde etkili olduğunu

göstermiştir. Çocuklar bu etkiyi hem kendi harcamaları hem de ebeveynlerini yönlendirerek sağlarlar (Odabaşı ve Fidan: 2016, 263).

Modern toplumun aileleri çocukların istek ve gereksinimlerine daha çok önem veren bir eğilime sahiptirler. Dolayısıyla bu durum tüketim kararlarını da etkilemektedir. ABD, Brezilya, Almanya, İspanya, Hindistan, Çin ve Japonya'da yapılan bir araştırmada 9-14 yaş arasındaki her 3 çocuktan 2'sinin; anne ve babalarının pahalı tüketim mallarındaki tercihlerinin etkiledikleri sonucuna ulaşılmıştır. Türkiye'de de çocukların tüketim kararlarında olan etkisi %66 olarak çıkmıştır (Belber: 2014, 187). Yapılan araştırmalar çocukların televizyonda reklamını izledikleri ürünlere karşı olumlu bir marka tutumuna sahip olduğunu göstermiştir (Karaca, Pekyaman ve Güney: 2007).

Odabaşı ve Fidan (2016, 263) çocukların çocukken kullandıkları ürünleri yetişkinlik döneminde de kullanabildikleri ile ilgili araştırma bulgularından bahsetmişlerdir. Bunların yanı sıra çocukların harcama miktarından ziyade, tüketimdeki renk, model, marka, şekil, tasarım, satın alma zamanı ve kendini ifade etme konularında etkili oldukları ortaya çıkmıştır (Koç, 2016: 453-454). Çocuk pazarındaki pazarlama faaliyetlerinde unutulmaması gereken tüketici gruplarından biri de elli yaş üstü tüketicilerdir. Torunlarını şımartmak onlar için büyük bir zevk haline gelen bu tüketici grubu özellikle gıda, oyuncak ve kıyafet pazarında pazarlamacıların dikkatini çekmektedir (Odabaşı ve Fidan: 2016, 262). Bu durumun turizm pazarında uygun ürün ve hizmetler şeklinde kullanılabilmesi turizm sektöründeki çocuk pazarını büyütebilecek stratejiler arasına sokabilir.

Çocukların kendilerinin karar sürecinde bulunmadıkları satın alınan ürünleri beğenmemeye davranışları anne ve babaların çocukların satın alma konusundaki seçimlerini dikkate almalarına neden olmaktadır (Belber: 2014, 188). Bu nedenle direkt ve direkt olmayan bir etkiye sahiptirler ve gün geçtikçe elde ettikleri tecrübelerle daha deneyimli tüketiciler haline gelmektedirler. Bir araştırma sonucuna göre, ailelerin tatil kararı almasında çocukların çoğu zaman doğrudan ve zaman zaman da direkt olarak etkili olduğu tespit edilmiştir. Alışveriş için mağaza ve marka tercihindeki istikrar çocukların karar verme sürecindeki etkisine örnek verilebilir. Bunun yanı sıra Almanya, Danimarka gibi çocuklarının bağımsız yetişmesini isteyen toplumlardaki çocukların isteklerine daha fazla riayet edilmektedir. Örneğin, Avusturyalı ailelerin tatillerinde ABD temasına sahip parkları ve Asya Pasifik Bölgesindeki yumuşak macera deneyimlerini seçmelerinin en büyük nedeni çocuklarının istekleri olarak belirlenmiştir (Emir ve Pekyaman: 2010, 162). Çocukların satın alma karar sürecinde en etkili olduğu aşama problem tanıma aşamasıdır. Bu etki seçim aşamasında önemli derecede azalır. Örneğin, ürünün nerden satın alınacağı, nereden bilgi toplanacağı ve kaç para ödeneceği aşamalarında karara nüfuz etme etkisi azdır. Çocuklar satın almayı başlatma aşamasında önemli rol oynarlar. Ayrıca belli kategorideki ürünlerin, markaların ve modellerin daha sık alınmasında etkilidirler. Bunun yanı sıra ebeveynler çocuklara ürünün rengi, modeli ve markası gibi konularda kararda etkili olmalarına fırsat verebilirler. Çocuklar finansal riskin büyük olduğu ve dayanıklı ürünlerde ise dayanıklı olmayan ürünlerin satın alınması kararlarında daha az etkiye sahiptirler (Martensen ve Gronholdt: 2008, 16-17).

Yapılan bir çok çalışmada büyük yaştaki çocukların küçük yaştaki çocuklara göre kararlarda daha etkili olduğu yönde sonuçlar bulunmuştur (Martensen ve Gronholdt: 2008, 14). Wang ve arkadaşları da ailedeki büyük yaştaki çocukların küçük yaştaki çocuklara göre tatil kararı alınmasında daha etkili olduklarını belirlemişlerdir. Ayrıca çift gelire sahip ailelerdeki çocukların tek gelire sahip ailelerdeki çocuklara göre kararlarda daha etkili olduğunu tespit etmişlerdir. Bunun sebebi bu tip ailelerdeki ebeveynlerin duydukları suçluluk duygusu ve yoğun meşguliyetleridir. Bu yüzden çocuklarına karşı daha yumuşak davranmaktadırlar. Bunlara ek olarak seyahat acentesi seçiminde kadınların, aktivite seçiminde ise çocukların etkili olduklarını söylemişlerdir (Wang, Hsieh, Yeh ve Tsai: 2004, 191-192). Thornton ve diğerleri ise küçük çocukların ikna ya da müzakere kabiliyetleri ile değil varlıklarıyla kararlarda etkili olduklarını, çocukların yaşlarının artmasının öneri yapma yeteneğini beraberinde getirdiğini bununla birlikte küçük çocuklardan tavizleri kabul etmek için esnek davranışta bulunmaları beklentisini yarattığını söylemişlerdir. Bununla birlikte çocukların tatil etkinliklerinin doğasını ve sıklığını etkilediklerini tespit etmişlerdir. Thornton ve arkadaşlarının yaptıkları aynı çalışmada ulaştıkları bir diğer ilginç sonuç ise özellikle 6-11 yaş arası çocukların ürün sadakatinin yüksek düzeyde olduğu ve aynı tatil işletmesinin, yılın aynı haftasında tekrar ziyaret edilmesinde etkili oldukları yönündedir (Thornton, Shaw ve Williams: 1997, 292 -294). Danimarka'da yapılan bir araştırmada kız ve erkeklerin yiyecek, içecek ve şekerleme gibi ürünlerde satın alma ka-

rarlarında önemli bir fark olmadığı tespit edilmiştir. Parfüm, saç ürünleri, tıraş ürünleri, hijyenik ped gibi ürünlerde ise önemli derecede farklılıklar olduğu belirlenmiştir (Hansen ve Halling: 2002, 55).

Swarbrooke ve Horner (1999, 147) ailelerin çocukların gereksinim ve yaşlarına göre tatil kararı verdiklerinden bahsetmişlerdir. Buna göre bebekli aileler daha çok güvenlik, hijyen ve ücretsiz bebek yemeklerine sahip tesisleri tercih etmektedirler. 2 ile 5 yaş arası çocuklu aileler güvenlik, çocuk mönüsü, oyun alanları, bakıcı hizmeti, güvenlik imkânlarını göz önüne almaktadırlar. 5-12 yaş arası çocukları olan aileler ise çocuklarının aynı yaş grubu çocuklarla oynayabilecekleri oyun alanları, yüzme havuzu, animasyon ve rekreasyon imkanlarına göre karar vermektedirler.

Caruana,A. ve Vassallo,R. (2003, 61) şu nedenlerden dolayı çocukların ailelerin satın alma kararlarında etkili olduklarını söylemişlerdir:

- 1.Ailenin az sayıda çocuğa sahip olması,
- 2.Tek çocuklu ailelerin sayının artması sonucu çocukların kendi alış verişlerini kendilerinin yapmaları,
- 3.Çalışan kadınların anne olmaları gecikmiştir. Bu gecikmişliğin çocuklara daha fazla para harcayarak telafi edilmeye çalışılması,
- 4.Çalışan ebeveynlerin çocukların ev ile ilgili kararlara katılımını ve özgüven duygusuna sahip olmalarını destekliyor olmaları.

Çocukların rolü yetişkinlerin yaşadıkları tatmin açısından önemlidir. Çocuğun tatmin olması yetişkinler için bir tatmin deneyimi meydana getirir ve bu tatmin yetişkinlerin bir tatil kararı vermesinde katalizör görevi yapar. Şöyle ki çocukların gitmek istemediği bir yerin ziyaret edilmesinin sonucunun memnuniyet olması zordur. Diğer taraftan çocukların tüketimde titiz olması en azından vasat deneyimleri kabul etmelerine neden olur. Bu durum yetişkinlerinde tatmininde etkili olmaktadır (Thornton,Shaw ve Williams: 1997, 288).

ETS tarafından yapılan bir çalışma sonucunda çocuk dostu aile otellerinin sahip olması gereken özellikler, otellerde ebeveyn odasından bir kapıyla çocuk odasına çabuk geçiş imkânı veren aile odaları, uyuma odaları, gün içinde özel ikramlar (dondurma, mısır vb.), yüz boyama, el işleri, çocuklar için küçük boyutlarda tasarlanmış özel havuzlar, her yaş grubuna ayrı ayrı hizmet veren mini kulüplerin bulunması, kaydıraklı ve aquaparklı geniş alanlar, bebek bakıcılığı hizmeti, lunaparklar, özel yemek alternatifleri, bebek ve çocuk büfeleri, çocuklara özel menüler, çocuklar için yapılan özel animasyon gösterileri, tişört boyama, mini voleybol, boccia ve bowling gibi tüm gün süren eğlence aktivitelerini kapsamaktadır (Hürriyet gazetesi, 2010, akt: Emir ve Pekyaman: 2010, 164).

Çocuk tüketici sosyalleşmesi şu üç aşamadan geçerek gerçekleştirir (Koç: 2016, 454):

Algılama evresi: Çocuk 3-7 yaş döneminde. Çocuk hep sahip olduğundan daha fazlasına sahip olmak ister, marka adlarının farkındadır ve marka adlarını ürün kategorileri ile eşleştirmeye başlar.

Analitik evre: Çocuğun 7-11 yaş dönemidir. Çocuklar için marka farkındalığının önemli ölçüde geliştiği evredir. Tüketici bilgi ve becerileri gelişir, ürün kategorisi ve fiyat gibi fonksiyonel boyutları düşünmeye başlar.

Düşünceli Evre: 11-16 yaş dönemini kapsayan bu evrede artık çocuk marka ve fiyat gibi piyasa ile ilgili bilgiler hakkında yeteri kadar bilgi sahibi olur. Ürünlerin sosyal anlamı, önemi, kıtlık vb. yönlerden değerlerini anlar. Marka farkındalığı artar.

Türkiye ile ilgili yapılan bir araştırmada, ailelerin çocuklarıyla beraber yaptıkları alışverişlerde harcama miktarının arttığı ve buna ek olarak Türk ailesinin, çocuklarının kararlarından daha fazla etkilendiği tespit edilmiştir. Otel hizmeti satın alma kararlarında çocukların etkisi ile ilgili yapılan bir çalışmada bu etki ABD' de %12, Türkiye 'de ise %18 çıkmıştır. Çocukların marka meraklı ve fiyat hassasiyeti olmayan tüketiciler olması çocuk pazarına yönelik stratejilerin geliştirilmesini kolaylaştırabilir (Odabaşı ve Fidan: 2016, 264).

Araştırmanın Yöntemi

Araştırma Sivas ilinde turizm eğitimi alan üniversite öğrencilerine uygulanmıştır. Bu örneklem seçiminde Kasti (Kararsal) Örneklem yöntemi kullanılmıştır. Bu örneklem yöntemi Örneği oluşturan elemanlar arasında araştırmacının problemine cevap bulacağına inandığı kişilerden oluşmaktadır (Altunışık, vd. 2005). Araştırmada önce konuya ilişkin literatür araştırması yapılmış daha sonra anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Anket uygulaması sonucu araştırmamızın güvenilirliği 18 soruya ilişkin analizde 0,90 çıkmıştır. Araştırmada temel istatistikî yöntemler kullanılmıştır.

Materyal

Araştırmanın ana kütesini Sivas'ta turizm eğitimi alan üniversite öğrencileri oluşturmaktadır. Veriler yüz yüze anket yöntemi uygulanarak elde edilmiştir. Araştırmanın anket soruları Aymankuy ve Ceylan (2013)'in çalışmasından alınmıştır. Anket olarak 100 anket uygulanmış ve 100 veri toplanmıştır. Bu veriler SPSS 23 paket programı ile analiz edilmiştir. (SPSS programı, Cumhuriyet Üniversitesi Kampüs Lisanslıdır).

Bulgular

Tablo-1: Demografik Bulgular

		Frekans	Yüzde
Cinsiyet	Kadın	47	%47
	Erkek	53	%53
	Toplam	100	%100
Yaş	30 ve altı	39	%39
	31-40	34	%34
	41-50	22	%22
	51 ve üstü	5	%5
	Toplam	100	%100
Aile Bütçesi	Tek Maaş	42	%42
	Çift Maaş	58	%58
	Toplam	100	%100
Yılda Çıkılan Tatil Sayısı	1	61	%61
	2	28	%28
	3	3	%3
	4	8	%8
	Toplam	100	%100
Aylık Gelir Durumu	1600 ve altı	9	%9
	1601-2500	18	%18
	2501-5000	33	%33
	5001 ve üstü	40	%40
	Toplam	100	%100
Tatil Konaklama Şekli	Otel	42	%42
	Apart	13	%13
	Tatil Köyü	15	%15
	Diğer	30	%30
	Toplam	100	%100

Tablo 1'de demografik sorular incelendiğinde ankete katılanlardan %53'ü erkek bireylerden oluşurken, %47'si bayan bireylerden oluşmaktadır. Yaş dağılımlarına baktığımızda ankete katılanlardan %39'u 30 yaş ve altında iken %34'ü 31-40 yaş aralığındadır. Ankete katılan katılımcıların aile bütçeleri incelendiğinde %58'inin çift maaş olduğu, %42'sinin tek maaş olduğu görülmektedir. Yılda çıkılan tatil oranlarına

baktığımızda katılımcıların %61'i yılda tek tatil yaparken, %28'i yılda iki kez tatile çıkmaktadır. Ailelerin aylık gelir durumları incelendiğinde %40'ı 5001TL ve üzeri gelir elde ederken, %33'lük kısmı ise 2501-5000TL arasında gelir elde etmektedir. Katılımcılar tatil konaklama şekillerini ise %42'lik bir oranla otellerden yana kullanırken, %30 diğer (kamping, akraba yanı, termal tesis) seçeneğini işaretlemişlerdir. %15'i tatil köyünde tatillerini geçirirken, %13'lük bir kısım ise apartları tercih etmiştir.

Tablo-2: Aile Tatil ve Otel Seçim Kararları

		Frekans	Yüzde
Ailede Tatile Çıkma Kararını Kim Alır	Baba	12	%12
	Anne	8	%8
	Baba- Anne Ortak	38	%38
	Baba-Anne-Çocuk	42	%42
	Toplam	100	%100
Ailenin Tatil Bütçesini Kim Öder	Baba	47	%47
	Anne	6	%6
	Baba- Anne Ortak	42	%42
	Baba-Anne-Çocuk	5	%5
	Toplam	100	%100
Tatil Bölgesi Seçimi	Baba	14	%14
	Anne	12	%12
	Baba- Anne Ortak	38	%38
	Baba-Anne-Çocuk	36	%36
	Toplam	100	%100
Tatil Zamanını Kim Belirler	Baba	21	%21
	Anne	12	%12
	Baba- Anne Ortak	38	%38
	Baba-Anne-Çocuk	29	%29
	Toplam	100	%100
Tatil Otel Seçimini Kim Yapar	Baba	16	%16
	Anne	18	%18
	Baba- Anne Ortak	39	%39
	Baba-Anne-Çocuk	27	%27
	Toplam	100	%100

Tablo 2'de aile tatil ve otel seçim kararları incelendiğinde ankete katılanların %42'si tatile çıkma kararını baba-anne ve çocuğun ortak kararları olduğunu belirtirken,%38'lik bir kısmı ise kararın anne ve babanın ortak kararı olduklarını belirtmişlerdir. Yine ankete katılanların %47'si tatil bütçelerinin baba tarafından karşılandığını, %42'si ise baba ve anne ortak bütçesinden karşıladığını söylemişlerdir. Tatil bölgesi seçimini baba-anne ortak karar verir diyenler %38'ken baba-anne-çocuk ortak karar verir diyenler %36'dır. Tatil zamanını belirleme sorusuna ise %38'i baba-anne ortak karar verir derken %29' u baba-anne-çocuk ortak karar verir demiştir. Otel seçimini kim yapar sorusuna ise %39'luk oranla anne-baba ortak karar verirler, %27'si ise anne-baba-çocuk ortak karar verirler demiştir.

Tablo-3: Tatil Satın Alma Kararlarında Çocukların Rolü

	Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
	Yüzde	Yüzde	Yüzde	Yüzde	Yüzde
Tatile çıkma kararımızda çocuklarımızın etkisi önemlidir.	-	% 3	% 5	% 48	% 44
Tatile ilgili bilgi toplama sürecine çocuklarımız da katılır.	% 1	% 5	% 28	% 41	% 25
Tatil kararının verileceği nihai değerlendirme sürecine çocuklarımız da katılırlar.	-	% 7	% 19	% 57	% 17
Tatil zamanını belirlemeye çocuklarımız da katılırlar.	% 1	% 17	% 18	% 42	% 22
Tatil bütçemiz hakkında çocuklarımıza bilgi veririz.	% 7	% 24	% 21	% 29	% 19
Tatil destinasyonu (yeri) seçerken çocuklarımızın tercihleri önemlidir.	-	%10	% 20	% 51	% 19
Tatil yapılacak oteli çocuklarımızla birlikte seçeriz.	% 3	% 16	% 22	% 40	% 19
Tatile ilgili ulaşım kararına çocuklarımız da katılır.	% 7	% 24	% 16	% 35	% 18
Tatil süresi ile ilgili karara çocuklarımız da katılır.	% 2	% 16	% 21	% 38	% 20
Tatil sonrası çocuklarımızla birlikte genel değerlendirme yaparız.	% 2	% 10	% 12	% 53	% 23
Otel tercihimizde çocuk indirimleri seçimizi öncelikli etkiler.	% 7	%7	% 17	% 45	% 24
Otel tercihimizde 12-13 yaşa kadar olan çocuklardan ücret almayan otelleri tercih ederiz.	% 10	% 9	% 15	% 43	% 23
“Çocuk dostu” veya “Aile oteli” olarak bilinen veya ödül almış otelleri tercih ederiz.	% 3	% 9	% 16	% 44	% 28
Otelde güneşin zararlı etkilerini azaltmak için önlemler alınmış çocuk havuzu kesinlikle olmalıdır.	% 3	% 8	% 12	% 41	% 36
Su kaydırakları, aqua park vb. gibi çocuk aktivitelerinin olması oteli tercihimizde önemli bir unsurdur.	% 4	% 3	% 12	% 45	% 36
Çocuklar için özel animasyon ekibi ve uygulamalarının olması otel tercihimizi olumlu etkiler.	% 2	% 6	% 17	% 46	% 29
Çocuklar için özel yemek saatlerinin ve sağlıklı menülerinin olduğu otelleri tercih ederiz.	% 4	% 8	% 11	% 20	% 57
Otel seçiminde çocuklarımızın web sitesi üzerinden oteli beğenmesi önemlidir.	% 4	% 17	% 22	% 42	% 15

Yapılan spss tablosu incelendiğinde tatile çıkma kararımızda çocukların etkisi önemlidir yargısına anket katılanların %48'i katılıyorum derken %44'ü ise tamamen katılıyorum demiştir. Tatil sonrası

çocuklarımızla birlikte değerlendirme yaparız yargısına ise ankete katılanların %53'ü katılıyorum derken %23'ü tamamen katılıyorum demiştir. Çocuklar için özel yemek saatlerinin ve sağlıklı menülerin olduğu otelleri tercih ederiz yargısına ankete katılanların %20'si katılıyorum derken, %57'si ise tamamen katılıyorum demiştir. Çocuklar için özel animasyon ekibi ve uygulamalarının olması otel tercihimizi olumlu etkiler yargısına ankete katılanların %46'sı katılıyorum derken, %29'u ise tamamen katılıyorum demiştir.

Tablo-4: Çocuk Dostu Otel Tercihi İle Tatile Çıkma Kararı Arasındaki Çapraz Tablo Analizi

“Çocuk dostu” veya “Aile oteli” olarak bilinen veya ödül almış otelleri tercih ederiz.						
		Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Tatile Çıkma Kararı	Baba	-	% 16,7	% 8,3	% 50,0	%25
	Anne	-	-	% 12,5	% 25,0	%62,5
	Baba- Anne Ortak	% 2,6	% 10,5	% 23,7	% 55,3	%7,9
	Baba-Anne-Çocuk	% 4,8	% 7,1	% 11,9	% 35,7	%40,5

Yapılan çapraz tablo analizinde ‘Çocuk dostu’ veya ‘Aile oteli’ olarak bilinen veya ödül almış otelleri tercih ederiz yargısı incelenmiştir. Analiz sonrasında ankete katılan babaların %50'si katılıyorum derken %25'i ise kesinlikle katılıyorum demiştir. Babaların %16,7'si ise tercih ‘Çocuk dostu’ veya ‘aile oteli’ etmediklerini belirtmiştir. “Çocuk dostu” veya “Aile oteli” olarak bilinen veya ödül almış otelleri tercih ederiz yargısına anne-baba ortak tatil kararı alanlardan %55,3'ü katılıyorum derken, %7,9'u ise kesinlikle katılıyorum demiştir. Yine anne-baba ortak tatile çıkma kararı alanlardan %10,5'i ise katılmıyorum diye yanıt vermiştir. Tatile çıkma kararını anne-baba-çocuk ortak alır cevabını verenlerden “Çocuk dostu” veya “Aile oteli” olarak bilinen veya ödül almış otelleri tercih ederiz diyenlerin %35,7'si katılıyorum derken, %40,5'i ise kesinlikle katılıyorum demiştir.

Tablo-5: Otel Olanaklarının Tatile Çıkma Kararı İle Arasındaki Çapraz Tablo Analizi

Su Kaydırakları Aquapark Aktivitelerinin Olması						
		Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Tatile Çıkma Kararı	Baba	-	% 16,7	-	% 50,0	% 33,3
	Anne	%12,5	-	% 12,5	% 25,0	% 50
	Baba- Anne Ortak	% 2,6	% 2,6	% 10,5	% 55,3	% 28,9
	Baba-Anne-Çocuk	% 4,8	% -	% 16,7	% 38,1	% 40,5

Yapılan çapraz tablo analizinde tatile çıkma kararını veren babalardan su kaydırakları, aquapark gibi aktiviteleri olması otel tercihinde önemli bir unsurdur yargısına %50'si katılıyorum, %33,3'ü ise tamamen katılıyorum demiştir, %16,7'lik bir kısmı ise katılmıyorum demiştir. Aynı yargı annelere sorulunca %12,5'u hiç katılmıyorum demiş %12,5'u ise kararsızım yanıtını vermiştir, %50'si ise kesinlikle katılıyorum diyerek görüşlerini bildirmişlerdir. Tatil kararını baba-anne ortak alan ailelerden su kaydırakları, aquapark gibi aktiviteleri olması otel tercihinde önemli bir unsurdur yargısına %55,3'ü katılıyorum yanıtını vermiştir. Kesinlikle katılıyorum yanıtını ise annelerin %50'lik oranından sonra baba-anne-çocuk ortak tatile çıkma kararı veren ailelerden %40,5'i kesinlikle katılıyorum demiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Yapılan çalışma sonrası tatile çıkma kararını belirleyen, anne-baba-çocuk ortak kararı olarak karşımıza çıkmaktadır. Çocukların tatil yeri, otel olanakları, tatile çıkma kararı ve otel seçimleri kısmında da, ailelerin kararları üzerinde yönlendirmeleri olduğu ve ailelerin kararlarını etkiledikleri görülmektedir. “Çocuk dostu” veya “Aile oteli” olarak bilinen veya ödül almış otelleri tercih ederiz yargısına katılım %72’lik bir oranda karşımıza çıkmaktadır. Bu sonuçlar göz önüne alındığında otellerin kendilerini çocuklara yönelik olarak düzenlemeleri ve geliştirmeleri gerektiğini söyleyebiliriz. Otellerin çocuklar için atacağı her yeni adım güzel bir tanıtım ve reklamlarla doluluk oranları üzerinde olumlu bir katkı niteliği sağlayacaktır. Çocukların rahatça hareket edebilecekleri, hijyenik olarak beslenebilecekleri, anne ve babalarının herhangi bir endişe duymadan tatillerini geçirebilecekleri alanlar ve olanaklar sağlanmalıdır. En iyi reklamın deneyim ve tavsiyeler sonucunda olduğu düşünülürse ne kadar iyi standartlarda hizmet verebilirsek işletmemizde o kadar ileriye gidecektir. Son yıllarda yaşanan olumsuz olaylar (çocuğa şiddet ve çocuk istismarları) göz önüne alındığında güvenilir, çocukların psikolojisine, sosyolojisine uygun mekânlar ve hizmetler yaratma zorunluluğu ortaya çıkmıştır. Aileler çocuklarının isteklerini en iyi şekilde yerine getirme arzusu vardır. Çocuk oyun alanı olan kafeler bile başlı başına bir tercih nedeni olmaktadır. Mekânsal ve çevresel düzenlemeleri çocukların rahat edebileceği bir şekilde düzenlenmelidir. Çocukların ilgisini çekebilecek canlı renkler kullanılmalı, aktivite çeşitliliği sağlanmalıdır. Bunlarla beraber eğitim almış, kalifiye eleman çalıştırılmalıdır. Acil durumlarda hemen müdahalede bulunabilecek sağlık ekibinin de işletmede hazır olması gerekmektedir. Çocuklar ne kadar mutlu olurlarsa, ailelerin memnuniyet seviyesi de o derece yüksek olacaktır. Bir çocuğun yapacağı reklamın riskleri de vardır. Çocuklar olumlu ve olumsuz olan her şeyi her yerde söyleyebilen varlıklardır. Bu yüzden kusursuza yakın hizmet vermeli ve çocukların dünyasına hitap etmeliyiz. Çocuk dostu turizmden başlayarak, çocuk dostu şehirler haline gelmemiz gerekmektedir. Bunların yapılabilmesi için de işletme sahiplerinin, şehirlerin yöneticilerinin bilinçli ve planlı hareket etmesi gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- ALTUNIŞIK, R., R. Coşkun, S. Bayraktaroğlu, E. Yıldırım, (2005), Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri, Sakarya Kitabevi, Sakarya.
- AYMANKUY, Y. ve Ceylan U. (2013), Ailelerin Turistik Ürün Satın Alma Karar Sürecinde çocukların Rolü, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 12(45): 105-122.
- BELBER, B.G. (2014). Sosyal Gruplar ve Özellikleri. Mustafa Paksoy ve Mehmet Kara (Ed.), Tüketici Davranışları İçinde (179-203). İstanbul: Lisans Yayıncılık.
- CARUANA, A. ve Vassallo, R. (2003). Children’s Perception Of Their Influence Over Purchases: The Role Of Parental Communication Patterns. Journal of Consumer Marketing, 20(1): 55 – 66.
- ÇAKICI A.C., İyitoğlu V. (2012). Tatil Kararlarında Aile Üyelerinin Rolü: Antalya İlinde Tatil Yapan Aileler Üzerine Bir Araştırma, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 21 (1):117-134.
- DOĞAN, H.Z. (2004). Turizmin Sosyo-Kültürel Temelleri. İkinci Baskı. Ankara: Detay Yayınları
- EMİR, O. ve Pekyaman, A. (2010). Çocuklu Ailelerin Otel İşletmesi Seçiminde Etkili Olan Faktörler: Afyonkarahisar’da Bir Uygulama. CBÜ İ.İ.B.F. Yönetim ve Ekonomi, 17(2):159-181.
- HANSEN, F. ve J. Halling (2002). Børn og unges forbrug. In Hansen, F., Martensen, A., Halling, J., Lauritsen, G.B., Nielsen, J.C. & Puggard, B., Børns opvækst som forbrugere (27-64). Copenhagen, Denmark: Samfundslitteratur (in Danish).
- KARACA, Y, Pekyaman, A., ve Güney H. (2007). Ebeveynlerin Televizyon Reklam İçeriklerinin Çocuklar Üzerindeki Etkilerini Etik Açısından Algılamalarına Yönelik Bir Araştırma, Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt: IX, Sayı: 2
- KOÇ, E. (2016). Tüketici Davranışı ve Pazarlama Stratejileri: Global ve Yerel Yaklaşım. Ankara: Seçkin.
- MARTENSEN, A. ve Gronholdt, L. (2008). Children’s Influence On Family Decision Making. Innovative Marketing, 4(4):14-22.
- ODABAŞI, Y. ve Barış, G. (2016). Tüketici Davranışı. İstanbul: MediaCat
- SWARBROOKE, J. ve Horner, S. (1999). Consumer Behaviour in Tourism. Oxford: Butterworth Heinemann.
- THORNTON, R.P., Shaw, G. ve Williams A.M. (1997). Tourist Group Holiday Decision-making and Be-

haviour: The Influence of Children, *Tourism Management*, 18 (5):287-297.

WANG, K., Hsıeh, A., Yeh, Y. ve Tsai, C. (2004). Who is The Decision-Maker: The Parents or The Child in Group Package Tours?, *Tourism Management*, 25 (2): 183-194.

<http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=24646> 13.03.2018

Çocuk Gözünde Turizm: Sivas İli Örneği

Tourism in the Child's Eye: The Case of Sivas Province

Emre TANKUŞ¹, Caner DURMAZ², İlker ÖZTÜRK³

¹ Yüksek Lisans Öğrencisi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, e-tankus@hotmail.com

² Yüksek Lisans Öğrencisi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, canerdurmaz@gmail.com

³ Öğr. Gör. ,Cumhuriyet Üniversitesi, Cumhuriyet Meslek Yüksek Okulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, ilker5885@gmail.com

ÖZET

Günümüze kadar turizmin çeşitli tanımlarının yapıldığı görülmektedir. Aynı zamanda, turizm kavramı üzerindeki tartışmaların özellikle akademik çevrelerde yer bulması, değişik bakış açılarının oluşmasından kaynaklı bir yapı kazanarak, tek bir tanımın yapılamamasına neden olmuştur. Ayrıca, farklı disiplinlerde çalışan araştırmacıların kendi disiplinlerine özgü nitelikleri dikkate alarak turizmi tanımlamaları, turizm kavramının zenginlik kazanmasına sebep olmuştur.

Bu sayede toplumun hemen hemen tüm katmanlarına sirayet ettiği düşünülen turizm olgusu, toplumun en küçük yapı taşı olan ailede ve ailenin bir parçasını oluşturan çocuklarda da kendine yer bulmaktadır. Bu bağlamda, çocuğun turizm ile olan ilişkisi, beklentileri ve turizmin zihinlerinde yeri turizm aktörleri için önem arz etmektedir. Çocuklardan gelecek fikirlerin turizm hareketliliğine sağlayacağı katkı turizm unsurları tarafından değer görmekle beraber, yönlendirmeye uygun bir yapı taşıyan çocukların konuya ilişkin gerçekte ne hissettiklerinin bilinmesi, ebeveynler ve uzmanlar tarafından da önem teşkil edecektir. Bu bilgilerin oluşmasında başat rol oynayan çocukların beklentileri ve konuya ilişkin fikirleri, onlara yöneltilen sorular kapsamında ölçülebileceğinden yapılan araştırma çocuk merkezli bir bakış açısı üzerine konumlandırılmıştır. Aynı zamanda turizm literatürüne yeni giren çocuk dostu turizm kavramının, çocuklar tarafından bilinme düzeyleri sorgulanmış ve çocuklara kavram hakkında verilen bilgiler doğrultusunda bu kavrama katkı sağlayacak verilere ulaşılmaya çalışılmıştır.

Araştırma bu yönden bakıldığında çocukların turizme bakış açıları, turizm denildiğinde akıllarına ilk olarak nelerin geldiği, ne tür çağrışımlar yaptığı ve çocuk dostu turizm kavramının bilinmesine yönelik değerlendirmeleri içermekte olup, çalışmanın amacı, çocukların gözündeki turizm kavramını, tatil algısını, konaklama tesislerinden beklentilerini ve hayallerindeki tatili öğrenmek, edinilecek bilgiler çerçevesinde turizme katkı sağlayacağı düşünülen fikirlerin oluşmasını sağlamaktır. Araştırmada nitel araştırma tekniklerinden yarı yapılandırılmış mülakat tekniği kullanılmış olup, okulöncesi ve ilköğretim çağındaki çocuklara turizm hakkında sorular sorularak onların algı ve fikirlerine yönelik bir değerlendirme yapılmıştır.

Araştırmanın sonucunda, bazı turizm işletmelerinin çocuk güvenliği konusuna daha fazla yer vermesi, aile içerisindeki turizm planlamalarına çocuğun daha fazla dahil edilmesi ve çocuklara ilköğretimden itibaren turizm eğitiminin verilmesi gerektiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuçların literatüre katkısı sağlanması beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Çocuk dostu turizm, Çocuk bakış açısı, Sivas

ABSTRACT

It seems that various definitions of tourism have been made. At the same time, the disputes over the concept of tourism, especially in the academic circles, have led to a lack of a single definition by acquiring a structure that is derived from the development of different perspectives. In addition, the definition of tourism, taking into consideration the qualities specific to their own disciplines of researchers working in different disciplines, has led to the wealth of tourism concept.

In this respect, the tourism phenomenon that is believed to have spread to almost all the layers of the society, is also found its place in a family which is the smallest structure of the society, and also in children's mind who are part of the family. In this context, the child's relationship with tourism, anticipation and the place of tourism in their minds are important for tourism actors. The contribution of children's ideas to tourism mobility will be valued by tourism elements send it will be important for parents and experts to know what children who have a structure that is suitable for directing, actually feel about the subject, This research is based on a child-centered wievpoin because it can be measured within the scope of the questions directed to them and the expectations of children who play a major role in the formation of this information. At the same time, the level of awareness of child-friendly tourism, which is newly introduced in tourism literature, was questioned and tried to reach the data that will contribute to this concept in the direction of information given to children.

From this point of view, the research includes the perspectives of children's tourism, what they first came to mind when it comes to tourism, what kinds of associations they made and how they know the concept of child friendly tourism. The aim of the study is to learn the concept of tourism in the eyes of children, vacation perceptions, , to ensure that ideas that are thought to contribute to tourism in the framework of the information to be obtained. Semi-structured interview technique was used as qualitative research techniques in the research and questions about tourism were asked to preschool and elementary school children and their perception and ideas were evaluated.

As a result of the research, some tourism enterprises provide more space for child safety, more involvement of the children in tourism planning in the family and the need for children to be given tourism education since primary education. It is expected that these results will contribute to the literature.

Keywords: Child friendly tourism, Child's point of view, Sivas

GİRİŞ

Turizmde genel tüketici konumunda yer alan yetişkin bireylerin, turizm hareketliliğindeki yerinin önemi birçok işletme ve akademisyen tarafından bilinmektedir. Yapılan çalışmaların birçoğunun yetişkinlerin istek, ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik olduğu gözlenmekte, toplumun en küçük yapı taşı olan ailede ve ailenin bir parçasını oluşturan çocukların ise bu kapsamda yeterli ilgiyi görmedikleri gözlemlenmektedir. Hatta bunun yanı sıra, dünyanın birçok bölgesi değerlendirildiğinde istismar ve taciz gibi kötü muamelelere maruz kaldıkları, bir takım illegal turizm faaliyetlerinin içine dâhil edildikleri bilinmektedir. Bu açıdan bakıldığında, çocukların turizm kavramı içindeki yerleri, düşünceleri, istek ve hayalleri, turizm aktörleri tarafından daha fazla önemsenmesi gerekmektedir.

Bu kapsamda yürütülen çalışmanın amacı, çocukların gözündeki turizm kavramını, tatil algısını, konaklama tesislerinden beklentilerini ve hayallerindeki tatili öğrenmek, edinilecek bilgiler çerçevesinde turizme katkı sağlayacağı düşünülen fikirlerin oluşmasını sağlamaktır. Ayrıca, sektörel anlamda çocuk dostu turizm kavramının yaygınlaştırılmasının planlandığı bilinmekte, bunun yanı sıra yapılan mülakatlar aracılığıyla kavramın kısaca çocuklarla paylaşılması, çalışmanın özgünlüğü açısından önem arz etmektedir.

Araştırma, 2018 yılında Sivas ilinde kolay ulaşılabilir durum örnekleme ile okulöncesi ve ilköğretim düzeyindeki (6-12 yaş) 70 çocuk ile yapılmıştır. Araştırmada nitel araştırma tekniklerinden yarı yapılandırılmış mülakat tekniği kullanılmıştır. Çalışmada çocuk, çocuk istismarı, çocuğa şiddet, turizm ve çocuk dostu kavramlarına yer verilmiştir.

Çocuk, Çocuk İstismarı ve Çocuğa Şiddet Kavramları

Çocuk kavramına yönelik tanımlar incelendiğinde, farklı bakış açılarıyla ele alındığı ve kişiden kişiye farklılık gösterdiği görülmektedir. Çocuk ve çocukluk kavramları tarihin farklı dönemlerinde değişik biçimlerde algılanmakla birlikte, her zaman var olan ve köklü değişimler gösteren kavramlar olduğu görülmektedir (Sağlam ve Aral, 2017: 53). Çocuk tanımı için günümüzde tüm toplumları kapsayabilecek genel geçer bir ifade kendisini Çocuk Hakları Sözleşmesi'nde bulmakta, bu sözleşmenin 1.maddesi çocuğu, 18 yaşından küçük insan olarak tanımlamaktadır (Salim, 2011: 3). Türk Dil Kurumu ise çocuk tanımını; bebeklik ile erginlik arasındaki gelişme döneminde bulunan oğlan veya kız olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2018).

Çocukluk çoğumuza göre yaşam zincirinin değişmez ve yadsınamaz halkalarından biridir fakat yaşam zincirinin bu değerli halkasına, değişik toplumlara ve değişik tarih evrelerine, hatta aynı toplum içerisindeki değişik kesimlere bakıldığında farklı anlam ve tanımlamaların verildiği görülmektedir. Çocukluk tarihinin araştırmacılarından öncü sayılan Aries 1600'lere kadar ayrı bir çocukluk kavramının olmadığını, Ortaçağ'da her ne kadar çocukların temel ihtiyaçları giderilse de özel bir ilgi ile korunmadığını, çünkü çocukların yetişkinlerden ayrılan özelliklerinin bilinmediğini vurgulamaktadır (Alabaş ve Tuğral, 2006: 24). Çocukluk kavramının veya çocuğun ne olduğu ve nasıl anlamlandırıldığı konusundaki görüşler doğru ya da yanlış, her toplumda çocuğa tanınan ya da tanınmayan haklardan beklenen davranışlara, yükümlülüklerle, uygulanan yaptırım ve cezalara ve de eğitim modellerine kadar çok çeşitli konularda belirleyicilik niteliği taşımaktadır (Tan, 1989: 72). Modern aile yapısının gelişimiyle birlikte çocuğa ait olumsuz bakış açısı da değişmeye başlamış ve çocuk toplumun geleceğini belirleyen önemli bir değer olarak görülmüştür (Ercan, 2014: 379). Çocukların bir değer olarak görüldüğü modern çağda (günümüz) ise, bu değer korunması, eğitilmesi ve geliştirilmesi için yüksek düzeyde emek ve çaba harcanmaktadır. Bunun yanı sıra, toplumun çocuklara bakış açısında pozitif yönde değer yargılarına rastlanmakta, toplumsal ve hukuksal normlarda çocuk hakları dikkatle özüm senerek korunmaya çalışılmaktadır.

Çocukların yaşam içerisinde kalması ve yaşam koşullarının iyileştirilip düzenlenmesi noktasında ne kadar somut ilerlemeler olsa da, kötü koşulların sonlandırılmadığı ve devam ettiği görülmektedir. Bunun yanı sıra, çok sayıda çocuk ticari cinsel sömürü sektöründe çalıştırılmak için kandırılma veya zorlama ile bir başka ülkeye götürülerek, dilini bile konuşmadığı bir ülkede çaresiz bir şekilde sömürülmeye maruz kalmaktadır (ECPAT, 2006). Birleşmiş Milletler Çocuğa Karşı Şiddet Araştırmasında ortaya çıkmış şiddet biçimlerini içeren Tablo.1'den yola çıkarak, günümüzde çocukların bir değer olarak görülmesi ve haklarının toplum tarafından dikkatle korunmaya çalışılmasının sebepleri arasında, çocuk istismarlarının, çocuk sömürülerinin ve çocuğa karşı uygulanan şiddetin artması bir etken olarak gösterilmektedir.

Şiddet Biçimleri	Şiddetin Kendini Gösteriş Şekli	
Fiziksel ve Psikolojik Şiddet	<ul style="list-style-type: none"> • Alıkoyma • Zorbalık • Ölüm cezası • Aile içi şiddet • Yargısız infaz • Çete şiddeti • Zararlı geleneksel uygulamalar (erken evlilikler gibi) • Namus cinayetleri • Bebek/çocuk öldürme 	<ul style="list-style-type: none"> • Fiziksel cezanın ev, okul, yargı sistemi, kurumlar, sokak ve toplum içinde kullanımı • Kaçırma • Fiziksel istismar • Psikolojik istismar • Psikolojik cezalandırma • İşkence ve zalimce, insanlık dışı ve aşağılayıcı muamele
İhmal	<ul style="list-style-type: none"> • Terk etme • Tehlikeli, zararlı ve sakıncalı işlerde çalıştırma, çalışmasını göz ardı etme, göz yumma 	<ul style="list-style-type: none"> • Temel ihtiyaçlarını ve ruhsal, toplumsal, eğitsel gereksinimlerini göz ardı etme • Yasama, Yürütme, Yargı erklerinin ihmali
Sömürü	<ul style="list-style-type: none"> • Pornografi • Seks turizmi • Cinsel sömürü 	<ul style="list-style-type: none"> • Kölelik • İnsan ticareti • İşyerinde şiddet

Tablo 1. United Nations Violence Against Children (UNVAC) Araştırmasında ortaya çıkmış şiddet biçimleri (<http://www.unicef.org.tr/files/bilgimerkezi/doc/izleme-gostergeleri-kilavuzu.pdf>)

Uluslararası Çalışma Örgütü'nün raporuna göre her sene bir milyonun üzerinde çocuk kaçırılmakta, alıkonulmakta veya satılmakta; çoğunluğu kızlardan oluşan iki milyon çocuk ise ticari cinsel sömürü endüstrisine dahil edilerek sömürülmektedir (Yücel ve Ögel, 2008: 7). Bu durum detaylı olarak incelendiğinde, dünyada ve ülkemizde çocuk ihmalleri ve istismarları çocuğu yalnızca bulunduğu dönem içerisinde değil, ileri yaşlarda da fiziksel ve psikolojik açıdan olumsuz etkilemektedir. Dünya Sağlık Örgütü çocuk istismarının tanımını şu şekilde yapmaktadır: "Çocuğun sağlığını, fiziksel ve psikososyal gelişimini olumsuz etkileyen, bir yetişkin, toplum ya da devlet tarafından bilerek ya da bilmeyerek yapılan tüm davranışlar çocuğa kötü muameledir" (İnsan Hakları Derneği, 2008: 6). Dünya çapında çocuk istismarları ve çocuk sömürülerinin engellenebilmesi, gerekli cezai işlemlerin düzenlenmesi kapsamında Unicef, Avrupa konseyi ve diğer hizmet kuruluşları benzer kurallar dizini oluşturmakta ve kapsamlı çalışmalar yürütmektedir. Çocukların Cinsel Suiistimal ve Cinsel İstismara karşı Korunmasına İlişkin Avrupa Konseyi Sözleşmesi incelendiğinde, çocukların korunması ve çocuklarla yakın temas içerisinde bulunan erginlerin eğitilmesine yönelik kararların alınması ayrıca farkındalık oluşturulması açısından yasal ve diğer tedbirlerin hazırlanması bu sözleşmenin çerçevesini oluşturmaktadır. Örnek teşkil edebilecek olan "Çocukların Cinsel Suiistimal ve Cinsel İstismara karşı Korunmasına İlişkin Avrupa Konseyi Sözleşmesi" şu amaçları taşımaktadır:

- Çocukların cinsel suiistimalini ve çocuğa yönelik cinsel istismarı önlemek ve bunlarla mücadele etmek;
- Cinsel suiistimal ve cinsel istismar mağduru çocukların haklarını korumak;
- Çocukların cinsel suiistimaline ve cinsel istismarına karşı ulusal ve uluslararası işbirliğini yaygınlaştırmak (Avrupa Konseyi Çocukların Cinsel Sömürü ve İstismara Karşı Korunması Sözleşmesi, 2011: madde 1).

Yasal düzenlemeler ve sözleşmelerin ışığında uluslararası veya bölgesel olarak engelleyici kararların alınması, çocuk istismarlarının ve sömürülerinin ortadan kaldırılmasında tek başına başarı sağlayamamaktadır. Toplumun en küçük yapı taşı olan ailelerin çocuklarını cinsel istismardan koruyabilmeleri için bu konuda bilgi sahibi olmaları ve bilinçlendirilmeleri gerekmektedir. Ebeveynler çocuk istismarı ve

çocuk sömürüleri konusunda bilgi sahibi oldukça, çocuklarını şiddet ve istismardan koruyarak, istismarı önleme eylemlerinde başarı sağlayacak ve bununla doğru orantılı olarak çocuk istismarı vakalarının görülme sıklığı azalmaya başlayacaktır (Üstündağ vd., 2015: 214).

Turizm, Çocuk ve Çocuk Dostu Turizm

Literatür incelendiğinde turizm tanımı temelde benzerlikler taşısa da farklı formlarda karşımıza çıkmaktadır. Başol'a (2012: 351) göre turizm; insanların politik ve ticari kazanım gütmekten dinlenme, eğlence, öğrenim, sağlık, zevk, merak, spor, din, kültürel vb. sebeplerle bireysel veya toplu olarak belli bir süre içerisinde turizm unsurlarından yararlanarak yapmış oldukları faaliyetleri kapsamaktadır. Uluslararası Bilimsel Turizm Uzmanlar Birliği tarafından yapılan tanımda ise " İnsanların devamlı ikamet ettikleri, çalıştıkları ve her zamanki olağan ihtiyaçlarını karşıladıkları yerlerin dışına seyahatleri ve buralardaki, genellikle turizm işletmelerinin ürettiği mal ve hizmetleri talep ederek, geçici konaklamalarından doğan olaylar ve ilişkiler bütünü" olarak tanımlanmaktadır (Kozak vd., 2009: 3). Bu açıdan bakıldığında turizm genel itibarı ile insanları motive eden, birbirinden farklı olguları içerisinde barındıran ve insanları pozitif yönde etkileyen bir kavram olarak yansıtılmaktadır. Fakat günümüz turizm endüstrisi içerisinde illegal olarak gerçekleştirilen seks turizminde çocukların kullanılıyor olması, çocukların sömürülmesine ve istismar edilmesine yol açmaktadır. Çocuklara yönelik cinsel amaçlı turizm, erginlerin, çocuklar ile cinsel temas kurmak amacıyla farklı ülkelere ya da yaşadıkları ülkelerdeki farklı bölgelere seyahat ettikleri durumlarda ortaya çıkmaktadır (ECPAT, 2015: 13). Çocuklara yönelik cinsel amaçlı turizm, çeşitli turizm merkezlerinde, hatta gerçek anlamda turizm altyapısı olmayan yerlerde bile görülebilmektedir (ECPAT, 2008: 1). Ayrıca çocukların seks turizmi haricinde güvenlik önemlerinin yetersizliğinden kaynaklanan kazalara maruz kalması, turizm sektörünün çocuk güvenliği konusuna eğilmesine sebep olmaktadır. Bu ve buna benzer olumsuzluklar sektörel ve akademik anlamda ele alınarak, konunun araştırılmasına sebep olmuştur. ECPAT (2015) Turizm ve Seyahatte Çocukların Ticari Cinsel Sömürüsü Türkiye Raporunda çocukların cinsel sömürüsü konusunun araştırılması ve turizm sektörü çalışanlarından, karar alma mekanizmalarına kadar birçok paydaşın, bu mücadelede bilgi ve deneyimlerinin aktarılmasıyla kapsamlı bir durum analizinin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Yaşanan bu olumsuz süreçler göz önünde bulundurulduğunda, çocuklara turizm sektörü içinde de özel bir korumacı yaklaşım görülmektedir. Bu kapsamda yer alan çocuk dostu turizm kavramı; çocukların tüm şiddet unsurlarından uzak tutularak, sağlıklı kalabildikleri ayrıca oynayıp öğrenebildikleri ve güven içinde olabildikleri turistik ortamlar olarak tanımlanmakta olup, kavram çerçevesinde oluşturulan hedef ise turizm ve seyahatte çocuk dostu güvenli bir turizm anlayışının güçlendirilmesi ve çocuk hakları bilincinin geliştirilmesidir (Çocukdostuturizm.org, 2018 <http://www.cocukdostuturizm.org/cocuk-dostu-turizm-projesi-nedir>, 10 Nisan 2018'de erişildi).

Yöntem

Araştırma 2018 yılında, amaçlı örnekleme yöntemlerinden kolay ulaşılabilir durum örnekleme ve yarı – yapılandırılmış mülakat tekniği kullanılarak, okulöncesi ve ilköğretim düzeyindeki (6-12 yaş) 70 çocuk ile Sivas ilinde yapılmıştır. Mülakat tekniği sözlü iletişim ile insanları ve onlarla ilişkili durumları anlamaya çalışan veri toplama tekniğidir (Gürbüz ve Şahin, 2014: 396). Mülakat türlerinden olan yarı-yapılandırılmış mülakat, genel hatlarıyla bir yol haritasına sahiptir fakat cevaplayıcının ilgi ve bilgisine göre farklı sorular sorarak değişik boyutları ortaya çıkarmaya çalışır (Altunışık, 2004: 94). Kolay ulaşılabilir durum örnekleme, araştırmacının küçük gruplar ile çalışma yapmasına olanak sağlayan, bunun yanı sıra araştırmacıya hız ve kolaylık sunan bir örnekleme yöntemidir (Patton, 2002: 241-242).

Araştırmada çocukların turizm algısını anlamak için beş temel soru sorulmuş olup, bu kapsamda yer alan herhangi bir çalışma olmadığından dolayı sorular araştırmacılar tarafından oluşturulmuştur. Ayrıca araştırmanın yapılacağı çocukların yaş grubu aralığı göz önünde bulundurularak, soruların uygunluğu için öğretmen desteği alınmıştır. Yeni bir kavram olan çocuk dostu kavramı da sorulara ek olarak çocuklarla paylaşılmış ve bu konu hakkındaki fikirleri değerlendirmeye alınmıştır.

Bulgular ve Değerlendirme

Araştırmada aşağıda sorulan sorular doğrultusunda ortaya konulan bulgulara ve değerlendirmelere yer verilmiştir.

Soru-1: Turizm denildiğinde aklınıza neler geliyor, bizimle paylaşır mısınız?

Soruya ilişkin çocuklardan gelen cevaplarda öne çıkan başlıkların; gezmek, seyahat, yeni yerler, deniz, tarihi

mekânlar, turist ve otel olduğu görülmektedir. Çocukların bu soruya ilişkin cevapları değerlendirildiğinde, özellikle gezme ve seyahat etme yanıtını sıkça verdikleri göze çarpmaktadır. Genel turizm tanımının oluşturan seyahat etme ve bulunulan yerden ayrılma unsuru çocukların gözündeki turizm kavramıyla benzerlik göstermektedir. Ayrıca turizm çeşitleri içerisinde Türkiye’de popüler olan deniz ve kültür turizminin sorulan soruya ilişkin cevaplar arasında sıkça yer alması, ülkenin oluşturduğu genel turizm algısının bir yansımasının çocuklardaki karşılığı olarak değerlendirilmektedir. Bunun yanı sıra turizmin vazgeçilmez unsuru oteller ve turistler de çocukların turizm algısında yer tutmaktadır.

Soru-2: Sivas haricinde başka bir yere seyahat ettiniz mi? Eğer seyahat ettiyseniz gittiğiniz yer ile ilgili duygu ve düşüncelerinizi bizimle paylaşır mısınız?

Soruya ilişkin çocuklardan gelen cevaplar doğrultusunda, seyahatlerini genellikle Sivas çevresi illere yaptıklarını, bu illerin ise genellikle Tokat, Amasya, Çorum, Nevşehir, Kayseri ve Yozgat olduğu görülmektedir. Bu illerin haricinde öne çıkan yerlerin Antalya ve Mersin olduğu, nadiren de olsa İstanbul ve İzmir illerine seyahat edildiği görülmektedir. Genellikle aileleriyle seyahat eden çocukların cevap olarak yakın illeri vermesinin nedeni ailelerinin bu bölgelerdeki akrabalarını ziyaret etmelerinden kaynaklı olduğu görülmektedir. Ayrıca yakın illerdeki destinasyonlar göz önünde bulundurulduğunda, ailelerin ulaşım kolaylığı için bu bölgeleri tercih ettikleri görülmektedir. Yerli ve yabancı turistler genel olarak Akdeniz bölgesinde bulunan Antalya ve Mersin illerini tercih etmektedir. Bu tercihlerin önemli etkeni olarak yer alan deniz, çocuklarında bu bölgelerde havuzlarla beraber unutulmazları arasında yer almaktadır. Bunun yanında İstanbul ve İzmir’de öne çıkan belirli mimari eserlerin, çocukların gözünde dikkat çekici birer unsur olarak yer aldığı görülmektedir. Çocuklar yapılan bu seyahatlerde genel itibarıyla mutlu olmuş ve geçirdikleri zamanlardan bahsederken memnuniyetlerini dile getirmişlerdir.

Soru-3: Daha önce bir konaklama tesisinde kaldınız mı? Kaldıysanız bize kaldığınız yerden bahseder misiniz?

Soruya ilişkin cevaplar incelendiğinde, çocukların bir kısmının çeşitli konaklama tesislerinde kaldıkları görülmüştür. Çocukların kaldıkları konaklama tesislerinin fiziki yapılarına dikkat ettikleri sonucuna varılmıştır. Özellikle havuz, odalar ve oyun alanlarının çocuklar tarafından gözlemlendiği, buralarda geçirilen zamanları anımsadıkları görülmektedir. Ayrıca konaklama tesisinde kalan çocukların yemeklerin lezzetleri hakkında bilgi sahibi olduğu ve yemeklerin sunuş şekillerine kadar gözlem yaptıkları verilen cevaplar arasında göze çarpmaktadır. Konaklama tesislerindeki anılarını hatırlayan çocuklar, mutlu zamanlar geçirdiklerini ve bu zamanları tekrarlamak istediklerini vurgulamaktadırlar.

Soru-4: Tatillerde zamanınızı nasıl geçirirsiniz?

Soruya ilişkin cevapların genelde benzerlik taşıdığı görülmektedir. Çocuklar tatil denildiğinde genel olarak boş zamanlarında yaptıkları kitap okuma, spor, bilgisayar oyunları ve buna benzer faaliyetleri yaptıklarını belirtmişlerdir. Çok azı tarafından seyahat ve turizm kavramları bu soru altında cevap bulmuştur.

Soru-5: Hayalinizdeki tatili bizimle paylaşır mısınız?

Soruya verilen cevaplarda yurt içi tatil bölgelerinin yanı sıra yurt dışından destinasyonların da yer aldığı görülmektedir. Çocukların hayallerini oluşturan yurtiçi turizm noktaları arasında Nevşehir, Pamukkale, Çanakkale, Antalya, İstanbul ve İzmir şehirlerinin yer aldığı bu şehirlerde yer alan turistik ve tarihi yerlerin de çocukların görmek istediği yerler arasında olduğu verilen cevaplardan çıkarılmıştır. Özellikle Çanakkale’de bulunan şehitlik ve Antalya sahilleri çocukların hayal ettikleri tatil yerleri olarak ilk sıraları almaktadır. Dünyadaki öne çıkan turizm destinasyonlarının çocukların zihnindeki karşılıkları ise Paris, Eyfel Kulesi, Amerika ve gökdelenleri olmuştur. Ayrıca çocuklardan bazıları herhangi bir tatil hayallerinin olmadığı görüşünü paylaşırken, grup içerisinde yer alan bir çocuğun diğerlerinden farklı olarak uzayda bir tatil hayal etmesi spesifik bir cevap olarak dikkat çekmektedir.

Sonuç ve Öneriler

Günümüz turizm çeşitlerine bağlı turizm hareketliliği değerlendirildiğinde, yetişkinlerin etkin rol oynadığı seyahat planlamalarında çocukların görüş ve önerilerinin dikkate alınmadığı görülmektedir. Bunu yanı sıra aileler de seyahat kararları alırken çocukların görüşlerini genelde bu plana dahil etmemektedirler. Bu durum çocuklar açısından düşünüldüğünde, özgürlükten çok aileye bağlılıklarını ifade etmektedir (Poria & Timothy, 2014: 94-95). Bu kapsamda, araştırma bulguları değerlendirildiğinde benzer sonuçların ortaya çıktığı görülmektedir. Çocuklara erken yaşlarda turizm ve rekreasyon kavramının tam olarak aktarılma-

ması, çocukların seyahat planlamaları üzerinde etkin rol oynayamamalarına sebep olduğu düşünülmektedir. Bu açıdan bakıldığında turizm kavramının eğitimde ki eksikliğini ön plana çıktığı görülmektedir. İlköğretim çağından itibaren çocukların turizm ile tanışması için gerekli projelerin oluşturulması, çocukların turizm içerisinde etkinliğinin artmasına, bilinçli turistlere dönüşmelerine katkı sağlayacak ve çocuğun turizmle kuracağı dostluğun oluşumunu sağlayacaktır. Ayrıca araştırma neticesinde aileleriyle birlikte turizm hareketliliği içerisinde daha sık yer aldığı gözlemlenen çocukların, bilgi alışverişine daha yatkın bir durum sergilediği görülmektedir. Bu tespitlerden hareketle çocuğun turizm ile kuracağı dostluğun sağlanması ile ailelerin turizm çerçevesinde çocuğu ile ne kadar dost olduğu sorusunun çözümlenmesi, çocuk dostu kavramına ve turizm hareketliliğine katkı sağlayacağı düşünülen hususlar olarak öne çıkmaktadır.

Çocuklar, eğlenceli olan tatilleri hatırlar ve bu tatiller esnasında hem aktif olmayı hem de oyun yoluyla öğrenmeyi isterler. Ayrıca tatiller, çocukların sahile gitmesine, hayvanları görmesine, yeni arkadaşlarla tanışmasına, özgür deneyimler yaşamasına ve aileleriyle birlikte vakit geçirmesine olanak tanımaktadır (Rhoden, Hunter-Jones, & Millera, 2016: 428). Yapılan görüşmelerde çocukların herhangi bir konaklama tesisinde geçirdikleri zamanı, genellikle gülümseyerek hatırladıkları, yaptıkları bu aktiviteyi unutmadıklarını ve tekrarlamak istediklerini ortaya çıkarmıştır. Konaklama tesislerinde kalan çocukların akılda kalıcı ve farklı bir deneyim olarak gördükleri bu anları tekrarlamaya meyilli halleri, turizm pazarı içerisinde göz ardı edilmemesi gereken bir konu olarak ele alınmalıdır. Bununla birlikte konaklama işletmelerinin çocuk dostu kavramını benimsemeleri, işletme açısından kârlılık artırıcı bir durumu beraberinde getirirken aynı zamanda çocuğun turizm hareketliliği içindeki yerini de olumlu yönde artıracaktır.

Çocuklara yöneltilen sorulara ek olarak çocuk istismarı ve çocuk dostu konularının aktarıldığı görüşmelerde, çocuklara bu kavramlar hakkında kısa bilgiler sunulmuştur. Bu görüşmelerde güvenlik konularıyla ilgili verilen bazı bilgilerin dikkat çekici olduğu görülmüştür. Özellikle kart sistemli otel kapılarının oluşturduğu hatalar, asansörlerin sadece hizmet alınan otel odasının bulunduğu katta durması ve bundan dolayı yangın merdivenlerinin kullanılması, havuzda yaşanan çocuk boğulma vakası, spor salonlarında bir görevli olmadan spor yapmanın endişesinin yaşandığı durumları beyan eden bazı çocuklardan alınan bilgilerin sonucunda, çocukların bu yaşananları hafızalarından silmedikleri ve yapılan tatiller esnasında küçük birer gözlemci olarak buldukları, verilen cevaplar doğrultusunda düşünülmektedir. Bu kapsamda yeni bir kavram olarak literatüre giren çocuk dostu turizmi, çocuğun turizm hareketliliğindeki yerinin önemine ve hassasiyetine dikkat çekmektedir. Çocuğun başat rol oynadığı kavram kapsamında turizmle olan ilişkisinin sağlıklı yönde şekilleneceği düşünülmektedir. Planlanan çalışmalar sonucunda turizm aktörlerinin bu kavram çerçevesinde alacakları çocuk merkezli kararlar, yaşanan olumsuzları en aza indirerek, sürdürülebilir bir kavramın yaratılmasını sağlayabilir.

Çocukların turizm araştırmalarında yer alması turizm için henüz yeni bir gelişmeyken, diğer alanlarda ve disiplinlerde artık oldukça rutindir. Bu açıdan bakıldığında belirtilen yaklaşım, sadece turizm araştırmacılarına çocukları araştırmaya niçin ve nasıl dahil edecekleri hakkında mevcut bilgi birikimine sahip olma fırsatı sunmakla kalmaz, aynı zamanda potansiyel olarak turizm araştırmacılarını bu alanda etik açıdan sağlam noktalara getirir (Canosa & Graham, 2016: 3). Turizmde çocukların gözünden neredeyse hiçbir deneysel çalışmanın yapılmadığı bilinmekte ve bu kapsamdaki çalışmalara öncelik verilmesinin gerektiği düşünülmektedir. Yapılacak çalışmalar çocuklar açısından düşünüldüğünde, çocuklarda dikkate alınma ve değerli görülme hissi yaratacağı gibi bu durum turizm aktörlerinin çocukları anlamasını kolaylaştırarak onlarla ilgili alınacak kararlara ışık tutacaktır. Bu aşamada, yapılacak araştırmalarda gözlemler ve çeşitli türlerdeki görüşmeler anahtar yöntemler olacaktır. Aynı zamanda yapılacak nicel çalışmalardan da elde edilecek bilgiler, çocuklar hakkında bir veri/bilgi havuzunun oluşumunu sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

Alabaş, R. ve Tuğral, S.G. (2006). "Çocuk Hakları". H. Köksal (ed.). Yenilikçi tarih öğretimi etkinlik örnekleri. (s. 21-28). Ankara: Harf Eğitim Yayıncılığı.

Altunışık R., Çoşkun R., Bayraktaroğlu S., Yıldırım E. (2004). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri-SPSS Uygulamalı, Geliştirilmiş 3. Baskı, Sakarya Kitapevi, Sakarya.

Avrupa Konseyi Çocukların Cinsel Sömürü ve İstismara Karşı Korunması Sözleşmesi (011), T. C. Resmi Gazete, 28050, 10 Ağustos 2011.

- Başol, K. (2012). Türkiye ekonomisi. Türkmen Yayınevi, İstanbul
- Canosa, A. and Graham, A. (2016). Ethical Tourism Research Involving Children. *Annals of Tourism Research*, 61(15), 1-6.
- Çocukdostuturizm.org (2018, Nisan 10). <http://www.cocukdostuturizm.org/cocuk-dostu-turizm-projesi-nedir> adresinden alınmıştır.
- ECPAT International. (2006). Question&Answer About The Commercial Sexual Exploitation of Children: An Information Booklet by ECPAT. ECPAT International, Bangkok. ECPAT International.
- ECPAT International. (2008). Çocuklara Yönelik Cinsel Amaçlı Turizm ile Mücadele: Sorular ve Yanıtlar. Bangkok: Uluslararası Çocuk Merkezi.
- ECPAT International. (2015). Turizm ve Seyahatte Çocukların Cinsel Sömürüsü Küresel Araştırması Ülkeye Özel Rapor Türkiye. Türkiye: Uluslararası Çocuk Merkezi.
- Ercan, R. (2014). Anne Babaların Günümüzde Sahip Olduğu Çocuk İmgeleri. *International Journal of Social Science*, 30(1), 377-396.
- Gürbüz, S., ve Şahin, F. (2014). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- İnsan Hakları Derneği (2008). Çocuk İhmali ve İstismarını Önleme Öğretmenler ve Aileler İçin Eğitim Kılavuzu. Berkay Ofset-Ankara, 1-70.
- Kozak, N., Kozak, M., & Kozak, M. (2009). Genel Turizm İlkeler, Kavramlar. Ankara: Detay.
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative research and evaluation methods*. 3rd Edition, Sage Publications, Thousand Oaks. London. ss. 241-242.
- Poria, Y. and Timothy, D. (2014). Where are the children in tourism research?. *Annals of Tourism Research*, 47(1), 77-95.
- Rhoden, S., Hunter-Jones, P. and Miller, A. (2016). Tourism experiences through the eyes of a child. *Annals of Leisure Research*, 19(4), 424-443.
- Sağlam, M., ve Aral, N. (2017). Tarihsel Süreç İçerisinde Çocuk ve Çocukluk Kavramları, *Çocuk ve Medeniyet Dergisi*, 1(2), 43-56.
- Salim, M. (2011). Geçmişten günümüze Türkiye’de çocuk koruma politikaları ve Sosyal Hizmetler ve Çocuk Esirgeme Kurumu, Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Tan, M. (1989). Çağlar boyunca çocukluk, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi, 22(1), 71-88.
- Türk Dil Kurumu, Erişim Tarihi: 6 Nisan 2018, http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5ac79b3185d97.52089284
- UNİCEF (2006). *Çocuğa Karşı Şiddeti İzleme ve Göstergeleri Kılavuzu*, Erişim Tarihi: 6 Nisan 2018, <http://www.unicef.org.tr/files/bilgimerkezi/doc/izleme-gostergeleri-kilavuzu.pdf>
- Üstündağ, A., Şenol, F., ve Mağden, D. (2015, Mayıs). “Ebeveynler Çocuk İstismarına Yönelik Bilgi Düzeylerinin Belirlenmesi ve Bilinçlendirilmesi”. Uluslararası Katılımlı III. Çocuk Gelişimi ve Eğitimi Kongresi, Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- Yücel, P. H., ve Ögel, K. (2008). Çocuklara Yönelik Cinsel Sömürü ve Biçimleri. *Turkiye Klinikleri Journal of Pediatric Sciences*, 4(6), 6-11.

Çocuklara Yönelik Cinsel Amaçlı Turizm

Sexual Oriented Tourism Directed Towards Children

Öğr.Gör. Halil Kaya ŞEKER¹, Öğr.Gör. Sevgi ŞEKER²

1 Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Şarkışla Aşık Veysel Meslek Yüksekokulu

2 Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Şarkışla Aşık Veysel Meslek Yüksekokulu

ÖZET

Çocuk haklarına yönelik en ağır ihlallerden biri de şüphesiz ticari amaçlı olarak çocukların cinsel sömürsü'dür (ÇTCS). Çocukların ticari amaçlı cinsel sömürsü (ÇTCS), "çocuğun kendisine ya da üçüncü bir kişiye yapılan nakdi ya da aynı ödeme karşılığında yetişkin tarafından cinsel istismara maruz bırakılması" olarak tanımlanmaktadır. İlk kez 1996 yılında Stockholm'de düzenlenen bir kongrede, ÇTCS'nin küresel bir sorun olduğuna dikkat çekilmiştir. Çocukların cinsel sömürsü, özellikle çocuk fuhuşu, çocuk pornografisi ve çocukların ne şekilde olursa olsun cinsel istismarı, onların sağlık ve psiko-sosyal gelişimi açısından son derece yıkıcı bir durumdur.

Son yıllarda gündemde olan konulardan biri de, çocuklara yönelik cinsel amaçlı turizmdir. Çocuklarla cinsel temas kurmak amacıyla kendi yaşadığı yerleşim yerinden ayrılarak başka yerlere giden birinin çocukları cinsel açıdan sömürmesi olarak ifade edilebilecek bu eylemde çocuklarla cinsel yönden teması kolaylaştıran ve ulaşım ve turizm faaliyetleri içine giren hizmetler vardır ve bu sayede suç işleyen kişinin fark edilmeme gibi bir avantajı söz konusudur.

Bu çalışmada çocuklara yönelik cinsel amaçlı turizm konusu incelenecektir. Ticari amaçlı cinsel sömürü türleri hakkında bilgi verilecek ve söz konusu sorunla ilgili ülke örneklerine değinilecektir. Ardından konu ile ilgili uluslararası düzeyde yapılan düzenlemeler hakkında bilgi verilerek, ülkemizdeki durum değerlendirilecektir.

Anahtar Kelimeler: Cinsel Sömürü; Çocuklara Yönelik Cinsel Sömürü; Çocuklara Yönelik Cinsel Amaçlı Turizm.

ABSTRACT

One of the most serious violations of child rights is, of course, the commercial sexual exploitation of children (CSEC). Commercial sexual exploitation of children (CSEC) is defined as being exposed to sexual abuse by an adult in return for monetary or non-monetary compensation made to the child or a third person. In 1996 at a congress held in Stockholm, it was pointed out for the first time that CSEC is a global problem. Sexual exploitation of children, especially child prostitution, child pornography and all kinds of sexual exploitation of children, is an extremely destructive situation in terms of their health and psycho-social development.

Sexual oriented tourism directed towards children has been one significant issue on the agenda in recent years. In this action - which can be expressed as sexual exploitation of children by someone who goes to other places by leaving his/her place of residence for sexual contact with children - there are services related to transportation and tourism that facilitate the contact with children and thus the offender has the advantage of not being noticed.

In this study, the subject of sexual oriented tourism directed towards children will be investigated. Information about forms of commercial sexual exploitation will be given and examples from countries related with the issue in point will be presented. Finally, information about the international regulations will be given and, the situation in our country will be evaluated.

Keywords: Sexual Exploitation, Sexual Exploitation Towards Children, Sexual Oriented Tourism Directed Towards Children

GİRİŞ

Toplumların geleceğinin ve devamlılığının garantisi olan en önemli değerlerden biri çocuklardır. Gelişim düzeyi açısından çocukların yetişkin bireylerden farklı beden ve zeka seviyesinde olması, kendi gelişim süreçlerinde birtakım toplumsal ve sosyal becerileri henüz kazanıyor olması, birtakım kişilerin çocukları kullanabilecekleri veya üzerlerinde insana yakışmayan davranışları rahatça gerçekleştirebilecekleri bir alan oluşturmaktadır (Kır 2013:785). Genel olarak çocuk istismarı olarak isimlendirilen bu davranışları Dünya Sağlık Örgütü, “çocuğun sağlığını ve fiziksel gelişimini olumsuz yönde etkileyen, bir yetişkin, toplum veya ülkesi tarafından bilerek veya bilmeyerek yapılan davranışlar” şeklinde tanımlamaktadır (Korkmaz ve diğerleri 2015:2). Çocukların özellikle cinsel yönden istismar edilmesi ve sömürülmesi de anılan muameleler arasında belki de en ağır olanıdır.

Birleşmiş Milletler Çocuk Haklarına Dair Sözleşmenin birinci maddesine göre, “18 yaşına kadar her insan çocuktur”. 1994 yılında Türkiye’de de kabul edilen ve onaylanan bu sözleşmede temel olarak çocukluk döneminde beden ve ruh sağlığının korunması ve geliştirilmesi, çocukların bilişsel ve sosyal gelişimlerinin sağlanması ve korunması ile ilgili haklar yer almaktadır (Özcebe 2013:57). Bu sözleşmede ele alınan temel konular içerisinde çocuk ihmal ve istismarı önemli bir yer tutmaktadır. Çocuk ihmal ve istismarı, fiziksel, duygusal ve cinsel istismar olmak üzere üç grupta incelenmektedir. Fiziksel istismar, bir yetişkin tarafından 18 yaşından küçük bir çocuğa uygulanan ve çocuğun sağlığına zarar verebilecek, fiziksel hasara neden olabilecek eylemlerdir. Duygusal istismar, yine çocuğa çevresindeki yetişkinler tarafından uygulanan ve çocuğun kişiliğini zedeleyici, duygusal gelişimini engelleyici davranışlardır (Üstündağ ve diğerleri 2015:213). Çocuğun cinsel istismarı, 18 yaşından küçük bir çocuğa kendisinden 5 yaş veya daha büyük bir kişi tarafından üstü kapalı ya da açık şekilde zor kullanarak yapılan herhangi bir cinsel faaliyet olarak tanımlanmaktadır (Kır 2013:787-788).

Cinsel istismar; “yetişkin bir kişinin çocuktan cinsel uyarı veya doyum amacıyla faydalanması, çocuğu fuhuşa zorlaması ya da pornografi gibi suç içerikli eylemlerde cinsel obje olarak kullanması” olarak tanımlanmaktadır. Çocuğun cinsel organlarına dokunulmasından tecavüze kadar birçok davranış cinsel istismar kapsamında ele alınmaktadır. Ayrıca çocuğun rızasının olup olmaması ya da fiziksel şiddet içerip içermemesinin herhangi bir önemi olmadığı belirtilmektedir (Çalışkan ve Sağlam 2015:6).

Gelişim psikologları küçük yaş dönemlerinde çocukların olumlu ya da olumsuz olsun yaşadıklarını unutmadıklarını, ayrıca bu dönemde yaşanan olumsuzlukların telafisinin mümkün olmadığını belirtmektedir. Cinsel istismara uğrayan çocuklarda geri dönüşü olmayan sorunlar ortaya çıkmaktadır. Bu sorunların belli başlıları ise, travma, travma sonrası stres sendromu, damgalama, ayıplama, utanma, suçluluk hissi, düşük benlik algısı, öfke duyma, histeri, cinsel saldırganlık ve cinsel davranış bozukluğu, bilişsel çarpıtma (“dünya kötü bir yer” vb düşünceler), intihar düşüncesi, kaygı-korku bozuklukları, değersizlik hissi, yeme bozuklukları, eşcinsellik, alkol ve uyuşturucu madde bağımlılığı, fuhuşa yönelme ve depresyondur (Kır 2013:792).

Cinsel şiddetin hemen hemen tüm toplumlarda yaygın olmasına karşın gizli kaldığı gözlemlenmektedir. Çocuklar üzerinde travmatik ve yıkıcı sonuçlar yaratmakta, destek alınamaması durumunda bu yıkıcı sonuçlar yetişkinlikte de devam etmektedir. Ayrıca söz konusu suçun cezasız kalmasının suçun tekrarına neden olması gibi hususlar dikkate alındığında, cinsel istismar hem çocuklar üzerinde hem de toplumlar üzerinde bedelleri hesaplanamayacak düzeyde olumsuzluklara neden olmaktadır.

Her beş çocuktan biri cinsel şiddet mağdurudur. Çocuğun cinsel istismarı “birkaç yabancı sapığın” istisnai eylemi değildir ve başta ev-aile olmak üzere, güvenli olduğu düşünülen ortamlarda da sık yaşanmaktadır. Cinsel şiddet ve istismarın çocuklar üzerinde yarattığı yıkıcı etkilerine rağmen ortaya çıkıyor olması, adalet ve cinsellik gibi konularda çok ciddi toplumsal sorunlara işaret etmektedir. İstismarcılar ceza almadan eylemlerini sürdürmekte, mağdurlar ise yaşadıkları bu travmatik olayın suçlularıyla çoğu zaman aynı ortamda olmaya hatta aynı evde yaşamaya devam etmektedir. Bu nedenle yaşadıkları travma daha da ağırlaşmaktadır. Ayrıca yapılan araştırmalar neticesinde çocukluğunda cinsel istismara uğrayan ve ihtiyaç duyduğu desteği alamayan kişilerin sonraki dönemlerde istismarcılara dönüşebildiği ortaya çıkmıştır (Berghan ve diğerleri 2014:6).

Bu çalışmada çocuklara yönelik cinsel amaçlı turizm inceleme konusu yapılacaktır. Bu amaçla öncelikle çocuklara yönelik ticari amaçlı cinsel sömürü hakkında bilgi verilecektir. Çocuklara yönelik cinsel istismar ve cinsel sömürü arasındaki farklara değinilecek ve sözü edilen bu sömürünün ortaya çıkış şekillerine değinilecektir. Ardından sözü edilen ticari amaçlı cinsel sömürü türleri arasında sayılan “çocuklara yönelik

cinsel amaçlı turizm” konusu ayrıntılı şekilde açıklanmaya çalışılacaktır. Konu ile ilgili ülkemizdeki durum analizi yapılacak, uluslararası ve ulusal mevzuat hakkında bilgi verilmeye çalışılacaktır.

1. ÇOCUĞA YÖNELİK TİCARİ AMAÇLI CİNSEL SÖMÜRÜ

Cinsel sömürü ve cinsel istismar, çocuklara yönelik şiddetin en kötü biçimi ve çocuk haklarına yöneltilmiş en ağır ihlallerden biridir.

Çocukların ticari amaçla cinsel sömürüsü, “çocuğun kendisine ya da üçüncü bir kişiye yapılan nakdi ya da aynı ödeme karşılığında, yetişkin tarafından cinsel istismara maruz bırakılması durumudur. Burada çocuğa cinsel ve ticari bir objeymiş gibi davranılmakta ve bu durum çocuğa yönelik zorlama ve şiddet anlamına gelmekte, çağdaş kölelik olarak değerlendirilmektedir (Ecpat 2008:1). Çocukların ticari amaçlı cinsel sömürüsü maddi veya diğer ekonomik nedenlerle çocuk mağdurlara karşı işlenen cinsel nitelikli suçları içerir (Greenbaum et al 2018:33).

Bu ticari amaçlı eylemin üç temel ögesi vardır: 1. Mağdurlar, 2. Çocuk Tacirleri (Aracılar) ve 3. Sömürücüler (Kullanıcılar). Mağdurlar, içinde bulunduğu olumsuz hayat koşullarından kurtulmak için kendisi, ailesi veya çocuk tacirlerinin talebi ile sürece başlamaktadır. Çocuk tacirleri (aracılar), süreçte hem arz hem de talebi artırmak için çalışmaktadır. Mağdurları bir takım vaatlerle kandırıp, sömürücülerin de mağdurlara ulaşmalarını kolaylaştırıp, bu sistem içinde kendi kazançlarını artırmaktadır. Sömürücüler (kullanıcılar) ise çocuk ticaretinin prosedürleri ile uğraşmadan, mağdurlar kendilerine ulaştıktan sonraki süreçte rol almaktadır (Şahin ve Polat 2014: 57-58).

Çocukların ticari amaçlı cinsel sömürüsü, çocukların cinsel istismarından farklıdır, çünkü bu eylemin karşılığında bir “ödeme” söz konusudur. Çocuğun cinsel istismarı ile ticari amaçlı cinsel sömürüsü arasındaki farkları aşağıdaki şekilde özetlemek mümkündür (Ecpat Uluslararası 2008):

Tablo 1. Çocuğun Cinsel İstismarı ile Ticari Amaçlı Cinsel Sömürüsü Arasındaki Farklar

	Çocuğun cinsel istismarı	Çocuğun ticari cinsel sömürüsü
Kimler tarafından yapılıyor?	Yetişkinler ya da daha çok deneyimli/ daha büyük çocuklar	Yetişkinler ya da daha çok deneyimli/ daha büyük çocuklar
Çocuğun kullanımı	Cinsel ihtiyaçların tatmin edileceği bir nesne olarak kullanmak	Yalnızca bir nesne olarak değil, alınıp satılabilen bir mal/meta olarak kullanmak
Yöntem	Şiddet, tehdit, hile, aldatma ya da baskı	Çocuğa nakit para, eşya ya da bir çeşit karşılık ile doğrudan ödeme yapmak Bir aracının ya da çocukla bağlantılı bir kişinin, çocuğu cinsel aktivitelerde kullanarak çocuk üzerinden para, eşya ya da bir çeşit yarar sağlamak üzere çocuğa şiddet uygulaması, baskı kurması ve tehdit etmesi

Kaynak: Ecpat Uluslararası, Çocuklara Yönelik Cinsel Amaçlı Turizm ile Mücadele Sorular ve Yanıtlar, 2008, s.5.

UNODC (Birleşmiş Milletler Uyuşturucu ve Suç Ofisi)’un raporunda cinsel amaçlı insan ticaretinin, organize suçlar içinde en hızlı büyüyen gelir kaynağı olduğuna dikkat çekilmektedir (Şahin ve Polat 2014:61). Günümüzde çocukların her zamankinden daha savunmasız oldukları ve suçluların onları istismar etmelerinin yollarının arttığı bilinmektedir. Çocuklar dünyanın birçok yerinde ve hemen her toplumda en güçsüz insanlardır ve alınıp satılabilecek mallar ve eşyalar gibi muamele görürler. Suçluların ve aracılarn sahip olduğu para, statü ve otorite bu güç dengesizliğini daha da kötüleştirir. Örneğin bir suçlu, aracılarn ve cinsel hizmetlerin maliyetini karşılayabilecek kadar, hatta tanıkları veya adli birimleri etkileyebilecek kadar zengin olabilir. Ayrıca aracılarn da bir yandan paranın gücüne, bir yandan da fiziksel güce sahiptir (Perera 2016:11).

Çocuklara yönelik ticari cinsel sömürü tüm dünyada yaşanan sorundur. Çocuğun fiziksel ve psiko-sosyal bütünlüğünü alçaltan bir suçtur. Çocuklara yönelik ticari amaçlı cinsel sömürü genellikle şu şekillerde ortaya çıkmaktadır:

- Çocuk fuhuşu
- Çocuk pornografisi

- c. Çocuk ticareti
- d. Çocuk evlilikleri
- e. Çocuklara yönelik cinsel amaçlı turizm.

1.a. Çocuk Fuhuşu:

Fuhuş, para, hediye ya da iyilik karşılığında cinsel ilişki kurmak demektir. Çocuk fuhuşu ise, “çocuğun maddi çıkar ya da başka bir yarar karşılığında cinsel faaliyetlerde kullanılması” anlamına gelir. Çocuklar çoğunlukla bu işi yöneten veya denetleyen aracı tarafından kontrol altında tutulmaktadır (Yücel ve Ögel 2008:7). Savunmasız çocuklar para dışında çoğunlukla alkol, uyuşturucu, popüler olma, kişisel ilgi, konser biletleri, mücevher ve elektronik cihazlar karşılığında da cinsel faaliyetlerde kullanılmaktadır (Estes 2017:379).

2007 yılında İspanya / Lanzarote’de imzalanan ve Lanzarote Sözleşmesi olarak bilinen Avrupa Konseyi Çocukların Cinsel Sömürü ve İstismara Karşı Korunması Sözleşmesi 19. Maddesine göre, “çocuk fuhuşu” ibaresi “ödeme olarak para veya herhangi bir ücret veya bedel verilmesi veya vaat edilmesi karşılığında, bu ödemenin, vadin veya bedelin çocuğa mı yoksa üçüncü bir kişiye mi yapıldığına bakılmaksızın bir çocuğu cinsel faaliyetler için kullanma eylemi” anlamına gelir.

Çocukların bu tip ticari kullanımı sırasında yaşam için vazgeçilmez olan gereksinimlerinin karşılanmasının yanı sıra, cep harçlığı verme ya da okuldaki notları yükseltme şeklinde karşılıklar da olabilmektedir (Özcebe2013:58). Bu eylem çocuğun rızasıyla gerçekleşmiş gibi görünmektedir, ancak bir çocuk söz konusu olduğunda rızadan bahsedilemez. Çocuğun seçim yaparak bu tür eylemlerde bulunduğu düşünülmektedir. Fuhuş sektörüne dâhil edilerek ticari olarak sömürülen çocuklara yönelik toplumsal tutumlar oldukça olumsuzdur ve ahlaksız olarak görülen bu çocuklar diğer şiddet biçimlerine de maruz kalmaktadır (Yücel ve Ögel 2008:7). UNICEF’in 2010 yılına ait Yıllık Raporu’nda Hindistan’da 300.000 çocuk fahişelik yapmakta, Filipinlerde bu sayı 600.000’lerin üzerine çıkmaktadır (Şahin ve Polat 2014:61).

1.b. Çocuk Pornografisi:

Çocuk pornografisi, hangi yoldan olursa olsun, belirleyici özelliği cinsel amaçlı bir betimleme olmak üzere, çocuğu gerçek fiille ya da benzeştirme yoluyla cinsel etkinlik içinde göstermek ya da çocuğun cinsel organlarını herhangi bir biçimde teşhir anlamına gelmektedir. Burada sadece gerçek bir çocuğun gösterilmesi değil, çocuk imgesinin kullanılması yoluyla üretilmiş materyaller de vardır. Ayrıca pedofiller için uyarıcı olarak işlev gören çocuk cinsel organlarının teşhir edildiği materyaller de çocuk pornografisi içinde yer alır (Yücel ve Ögel 2008:8).

Çocuk pornografisi görsel, işitsel ya da fotoğraf şeklinde olabilir. Dağıtımı kitap, film, cep telefonu, video ve bilgisayar diskleri ile gerçekleşebilmektedir. Çocuk pornografisinde kullanılan çocuklar zorlama ve kandırılma yoluyla ya da farkında olmadan sömürü içinde yer almaktadırlar. Çocuk pornografisi içerikli filmleri dağıtanlar, bu eyleme aracı olanlar, satanlar ya da izleyiciler de sömürü içine dâhil olmaktadır. Çoğunlukla da sömürü yapan kişilerin, çocukların yakınlarındaki kişiler olduğu tespit edilmektedir (Özcebe 2013:58).

İnternet kullanan pek çok çocuk ve ergen, kolaylıkla pornografik sitelere maruz kalabilmektedir. Aynı zamanda bu sitelerde ve diğer sohbet kanallarında yetişkinlerin cinsel teklifleriyle karşılaşma olasılıkları da yüksektir. Bu sitelerde çeşitli yollar kullanılarak çocuklardan kişisel ve özel bilgileri istenebilmektedir. Ayrıca merak ve yeni deneyimlere atılma isteği olan, yakınlık ve ilişki ihtiyacı içindeki ergenler, sohbet sitelerinde tanıştıkları kişilerle telefonla ya da yüz yüze görüşmeye karar verebilmektedir (Yücel ve Ögel 2008:8).

1.c. Çocuk Ticareti:

Ülkemizde 2003 yılında kabul edilen “Sınır Aşan Örgütlü Suçlara Karşı Birleşmiş Milletler Sözleşmesine Ek İnsan Ticaretinin, Özellikle Kadın ve Çocuk Ticaretinin Önlenmesine, Durdurulmasına ve Cezalandırılmasına İlişkin Protokol”ün 3. Maddesine göre insan ticareti; “Kuvvet kullanarak ya da kuvvet kullanma tehdidi ile veya diğer bir biçimde zorlama, kaçırma, hile, aldatma, nüfuzu kötüye kullanma, kişinin çaresizliğinden yararlanma veya başkaları üzerinde denetim yetkisi olan kişilerin rızasını kazanmak için o kişiye veya başkalarına kazanç veya çıkar sağlama yoluyla kişilerin istismar amaçlı temini, bir yerden bir yere taşınması, devredilmesi, barındırılması veya teslim alınması” anlamına gelmektedir (Akgün 2016:161).

İnsan ticaretinin gerçek prevalansı bilinmemekle birlikte Uluslararası Çalışma Örgütü'nün 2012 yılı tahminlerine göre dünya çapında 20,9 milyon insanın mağdur olduğu tahmin edilmektedir. Bu tahmin zorunlu işgücü ve seks ticareti mağdurlarını da içermektedir. Bu muazzam rakam yaklaşık 945.000'i çocuk olmak üzere 4,5 milyon insanın zorla ticari amaçlı cinsel sömürü kurbanı olmaktadır (Varma et al 2015:98). Çocuklar savunmasız oldukları için sıklıkla insan ticaretinin de mağduru olabilmektedir. Çocuklar güç kullanma, zorlama ya da kandırma yoluyla insan ticaretine sürüklenmektedirler. Çocuklar insan ticaretinde cinsel yönden sömürülme, işgücü olarak kullanılma, organ ticareti ve yasa dışı evlat edinme gibi nedenlerle kullanılmaktadır. Çocuk ticareti aynı ülkede gerçekleşebildiği gibi ülkeler arası da olabilmektedir. Çocuk ticaretinin yönü ve akışı talebe göre değişebilmektedir (Özcebe 2013:58). İnsan ticareti fuhuş amacıyla yapıldığında, mağdurlarında yarattığı fiziksel ve psikolojik şiddetin açtığı tahribat nedeniyle, özellikle mücadele edilmesi ve engellenmesi gereken kriminolojik bir vaka olduğu söylenebilir (Dinler 2010:190).

1.d. Çocuk Evlilikleri:

Resmi olsun olmasın, taraflardan en az birinin 18 yaşından küçük olduğu evlilik birliği olarak tanımlanır. Bir çocuk para, eşya veya herhangi bir çıkar karşılığında cinsel amaçlarla satın alındığında veya kullanıldığında bu durum, ticari cinsel sömürünün bir türü olarak kabul edilir. Bu evliliklerde aile, bir yarar sağlamak amacıyla çocuğunu evlendirmektedir. Birçok çocuk özellikle de kız çocuklar kaçırılma sonucu maruz kaldıkları cinsel istismar nedeniyle toplumsal baskıya maruz kalmamak için evlendirilmektedir. Bu durum cinsel istismarın meşrulaştırılması anlamına gelmektedir. Çünkü çocuklar ömür boyu istismara maruz kalma tehdidi ile karşı karşıya kalmaktadır.

Erken evlilikler toplumda çoğu zaman bir cinsel sömürü olarak görülmemektedir. Türkiye'de yapılan durum analizinde çocukların para ya da başka bir çıkar karşılığında evlendirilmesinin, hemen hemen hiç kimsenin onaylamamasına ve çocuklar için riskli olduğunun kabul edilmesine rağmen, bir cinsel sömürü olarak görülmediğini ortaya çıkarmıştır. Evlilik meşru bir alan olduğu için ve erken yaşta evlilikler geleneksel yapıyla bağlantılı olduğu için bir istismar veya sömürü olarak ele alınmamaktadır (Yücel ve Ögel 2008:8-9).

2. ÇOCUKLARA YÖNELİK CİNSEL AMAÇLI TURİZM

Çocuklara Yönelik Cinsel Amaçlı Turizm (ÇYCAT) , çocuklarla cinsel temas kurmak amacıyla kendi yaşadığı yerleşim yerinden, bölgeden ya da ülkeden ayrılarak başka yerlere giden bir kişinin çocukları cinsel yönden sömürmesidir. ÇYCAT'de cinsel temas amacıyla çocuğa ya da üçüncü bir kişiye para, giyecek, yiyecek ya da başka şeyler teklif ve temin edilmesi söz konusudur. Bu eylemde bulunan bireyler, kendi ülkelerinde seyahat eden kişiler olabileceği gibi uluslararası seyahat halindeki kişiler de olabilir. ÇYCAT'de çoğu kez çocuklarla cinsel yönden teması kolaylaştıracak konaklama, ulaşım ve turizmle ilgili hizmetler söz konusudur. Bu suçu işleyen kişinin bu sayede çevredekiler tarafından pek fark edilmeme gibi bir avantajı vardır (ECPAT Uluslararası 2008:4).

Bu eylemi tanımlamak için "Çocuk Seks Turizmi" ifadesi sıklıkla kullanılmaktadır. Ancak bu ifadenin çok kısıtlayıcı ve eski olduğu söylenebilir. Hatta bu ifadenin sağlık turizmi, inanç turizmi gibi bir turizm çeşidi olduğu ve kabul edilebilir bir eylem olduğu şeklinde bir yanlış anlamaya neden olduğu da söylenebilir. Son yıllarda bu eylem için "Seyahat ve Turizmde Çocukların Cinsel Sömürüsü (STÇCS)" ifadesi yaygın olarak kullanılmaya başlanmıştır. Çünkü bu ifade daha geniş anlamlıdır ve sadece turistleri değil, seyahat eden herkesi içermektedir. Çünkü seyahat eden tüm bireylere turist demek doğru olmayacaktır. Günümüzde pek çok işadamı, göçmen işçiler, yurt dışında yaşayan yabancılar hatta gönüllüler de turizm amacı olmaksızın seyahat etmektedir. Dolayısıyla seyahatlerinde çocuklara yönelik cinsel sömürü olabilmektedir (Perera 2016:10).

Özellikle refah seviyesi yüksek ülkelerde yaşayan, çoğunluğu erkek olmak üzere pek çok kişi çocuklarla cinsel ilişki yaşamak amacıyla başka ülkelere gidebilmektedir. Bazı durumlarda kişiler böyle bir nedenle o ülkede bulunmasa bile kendi yaşadığı ülkedeki toplumsal değerlendirmelerin yükünden kurtularak gittiği ülkede çocuklarla cinsel sömürü içeren ilişkiler yaşayabilmektedir (Yücel ve Ögel 2008:8).Turizm ve seyahatte çocukların cinsel sömürüsünü yapan kişiler arasında evli, bekar, erkek, kadın, zengin kişiler yada dar bütçeli bireyler gibi toplumun çeşitli kesimlerinden her tür insan yer alabilmektedir. Bazen kişiler buldukları bölgede durumsal/fırsatsal olarak da bu eylem içine girebilirler. Daha açık bir şekilde ifa-

de etmek gerekirse, bazı durumlarda kişiler çocuğun cinsel sömürsü amacıyla seyahat etmedikleri halde, seyahatleri sırasında çocuğa karşı cinsel sömürü suçunu işleyebilmektedir. Genellikle, bu tür eylemlerin içinde yer alan kişilerin savunmalarında, toplumda bu eylemin kabul edildiği ve maddi olarak kişi ile bölge ekonomisine katkıda bulunulduğu ifadeleri yer alır. Bu tür olaylar içinde taşımacılık şirketleri, turizm firmaları ve konaklama sektörü de yer alabilmektedir (Özcebe ve diğerleri 2015:2).

Yaygın bir yanlış kanı da ÇYCAT eyleminde bulunan turistlerin hepsinin orta yaşlı ya da yaşlı erkekler oldukları yolundadır. Genç turistlerin açıkça çocukları cinsel anlamda sömürme amacıyla seyahatlere çıktıkları bilinmektedir. Çocuklara Yönelik Cinsel Amaçlı Turizm eyleminde bulunan turistler yabancılar olabildiği gibi kendi ülkelerinde seyahat eden yerli turistler de olabilir. ÇYCAT eyleminde bulunan turistlerden bazıları özel olarak çocuklara yönelirken, aralarından çoğu genellikle çocukları tercih etmeyen, ancak fırsat çıktığında bundan da yararlanmaya bakan kişilerdir (ECPAT Uluslararası 2008:4).

Çoğu suçlunun aklında çocuğu cinsel bir eş olarak seçmesi gibi özel bir tercih yoktur ama çocuğun cinsel sömürü aracı olarak kullanıldığı bir durumdan yararlanmak istemektedirler. Genellikle bu suçlular zengin bir bölgeden daha az gelişmiş fakir bir bölgeye seyahat eden kişilerdir. Turistin ve diğer kimliği bilinmeyenlerin kendi duygularını tatmin etmek istemesiyle para karşılığı yaptığı takas için bu bölgenin seçilmesindeki anahtar durum fakir ekonomik yapıdır. Turist para karşılığı cinsel isteklerini karşılar. Böylece çocuğun cinsel açıdan sonraki komisyonculuğunu teşvik eder. Suçlular sadece tatil yapanlar değildir. Aynı zamanda bu tanımda evinden uzağa iş sebebiyle gidenler, ticaret yapanlar, endüstri alanında çalışanlar ve askeri personel de sayılabilir. Benzer olarak, cinsel sömürü yapan kişilerin sadece yabancı olması da gerekmez, kendi ülkesinde evinden uzak yaşayanlar da buna kalkışabilir. Ama yine de bu bilgiler ışığında çocuğun cinsel sömürsüne yönelik gerçekleştirilen bu eylem uluslararası mahiyettedir (www.oguzpolat.com/2016/01/17/cocuk-seks-turizmi/).

ÇYCAT çeşitli mekânlarda gerçekleşebilir: "Kırmızı ışıklı" bölgelerdeki genelevler, kentsel, kırsal mekânlar ya da sahillerdeki beş yıldızlı oteller gibi... Ayrıca, örneğin "hazırlanma" dönemi uzun da sürebilir. Burada kast edilen, ÇYCAT suçlusunun zayıf durumdaki bir çocukla yakınlık kurması, çocuğu cinsel anlamda sömürmeden önce onun güvenini kazanmasıdır. Diğer durumlarda ÇYCAT eyleminde bulunan turistler, cinsel hizmetleri doğrudan doğruya çocuğu sömürü koşullarında elinde tutan ve onu turiste sunan üçüncü bir taraftan satın almaktadır (ECPAT Uluslararası 2008:4).

ÇYCAT konusunda mağdur çocukların ve bu eylemde bulunan turistlerin sayıları hakkında sağlıklı veriler elde etmek güçtür. Sağlıklı verilerin elde edilmesini engelleyen çeşitli faktörler söz konusudur. Öncelikle ÇYCAT yasa dışı bir etkinlik olduğundan çoğu durumda gizlidir ya da işin içinde örgütlü suç grupları vardır. İkincisi, çocuklar ile cinsellik hala tabu olarak görülen bir konudur. Dünyanın birçok bölgesinde böyle bir durumun söz konusu yerin itibarını sarsacağı ve turizmin gelişmesini engelleyeceği korkusuyla durumun varlığı inkâr edilir ya da önemsiz sayılır. Ayrıca, hükümette, medyada, yasal uygulama mekanizmalarında ve genel olarak toplumda yer alan başlıca aktörlerde konuya ilişkin genel bir anlayışsızlığın ve kafa karışıklığının bulunduğunu da eklemek gerekir. Nitekim Çocuklara Yönelik Cinsel Amaçlı Turizm kapsamındaki pek çok durum yanlış olarak çocukların cinsel sömürsü, fuhuş ya da pedofili vakaları olarak sınıflandırılmaktadır (ECPAT Uluslararası 2008:5).

3. ÇYCAT SUÇUNU İŞLEYENLER VE MAĞDURLAR

ÇYCAT eyleminde bulunan kişiler evli, bekâr, kadın, erkek (ancak çoğunluğu erkektir), yabancı, yerli, zengin ya da dar bütçeli, yüksek sosyoekonomik statüden ya da dezavantajlı kesime mensup kişiler olabilir. Ayırt edici fiziksel özellikleri, sosyal davranış kalıpları ya da özel yaklaşımları olmamakla birlikte, bu kesimin üç ayrı kategoride toplanması mümkündür (ECPAT Uluslararası 2008:10). Bunlar;

- Fırsatsal ÇYCAT eyleminde bulunan turistler
- Tercihli ÇYCAT eyleminde bulunan turistler,
- Pedofiller

3.1. Fırsatsal ÇYCAT Eyleminde Bulunan Turistler

Bu gruptakiler, deneyimleyerek ya da turist olmanın getirdiği anonimlik ya da cezalandırılmazlık durumundan yararlanarak çocukları istismar eder. Bu kişilerin cinsel yönelimleri yalnızca çocuklara yönelik değildir. Çoğu örnekte fırsatçı turist fazla ayırım gözetmeyen bir ÇYCAT eyleminde bulunan biridir, kendisine 18 yaşından küçük biriyle ilişki kurması teklif edilir, o da kabul eder. Çocuklara Yönelik Cinsel Amaçlı Turizm eyleminde bulunan turistlerin çoğunluğunu bu tür fırsatçı turistler oluşturur (ECPAT Uluslararası 2008:109).

Fırsatsal ÇYCAT eyleminde bulunanlar arasında tutuklanan, yargılanan ve hüküm giyenlerin sayısı çok azdır. Ayrıca bu kişiler genellikle çocukların değil ergenlerin cinsel sömürsüyle ilgili durumlara karışmaktadır. Böylece, gerek geldikleri gerekse turist olarak gittikleri ülkelerdeki sosyal toleranstan da yararlanıyor olabilirler; çünkü pek çok yerde ergenlerin cinsel sömürsü, küçük çocukların cinsel istismarına göre pek suç olarak görülmemektedir (hatta hiç görülmediği yerler de vardır) (ECPAT Uluslararası 2008:11).

3.2. Tercihli ÇYCAT Eyleminde Bulunan Turistler

Bu kişilerde çocuklara yönelik aktif bir tercih söz konusudur. Bu kişiler kendileri gibi yetişkin kişilere cinsel yönelim duyma kapasitesine hala sahiptirler, ancak cinsel temas için yine de küçük yaştakileri ararlar. Tercihli ÇYCAT eyleminde bulunan kişiler genellikle yeni ergen ya da ergen çocukları ararlar. Tercihli ÇYCAT eyleminde bulunan turistin pedofilden ayırt edilmesi önemlidir (Ecpat Uluslararası 2008:10).

3.3. Pedofil

Pedofil, özel olarak henüz ergenlik çağına gelmemiş çocuklara cinsel ilgi duyan kişidir. Bu kişiler genellikle klinik bozuklukları olan kişiler olarak tanımlanırlar. İlgilendikleri çocukların cinsiyeti onlar için önemli olmayabilir ve çocuklarla cinsel teması zararlı bir şey olarak görmüyor da olabilirler. Yukarıda tanımlanan "tercihli" istismarcılar ile birlikte pedofiller ÇYCAT eyleminde bulunan turistler içinde azınlık oluştururlar (Ecpat Uluslararası 2008:10).

Başta tercihli ÇYCAT eyleminde bulunan turistler ve pedofiller olmak üzere ÇYCAT eyleminde bulunan kişilerin çarpıcı bir özelliği istismar görüntülerini üretmelerindeki, toplamalarındaki ve değiş tokuş etmelerindeki sıklıktır. ÇYCAT vakalarının çoğunda fail durumundaki kişi turizm merkezinde gerçekleşen çocuğa yönelik istismarı görüntülemekte ya da kayda almaktadır ve bu da ÇYCAT ile çocuk pornografisi üretimi arasındaki bağlantıyı göstermektedir. Fail bu görüntüleri kendisine saklayabileceği gibi diğer çocuk pornografisi meraklılarıyla paylaşabilmektedir. Çocuk pornografisi ticari kazanç amacıyla da kullanılabilir. Bunu üreten suçlu, para ya da başka bir çıkar karşılığında bu görüntüleri başkalarıyla paylaşabilmekte ya da internette yayımlayabilmektedir. Böylece çocuk pornografisi belirli bir turizm merkezine daha fazla ÇYCAT eyleminde bulunan turisti çekmek için bir araç olarak kullanılabilir. Ocak 2007'de Peru'nun başkenti Lima'da bir erkek, seyahat acentesi aracılığıyla ÇYCAT eylemine önyak olduğu için tutuklanmıştır. Söz konusu kişi bir chat forumu aracılığıyla küçük çocuklarla ilişki kurarak onları "hazırlamaktaydı". Çıplak fotoğrafları karşılığında çocuklara büyük paralar vaat edip, bir pedofil ağının üyesi olarak çocuk pornografisi materyallerini bu ağ üzerinde dağıtıyor, fotoğrafları alan kişiler de seçtikleri çocukları ÇYCAT eylemiyle sömürüyordu. Tutuklandığı sırada kişinin elinde çocuk pornografisi içerikli CDler bulunmuştur. Bu olay ÇYCAT ile çocuk pornografisi arasındaki ilişkiyi ortaya koyması ve çocuk pornografisinin çocuklarla cinsel temas kurmak isteyen turistleri çekmekte nasıl kullanıldığını göstermektedir (Ecpat Uluslararası 2008:18-19).

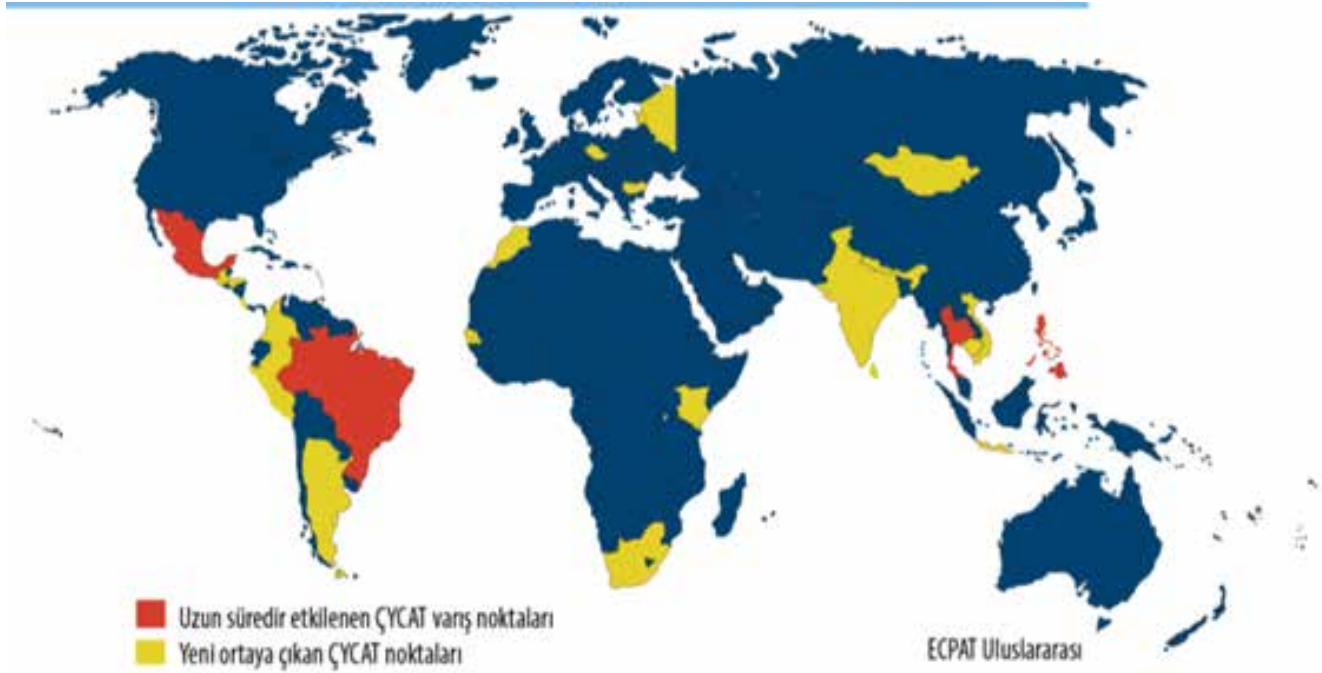
3.4. Mağdurlar

ÇYCAT mağdurları genellikle sosyoekonomik açıdan dezavantajlı kesimlere mensuptur. Ancak, tek özellikleri bu değildir. Çoğu da etnik azınlıklara, yerlerinden olmuş topluluklara ve diğer marjinalleştirilmiş sosyal gruplara mensuptur. Mağdurlar, bir kısmı aile içi istismara ve ihmale de maruz kalmış olabilecek kız ve erkek çocuklardır. Çalışan çocuklar, özellikle turizm endüstrisinde yer alanlar ve mevsimlik gelire bağlı olanlar kolaylıkla bu eylemin kurbanları olabilirler. Kimi durumlarda ise, ziyarete gelen turistlerle yerli halk arasında büyük gelir eşitsizliklerinin bulunduğu bir turizm merkezinde doğmuş olmak bile ÇYCAT mağduru olmaya yetmektedir. ÇYCAT mağdurları çoğunlukla şunlardır (EcpatUluslararası 2008:1-14):

- Yoksulluk içinde olanlar,
- Mevsimlik ekonomik çalışmaya bağımlı olanlar,
- Azınlık gruplar,
- Çalışan çocuklar,
- Sokaklarda yaşayan çocuklar,
- Kendi evlerinde ihmale ve istismara maruz kalanlar,
- AİDS yüzünden yakınlarını kaybedenler.

1. DÜNYA'DA ÇOCUKLARA YÖNELİK CİNSEL AMAÇLI TURİZM

Çocukların cinsel amaçlı sömürülmesi, çocukların ve ergenlerin cinsel tacizini içeren bir tür cinsel köleliktir ve bu eylem cinsel taciz dışında zorla fuhuş, cinsel kölelik, çocuk pornografisi, çocuklara yönelik cinsel amaçlı turizm ve benzeri şekillerde gerçekleşmektedir. ÇYCAT, son yıllarda turizm sektörünün en karlı kesimlerinden biri haline gelmiştir. Aynı zamanda küresel seyahat ve turizmin ardında karanlık ve gizli kalmıştır. Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) verilerine göre 1998 yılında Endonezya, Malezya, Filipinler ve Tayland gibi ülkelerde GSYİH'nın %2 ile %14'ünün ÇYCAT'den kaynaklanmaktadır. ÇYCAT esas olarak Asya ülkelerinde ortaya çıkmakta iken yakın zamanda Meksika ve diğer Orta Amerika ülkelerine ve bazı Doğu Avrupa ülkelerinde de ortaya çıkmaya başlamıştır (Novacká and Ivanković 2015:119) Bu tür bir sömürü dünyanın herhangi bir yerinde görülebilmektedir. Bundan muaf herhangi bir ülke ya da destinasyon söz konusu değildir. Ecpat Uluslararası tarafından 2008 yılında yayınlanan raporda ÇYCAT eylemi ile ilgili turistik faaliyetler ile ilgili olarak dünyadaki durum şu şekilde özetlenmiştir (Ecpat Uluslararası 2008:5):



Şekil 1. ECPAT Raporuna Göre ÇYCAT Eyleminin Gerçekleştiği Bölgeler (2008)

Kaynak:Ecpat Uluslararası, Çocuklara Yönelik Cinsel Amaçlı Turizm ile Mücadele Sorular ve Yanıtlar, 2008, s.5.

ECPAT'ın 2008 yılı raporunda Amerika kıtasında Meksika ve Kolombiya; Afrika kıtasında Kenya, Gana; Asya kıtasında Filipinler, Moğolistan; Doğu Avrupa'da Rusya ve Estonya ÇYCAT eylemlerin sahne olan ülkeler arasında sayılmıştır. Konu ile ilgili ECPAT tarafından hazırlanan "All Aboard" başlıklı rapora göre, söz konusu eylem dünyanın her yerinde ortaya çıkabilmektedir. 20 yıl önce tek tek ülke isimleri sayılabilen bu eylemde günümüzde durum çok daha karmaşıktır ve dünyanın hem zengin hem de fakir ülkelerinde gerçekleştiği görülmektedir.

Bölgesel olarak ayrıntılı şekilde incelendiğinde, Kuzey, Orta ve Güney Amerika ülkeleri, farklı yollardan ve farklı derecelerde olsa bile ÇYCAT'e sahne olmuştur. Bölgede ÇYCAT genellikle sanayileşmiş ülkeden gelişmekte olan ülkeye örüntüsü izlemiştir. Başka bir deyişle, burada söz konusu olan Kanada ve ABD yurttaşlarının zenginliklerini kullanarak ÇTCS amacıyla Orta ve Güney Amerika ülkelerine gitmeleridir. Bölgedeki kimi noktalar bu olguya 20 yılı aşkın zamandır tanık olurken Kolombiya gibi ülkelerde bu durum henüz yeni yeni ortaya çıkmaktadır.

Pek çok Afrika ülkesi yabancı yatırımları çekmek ve altyapı gelişimi için kaynak bulmak amacıyla turizmi teşvik etmiştir. Bir yanda bu teşvik, diğer yanda turist gönderen ülkelerin Afrika'ya yeniden odaklanmaları Afrika kıtasında turizmi gerçekten canlandırmıştır; ancak, tahmin edilebileceği gibi bu canlanmaya

ÇYCAT'deki artış da eşlik etmiştir. Sorun Fas ve Senegal gibi, Afrika'nın kuzeyindeki ve batısındaki çeşitli ülkelerle ilişkilendirilmişken, görüldüğü kadarıyla kıtadaki diğer ülkeler ve bölgeler de çocuklarla cinsel arayan turistleri çekmektedir.

Asya, özellikle Güneydoğu Asya ve Güney Asya'daki kimi ülkeler, başka bölgelerden çok daha fazla sayıda ve uzun süredir ÇYCAT turistlerinin hedefidir. Kısmen mevcut ""fuhuş endüstrileri"" nedeniyle Tayland ve Filipinler sıklıkla ÇYCAT ile ilişkilendirilmektedir. Bununla birlikte son dönemde ÇYCAT eyleminde bulunan turistlerin yöneldikleri yerler olarak ön plana çıkan başka ülkeler de vardır: Tayland'da bu sorunun çözümüne yönelik yoğun çabaların bir sonucu olarak Kamboçya ve Vietnam'ın ÇYCAT'in başlıca merkezleri olarak öne çıktığı belirtilmektedir. Moğolistan gibi ülkeler de çocukların turistler tarafından istismarına ilişkin olayların artışına tanıklık etmiştir ve bu da çocukların turizm sektöründeki cinsel sömürsünün siyasal, ekonomik ve toplumsal gelişmelerle birlikte mekân olarak kayabildiğini göstermektedir. Bölgesel bir blok olarak Doğu Avrupa Sovyetler Birliği'nin çözülmesinden sonra özellikle çocukların cinsel amaçlarla kaçırılmaları şeklinde ortaya çıkmak üzere çocukların söz konusu ticari sömürsünde artışa tanık olmaktadır. Rusya, Çek Cumhuriyeti ve Ukrayna gibi ülkeler, çocuk ticareti, çocuk pornografisi ve çocukların cinsel sömürsü kapsamındaki diğer olguları ilk kez deneyimleyen ülkeler arasındadır. Ancak bu ülkeleri kısa süre sonra bölgedeki diğerleri izlemiştir ve bölge, turizmdeki hızlı gelişmeyle birlikte ÇYCAT için açık hale gelmiştir. ÇYCAT bu örnekte büyük ölçüde bölgesel temellidir: Batı Avrupalılar çocukları sömürmek üzere Doğu Avrupa'ya gitmektedir. Güneydoğu Avrupa da cinsel amaçlı turizmde artışa tanık olmuş, bu arada özellikle Bulgaristan ÇYCAT noktası olarak ön plana çıkmıştır (ECPAT Uluslararası 2008:5-9).



Şekil 2. 2016 Yılı İtibariyle CYCAT Eyleminin Gerçekleştiği Bölgeler
Kaynak: Perera, Cherly. All AboardEcpat International, Thailand, 2016, p.12-13.

2. TÜRKİYE'DEKİ ÇYCAT İLE İLGİLİ DURUM ANALİZİ

Türkiye'nin çocuk nüfusu 25 milyon civarındadır ve bu nüfus ülkenin toplam nüfusunun %35'ini oluşturmaktadır. BM Çocuk Haklarına dair Sözleşme'nin Türk hukuk sistemine yerleştirilmesinde ilerlemeler sağlanmış olmakla birlikte, Türkiye'deki yasal düzenlemelerin adı geçen sözleşme ile uyumlu hale getirilmesi açısından henüz ortada bazı boşluklar vardır. Aşağıdaki sayısal veriler Türkiye'de çocukların cinsel sömürsü ve istismarı açısından olumsuz bir durumu ortaya koymaktadır(Özcebe ve diğerleri 2015:13-14):

- Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı tarafından yaptırılan bir araştırma kız çocukların yaşamlarına ilişkin rahatsız edici gerçekleri ortaya koymuştur. Örneğin, 18 yaşından önce evlenen her 10 kadından biri yaşamında cinsel şiddete maruz kalmıştır. 15 yaşından küçükken cinsel istismara maruz kalma yüzde 9 oranında yaygındır. Tüm ülkede, kadınların yüzde 38'i 15 yaşından küçükken yabancı kişilerin, yüzde 29'u yakın aile üyeleri dışında kalan diğer erkek akrabalarının cinsel istismarına maruz kalmıştır. Çocuk-

luk dönemindeki cinsel istismar olaylarının yüzde 15'inin faileri kadınların mahallelerinden tanıdıkları kişilerdir. Aile üyeleri tarafından gerçekleştirilen cinsel istismar olaylarında ise baş sırayı dayılar, amcalar ve ağabeyler almaktadır (sırasıyla yüzde 4, yüzde 2 ve yüzde 2).

- Çocukların cinsel istismarı ve sömürüsüyle ilgili son dönemde çok az yaygınlık araştırması yapılmıştır. Bu araştırmalara göre ortaokul öğrencilerinin % 6,4'ü, liseli kızların ise % 13,4'ü bir biçimde cinsel istismar ve sömürüye maruz kalmıştır. Bir başka araştırmada ise üniversite öğrencilerinin %28'i çocukluk dönemlerinde cinsel istismara maruz kaldıklarını belirtmiştir.

- Mahkemelere intikal eden çocuklara yönelik cinsel saldırı olaylarının sayısı 2002 yılında 4.500 iken 2014 yılında 20.474'e çıkmıştır.

- Adalet Bakanlığı 2014 istatistiklerine göre 12-17 yaş grubundan çocukların karıştırıldığı fuhuş olaylarıyla ilgili 744 dava açılmıştır. Aynı suçla ilgili mahkemelik olay sayısı 2013'te 801, 2012'de 884'tür. Bu davalardaki mağdur çocuk sayısı ise bilinmemektedir. 18 yaşındaki çocukların karıştığı davaların sayısı da bilinmemektedir.

- Aynı istatistiklere göre 2014 yılında çocukların cinsel istismarıyla ilgili 24.825 mahkeme kararı alınmıştır, bu kararların 13.968'inde (%56,3) çocuğun cinsel istismarının gerçek olduğu sonucuna varılmıştır.

- Ayrıca, 2014 yılında çocuğun cinsel istismarı ve sömürüsüyle ilgili olarak her ay ortalama 650 vaka Adli Tıp Kurumuna havale edilmiştir.

- 2014 yılında cinsel saldırı nedeniyle güvenlik birimlerine getirilen çocuk sayısı 11.095'tir (9.718 kız, 1.377 erkek). Genel olarak, güvenlik birimlerine (polis, jandarma, vb.) getirilen/gelen çocuk sayısı 2007 yılında 58.000 iken 2014 yılında 290.414'e çıkmıştır.

- Kayıtlı tüm evliliklerin %20'sinde (115.660 kişi) gelin 18 yaşından küçüktür. 18 yaşından küçükken evlenen erkeklerin toplam içindeki payı ise %2'dir.

- Namus cinayetleriyle ilgili Meclis Araştırma Komisyonu raporuna göre 2000 ile 2005 yılları arasındaki tüm namus cinayetlerinde mağdurların %16'sını çocuklar oluşturmaktadır (%10 kız, %6 erkek çocuk). Bu dönem içinde belirlenebilen namus cinayetlerinin toplam sayısı 2000 civarındadır.

- Uluslararası Çocuk Merkezi (ICC) tarafından son dönemde yaptırılan bir sistematik değerlendirme Türkiye'de ÇYCAT ile ilgili pek az araştırma ve veri olduğunu ortaya koymuştur.

Yukarıdaki bilgilerden hareketle Türkiye'de çocuklara yönelik ticari amaçlı cinsel sömürü olduğu söylenebilir. Ne var ki, bu sömürünün ortaya çıkış biçimlerinden biri olan "seyahat ve turizmde çocukların cinsel sömürüsü" söz konusu olduğunda Türkiye için hemen hemen hiçbir bilgi bulunmamaktadır.

ÇTCS ve STÇCS kapsamındaki fiillerin çoğu yeraltı suç faaliyetleri şeklinde gerçekleştiğinden mevcut çocuk koruma önlemlerinde STÇCS'nü engelleyecek ve çocukları bu suçlardan koruyacak pek az şey vardır. Ancak, gazetelere başlık olan davalardan ve diğer ülkelerde yapılan araştırmalardan anlaşılmaktadır ki STÇCS Türkiye'de de vardır ve Türkiye Cumhuriyeti vatandaşları arasında bu fiilleri ülke dışında gerçekleştirenler çıkmaktadır.

Avrupa'daki Ecpat grupları Türkiye'den giden STÇCS failerinin Doğu Avrupa'daki, özellikle Karadeniz yöresinde karıştıkları olaylarla ilgili olarak giderek daha fazla bildirimde bulunmaktadır. Ecpat Uluslararası'nın STÇCS ile ilgili küresel ve Avrupa odaklı bildirimlerinde Türkiye çıkışlı kişilerin fail oldukları STÇCS olayları ortaya konulmaktadır. Örneğin Moldova'da, Ecpat'ın ortaklarından La Strada Türkiye'den gelen kişilerin özel olarak kiralanmış dairelerde hafta sonlarında STÇCS olaylarına karıştıklarını belirtmektedir. Benzer biçimde Ukrayna'da da son dönemde Ecpat tarafından başlatılan araştırmalar Türk erkeklerin yer aldıkları gerek grup halinde gerekse bireysel seks turlarının yaygınlaştığına ve Türklerin ülkedeki STÇCS söz konusu olduğunda muhtemelen en başta gelen yabancı kesimi oluşturduklarına işaret etmektedir. Türkiye Cumhuriyeti vatandaşlarının ayrıca Belarus'ta kadınların ve çocukların yer aldıkları "seks turlarının" düzenleyicileri, kuzey Rusya'da gençlerin sundukları seks hizmetlerinin müşterileri oldukları, yakınlarda ise bu tür gezilerin Avrupa dışı ülkelere de kaydığı (örneğin Kamboçya ve Uganda) belirlenmiştir (Özcebe ve diğerleri 2015:5).

Türk turistlerin ülke içinde ve dışında, yabancı turistlerin ise Türkiye'de karıştıkları ÇYCAT olayları bildirilmektedir. Ancak, ortada buna ilişkin resmi veriler bulunmadığı gibi bu eylemin yaygınlığı, olaylar, risk faktörleri ve koşullarına ilişkin yapılan bir araştırma da yoktur. Bu durumdan hareketle, Uluslararası Çocuk Merkezi (ICC), Hacettepe Üniversitesi Halk Sağlığı Enstitüsü ve Halk Sağlığı Uzmanları Derneği öncülüğündeki Türkiye'de Çocukların Ticari Cinsel Sömürüsü Karşıtı Ağ, ECPAT Uluslararası ve ECPAT Hollanda ile işbirliği içinde Türkiye'de Seyahat ve turizmde çocukların cinsel sömürüsüne ışık tutacak

bir araştırma gerçekleştirmiştir. Araştırmanın sonuçlarına göre Türkiye’de turizm ve seyahatte çocuklara karşı ticari cinsel sömürü vardır ve endişe verici düzeydedir. Hem kız hem de erkek çocuklar bu sömürünün mağdurlarıdır. Turizm acentaları, oteller, masörler turizm ve seyahatte çocukların ticari cinsel sömürüsüne aracılık etmektedir. Turizm sektöründe stajyer adı altında düşük ücretle çalıştırılan öğrenciler de istismara maruz kalmaktadır. Suriye’den gelen sığınmacı kız çocukları da bu sömürünün mağdurlarıdır (Özcebe ve diğerleri 2015:5-8).

3. ÇYCAT’E YÖNELİK ULUSLARARASI VE ULUSAL MEVZUAT

Dünya Turizm Organizasyonu (WTO) 1999 yılında dünya turizmi için yeni Küresel Etik Sözleşmesi’ni (Global Code of Ethics for Tourism) kabul etmiş ve bu sözleşmede küresel turizm etik kodları 10 maddede toplanmıştır. Sözleşmenin 2. maddesinde “İnsanlığın herhangi bir şekilde sömürülmesi, özellikle cinsel ve çocuklara yönelik cinsel istismar başta olmak üzere sömürünün bütün biçimleri turizmin temel hedeflerine aykırıdır. Bu durum uluslararası kanunlar doğrultusunda turizmin reddettiği bir olaydır. Bu tür olaylar karşısında, ilgili ülkeler işbirliği yaparak ve uluslararası kanunlardan da yararlanarak ısrarla bir mücadele verilmeli, suçlular mutlaka cezalandırılmalıdır” demektedir (Erbaş ve diğerleri 2017:21-22). Çocuğun cinsel istismarı, dünyanın bütün ülkelerinde yaşanan bir çocuk hakları ihlalidir. Konuyla ilgili farkındalık arttıkça, uluslararası, bölgesel ve ulusal düzeyde çalışmalar ve işbirlikleri de artmaktadır. Aşağıda Uluslararası Çocuk Merkezi (ICC) ve Beşte Bir tarafından hazırlanan “Türkiye’de Çocuğa Karşı Cinsel Sömürü ve Cinsel İstismar” başlıklı rapora göre uluslararası mevzuattaki düzenlemeler hakkında bilgi verilmiştir (Berghan ve diğerleri 2014:8-11).

Birleşmiş Milletler Çocuk Hakları Sözleşmesi’nin 19, 34 ve 35. maddeleri uyarınca taraf devletler, çocuğu her türlü cinsel sömürüye ve cinsel istismara karşı koruma güvencesi verirler. Bu amaçla; özellikle çocukların yasa dışı veya psikolojik olarak zararlı herhangi bir cinsel etkinliğe özendirilmelerini veya zorlanmalarını, ticari amaçlı cinsel sömürüde kullanılmalarını, cinsel istismarla ilgili işitsel veya görsel materyallerde kullanılmalarını önlemek amacıyla her türlü tedbiri almakla yükümlüdürler.

Sözleşmeye ek olarak hazırlanan “Çocuk Satışı, Çocuk Fuhuşu ve Çocuk Pornografisi ile İlgili Ek Protokol” ise çocuk satışı, çocuk fuhuşu ve çocuk pornografisinin engellenmesi ile ilgili hükümlerin işlerlik kazanmasını amaçlamaktadır. CEDAW(Kadınlara Karşı Her Türlü Ayrımcılığın Önlenmesi Sözleşmesi) ile Palermo Protokolü (Sınır Aşan Örgütlü Suçlara Karşı Birleşmiş Milletler Sözleşmesi’ne ek Başta Kadın ve Çocuk Ticareti Olmak Üzere İnsan Ticaretinin Önlenmesi, Durdurulması ve Cezalandırılması Hakkında Protokol) de bu kapsamda kullanılan diğer uluslararası belgelerdir.

Ayrıca BM İnsan Hakları Komisyonu, çocuk satışı, çocuk fuhuşu ve çocuk pornografisinin nedenlerini analiz etmek, yeni biçimlerini tanımlamak, mücadele edilmesi ve önlenmesi için başarılı örnekleri yaygınlaştırmak amacıyla özel raportör atamıştır. Benzer şekilde insan ticareti ve kadına karşı şiddet konularında çalışan raportörler de bulunmaktadır. Bunların yanında BM Genel Sekreteri’nin Çocuğa karşı Şiddet Özel Temsilcisi de çocuğa karşı cinsel şiddet dâhil şiddetin her ortamdaki tüm biçimleriyle mücadele etmek için BM üyesi Devletler için bir itici güçtür. Özel Raportörler ve Özel Temsilci, hükümetlere, BM bileşenlerine ve sivil toplum örgütlerine çocukların korunması, mağdurların rehabilitasyonu ve cinsel sömürünün önlenmesine yönelik tavsiyelerde bulunmaktadır. Bilinçlendirme faaliyetleri cinsel amaçlı çocuk ticareti ve internet ortamında çocuk cinsel sömürüsü ve istismarı ile mücadele için bir yasal çerçevenin oluşturulmasına yol açmıştır.

Özellikle mağdurlarının çoğu kadınlar ve çocuklar olan cinsel istismar ile ilgili iki Avrupa Konseyi Sözleşmesi vardır:

a. İnsan Ticaretine Karşı Eyleme İlişkin Avrupa Konseyi Sözleşmesi: Bu sözleşme, insan ticaretini önlemeyi, mağdur ve tanıkları korumayı, etkili bir soruşturma ve kovuşturma yürütülmesi ve insan ticaretiyle mücadelede uluslararası işbirliğinin güçlenmesi amacıyla imzalanmıştır. Sözleşme, taraf devletleri çocuklarla ilgili özel önleyici önlemler almak konusunda sorumlu tutar. Ayrıca sözleşmenin taraf devletler tarafından uygulanmasını takip etmek amacıyla bağımsız bir izleme mekanizması olan “İnsan Ticaretiyle Mücadele Uzmanlar Grubu” kurulmuştur.

b. Sanal Ortamda İşlenen Suçlara İlişkin Avrupa Konseyi Sözleşmesi: Bu sözleşme, gerekli mevzuatların kabul edilmesi ve uluslararası işbirliğinin geliştirilmesi yoluyla sanal ortamda işlenen suçlara karşı

toplumun korunmasını amaçlayan ortak bir ceza politikasının izlenmesi amacıyla imzalanmıştır. Sözleşme taraf devletleri, bilgisayar ve internet teknolojileri ile işlenen suçlar için ortak bir minimum standart oluşturarak, bu suçları önleyecek ve kontrol edecek önlemleri geliştirmekle yükümlü kılmaktadır. Sözleşme çocuk pornografisini özellikle ve ayrıca düzenlemiştir. Çocuk pornografisinin elektronik üretimi, bulundurulması ve dağıtımının çeşitli yönleri suç olarak tanımlanmıştır.

Ayrıca Lanzarote Sözleşmesi, Suç Sorunlarına dair Avrupa Komitesi'nin altında 2005 yılında oluşturulan Çocukların Cinsel İstismar ve Sömürüye karşı Korunmasına İlişkin Uzmanlar Komitesi tarafından Türkiye de dâhil Avrupa ve diğer ülkelerdeki yasal düzenlemeler, iyi uygulamalar, soruna dair akademik ve diğer araştırmalar kullanılarak hazırlanmıştır. Lanzarote Sözleşmesi, ceza yasaları için çocukları cinsel istismar ve sömürüden korumak amacıyla dünyadaki en yüksek yasal standartları açık ve anlaşılır bir şekilde sunmaktadır. Çocuğun yüksek yararı hukuki prensibini esas alan Lanzarote Sözleşmesi aşağıdaki alanları kapsamaktadır (Berghan ve diğerleri 2014:8-11):

- Önleyici ve koruyucu önlemler;
- Mağdur çocuk ve ailesine yardım;
- Müdahale programları ve çocuk cinsel istismarı suç faillerine yönelik önlemler;
- Çocuk cinsel istismarı ve sömürüsünü cezai suç haline getirme, yeni cezai suç kategorileri dâhil, çocuğu cinsel istismar ve sömürüye hazırlama (child grooming);
- Soruşturma ve kovuşturma süreçlerini çocuk dostu hale getirme;
- Hüküm giymiş cinsel suç faillerinin bilgilerini kayıt ve muhafaza etme;
- Uluslararası işbirliği;
- Bir izleme mekanizması.

Ulusal mevzuat incelendiğinde ise Türkiye, Çocuk Hakları Sözleşmesi'ni, Çocuk Satışı, Çocuk Fuhuşu ve Çocuk Pornografisi ile İlgili Ek Protokol'ü, CEDAW'ı, Palermo Protokolü'nü, İnsan Ticaretine Karşı Eyleme İlişkin Avrupa Konseyi Sözleşmesi'ni ve Sanal Ortamda İşlenen Suçlara İlişkin Avrupa Konseyi Sözleşmesi'ni imzalamış ve onaylamıştır. Lanzarote Sözleşmesi'ni de 2011 tarihinde onaylamış ve 2012 yılında yürürlüğe sokmuştur; 2005 yılında kabul edilen Çocuk Koruma Kanunu, Çocuk Hakları Sözleşmesi'nde yer alan ilkelerin çoğunu kısıtlı da olsa kapsamaktadır. 5237 sayılı Türk Ceza Kanunu ve 5271 sayılı Ceza Muhakemesi Kanunu ile ek protokolün uygulanması için gerekli bazı düzenlemeler de yapılmıştır. Ulusal mevzuat uluslararası metinlerdeki ilkeleri çoğunlukla kapsamakla birlikte hala bir takım eksiklikler bulunmaktadır. Söz konusu eksikliklerin uluslararası mevzuata uyumunun acilen sağlanmasının gerekliliği ortadadır. 18 Haziran 2014'te Torba Yasa ile TCK'da yapılan değişikliklere rağmen çocuklara yönelik cinsel suçlar bakımından var olan eleştiriler sona ermemekle birlikte, var olan tartışmalara yenileri eklenmiştir. Ulusal mevzuatta çocuğa karşı işlenen cinsel suçların doğrudan önlenmesine yönelik hükümler bulunmamakta, sadece ceza temelli düzenlemeler yer almaktadır. Bu durum da giderek artan çocuk istismarı ve sömürüsüne çözüm getirmekten uzaktır (Berghan ve diğerleri 2014:8-12).

SONUÇ

Toplumların geleceğini belirleyecek olan bugünün çocuklarıdır. Bu nedenle onların her açıdan sağlıklı bireyler olarak yetiştirilmesi, tüm toplumlar açısından kritik bir önem arz etmektedir. Çocukların daha savunmasız ve kırılgan olması, kendisine yönelen zararları kavrayabilecek yetkinlikte olmaması, onları özel olarak korunması gereken toplumsal grup haline getirmektedir. Buna rağmen çocukların yeteri kadar korunmadığı ve pek çok açıdan istismar edildiği bilinmektedir. Çocukların cinsel istismarı ve ticari amaçlı cinsel sömürüsü, bu ihmal ve istismar alanlarından çocuk hak ve özgürlüklerine yönelmiş en ağır ihlallerden biridir ve telafisi en zor olanıdır.

ÇCATS konusu incelendiğinde bu eylemin, çocuk pornografisinden çocuk evliliklerine, hatta seyahat ve turizmde çocukların cinsel amaçlı ticari sömürüsüne kadar farklı şekillerde ortaya çıktığı anlaşılmaktadır. Özellikle son yıllarda çocuklarla cinsel teması kolaylaştıran ve konaklama, ulaşım gibi turizmle ilgili hizmet ve faaliyetlerin de sürece dahil edildiği sömürünün hemen hemen tüm dünya ülkelerinde ortaya çıkabileceğine dikkat çekilmektedir. Örneğin Tayland ve Kamboçya gibi ülkeler bu eylemin en yaygın olduğu ülkeler olarak bilinmekte ve çocuklarla cinsel temas amaçlı olarak bu ülkelere seyahatler gerçekleştirildiği ifade edilmektedir. Ayrıca bu eylem "çocuk seks turizmi" olarak da isimlendirilmektedir. Ancak bu ifade hem eylemi tanımlamakta yetersiz kalmakta, hem de sanki inanç turizmi, sağlık turizmi gibi turizmin kabul edilebilir bir alanı gibi algılanmasına eden olmaktadır. Bu nedenle "seyahat ve turizmde

çocukların cinsel sömürüsü" ifadesinin kullanılması önerilmektedir.

Çocuklara yönelik cinsel sömürü eylemi hiçbir toplumda onay görmemektedir, ancak dünyanın pek çok bölgesinde yaygın şekilde ortaya çıkan bir eylemdir. Yaygınlığına rağmen özellikle turizmde çocuklara yönelik cinsel sömürü hakkında istatistiki verilere ulaşmak neredeyse imkansızdır. Çünkü hem konu ile ilgili yapılmış akademik çalışma yok denecek kadar azdır, hem de gerek mağdurlar, gerek sömürücüler ve gerekse kullanıcılar tarafından yasa dışı olan ve hala tabu olarak görülen bu eylemle ilgili kesin bilgiler verilmemektedir. Ayrıca söz konusu eylemin organize suç örgütleri tarafından yürütülmesi de hakkında kesin bilgilere ulaşmayı olanaksız hale getirmektedir.

Son yıllarda uluslararası alanda çocukların her türlü ihmal ve istismardan korunmasına yönelik adımlar atılmaya, düzenlemeler ve sözleşmeler yapılmaya başlanmıştır. Ancak gerek caydırıcılık gerekse suçluların cezalandırılması konusunda hala eksiklikler olduğu görülmektedir. Ülkelerin yasal mevzuatlarında da konu ile ilgili kapsamlı düzenlemelerin yapılması gereklidir. Sömürüye maruz kalan çocukların tedavi ve rehabilitasyonu, ayrıca toplumun bu konuda bilinçlendirilmesi ve eğitilmesi de önemlidir. Adı geçen sömürü ve istismar sadece birkaç kişi ya da kurumun sorumluluğunda değildir. Çocuklara yönelmiş bu ağır istismarı ortadan kaldırmak toplumların ortak sorumluluğudur.

ÇYCAT ile mücadelede Kültür ve Turizm, Aile ve Sosyal Politikalar, Sağlık, Milli Eğitim Bakanlıklarının yanı sıra turizm ve seyahat sektörünün de sorumlulukları vardır. Yani konu ile ilgili mücadelede birçok kurum ya da bakanlık birlikte hareket etmelidir ve kurumlar arası koordinasyon sağlanmalıdır. Sömürüye uğrayan çocuklar için özellikle Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı tedavi ve rehabilitasyon merkezlerini iyileştirmelidir. Yasal mevzuattaki bir takım eksikler veya engellerin giderilmesi için gerekli hukuki düzenlemenin de yapılması gerekmektedir.

Özcebe ve diğerlerinin (2015:37-38) de önerdiği üzere erken dönemden başlayarak çocuklar, ebeveynler, çocuklara yönelik bakım, koruma, eğitim, hukuk ve psiko-sosyal hizmet verenler ve ilgili tüm hükümet birimlerinin ve STK'ların da katılımıyla çocukların cinsel sömürüsü konusunda ülke çapında bilgilendirme ve eğitim kampanyaları yürütülmelidir. Milli Eğitim Bakanlığı toplumsal cinsiyet eşitliği, cinsel sağlık ve üreme sağlığı konularını eğitim müfredatına dahil etmelidir. Ayrıca çocuk hakları ve çocuk koruma konularının Yükseköğrenim Kurumları'nda tıp fakülteleri dahil olmak üzere hukuk, sosyal çalışma, eğitim, beşeri bilimler ve toplum bilimleri gibi alanlarda eğitim veren birimlerdeki eğitim müfredatlarına dahil edilmelidir.

Mahkemelere yansıyan çocukların ticari amaçlı cinsel sömürüsü ve cinsel istismar vakalarında cezasızlık riski akla gelmektedir. Bu nedenle adı geçen suçlarla ilgili cezasızlık durumuna karşı gerekli yasal düzenlemeler ve önlemler geliştirilmelidir.

KAYNAKÇA

- Akgün, E. (2016). Modern Kölelik İnsan Ticareti ve Rakamlarla Türkiye Gerçeği. Marmara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Hukuk Araştırmaları Dergisi, 22(1), 157-182.
- Berghan S., Cebeci, S. Ve Eren, A. (2014). Türkiye'de Çocuğa Karşı Cinsel Sömürü ve Cinsel İstismar Bilgi Notu. Hollanda.
- Çalışkan Z. & Sağlam, M. (2015). Cinsel İstismar Mağduru Çocuklarla Çalışan Uzmanların Gözünden Mağdur Çocukların Özellikleri. İnönü Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi, 4(2), 6-11.
- Dinler, V. (2010). Cinsel Sömürü Amaçlı İnsan Ticareti Suçunun Yöntemi ve Mağdurları (Isparta Örneği): Yerelden Küresele Sınır Aşan Suçlar, (Ed. S. Özeren, M.A. Sözer ve O.Ö. Demir). Polis Akademisi Yayınları, Ankara, 189-215.
- Ecpat Uluslararası. (2008). Çocuklara Yönelik Cinsel Amaçlı Turizm İle Mücadele: Sorular ve Yanıtlar, Tayland.
- Erbaş M., Balcı, Y., Karbeyaz, K. & Göçeoğlu, Ü.Ü. (2017). Muğla'da Yabancı Uyruklu Cinsel Suç Mağduru Olguların Değerlendirilmesi. Muğla Sıtkı Kocaman Üniversitesi Tıp Dergisi, 4(1), 21-27.
- Estes, R.J. (2017). The Commercial and Non-Commercial Sexual Exploitation of Children in North America: Canada, Mexico and United States. Alleviating World Suffering (Ed. Ronald E. Anderson), Springer, USA.
- Greenbaum, V.J., Dodd, M. & McCracken, C. (2018). A Short Screening Tool The Identify Victims of Child Sex Trafficking in the Health Care Setting. Pediatric Emergency Care, 34(1), 33-37.

- Kır, E. (2013). Çocuklara Yönelik Cinsel Taciz ve İstismara Karşı Önleyici Eğitim Çalışmaları. İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Mecmuası, 71(1),785-800.
- Korkmaz M., Saçan, S., Yücel,A.S., Gürkan, A. & Kırık, A.M. (2015). Çocuk İstismarı ve Cinsel İstismarın Önlenmesinde Medyanın Rolünün İncelenmesi. Uluslararası Hakemli Psikiyatri ve Psikoloji Araştırmaları Dergisi, 2(3), 1-32.
- Novacká, L. & Ivanković, G. (2015). Trousism and Hospitality: Sustainability nad Responsibility, Profess Consulting, Czech Republic.
- Özcebe, H. (2013, 27-31 Ekim). Çocukların Ticari Cinsel Sömürüsü. 16. Ulusal Halk Sağlığı Kongre Kitabı, Antalya.
- Özcebe H. & Küçük Biçer, B. (2015). Turizm ve Seyahatte Çocukların Cinsel Sömürüsü Küresel Araştırması Ülkeye Özel Rapor: Türkiye. ECPAT ve Defence for Children, Hollanda.
- Perera, C. (2016). All Aboard, Ecpat International, Thailand.
- Şahin, S. & Polat, O. (2014). İnsan Ticareti ve Fuhuşun Uluslararası Düzenlemeler Çerçevesinde Değerlendirilmesi. Türkiye Adalet Akademisi Dergisi, 5(16), 53-77.
- Üstündağ A., Şenol, F.B. & Mağden, D. (2005, 11-13 Mayıs). Ebeveynlerin Çocuk İstismarına Yönelik Bilgi Düzeylerinin Belirlenmesi ve Bilinçlendirilmesi. Uluslararası katılımlı III.Çocuk Gelişimi ve Eğitimi Kongresi, Ankara.
- Varma, S., Gillespie, S., McCracken, C. & Greenbaum, V.J. (2015). Characteristic of Child Commercial Exploitation and Sex Trafficking Victims Presenting for Medical Care in the United States. Child Abuse & Neglect, Vol:44, 98-105.
- Yücel H. & Ögel, K. (2008). Çocuklara Yönelik Cinsel Sömürü ve Biçimleri. Türkiye Klinikleri Pediatrik Bilimler Dergisi, 4(6), 6-11.
- <http://www.oguzpolat.com/2016/01/17/cocuk-seks-turizmi/>

Konaklama İşletmelerinde Çocuk Bakıcılığı Hizmeti ve Çocuk Kulübü

Child Care Service and Children's Club in Hospitality Operations

Öğr.Gör. Serap İNCEÖZ

*Cumhuriyet Üniversitesi, Cumhuriyet Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, Turizm ve Otel İşletmeciliği, SİVAS
sinceoz@cumhuriyet.edu.tr*

ÖZET

Turizmde hizmet veren işletmeler göz önüne alındığında konaklama işletmeleri gerek yönetim ekibi, gerek donanımları ve gerekse verdikleri hizmet çeşitleri bakımından temel teşkil eden dinamik yapıya sahip işletmelerdir. Sektörel anlamda önemi ve özelliği bakımından başlıca bir takım ilkelere dayanmaktadır. Bunlar; insan gücüne dayalı olması, günün 24 saati, haftanın 7 günü faaliyet gösteriyor olması, ekip çalışması bilinci ile işleyişi ve dinamik bir yapıya sahip olması fonksiyonlarından yola çıkarak departmanlaşma hizmeti ile memnuniyete dönük sosyal işletmelerdir. Bilindiği gibi, departmanlar bir zincirin halkası rolünü üstlenmiştir. Önbüro, muhasebe, satın alma, yiyecek-içecek, kat hizmetleri yönetimi, satış-pazarlama, insan kaynakları, güvenlik, teknik servis ve halkla ilişkiler olmak üzere otelin ölçeğine göre artırılabilir veya azaltılabilir departmanlardır. Amaç hizmette kalite olmakla birlikte temelde müşteri memnuniyetidir. Her bir departmanın her ne kadar farklı işleyişi var gibi görünse de ortak hedefi, misafirin geri dönüşünü ve memnuniyetini sağlamaktır. Memnun olan müşteri, aynı konaklama işletmesini bir sonraki dönemde tekrar tercih edebilmesi için kat hizmetleri departmanında sanitasyon ve hijyen ne kadar önemli ise, çocuk bakıcılığı ve “funclub” hizmeti bir o kadar önemlidir. Nitekim kat hizmetleri departmanının başlıca uygulama esaslarında yer alan çocuk bakıcılığı hizmeti konaklama işletmelerinin can damarıdır. Çocuk bakıcılığı hizmeti konunun taleplerine cevap verebilen, güvenilir, sorumluluk sahibi kişilerin görevi üstlenmesi işletmenin itibarı açısından önem taşır. Diğer yandan şayet, konuk çocuk ise, işletmenin tercihinde “çocuk memnuniyeti” en önemli belirteçtir. Bu tercih hem ebeveyne rahat bir tatil olanağı sağlayacak hem de çocuk tatil sürecinde sosyalleşecek, “birey” fikriyle zamanını değerlendirerek tatil yapmış olacak ve böylelikle işletme, ailenin de takdirini kazanmış olacaktır. Bu çalışmanın amacı; Turizm kavramında bilinçaltı eğilimiyle hareket edip, işletmelerin, hizmetin maliyetin ve memnuniyetin önemi kadar ortak dilin sevgi olduğu düşüncesiyle “çocuk kalbi ile turizm” yaklaşımının vurgulanmasıdır. Sonuç olarak, Türkiye turizmde çocuk beğenileri ve tercihlerinin öneminin konaklama işletmelerindeki memnuniyeti üzerine yapılan bir değerlendirmedir.

Anahtar kelimeler: Turizm, Çocuk, Tatil, Konaklama

ABSTRACT

Considering the enterprises providing services in tourism, it is about enterprises with dynamic structure that constitute the basis of the Accommodation Enterprises, the management team, the equipment and the types of services that they provide. Tourism is based on a number of fundamental principles in terms of sectoral significance and character. These principles are based on human power, 24 hours a day, seven days a week, team work is a social structure with consciousness and a dynamic structure. As it is known, departments have assumed the role of a chain of a chain. Front Office, Accounting, Purchasing, Food & Beverage, Housekeeping Management, Sales-Marketing, Human Resources, Security, Technical Service and Public Relations departments can be increased or decreased according to the hotel's scale. The aim is mainly customer satisfaction with quality in service. Although each department seems to have a different functioning, the common goal is to get the guest back and satisfaction. The sanitary and hygienic importance of the housekeeping department is also important for childcare and "fun club" services so that the satisfied customer can enjoy the same accommodation in the next period. Thus; The child care service, which is included in the main application basis of the housekeeping department, is the lifeblood of the accommodation businesses. Child care service is important for the reputation of the operator, who is able to respond to the requests of the guest, and to undertake the duties of reliable, responsible people. On the other hand, if the child is a guest, "child satisfaction" is the most important determinant of the employer's preference. This choice will provide a comfortable holiday for the parents as well as socializing during the children's holiday process. The individual will be able to have a holiday by considering the time and thus the business will gain the appreciation of the family. The purpose of this study is to emphasize the "child's heart and tourism" approach, thinking that the tourism concept is moving with subconscious tendency and that the cost of services and satisfaction are as important as the common language. As a result, tourism in Turkey is an assessment made on satisfaction in accommodation establishments and the importance of children's tastes and preferences.

Key words: Tourism, Children, Holiday, Accommodation

GİRİŞ

Konaklama işletmeleri, turizm sektörü içinde önemli bir yer teşkil eden, kendine özgü hizmet yapısı ve işletmecilik anlayışına sahip işletmelerdir. Fiziki yapılarına ve buldukları yere verilen hizmet türüne göre sınıflandırıldığında, fiziki yapıları, asli konaklama işletmeleri ve yardımcı konaklama işletmeleri olmak üzere iki gruba ayrılır. Asli konaklama işletmeleri içerisinde yer alan beş yıldızlı oteller ve birinci sınıf tatil köylerinde departmanlaşma, hiyerarşik iş bölümü ve uzmanlaşma söz konusudur. Beş yıldızlı oteller ve birinci sınıf tatil köyleri departmanlaşma yapısına bakıldığında; ön büro, teknik servis, güvenlik, yiyecek ve içecek, muhasebe, satın alma, satış ve pazarlama, insan kaynakları, halkla ilişkiler ve tabi ki housekeeping departmanlarını sıralamak mümkündür. Bunu otelin ölçeği ve yatak kapasitesi doğrultusunda artırmak ve eksiltmek mümkündür. En kısa tabirle housekeeping departmanının tüm departmanlarla ilişkileri önemli olduğu kadar müşteri profili açısından da “müşterinin geri dönüşünü sağlayan departman olması özelliğiyle” önem taşımaktadır (Aygün, 2006; OTED, 1999). Çünkü otel departman zincirinin en önemli halkalarından biridir. Bu bakımdan diğer tüm departmanlarla doğrudan ilişki içerisinde. Diğer bölümlerle ilişkilerine bakıldığında,

*Ön büro (Front Office) ve Housekeeping (H/K); odalar her iki departmanı da yakından ilgilendirir. Günlük oda raporları, check-in (gelen), check-out (giden) , odaları, VIP (çok önemli konuklar) odaları, bakım ve onarım, oda doluluk oranları ve gruplar hakkında birbirleriyle bilgi alışverişinde bulunmaktadır. Ön büro; konuk isteklerinin, yorumlarının ve davranışlarının housekeeping (H/K) tarafından zamanında kendilerine bildirilmesi ile işletmenin gelir ve prestij kaybını zaman harcamaksızın önlem olarak engeller.

*Teknik Servis (Maintenance) ve Housekeeping; rutin bakım ve onarım işleri büyük tamiratlara yol açmaması için bekletilmeden yapılır. Her iki bölümün işbirliği ile konuk konforu göz önünde bulundurularak planlanan tamiratlar, en kısa sürede gerçekleştirilir. Yıllık periyodik programlı bakım işlerine H/K, teknik servis ve ön büronun ortak planlamasıyla oluşturulur. H/K bölümünün bilinçli ve dikkatli davranmasıyla teknik servis, su, elektrik, yakıt gibi enerji kaynaklarından tasarruf sağlar.

* Çamaşırhane (Laundry) ve Housekeeping; kirli ve temiz çamaşır akışının normal düzeyde olabilmesi her iki bölümün birlikte çalışmasıyla mümkün olur. Yeterli miktarda çamaşır ve üniformanın kullanımında olması çamaşırhanenin verimliliğini ve işlerliğini artırır. Çamaşırhane bölümü, çamaşırların ve üniformaların ömrünü uzatmak için önlemler alır. Yeni alınacak kumaşların ve çamaşırların dayanıklılık testlerini yapar ve önerilerini H/K bölümüne bildirir.

* Güvenlik (Security) ve Housekeeping; H/K personeli görevi gereği işletmenin tüm alanlarında yaygın olarak çalışmaktadır. Çalıştığı mekânlarda olağanüstü durumlarda, şüpheli şahıs veya herhangi bir paketle karşılaştığında, acil durumlarda (yangın, su basması gibi) işletme güvenlik bölümü yetkililerini haberdar eder. Böylece H/K, konunun personelin ve bina güvenliğinin sağlanmasına katkıda bulunur.

*Yiyecek ve İçecek (Food and Beverage) ve Housekeeping; her iki bölüm arasındaki ilişki; servis ve mutfak personeli üniformalarının ve masa çamaşırlarının (masa örtüsü, peçete, kapak örtüsü vb. gibi) temini ve yiyecek içecek bölümüne ait salonların, restoranların ve barların temizliği ve bakımı ile ilgilidir. Özellikle ziyafet bölümü, salonların hazır olması ve yeterli çamaşırın temini edilmesi için H/K bölümüne günlük bilgi verir. Çünkü ziyafet salonlarında değişken kullanım sıklığı ile konuklara hizmet sunulur.

Yiyecek ve içecek bölümü, kötü kullanılmış çok lekeli peçete ve masa örtülerini özel bir temizleme yapılması için ayırarak, çamaşır odasına teslim etmekten sorumludur. Servis boşları ve masaların bekletilmeden en kısa sürede konuk katlarından alınması ve VIP odalarındaki ikramların takibinin yapılması için H/K ile oda servisi arasında iyi bir iletişimin olması gerekmektedir.

*Muhasebe (Accounting) ve Housekeeping; faturaların zamanında imzalanması, maaş ödemelerinde personel devam cetvellerinin zamanında hazır olması ve periyodik envanterlerin yapılması için H/K yöneticisinin muhasebe bölümü ile işbirliğine ihtiyacı vardır.

Ön büro raporları ile karşılaştırılması için günlük raporlarının H/K tarafından muhasebeye zamanında ulaştırılması gerekir. Konuk odası ve temizlik malzemelerinin işletme için genel alımı, depolanması muhasebe bölümünün kontrolünde olup, belirlenen prosedürler doğrultusunda satın alınır. Housekeeping yöneticisi (Housekeeper) departman giderlerini gelir bütçesine orantılı olarak kontrol altında tutmaktan sorumludur. H/K ihtiyacı olan konuk ve temizlik malzemelerinin miktarlarını saptayarak belli aralıklarla muhasebenin kontrolündeki ana depodan çeker.

*Satın Alma (Purchasing) ve Housekeeping; tüm konuk odası ve temizlik malzemelerini satın alır. Satın

alınmak istenen malzemelerin kalitesi ve maliyeti hakkında H/K ve satın alma departmanları karşılıklı fikir alışverişlerinde bulunurlar.

*Satış ve Pazarlama (Sales and Marketing) ve Housekeeping; satış bölümünün konuklara tanıttığı mekânların işletme kalite standartlarına uygun olarak temizlik ve düzenini H/K bölümü sağlar. Buna göre, işletmenin satışlarındaki başarı H/K' in başarılı çalışması ile doğru orantılıdır. En büyük sorun, birbiri arkasından işletme giriş çıkış yapan büyük seminer ve gruplar için odaların ve salonların bekletilmeden hazırlanmasıdır. Bu konuda ön büro, satış ve H/K departmanları konuk odaları ve diğer alanların giriş yapacak konuklara zamanında hazırlanması sorumluluğunu paylaşırlar ve sıkı bir işbirliği içinde çalışırlar (OTED, 1999).

Otel işletmelerinin ürün ve hizmetlerinin üretilmesi, pazarlanması, müşteriye sunumu ve sunumdaki müşterilerle birebir ilişki kurma zorunluluğu gibi özellikleri, otel işletmelerine özgü uygulamaların gerekçelerini oluşturmaktadır. Çünkü her ürün kendi uzmanlık alanını gerektirir. Yukarıda da belirtildiği gibi her bir otel departmanının işlevi farklı olsa da birbirlerinden bağımsız hareket etmeleri söz konusu olamaz. H/K bu anlamda teoride kendine, kendi işleyişi ile ilgili başlıca uygulama esasları belirlemek durumundadır. Bunlar;

1. Konuk odalarındaki konuk malzemeleri ve yerleştirme yerleri
2. Konuk odalarının hizmet dışına veya kullanım dışına alınması
3. Arıza bildirim ve takip sistemi
4. Oda durum raporları
5. "Rahatsız etmeyin (DND)" prosedürü
6. Akşam Housekeeping servisi
7. Sigara içilmeyen konuk odaları
8. Anahtar kontrol sistemi
9. Çocuk bakıcılığı servisi
10. Kayıp ve bulunan eşya yönetmeliği
11. Hasar yönetmeliği olarak sıralanabilir.

Housekeeping uygulama esasları içerisinde çocuk bakıcılığı hizmeti ve çocuk kulübü, müşteri memnuniyetinin, müşterinin tekrar tercihinin sağlanması adına önemli bir H/K hizmetidir. Bu işleyiş, işletmede kalan veya işletmenin belli bir faaliyetinden yararlanmak için gelen konuklar H/K departmanına rezervasyon yaptırarak çocuk bakıcılığı hizmetinden yararlanabilirler. Çocuk bakıcılığı hizmeti verilirken konunun taleplerine cevap verebilen, güvenilir, sorumluluk sahibi alanında uzman kişilerin görevi üstlenmesi işletmenin itibarı açısından önem taşımaktadır. Housekeeping iletişim görevlisi talepte bulunan konunun ismini kaydeder, o da hoşlanmadığı şeyler, kaçta yatacağı, nelerden korktuğu veya nelerden hoşlandığı, ailesinin o sırada bulunacağı yerin telefon numarası vb. bilgileri öğrenir. Çocuk bakıcılarına ödeme yapılabilmesi için servisin başlangıç ve bitiş saati, varsa harcamalar yapılır. Genelde gece yarısından sonra çift tarife uygulanır ve personelin ulaşım ücreti talep edilir. Çocuk bakıcısına hizmet tamamlandıktan sonra işletmenin kurallarına uygun olarak makbuz karşılığı ya konuktan ya da otel yönetiminden hizmeti karşılığı hak ettiği bedel ödenir (Yıldız Kale, 2010; OTED 1999).

Teoride prosedür bu şekilde işlemekle beraber, hizmetin manevi boyutu tamamen müşteri memnuniyetine dayanmaktadır. Sağlıklı, mutlu memnun çocuk konuk, daimi müşteridir. Bakıcılık hizmetinin yanı sıra küçük animasyonlarla eğlenceli, hoş ve öğretici etkinliklerde tüm otel departmanlarının sorumluluğu ve bilhassa uzman animatörlerin görevidir. Görsel çalışmalar, yazılı çalışmalar (ör. kum oyunları), bilgi-ses-müzik yarışmaları, tiyatro etkinlikleri, çocuk havuzu eğlenceleri sayılabilecek çocuk animasyonlardan sadece bir kaçıdır.

Tüketici davranışlarının daha iyi anlaşılması, aile satın alma kararlarının teorik olarak araştırılmasıyla mümkündür (Qualls, 1987). Aile satın alma kararları, son yıllarda üzerinde önemle durulan bir araştırma alanı haline gelmiştir (Filiatrault ve Ritchie, 1980; Darley ve Lim, 1986; Ekasasi, 2005; Thomson vd., 2007). Ailelerin satın alma kararlarının özellikle turizm ve seyahat endüstrisinde giderek daha önemli hale gelmesi, ürün ve hizmetlerin ailelerin gereksinimlerine uygun hale getirilmesini zorunlu kılmaktadır. Ailelerin turistik satın alma kararlarında kocanın egemen olduğu konular içerisinde; tatil yeri ve konaklama işletmesi türünün seçimi vardır. Aile üyeleri, tatile gidip gitmeme ve tatilde ne kadar harcama yapılacağı konularında ise genellikle ortak karar vermektedirler.

Günümüzün yoğun rekabet ortamında konaklama işletmelerinin, turistlerin istek ve ihtiyaçlarını belirlemeleri ve bu istek ve ihtiyaçlara en uygun şekilde hizmet verebilmeleri gerekmektedir. Bir turist kişilik, yaşam biçimi, algılama, yaş, cinsiyet, gelir, medeni durum, aile yapısı, kültür vb. faktörlerin etkisiyle tatil kararını vermektedir. Satın alma kararı, alternatifler arasından birisini tercih etmek olduğuna göre, satın alma kararında kimlerin etkili olduğunun ve kararın nasıl verildiğinin pazarlama yöneticileri tarafından bilinmesi gerekmektedir. Çocuklu aileler tatil planları yaparken, gidecekleri konaklama işletmelerinin hem kendileri hem de çocukları için uygun tatil yeri ve konaklama işletmesi olması için çaba göstermektedirler (Ekasasi, 2005; Thomson vd., 2007; Emir, 2007; Emir ve Pekiyan, 2010).

Bir turistin tek başına seyahatlerdeki konaklama işletmesi tercihi ile ailesiyle beraber seyahatlerindeki tercihleri birbirinden farklı olmaktadır. Turizm sektörünün en önemli tüketici gruplarından biri de çocuklu ailelerdir. Çocuklu aileler, diğer ailelerden, gençlerden ve bekârlardan daha farklı istek ve beklentilere sahiptir. Tatilde kendi istek ve ihtiyaçlarından çok çocuklarının istek ve ihtiyaçları önemlidir. Çocuklu aileler daha fazla eşya, daha büyük bir bütçe ve sorumluluk ile tatile çıkar. Ayrıca çocuklar gittikleri yerde yabancılik hissetmeleri, orada sunulan yemekleri yemek istememeleri gibi durumlar göz önüne alındığında, çocuk menüsünün olması, çocukların rahat edebileceği, oyun oynayabilecekleri alanların bulunması, gerekli güvenlik önlemlerinin alınmış olması gibi faktörler onlarla tatil yapmayı daha rahat hale getirebilir (Şimşek, 2008; Emir, 2007).

İnsanlar küçük yaştan itibaren davranışlarını aileden aldıkları özelliklerle şekillendirirler. Bazı ailelerde söz konusu özelliklerin bir sonucu olarak satın almaya karar veren kişiler ile satın alan kişiler ayrı olabilir (Lebe, 2006). Farklı kültür ve toplum yapısına bakıldığında, Türk toplumunda ailece seyahat daha yoğun olduğundan, aile karar alma biçimleri Türk turizmde yönlendirici olmaktadır (Hacıoğlu, 1989). Arap ülkelerinde ise, satın alma kararlarını çoğunlukla erkekler vermektedir. Avrupa ülkelerinde ise kadın ve erkekler arasındaki ilişkiler daha demokratik olduğu için birçok mal ve hizmet için satın alma kararlarını kadın ve erkek birlikte veya rol bölüşümü içinde bağımsız olarak vermektedirler.

Kısaca, tatil seçiminde aile bireylerinin ortak etkileri söz konusu olduğu bilinmektedir (Odabaşı, 1996: 87). Örneğin, çekirdek ailenin küçüklüğü onların daha hareketli olmasını sağlayarak turizm hareketlerine katılmasını kolaylaştırır. Ailelerin satın alma kararlarını etkileyen en önemli değişkenlerden birisi de şüphesiz çocuklardır (Ekasasi, 2005). En fazla iki çocuğu olan ya da çocuksuz ailelerin yolculuk yapmasının kolaylaşması yanında, ailede kişi başına düşen gelir de artmakta, bu durum turizme harcanabilecek paranın yükselmesine neden olmaktadır. Böylece modern endüstri toplumunda gezi eğilimi artmaktadır (Doğan, 2004). Çekirdek aileler daha çok açık hava aktivitelerini içeren balık tutma, kamp, tekne gezisi gibi faaliyetleri, temalı park gezilerini, bowling gibi sportif aktiviteleri içeren aile tatillerini tercih ederler (Aslan, 2009).

Ailenin yapısı, sosyo-ekonomik düzeyi, annenin çalışma durumu, çocukların cinsiyetleri, ailedeki çocuk sayısı, çocuğun kardeşleri arasındaki sırası, ebeveynlerin yaşları ve eğitim düzeyleri, anne ve babaların çocuklarına karşı tutumlarını ve çocuğun kişisel gelişimini etkileyici etmenler olarak değerlendirilmektedir (Işın, 2001). Demokratik annesinin, çocuğun ilgi ve ihtiyaçlarına karşı duyarlı olan, çocuğu birtakım kararlar almaya teşvik eden, çocuğun görüşlerine değer veren, dilsel alışveriş olanağı sağlayan bir tutum sergileyen aile tipi olarak tanımlanmıştır (Işın, 2001). Çocukluk dönemi boyunca bir çocuk, ailesiyle birlikte dinlenir, eğlenir ve tatil yapar. Ailesinin bu zamanları nasıl değerlendirdiğini aktif olarak gözlemleyerek öğrenir. Çocuklar böylece tatil türlerini ve amaçlarını öğrenirler. Çocukluklarında yaşadıkları bu deneyimler, çocukların yaşam boyu tatil tercihlerini etkilemektedir. Çocukların, aile satın alma kararlarındaki etkisi çocuk yaş gruplarına göre de değişiklik gösterir. Şöyle ki; pek çok çalışma özellikle yeni yetişen (12-16 yaş) çocuklar üzerinde yoğunlaşırken, 12 yaşın altındaki çocukların bu süreçteki etkisi yeterince araştırılmamıştır.

Çocuklar satın alma kararlarında doğrudan ya da dolaylı olarak önemli bir etkiye sahiptir ve giderek artan bilgi ile daha önce olmadığı kadar deneyimli tüketicilerdir. Yapılan bir araştırmada; ailelerin tatil kararlarında çocukların etkisi araştırılmış ve çocukların ailelerin karar almalarında her zaman olmasa da dolaylı olarak veya çoğu zaman da doğrudan etkili oldukları sonucuna ulaşılmıştır (Emir ve Pekiyan, 2010).

Çocukların aile satın alma kararlarındaki doğrudan etkileri arasında belirli bir markanın tercih edilmesi ya da alışveriş için belirli bir mağazanın seçilmesi yönündeki baskıları gösterilebilir. Satın alma esnasında ailelerin çocuklarının tercihlerini önemsemeleri, çocukların satın alma kararlarındaki dolaylı etkilerinden-

dir (Aktaran: Ekasasi, 2005). Yapılan araştırmalara göre ailenin kullanacağı araçtan, çıkılacak tatile kadar birçok ürün türü ile ilgili satın alma kararlarının anne, baba ve çocuklar arasında birlikte alındığını ancak çocukların satın alımlarında muhtemelen daha etkili olacakları ürünler bulunduğunu belirtmişlerdir. Bu rnler ailelerin boş vakitlerini değerlendirme aktiviteleri (seyahat, yemek, tatil... vb) gibi genellikle çocukların da birincil kullanıcı olduğu dolayısı ile çocukları diğer ürünlere nazaran daha çok ilgilendiren ürünlerdir. Örneğin; rn türlerinin tamamında (otomobil, TV, tatil, ev aletleri, mobilya, kahvaltılık gevrek) ocuklar, anne ve babalarından daha az etkili bulunmuştur. Ancak tatil ve kahvaltılık gevrek satın alma kararına etki etme seviyeleri diğer ürünlere nazaran daha yüksektir (Aygün, 2006; Wang vd., (2004)'nin yaptığı araştırmaya göre de, ailenin seyahat ve tatil kararlarında ebeveynlerin mi, çocukların mı etkili olduğu araştırılmıştır. Tatil kararlarında özellikle zaman, yer, konfor ve aktivitelerde çocukların seçim rolü büyüktür. Tatillerde bazı kararlar ocuk baskın olarak adlandırılabilir.

Diğer yandan, ailece tatile çıkan grupların özel ihtiyaçları olabilir (ocuklar için eğlence alanları, ev hayvanlarının getirilmesine izin verilen konaklama işletmeleri gibi). Birçok otel, belli yaşın altındaki çocukların aileleriyle aynı odada kalması durumunda ilave ücret almaz. Ulaşımda ve tur fiyatlarında çocuklara özel indirimler uygulanır (şimşek, 2008). Birçok aile çocuklarının ihtiyaçlarına göre tatil kararı verir. Bu ihtiyaçlar çocukların yaşlarına göre değişir (Swarbrooke ve Horner, 1999).

- Bebekler: Burada tatil kararını vermede etkili olan ihtiyaçlar, öncelikle bebeklerin güvenliği ve rahatıdır. Ücretsiz bebek yemekleri gibi bebeklere özel hizmetler sunan havayolları ve oteller tercih edilirken, düşük hijyen standartlarına sahip ülkelerden ve otel işletmelerinden kaçınılmaktadır.

- 2-5 yaş aralığı küçük çocuklar: Çocuklar sıkılabileceğinden dolayısıyla mesafedeki destinasyonlar öncelikli olarak tercih edilebilir. Güvenlik için çocuğun balkon ve yüzme havuzunun yanı gibi tehlikeli yerlere gitmemesini sağlayacak biri otelden temin edilebilir. Ayrıca ocuk menüleri, oyuncaklar, ocuk bakıcıları aileler açısından tercih edilen unsurlar arasındadır.

- İlkokul ağı çocukları (5-12 yaş): Bu yaşlardaki çocuklar genelde yaşlılarıyla birlikte oyun alanları veya yüzme havuzu gibi yerlerde oynamak isterler. Bu yaş grubuna zgn animasyon gösterileri, rekreasyon olanakları onların daha mutlu bir tatil geçirmelerine yardımcı olacaktır.

- 13-18 yaş arası gençler: Ergenlik ve sonrası yaşlardaki çocuklar, bağımsız ve eğlenceli yetişkin aktivitelere katılmak isterler.

Konaklama işletmeleri, aile kümesinin yapısını, büyüklüğünü, ailede hangi üyelerin satın alma kararında egemen olduğunu ve aile yaşam dönemlerini iyi bildikleri takdirde işletmelerine olan talebi arttırabilirler. Örneğin, bekrların, yeni evlilerin, çocuksuz evlilerin ya da ocuklarıevlenmiş çiftlerin konaklama işletmesi seçimlerinde daha zgr oldukları ve tatillerinde daha fazla para harcadıkları görülmektedir. ocuklarının yaşı küçük olan ailelerde ise tatil yerinin ve konaklama tesisinin seçiminde kadının karar verme olasılığının daha fazla olduğu görülmektedir (Emir ve Pekyaman,2010).

YÖNTEM

Çalışma nitel araştırma deseninde yapılmış ve ikincil veriler kullanılmıştır. İkincil veriler resmi kurumlar veya resmi olmayan kurumlar tarafından sürekli olarak ekonomik, toplumsal veya siyasal alanları ilgilendiren birçok farklı konularda düzenli ve detaylı olarak toplanabilmektedirler. Bu çalışmadaki bilgi ve veriler yazılı kaynaklardan yararlanılarak elde edilmiştir. Bu bilgi ve veriler, raporlar, elektronik postalar, kitaplar ve dergilerden toplanabilmektedir (Altunışık vd., 2012).

SONUÇ

Sonuç olarak, ailelerin ve çocukların tatilden beklentileri birçok unsur altında toplanabilir. Ebeveynlerin amacı rahatlama, çocukların amacı ise oyun ve aktivitelerdir. Çocukların yaşlarına göre değişen ihtiyaçları ve istekleri hem tatil yeri hem de otel işletmesi tercihinde belirleyicidir. Bu bilgiler, çocuklu aileleri hedef alan turizm pazarlamacıları için hem ürün kararlarında hem de tutundurma stratejilerinin belirlenmesinde büyük bir avantaj sağlayacaktır. Turizmde ocuk faktörü son on yılda daha da önemli hale gelmiş ve böylece otel işletmeleri de çocuklu ailelere yönelik ek hizmetler üretmeye başlamışlardır. ocuk dostu veya aile oteli unvanlarını alabilmek için de otellerin "ocuk kulübü, ocuk havuzu, ocuk menüsü" gibi bazı kriterleri yerine getirmeleri gerekmektedir. Son zamanlarda çok sayıda aile artık çocuklarının daha mutlu olacağı otel işletmelerini tercih etmektedir.

Otel işletmelerinde çocuklara yönelik aktiviteler, müşteri profilini arttırmakta, işletme çalışanlarının moti-

vasyonunu, yönetimin memnuniyetini, varlıklarının korunmasını ve işletme devamını belirli ölçüde yükseltecek bir özellik taşıyabileceği durumdur.

KAYNAKLAR

- Altunışık, R. & Coşkun, R. & Bayraktaroğlu, S. (2012). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri, (7. Baskı), Seçkin Yayıncılık, İstanbul.
- Aslan, N. (2009). An Examination of Family Leisure and Family Satisfaction Among Traditional Turkish Families, *Journal of Leisure Research*, 41 (2), pp. 157–176.
- Aygün, İ. (2006). Çocukların Ailede Satın Alma Kararları Üzerine Etkileri ve Bir Uygulama, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Gebze.
- Darley, W. K. & Lim, J.S. (1986). Family Decision Making In Leisure-Time Activities: An Exploratory Investigation of The Impact of Locus of Control, Child Age Influence Factor and Parental Type on Perceived Child Influence, *Advances in Consumer Research*, 13, s. 370–374.
- Doğan, H.Z. (2004). Turizmin Sosyo-Kültürel Temelleri, İkinci Baskı, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Ekasasi, S.R. (2005). The Role of Children in Family Decision Making: A theoretical Review, *Edisi Khusus Jsb on Marketing*, pp. 25–41.
- Emir, O. (2007). Otel İşletmelerinde Müşterilerin Hizmet Beklentileri ve memnuniyet (Tatmin) Düzeylerinin Değerlendirilmesi: Antalya’da Bir Araştırma” Yayınlanmamış Doktora Tezi Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Emir, O. & Pekyaman, A. (2010). Çocuklu Ailelerin Otel İşletmesi Seçiminde etkili Olan Faktörler: Afyonkarahisar’da Bir Uygulama. *Yönetim ve Ekonomi*, 17,2.
- Fernandez, M.C.L. & Bedia, A.M.S., (2004). Is the Hotel Classification System A Good Indicator of Hotel Quality? an Application in Spain, *Tourism Management* 25, s. 771-775.
- Filiatrault, P. & Ritchie, J.R.B. (1980), “Joint Purchasing Decisions: A Comparison of Influence Structure in Family and Couple Decision Making Units”, *The Journal of Consumer Research*, 7 (2), 131–140.
- Hacıoğlu, N. (1989). Mesleki Turizm Eğitiminin Geleceği, *International Tourism Magazine*, No: 45.
- Işın, F.B. (2001). Beş-Altı Yaş Çocuklarının Ailenin Satın Alma Davranışına Etkisi Üzerine Bir Araştırma, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Başkent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Ankara.
- Lebe, F. (2006). Tüketici Davranış ve Tercihlerinin Analizi: Erzurum İçin Bir Uygulama, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Odabaşı, Y. (1996). Tüketici Davranışı ve Pazarlama Stratejisi, *Anadolu Üniversitesi, İşletme Fakültesi Yayınları No:2*, Eskişehir.
- OTED, Housekeeping Yönetimi (1999), Otel Temizlik Eğitimi ve Dekarasyonu Derneği, İstanbul.
- Qualls, W.J. (1987). Household Decision Behaviour: The Impact of Husbands’ and Wives’ Sex Role Orientation, *The Journal of Consumer Research*, 14 (2), 264–279.
- Swarbrooke, J. & Horner, S. (1999). *Consumer Behaviour in Tourism*. Butterworth-Heinemann, Oxford.
- Şimşek, A.T. (2008). Turizm Pazarlamasında Turistik Tüketici Davranışları Açısından Tatil Satın Alma Sürecinin Özellikleri ve Alanya Üzerinde Bir Uygulama”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Üretim Yönetimi ve Pazarlama Bilim Dalı, İstanbul.
- Thomson, E.S. & Laing, A.W. & Mckee, L. (2007). Family Purchase Decision Making: Exploring Child Influence Behaviour, *Journal of Consumer Behaviour*, 6 (4), 182–202.
- Wang, K.C. & Hsieh, A.T. Yeh, Y.C. & Tsai, C.W. (2004). Who is The Decision-Maker: The Parents or The Child in Group Package Tours?, *Tourism Management*, 25 (2), 183-194.
- Yıldız Kale, E.(2010). Otel İşletmelerinde Yenilikçi Hizmetler SOİD-Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi, Yıl:7, Sayı: 2, 30.

Kültür ve Turizm Şehirlerinin Tamamlayıcı Unsuru: Oyuncak Müzeleri

Complementary Notice Of Culture And Tourism Cities: Toys Museums

Mustafa ÖNDER¹

1 Dr. Öğretim Üyesi, Cumhuriyet Üniversitesi Eğitim Fakültesi Temel Eğitim Bölümü.
monder@cumhuriyet.edu.tr

ÖZET

Oyun ve oyuncak çocuk eğitiminde önemli bir yere sahiptir. Çocuklar okuma, dinleme ve anlamadan ziyade görerek ve yaparak öğrenirler. Oyun, çocuk için önemli bir "iş" tir. Aslında yetişkinler için de yararlı bir uğraştır ama işlevleri değişiktir. Oyunun temel işlevi çocuğun Dünya'ya uyum sağlamasını kolaylaştırmaktır. Çocuk gerçek dünyanın ne olduğunu oyun oynayarak anlar. İstemediği durumlarla oyun oynayarak başa çıkar. Dil ve kavram gelişiminin temel taşlarını oyun yoluyla kurar. Farklı toplumsal rolleri oyun yoluyla dener. Gerçek dünyada her zaman hazır bulamadığı uyarıcıları oyun yoluyla bulur.

Oyuncak çocuğun hayatındaki temel unsurlardan biridir ve en önemli arkadaşı, hatta sırdaşıdır. Çocuk oyun yoluyla kendini denetlemeyi, kurallar koymayı ve bunlara uymayı öğrenir. Çocuklar gerçek yaşamda yapamadığı şeyleri deneyimleyerek anlamak ve öğrenmek için oyunda denemeler yaparlar. Oyuncak ve nesnelere bir anlam yükleyen çocuk için oyun ve oyuncak ciddi bir iştir. Başlangıçta hayali olan durumlar bir süre sonra çocuğun kurallar öğrenmesini, kendi gelişim alanının bir adım ilerisine geçmesini ve kendi yakınsak gelişim alanını oluşturmasını sağlar. Bütün çocuklar küçük yaşlarda hayali bir oyun arkadaşı edinirler. Normal bir gelişim örüntüsü ve faydalı bir uğraş olan bu süreçte genellikle oyun arkadaşı bir oyuncaktır. Oyun ve oyuncak çocuk için sadece bir meşguliyet ve eğitsel uğraş değil, ruh sağlığı gelişimini destekleyen, duygusal ilişkilerin başlamasına ve gelişmesine yardımcı olan bir etkinliktir. Çocukların öğrenme güçlüğü, otizm vb. rahatsızlıklarının erken tespitinde oyun ve oyuncaklardan yararlanma bir yöntem olarak kullanılmaktadır. Dijital bağımlılığa çözüm aradığımız günlerde, oyun ve oyuncak çok önemli alternatif olarak karşımıza çıkmaktadır.

Oyuncak ve oyunun tarih, coğrafya, sosyoloji, psikoloji, siyaset, sanayi ve turizm ile kısacası kültür ile çok yakın bir ilişkisi vardır. Dünyada ve ülkemizde Turizm ve kültürel etkinlikleri ile öne çıkmış şehirler, geleneksel birikimlerinin yanında yeni turizm alanları oluşturmak yarışına girmişlerdir. Bunların en önemlilerinden birisi de oyun, oyuncak ve oyuncak müzeleri çerçevesinde yapılan etkinliklerdir. Oyuncaklar aslında bir ülkenin gelecek tasavvurudur çünkü yetişkinler tarafından dizayn edilirler. Hitler'in ikinci dünya savaşından yıllar önce "düşünceler çocuklarla büyür" anlayışı ile 1933 yılında piyasaya sürdüğü ve günümüzde Barbie bebeklerini üreten firma "Alman askerleri oyun seti" ni üreterek savaştan 6 yıl önce oluşturduğu algı ve motivasyon ile savaşın kazanıldığını söyleyen araştırmacılar mevcuttur. Oyuncaklar bütün çocukların ortak dili ve eğitim sisteminin önemli bir göstergesidir. Bir zamanlar çocukların ellerindeki küçük rüzgârgülleri (fırıldak) şimdi rüzgâr santralleri olarak önemli bir enerji kaynağı olmuştur. Çocuklarımızın çok sevdiği robot oyuncaklar bugün günlük hayatta birçok sektörde yoğun olarak kullanılmaktadır. Şekilden şekile giren kara şimşek tarzı oyuncak arabalar bugün gerçek olmuşlardır. Demek ki oyun ve oyuncak bir ülkenin geleceğinin kodlarını içinde barındıran çok önemli materyallerdir.

Çocukların düşünme, üretme, yaratıcı olma yeteneklerini önemli ölçüde etkileyen oyun ve oyuncakların bir mekânda sergilenmesi, çeşitli etkinliklerle tanıtılması ve üretilmesi eğitim, kültür ve turizm odaklı şehirler için vazgeçilmez bir etkinliktir. Dünyada kültür ve turizm yönleriyle öne çıkmış şehirlerin (Nürnberg, Paris, İstanbul vb.) mutlaka oyun, oyuncak ve eğitim altyapıları ile de farklılık oluşturduğu görülmektedir. Biz kuramsal bir çalışma olan tebliğimizde Sivas'ta bir Oyuncak Müzesi kurulmasının önemli bir ihtiyaç olduğunu, şehrimizin, üniversitemizin tanıtımına, yaratıcı çocukların yetişmesine ve turizme ciddi katkı sağlayacağını ortaya koymaya çalıştık.

Anahtar Kelimeler: Oyun, Oyuncak, Oyuncak Müzesi, Çocuk Eğitimi, Turizm

ABSTRACT

Games and toys have an important place in child education. Children learn by reading, listening, and seeing and doing without understanding. The game is an important “job” for the child. In fact, it is useful for adults, but their functions are different. The basic function of the game is to make it easier for the child to adapt to the world. The child realizes what the real world is like by playing a game. He plays by playing games where he does not want to. It establishes the foundation stones of language and concept development through play. Different social roles are called through play. In the real world, warriors who can not always be found are found through play.

The toy is one of the basic elements of the child’s life and is the most important friend, even his confident. The child learns to control himself by playing, to set rules and to obey them. Children experience things they can not do in real life and experiment with them to understand and learn. For children who have a sense of toys and objects, play and toys are a serious business. Initially imaginary situations allow the child to learn rules, to move one step ahead of his / her own field of development, and to form his / her own convergent field of development. All children get an imaginary playmate at an early age. In this process, which is a normal development pattern and a useful endeavor, it is usually a playmate toy. Games and toys are not just a preoccupation and educational activity for the child, but an activity that helps emotional development in mental health development.

Toys and games are closely related to education, history, geography, sociology, psychology, politics, industry and tourism, and in short, culture. It is possible to see this clearly in toy museums established abroad and in the museums established in our country recently. Children’s learning difficulty, autism, etc. It is used as a method of using games and toys in the early detection of discomforts. In the days when we seek solutions to digital addiction, games and toys are very important alternatives.

Toys are actually designed by adults because it is the future of a country. There are researchers who tell us that Hitler had won the war with the perception and motivation he created 6 years ago from the war by producing the “German Soldiers Game Set”, which produced the Barbie dolls today, with the understanding of “grow up with thoughtful children” years before the Second World War. Toys are an important indicator of the common language and educational system of all children. Once upon a time, the small windbreaks in children’s hands were now an important source of energy as wind power plants. Robot toys, which our children love very much, are heavily used today in many industries in daily life. The shapeshifted black-light toy cars have become reality today. So the game and the toy are very important materials that contain the codes of the future of an country.

Displaying games and toys in a place that affect children’s ability to think, produce and creativity is an indispensable activity for cities with education, culture and tourism focus. It is seen that cities (Nürnberg, Paris, Istanbul etc.) which are prominent in terms of culture and tourism in the world are also different with games, toys and educational infrastructures. We have tried to show that the establishment of a Toy Museum in Sivas is a theoretical work and that our city will make a significant contribution to the promotion of our university, the training of creative children and the tourism.

Keywords: Game, Toy, Toy Museum, Child Education, Tourism.

1-GİRİŞ

İnsanın gelişimi ve değişimi büyük ölçüde eğitimle mümkündür. Var olan yeteneklerimizin geliştirilmesi ve kişilik kazanmamız eğitimle gerçekleşmektedir. Bu durum başka eğitimcilere, eğitim ortamlarına ve materyallere ihtiyaç duymak anlamına gelmektedir. Çocuklara katkı sağlayacak en önemli bileşenlerden ikisi ise oyun ve oyuncaklardır. Oyun ve oyuncaklar diğer gelişim alanlarının yanında ahlak ve değer eğitime de ciddi katkılar yapar. Çocuklar oyun esnasında İstek ve arzularını gerçekleştirirken, başkalarının etkisinde kalmadan kendi bilgi ve deneyimleri çerçevesinde değerler kazanır. Vicdanını ve duygularını oluşturur. Kendi kendini kontrol edebilen, iç denetim uygulayabilen ve seven bir kişilik geliştirir (Sevinç, 2009:18,19; Koglin-Petermann, 2013; Balat, 2012:39 vd.). Oyun oynayan çocukların oynamayanlara göre daha sosyal, uysal, paylaşma açık ve yaratıcı olduğu tespit edilmiştir (Akın, 2017:84,85). Oyun olumlu davranışların pekişmesine, olumsuz olanların ise değişmesine imkan sağlar (Yörükoğlu, 2008:71).

Oyuncak ve oyunun tarih, coğrafya, sosyoloji, psikoloji, siyaset ve sanayi ile kısacası kültür ile çok yakın bir ilişkisi vardır. Yurtdışında kurulmuş olan oyuncak müzelerinde ve son dönemlerde ülkemizde kurulan müzelerde bunu açıkça görmek mümkündür. Çocukların öğrenme güçlüğü, otizm vb. rahatsızlıklarının erken tespitinde oyun ve oyuncaklardan yararlanma bir yöntem olarak kullanılmaktadır (Bakırcıoğlu,2013:348; Çakar, 2017:167 vd.). Oyunların eskiliği ve yaygınlaşma biçimi antropologlar için çok değerli bilgiler içerir. Oyunların içinde söylenen tekerleme, türkü ve söyleşme parçaları dil bilimciler için son derece önemlidir (Şen, 2012:405). 20 Kasım 1989 tarihinde kabul edilen “Çocuk Haklarına Dair Sözleşme” nin 31. Maddesi 1. Fıkrasına göre “Taraf devletler çocuğun dinlenme, boş zamanını değerlendirme, oyun oynama ve yaşına uygun etkinliklerde bulunma; kültürel, sanatsal yaşama serbestçe katılma hakkını tanırlar” ifadesi yer almaktadır (Şen, 2012:404). Oyun ve oyuncaklar aynı zamanda inanç, değer ve ahlaki unsurlar içerirler. Son dönemlerde Matematik ve Fen Bilgisi eğitiminde, hatta din eğitiminde oyunlardan, oyuncaklardan faydalanılması ve bu suretle derslerin çocuklara sevdirmesi uygulamaları dikkat çekmektedir. Gelecekte söz sahibi olabilmenin yolunun çocuklara oyun, oyuncak yoluyla sorgulama, üretme ve rekabet edebilme yeteneğinin kazandırılmasından geçtiğini söylemek mümkündür. Kültür ve Turizm Şehirleri ifadesi ile tarihi ve kültürel zenginliklerini her türlü eğitim alt yapısı ile destekleyen ve yeni turizm alanları oluşturan İstanbul, Nürnberg, Paris gibi şehirleri kastettik. Biz tebliğimizde bu konular üzerinde durmaya çalıştık.

2- OYUN ve EĞİTİMDEKİ ÖNEMİ

Piaget'nin “Genetik Epistemolojisi”ne göre, çocukların düşüncelerinin doğuştan gelen bilgiler etrafında şekillenmesi söz konusu değildir. Çocukların dünyayla ilgili düşünceleri doğal bir biçimde değil, zekâları tarafından düzenlenir. Yaşın ilerlemesiyle görülen değişikliklerin düzenli oluşu, deneyimler ve doğuştan gelen donanımın etkileşimini, düşüncelerinizin sizinle birlikte büyüdüğünü ve geliştiğini gösterir. Ne var ki, çocuk için asıl önemli olan, oyun ve oyuncuğa yüklediği işlev ve anlam, onu kullanım biçimi ve ondan aldığı haz ve keyiftir (Akın, 2015; Aydın, 2011:50).

Çocuklar okuma, dinleme ve anlamadan ziyade görerek ve yaparak öğrenirler. Oyun çocuk için önemli bir “iş” tir. Aslında yetişkinler için de yararlı bir uğraştır ama işlevleri değişiktir. Oyunun temel işlevi çocuğun Dünya'ya uyum sağlamasını kolaylaştırmaktır. Çocuk gerçek dünyanın ne olduğunu oyun oynayarak anlar. İstemediği durumlarla oyun oynayarak başa çıkar. Dil ve kavram gelişiminin temel taşlarını oyun yoluyla kurar. Farklı toplumsal rolleri oyun yoluyla dener. Gerçek dünyada her zaman hazır bulamadığı uyarıcıları oyun yoluyla bulur (Bacanlı,2011:113). Çocuk oyunları ile ilgili araştırma yapan Mildred Parten altı çeşit oyun'dan ve bunların çocuk gelişimi için öneminden bahseder. Uğraşsız davranış, Seyirci olma, Yalnız Başına Oyun, Paralel etkinlik, Birlikte oyun ve İşbirliğine Yönelik Tamamlayıcı Oyun şeklinde yapılan tasnifte oyun ve oyuncuğun öneminden bahsedilmektedir (Akt: Bacanlı, 2011: 133,114). Bilişsel kuramcı Piaget'te oyunları geliştirdiği kurama göre sınıflandırmış, oyunun yaşanmış deneyimleri anlamlandırma isteğinden kaynaklandığını söylemiştir. O'na göre oyun bir uyumdur (Erduran-Yılmaz, 2016:1-2; Şen, 2012:408,409).

Başka bir sınıflamada ise oyunlar: Harekete Dayalı, Keşfe Yönelik, Hayale Dayalı, Duygu ve Kandırmaya Yönelik, Taklit oyunları şeklinde başlıklandırılmıştır. Peter Smith oyunları, Locomotor Oyun, Nesnelere Oyun, Sosyal Oyun, Hayali Oyun olarak tasnif eder. Bu oyun türlerinde oyuncak temel un-

surlardan biridir ve en önemli arkadaşı, hatta sırdaşıdır (Sezer, 2012:239,240). Kavram gelişimci Vygotsky, çocuğun oyun yoluyla kendini denetlemeyi, kurallar koymayı ve bunlara uymayı öğrendiğini söyler. Çocukların gerçek yaşamda yapamadığı şeyleri deneyimleyerek anlamak ve öğrenmek için oyunda denemeler yaptıklarını ifade eder (Şen, 2012:408). Oyuncak ve nesnelere bir anlam yükleyen çocuk için oyun ve oyuncak ciddi bir iştir. Başlangıçta hayali olan durumlar bir süre sonra çocuğun kurallar öğrenmesini, kendi gelişim alanının bir adım ilerisine geçmesini ve kendi yakınsak gelişim alanını oluşturmasını sağlar (Bacanlı, 2011:115). Çocuklar 2-3 yaşlarında veya 9-10 yaşlarında hayali bir oyun arkadaşı edinirler. Normal bir gelişim örüntüsü ve faydalı bir uğraş olan bu süreçte genellikle oyun arkadaşı bir oyuncaktır. Oyun ve oyuncak çocuk için sadece bir meşguliyet ve eğitsel uğraş değil, ruh sağlığı gelişimini destekleyen, duygusal ilişkilerin başlamasına ve gelişmesine yardımcı olan bir etkinliktir (Sezer, 2012:240).

Oyuncak ve oyunun tarih, coğrafya, sosyoloji, psikoloji, siyaset ve sanayi ile kısacası kültür ile çok yakın bir ilişkisi vardır. Yurtdışında kurulmuş olan oyuncak müzelerinde ve son dönemlerde ülkemizde kurulan müzelerde bunu açıkça görmek mümkündür. Çocukların öğrenme güçlüğü, otizm vb. rahatsızlıklarının erken tespitinde oyun ve oyuncaklardan yararlanma bir yöntem olarak kullanılmaktadır. Ülkemizde oyun ve oyuncak temelli örnek etkinliklere rastlamak mümkündür. Muğla – Yerkesik Otantik Oyun ve Oyuncak Şenliği bunlardan birisidir. Unutulmaya yüz tutmuş çocuk oyunlarının günümüzde yeniden canlandırılmasını amaçlayan şenlik; üniversite, sivil toplum kuruluşları, kültür bakanlığı ve belediye işbirliği ile gerçekleştirilen şenliklerde oyunlarla birlikte el yapımı oyuncaklar da sergilenmekte ve çocuklar tarafından kullanılmaktadır. Barış, kardeşlik ve turizme büyük katkı sağlayan söz konusu etkinlikle, çocukların tekno-kültür alanındaki teslimiyet ve pasif tüketici konumundan kurtularak, şahsiyetli ve aktif pozisyona gelmeleri, vahşi kapitalizme karşı koyma bilincine ulaşmaları amaçlanmaktadır. Bu çerçevede çember, seksek, dokuztaş, bilye, ip atlama, çelik çomak, dama vb. oyunlarını oynamakta, kendi ürettikleri oyuncakları paylaşmaktadırlar (Milliyet, 28 Mayıs 2015). İstanbul'da Sunay AKIN tarafından kurulan Oyuncak Müzesinde de aynı şekilde çocuklara yönelik değişik etkinliklerin yapıldığını ve büyük ilgi gördüğünü takip ediyoruz.

3- OYUNCAKLAR, OYUNCAK MÜZELERİ, EĞİTİM ve TURİZM

Oyuncaklar aslında bir ülkenin gelecek tasavvurudur çünkü yetişkinler tarafından dizayn edilirler. Hitler'in ikinci dünya savaşından yıllar önce "düşünceler çocuklarla büyür" anlayışı ile 1933 yılında piyasaya sürdüğü ve günümüzde Barbie bebeklerini üreten firma "Alman askerleri oyun seti" ni üreterek savaştan 6 yıl önce oluşturduğu algı ve motivasyon ile savaşın kazanıldığını söyleyen araştırmacılar mevcuttur. Mevcut oyuncak müzelerinde sergilenen oyuncaklara göz attığımızda çok önemli bir ayrıntı dikkat çekmektedir: Bundan en az yarım asır önce üretilen Japon çocuk oyuncaklarının önemli bir çoğunluğu robot ve benzeri oyuncaklardır. ABD de üretilenler ise uzay ve uzay araçları ile ilgilidir. Bugün Japonya robot sektöründe, ABD uzay sektöründe rakipsizdir. Oyuncaklar bütün çocukların ortak dilidir. Aynı zamanda eğitim sisteminin de önemli bir göstergesidir. Bizde de durum aynıdır. Bir zamanlar çocukların ellerindeki küçük rüzgârgülleri (fırıldak) şimdi rüzgâr santralleri olarak önemli bir enerji kaynağı olmuştur. Çocuklarımızın çok sevdiği robot oyuncaklar bugün günlük hayatta birçok sektörde yoğun olarak kullanılmaktadır. Şekilden şekile giren kara şimşek tarzı oyuncak arabalar bugün gerçek olmuşlardır. Çocukluğumuzun kağıt uçurtmaları bugün Drone lar olarak hayatımıza girmişlerdir. Demek ki oyun ve oyuncak bir ülkenin geleceğinin kodlarını içinde barındıran çok önemli materyallerdir.

Son yıllarda teknolojik oyuncaklar ve oyunlar bütün dünyayı kuşatmış durumdadır. Bu tür oyunlar ve oyuncaklar oynayanlara karar verme yetkisi bırakmamaktadır. Bütün işi kendisi yapıp, eylemi gerçekleştirip çocuğa araştırma, keşfetme ve deneme olanağı sunmamaktadır. Hâlbuki oyun ve oyuncakta önemli olan çocuğa istediğini yapabilme, deneyebilme, keşfetme, yaratıcı olabilme imkânı sunmaktır. Bu haliyle mevcut oyuncakların "akıllı" olup olmadıkları da tartışmalıdır (Erduran-Yılmaz, 2016:5). Çocukları dış dünyadan koparan, adeta iç mekânlara hapseden elektronik oyuncaklar aynı zamanda her çocuğun ulaşamayacağı kadar pahalıdır. Çocukların obez olmasında, sosyal ilişkilerinin zayıflamasında önemli etkisi vardır. Oyuncak müzesi bu ithal kültüre de bir alternatif olabilecektir. Son dönemlerde sıkça dillendirilen ve ciddi bir problem olarak karşımıza çıkan çocuklarımızın elektronik ya da dijital bağımlılığı (Bee-Boyd, 2009:782,783; Göka, 2017:119-133; Dilci, 2016:42 vd) ile başa çıkabilmek için en etkili yöntemlerden birisi milli oyunlar ve yerli oyuncaklarla bunların eğitsel olarak kullanılabilmesi oyuncak müzeleridir

Oyuncaklar sadece küçük çocuklara hitap etmez. Büyükleri de yakından ilgilendirir. Çocukluğundaki oyuncakları görüp etkilenmeyen, hatta duygulanmayan yetişkin yoktur. Bütün çocuklar geleceğin yetişkinleri, ebeveynleri ve öğretmenleri olacağına göre, oyun ve oyuncak aslında geleceğe yapılan ciddi bir yatırımdır. Alman eğitimci Günter Stachel, çocuklarla birlikte oyun oynamanın kazanımlarını saydıktan sonra; oyun tamamıyla teknolojinin hâkimiyetine girmiş dünyanın karmaşasından çocuğu kurtarır ve kendi dünyasını kurmasına fırsat verir demektir (Stachel,2009:40,41). Oyun ve oyuncakla önem vermemek çocuk gelişimine önem vermemek demektir (Akın, 2017:85). Yörükoğlu'nu dinleyelim: Oyun çocuğun yaratma ortamıdır, kendi dar sınırlarını oyunla aşar ve genişletir. Oynayan çocuk kendi hayal dünyasını kurar ama işlenen konular gerçek konulardır. Dış Dünyada algıladıklarını oyun ortamına aktarırlar, kendilerine özgü bir yorumla birleştirip bütünlükler. Yetişkinler kadar güçlü ve beceriklidir oyun oynarken çocuklar. Bindiği şey bir sopa değil, güçlü bir attr. Elindeki oyuncak uçak onu Dünyanın dört bir yanını dolaştıracak gerçek bir uçaktır. Oyuncak tabancası ile herkesten güçlüdür (Yörükoğlu, 2008:69). Piaget ve diğer eğitimcilere göre çocuklar belli dönemlerde (işlem öncesi) cansız nesnelere de canlı imiş muamelesi yaparlar (animizm) ve bu nesnelere başında oyuncakları gelir (Bacanlı, 2011:93).

Oyuncak müzesi çocuklar kadar büyüklerin de ilgisini çekecektir. Aynı zamanda yerli oyuncak sanayiinin gelişmesine de katkı sağlayacaktır. Geleneksel oyun ve oyuncaklarımızın kaybolmaya yüz tuttuğu ve büyük oranda yabancı menşeli elektronik oyuncakların yaygınlaştığı günümüzde; kendi oyun ve oyuncaklarımızı yeniden ortaya koymak, üretmek köklü kültürümüze sahip çıkmak ve dünyaya tanıtmak anlamlarına gelmektedir. Sayıları gitgide azalan ahşap oyuncak üreticileri için, teknokentler için destekleyici ve yaratıcı bir katkısının olması da beklenmektedir. Oyuncak müzelerinde oluşturulacak oyuncak tamir ve yapım atölyeleri sadece çocukların değil yetişkinlerin de ilgisini çekecektir. Aynı zamanda yerli oyuncak sanayiinin gelişmesine de katkı sağlayacaktır. Geleneksel oyun ve oyuncaklarımızın kaybolmaya yüz tuttuğu ve büyük oranda yabancı menşeli elektronik oyuncakların yaygınlaştığı günümüzde; kendi oyun ve oyuncaklarımızı yeniden ortaya koymak, üretmek köklü kültürümüze sahip çıkmak ve dünyaya tanıtmak anlamlarına gelmektedir. Sivas'ta faaliyet gösteren sayıları az da olsa ahşap oyuncak üreticileri için, CÜ Teknokent için destekleyici ve yaratıcı bir katkısının olması da beklenmektedir.

Oyuncaklar ve oyuncak müzeleri düşlerin ve hayallerin tarihini içerir. İnsan önce hayal eder sonra gerçekleştirir. Her şey hayallerle başlar. Gerçekleştirilmesi düşünülen projenin yurtiçinde ve yurtdışında birçok örneği bulunmaktadır. İstanbul, Ankara, İzmir, Antalya ve Gaziantep gibi şehirlerde Sunay AKIN danışmanlığında kurulan oyuncak müzeleri yoğun ilgi görmekte ve çocuklar tarafından beğenilmektedir. 1990 yılında kurulan Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Oyuncak Müzesinin amacı; Türkiye'de hızlı değişim süreci içinde kaybolma tehdidi altındaki oyuncakları toplamak, korumak, yeni kuşaklara aktarmak ve tanıtmaktır. Bu tür müzeler, çocuk kültürünün araştırılmasına hizmet eden bilimsel bir kuruluş olarak kabul edilmektedir. Müzede oyuncaklar; geleneksel, fabrikasyon, yabancı, antik ve yeni oyuncaklar olarak sınıflandırılmıştır. Dünyada İngiltere, Almanya, Fransa, İtalya, Japonya ve Rusya'nın başı çektiği oyuncak müzelerinin geçmişi çok eski dönemlere dayanmaktadır. Teknolojinin gelişmesine paralel olarak oyuncaklar da değişmiştir. Önceleri topraktan yapılan oyuncaklar zamanla tahta, teneke ve elektronik biçime dönmüştür.

İlimizde çocuklara yönelik sosyal alan ve faaliyet eksikliği bir vakıadır. Sosyal alan ve etkinliklerin çocukların bilişsel, duyuşsal ve psiko-motor gelişimlerine büyük katkılar sağladığı bilinmektedir. Bu eksikliğin giderilmesinde en önemli rol üniversitemize düşmektedir. Eğitim Fakültemizin Okul Öncesi Eğitimi bölümünde öğrenim görmekte olan okul öncesi öğretmen adayları da oyuncak müzesinin eksikliğini yakından hissetmektedirler. Öğretmenlik deneyimi kazanmaları açısından oyuncak müzesi oluşturulması ertelenemeyecek bir ihtiyaç halini almıştır. Bu projenin hayata geçirilmesi ile aday öğretmenler son bir döneme sıkıştırılmış stajdan kurtularak, öğretmenlik mesleğine daha erken adapte olacaklardır. İlimizde oyuncaksız büyümek zorunda kalan çocukların bu hayallerini gerçekleştirmek yetişkinlerin sorumluluğudur. Bilimsel araştırmalar oyuncakların çocukların her türlü gelişiminde önemli materyaller olduğunu ortaya koymuştur. Öğretmenlerin ve çocukların bu alandaki ihtiyacını karşılamak amacıyla üniversitemiz bünyesinde veya Sivas'ta bir oyuncak müzesi kurulmasının faydalı olacağı mülhaza edilmektedir.

Oyuncak Müzesi'nin amacı, çocuk eğitiminde vazgeçilmez bir yeri olan oyuncakları bir arada bulundurarak çocukların zihinsel, duyuşsal ve psiko-motor gelişimine, yaratıcılıklarına katkıda bulunmaktadır.

Günümüz eğitimcilerinin “Çocuk oyunla öğrenir” tezinin öznesi oyuncaktır. Oyunağın çok ve çeşitli olması çocukların öğrenmesini kolaylaştıracak, okul öncesi öğretmenleri için etkili bir uygulama merkezi olacaktır. Oyun ve oyuncak çocuklara yaşam zenginliği sağlar, yaşam zenginliği ise çevreye uyumu ve öğrenmeyi kolaylaştırır. Ayrıca geleneksel oyunlarımızı (Âşık, Topaç, Kuş, Cüz, Karagöz, Hacivat, Orta Oyunu, Yöresel Oyunlar) çocuklarımıza tanıtarak tarihi ve kültürel bilinç oluşturmakla birlikte, ilimiz ve çevresinde kullanılan eski oyuncakları derleyerek, bunların sosyolojik, psikolojik ve eğitim açısından işlevleri araştırılacaktır. Ayrıca oyuncak müzesi ilimizin ve üniversitemizin tanıtımına, ziyaret edenlerden alınacak cüz’i miktardaki ücret üniversitemize ve sosyo-ekonomik gelir düzeyi düşük öğrencilerin burada çalıştırılmasına imkân sağlayacaktır.

4- SONUÇ ve ÖNERİLER

Günümüz dünyasında modern ve yaşanabilir şehirler sadece turizm, mimari, ulaşım ve tarihi eserleriyle öne çıkan şehirler değildir. Çocukların her türlü ihtiyacını (bilişsel, duyuşsal ve psiko-motor) karşılayabilecek altyapıya sahip olan şehirler modern ve yaşanabilir şehirlerdir. Çevre ise çocuk eğitiminin en önemli bileşenlerinden biridir. Çevre kavramının altını doldurabilecek unsurların başında eğitim kurumları, müzeler, parklar, sanat etkinliklerinin yapıldığı mekânlar ve oyuncak müzeleri gelmektedir. Oyuncak müzeleri örgün eğitim kurumları kadar çocuk eğitiminde ciddi bir yere sahiptir. Dünyadaki örnekleri bu tezleri destekler mahiyettedir. Çocuklarımızın oyun ve oyunağa en az sevgi kadar ihtiyaçları vardır. Aslında ilimiz için geç kalınmış bir proje olan oyuncak müzesinin hayata geçirilmesi ile öğretmen adayları ve çocukların gelişimine katkıda bulunulmuş olacaktır. Eğitim Fakültesinde okutulan Materyal Tasarımı, Yaratıcılık ve Okul Öncesi alan dersleri için çok iyi bir uygulama merkezi olacaktır. Bu proje ile Sivas’ın tanıtımına ve kültür turizmine katkı sağlanacaktır. Mevcut oyuncak müzelerine yoğun öğrenci ziyaretleri yapılmaktadır. Bu ziyaretler sadece oyuncak müzesi ile sınırlı kalmayıp, ilimizdeki diğer tarihi ve turistik mekânların gezilmesini de sağlayacaktır. Ayrıca okul öncesi eğitiminde de kalite artışı olacaktır.

Oyuncak Müzesi sadece seyirlik bir mekân değildir. İçerisinde ve çevresinde yapılacak etkinlikler çocuklar için yaşam zenginliği sağlayarak cazibe merkezi olacaktır. Ayrıca müze etrafında oluşacak oyuncak sanayii, tamircileri bölgeye ciddi ekonomik katkı sağlayacaktır. Almanya’da bunun örneğini görmekteyiz: Nürnberg, Neustadt, Fürth, Sonneberg, Schwabach ve Donauwörth gibi şehirlerde oyuncak fabrikaları, tamircileri ve müzeleri çok önemli bir sektör haline gelmiş; ülke turizmine, eğitime ve ekonomisine ciddi bir katkı sağlamaktadırlar. Dünya markamız olan Kangal Köpeği’nin oyuncaklarını üreterek ihraç edebilir bunu bir sektör haline getirebiliriz. Her yıl belli tarihlerde yapılacak çocuk oyunları, oyuncakları, yarışmalar ile bunu bir şenliğe çevirebilir; yerli ve yabancı turistleri şehrimizde ağırlayabiliriz.

Öncelikle mevcut oyuncak müzeleri gezilerek işe başlanılır. Tarihi süreçte kullanılmış oyuncaklar toplanır, mevcut oyuncaklardan çocuklara katkısı olabilecekler tespit edilerek satın alınır, bu konuda uzmanlaşmış kişilerden (Sunay AKIN gibi) yardım alınarak proje gerçekleştirilebilir. Eğitim Fakültesi’nden alana yakın branş hocaları ve gerekirse öğrencilerden oluşturulacak bir gurup ile çalışma yürütülür. Üniversitemizde yeni inşa edilen Gençlik Merkezi veya Kültür Merkezi’nin içerisinde, kullanılmayan bir binada veya Eğitim Fakültesi’ne yapılacak ilave bir binada, mevcut fakültenin giriş katında, ilimiz merkezinde başka bir binada Oyuncak Müzesi açılabilir. Sivas tarihi, kültürel ve turizm açısından ciddi bir potansiyele sahiptir. Bu zenginliği bir oyuncak müzesi ile taçlandırma ve farklı turizm alanları oluşturma zamanı gelmiştir. Üniversitemiz, Sivas’ımız için önemli bir projeyi çevre illerden önce gerçekleştirmek dileklerle, saygılar sunuyorum.

KAYNAKÇA:

- Akın, S. (2016). Kırdığımız Oyuncaklar, İstanbul: İş Bankası Yayınları.
- Aksoy, A.B. (2015). Okul Öncesi Eğitimde Oyun. Ankara: Hedef Yayıncılık.
- Aydın, A. (2011). Eğitim Psikolojisi. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Bacanlı, H. (2011). Eğitim Psikolojisi. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Bakırcıoğlu, R. (2013). Çocuk ve Ergende Ruh Sağlığı. Ankara: Anı Yayıncılık.
- “Bavyera’da Oyuncaklar Arasında”, Skylife Dergisi, S.417, ss.126-132, Nisan 2018, İstanbul.
- Bee, H. & Boyd, D. (2009). Çocuk Gelişim Psikolojisi. İstanbul: Kaknüs Yayınları
- Berk, E. L. (2013). Çocuk Gelişimi. (Çev: Ali Dönmez). Ankara: İmge Yayınevi.

- Çakar, F.S. (2017). "İlkokul Döneminde Uyum ve Davranış Problemleri", Yaşam Dönemleri ve Uyum Sorunları. Ankara: Pegem Akademi Yayınları.
- Dilci, T. (2016). Dijital Diyet Zamanı. Kayseri: Geçit Yayıncılık.
- Erduran, N. & Yılmaz, M. (2016). Oyun Dünyam Dünyam Oyun. Ankara:Eğiten Kitap Yayınları.
- Erken çocukluk Eğitimi. (2012). (Ed: Fikret Gülaçtı-Songül Tümkaya). Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Erken Çocukluk Eğitimi. (2012). (Ed: İbrahim H. Diken). Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Erken Çocukluk Döneminde Yaratıcılık ve Geliştirilmesi. (2014). (Ed: Elif Çelebi Öncü). Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Göka, E. (2017). İnternet ve Psikolojimiz. İstanbul: Kapı Yayıncılık.
- Gür, Ç. (2017). Çocuk Eğitiminde Önemli Noktalar. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Kogln, U. & Petermann, F. (2013). Verhaltenstraining im Kindergarten. Göttingen: Hogrefe Verlag.
- Milliyet Gazetesi, 28 Mayıs 2015 tarihli nüsha.
- Okul Öncesinde Değerler Eğitimi ve Etkinlik Örnekleri. (2012). (Ed: Gülden Uyanık Balat). Ankara: Pegem Akademi Yayınları.
- Önder, M. Türk Eğitim Tarihi, Ankara:Anı Yayıncılık.
- Pehlivan, H. (2014). Oyun ve Öğrenme. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Poyraz, H. (2013). Okul Öncesi Dönemde Oyun ve Oyuncak. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Poyraz, H. (2017). Okul Öncesinde Oyun ve Oyun Örnekleri. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Senemoğlu, N. (2013). Gelişim, Öğrenme ve Öğretim. Ankara:Yargı Yayınevi.
- Sevinç, M. (2009). Erken Çocukluk Gelişimi ve Eğitiminde Oyun, İstanbul:Morpa Yayınları.
- Stachel, G. (2009). "Religiöse erziehung İn Der Familie Von Heute", Religiöse Erziehung Von Kleinkindern. (Hr: Joseph Sauer, Ter: Mustafa Önder). Tokat: Arı Ofset Basımevi.
- Şen, M. 2012). "Erken Çocukluk Eğitiminde Oyun ve Önemi", Erken Çocukluk Eğitimi. (Ed: İbrahim H. Diken). Ankara: Pegem Akademi Yayınları.
- Tolstoy, L. N. (2011). İnsan Ne İle Yaşar?. (Ter: Murat Çiftkaya). İstanbul: Şule Yayınları.
- Yalçınkaya, T. & Yalçınkaya, D. (2011). Oyuncaklar. İstanbul: Morpa Yayıncılık.
- Yörükoğlu, A. (2008). Çocuk Ruh Sağlığı. İstanbul: Özgür Yayınevi.

*Su Parkı Ve Su Kaydırakları Üreticilerinin Otel İşletmeleri İçin Çocuklara Yönelik Ürettiği Ürünler: Polgün Örneği**

The Kids Related Products Produced by Waterparks and Waterslides Manufacturers For Hotel Enterprises: An Example of Polgün

Jale Kahvecioğlu¹, Cafer Topaloğlu²

1 Muğla Sıtkı Koçman Üniv. Sosyal Bilimler Enst. Turizm İşletmeciliği ABD, jalekahvecioglu@posta.mu.edu.tr

2 Doç.Dr.,Muğla Sıtkı Koçman Üniv. Turizm Fakültesi,Konaklama İşletmeciliği Bölümü, ctopaloglu@mu.edu.tr

ÖZET

Günümüzde turizm sektöründe çocuklu ailelerden oluşan tüketici grubunun giderek artmasıyla ailelerin otel seçimlerinde ve tatil satın alma süreçlerinde çocuk faktörü daha önemli hale gelmektedir. Çocuklu aileler tatillerini geçirecekleri ve konaklama yapacakları alternatif otel seçimlerinden hem kendilerine hem de çocuklarına uygun olan otel işletmelerini tercih etmektedirler. Çocuklu ailelerin tatile çıkmalarında yıldan yıla gözlemlenen artış; otel işletmelerini bu yöndeki talep, ihtiyaç ve beklentilerin karşılanmasına dair ürün ve hizmet vermeye yönelmiştir. Çocuk faktörünün artan önemiyle otel işletmeleri kendilerini çocuk dostu otel olarak tanımlamak için çocuklara yönelik ek hizmetler üretmeye başlamışlardır. Bu bağlamda çocukların daha eğlenceli vakit geçirmeleri adına otel işletmeleri için su parkı, su kaydırakları, çocuk havuzu oyun grubu ve ürünleri çekici hale gelmiş ve buna yönelik ürünlerin yaptırılması yaygınlaşmaya başlamıştır. Bu çalışmada, su parkı ve su kaydıraklarının otel işletmelerinin özellikle çocuklara yönelik sunduğu hizmetler kapsamında değerlendirilerek bu ürünler detaylı olarak ele alınmıştır. Çalışma, su parkı ve su kaydıracağı üretici firmalarının otel işletmeleri için çocuklara yönelik ürettiği ürünleri kapsamaktadır. Bu bağlamda su parkı ve su kaydıracağı üretimi sektöründeki başarılı üretici firmalardan biri olan Polgün Su Kaydırakları şirketi ve şirketin çocuklara yönelik ürünleri incelenmiştir. Çalışmanın hazırlanmasında nitel veri toplama yöntemi kullanılmıştır. Bu kapsamda veriler görüşme, gözlem, doküman incelemesi yöntemleri ile toplanmıştır. Ayrıca veri toplamada şirketin projeleri ve ürünlerinin incelenmesinden de yararlanılmıştır. Elde edilen veriler, otel işletmeleri için çocuklara yönelik su parkı ve su kaydıracağı ürünlerinin çok farklı çeşitlerinin olduğu, çocukların yaş grubuna göre ürünlerin farklılık gösterdiği ve otellerin hem havuz ölçülerine hem de ayırdıkları bütçelere uygun boyutlarının olduğu görülmüştür. Ayrıca şirketin ürünlerini satın alan çocuk dostu otel işletmelerine ve çocuklara yönelik sunduğu ürünlere de değinilmiştir. Bu bakımdan su parkı ve su kaydıracağı üretici firması Polgün Su Kaydırakları'nın bu ürünleri sayesinde otel işletmelerine katkı ve kazanç sağladığı ve çocuklu aileler ile otel işletmesi arasında bir bağ kurulmasında yardımcı olduğu ifade edilebilir.

Anahtar Kelimeler: Su Parkı, Su Kaydırakları, Polgün, Çocuk Dostu Otel.

*Bu çalışma Polgün Su Kaydırakları Oyunparkları San. Tic. Tur. Ltd. Şti. tarafından desteklenmiştir.

ABSTRACT

Nowadays with the increasing number of consumer groups composed of families with children in the tourism sector, child factor becomes more important for families in their hotel choices and their holiday purchasing processes. Families with children prefer hotel enterprises, which are suitable for both themselves and their children, among their vacation and accommodation alternatives. Since the number of families with children who are going on a holiday have increased year by year, the situation has prompted the hotel enterprises to offer products and services in order to satisfy their customers' needs, demands and expectations. With the increasing emphasis on child factor, lots of hotels have begun to provide additional services for children to define themselves as child-friendly hotels. In this regard, water parks, water slides, kids pool playground and kids animation products have become attractive for the hotel enterprises in order to make children have more fun in their vacations owing to these products. Moreover, manufacture and purchase of this kind of products by hotel enterprises has also become widespread. In this study, water parks and water slides are evaluated within the scope of the services, which are provided by the hotel enterprises, especially for children, and these products are discussed in detail. This study encompasses the kids related products produced by waterparks and waterslides manufacturers for hotel enterprises. In this context Polgun Waterslides Company, which is one of the accomplished manufacturers in the waterpark and waterslides production sector, and its kids related products are researched. Qualitative data collection method was used in the preparation of the study. Therefore, data were gathered through interview, observation and document examination methods. In addition, it has been also utilized from the overall review of the company's projects and kids related products during the data collection. According to obtained data, there are many different types of kids related waterpark and waterslides products for hotels, which are different from each other according to the age group of kids, both pool dimensions and budget of the hotel enterprises. Additionally, the child-friendly hotel enterprises having bought the company's products and also the products presented to the kids by them are mentioned. As a conclusion, it can be stated that Polgun waterslides, which is the waterparks and waterslides manufacturer, provides an advantage and financial gain for the hotel enterprises owing to its kids related products, by this way Polgun supports them in establishing a bond between the families with children and the hotel enterprises.

Keywords: Waterpark, Aquapark, Waterslides, Polgun, Child-Friendly Hotel.

GİRİŞ

Günümüzde artan turizm hareketliliği içinde ailelerden oluşan müşteri gruplarının payının gittikçe arttığı görülmektedir. Aynı zamanda günden güne otel işletmelerinin sayısı da artmaktadır. Bu bağlamda otel işletmeleri ailelerden oluşan müşteri gruplarındaki bu artışı dikkate alarak bu yönde hizmet sunmaya yönelmelidirler. Bir başka ifadeyle, otel işletmelerinin ailelerin satın alma davranışlarını yönlendirebilmek ve günümüzün yoğun rekabet ortamında bir farklılık oluşturarak aileleri cezbedebilmek adına, ürün ve hizmetlerini ailelerin talep ve beklentilerine uygun hale getirmeleri gerekmektedir.

Ailelerin tatillerini satın alma süreçlerinde çocukların da önemli etkileri bulunmaktadır. Çocuklu aileler tatil planlarını yaparken, tatillerini geçirecekleri otel işletmelerinin hem kendilerine uygun hem de çocuklarına uygun işletmeler olmasına özen göstermektedirler. Hatta çocuklu ailelerde ebeveynler kendi istek, ihtiyaç ve beklentilerinden çok çocuklarının istek, ihtiyaç ve beklentilerini önemsemektedirler. Bu bağlamda, ailelerin otel seçim kararlarında çocuklara yönelik yiyecek ve içeceklerin bulunması, çocukların rahatlıkla hareket edip oyun oynayabileceği alanların olması, çocuklar için aktivitelerin olması, otelde çocuk klubünün bulunması, çocuk havuzu ve eğlence amaçlı animasyon ürünlerinin bulunması, çocuklar için gerekli güvenlik önlemlerinin alınmış olması ve ailecek vakit geçirebilecek aktivitelerin/oyunların olması gibi faktörler çocuklu ailelerin beraber hoş vakit geçirebilecekleri bir tatil olması bakımından ailelerin tercihlerinde olumlu etkiye sahiptirler.

Son zamanlarda otel işletmelerinin özellikle çocuklu aileleri cezbedebilmek için sunduğu ürün ve hizmetler değerlendirildiğinde bunlardan birinin su parkı alanlarının ve su kaydıracağı ürünlerinin olduğu görülmektedir. Otellerdeki su parkı ve su kaydırakları özellikle çocukların çok eğlendiği aktivitelerden biri olmaktadır. Otel işletmeleri sundukları farklı su kaydırakları çeşitleri ile çocukların hem kendi kendilerine eğlenebildikleri hem de ailecek beraber bir aktivite yapabildikleri ve ayrıca çocukların bu sayede akranlarıyla tanışıp arkadaşlık kurarak sosyalleşebildikleri bir ortam yaratmaktadır. Bu bağlamda otel işletmeleri ile çocuklu aileler arasında olumlu bir ilişki ve bağın kurulmasında yardımcı olan su kaydırakları ve su parkı üreticileri, hem otel işletmeleri için hem de turizm sektörü için bir değer yaratmaktadır.

Bu bakımdan çalışmada, çocuk dostu otel işletmelerine farklılık katan ve çocukların daha eğlenceli vakit geçirebilmeleri sağlamak amacıyla ürünler üreten sektöründeki başarılı su parkı ve su kaydırakları üretici firmalarından biri olan Polgün Su Kaydırakları şirketi ve şirketin üretmiş olduğu ürünler değerlendirilmiş ve yetkililerden bu yönde bilgiler edinilmiştir.

ÇOCUKLU AİLELER VE ÇOCUKLARIN OTEL SEÇİMLERİNE ÖNEMLİ ETKİSİ

Aileler, turizm işletmeleri için özellikle otel işletmeleri için günden güne önemli bir pazar dilimini oluşturmaktadır. Aileler çeşitli sebeplerden dolayı otel işletmeleri için önemli bir müşteri grubudur. Schanzel, Yeoman ve Backer'e (2012) göre bu sebeplerden ilki; ailelerin otellerde konaklayan dinlenme ve eğlenme amaçlı müşterilerin önemli bir bölümünü temsil etmesidir. İkincisi, aileler çocukların sadece dili ve toplumun kültürel değerlerini öğrendikleri yer olarak kalmayıp aynı zamanda seyahat etme, tatile çıkma gibi alışkanlıklarını ve satın alma davranışları da öğrendikleri sosyal alanlar olmaktadır. Bugünün aileleri içindeki çocuklar, yarının potansiyel müşterileri olacaktır. Bu bağlamda tüketim, deneyimler ve ailelerden edinilen izlenimler; çocukların gelecekte kendi tatillerini organize etme biçimlerine yansacaktır. Üçüncüsü, aile içinde çocukların herhangi bir geliri olmadığı için ebeveynler aile üyelerinin kollektif tüketimi için mali bir temel oluşturur. Bu bakımdan seçilecek otel işletmesi, aile üyelerine uygunluğu açısından önem teşkil etmektedir. Thornton, Shaw ve Williams'a (1997) göre bir dördüncü sebep olarak, çocuklar aile gelirine bir katkıda bulunmamalarına rağmen karar verme sürecinde önemli bir role sahiptirler. Bu roller ya açıkça olmakta yani çocuklar karar verme sürecine aktif olarak katılmakta ya da dolaylı olarak yani ebeveynler kararlarını çocuklarının da istek ve ihtiyaçlarına uygun olarak vermektedirler. Son olarak, aile tatillerinin ve dinlenme/eğlenme aktivitelerinin aile bağlılığı, birlik, beraberlik, kaliteli ailecek geçirilen vakit ile olumlu yönde bir ilişkisi bulunmaktadır (Shaw, Havitz ve Delemere: 2008, 14). Başka bir çalışmada ise ailelerden oluşan müşteri grubunun artmasının, aile tatilleri sayesinde günlük aile yaşantısının gerilimlerini azaltmanın, günlük sıkıntılardan uzaklaşmanın ve yenilenmenin bir yolu olduğu gösterilmektedir (Hall ve Holdsworth: 2016).

Ailelerin satın alma kararlarında kültür, alt kültür, sosyal sınıf, sosyal etkileşim, referans grupları gibi

bazı özelliklerin etkili olduğu ifade edilmektedir. Bunların yanı sıra ailelerin satın alma kararlarını en çok etkileyen diğer bir faktörün de çocuklar olduğu dile getirilmektedir (Ekasasi: 2005, 28). Başka bir çalışmada, ailelerin satın alma davranışlarında çocukların etkisi dört unsurdan kaynaklanmaktadır (Caruana ve Vassallo: 2003, 55). Bu unsurlardan ilki, ebeveynlerin günümüzde daha az çocuğa sahip olması çocukların aile içindeki önem ve değerinin artmasına sebep olmuştur. İkincisi, tek ebeveynli aile sayılarının gittikçe artması sonucunda çocuklar da kendi alışverişlerini yapmaya başlamışlardır. Üçüncüsü, artık annelerin de iş hayatında daha çok yer almaya başlamasıyla evden ve çocuktan uzakta kalmanın vermiş olduğu suçluluk duygusu yüzünden anne ve babalar çocukların her istedikleri yerine getirmek istemektedir. Son olarak da, çalışan annelerin ve babaların çocukların kendine güvenme duygularını ve ev ile ilgili kararlarda fikirlerini söylemelerini desteklemektedirler (Caruana ve Vassallo: 2003, 55). Bu durumlar göz önünde bulundurulduğunda, çocukların aile içinde karar verme ve satın alma süreçlerindeki rollerinin değişmeye başladığını görülmektedir (Sönmez: 2006, 53).

Çocuklar aile satın alma kararlarında bazen doğrudan bazen dolaylı yollardan etkiye sahiptirler. Çocukların aile satın alma kararları sürecindeki doğrudan etkileri olarak belli bir markanın ya da alışveriş için belli bir mağazanın seçilmesindeki istekleri ve baskıları gösterilebilir. Çocukların bu sürece dolaylı etkileri olarak ailelerin satın alma karar aşamasında çocuklarının tercihlerine önem vermeleri, onları nelerin mutlu edeceğini düşünmeleri ve kararlarını çocuklarını da düşünerek vermeleri gösterilebilir (Ekasasi: 2005, 31). Yapılan başka bir çalışmada, ebeveynlerin aile içindeki temel karar vericiler olmasına rağmen çocukların bu sürece etkisinin yadsınamayacağı dile getirilmiştir. Çocukların etki dereceleri satın alınacak ürünlere göre değişiklik gösterebileceği ama mutlaka etkilerinin olacağı belirtilmiştir (Çakır: 2006, 131-132). Bir alan çalışmasında da, aile içinde çocukların ve anne-babaların karar verme ve satın alma süreçleri araştırılmıştır. Araştırma sonucunda, çocukların bu süreçlerde önemli rol oynadıklarını ve etkilerinin ürünlere, hizmetlere ve farklı karar süreçlerine göre değişiklik gösterdiğinden bahsedilmiştir (Assael: 1995). Satın alma süreci öncelikle ihtiyacın oluşturulması ve seçeneklerin belirlenmesi ile başlamaktadır, akabinde seçeneklerin değerlendirilmesi, satın alma kararının verilmesi ve satın alma süreci sonrası tutum ve davranışlar olarak şekillenmektedir (İçöz: 1996, 56). Bu süreçlerde çocukların rolleri giderek artmakta ve özellikle ihtiyacın oluşması, seçeneklerin belirlenmesi ve değerlendirilmesi aşamalarında önemli etki göstermektedir (Çakır: 2006, 131-132).

Kuzgun (1973) çalışmasında demokratik ebeveynlerin; çocuğun ilgi ve ihtiyaçlarına duyarlı olan, onları karar almaya teşvik eden, destekleyen, onların görüşlerine önem veren böylece onları değerli hissettiren aileler olduklarını dile getirmiştir (Işın: 2001, 17). Bu bağlamda, günden güne bilinçlenme arttıkça demokratik ebeveynlerin yani çocukların istek ve düşüncelerine önem veren anne ve babaların sayısı da artmaktadır. Böylece çocukların karar verme süreçlerinde daha çok etkisi görülmektedir.

Shoham ve Dalakas (2003) yaptıkları çalışmada, araştırmaya dâhil ettikleri otomobil, TV, tatil, ev aletleri, mobilya ve kahvaltılık gevrekten oluşan ürün türlerinden tatil ve kahvaltılık gevrek satın alma kararlarında çocukların daha fazla etkili olduklarını sonucuna ulaşmışlardır (Aygün: 2006, 18). Jenkins'e (1978) göre de çocukların, ailecek yapılacak tatillerde ve gidilecek yerlerin seçiminde önemli etkileri bulunmaktadır (Wang, Hsieh, Yeh ve Tsai: 2004, 185). Ayrıca Wang, Hsieh, Yeh ve Tsai (2004) araştırmalarında, ailelerin seyahat ve tatil kararlarında karar vericilerin ebeveynler mi yoksa çocuklar mı olduğunu incelemişlerdir. Araştırma sonucunda tatil kararlarında özellikle yer, zaman, çeşitli aktiviteler ve konfor bakımından çocukların seçimlerde ciddi etkiye sahip olduklarını ifade etmişlerdir. Thornton, Shaw ve Williams (1997), çocukların tatillerde karar verme sürecine dâhil olduklarını fakat son kararın ebeveynler tarafından belirlendiğini belirtmişlerdir.

Aileler tatil satın alma süreçlerinde çocuklarının ihtiyaçlarını da göz önünde bulundurarak karar vermektedirler; bu ihtiyaçlar çocukların yaş gruplarına göre farklılık göstermektedir (Swarbrooke ve Horner: 1999, 147). Bebekler için; bebeklere uygun imkanlara sahip işletmeler, hem hijyenik ve temiz hem de bebeklere özel hizmetler sunan havayolları ve oteller tercih edilmektedir. 2 ve 5 yaş arası küçük çocuklar için; güvenlik önlemlerinin en çok olduğu, yüzme havuzu ve balkon gibi tehlikeli yerlerde küçük çocuklar için en iyi güvenlik önlemlerinin alındığı ve yüzme havuzunda mutlaka bir görevlinin bulunduğu gibi oteller tercih sebebi olmaktadır. Ayrıca, çocuk menüleri, oyuncaklar, çocuk kulübü, çocuk bakıcılarının olduğu oteller tercih sebeplerindedir. 5 ve 12 yaş arası ilkökul çağındaki çocuklar; genellikle akranlarıyla beraber vakit geçirmek ve oyun oynamak isterler. Bu bakımdan yüzme havuzları, oyun parkları, su

parkları ve su kaydırakları, animasyon ve rekreasyon gösterileri bu gruba uygun aktivitelerdendir. 13 ve 18 yaş grubu arası gençlerin ise; daha bağımsız, eğlenceli ve macera dolu aktiviteler dikkatlerini çekecektir. Aslan'a (2009, 160) göre, aileler birlikte vakit geçirebilecekleri açık hava aktivitelerini, kamp kurma, tekne gezisi, temalı park gezileri, su parkları ve oyunları gibi sportif aktiviteler içeren tatilleri tercih etmektedirler. Bu bağlamda, ebeveynlerin rahatlatma, dinlenme ve çocuklarıyla huzurlu bir tatil geçirme gibi amaçları bulunurken; çocukların amaçları daha çok oyun ve aktivitelerdir (Gram: 2005, 5).

Habibah, Hamzah, Er, Buang ve Selvadurai (2015, 55) Malezya'daki aile dostu turizmin değerlendirilmesi üzerine yaptıkları çalışmada, aile dostu turizmin Malezya turizm bölgesine geç gelmiş olmasına rağmen neredeyse tüm beldeleri ailelerin eğlenmeleri ve eğlenceli vakit geçirebilmeleri adına bir satış politikası olarak farklı tema parkları sunduklarını dile getirmişlerdir. Aile dostu turizmin tanıtım kampanyaları olarak aile üyelerinin su parkları ve su kaydıraklarında veya farklı oyun aktivitelerinde yaşadıkları eğlencenin ve edindikleri macera deneyimlerinin, unutulmaz anlarla birleştirildiğini ifade etmektedirler. Ayrıca farklı tema parklarının sosyal bağları güçlendirdiği, bu durumun da birçok aileye çekici geldiği dile getirilmiştir.

Sobolchi ve Ivanov (2015, 3-4) aile dostu turizm destinasyonu geliştirmek ve Bulgaristan değerlendirmesi üzerine yaptıkları çalışmalarında, buranın çocuklu aileler için nasıl daha cazip hale getirilebilir faktörüne istinaden anket uyguladıkları deneklerden edindikleri bilgilere göre, ailelerin çocuklarıyla birlikte vakit geçirebilecekleri çocuklara yönelik oyun parklarının geliştirilmesi ve artırılması sonucuna ulaşmışlardır.

Türkiye'de ETS tur şirketi tarafından ailelere uygulanan anketler değerlendirilerek çocuklu aile otelleri belirlenmiştir. Bu bağlamda çocuk dostu aile otellerinin sahip olması gereken bazı özellikler belirlenmiştir. Bunlara örnek olarak; aile odaları yani çocuk odasıyla ebeveyn odasının bir kapı ile geçiş yapılabilir şekilde tasarlanmış olması, çocuklar için özel havuzların bulunması, kaydıraklı ve aquaparklı geniş alanların olması ve bu aktivitelerin sunulması, bebek bakıcılığı hizmetinin bulunması, mini kulüplerin olması, lunapark ve oyun parkları imkânlarının bulunması çocuklara özel menülerin ve yiyeceklerin olması, çocuklara özel animasyon gösterilerinin yapılması ve yüz boyama, el işleri, pasta yapımı, tişört boyama, mini voleybol gibi çeşitli oyunlardan oluşan mini kulüp aktivite ve eğlencelerinin yapılması olarak gösterilmektedir (Hürriyet Gazetesi: 2010).

Son olarak, turizmde çocuk faktörü özellikle 2000'li yıllardan itibaren oldukça önemli bir faktör haline gelmiştir. Otel işletmeleri çocuklu ailelere yönelik farklı hizmetler sunmaya başlamışlardır. Ayrıca otel işletmelerinin çocuk dostu otel kategorisine girebilmek için, çocuk menüsü, çocuk kulübü, çocuk havuzu, çocuklara yönelik aktiviteler gibi bazı unsurları uygulamaları gerekmektedir. Bu bağlamda, çocuklu aileler artık çocuklarının daha eğlenceli zaman geçirebilecekleri ve beraber mutlu bir tatil yapabilecekleri otel işletmelerini tercih etmektedirler (Emir ve Pekyaman: 2010, 167).

ARAŞTIRMANIN AMACI VE YÖNTEMİ

Yapılan literatür taramasında ailelerin tatil kararlarında ve satın alma süreçlerinde çocukların önemli bir etkisi olduğu ifade edilmektedir. Aynı zamanda tespit edilen bu bulgular sektörel yöneticiler tarafından da onaylanmaktadır. Bu bağlamda sektör yöneticileri ve otel işletmeleri müşteriler arasındaki ciddi paya sahip olan aile müşteri grubunu çekebilmek ve seçenekler arasında tercih edilmek için çocuk faktörünü göz önüne bulundurmaktadır. Bu bakımdan son yıllarda özellikle çocuklara yönelik farklı aktiviteler sunmaya başlamışlardır. Ailelerin çocuklarıyla birlikte eğlenceli vakit geçirebilecekleri aktivitelerden biri de su parkları ve su kaydırakları olmaktadır. Böylece aileler su aktivitelerinde çocuklarıyla birlikte eğlenerek edindikleri deneyimlerini hatıralarında saklamakta ve otel ile aralarında duygusal bir bağ kurmaktadır. Bu çalışmanın amacı otel işletmeleri ile çocuklar ve aileleri arasında duygusal bir bağ oluşmasında yardımcı olan su parkı ve su kaydırakları üreticisi Polgün Su Kaydırakları şirketini tanıtmak ve çocuklara yönelik ürettiği su grubu ürünlerini sunmak amaçlanmıştır.

Çalışmanın hazırlanmasında yöntem olarak nitel veri toplama yöntemi kullanılmıştır. Nitel araştırma yönteminin herkes tarafından kabul edilebilir bir tanımı olmamasına rağmen, gözlem, görüşme ve döküman analizi gibi nitel veri toplama yöntemleriyle; durum, algı ve olayların doğal ortamlarında gerçekçi ve bütünsel olarak ortaya konulması yönelik nitel bir süreçte uygulanan bir araştırma yöntemi olarak tanımlanabilir (Yıldırım ve Şimşek: 2016, 41). Bu bağlamda çalışma verilerinin toplanmasında

birden fazla veri toplama yöntemi kullanılmış olup; veriler görüşme, gözlem ve doküman incelemesi yöntemlerinden yararlanılarak toplanmıştır. Yıldırım ve Şimşek'e (2016) göre, bir araştırmada birden fazla veri toplama yöntemi kullanılması hem daha detaylı ve daha fazla veri elde edilmesine hem de çalışmanın geçerlilik ve güvenilirliğinin artmasına olanak sağlar. Veri toplama sürecindeki doküman incelemesi aşamasında şirketin kataloğu, broşürü, web sayfası, sosyal medya hesapları, şirket sunumları, şirketin projeleri, ürettiği ürünleri ve şirketin referansları gibi materyaller incelenmiştir. Görüşme yönteminde yarı yapılandırılmış soru formlarından yararlanılmış olup, şirketin sahibi ve departman müdürleri ile görüşülmüştür. Gözlem yönteminde ise, araştırmanın yapıldığı zaman dilimi içinde araştırmacının Polgün Su Kaydırakları şirketinde çalışıyor olma durumundan dolayı yerinde inceleme ve gözleme yapılmıştır.

POLGÜN SU KAYDIRAKLARI ŞİRKETİ

Polgün, hem yetişkinler hem de çocuklar için farklı modellerde su parkı ve su kaydırakları üreten, yerli bir firma olarak dünya çapında projeler yapan sektörünün başarılı şirketlerinden biridir. Polgün, 2002 yılında Türkiye'nin Muğla ilinde faaliyete başlamış olup bugün 50.000 m² açık alan ve 15.000 m² kapalı alanda tam otomatik makineleri, deneyimli uzman kadrosu ve 40 kişi beyaz yaka - 110 kişi mavi yaka olmak üzere yaklaşık 150 personeli, arge destekli üretim sistemi ile dünyanın birçok ülkesine hizmet vermektedir (www.polgun.com).

Şirketin vizyonu, su kaydırakları ve su sistemleri alanında, nitelikli çalışan kadrosuyla beraber sektöründe Türkiye'yi ilk sıralarda temsil eden ve ün yaratan gelen bir şirket olabilmektir. Başarılı bir firma olmanın yanında, hizmet verdiği işletmelerde sürekli memnuniyeti sağlayabilmektir. Şirketin misyonu, günümüz teknolojisi ve bilimi takip ederek, yenilikçi, müşteri memnuniyet odaklı, kaliteli ürün ve güvenilir hizmet sunmaktır. Aynı zamanda amacı da, müşterileriyle sürdürülebilir ilişkiler kurmak, kaliteli ürün ve hizmet vererek müşteri memnuniyetini sağlamak, ISO 9001:2008 Kalite Yönetim Sistemi'ne uygun gelişim göstermek ve sağlam, güvenilir ve saygın bir şirket olabilmektir. Bu bağlamda, güvenilirlik, başarı odaklılık, değer verme, üstün kalite, dürüst ve ahlaklı iş anlayışı, lider olma ruhu, doğruluk, müşteri odaklı çalışma ve müşteri memnuniyeti, takım çalışması ve Polgün'ü sahiplenerek birlikte bir aile olabileme ilkeleri de şirketin değerleridir.

Polgün Su Kaydırakları'nda yapılan işler; üretim öncesindeki satış süreci ve mimari tasarım-mühendislik, satış yapıldıktan sonra üretimin başlaması ve üretilen ürünlerin montajı-uygulanması, proje tamamlandıktan sonraki hizmet ve garanti süreci-bakımları olmak üzere genel olarak üç başlık altında toplanabilir.

Polgün'ün ilk iş alanı üretim öncesindeki satış süreci, müşteri ile ilk iletişimde bulunulan aşama olup, bu süreçte hem müşteriler doğrudan şirkete mail ya da telefon aracılığıyla ulaşırlar hem de şirket sahibi, satış müdürleri ve yetkilileri aracılığıyla potansiyel müşteriler keşfedilir. Sonrasında gelen talebe istinaden proje ekibi olarak mühendisler ve teknikerler tarafından mimari tasarım ve vaziyet/saha planlama çalışmaları yapılır. Müşterinin talebi doğrultusunda istek ve arzuları göz önünde bulundurularak bir taslak mimari veya saha projelendirilmesi çalışılır. Gerektiği durumlarda müşterinin alanının hesaplamalarının yapılması ve müşteriye projesi hakkında farklı değerlendirmeler ve fikirlerle destek olmak için satış müdürleri ve yetkilileri tarafından müşteri ziyaret edilir. Proje ekibi tarafından hazırlanan mimari ve proje planları, satış ekibi tarafından bütçelendirilerek müşteriye iletilir. Eğer müşteri isterse, proje planında tekrar gelen talebe istinaden düzeltmeler yapılabilir. Sonrasında müşteri projeyi onayladığında sözleşme yapılır ve üretime başlanır. Ayrıca sözleşme yapıldıktan sonra su parkının kurulacağı bölge dikkate alınarak altyapı çalışmalarına gerekli destek verilir.

İkinci iş alanı satış yapıldıktan ve sözleşme imzalandıktan sonraki üretim sürecinde ürünler kalite standartlarına uygun hammaddeler kullanılarak tecrübeli üretim ekibi tarafından disiplinli bir çalışma ortamında üretilir. Üretilen ürünlerin her bir parçası kontrol edildikten sonra müşterinin adresine sevk edilir. Sonrasında ürünlerin montajı ve uygulanması süreci başlar, bu süreçte ürünler sözleşmede anlaşılan zamana göre hatasız bir şekilde montajı yapılır ve çalışır duruma getirilir, akabinde test ve denemeler sonrasında proje/iş müşteriye teslim edilmiş yani tamamlanmış olur.

Son iş alanı olarak satış ve projenin teslimi sonrası hizmet sürecinde, ürünler iki yıl şirketin garantisi altındadır. Bu bağlamda ürünlerin kullanım süreci boyunca doksan günlük periyodik bakım ve yıllık

bakımları, garanti süreci içinde ücretsiz olarak yapılır.

Polgün Su Kaydırakları ürünlerini, bir kompozit üretim tekniği olan ve yoğunlukla havacılık sektöründe parça ve donanım imalatında kullanılan RTM (Resin Transfer Molding/Reçine Transfer Kalıplama) teknolojisi ile üretmektedir. Aynı zamanda Polgün, RTM teknolojisini sektöründe uygulayan dünyadaki ilk firmalardan biridir. Bu bağlamda RTM teknolojisinin avantajları oldukça fazladır. En önemli avantajları; ürünlerin dış yüzeylerinin de iç yüzeyleriyle aynı parlaklığa sahip olması, mükemmel bir görsellik sunması, daha az toz tutması, kolay temizlenebilir olması, dünyada mevcut en üst kalitede ürünlerin üretilmesi, standart üretim sağlaması, hata toleranslarının çok düşük olması, daha hızlı ve hatasız üretimin kolaylaşması ve daha da önemlisi çevrede daha az atık meydana getirmesi, daha çevreci çalışma koşullarının olması ve çevre dostu bir teknoloji olması sebebiyle sürdürülebilir olması olarak ifade edilebilir. Ayrıca, şirket kalite ve güvenlik konularında çok titiz olmasından dolayı ISO 9001:2015 Kalite Yönetim Sistemi standartlarına göre ürünlerini üretmektedir. Çocukların güvenliğinin ne kadar önemli ve değerli olduğunu bilerek, çocuklara yönelik su kaydırakları, animasyonlar, oyun grupları ve havuz eğlence ürünlerinde daha hassas davranmakta ve taviz vermemektedir. Bu bağlamda, TS EN-1176 Çocuk Parkı Standartları'na göre özellikle de TS EN-1176/3 kaydıraklar için ilâve özel güvenlik kuralları ve deney yöntemleri standartlarına uygun olarak çocuk su grubu ürünlerinin üretimi yapmaktadır.

Son olarak, şirketin ürün yelpazesi oldukça geniş olduğu dile getirilebilir. Bu bağlamda ürünler; yetişkin kaydırakları (standart kaydıraklar, hızlı kaydıraklar, botlu kaydıraklar, ekstrem kaydıraklar), çocuk kaydırakları (çocuklara yönelik su kaydırakları, animasyon grubu kaydıraklar, sulu oyun alanları ve ürünleri, duş ve şelale ürünleri), interaktif oyun kuleleri, çeşitli figürler ve ekstrem havuz aktiviteleri (tembel nehir, çılgın nehir, dalga havuzu ve sörf havuzu) olarak gruplandırılabilir. Bu çalışmada, şirketin ürün çeşitleri/grupları arasından özellikle çocuklara yönelik olan ürünleri üzerinde durulmuştur.

POLGÜN SU KAYDIRAKLARI'NIN ÇOCUKLARA YÖNELİK ÜRÜNLERİ

Şirketin çocuk aktivelere ve çocuk ürünleri oldukça çeşitli olup ürünler kendi tiplerine uygun olarak gruplandırılmaktadır. Bu bakımdan çocuk ürünleri; çocuklara yönelik su kaydırakları grubu, animasyon kaydırakları grubu, sulu oyun alanı ürünleri grubu, duş ve fiskeye ürünleri grubu, interaktif oyun kuleleri grubu ve çeşitli figürlerden oluşan grup olmak üzere altı grupta değerlendirilmektedir. Ayrıca çocukların yaş grubu göz önünde bulundurularak, ekstrem havuz aktiviteleri olarak adlandırılan tembel nehir, dalga havuzu ve sörf havuzu aktivitelerini, çocuklar da ya aileleriyle ya da eğitmenler ile birlikte yapabilmektedirler. Daha önce belirtildiği gibi, şirket çocuk ürünlerini, çocukların güvenliğinin ne kadar önemli ve değerli olduğunu bilerek ürünlerin üretimlerinde daha hassas davranmakta ve bu konuda taviz vermemektedir. Bu sebeple ürünleri, TS EN-1176 Çocuk Parkı Standartları'na göre özellikle de TS EN-1176/3 kaydıraklar için ilâve özel güvenlik kuralları ve deney yöntemleri standartlarına uygun olarak üretmektedir. Fakat bu noktada şunu da belirtmek gereklidir ki; otel işletmeleri çocuk oyun grubu ürünlerini ve çocuk havuzunu kullanan çocukların her türlü ihtimale karşı güvenlikleri için personel görevlendirmelidir. Güvenlik bakımından zaten yetişkin kaydıraklarında da aynı durum söz konusudur. Bu bağlamda, genellikle otel işletmeleri çocukların oyun aktivitelerinde onlara göz kulak olmak ve eşlik etmek amacıyla çocuk klübü ve animasyon ekibi çalıştırmakta ve bu sorumluluğu/iş görevini onlar üzerinden yürütmektedir.



Kaynak: Polgün Su Kaydırakları, www.polgun.com.

Ürün gruplarından ilki olarak çocuklara yönelik su kaydırakları grubu, animasyon kaydırakları grubu ile yetişkin kaydırak grupları arasında olup 7 ile 15 yaş grubu arasındaki çocuklara hitap eden ara ürün grubu olmaktadır. 80 cm'lik havuz derinliği çocuklara yüzme imkânı ile birlikte büyük/yetişkin kaydıraklarına alıştırmaya olanağı sunmaktadır. Ayrıca temalı ve renkli boyamaları ile otel ya da tesis görseline de etkili bir avantaj da sağlamaktadır. Çocuklara yönelik su kaydırakları grubunun, kendi içinde beş farklı çeşidi bulunmaktadır. Bunlar yukarıdaki Şekil-1'deki görsellerden de görülebileceği üzere; Kids Compact Slide, Kids Aquatube, Kids Freefall, Kids Multi Slide ve Kids Wide Slide olarak adlandırılmaktadır.

Şekil-2: Animasyon Kaydırak Çeşitleri



Kaynak: Polgün Su Kaydırakları, www.polgun.com.

Şirketin çocuklara yönelik olan ikinci ürün grubu, animasyon kaydırakları grubudur. Animasyon kaydıraklar, çocukların korku yaşamadan güvenli bir şekilde suya alışmalarını ve eğlenceli vakit geçirmelerini sağlamak üzere farklı çeşitleri bulunmaktadır. 2 ile 7 yaş grubu arasındaki çocuklara hitap eden bu kaydıraklar, çocukların yetişkinlerin denetiminde kaymalarına imkân sağlamaktadır. Animasyon grubu kaydıraklar kendi içinde oniki farklı çeşidi bulunmaktadır. Bunlar yukarıdaki Şekil-2'deki görsellerden görüleceği üzere sırasıyla; ahtapot kaydırak, yılan kaydırak, mini ahtapot kaydırak, anka kuşu kaydırak, mini gökkuşağı kaydırak, fil kaydırak, melek balığı kaydırak, tavşan kaydırak, küçük korsan gemisi kaydırak, minilay kaydırak, kurbağa kaydırak ve tepegöz kaydırak olarak çeşitlendirilmiştir.

Şekil-3: Sulu Oyun Alanları ve Ürünleri





Kaynak: Polgün Su Kaydırakları, www.polgun.com.

Üçüncü ürün grubu olan sulu oyun alanı grubu ürünleri, çocuk havuzlarının ve interaktif oyun kulelerinin tamamlayıcı oyun alanı olarak sunulmaktadır. Özellikle küçük yaş çocuk grubunun ve havuza girmekten korkanlar için üretilen bir sulu oyun alanlarıdır. Sulu oyun grupları standart ölçü ve temalarda üretilebilmesinin yanı sıra değişik konseptlerde, temalarda ve büyüklükte üretilmesi de mümkün olmaktadır. Yukarıda Şekil-3'teki görsellerde sulu oyun alanları ve ürünleri gösterilmektedir.

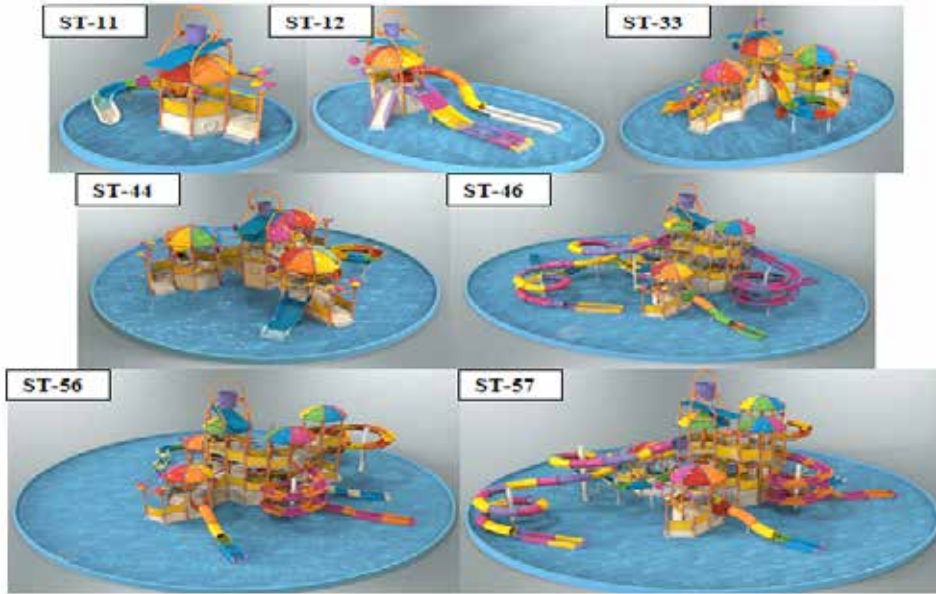
Şekil-4: Duş ve Fıskiye Grubu Ürünleri



Kaynak: Polgün Su Kaydırakları, www.polgun.com.

Dördüncü ürün grubu olan duş ve fıskiye ürünleri grubu, çeşitli figürlerde üretilmekte olup kendi içinde yedi farklı çeşidi bulunmaktadır. Bunlar yukarıdaki Şekil-4'te bulunan görsellerde görülebileceği üzere; yunus fıskiye, fok fıskiye, karides fıskiye, flamingo duş, dino duş, palyaço duş ve mantar şelale olarak üretimi yapılmaktadır.

Şekil-5: Temasız - İnteraktif Oyun Kuleleri ve Çeşitleri



Kaynak: Polgün Su Kaydırakları, www.polgun.com.

Şekil-6: Temalı - İnteraktif Oyun Kuleleri ve Çeşitleri



Kaynak: Polgün Su Kaydırakları, www.polgun.com.

Şirketin diğer bir ürün grubu da interaktif oyun kuleleri grubu ve modelleridir. Son trend olan interaktif oyun kuleleri çocukların genellikle en çok eğlendikleri çeşitli kaydırak ve oyun ürünlerinden oluşan bir parkur olarak ifade edilebilir. Kovadan dökülen sular, dönen değirmenler, tırmanma parkurları, patlayan sular, su tabancaları ve bunlarla beraber su kaydırakları, fiskiyeler, kovalar, şelaleler gibi birçok ürünlerden meydana gelen ve küçükler kadar büyüklerin de ilgi odağı olan, çocukların aileleriyle beraber birlikte eğlenebilecekleri sulu oyun kuleleri olarak tanımlanabilir. Bu interaktif oyun kuleleri çeşitli büyüklüklerde ve farklı temalarda üretilebilmektedir. Ayrıca şirketin farklı bir ürünü olan korsan gemisi de interaktif grubun içinde gösterilebilir. Yukarıda Şekil-5'te bazı temasız interaktif oyun kuleleri ve Şekil-6'da bazı temalı interaktif oyun kuleleri görselleri yer almaktadır.

Şekil-7: Figürler



Kaynak: Polgün Su Kaydırakları, www.polgun.com.

Şirketin son olarak figürler ürün grubu, kaydırak olmamasına rağmen özellikle çocuklara yönelik olup dikkatlerini çekmek ve cezbetmek amacıyla üretilmektedir. Ayrıca, figürler çeşitli çocuk gruplarında ve yetişkin kaydıraklarında ambiansı süslemek ve atmosferi daha iyi yansıtmak adına etkili yardımcı ürünlerdir. Yukarıda Şekil-7'deki görselde bazı figürler gösterilmiştir.

Son olarak şirketin ekstrem havuz aktiviteleri olarak adlandırdığı tembel nehir, dalga havuzu ve sörf havuzu aktiviteleri, daha çok yetişkinlere yönelik olmasına rağmen çocukların yaş grubu göz önünde bulundurularak, aileleriyle ya da eğitmenler ile birlikte yapabilmelerine izin verilmektedir.

Dalga havuzunun çalışma mantığı, fanların basınç tüpüne bastığı basınçlı havayı pinomatik pistonların PLC (Programlanabilir Mantıksal Denetleyici) yardımı ile açıp kapatarak basınç odalarına/gözlere aktarması ve basınçlı havanın su kütesini itmesidir. Değişik dalga formları için farklı gözlere eşzamanlı olarak basılan hava PLC yardımı ile ayarlanabilmektedir. İşletme açısından kullanıcı sayısının yüksek olup işletme ve bakım maliyetlerinin düşük ve sorunsuz bir sistem olması, PLC ile otomatik çalışması bu aktivitenin tercih edilme sebeplerindedir.

Tembel nehir, suyun 0,5 m/sn ile 1,5 m/sn arasındaki bir hızla nehir derinliği 1.20 metreyi geçmeyen halka şeklinde suyun devamlı bir yöne itilmesiyle oluşturulan bir sistemdir.

Suya denge ile meydan okuyarak hem motivasyon artırıcı hem de fiziksel olarak kişiyi zorlayıcı ve güçlendirici bir ürün olan sörf havuzu, basit ve gelişmiş modelleri ile her yaş grubuna hitap ederek otellere/tesislere farklı bir imaj kazandırmaktadır. Bu bağlamda, aktivitelere ilişkin görseller, aşağıda Şekil-8'de gösterilmektedir.

Şekil-8: Ekstrem Havuz Aktiviteleri Olarak Nitelendirilen Ürünler



Dalga Havuzu

Tembel Nehir

Sörf Havuzu

Kaynak: Polgün Su Kaydırakları, www.polgun.com.

ÇOCUKLARA YÖNELİK ÜRÜNLERDE GÜVENLİK UNSURU

Şirketin değerleri arasında güvenilirlik, üstün kalite, değer verme ve müşteri odaklılık unsurları bulunmakta olup şirket kalite ve güvenlik konularında titiz davranmaktadır. Bu bağlamda kalite ile ilgili olarak ISO 9001:2008 Kalite Yönetim Sistemi ve ISO 9001:2015 Kalite Yönetim Sistemi standartlarına

göre; güvenlik ile ilgili olarak özellikle yetişkin kaydırak ürünlerinde TS EN 1069-1/2 Türk Standardı Su Kaydırakları Güvenlik Gereklere ve Deney Yöntemleri/ Talimatları ve özellikle çocuk grubu ürünlerinde TS EN 1176-1/3 Türk Standartları Oyun Alanı Elemanları ve Zemin Düzenlemeleri/ Kaydıraklar İçin İlave Özel Güvenlik Kuralları ve Deney Yöntemleri kurallarına uygun olarak üretim yapmaktadır. Ayrıca üretim teknikleri ve üretim aşamaları Proje ve Uygulama Departmanları'nın Mühendis Müdürleri tarafından kontrol edilmektedir.

Çocuk ürünlerinde özellikle dikkat edilen güvenlik konuları; kıyafet sıkışması, parmak sıkışması, sivri çıkıntılar, düşme yüksekliği, merdivenler, kaydıraklar olmaktadır (TS EN 1176-3).

- Kaydırak ve tırmanma elemanları gibi ekipmanlarda çocukların kıyafetleri (özellikle anoraklarındaki ipler) sıkışabilir ve tehlikeli durumlar oluşabilir. Bu tip sıkışmaların varlığını test edebilmek için EN 1176'da oynak mafsal isimli bir test deney mastarı tasarlanmıştır. Kaydırakları test etmek için oynak mafsal kullanılır. Bu bağlamda, mastarın ucundaki halka herhangi bir yere sıkışmıyorsa kaydırak EN 1176'ya kıyafet sıkışması bakımından uygun bulunmaktadır.
- Çocukların parmakları küçük boşluklara sıkışabilir. Bu gibi boşluklar ya çocukların parmaklarının girmeyeceği kadar dar ya da girdiği zaman rahatlıkla çıkabileceği kadar geniş olmalıdır. Bu tip sıkışmaların varlığını test edebilmek için EN 1176'da bir deney mastarı tasarlanmıştır. Buna göre, mastarın dar kısmı çocukların erişebileceği bir yerde bir boşluğa giriyorsa kalın yeri de girebilmelidir.
- Çocuk parklarında 8 mm'den daha fazla çıkıntı olmamalıdır. 8 mm'den fazla çıkıntılar ya cıvata muhafaza kapağı ile kapatılmalı ya da bir şey ile gizlenmelidir.
- Düşme yüksekliği bir ürünün tasarlandığı biçimde kullanıldığında çocukların yere düşebileceği en yüksek noktadaki ayak hizasının yerden yüksekliği demektir. Düşme yükseklikleri her ürün için farklıdır ve üretici tarafından belirtilmelidir.
- Merdivenlerin basamak uzunlukları en az 140 mm olmalı ve yukarıdan bakıldığında basamaklar arasında en fazla 30 mm boşluk bulunması gerekmektedir.
- Düşme yüksekliği 1 metreden yüksek olan kaydıraklarda, çocukların kaymadan önce oturmalarını sağlamak için bir bariyer gereklidir. Kaydırakların açısı ortalamada 40 dereceyi, en dik yerinde ise 60 dereceyi geçmemelidir. Kaydırak çıkışlarında minimum radius 50 mm olmalıdır. Kaydırak çıkışlarının yerden yüksekliği, düşme yüksekliği 1500 mm'den küçük olan kaydıraklarda en fazla 200 mm, büyük olan kaydıraklarda 350 mm olmalıdır. Spiral kaydıraklar kule direklerinden en az 1 metre uzakta olmalıdır. Tüp kaydıraklarda minimum çap 75 mm olmalıdır.

ŞİRKET REFERANSLARI VE UYGULANAN PROJELER

Şirketin hem yurt içinde hem de yurt dışında olmak üzere birçok referansı bulunmaktadır (www.polgun.com). Yurt içinde; Antalya, Alanya, Adapazarı, Adıyaman, Afyon, Afyonkarahisar, Amasra, Adana, Ankara, Aydın, Balıkesir, Bodrum, Bursa, Çeşme, Çanakkale, Denizli, Didim, Dalaman, Datça, Diyarbakır, Düzce, Elazığ, Edirne, Fethiye, Gümüşhane, İskenderun, Hatay, İzmir, İstanbul, Kuşadası, Kastamonu, Kahramanmaraş, Kocaeli, Kütahya, Kırşehir, Kırıkkale, Kayseri, Marmaris, Manisa, Mardin, Mersin, Niğde, Ordu, Sinop, Sivas, Samsun, Sakarya, Şırnak, Şanlıurfa, Tekirdağ, Tunceli, Tokat, Uşak, Yozgat, Zonguldak illerinde olmak üzere birçok referansı bulunmaktadır. Yurt dışında ise, Almanya, Arnavutluk, Azerbaycan, Bulgaristan, Dubai, Gürcistan, Irak, İran, İspanya, İtalya, Kazakistan, Kıbrıs, Libya, Mısır, Rodos, Romanya, Rusya, Sırbistan, Slovakya, Tunus, Türkmenistan, Ürdün, Yemen, Yunanistan gibi ülkelerde yaptığı birçok projesi vardır. Şekil-9 ve Şekil-10'da şirketin yaptığı bazı çocuk ürünlerine dair referansları gösterilmektedir.

Şekil-9: Çocuk Kaydırakları Ürünleri ve Bazı Uygulanmış Projeler



Kaynak: Polgün Su Kaydırakları, www.polgun.com.

Şekil-10: Çocuk Grubu Ürünleri ve Bazı Uygulanmış Projeler



Kaynak: Polgün Su Kaydırakları, www.polgun.com.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Günden güne tatile çıkan aile sayısı gittikçe artmaktadır. Bu bağlamda, otel işletmelerinde konaklayan ve tatillerini geçiren ailelerden oluşan müşteri grubu da artmaktadır. Bu durum, otel işletmecilerinin dikkatlerini çekerek ailelere yönelik ürün ve hizmetler sunmalarına sebep olmaktadır. Aileler yoğun iş hayatı yüzünden yeterince çocuklarıyla ilgilenemediklerinden, tatillerinde bu açığı kapatmak ve çocuklarıyla birlikte mutlu vakit geçirmek istemektedirler. Bu sebeple aileler otel seçimlerinde çocuklarının da ihtiyaç ve taleplerine önem vererek çocuklarıyla beraber güzel bir tatil yapabilecekleri, kendileri için en uygun otelleri tercih etmektedirler. Bu bağlamda, çocukların satın alma karar sürecinde önemli etkileri

bulunmaktadır. Otel işletmeleri ailelerin tatil seçimlerinde etkili olabilmek için çocuk faktörünü göz önünde bulundurarak, özellikle çocuklara yönelik hizmet ve aktiviteler sunmaya başlamışlardır. Son zamanlarda otelcilik sektöründe trend olan çocuk dostu otel olabilmek gittikçe önem kazanmaya başlamıştır. Aileler de tatilleri için otel seçimlerinde buna dikkat etmekte ve otelin sunduğu imkân/hizmetlere göre tercihlerini yapmaktadırlar. Çocuk dostu otel olarak adlandırılan otel işletmelerinin çocuklu aileler için sunduğu hizmetler arasında, çocuklara yönelik yatak ve dolap bulunması, çocuk mönüleri, çocuklara yönelik masa-sandalyelerin olması, çocuk kulübünün olması, çocuk havuzunun bulunması, çocuklara yönelik eğlence aktivitelerinin olması, çocuk parklarının olması, su parkı ve su kaydıraklarının olması, çocukların güvenliği için daha çok tedbirlerin alınması ve çocuk bakımı hizmetinin bulunması gibi özellikler gösterilmektedir.

Bu çalışmada, otel işletmelerinin çocuklu ailelere yönelik bir farklılık oluşturarak onların dikkatlerini çekmek amacıyla sundukları bir hizmet olan ve aynı zamanda çocukların ve ailelerin birlikte eğlenebilecekleri aktivitelerden biri olan su parkı ve su kaydırakları değerlendirilmiştir. Yapılan literatür taramasında, birçok çalışmada çocuk aktiviteleri içinde değerlendirilen su kaydıraklarının ve aquaparkların ailelerin otel tercihlerinde oldukça önemli yere sahip olduğu bulunmuştur (Aymankey ve Ceylan: 2013, Emir ve Pekiyan: 2010, Sobolchi ve Ivanov: 2015). Bu bağlamda su parkı ve su kaydırakları üretici firması olan Polgün Su Kaydırakları incelenmiş ve çocuklara yönelik ürünleri değerlendirilmiştir. Polgün Su Kaydırakları'nın ürünleri incelendiğinde, otel işletmelerine çeşitli ürün gruplarından oluşan birçok farklı ürün sunduğu görülmektedir. Ayrıca şirket sahibi ve departman müdürleri ile yapılan görüşmelere istinaden, bu ürünlerin çocukların yaş gruplarına göre ayrıldığı ve gerekli güvenlik kuralları çerçevesinde üretildiği belirtilmektedir. Çalışmada, şirketin yaptığı bazı proje referansları ve ürettiği ürünler de gösterilmektedir. Sonuç olarak Polgün Su Kaydırakları, çocuklara yönelik ürettiği su parkı ve su kaydırakları ürünleriyle otel işletmelerine katkı ve kazanç sağlamakta ve çocuklu aileler ile otel işletmeleri arasında bir bağ kurulmasında yardımcı olmaktadır.

KAYNAKÇA

- Aslan, N. (2009). An Examination of Family Leisure and Family Satisfaction Among Traditional Turkish Families. *Journal of Leisure Research*, 41 (2), 157-176.
- Assael, H. (1995). *Consumer Behavior and Marketing Action*. Fifth Edition, Cincinnati: South Western College Publishing.
- Aygün, İ. (2006). Çocukların Ailede Satın Alma Kararları Üzerine Etkileri ve Bir Uygulama. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Gebze.
- Aymankey, Y. Ceylan, U. (2013). Ailelerin Turistik Ürün Satın Alma Karar Sürecinde Çocukların Rolü: Yerli Turistler Üzerine Bir Araştırma. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 12 (45), 105-122.
- Caruana, A. Vassallo, R. (2003). Children's Perception of Their Influence over purchases: The Role of Parental Communication Patterns. *The Journal of Consumer Marketing*, 20 (1), 55-56.
- Çakır, E. (2006) Satın Alma Kararında Çocukların Rollerini. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Üretim Yönetimi ve Pazarlama Bilim Dalı, Yayınlanmamış Master Tezi.
- Ekasası, S. R. (2005). The Role of Children in Family Decision Making: A Theoretical Review, *Edisi Khusus Js on Marketing*, 25-41.
- Emir, O. Pekiyan, A. (2010). Çocuklu Ailelerin Otel İşletmesi Seçiminde Etkili Olan Faktörler: Afyonkarahisar'da Bir Uygulama. *Yönetim ve Ekonomi*, Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F. Manisa, 17 (2), 159-181.
- Gram, M. (2005). Family Holidays: A Qualitative Analysis of Family Holiday Experiences", *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 5 (1), 2-22.
- Habıbah, A. Hamzah, J. E, Ah, C. Buang, A. and Selvadurai, S. (2015). Appraisal of Family-Friendly Tourism in Malaysia. *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, 10 (1), 37-62.
- Hall, S. M. and Holdsworth, C. (2016). Family Practices, Holiday and the Everyday. *Mobilities*. 11(2), 284-302.
- <http://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/cocuk-dostu-oteller-14051915>. E.T.: 12/03/2018.
- İşin, F. B. (2001). Beş-Altı Yaş Çocuklarının Ailenin Satın Alma Davranışına Etkisi Üzerine Bir Araştırma. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Başkent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim

Dalı, Ankara.

Icoz, O. (1996) Turizm İşletmelerinde Pazarlama. Anatolia Yayıncılık, Ankara.

<http://www.polgun.com>. E.T.: 11/01/2018.

Schänzel, H. Yeoman, I. Backer, E. (Editors.), (2012). Family Tourism. Multidisciplinary Perspectives. Bristol: Channel View Publications.

Shaw, S. M., Havitz, M. E. and Delamere, F. M. (2008). I Decided to Invest in My Kids' Memories: Family Vacations, Memories, and the Social Construction of the Family. *Tourism, Culture and Communication*, 8(1), 13-26.

Sobolchı, A. Ivanov, S. (2015). Developing a family friendly tourist destination: the case of Byala, Bulgaria. *Tourism Today* 15, 139-145.

Sonmez, S. (2006). 7-12 Yaş Arasındaki Çocukların Aile Satın Alma Kararlarına Etkisi Üzerine Bir Araştırma. Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

Swarbrooke, J. Horner, S. (1999). *Consumer Behaviour in Tourism*, Butterworth- Heinemann, Oxford.

Thornton, P.R. shaw, G. and Williams, A.M. (1997) Tourist Group Holiday Decision-Making and Behaviour: The Influence of Children. *Tourism Management*, 18(5), 287-297.

Türk Standartları Enstitüsü, (2009). Oyun Alanı Elemanları ve Zemin Düzenlemeleri – Bölüm 3: Kaydıraklar İçin İlave Özel Güvenlik Kuralları ve Deney Yöntemleri, TS EN 1176-3, Ankara.

Wang, K. C., Hsieh, A. T. Yeh, Y. C. and Tsai, C. W. (2004). Who is The Decision-Maker: The Parents or The Child in Group Package Tours. *Tourism Management*, 25 (2), 183-194.

Yıldırım, A. Şimşek, H. (2016). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık, 10. Baskı, Ankara.

SİVAS İNTERDİSİPLİNER TURİZM ARAŞTIRMALARI DERGİSİ YAZIM KURALLARI

- Sivas İnterdisiplinler Turizm Araştırmaları Dergisi'ne gönderilen çalışmalar, öncelikle şekil ve içerik yönünden dergi editörlüğü tarafından ön değerlendirmeye tabi tutulmakta uygun bulunması durumunda daha sonra hakemlere gönderilmektedir.
- Tüm yazılar; Amerikan Psikologlar Birliği (American Psychological Association, APA) tarafından yayınlanan "The Publication Manual of the American Psychological Association (6th Edition)" isimli kaynakta belirtilen yazım ilkelerine uygun olarak yazılmalıdır.
- Dergiye gönderilecek tüm metin Microsoft Word programında yazılmalıdır, tüm gövde metni iki yana yaslı olmalıdır, tüm başlıklar sola yaslı olmalıdır. Yazı tipi Times New Roman, yazı boyutu 12 punto, sayfa kenar boşlukları ise üstten 2,5cm, alttan 2,5cm, sağdan 2,5cm ve soldan 2,5cm olmalıdır. Paragraf başı 1cm içeriden yapılmalıdır. Satır araları 1,5 olmalıdır. Paragraflar arasında üstten ve alttan 6nk boşluk bırakılmalıdır.
- Çalışmada birinci derece başlıklar büyük harfler ile koyu, ikinci derece alt başlıklar kelimelerin ilk harfleri büyük ve koyu, üçüncü derece alt başlıklar sadece ilk harf büyük ve koyu şekilde yazılmalıdır. Örnek;

1. GİRİŞ
 - 1.1. XXXXXX XXXXXX XXXXXX
 - 1.1.1. XXXX XXXXX
 - 1.1.2. XXXXX XXXXXXXXXXXXX
 - 1.2. XXXX XXXXXXXX
 2. XXX XXXXXXX XXXX
 - 2.1. XXXXXXX XXXXXX XXXXXXX
 - 2.1.1. XXXX XXXXX
 - 2.1.2. XXXXX XXX XXXXX
 - 2.2. XXXX XXXXXXXX
 - 2.3. XXX XXXX
3. SONUÇ
4. KAYNAKÇA
- 5.

- Dergiye sunulan makaleler ya da diğer çalışmaların Türkçe hazırlanmış olması gerekir. Ayrıca çalışmada 150-250 kelime arası İngilizce ve Türkçe özet ile birlikte İngilizce başlık da yer almalıdır.
- Özetlerde; amaç, yöntem, bulgular ve sonuç bilgilerinin yer almasına özen gösterilmelidir.
- Anahtar kelimeler 5'ten fazla olmamalı, hem Türkçe hem de İngilizce olarak belirtilmelidir. Özetlerde kısaltma kullanılmamalıdır.
- Dipnotlar, grafikler ve tablolar olabildiğince atıf yapılan sayfada veya hemen devamında yer almalıdır. Grafik ve tabloların altındaki notlar, bu materyalleri ana metne bakmaksızın anlaşılabilir hale getirme amacını taşımalıdır. Tablo, grafik ve şekillerin kaynakları ise sol altta Times New Roman karakteri ile 9 punto olarak verilmelidir.
- Tablo, grafik ve şekillerin isimleri Times New Roman karakteri ile 12 punto, numaralandırılması sırasıyla "1, 2, 3..." şeklinde verilmelidir. Tabloların ve grafiklerin numarası ve ismi üstte, şekillerin numarası ve ismi ise altta olmalıdır.
- Metinde kaynaklara atıfta bulunurken yazarların soyadı ve yayın tarihi (ve gerekliyse sayfa bilgisi) kullanılmalıdır.

Örneğin:

- Karaca (2012)...;
- Şahin (2016) Tuna (2007: 182)...;
- Yılmaz (2016: 935-941)...;
- Batdı & Elaldı (2016) 'e göre...;
- Karaca (2012) 'e göre...
- Tuna & Yeşiltaş (2014)...
- Üner, Aktepe & Tuna (2004)...

- APA atıf formatına uygun olarak, atıfta bulunulan kaynağın yazar sayısı 3 ile 5 arasında ise, kaynağa metin içinde ilk geçtiği yerde yukarıdaki gibi atıfta bulunulur:
 - Yılmaz, Sarı, Bağcı, Gümüş & Özdemir (2015: 209-214).
- Aynı kaynağa daha sonra yapılan atıflarda ilk yazarın ismi ile birlikte “ve ark.” ifadesi kullanılır:
 - Yılmaz ve ark. (2015: 209-214).
- Yazar sayısı 6 veya daha fazla ise atıf, metin içinde ilk geçtiği yerde ve sonrasında Üner ve ark. (2005: 154-198) olarak verilmelidir.
 - Cümle sonunda birden fazla esere atıfta bulunuluyorsa bu kaynaklar parantez içinde alfabetik sıra ile verilmelidir. Örneğin: ...(Yılmaz, 2015; Elaldi ve ark., 2016; Yeşiltaş, Kanten & Gürlek, 2007).
- Çalışmada kullanılan kitap, makale, bildiri, tez ve teknik not gibi kaynaklar, çalışmada alfabetik sıra ile kaynakça kısmında yer almalıdır.
- Çalışmalar “Giriş, Kavramsal Çerçeve (veya Yöntem), Bulgular (Uygulamalı Çalışmalarda), Sonuç-Öneriler ve Kaynakça” bölümlerinden oluşmalıdır.

KAYNAKÇA GÖSTERİMİ

- Tek yazarlı kitap: SOYADI, A. (Yıl), Kitabın Adı (İtalik), Şehir: Yayınevi.
 - BORTON, H. (1970), Japan’s Modern Century, New York: The Ronald Press Company.
- Birden çok yazarlı kitap: SOYADI, A., SOYADI, A., SOYADI, A. (Yıl), Kitabın Adı (İtalik), Şehir: Yayınevi.
 - NIVISION, D., WRIGHT, A., ve BARY, W. (1959), Confucianism in Action, Stanford: Stanford University Press.
- Kitap bölümü: SOYADI, A. (Yıl), Bölümün başlığı, Editörün A. SOYADI içinde, Kitabın Adı (İtalik) (s. sayfa aralığı) Şehir: Yayınevi.
 - WATSON, J.(1998), Engineering Education in Japan After the Iwakura Mission, I. Nish içinde, The Iwakura Mission in America and Europe: A New Assessment (s. 108-112), Surrey: Japan Library.
- Dergi makalesi: SOYADI, A. (Yıl), Makalenin başlığı, Derginin adı (İtalik), Cilt(Sayı), syf.
 - HOLMES, S. (2004), An Extraordinary Odyssey: The Iwakura Embassy Translated, London Review Journal, 59(1), 83-119.
- İnternet Alıntısı: SOYADI, A. (Yıl), Başlık (İtalik), ... tarihinde ... sitesi: ... adresinden alındı.
 - NARANGO, L. (2000), Japan’s Modernization: The Iwakura Mission to Scandinavia in 1873, 18 Şubat 2017 tarihinde Aarhus Üniversitesi: http://kontur.au.dk/fileadmin/www.kontur.au.dk/OLD_ISSUES/pdf/kontur_02/li_narango.pdf adresinden alındı.

Not: Atıf yapma hususunda daha detaylı bilgi için; <http://www.apastyle.org>

