

İkinci Konut Sahipliğinde Motivasyon Kaynakları: Yalova-Çınarcık Örneği

Motivation resources in second home ownership: the case of Yalova-Çınarcık

Ayşe Okuyucu^{1*}, Mehmet Somuncu²

¹Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Coğrafya Bölümü, Bilecik

²Ankara Üniversitesi, Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi, Coğrafya Bölümü, Ankara

Özet

Son dönemlerde turizm çalışmaları genel turizm motivasyonundan ziyade spesifik grup motivasyonlarına odaklanmaktadır. Bu nedenle bu çalışmada Çınarcık ilçe merkezindeki ikinci konut sahiplerinin, ikinci konut edinme ve seyahat motivasyonu altında yatan faktörleri tanımlamak amaçlanmıştır. Çalışmada diğer amaç; motivasyon faktörleri ile sosyo-demografik özellikler ve seyahat karakteristikleri arasındaki önemli farkları belirlemektir. Çınarcık Yalova iline bağlı bir ilçedir. Araştırmada kolayda örnekleme yöntemi ile seçilen 370 ikinci konut sahibine anket uygulanmıştır. Anketlerden elde edilen veriler IBM SPSS Statistics 20.0 paket programı ile analiz edilmiştir. İkinci konut sahiplerinin temel özelliklerini, ikinci konutlara yaptıkları hareketin yapısını belirlemek üzere, verilerin sıklık ve yüzde değerleri kullanılarak çözümlenmesine gidilmiştir. Bunun yanı sıra çalışmada faktör analizi uygulanmıştır. Ortaya çıkan faktör ve ifadelerle atfedilen önem puanlarının aritmetik ortalama ile standart sapmaları hesaplanmıştır. Çalışmada ayrıca, ortaya çıkan faktörlerin, sosyo-demografik ve seyahat karakteristikleri değişkenleri arasında anlamlı farklılıklar olup olmadığı tespit edilmiştir. Grupların varyansları homojen olduğundan karşılaştırmalarda t-testi ve tek yönlü varyans analizi (ANOVA) kullanılmıştır. Anlamlı farklılık belirlenen gruplarda, farklılığın kaynağı Tukey testi ile tespit edilmiştir. Faktör analizi sonuçlarına göre, Çınarcık ilçe merkezinden ikinci konut satın almada deniz-iklim ve doğa kaynaklı çekicilikler, rekreasyonel çekicilikler, aile ve kişisel nedenler ile ekonomik nedenler olmak üzere dört faktör etkili olmaktadır. ANOVA ve t testi sonuçlarına göre; medeni durum, yaş, ailedeki birey sayısı ve ikinci konutlarda tatil yapan kişi sayıları değişkenleri, Çınarcık'tan ikinci konut satın alma kararında "aile ve kişisel nedenler" faktörü bakımından istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermiştir. Medeni durumu evli olan, 35-44 yaş grubundakiler, ailesindeki birey sayısı 4 kişi olanlar ve ikinci konutlarda 3-4 kişi olarak tatil yapan ailelerin, ikinci konut satın alma kararlarında "aile ve kişisel nedenler" faktörü daha önemli olmuştur. Ailesinde beş ve daha fazla birey olan gruplar ve ikinci konutlara seyahat mesafesi 50-100 km gibi kısa mesafe olan grup için Çınarcık'ın tercih edilmesinde "ekonomik nedenler" faktörü daha fazla etkili olmuştur. Buna göre Çınarcık'ta ekonomik ve ailelerin bir arada etkinlik yapabilecekleri tesis ve alanların geliştirilmesi öncelikli yatırımlar arasında olmalıdır. Bununla birlikte emekli ve üst yaş grubunun ihtiyaçları ön plana alınmalıdır. Sonraki süreçte ise destinasyon farklı sosyo-ekonomik kitleler için de cazip hale getirilebilir.

Anahtar Kelimeler: İkinci konutlar, motivasyon, seyahat motivasyonu, Çınarcık, Yalova.

*İletişim yazarı: A. Okuyucu, e-posta: ayse.okuyucu@bilecik.edu.tr

Bu çalışma, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü bünyesinde, Prof. Dr. Mehmet Somuncu danışmanlığında ve Ayşe Okuyucu tarafından hazırlanmakta olan doktora tezinden üretilmiştir.

Abstract

In recent tourism studies has been focused on motivation of specific groups, rather than the the general tourism motivation. For this reason in this study is aimed to identify underlying dimensions of buying a second home and travel motivation in the center of Çınarcık district. Another aim of the study to determine significant differences between socio-demographic characteristics, motivational factors and travel characteristics. Çınarcık is a district of Yalova. In this study 370 surveys were applied to second home owners who selected convenience sampling method. The data which obtained the survey were analyzed with IBM SPSS Statistics 20.0 package program. To identify the general characteristics of the second home owners and their structure of movement to the second homes, we used frequencies and percentages of data. Moreover, in this study we used factor analysis. Standard deviations and arithmetical average score were calculated for obtained factors and statements. Besides in this paper was determined whether any significant difference between emerging factors, socio-demographic and travel characteristics variables. Because of groups has homogeneous variances, in comparisons, we used t-test and one-way analysis of variance (ANOVA). Between groups which has significant differences, the source of the diversity were determined by Tukey test. According to the results of the factor analysis, decisions for the purchase of second homes in Çınarcık, four factors are effective. These factors are comprises; sea-climate and nature-based attractiveness, recreational attractiveness, family and personal reasons and economic reasons. According to ANOVA and t-test results; variables such as marital status, age, number of family members and the number of people who use second homes, has shown statistically significant differences in terms of "family and personal reasons" factor. "Family and personal reasons" factor was found more important among some groups. These groups includes married, 35-44 years old people, 4-member families and family who use second homes 3 or 4 person. However "economic reasons" factors for decision to purchase second homes to Çınarcık had significant differences in terms of some of groups. These groups includes five or more people families and also shorter distances travel groups such as 50-100 kilometer for second homes and permanent residence. According to these findings, first of all, economic facilities and areas for families should be improved in Çınarcık. After, all the needs of retired and upper age groups should be foreground. During the next period, attractiveness can enhance for various socio-economic group's needs.

Key Words: Second homes, motivation, travel motivation, Çınarcık, Yalova.