



Turistlerin Kişilerarası İlişki Tarzları, Boş Zaman Motivasyonları ve Boş Zaman Tatminleri İlişkisi: Antalya\Kemer\Beldibi Örneği** (Interpersonal Relationship Styles of Tourists, Leisure Motivations and Leisure Satisfaction Relationship: The Example of Antalya \ Kemer\Beldibi)

*Gülseren YURCU^a 

^a Akdeniz University, Faculty of Tourism, Department of Recreation Management, Antalya/Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim

Tarihi:23.10.2017

Kabul Tarihi:06.12.2017

Anahtar Kelimeler

Turizm

Kişilerarası ilişki tarzı

Boş zaman motivasyonu

Boş zaman tatmini

Keywords

Tourism

Interpersonal relationship style

Leisure motivation

Leisure satisfaction

Öz

Kişilerarası ilişki tarzı bireylerin özellikle sosyal iyilik hallerini önemli ölçüde etkilemektedir. Araştırmanın amacı, turistlerin tatil süreçlerindeki kişilerarası ilişki tarzlarının boş zaman motivasyonu ve boş zaman tatmini algıları üzerindeki etkisini ortaya çıkarmaktır. Bu amaç için, Kemer\Beldibi bölgesindeki 412 turiste anket uygulanmıştır. Veri toplamak için Kişilerarası İlişki Tarzı, Boş Zaman Motivasyonu ve Boş Zaman Tatmini ölçekleri kullanılmıştır. Veri analizinde parametrik testler t test, ANOVA, korelasyon ve regresyon analizleri uygulanmıştır. Veri analizi sonucunda, turistlerin boş zaman tatmini algılamaları yaşa, cinsiyete göre farklılık göstermemiş, eğitim düzeyi ve geldikleri ülkelere göre ise farklılık göstermiştir. Önlisans mezunu ve Rusya, Ukrayna, Azerbaycan vb. ülkelerden gelen turistlerin boş zaman tatmini düzeyleri daha yüksek bulunmuştur. Katılımcıların kişilerarası ilişki tarzlarının boş zaman motivasyonu ve tatminine göre daha düşük olduğu, kişilerarası ilişki tarzı ile boş zaman motivasyonu arasında düşük düzeyde pozitif ilişki, boş zaman tatmini ile ise negatif ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca, kişilerarası ilişki tarzının genel olarak boş zaman motivasyonunu % 0.3, boş tatminini % 0.1 oranında, boş zaman motivasyonunun boş zaman tatmini algısını genel olarak %59 oranında açıkladığı saptanmıştır.

Abstract

The style of interpersonal relationship significantly affects the social well-being of individuals. The purpose of the research is to reveal the influence of the interpersonal relations styles of the tourists during the vacation processes on the leisure motivation and leisure satisfaction perceptions. For this purpose, a survey was applied to 412 tourists in Kemer \ Beldibi region. Interpersonal Relationship Style, Leisure Motivation and Leisure Satisfaction scales were used to collect data. Parametric tests t test, ANOVA, correlation and regression analyzes were applied in data analysis. As a result of the data analysis, the leisure time satisfaction perceptions of tourists are not different according to age, gender, are different according to level of education, countries where they come from. Associate degree graduate and Russia, Ukraine, Azerbaijan and so on. tourists from countries have higher levels of leisure time satisfaction. It was concluded that participants' interpersonal styles were lower than leisure motivation and satisfaction, there was a low positive relationship between interpersonal style and leisure motivation, and a negative relationship with leisure time satisfaction. It was also found that interpersonal relationship style generally explained leisure motivation by 0.3%, leisure satisfaction by 0.1%, and leisure motivation by 59% in leisure time satisfaction.

* Sorumlu Yazar.

E-posta: gulserenyurcu@akdeniz.edu.tr (G. Yurcu),

**Bu çalışma Akdeniz Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimi tarafından desteklenmiştir. Proje Numarası: 1703

This work was supported by The Scientific Research Projects Coordination Unit of Akdeniz University. Project Number:1703

GİRİŞ

İnsanoğlu varolduğundan bu yana kendisi dışındaki kişi ve varlıklarla iletişim içerisinde olma zorunluğundadır. Sosyal bir varlık olan insanın çevresiyle kurduğu ilişki ve iletişim türü, insanın kendisini algılayışını ve çevresiyle uyumlu bir bütünlük oluşturmasını doğrudan etkilemektedir (Tekin vd.,2009). Kişilerarası ilişkilerdeki yetersizliğin, kişilerarası farklılıkların yaşanması, bireylerin ruhsal sağlıklarını ve iyi oluş düzeylerini olumsuz etkilediği, yalnızlık, ailesel problemler, mesleki yetersizlik ve memnuniyetsizlik, psikolojik stres, kişisel düş kırıklığı, fiziksel rahatsızlık hatta ölümle sonuçlanabildiği, olumlu ilişkiler kurmanın ise bireylerin öznel iyi oluşlarını pozitif etkilediği belirtilmektedir (Ho, 1996; Bolton, 1979: 4; Argyle ve Lu, 1990; Lyubomirsky vd. 2005; Tekin vd., 2009; Doğan ve Sapmaz, 2012; Nawijn ve Veenhoven, 2011).

Rekreatif faaliyetler bireylerin olumsuz sağlık koşullarını düzeltmesinin yanısıra oluşabilecek problemlerin önlenmesinde proaktif bir özelliğe (Leveresen vd.,2012) sahiptir. Rekreasyon faaliyetleri bireylerin fizyolojik, psikolojik ve sosyolojik iyilik hallerine katkıda bulunmaktadır. Kişiler boş zaman aktiviteleri ile belli bir akış içerisindeyken (Csikszentmihalyi, 1990) kendilerini daha mutlu, davranışlarında daha özgür hissetmekte, seçimlerinde kendi özgür iradelerini kullanabilmektedirler. Bu durumda bireyler kişilik özellikleri doğrultusunda boş zaman aktivitelerine yönelmektedirler. Aktivitelerin özellikleri ile bireyin özelliklerinin uyum sağlaması bireyin aktiviteye olan motivasyonunu ve tatminini arttırmaktadır. Lu ve Hu (2005), çalışmalarında, dışadönük kişilik özelliğinin boş zaman tatminiyle pozitif, nerotikliğin negatif ilişkili, dışadönüklük ve nevrotikliğin mutluluk ve boş zaman tatmininin öncülü olduğunu belirtmektedirler. Bireyler rekreasyon aktivitelerini seçerken kişilik özelliklerinin etkisi altında kara vermektedirler (Lu ve Hu,2005).

Turizm faaliyetlerine katılım günümüz koşullarında lüks olmaktan daha çok ihtiyaç haline dönüşmüştür. Günlük hayatın zorlamalarına karşılık bireyler boş zamanlarında kendilerini daha iyi hissetmek için tatile gitmektedirler. Nawijn ve Veenhoven'ın (2011) çalışmalarında, boş zaman faaliyetlerine katılan bireylerin, boş zaman tatminleri ve mutluluklarının arttığı, tatil gezilerine katılan turistlerin de aynı şekilde iyilik hallerinde artış gözlemlendiğini belirtmektedirler. Boş zaman, iyi bir motivasyonun, öz yeterliliğin, aktiviteye bağlılığın ve tatminin bir sonucudur (Chen vd.,2013:1189). Boş zaman motivasyonu ve boş zaman tatmini bireylerin rekreasyon aktivitelerini seçimini anlamamızı sağlayan en önemli iki faktördür (Beard ve Ragheb, 1983). Turistlerin tatile gelme amaçlarının en önemlisi ise mutlu olmaktır. Mutlu olmalarını iyi bir tatil geçirme motivasyonları ve bu süreçte ilişki içerisinde oldukları diğer insanlar önemli ölçüde etkilemektedir. Turistlerin ve ilişki içerisinde oldukları diğer kişilerin kişilik özellikleri ve kişilik özelliklerinin yansımaları olan kişilerarası ilişki tarzlarından kaynaklanabilecek bir sıkıntı tatil memnuniyetlerini olumsuz, iyi bir ilişki süreci ise olumlu etkileyecektir.

Kişilerarası ilişki tarzları, boş zaman motivasyonu ve boş zaman tatminine yönelik farklı değişken ve alanlarda pek çok çalışma mevcuttur. Ancak, boş zamanlarında iyilik hallerini arttırmak için tatile gelen turistlerin kişilerarası ilişki tarzlarının boş zaman motivasyonları ve boş zaman tatminleri ile ilişkisini incelemeye yönelik herhangi bir çalışmaya rastlanılamamıştır. Bu noktadan hareketle araştırmada, turistlerin kişilerarası ilişki tarzlarının boş zaman motivasyonu ve boş zaman tatminlerine olan etkisinin incelenmesi amaçlanmıştır. Özellikle son dönemde ülkemize gelen turist profillerindeki değişim sebebiyle, bu araştırma sonucu elde edilecek verilerin önemli katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Ayrıca, boş zaman tatmini, bireylerin gelecek boş zaman katılım niyetleri üzerinde etki

oluşturabilmektedir (Kao, 1992:18). Bu nedenle turistlerin tatil sürecinde memnun olmaları onların tekrar gelme isteklerinde etkili olacaktır.

Kişilerarası İlişki Tarzı

Bireyler ihtiyaçları doğrultusunda çevrelerindeki diğer bireylerle iletişim kurmaktadır. Bireylerarasındaki iletişim süreci sonucunda her iki taraf da etkilenmektedir ve davranış değişikliği oluşabilmektedir. Kişilerarası ilişkiler bireylerarasındaki etkileşimi ifade etmektedir (İmamoğlu, 2009). Bireyin yaşamsal sürecine ait mutluluk, başarı, arkadaşlık, dostluk v.b. birçok olay kişilerarası ilişkiler sonucu ortaya çıkmaktadır (Koç, 2014). Kişilerarası ilişkilerin başlamasında, sürdürülmesinde ve sonlandırılmasında bireyin yanı sıra bireyle ilişkiyi yaşayan diğer tarafın da seçim ve nitelikleri, ilişkide belirleyici faktörler olarak işlev görmektedir (İmamoğlu, 2009).

Kişilerarası ilişki kavramı, Peplau'ya (2004) göre, birbirlerinin duygu, düşünce, algı, varsayım ve beklentilerinden etkilenen iki kişi arasındaki farklı tecrübe ve algıların paylaşılması, İmamoğlu'na (2008:16) göre, iki ya da daha fazla insan arasında gelişen, farklı ihtiyaçlardan kaynağını alan, tanışıklıktan samimiyete kadar farklı yoğunlukta yaşanan, karşılıklı duygusal etkileşim ve davranımlar, Saymaz'a (2003:30) göre, bireylerin diğer kişilerle olan ilişkilerinde yaşadıkları duygu, düşünme ve davranış stilleri, olarak tanımlanmaktadır. İmamoğlu (2008:50-71) kişilerarası ilişkilerde etkili olan faktörleri, 1) bireyle ilişkili faktörler (kişilik özellikleri, benlik kavramı, otonomi, kişilerarası bağımlılık- kişilerarası bağlılık, mükemmeliyetçilik, kendini kontrol ve ilişki kontrol, kişilerarası duyarlılık, duygusal tutarlılık, güvenli davranış, güvenli davranış, sosyal yeterlik), 2) ortam ve diğerleri açısından bireyle dolaylı olarak ilişkili faktörler (kişilerarası çekicilik, güven, ana-baba tutumları) olarak belirtmektedir.

Kişilerarasında yaşanan duygu, düşünce ve davranış şekilleri onların kişilerarası ilişkilerdeki tarzlarını ortaya koymaktadır. Kişilerarası ilişki tarzlarında olumlu özellik gösteren bireylerin öznel iyi oluşlarının pozitif yönde etkilendiği, olumsuz özellik gösterenlerin ise negatif etkilendiği belirtilmektedir (Doğan ve Sapmaz, 2012; Şahin vd.,2011). Kişilerarası ilişki tarzları boyutlarını, Şahin, Durak ve Yasak (1994), besleyici ilişki ve zehirleyici (ketleyici) ilişki, Şahin, Batıgün ve Koç (2011), baskın tarz, kaçınan tarz, öfkeli tarz, duyarsız tarz, manipülatif tarz ve alaycı tarz, Horowitz, Rosenberg, Bauer, Ureno ve Villasenor (1988), otoriter, kindar, duyarsız, girişken olmayan, sömürüye açık, aşırı duyarlı, aşırı kendini açmaya dayalı ve çekingen iletişim tarzları olarak ele almışlardır (Doğan ve Sapmaz,2012:586).

Kişilerarası ilişki tarzları ile ilgili araştırmalarda, Hasta ve Güler (2013), kişilerarası ilişki tarzları ve empatinin saldırganlık türleriyle ilişkili olduğu, kadınların empatik eğilim, açık ilişki tarzı, saygılı ilişki tarzı ve atılganlık düzeylerinin erkeklerinkinden yüksek olduğu, benmerkezci ilişki tarzı, küçümseyici ilişki tarzı, yıkıcı saldırganlık ve edilgen saldırganlık düzeylerinin ise erkeklerinkinden düşük olduğu, Oktay ve Batıgün (2014) duygusal sağırılık ile bağlanma, kendilik algısı, kişilerarası ilişki tarzları ve öfkenin yakından ilişkili olduğu, Besharat (2010), aleksitimik özellikler gösteren öğrencilerin kişilerarası ilişkilerde daha çok sorun yaşadığı, Şahin ve diğerleri (2012), cinsel işlev bozukluklarının tedavi sürecinde öfke yönetimi, kişilerarası iletişim becerileri ve özsaygıyı güçlendirmeye yönelik müdahalelerin daha sistematik olarak kullanılması, tedaviden elde edilen performansı daha olumlu etkileyeceği, Kaya (2010), kişilerarası ilişki tarzlarının çocukluk istismarı tarafından yordandığı ve erken dönem uyum bozucu şemaların bu ilişkiye aracılık ettiği, Doğan ve Sapmaz (2012), besleyici ilişki tarzının öznel iyi oluşla pozitif yönde, zehirleyici

ilişki tarzının ise negatif yönde ilişkili olduğunu ve her iki değişkenin de öznel iyi oluşu anlamlı düzeyde yordadığı, Şahin ve diğerleri (2011), anksiyete bozukluğu yaşayan bireylerin daha olumsuz bir kişilerarası ilişki tarzına sahip oldukları, sonuçlarına ulaşılmıştır.

Kişilerarası ilişki ve tarzlarının, duygusal sağırlık (aleksitimi) (Besharat, 2010), saldırganlık ve empati (Hasta ve Güler, 2013), duygusal sağırlık, bağlanma, benlik algısı, öfke (Oktay ve Batıgün, 2014), depresyon, yalnızlık, öfke, internet bağımlılığı (Şenormancı vd.,2014), bireysel yaratıcılık (Muñoz-Doyague ve Nieto, 2012), kişilik özellikleri, online sosyal destek (Tang vd.,2016) değişkenleri ile ilgili ilişkisine yönelik araştırmalar mevcuttur. Ancak, boş zaman motivasyonu ve tatminine yönelik özellikle turist davranışları üzerine herhangi çalışmaya rastlanılamamıştır.

Boş Zaman Motivasyonu

Boş zaman terimi, İngilizce karşılığı olan “Leisure” kelimesi “fırsat tanınma” veya “serbest olmak” manalarına gelen “Loisir”, “salahiyet vermek” manasına gelen “License” ve izin manasına gelen “Liberty” ile “Licere” kelimelerinden gelmektedir (Torkildsen, 1999: 73). Boş zaman, bireyin hem kendisi ve hem de başkaları için bütün zorunluluklarından veya bağlantılarından kurtulduğu ve kendi isteği ile seçeceği bir faaliyetle uğraşacağı zaman olarak tanımlanmaktadır (Hacıoğlu vd., 2003: 16). Bireyin boş zamanlarında katılacağı aktiviteleri seçim özgürlüğünün olması ve aktivite ile uyumun sağlanmasında boş zaman motivasyonları önemli rol oynamaktadır.

Motivasyon genel anlamda, insan organizmasını davranışa iten, bu davranışların şiddet ve enerji düzeylerini tayin eden, davranışlara belirli bir yön veren ve bunun devamını sağlayan çeşitli iç ve dış sebeplerle birlikte bunların işleyişini kapsayan hem biyolojik ve fizyolojik hem de kültürel içerikli bir durum olarak tanımlanmaktadır (Kılınç vd., 2012: 134; Mutlu vd., 2011:55; Eren, 2006:494). Motivasyon, bireyin hedefe ulaşma isteğine sahip olması kadar, aynı zamanda bu isteği sürdürebilmesidir. Buradan motivasyonun iki boyutunun olduğu söylenebilir. Birincisi, hedefe yönelme isteğine, heyecanına sahip olmak ve harekete geçmek, ikincisi bu hedefe yürürken aynı heyecanı isteği muhafaza edebilmektir (Barlı, 2008:199). Ayrıca, motivasyon zamanla değişebilir veya gelişebilir (Mutlu vd., 2011: 55).

Motivasyon kavramı, rekreasyon psikolojisi literatüründe de sıklıkla kullanılmaktadır. Motivasyon diğer bilim dallarında bir çok unsuru etkilediği gibi rekreasyon etkinliklerine katılımı, katılım sıklığını ve katılıma bağlı unsurları da etkilemektedir (Gökçe,2008:28). Bu bağlamda rekreatif (dinlendirici ve eğlendirici) etkinliklere katılmanın en önemli nedenleri arasında; boş zamanı zevk alarak yaşamak, arkadaşlarla etkileşim kurmak, işten daha değişik bir şey yapmak, yeni deneyimler elde etmek, bazı şeyleri başarma duygusunu yaşamak, yaratıcı duygu tatmak, toplumsal yarar elde etmek olarak sayabiliriz (Emir, 2012:38). Boş zaman davranışları, fonksiyonel açıdan iki motivasyonel unsurun gücünün aynı anda etkisi altında kalmaktadır. Bu motivasyonel unsurlardan birisi, günlük hayatın monotonluğundan, sıradanlığından ve her gün ki çevreden uzaklaşmak, kişisel ve diğer kişilerle olan ilişkiler yörüngesinden kaçmaktır. Diğeri ise, boş zaman etkinliklerine katılarak kendini belirleme, hâkimiyet, üstünlük, mücadele, öğrenme, keşif, rahatlama gibi kişisel, sosyal iletişim gibi, psikolojik ödül beklentisidir (Müştigil, 1993). Benzer şekilde Yağmur’a (2006) göre ise bireylerin rekreatif faaliyetlerini dürtüler belirler. İnsanların seçtikleri faaliyetler motivasyonlarına ve motivasyon düzeylerine bağlıdır (Üstün ve Kalkavan, 2013:621). Carroll ve Alexandris’e (1997) göre motivasyona içsel ve dışsal uyarıcılar neden olur ve kişinin uyarıcılar veya güdüler yolu ile

belirli bir motivasyon düzeyine ulaşması ise bireyin serbest zaman aktivitesine katılmasına veya karşılaştığı engelleri aşmasında önemli rol oynar. İçsel motivasyonda, bireyler, içsel lezzet alarak ilgi ve merakla eylemlerde bulunmakta, buna karşılık, dışsal motivasyonda, bireyler birtakım ayrıcalıklı sonuçlar elde etmek amacıyla (Mutlu vd., 2011:55), kendi iyiliği için değil, bir amaç uğruna katılıyor ve davranışlarını gerçekleştiriyor. Motivasyonun içsel ve dışsal motivasyon dışında bir başka boyutu ise motivasyonsuzluk olarak ifade edilir. Motivasyonsuzluk yaşayan kişiler yetersizlik duygusunu ve kontrol eksikliğini yaşamaktadırlar (Lapa vd., 2012:54).

Chen ve diğerleri (2013), boş zaman motivasyonunun boş zaman tatmininden daha çok boş zaman katılımı ve ilişkilerini etkilediğini, Gunter (2008), tango derslerine katılım motivasyonunun, dans etmenin fizyolojik, psikolojik, duygusal faydalarının yanı sıra rahatlamayı sağladığını, belirtmektedirler.

Boş Zaman Tatmini

Boş zaman tatmini Hargrove (2011:42) tarafından, boş zaman motivasyonu ve davranışlarının sosyo-psikolojik sonuçları olarak ifade edilmektedir (Broughton ve Beggs,2007). Günümüz koşullarında bireylerin boş zamanlarını değerlendirmede hedonizmin benimsenmesi ile birlikte boş zaman faaliyetlerinden keyif, rahatlama ve haz alma unsurları önemli hale gelmiştir. Gelişen ve değişen çevre ile bireyin istek ve ihtiyaçlarının da değişmesi, onların tatmin düzeylerini de önemli derecede etkilemektedir.

Tatmin kavramı, Oliver'a (1993: 419) göre, "bir hizmet olayına karşı gösterilen bilişsel ve etkin reaksiyon, Siegenthaler ve O'Dell'e (2000:286) göre, "motivasyonların, ihtiyaçların ve beklentilerin karşılanması", Kovacs'a (2000: 29-30) göre, "bireylerin sahip olduklarıyla beklentileri arasındaki fark ile ilgilidir, bu fark ne kadar az ise tatmin de o kadar yüksek olacaktır", şeklinde tanımlanmaktadır. Boş zaman tatmini ise bireylerin boş zamanlarındaki genel memnuniyet düzeyleri ile ilgilidir. Memnuniyet durumu ile ilgili pozitif duygular, hissedilen ya da hissedilmeyen ihtiyaçların tatminiyle sonuçlanır (Chen, 2005: 27; Tu et.al., 2007: 1400). Beard ve Ragheb (1980: 22) boş zaman tatminini, "bireylerin boş zaman etkinliklerine katılımları sonucunda elde ettikleri, kazandıkları, ulaştıkları ve algıladıkları pozitif duygular", olarak tanımlamaktadır.

Bireyler farklı boş zaman aktivitelerinden farklı düzeyde fayda ve tatmin sağlamaktadırlar. Bireylerin göreceli tatmin düzeyleri aktiviteden beklenen ile varolan durum arasındaki farklılıktan ortaya çıkmaktadır. Francken ve Raaij (1981) çalışmalarında, yaşça büyük ve iyimser bakış açısına sahip olanların boş zaman tatminleri yüksek, yaşça daha genç ve kötümser bakış açısına sahip olanların ise boş zaman tatmin seviyelerinin düşük olduğu, Broughton ve Beggs (2007), yaşlı bireylerde, yaşın ve sağlık durumunun boş zaman tatmin üzerinde etkili olduğu, Lu ve Hu (2005), ciddi boş zaman aktiviteleri daha stresli, mücadele gerektiren ve sürükleyici olmakla birlikte kontrol de gerektirdikleri için, bu etkinliklere katılan bireylerin daha fazla tatmin elde ettiği, aksine, TV izleme gibi gayri ciddi boş zaman aktivitelerinden daha az fayda sağlandığı; çok fazla TV izleyen bireylerin, nadiren TV izleyenlere göre daha fazla sıkıldıkları ve dolayısıyla daha az tatmin elde ettikleri ve daha az mutlu oldukları, Tekin ve diğerleri (2009), serbest zamanlarda fiziksel egzersize katılımın, öğrencilerin depresyon ve atılganlık düzeylerini her iki cinsiyette de olumlu etkilediği, sonuçlarına ulaşmışlardır.

Beard ve Ragheb (1980: 24)'e göre boş zamana katılım sonucunda bireyler, fizyolojik, psikolojik, estetik, sosyal, eğitim ve rahatlama yönelik faydalar sağlamaktadır. *Psikolojik fayda*; boş zaman etkinliklerinin özgürlük, eğlence,

etkinliğe dahil olma ve mücadele etme durumunu, *eğitim faydası*; kişisel gelişim, zihinsel uyarılma, yeni şeyler öğrenme gibi konulara yönelik tatmin düzeyini, *sosyal fayda*; katılımcıların bir gruba dahil olarak farklı insanlarla yeni ve anlamlı ilişkiler kurabilmelerinde boş zaman etkinliklerinin faydalarını, *rahatlama faydası*; bireylerin rahatlama, dinlenme, yenilenme, stres ve hayatın zorluklarından uzaklaşabilmelerinde boş zamanın etkisini, *fizyolojik fayda*; bireylerin katıldıkları boş zaman etkinlikleri sonucunda zinde kalma, sağlıklı olma, kilo kontrolü ve iyi olma hali gibi fizyolojik yararlarını, *estetik fayda* ise bireylerin boş zaman etkinliklerini gerçekleştirmek için gittikleri veya kullandıkları mekanları tasarım, güzellik, ilginçlik ve hoşluk bakımından değerlendirmelerini (Beggs ve Elkins, 2010; Chen, 2005; Harden, 2008; Karlı vd., 2008) ifade etmektedir.

Boş zaman tatmini ile, boş zaman ilgilenimi, boş zaman sadakati (Yetim, 2014), kişilik özellikleri, yaşam tatmini (Akyıldız, 2013), bireysel farklılıklar (Hills vd., 2000), özgürlük (Lapa, 2013) v.b. değişkenlere yönelik çalışmalar mevcuttur. Boş zaman tatmini ile ilgili araştırmalarda, Chen ve diğerleri (2013: 1197) ergen bireylerin motivasyon seviyelerinin boş zaman tatmini üzerinde olumlu etkilerinin olduğu, Yetim (2014), fitness merkezlerine üye olan bireylerin boş zaman ilgilenimlerinin, boş zaman tatminleri ve boş zaman sadakatleri üzerinde olumlu etkisi olduğunu, Lapa (2013), yaşam doyumu, boş zaman tatmini ve algılanan boş zaman özgürlüğü arasında pozitif yönlü ilişki olduğu, cinsiyete göre boş zaman tatmininin değişmediği, özgürlük algısının değiştiği, yaş ve gelir durumuna göre ise boş zaman tatmini ve algılanan özgürlüğün farklılaştığı, Lin ve diğerleri (2015), düşük iş yükü ve esnek çalışma saatlerinin boş zaman tatminini direkt olarak fayda sağladığı, belirtilmektedir.

YÖNTEM

Turistlerin kişilerarası ilişki tarzlarının boş zaman motivasyonu ve boş zaman tatminlerine olan etkisini belirlemeye yönelik yapılan bu araştırmada nicel yöntem kullanılmıştır. Araştırmanın uygulama alanı olarak Kemer\Beldibi bölgesine gelen turistler seçilmiştir. Araştırma alanı olarak Kemer\Beldibi bölgesinin seçilme sebebi, Rus turistlerin en çok tercih ettiği bölgelerden biri olması ve 2016 yılında yaşanan politik kriz sonrası Rus turist profilinin değişebileceği düşüncesi, herşey dahil sistemi çalışan 5 yıldızlı otellerin nispeten daha az olması sebebiyle turistlerin çevre halkıyla daha çok ilişki kurma şansının olduğu düşüncesi, gerek Kemer gerekse Antalya merkeze yakınlığı sebebiyle farklı rekreasyon faaliyetlerine erişimin kolay olması, yeşil doğası, iklimi ve birçok özelliğinin bulunmasıdır. Araştırmanın evrenini Kemer\Beldibi'ne gelen turistler oluşturmaktadır. Araştırmada örneklem seçiminde tesadüfi örnekleme yöntemlerinden basit rassal örnekleme yöntemi belirlenmiştir. %95 güvenilirlik düzeyinde 412 katılımcıya ulaşılmıştır. Veriler 2017 yılı yüksek sezon olarak adlandırılan (Haziran, Temmuz, Ağustos) aylarda anket tekniği ile toplanmıştır. Anket formu Rusça, Farsça, İngilizce ve Türkçe olarak 4 dilde uygulanmıştır. Araştırma verilerini toplamak amacıyla oluşturulan anket dört bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde demografik değişkenler (ülke, yaş, cinsiyet, eğitim durumu), ikinci bölümde turistlerin kişilerarası ilişki tarzlarını belirlemek amacıyla Şahin ve diğerleri (2007) tarafından geliştirilen, Kaya'nın (2010) çalışmasında kullandığı 60 ifade 6 boyuttan (baskın tarz, kaçınan tarz, öfkeli tarz, duygudan kaçınan/duyarsız tarz, manipülatif tarz, alaycı/küçümseyici tarz) oluşan Kişilerarası İlişki Tarzı Ölçeği kullanılacaktır. Maddeler, "sizi ne kadar tanımlıyor?" sorusuna göre cevaplanmaktadır. Ölçek, (1) "Hiç Tanımlamıyor", (2) "Çok Az Tanımlıyor", (3) "Kısmen Tanımlıyor", (4) "Oldukça Tanımlıyor", (5) "Tamamen Tanımlıyor", şeklinde 5'li likerttir. Şahin ve diğerleri tarafından yapılan güvenilirlik çalışmasında 60 maddelik ölçeğin iç tutarlılık katsayısı .93 olarak bulunmuştur. Alt

ölçeklerin ayrı ayrı hesaplanan iç tutarlılık katsayıları; “Baskın Tarz” .88 (madde sayısı 14); “Kaçınan Tarz” .79 (madde sayısı 11); “Öfkeli Tarz” .79 (madde sayısı 9); “Duygudan Kaçınan Tarz” .77 (madde sayısı 11); “Manipülatif Tarz” .74 (madde sayısı 10); “Küçümseyici Tarz”.67 (madde sayısı 5) olarak bulunmuştur (Kaya, 2010). Üçüncü bölümde, turistlerin boş zaman motivasyonlarını belirlemek amacıyla Beard ve Ragheb (1980) tarafından geliştirilen, Beggs ve Elkins’in (2010) çalışmalarında kullandıkları 32 ifade 4 boyuttan (entellektüel faktörler, sosyal faktörler, yeterlilik\ustalık faktörler, uyarıcı\kaçınma faktörler) oluşan Boş Zaman Motivasyonu Ölçeği, dördüncü bölümde ise, turistlerin boş zaman tatminlerini belirlemek için, yine, Beard ve Ragheb (1980) tarafından geliştirilen, Beggs ve Elkins’in (2010) çalışmalarında kullandıkları 24 ifade 6 (psikolojik, estetik, fizyolojik, sosyal, eğitim, rahatlama) boyuttan oluşan Boş Zaman Tatmini Ölçeği kullanılmıştır. Ölçekler, (1) “Kesinlikle Katılmıyorum”, (2) “Katılmıyorum”, (3) “Kararsızım”, (4) “Katılıyorum”,(5) “Kesinlikle Katılıyorum” şeklinde 5’li likerttir. Boş zaman tatminini ölçmeye yönelik araştırmalar, evrensel ve çok boyutlu ölçmeyi amaçlayan iki yaklaşım içerisindedirler. Evrensel ölçme araçları tatmin düzeyi ile ilgili genel soru ve ifadelerden oluşurken, çok boyutlu ölçüm araçları boş zaman tatminini, algılanan tatmini etkileyebilecek olan çeşitli unsurlarla değerlendirmektedir (Kao, 1992). Beard ve Ragheb (1980)’in altı boyutlu (psikolojik, estetik, fizyolojik, sosyal, eğitim, rahatlama) boş zaman tatmini ölçme aracı (Leisure Satisfaction Scale=LSS), en çok bilinen ve kullanılan çok boyutlu ölçme aracıdır (Kao, 1992;Beggs ve Elkins, 2010; Kovacs, 2007). Araştırma hipotezleri şu şekildedir;

H₁:Turistlerin yaşları ile boş zaman tatminleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılaşma vardır.

H₂:Turistlerin cinsiyetleri ile boş zaman tatminleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılaşma vardır.

H₃:Turistlerin eğitim durumları ile boş zaman tatminleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılaşma vardır.

H₄:Turistlerin ülkeleri ile boş zaman tatminleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılaşma vardır.

H₅:Turistlerin kişilerarası ilişki tarzları ve boş zaman motivasyonları arasında pozitif ilişki vardır.

H₆: Turistlerin kişilerarası ilişki tarzları ve boş zaman tatminleri arasında pozitif ilişki vardır.

H₇:Turistlerin kişilerarası ilişki tarzları boş zaman motivasyonlarını pozitif etkilemektedir.

H_{7a}:Baskın tarz boş zaman motivasyonlarını pozitif etkilemektedir.

H_{7b}:Kaçınan tarz boş zaman motivasyonlarını pozitif etkilemektedir.

H_{7c}:Öfkeli tarz boş zaman motivasyonlarını pozitif etkilemektedir.

H_{7d}:Duygudan Kaçınan/Duyarsız tarz boş zaman motivasyonlarını pozitif etkilemektedir.

H_{7e}:Manipülatif tarz boş zaman motivasyonlarını pozitif etkilemektedir.

H_{7f}:Alaycı/Küçümseyici tarz boş zaman motivasyonlarını pozitif etkilemektedir.

H₈: Turistlerin kişilerarası ilişki tarzları boş zaman tatminlerini pozitif etkilemektedir.

H_{8a}:Baskın tarz boş zaman tatminlerini pozitif etkilemektedir.

H_{8b}:Kaçınan tarz boş zaman tatminlerini pozitif etkilemektedir.

H_{8c} : Öfkeli tarz boş zaman tatminlerini pozitif etkilemektedir.

H_{8d} : Duygudan Kaçınan/Duyarsız tarz boş zaman tatminlerini pozitif etkilemektedir.

H_{8e} : Manipulatif tarz boş zaman tatminlerini pozitif etkilemektedir.

H_{8f} : Alaycı/Küçümseyici tarz boş zaman tatminlerini pozitif etkilemektedir.

H_9 : Turistlerin boş zaman motivasyonları boş zaman tatminlerini pozitif etkilemektedir.

H_{9a} : Entellektüel faktörler boş zaman tatminlerini pozitif etkilemektedir.

H_{9b} : Sosyal faktörler boş zaman tatminlerini pozitif etkilemektedir.

H_{9c} : Yeterlilik\ustalık faktörler boş zaman tatminlerini pozitif etkilemektedir.

H_{9d} : Uyarıcı\kaçınma faktörler boş zaman tatminlerini pozitif etkilemektedir.

H_{10} : Turistlerin boş zaman motivasyonları boş zaman tatminleri boyutlarını pozitif etkilemektedir.

H_{10a} : Boş zaman motivasyonları psikolojik tatminlerini pozitif etkilemektedir.

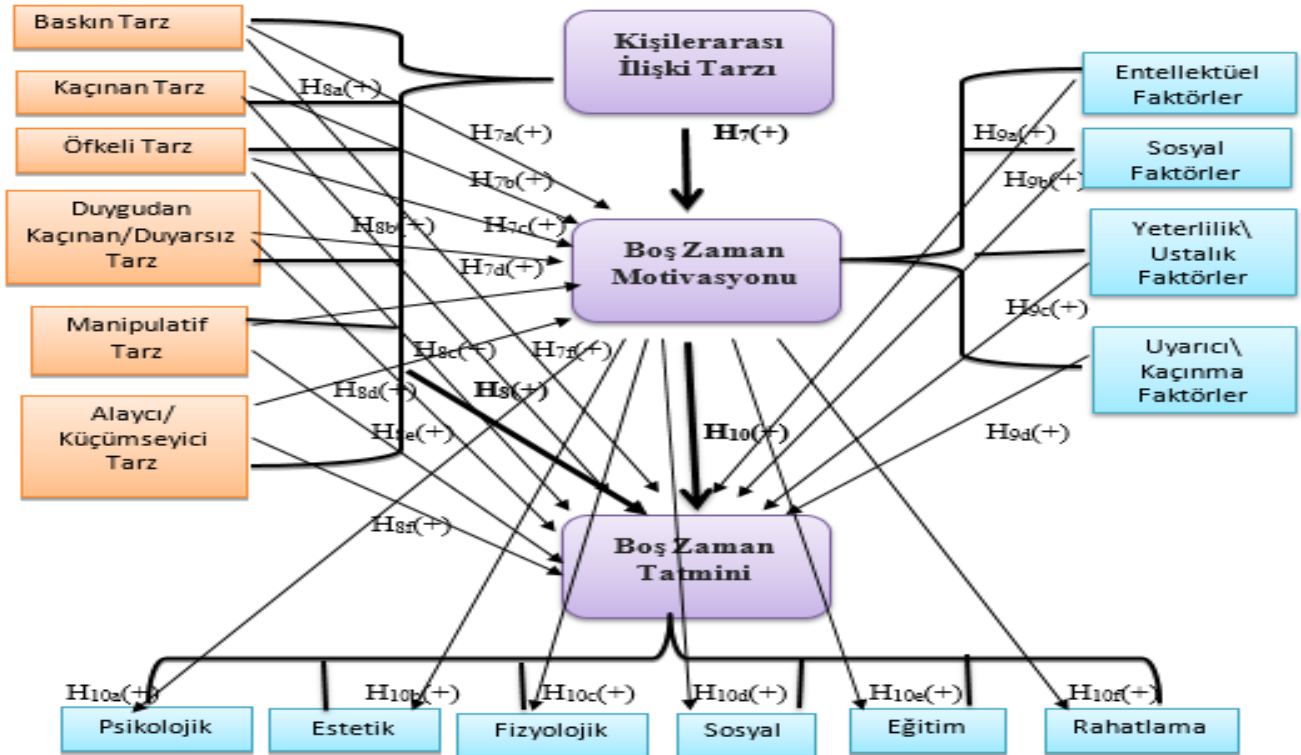
H_{10b} : Boş zaman motivasyonları estetik tatminlerini pozitif etkilemektedir.

H_{10c} : Boş zaman motivasyonları fizyolojik tatminlerini pozitif etkilemektedir.

H_{10d} : Boş zaman motivasyonları sosyal tatminlerini pozitif etkilemektedir.

H_{10e} : Boş zaman motivasyonları eğitim tatminlerini pozitif etkilemektedir.

H_{10f} : Boş zaman motivasyonları rahatlatma tatminlerini pozitif etkilemektedir.



Şekil 1. Araştırma Modeli

Analiz

Çok değişkenli analizlerde verilerin normal dağılıp dağılmadığını belirlemek için Kolmogorov-Simironov testi yapılmış ve yapılan bu test sonucu verilerin normal dağılıma sahip olduğu görülmüştür. Verilerin elde edilmesinde tanımlayıcı istatistiklerin yanısıra normal dağılım gösterdiği için parametrik testler (t test, ANOVA) tercih edilmiştir. Araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilirliğini ölçmek için Cronbach Alpha güvenilirlik analizi, ölçeklerin yapı geçerliliğinin sınanabilmesi için doğrulayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Değişkenlerin ilişkisini belirlemek için Pearson korelasyon analizi, değişkenlerin birbirleri üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla çoklu regresyon analizinden yararlanılmıştır. Veri analizinde istatistiksel analiz paket programları kullanılmıştır.

Araştırma Bulguları

Geçerlilik ve Güvenilirlik Bulguları

Araştırmada kullanılan ölçeğin genel geçerlilik ve güvenilirlik analizinde Cronbach Alpha katsayısı 0.95'dir. Kişilerarası İlişki Tarzı ölçeğinin Cronbach Alpha katsayısı 0.95; Boş Zaman Motivasyonu ölçeğinin Cronbach Alpha katsayısı 0.93 ve Boş Zaman Tatmini ölçeğinin 0.93'dür. Cronbach Alpha değerleri ölçeklerin güvenilirliklerin oldukça yüksek olduğunu göstermektedir.

Kişilerarası İlişki Tarzı Faktör Analizi

Araştırmada kullanılan ölçeklerin yapı geçerliliğinin sınanabilmesi için faktör analizi uygulanmıştır. Örneklem büyüklüğünün yeterliliğini test etmek için Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ve değişkenlerin normal dağılıma sahip olup olmadığını belirleyebilmek için Barlett Sphericity testi yapılmıştır. Kişilerarası ilişki tarzı ölçeğinin KMO değeri 0,889, Barlett Sphericity testi sonuçları da anlamlıdır. Faktör analizi ve varimax döndürme işlemi yapıldıktan sonra Kişilerarası ilişki tarzı ölçeğinin öz değeri (eigenvalue) birden büyük altı boyut belirlenmiş ve altı boyut toplam varyansın % 67,683'ünü açıklamıştır.

Tablo 1. Kişilerarası İlişki Tarzı Faktör Analizi

Değişkenler	İfadeler	Faktör Yüğü	Faktör Geçerliliğı	Faktör Varyansı
Baskın Tarz	9	,652	,86	22,039
	39	,595		
	43	,780		
	48	,663		
	49	,589		
	52	,762		
	60	,679		
Kaçınan Tarz	23	,540	,78	13,359
	36	,647		
	37	,794		
	38	,766		
Öfkeli Tarz	22	,824	,77	9,170
	47	,659		
Duygudan kaçınan/Duyarsız Tarz	2	,837	,61	8,998
	3	,719		
	28	,570		
Manipülatif Tarz	33	,830	,62	7,635
	34	,622		
Alaycı/Küçümseyici Tarz	27	,875	,42	6,482
	40	,512		
KMO:0,889 P:.,000 (Barlett's Test)			Toplam Varyans: 67,683	

Faktör analizinde 0,50'nin altında değer alan ifadeler analiz dışı tutulmuştur. Faktörlere ilişkin Cronbach Alpha değerlerinin ilk beş faktörde pozitif ve %60'ın üstünde olması, ölçeğin güvenilirlik değerleri itibariyle yeterli olduğunu göstermektedir. Alaycı ve küçümseyici tarz faktörünün geçerliliği %60'ın altında değer almış, ancak etki yüzdesi olması dolayısıyla analiz dışı tutulmamıştır. Ölçek boyutlarına ilişkin geçerlilikler baskın tarz faktöründe .86; kaçınan tarz faktöründe .78; öfkeli tarz faktöründe .77; duygudan kaçınan/duyarsız tarz faktöründe .61; manipülatif tarz faktöründe .62 ve alaycı\küçümseyici tarz faktöründe .42 olarak tespit edilmiştir.

Boş Zaman Motivasyonu Faktör Analizi

Boş zaman motivasyonu ölçeğinin KMO değeri 0,858, Barlett Sphericity testi sonuçları da anlamlıdır. Faktör analizi ve varimax döndürme işlemi yapıldıktan sonra Boş zaman motivasyonu ölçeğinin öz değeri (eigenvalue) birden büyük dört boyut belirlenmiş ve dört boyut toplam varyansın % 66,725'ini açıklamıştır. Faktörlere ilişkin Cronbach Alpha değerleri %78'in üzerinde ve ölçek boyutlarına ilişkin geçerlilikler entellektüel faktöründe .89; sosyal faktöründe .81; yeterlilik\ustalık faktöründe .85; uyarıcı\kaçınma faktöründe .78 olarak tespit edilmiştir.

Tablo 2. Boş Zaman Motivasyonu Faktör Analizi

Değişkenler	İfadeler	Faktör Yüğü	Faktör Geçerliliği	Faktör Varyansı
Entellektüel Faktörler	21	.785	.89	18,682
	22	.853		
	23	.870		
	24	.833		
Sosyal Faktörler	13	.617	.81	16,507
	14	.693		
	15	.813		
	16	.800		
	18	.608		
Yeterlilik\ Ustalık Faktörler	9	.828	.85	16,454
	10	.862		
	11	.754		
	12	.735		
Uyarıcı\ Kaçınma Faktörler	26	.620	.78	15,082
	28	.739		
	29	.786		
	30	.700		
	31	.648		
KMO:0,858 P:.,000 (Barlett's Test)			Toplam Varyans: 66,725	

Boş Zaman Tatmini Faktör Analizi

Boş zaman tatmini ölçeğinin KMO değeri 0,878, Barlett Sphericity testi sonuçları da anlamlıdır. Faktör analizi ve varimax döndürme işlemi yapıldıktan sonra Boş zaman tatmini ölçeğinin öz değeri (eigenvalue) birden büyük dört boyut belirlenmiş ve dört boyut toplam varyansın % 63,763'ünü açıklamıştır. Analiz sonucu psikolojik tatmin ve rahatlama faktörleri birleşmiş, eğitim faktörü ise oluşmamıştır. Faktörlere ilişkin Cronbach Alpha değerleri %74'ün üzerinde ve ölçek boyutlarına ilişkin geçerlilikler psikolojik\rahatlama faktöründe .82; sosyal faktöründe .82; fizyolojik faktöründe .79; estetik faktöründe .74 olarak tespit edilmiştir.

Tablo 3. Boş Zaman Tatmini Faktör Analizi

Değişkenler	İfadeler	Faktör Yüğü	Faktör Geçerliliğı	Faktör Varyansı
Psikolojik\Rahatlama	7	,514	,82	18,607
	13	,775		
	14	,774		
	15	,562		
	21	,678		
Sosyal	8	,559	,82	17,076
	9	,665		
	10	,722		
	11	,763		
	12	,691		
Fizyolojik	17	,732	,79	15,631
	18	,793		
	19	,780		
	20	,594		
Estetik	22	,624	,74	12,449
	23	,815		
	24	,741		
KMO:0,878 P:,<math>0,000</math> (Barlett's Test)			Toplam Varyans: 63,763	

Kişisel Bilgilere İlişkin Bulgular

Katılımcıların % 30.4'ü 29-39 yaş arası, % 26.8'i 18-28 yaş arası, %24'ü 40-50 yaş arası, %13.3'ü 51 yaş ve üzeri ve %5.6'sı 18 yaş altında, %37.6'sı erkek, %52.7'si kadın ve %33.5'i önlisans, %23.8'i lise, %18.7'si lisans,%8'i yüksek lisans, %4.6'sı doktora, %4.4'ü ilköğretim mezunudur. Katılımcıların kişisel bilgilerine ilişkin veriler Tablo 4'de gösterilmektedir.

Tablo 4. Kişisel Bilgiler

Değişkenler		f	%	Değişkenler		f	%
Yaş	18 yaş altı	22	5,6	Eğitim Durumu	İlköğretim	18	4,4
	18-28	105	26,8		Lise	98	23,8
	29-39	119	30,4		Önlisans	138	33,5
	40-50	94	24,0		Lisans	77	18,7
	51 yaş ve üzeri	52	13,3		Yüksek Lisans	33	8,0
	Kayıp değer	20	4,9		Doktora	19	4,6
Cinsiyet	Kadın	217	52,7		Kayıp değer	29	7,0
	Erkek	155	37,6		Toplam	412	100
	Kayıp değer	40	9,7				
Toplam		412	100				

Araştırma Hipotezlerine İlişkin Bulgular

Araştırma hipotezlerine ilişkin bulgular aşağıdaki tabloda gösterilmektedir.

Tablo 5. Turistlerin Yaşlarına Göre Boş Zaman Tatmini Algısı

	Kareler Toplamı	df	Kare Ortalaması	F	p
Guruplararası	1,586	4	,396	,652	,626
Gruplarıçi	224,375	369	,608		
Toplam	225,961	373			

Tablo 5'e göre katılımcıların boş zaman tatmini algılarının yaş guruplarına göre farklılık göstermediği ortaya çıkmaktadır ($F_{(4;369)} = ,652, p > 0,05$).

Tablo 6. Turistlerin Cinsiyetlerine Göre Boş Zaman Tatmini Algısı Farkı

	N	\bar{x}	Standart Sapma	t	p
Kadın	212	3,692	,77322	1,250	0,212
Erkek	144	3,586	,79510		

Tablo 6'ya göre araştırmaya katılan kadın ($\bar{x} = 3.692$) ve erkeklerin ($\bar{x} = 3.586$) boş zaman tatmini algıları ortalamalarına göre herhangi anlamlı bir fark ($t = 1,250, p > 0,05$) bulunmamıştır.

Tablo 7. Turistlerin Eğitim Durumlarına Göre Boş Zaman Tatmini Algısı

	Kareler Toplamı	df	Kare Ortalaması	F	p
Guruplararası	10,685	5	2,137	3,830	,002
Gruplarıçi	200,304	359	,558		
Toplam	210,989	364			

Tablo 7'ye göre katılımcıların boş zaman tatmini algılarının eğitim guruplarına göre farklılık gösterdiği ortaya çıkmaktadır ($F_{(5;359)} = 3,830, p < 0,05$).

Tablo 8. Boş Zaman Tatmini Puanının Eğitim Durumlarına Göre Dağılımı

	N	\bar{x}	Standart Sapma	Standart Hata	Minimum	Maksimum
İlköğretim	18	3,4024	,86595	,20411	1,00	5,00
Lise	96	3,5265	,71044	,07251	2,08	5,00
Önlisans	134	3,8672	,79630	,06879	1,42	5,00
Lisans	70	3,6091	,59283	,07086	2,50	4,88
Yüksek Lisans	30	3,4286	,82869	,15130	1,00	4,71
Doktora	17	3,7808	,83324	,20209	2,33	5,00
Toplam	365	3,6651	,76134	,03985	1,00	5,00

Tablo 8 incelendiğinde eğitim durumuna göre boş zaman tatmini ortalamalarının ilköğretim mezunlarında ($\bar{x} = 3.402$), lise ($\bar{x} = 3.526$), önlisans ($\bar{x} = 3.867$), lisans ($\bar{x} = 3.609$), yüksek lisans ($\bar{x} = 3.428$), doktora ($\bar{x} = 3.780$) olduğu görülmektedir.

Tablo 9. Turistlerin Ülkelerine Göre Boş Zaman Tatmini Algısı

	Kareler Toplamı	df	Kare Ortalaması	F	p
Guruplararası	14,961	3	4,987	8,666	,000
Gruplarıçi	220,983	384	,575		
Toplam	235,944	387			

Tablo 9'a göre katılımcıların boş zaman tatmini algılarının geldikleri ülkelere göre farklılık gösterdiği ortaya çıkmaktadır ($F_{(3;384)}=8,666,p<0,05$).

Tablo 10. Boş Zaman Tatmini Puanının Geldikleri Ülkelere Göre Dağılımı

	N	\bar{x}	Standart Sapma	Standart Hata	Minimum	Maksimum
Rusya,Ukrayna,Azerbaycan, Kazakistan vb.	203	3,8397	,84290	,05916	1,00	5,00
İran	56	3,5436	,78279	,10461	2,33	5,00
Makedonya, Romanya vb.	15	3,4833	,55273	,14271	2,67	4,08
Türkiye, Yurtdışından gelen T.C. vatandaşları	114	3,4089	,59114	,05537	2,21	5,00
Toplam	388	3,6566	,78082	,03964	1,00	5,00

Tablo 10 incelendiğinde geldikleri ülkelere göre boş zaman tatmini ortalamalarının Rusya, Ukrayna, Azerbaycan, Kazakistan vb. ($\bar{x}=3.839$), İran ($\bar{x}=3.543$), Makedonya, Romanya vb. ($\bar{x}=3.483$), Türkiye, Yurtdışından gelen gurbetçiler ($\bar{x}=3.408$) olduğu görülmektedir.

Araştırma değişkenleri arasındaki ilişki, ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 3 de gösterilmektedir.

Tablo 11.Korelasyon Matrisi

	N	\bar{X}	Standart Sapma	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
1.Kişilerarası İlişki Tarzı	412	2,500	,94937	1																
2.Boş Zaman Motivasyonu	388	3,544	,75185	,059 ,247	1															
3.Boş Zaman Tatmini	388	3,656	,78082	-,030 ,555	,774** ,000	1														
4.Baskın Tarz	412	2,267	,98653	,869** ,000	-,029 ,569	-,110* ,031	1													
5.Kaçınan Tarz	410	2,630	,99062	,623** ,000	-,021 ,679	-,089 ,079	,599** ,000	1												
6.Öfkeli Tarz	408	2,366	1,25933	,534** ,000	-,053 ,298	-,079 ,122	,584** ,000	,388** ,000	1											
7.Duygudan Kaçınma\ Duyarsız Tarz	412	2,754	,97407	,398** ,000	,050 ,323	-,003 ,950	,383** ,000	,322** ,000	,238** ,000	1										
8.Manipülatif Tarz	406	2,641	1,14515	,535** ,000	,050 ,330	,008 ,880	,510** ,000	,344** ,000	,405** ,000	,218** ,000	1									
9.Alaycı\ Küçümseyici Tarz	406	3,123	1,03916	,365** ,000	,171** ,001	,216** ,000	,253** ,000	,284** ,000	,147** ,003	,296** ,000	,225** ,000	1								
10.Yetenek\ Ustalık Faktörleri	382	3,616	1,13048	,001 ,982	,694** ,000	,608** ,000	-,054 ,293	-,101* ,048	-,020 ,702	,000 ,988	,044 ,391	,107* ,037	1							
11.Sosyal Faktörler	410	2,719	,86621	,666** ,000	,040 ,434	,010 ,850	,645** ,000	,587** ,000	,427** ,000	,326** ,000	,531** ,000	,389** ,000	-,030 ,557	1						
12.Entellektüel Faktörler	412	2,400	,98091	,686** ,000	,024 ,634	-,055 ,283	,748** ,000	,516** ,000	,514** ,000	,440** ,000	,455** ,000	,282** ,000	,004 ,941	,603* ,000	1					
13.Uyarıcı\ Kaçınma Faktörler	406	2,796	,79959	,538** ,000	,175** ,001	,073 ,154	,506** ,000	,493** ,000	,270** ,000	,500** ,000	,326** ,000	,445** ,000	,077 ,131	,499* ,000	,456** ,000	1				
14.Psikolojik\ Rahatlama	388	3,855	,91803	-,103* ,042	,652** ,000	,853** ,000	-,202** ,000	-,132** ,009	-,139** ,006	-,043 ,403	-,066 ,197	,161** ,001	,441* ,000	-,072 ,159	-,113* ,025	,023 ,656	1			
15.Sosyal	386	3,505	,98796	-,012 ,818	,589** ,000	,821** ,000	-,047 ,353	-,044 ,387	-,077 ,132	-,044 ,394	,002 ,963	,117* ,022	,382* ,000	,022 ,665	-,037 ,466	,035 ,495	,604** ,000	1		
16.Fizyolojik	388	3,632	1,02824	,061 ,230	,611** ,000	,765** ,000	-,031 ,547	-,029 ,572	,006 ,913	,095 ,061	,074 ,143	,218** ,000	,644* ,000	,092 ,071	,008 ,869	,089 ,079	,556** ,000	,512** ,000	1	
17.Estetik	386	3,708	,95980	-,066 ,197	,515** ,000	,688** ,000	-,106* ,037	-,193** ,000	-,072 ,158	-,011 ,835	-,032 ,530	,121* ,018	,368* ,000	-,035 ,488	-,064 ,211	-,014 ,788	,573** ,000	,494** ,000	,404** ,000	1

** . Korelasyon 0.01 seviyesinde anlamlıdır (2-tailed). * . Korelasyon 0.05 seviyesinde anlamlıdır (2-tailed).

Katılımcıların, Kişilerarası ilişki tarzı ortalaması (\bar{x} =2.500), boş zaman motivasyonu ortalaması (\bar{x} =3.544) ve boş zaman tatmini ortalaması (\bar{x} =3.656) olarak saptanmıştır.

Kişilerarası ilişki tarzı ile boş zaman motivasyonu arasındaki ilişki pozitifdir (r = 0,059, p >.05). Kişilerarası ilişki tarzı boyutlarının boş zaman motivasyonu ilişkisinde [baskın tarz (r = -0,029, p >.05), kaçınan tarz (r =-0,021, p >.05), öfkeli tarz (r = -0,053, p >.05)] negatif ilişkili, [duygudan kaçınma\ duyarsız tarz (r = 0,050, p >.05), manipülatif tarz (r = 0,050, p >.05), alaycı\küçümseyici tarz (r = 0,171, p <.01)] pozitif ilişkilidir.

Kişilerarası ilişki tarzı ile boş zaman tatmini arasındaki ilişki negatiftir (r = -0,030, p >.05). Kişilerarası ilişki tarzı boyutlarının boş zaman tatmini ilişkisinde [baskın tarz (r = -0,110, p <.05), kaçınan tarz (r =-0,089, p >.05), öfkeli tarz (r =-0,079, p >.05), duygudan kaçınma\ duyarsız tarz (r =-0,003, p >.05)] negative ilişkili, [manipülatif tarz (r = 0,008, p >.05), alaycı\küçümseyici tarz (r = 0,216, p <.01)] pozitif ilişkili olarak bulunmuştur.

Boş zaman motivasyonu ile boş zaman tatmini arasındaki ilişki pozitifdir (r = 0,774, p <.01). Boş zaman motivasyonu boyutlarının boş zaman tatmini ilişkisinde [yetenek\ustalık faktörleri (r = 0,608, p <.01), sosyal faktörler (r =0,010, p >.05), uyarıcı\kaçınma faktörler (r = 0,073, p >.05)] pozitif ilişkili, [entellektüel faktörler (r = -0,055, p >.05)] ise negatif ilişkilidir.

Kişilerarası İlişki Tarzı ve Boyutlarının Boş Zaman Motivasyonu Üzerindeki Etkisi

Tablo 12. Kişilerarası İlişki Tarzı ve Boyutlarının Boş Zaman Motivasyonu Üzerindeki Etkisi Regresyon Analizi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	Anlamlılık		t	p	F	R ²
		β	Standart Hata				
Boş Zaman Motivasyonu	Sabit Değer	3,429	,107	32,194	,247	1,343	0,003
	Kişilerarası İlişki Tarzı	,046	,040	1,159			
	Sabit Değer	3,221	,158	20,397	,011 *	2,808	,043
	Baskın Tarz	-,050	,059	-,851			
	Kaçınan Tarz	-,034	,049	-,684			
	Öfkeli Tarz	-,039	,037	-1,047			
	Duygudan Kaçınan \Duyarsız Tarz	,028	,044	,637			
	Manipülatif Tarz	,050	,039	1,277			
	Alaycı\ Küçümseyici Tarz	,132	,040	3,307			

* p <.05

Tabloda kişilerarası ilişki tarzının boş zaman motivasyonunu açıklamaya yönelik oluşturulan modellemeye ait olan F (1,343) ve t (1,159) değerleri modelin anlamlı olmadığını göstermektedir (Sig.=,247). Ancak, kişilerarası ilişki tarzı boyutlarının boş zaman motivasyonunu açıklamaya yönelik oluşturulan modellemeye ait F (2,808) değeri modelin anlamlı olduğunu göstermektedir (Sig.=,011, p <.05). Parametrelere ait t istatistik değerinden modele dahil edilen her bir değişkenin ayrı ayrı (%5 anlamlılık düzeyinde) anlamlı olduğu görülmektedir. Bulgulara göre, kişilerarası ilişki tarzı boş zaman motivasyonunu düşük düzeyde etkilemektedir (β =,04; p >.05). Kişilerarası ilişki tarzı boyutlarının boş zaman motivasyonu üzerindeki etkisi anlamlıdır (baskın tarz (β = -0,05; p <.05), kaçınan tarz (β =-0,03; p <.05), öfkeli tarz (β =-0,03; p <.05), duygudan kaçınan\duyarsız tarz (β =,02; p <.05), manipülatif tarz (β =,05; p <.05), ve alaycı\ küçümseyici tarz (β =,13; p <.05)). Kişilerarası ilişki tarzı genel olarak boş

zaman motivasyonunu % 0.3 ($R^2=0,003$), kişilerarası ilişki tarzı boyutları ise %4 ($R^2=0,043$) oranında açıklamaktadır.

Kişilerarası İlişki Tarzı ve Boyutlarının Boş Zaman Tatmini Üzerindeki Etkisi

Tablo 13. Kişilerarası İlişki Tarzı ve Boyutlarının Boş Zaman Tatmini Üzerindeki Etkisi Regresyon Analizi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	Anlamlılık		t	p	F	R ²
		β	Standart Hata				
Boş Zaman Tatmini	Sabit Değer	3,717	,110	33,706	,555	,348	,001
	Kişilerarası İlişki Tarzı	-,024	,041	-,590			
	Sabit Değer	3,417	,158	21,575	,000	5,755	,084
	Baskın Tarz	-,104	,059	-1,753			
	Kaçınan Tarz	-,075	,050	-1,489			
	Öfkeli Tarz	-,022	,038	-,585			
	Duygudan Kaçınan \Duyarsız Tarz	-,005	,044	-,122			
	Manipülatif Tarz	,043	,039	1,109			
	Alaycı \ Küçümseyici Tarz	,201	,040	5,057			

Tabloda kişilerarası ilişki tarzının boş zaman tatminine yönelik oluşturulan modellemeye ait olan F (0,348) ve t (-0,590) değerleri modelin anlamlı olmadığını göstermektedir (Sig.=,555). Ancak, kişilerarası ilişki tarzı boyutlarının boş zaman tatminini açıklamaya yönelik oluşturulan modellemeye ait F (5,755) değeri modelin anlamlı olduğunu göstermektedir (Sig.=,000). Kişilerarası ilişki tarzı boş zaman tatminini negative etkilemektedir ($\beta=-.02$; $p>.05$). Kişilerarası ilişki tarzı boyutlarının boş zaman tatmini üzerindeki etkisi anlamlıdır (baskın tarz ($\beta=-.10$; $p<.05$), kaçınan tarz ($\beta=-.07$; $p<.05$), öfkeli tarz ($\beta=-.02$; $p<.05$), duygudan kaçınan\duyarsız tarz ($\beta=-.00$; $p<.05$), manipülatif tarz ($\beta=.04$; $p<.05$), and alaycı\ küçümseyici tarz ($\beta=.20$; $p<.05$)). Kişilerarası ilişki tarzı genel olarak boş zaman tatminini % 0.1 ($R^2=0,001$), kişilerarası ilişki tarzı boyutları ise %0.8 ($R^2=0,084$) oranında açıklamaktadır.

Boş Zaman Motivasyonu ve Boyutlarının Boş Zaman Tatmini Üzerindeki Etkisi

Tablo 14. Boş Zaman Motivasyonu ve Boyutlarının Boş Zaman Tatmini Üzerindeki Etkisi Regresyon Analizi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	Anlamlılık		t	p	F	R ²
		β	Standart Hata				
Boş Zaman Tatmini	Sabit Değer	,897	,119	7,514	,000	564,416	,599
	Boş Zaman Motivasyonu	,780	,033	23,757			
	Sabit Değer	2,140	,156	13,714	,000	55,234	,372
	Yetenek\Ustalık Faktörleri	,409	,028	14,743			
	Sosyal Faktörler	,045	,047	,953			
	Entellektüel Faktörler	-,048	,041	-1,155			
	Uyarıcı \Kaçınma Faktörleri	,017	,047	,358			

Tablodaki F değerleri (564,416, 55,234) modellerin anlamlı olduğunu göstermektedir (Sig.=,000). Parametrelere ait t istatistik değerinden modele dahil edilen her bir değişkenin ayrı ayrı (%5 anlamlılık düzeyinde) anlamlı olduğu görülmektedir. Boş zaman motivasyonu boş zaman tatminini genel olarak pozitif etkilemektedir ($\beta=.78$; $p<.01$). Boş zaman motivasyonu boyutları boş zaman tatmini üzerindeki etkisi anlamlıdır (yetenek\ustalık faktörleri ($\beta=.40$; $p<.01$), sosyal faktörler ($\beta=.04$; $p<.01$), entellektüel faktörler ($\beta=-.04$; $p<.01$), uyarıcı \kaçınma faktörleri ($\beta=.01$;

$p < .01$). Boş zaman motivasyonu genel olarak turistlerin boş zaman tatmini algılarının %59 oranında ($R^2=0,599$), boş zaman motivasyonu boyutları ise boş zaman tatminini %37 ($R^2=0,372$) oranında açıklamaktadır.

Boş Zaman Motivasyonunun Boş Zaman Tatmini Boyutları Üzerindeki Etkisi

Tablo 15. Boş Zaman Motivasyonunun Boş Zaman Tatmini Boyutları Üzerindeki Etkisi Regresyon Analizi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	Anlamlılık		t	p	F	R ²
		β	Standart Hata				
Psikolojik\ Rahatlama	Sabit Değer	1,093	,170	6,430	,000	279,237	,425
	Boş Zaman Motivasyonu	,781	,047	16,710			
Sosyal	Sabit Değer	,820	,195	4,205	,000	199,236	,346
	Boş Zaman Motivasyonu	,757	,054	14,115			
Fizyolojik	Sabit Değer	,728	,199	3,660	,000	225,131	,373
	Boş Zaman Motivasyonu	,821	,055	15,004			
Estetik	Sabit Değer	1,432	,201	7,114	,000	135,805	,265
	Boş Zaman Motivasyonu	,645	,055	11,654			

Tablodaki F değerleri (279,237, 199,236, 225,131,135,805) modellerin anlamlı olduğunu göstermektedir (Sig.=,000). Parametrelere ait t istatistik değerinden modele dahil edilen her bir değişkenin ayrı ayrı (%5 anlamlılık düzeyinde) anlamlı olduğu görülmektedir. Boş zaman motivasyonunun boş zaman tatmini boyutları üzerindeki etkisi anlamlıdır (psikolojik \rahatlama ($\beta = .78$; $p < .01$), sosyal ($\beta = .75$; $p < .01$), fizyolojik ($\beta = .82$; $p < .01$), estetik ($\beta = .64$; $p < .01$)). Boş zaman motivasyonu psikolojik\rahatlama tatmin boyutunu açıklama oranı % 42 ($R^2=0,425$), sosyal tatmini %34 ($R^2=0,346$), fizyolojik tatmini %37 ($R^2=0,373$), estetik tatmini % 26'dır ($R^2=0,265$).

Tablo 16. Analiz Sonucu Hipotez Durumları

Hipotezler	Alt Hipotezler	t test	ANOVA (F)	Korelasyon	Regresyon	Anlamlılık Seviyesi	Sonuç
H ₁			0.652			0.626	Desteklenmedi
H ₂		1.250				0.212	Desteklenmedi
H ₃			3.830			0.002	Desteklendi
H ₄			8,666			0.000	Desteklendi
H ₅				$r = 0,059$		0.247	Desteklendi
H ₆				$r = -0,030$		0.555	Desteklenmedi
H ₇					0.046	0.247	Desteklendi
	H _{7a}				-,050	0.011	Desteklenmedi
	H _{7b}				-,034		Desteklenmedi
	H _{7c}				-,039		Desteklenmedi
	H _{7d}				,028		Desteklendi
	H _{7e}				,050		Desteklendi
	H _{7f}				,132		Desteklendi
H ₈					-,024	,555	Desteklendi
	H _{8a}				-,104	,000	Desteklenmedi
	H _{8b}				-,075		Desteklenmedi
	H _{8c}				-,022		Desteklenmedi
	H _{8d}				-,005		Desteklenmedi
	H _{8e}				,043		Desteklendi
	H _{8f}				,201		Desteklendi
H ₉					,780	,000	Desteklendi
	H _{9a}				,409	,000	Desteklendi
	H _{9b}				,045		Desteklendi
	H _{9c}				-,048		Desteklenmedi
	H _{9d}				,017		Desteklendi
H ₁₀	H _{10a}				,781	,000	Desteklendi

	H _{10f}						
	H _{10b}				,645	,000	Desteklendi
	H _{10c}				,821	,000	Desteklendi
	H _{10d}				,757	,000	Desteklendi
	H _{10e}						Oluşmadı

SONUÇ

Bireyler tatili boş zaman değerlendirme aracı olarak tercih etmektedir. Boş zaman faaliyetlerinin genel özelliği itibariyle bireylerin iyilik hallerinde iyileşmeye sebep olması beklenmektedir. Bu bağlamda turistlerin tatil süreçlerinde kişilerarası ilişki tarzları onların öncelikle sosyal iyi olma düzeylerini sonrasında ise tatil memnuniyetlerini etkileyecektir. Bu araştırmada, turistlerin kişilerarası ilişki tarzlarının boş zaman motivasyon ve tatminlerine etki erecesi ortaya konulmuştur.

Araştırma sonuçlarına göre katılımcıların boş zaman tatmini algılamaları yaşa ($F_{(4;369)} = ,652, p > 0,05$) ve cinsiyete göre ($t = 1,250, p > 0,05$) farklılaşmamış, eğitim ($F_{(5;359)} = 3,830, p < 0,05$) ve geldikleri ülkelere ($F_{(3;384)} = 8,666, p < 0,05$) göre farklılaşmıştır. Eğitim düzeyi ortalamalarına göre tatmin düzeyi önlisans mezunlarında nispeten daha yüksektir. Kemer\Beldibi bölgesine gelen turistlerin geldikleri ülkelere göre tatmin düzeyi algılamalarında en yüksek tatmine Rusya, Ukrayna, Azerbaycan vb. ülkelerden gelenlerin, en düşük tatmine ise yerli turistlerin sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuçların yurtiçi gelen misafirlerin tatil beklentilerinin daha yüksek olmasından kaynaklı olduğu söylenebilir.

Veri analizi sonucu, araştırmada kullanılan ölçeklerin Cronbach Alpha değerleri oldukça yüksek bulunmuştur. Kişilerarası ilişki tarzı ölçeğinin faktör yapılanmasında 0,50'nin altında değer alan ifadeler analiz dışı tutulmuş ve orjinal ölçekteki altı faktör elde edilmiştir. Alaycı ve küçümseyici tarz faktörünün geçerliliği %60'ın altında değer almış, fakat regresyon analizinde önemli bir etki yüzdesi olması nedeniyle analizde kullanılmıştır. Boş zaman motivasyonu ölçeği faktör yapılanmasında herhangi bir değişiklik oluşmamış ve orjinal halindeki dört faktör bu çalışmada da elde edilmiştir. Boş zaman tatmini ölçeğinde ise faktör yapısı orjinal haline göre farklılık göstermiş, psikolojik ve rahatlama faktör yapıları birleşmiş, eğitim faktörü oluşmamış dört faktörlü bir yapı oluşmuştur.

Araştırma veri toplama sürecinde katılımcı turistlerin bazı kişisel sorulara cevap vermek istememeleri sonucu sadece yaş, cinsiyet ve eğitim durumu bilgilerine ulaşılabilmektedir. Gelir durumu, medeni durum, çalışma saatleri vb. bilgilere yeterli düzeyde ulaşamadığı için değerlendirilmemiştir. Araştırma sonuçlarına göre, genel olarak Kemer\Beldibi bölgesine gelen turist profilinin %57,2'sinin 18- 39 yaş aralığında gençlerden oluştuğu, %52,7'sinin kadın ve % 57,3'ünün lise ve önlisans eğitimi mezunlarından oluştuğu ifade edilebilir. Genç ve lise/önlisans eğitim durumuna sahip ve kadınların fazla olması Kemer\Beldibi bölgesi işletmecilerinin turistlerin tatil karar verme süreçlerinde etkili olabilecek pazarlama stratejileri geliştirmeleri için önemli bir bulgudur. Srnc ve diğerleri (2016) Hırvatistan da ailelerin yaz sezonu ve deniz/kum/güneşli bir tatil tercih ettikleri, motive eden en önemli faktörün aileleri ile kaliteli vakit geçirmek olduğu, tatil bölgesi ve konaklama tercihlerinde fiyatın etkili olduğu, kadınların en çok konaklamada erkeklerin ise ulaşımında etkili olduğu, tatile çıkıp/çıkma konusunda eşlerin birlikte karar aldığı sonuçlarına ulaşmışlardır. Lee ve Beatty (2002:35) çalışmalarında, çalışan kadınların satın alma kararlarında ev kadınlarına göre daha etkili olduklarını, Mottiar ve Quinn (2004) ise hangi ülkeye/bölgeye gidileceği ve ne

kadar harcama yapılacağı konusunda genellikle eşlerin birlikte karar verdiklerini, ayrıca, Günay ve Hassan (2014) gençlerin tatil tercihlerinde sosyal medyanın etkili olduğunu saptamışlardır.

Kemer\Beldibi bölgesine gelen turistlerin bu araştırma sonucuna göre, Kişilerarası ilişki tarzı ortalamaları (\bar{x} =2.500), boş zaman motivasyonu ortalamaları (\bar{x} =3.544) ve boş zaman tatmini ortalamaları (\bar{x} =3.656) bulunmuştur. Ortalama değerler itibariyle katılımcıların kişilerarası ilişki tarzlarının boş zaman motivasyonu ve tatminine göre daha düşük olduğu, boş zaman tatmini faktörleri ortalamalarının [psikolojik\rahatlama (\bar{x} =3.855), sosyal (\bar{x} =3.505), fizyolojik (\bar{x} =3.632), estetik (\bar{x} =3.708)] diğer değişkenlere göre daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Elde edilen bulgulardan, Kemer\Beldibi bölgesine gelen turistlerin kişilerarası yeteri kadar ilişki kurmadıkları veya kaçındıkları ifade edilebilir. Oysaki, turizmde güven, iletişim, tatmin, işbirliği, bağımlılık, empati, karşılıklılığın müşteri bağlılığını etkileyen önemli değişkenler olduğu belirtilmektedir (Haciefendioğlu,2005).

Kişilerarası ilişki tarzı ile boş zaman motivasyonu arasında düşük düzeyde pozitif ($r= 0,059$, $p>.05$) bir ilişki, boş zaman tatmini ile ise ($r= -0,030$, $p>.05$) negatif bir ilişki vardır. Kişilerarası ilişki tarzı boyutlarından baskın tarz ($r= -0,029$, $p>.05$), kaçınan tarz ($r=-0,021$, $p>.05$) ve öfkeli tarz ($r= -0,053$, $p>.05$) boş zaman motivasyonu ile negatif ilişkili iken, duygudan kaçınma\ duyarsız tarz ($r= 0,050$, $p>.05$), manipülatif tarz ($r= 0,050$, $p>.05$) ve alaycı\küçümseyici tarz ($r= 0,171$, $p<.01$) pozitif ilişkilidir. Ayrıca, kişilerarası boyutlarından baskın tarz ($r= -0,110$, $p<.05$), kaçınan tarz ($r=-0,089$, $p>.05$), öfkeli tarz ($r= -0,079$, $p>.05$) ve duygudan kaçınma\ duyarsız tarz ($r=- 0,003$, $p>.05$) boş zaman tatmini ile negatif ilişkili, manipülatif tarz ($r= 0,008$, $p>.05$) ve alaycı\küçümseyici tarz ($r= 0,216$, $p<.01$) pozitif ilişkilidir, yani turistlerin tatil süreci boyunca kişilerarası ilişkilerde negatif ve baskın tarz olarak nitelendirilebilecek baskın, kaçınan, öfkeli tarzları sergilemeleri onların boş zaman motivasyonları ve tatmin düzeylerinde düşüşe sebep olacaktır, şeklinde yorumlanabilir.

Araştırma sonuçlarına göre kişilerarası ilişki tarzı genel olarak boş zaman motivasyonunu % 0.3 ($R^2=0,003$), boş tatminini ise % 0.1 ($R^2=0,001$) açıklamaktadır. Elde edilen bu sonuçların kişilerarası ilişki tarzı ölçeğinin hem pozitif hemde negatif ifadeleri içermesinden kaynaklı olduğu söylenebilir. Çünkü, kişilerarası ilişki tarzı boyutları genel olarak boş zaman motivasyonunu %4 ($R^2=0,043$), boş zaman tatminini ise %0.8 ($R^2=0,084$) oranında açıklamaktadır. β değerleri itibariyle baskın tarz ($\beta= -.10$; $p<.05$), kaçınan tarz ($\beta=-.07$; $p<.05$) ve öfkeli tarz ($\beta=-.02$; $p<.05$) boş zaman motivasyonunu negatif, duygudan kaçınan\duyarsız tarz ($\beta=.00$; $p<.05$), manipülatif tarz ($\beta=.04$; $p<.05$) ve alaycı\ küçümseyici tarz ($\beta=.20$; $p<.05$) pozitif etkilemektedir.

Katılımcıların boş zaman motivasyonu boş zaman tatmini algılarını genel olarak %59 oranında ($R^2=0,599$), boş zaman motivasyonu boyutları ise %37 ($R^2=0,372$) oranında açıklamaktadır. Boş zaman motivasyonu boyutlarından yetenek\ustalık faktörleri ($\beta=.40$; $p<.01$), sosyal faktörler ($\beta=.04$; $p<.01$), uyarıcı\kaçınma faktörleri ($\beta=.01$; $p<.01$) boş zaman tatminini pozitif, entellektüel faktörler ($\beta=-.04$; $p<.01$) ise negatif etkilemektedir. Bu sonuç katılımcıların tatil süreçlerinde entellektüel faktörlere yönelik herhangi bir motivasyon faktörlerinin bulunmadığını göstermektedir. Boş zaman motivasyonu β değeri itibariyle en çok fizyolojik ($\beta=.82$; $p<.01$), daha sonra sırasıyla psikolojik \rahatlama ($\beta= .78$; $p<.01$), sosyal ($\beta=.75$; $p<.01$) ve estetik ($\beta=.64$; $p<.01$) tatmin algılarını etkilemektedir.

Boş zaman aktivitelerine katılım ve boş zaman aktivitelerinin farklılaştırılması turizm işletmelerinde turist istek ve arzuları kapsamında gerçekleştirilmesi gereklidir. Turistlerin, duyarsız, baskın ya da manipülatif gibi farklı kişilik tarzları ve kişiler arası ilişkileri, onların boş zaman deneyimlerine bakış açılarını değiştirmektedir. Bu yüzden turizm işletmelerinde sunulan rekreatif faaliyetlerin sadece eğlence odaklı ve informal şekilde sunulmasından kaçınılmalı ve farklı turist yapılarına yönelik iyi planlanmalı ve organize edilmelidir. Turizm işletmelerinde birçok rekreatif faaliyet otel yöneticilerinin vizyonları ve tecrübeleri paralelinde işletmenin sadece fiziksel ve ekonomik koşulları kapsamında gerçekleştirilmektedir. Oysaki, günümüz koşullarında turistlere terapi hizmeti (fizyolojik, psikolojik, sosyolojik iyilik hallerini artırıcı) sunabilecek şekilde faaliyetlerin oluşturulması ve sunulması işletmelere rekabet avantajı sağlayacağı gibi turizm gelirlerini arttıracak ve hizmet süresinin tüm yıla yayılmasını sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- Akyıldız, M. (2013). Ciddi Ve Kayıtsız Katılımcıların Kişilik Özellikleri İle Boş Zaman Tatmini Ve Yaşam Tatmini Arasındaki İlişki, Anadolu Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Beden Eğitimi Ve Spor Anabilim Dalı, Eskişehir, Mart, Doktora Tezi.
- Argyle, M. and Lu, L. (1990). Happiness And Social Skills, *Personality and Individual Differences*, 11(12), 1255-1261.
- Barlı, Ö. (2008). Davranış Bilimleri ve Örgütlerde Davranış. Erzurum: Aktif Yayınevi.
- Beard, J. G. and Ragheb, M. G. (1980). Measuring Leisure Satisfaction, *Journal of Leisure Research*, 12(1), 20-33.
- Beard, J. G. and Ragheb, M. G. (1983). Measuring Leisure Motivation, *Journal of Leisure Research*, 15, 219-228.
- Beggs, B. A. and Elkins, D. J. (2010). The Influence of Leisure Motivation on Leisure Satisfaction, *Journal Of Applied Leisure and Recreation Research*.
- Besharat, M. A. (2010). Relationships Of Alexithymia With Coping Styles and İnterpersonal Problems. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 5, 614-618.
- Broughton, K. and Beggs, B.A. (2007). Leisure Satisfaction of Older Adults, *Activities, Adaptation & Aging*, 31(1): 1-18.
- Bona, L.D.(2000). What Are The Benefits Of Leisure? An Exploration Using The Leisure Satisfaction Scale, *British Journal of Occupational Therapy*, February, 63(2).
- Bolton, R. (1979). People Skills: How To Assert Yourself, Listen To Others, And Resolve Conflicts. New York: Simon & Schuster.
- Chen, C. (2005). Personality Traits And Their Relationship To Leisure Motivation And Leisure Satisfaction İn Southern Taiwan University Students, University of the Incarnate Word, San Antonio, Texas, Doktora Tezi.

- Chen, Y.-C., Li, R.-H. and Chen, S.-H. (2013). Relationships Among Adolescents' Leisure Motivation, Leisure Involvement, and Leisure Satisfaction: A Structural Equation Model, *Social Indicators Research*, 110, 1187–1199.
- Chun S., Lee Y., Kim B. and Heo J. (2012). The Contribiton Of Leisure Participation And Leisure Satisfaction To Stress Related Growths, *Leisure Sciences*. 34(5), 436-449.
- Csikszentmihalyi, M. (1990). *Flow: The Psychology Of Optimal Experience*, New York: Harper and Row.
- Cohen, L., Mannion, L. and Morrison K. (2007). *Research Methods In Education*. Routledge, Taylor & Francis Group.
- Collie, R. J., Martin, A.J., Papworth, B. and Ginns, P. (2016). Students' İnterpersonal Relationships, Personal Best (PB) Goals, And Academic Engagement, *Learning and Individual Differences*, 45, 65–76
- Doğan, T. ve Sapmaz, F.(2012). Kişilerarası İlişki Tarzları Ve Öznel İyi Oluş, *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, Yaz, 10(3), 585-601.
- Duverger, M. (1999). *Sosyal bilimlere giriş. (Çev. Oskay,Ü.) (5. Basım)*. Ankara: Bilgi Yayınevi.
- Emir, E. (2012).*Rekreatif Etkinliklere Katılımın Önündeki Engellerin Belirlenmesi: Üniversite Öğrencileri Örneği*, KTÜ, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Trabzon.
- Eren, E. (2006). *Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi*. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım AŞ.
- Gökçe, H., (2008). *Serbest Zaman Doyumunun Yaşam Doyumu Ve Sosyo-Demografik Değişkenlerle İlişkisinin İncelenmesi*. Denizli: Yüksek Lisans Tezi, Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Gunter, K. (2008). Does partnered dance promote health? The case of tango Argentino. *The Journal of the Royal Society for the Promotion of Health*, 128(2), 79–84.
- Günay, E. ve Hassan, A. (2014). Gençlerin Sosyal Medya Kullanımı ve Sosyal Medya Kullanımının Tatil Tercihlerine Etkisi, *Journal of International Social Research*, 7,31, 804-812.
- Hacıoğlu, N., Gökdeniz, A. ve Dinç, Y. (2003). *Boş Zaman & Rekreasyon Yönetimi (Örnek Animasyon Uygulamaları)*. Editör: Yrd. Doç. Dr. Ayhan Gökdeniz. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Hacıfendioğlu, Ş. (2005). İlişki Pazarlaması ve Turizm Sektöründe Bir Saha Araştırması, *Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (9) / 1,69-93.
- Hasta, D. ve Güler, M.E. (2013) *Saldırganlık: Kişilerarası İlişki Tarzları Ve Empati Açısından Bir İnceleme*, *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(1), 64-104.
- Hills, P, Argyle, M. And Reeves,R. (2000). Individual Differences İn Leisure Satisfaction: An İntestigation Of Four Theories Of Leisure Motivation, *Personality and Individual Differences*, 28, 763-779.
- Ho, J.T.S. (1996). Stress, Health And Leisure Satisfaction: The Case Of Teachers, *International Journal of Educational Management*, 10, 1, 41-48.

- İmamoğlu, S. (2008). Genç Yetişkinlikte Kişilerarası İlişkilerin Cinsiyet, Cinsiyet Roller ve Yalnızlık Algısı Açısından İncelenmesi, T.C., Marmara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eğitim Bilimleri Ana Bilim Dalı, Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Bilim Dalı, Doktora Tez, İstanbul.
- İmamoğlu, S.E. ve Aydın, B. (2009). Kişilerarası İlişki Boyutları Ölçeği'nin Geliştirilmesi, *İstanbul Üniversitesi Psikoloji Çalışmaları Dergisi*, 29, 1, 39-64.
- Kaya, F. (2010). Çocukluk Döneminde Yaşanan İstismarın Kişilerarası İlişki Tarzları Üzerindeki Etkisi: Erken Dönem Uyum Bozucu Şemaların Aracı Rolü, T.C., Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Uygulamalı Psikoloji Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Karlı, Ü., Polat, E., Yılmaz, B. ve Koçak, S. (2008). Serbest Zaman Tatmin Ölçeğinin (SZTÖ-Uzun Versiyon) Geçerlilik Ve Güvenilirlik Çalışması, *Hacettepe Spor Bilimleri Dergisi*, 19(2), 80-91.
- Kelle, U. (1995). Computer Aided Qualitative Data Analysis. London: Sage Publications.
- Kovacs, A. (2007). The Leisure Personality: Relationships Between Personality, Leisure Satisfaction, and Life Satisfaction, School of Health, Physical Education and Recreation, Indiana University, Doktora Tezi.
- Kılınç, M., Ulucan, H., Kaya, K. Ve Türkçapar, Ü. (2012). Takım Spor Yapanların Motivasyon Düzeylerinin Farklı Değişkenlere Göre Düzenlenmesi, *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 11(2), 133-144.
- Koç, B.(2014). Kişilerarası İlişki Tarzlarının Saldırganlık İle İlişkisi, Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim Dergisi, Türkiye, Sayı: 3/4, 160-18.
- Landis, J. R. and Koch, G. G. (1977). The Measurement Of Observer Agreement For Categorical Data. *Biometrics*, 33, 159-174.
- Lapa, T.Y.(2013).Life Satisfaction, Leisure Satisfaction And Perceived Freedom Of Park Recreation Participants, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 93, 1985-1993.
- Lapa, T. Y., Ağyar, E. ve Bahadır, Z. (2012) Yaşam Tatmini, Serbest Zaman Motivasyonu, Serbest Zaman Katılımı: Beden Eğitimi Ve Spor Öğretmenleri Üzerine Bir İnceleme (Kayseri Örneği), *Spormetre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 2, 53-59.
- Lee, C. K.C. ve Beatty, S. E. (2002) Family Structure and Influence in Family Decision Making, *Journal of Consumer Marketing*, Vol.19, No.1, 24-41.
- Lee Y, Daltilo J. and Howard D (1994) The Complex And Dynamic Nature Of Leisure Experience, *Journal Of Leisure Research*, 26(3), 195-211.
- Leveresen, I. Danielsen, A.G., Birkeland, M.S. and Samdal, O. (2012). Basic Psychological Need Satisfaction in Leisure Activities and Adolescents' Life Satisfaction, *J Youth Adolescence*, 41, 1588–1599.

- Lin, J-H., Wong, J.-Y. and Ho, C.-h. (2015). The Role Of Work-To-Leisure Conflict In Promoting Frontline Employees' Leisure Satisfaction, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 27, 7, 1539- 1555.
- Lu, L. and Hu, C. (2005). Personality, Leisure Experiences And Happiness, *Journal of Happiness Studies*, 6, 325-342
- Lyubomirsky, S., King, L. and Diener, E. (2005). The Benefits Of Frequent Positive affect: Does Happiness Lead To Success?, *Psychological Bulletin*, 131, 803-855.
- Mutlu, İ., Yılmaz, B., Güngörmüş, H., A., Sevindi, T. ve Gürbüz, B. (2011). Bireylerin Rekreatif Amaçlı Egzersize Motive Eden Faktörlerin Çeşitli Değişkenlere Göre Karşılanması, *Selçuk Üniversitesi Beden Eğitimi Ve Spor Bilimleri Dergisi*, 13 (1), 54-61.
- Muñoz-Doyague, M.F. and Nieto, M. (2012). Individual Creativity Performance And The Quality Of Interpersonal Relationships, *Industrial Management & Data Systems*, 112, 1, 125-145.
- Mottiar, Z. and Quinn, D. (2004) Couple Dynamic in Household Tourism Decision Making: Women as the Gatekeepers?, *Journal of Vacation Marketing*, April, 10, 149 -160.
- Nawijn, J. and Veenhoven, R. (2011). The Effect Of Leisure Activities On Life Satisfaction: The Importance Of Holiday Trips, *The Human Pursuit Of Well-Being: A Cultural Approach*. Springer Science, 39-53.
- Oktay, B. ve Batıgün, A.D. (2014) Aleksitimi: Bağlanma, Benlik Algısı, Kişilerarası İlişki Tarzları ve Öfke, *Türk Psikoloji Yazıları*, Haziran, 17 (33), 31-40
- Oliver, R.L. (1993). Cognitive, Affective, and Attribute Bases of the Satisfaction Response, *Journal of Consumer Research*, 20(3), 418-430.
- Peplau, H., (2004). *Interpersonal Relations In Nursing*. Springer Publishing Co., New York.
- Rebeiro, G., Edward, K-L., Chapman. R. and Evans, A. (2015). Interpersonal relationships between registered nurses and student nurses in the clinical setting- A systematic integrative review, *Nurse Education Today* 35, 1206-1211.
- Richards L. and Morse, J. M. (2007). *Read Me First For A Users Guide To Qualitative Methods*. London: Sage.
- Saymaz, İ. (2003). Üniversite Öğrencilerinin Kişilerarası İlişkileri Ve Bağlanma Stilllerinin Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. İstanbul, Yüksek Lisans Tezi.
- Siegenthaler K. L. and O'Dell I. (2000). Leisure Attitude, Leisure Satisfaction, And Perceived Freedom In Leisure Within Family Dyads, *Leisure Sciences*, 22(4), 281-296.
- Sevil, T. (2015). Terapötik Rekreatif Aktivitelere Katılımın Yaşlıların Algıladıkları Boş Zaman Tatmini, Yaşam Tatmini ve Yaşam Kalitesine Etkisi, Anadolu Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı, Eskişehir, Haziran, Doktora Tezi.

- Srnec, T., Lončarić, D. and Prodan, M. P. (2016). Family Vacation Decision Making Process: Evidence From Croatia, *Tourism & Hospitality Industry Congress Proceedings*, 432-445.
- Şahin, N.H., Batıgün, A.D. ve Pazvantoğlu, E.A. (2012). Cinsel İşlevlerdeki Sorunlarda Kişilerarası Tarz, Kendilik Algısı ve Öfkenin Rolü, *Türk Psikiyatri Dergisi*, 23(1),18-25.
- Şahin, N.H., Batıgün,A.D. ve Uzun, C.(2011). Anksiyete Bozukluğu: Kişilerarası Tarz, Kendilik Algısı Ve Öfke Açısından Bir Değerlendirme, *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 12, 107-113.
- Şenormancı,Ö., Konkan,R., Güçlü,O. ve Şenormancı, G.(2014). Depression, Loneliness, Anger Behaviours And Interpersonal Relationship Styles In Male Patients Admitted To Internet Addiction Outpatient Clinic In Turkey, *Psychiatria Danubina*, 26, 1,39-45.
- Tang, J.-H., Chen, M.-C., Yang, C.-Y., Chung, T.-Y. and Lee, Y.-A. (2016). Personality Traits, İnterpersonal Relationships, Online Social Support, And Facebook Addiction, *Telematics and Informatics*, 33, 102–108.
- Tekin, G., Amman, M.T. ve Tekin, A.(2009). Serbest Zamanlarda Yapılan Fiziksel Egzersizin Üniversite Öğrencilerinin Depresyon Ve Atılganlık Düzeylerine Etkisi, *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 6, 2,148-159.
- Torkildsen, G. (1999). Leisure and Recreation Management. Spon Press, London.
- Tu, H.H., Chen, L.S., Wang, M. C. and Lin, J.Y. (2007). The İmpact Of Neuroticism On Leisure Satisfaction: Online Game Application, *Social Behavior And Personality*, 35(10), 1399-1404.
- Yetim, G. (2014).Boş Zaman İlgileniminin Boş Zaman Tatmini Ve Sadakati Üzerine Etkisi: Eskişehir'deki Fitnes Merkezleri Üzerine Araştırma, Anadolu Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Beden Eğitimi Ve Spor Anabilim Dalı, Eskişehir, Ağustos, Yüksek Lisans Tezi.

**Interpersonal Relationship Styles of Tourists, Leisure Motivations and Leisure Satisfaction Relationship:
The Example of Antalya \ Kemer\Beldibi**

Gülseren YURCU

Akdeniz University, Faculty of Tourism, Department of Recreation Management

Extensive Summary

The style of interpersonal relationship significantly affects the social well-being of individuals. The purpose of the research is to reveal the influence of the interpersonal relations styles of the tourists during the vacation processes on the leisure motivation and leisure satisfaction perceptions. For this purpose, a survey was applied to 412 tourists in Kemer \ Beldibi region. Interpersonal Relationship Style, Leisure Motivation and Leisure Satisfaction scales were used to collect data. Parametric tests t test, ANOVA, correlation and regression analyzes were applied in data analysis. As a result of the data analysis, the leisure time satisfaction perceptions of tourists are not different according to age, gender, are different according to level of education, countries where they come from. Associate degree graduate and Russia, Ukraine, Azerbaijan and so on. tourists from countries have higher levels of leisure time satisfaction. Further, participants' interpersonal styles were lower than leisure time motivation and satisfaction, low level of positive correlation between interpersonal relationship style and leisure motivation, negative correlation with leisure time satisfaction, it was found that interpersonal relationship style generally explained leisure motivation by 0.3%, leisure satisfaction by 0.1%, and leisure motivation by 59% of leisure time satisfaction in general.

According to the results of the research, leisure time satisfaction perceptions of participants did not differ according to age ($F_{(4;369)} = ,652, p > 0,05$) and gender ($t = 1,250, p > 0,05$), was different according to education ($F_{(5;359)} = 3,830, p < 0,05$) and country where they come from ($F_{(3;384)} = 8,666, p < 0,05$). Satisfaction level according to education level average is relatively higher in associate degree graduates. The highest satisfaction of the tourists coming to the Kemer \ Beldibi region in their perception of the satisfaction level according to the countries they came from Russia, Ukraine, Azerbaijan etc. the least of which comes from the countries, the tourists from the country have the lowest satisfaction. It can be said that these results are due to the fact that the expectation of vacationers of domestic guests is higher.

As a result of the data analysis, the Cronbach Alpha values of the scales used in the research were found to be quite high. In the factor structure of the interpersonal style scale, expressions with values below 0,50 were excluded from the analysis and six factors in the original measure were obtained. The validity of the cynical and contemptuous style factor was valued below 60%, but was used in the analysis because it is a significant percentage of effect in regression analysis. There was no change in the factor structure of leisure motivation scale, and the original four factors were also obtained in this study. if leisure time is at the scale, the factor structure differs according to the original shape, psychological and relaxation factors are combined, and a four factor structure with no education factor is formed.

As a result of participant tourists' inability to respond to some personal questions in the research data collection process, only the age, gender and educational status information was available. Income status, marital status, working hours, etc. was not assessed because the information could not be reached at a sufficient level. 30.4% of the participants were 18-39, 26.8% were 18-28, 24% were 40-50, 13.3% were over the age of 51 and 5.6% were under 18 years of age. 37.6% are male, 52.7% are female, 33.5% are associate degree, 23.8% are high school, 18.7% are graduate, 8% are masters, 4.6% are doctorate and 4.4% are primary school graduates. According to the results of the research, it can be said that the tourist profile (57,2%) coming to Kemer \ Beldibi region is composed of young people between the ages of 18-39. In addition, it is seen that the participants are graduated from high school and associate degree in terms of education status. Srncet et al. (2016) have reached conclusions, in Croatia, families prefer summer / sea / sand / sunny holidays, the most important factor motive is to spend quality time with your family, holiday zone and accommodation preference, price is effective, women are mostly hosted and men are ethical in transport, where the spouses decide whether to go out for a holiday or not. In their study, Lee and Beatty (2002: 35) found that working women were more effective in purchasing decisions than housewives, Mottiar and Quinn (2004), on the other hand, have found that spouses usually decide together with which country / region to go and how much to spend, in addition, Günay and Hassan (2014) found that the social media influenced young people.

According to the survey results of tourists coming to Kemer \ Beldibi region, average of interpersonal relationship style ($\bar{x} = 2.500$), leisure time motivation average ($\bar{x} = 3.544$) and leisure time average ($\bar{x} = 3.656$) were found. The psychological relaxation ($\bar{x} = 3.855$), social ($\bar{x} = 3.505$), physiological ($\bar{x} = 3.632$), aesthetic ($\bar{x} = 3.708$) and other averages of the leisure time satisfaction factors were found to be lower than the leisure time motivation and satisfaction of the participants is higher than that of the variables. From the findings, it can be stated that the tourists who come to Kemer \ Beldibi region do not establish or escape as much as the interpersonal ability. However, it is stated that trust, communication, satisfaction, cooperation, dependency, empathy and reciprocity in tourism are important variables affecting customer loyalty (Hacıfendioğlu, 2005).

A low level of positive correlation between interpersonal style and leisure motivation ($r = 0,059$, $p > .05$), is a negative correlation with leisure time satisfaction ($r = -0,030$, $p > .05$). While the dominant style ($r = -0,029$, $p > .05$), avoiding style ($r = -0,021$, $p > .05$) and angry style ($r = -0,053$, $p > .05$) are negatively correlation with leisure motivation, emotional avoidance \ insensitive style ($r = 0,050$, $p > .05$), manipulative style ($r = 0,050$, $p > .05$) and cynical and contemptuous style ($r = 0,171$, $p < .01$) are positively correlation. Moreover, the dominant style ($r = -0,110$, $p < .05$), the avoiding style ($r = -0,089$, $p > .05$), the angry style ($r = -0,079$, $p > .05$) and emotional avoidance \ insensitive style ($r = -0,003$, $p > .05$) from the interpersonal dimensions are negatively correlation with leisure time satisfaction, the manipulative style ($r = 0,008$, $p > .05$) and the cynical and contemptuous style ($r = 0,216$, $p < .01$) are positively correlation. So, it can be interpreted that tourists exhibiting the dominant, avoiding, and angry styles that can be described as negative and dominant modes in interpersonal relationships during the holiday process will cause their leisure motivation and satisfaction levels to decrease.

According to the results of the research, interpersonal relationship style generally explains leisure motivation 0.3% ($R^2 = 0.003$) and leisure satisfaction 0.1% ($R^2 = 0.001$). It can be said that the results obtained from these results are due to the fact that the scale of interpersonal relationship style includes both positive and negative phrases. Because interpersonal style dimensions generally explain 4% of leisure motivation ($R^2 = 0.043$) and 0.8% of leisure time ($R^2 = 0.084$). As of β values, dominant style ($\beta = -.10$; $p < .05$), avoiding style ($\beta = -.07$; $p < .05$) and angry style ($\beta = -.02$; $p < .05$), the leisure time motivation is negatively affect, emotional avoidance \ insensitive style ($\beta = .00$; $p < .05$), manipulative style ($\beta = .04$; $p < .05$) and cynical and contemptuous ($\beta = .20$; $p < .05$) is positively affect.

Participants' leisure time motivation, leisure time perceptions were generally explains the rate of 59% ($R^2 = 0.599$), the dimensions of leisure motivation were explains the rate of 37% ($R^2 = 0.372$). Ability \ mastery factors ($\beta = .40$; $p < .01$), social factors ($\beta = .04$; $p < .01$), stimulus \ avoidance factors ($\beta = .01$; $p < .01$) from leisure motivation dimensions has a positive effect on leisure time satisfaction, intellectual factors ($\beta = -.04$; $p < .01$) are negatively affected. This result shows that there are no motivational factors for intellectual factors in the participants' vacation processes. As β value of leisure motivation, tourists was affect perception of the most physiologically ($\beta = .82$; $p < .01$), followed by psychological relaxation ($\beta = .78$; $p < .01$), social ($\beta = .75$; $p < .01$) and aesthetic ($\beta = .64$; $p < .01$) satisfaction.

Participation in leisure activities and differentiation of leisure activities are required to be realized within the scope of tourist wishes and desires in tourism enterprises. Different types of personality, such as tourists, insensitive, predominantly manipulative, and interpersonal relationships, change their view of leisure time experiences. Therefore, recreational activities presented in tourism enterprises should be avoided from being presented only in entertainment and informal, and should be well planned and organized for different tourist structures. Many recreational activities in tourism enterprises are carried out only within the physical and economic conditions of the business in parallel with the visions and experiences of hotel managers. *Whereas*, the creation and presentation of activities to offer therapy services (increase physiological, psychological, sociological wellbeing) to tourists in today's conditions, as it will provide competitive advantage to businesses will provide increase tourism revenues and the duration of the service.