



İkinci Konut Sahiplerinin İkincil Konut Turizmine Yönelik Algılarının Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma** (A Research on the Determination of Perceptions of Second Home Owners towards Secondary Housing Tourism)

Cevdet AVCIKURT^a, Bilal DEVECİ^b, *Mehmet SARIOĞLAN^c

^a Balıkesir University, Faculty of Tourism, Department of Tourism Management, Balıkesir/Turkey

^b Kırklareli University, Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Kırklareli/Turkey

^c Balıkesir University, Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Balıkesir /Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 08.09.2021

Kabul Tarihi: 15.11.2021

Anahtar Kelimeler

İkincil konut

Algı

Edremit

Turizm

Öz

Bu çalışmada Edremit'te ikinci konut sahibi bireylerin; ikincil konut turizmine yönelik algılarını tespit etmek ve ikincil konut turizmine katılım sebeplerinin neler olduğunun belirlenmesi amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiş ve yüz yüze anket tekniği kullanılmıştır. Araştırmanın verileri 2021 yılı Mayıs-Ağustos ayları arasında 413 katılımcıdan elde edilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre; ölçek 14 ifade ve 4 boyuttan oluşan bir yapı sergilemiştir. Ölçek içerisindeki değişimi en çok açıklayan boyutun "sosyal değer" boyutu olduğu belirlenmiştir. İkincil konut turizmine yönelik algıların demografik özelliklerin tamamında farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Ayrıca ölçeğin alt boyutları arasında pozitif yönlü güçlü bir korelasyon olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Keywords

Secondary housing

Perception

Edremit

Tourism

Abstract

In this study; It is aimed to determine the perceptions of second home owners in Edremit towards second home tourism and to determine what the reasons for their participation in secondary home tourism are. For this purpose, convenience sampling method was preferred and face-to-face survey technique was used. The data of the study were obtained from 413 participants between May and August 2021. According to the research results; The scale exhibited a structure consisting of 14 expressions and 4 dimensions. It was determined that the dimension that most explained the change in the scale was the "social value" dimension. It has been determined that the perceptions of secondary home tourism differ in all demographic characteristics. In addition, it was concluded that there was a strong positive correlation between the sub-dimensions of the scale.

Makalenin Türü

Araştırma makalesi

* Sorumlu Yazar

E-posta: mehmet@balikesir.edu.tr (M. Sarioğlan)

DOI: 10.21325/jotags.2021.956

**Bu araştırma Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi ev sahipliğinde 21-22 Ekim 2021 tarihlerinde düzenlenen International Travel and Tourism Dynamics (ITTD21) Kongresi'nde sunulan bildirinin genişletilmiş halidir.