

İş Seyahatinin Yeni Trendi: Bleisure¹

Ezgi Nur Kılınç²

Cemal Artun³

Özet

Bu araştırma, iş turizmi ve boş zaman turizmini birleştirerek hibrit bir özellik taşıyan bleisure turizmine odaklanmıştır. Bleisure turizmi iş seyahati sırasında boş zamanı turistik aktiviteler için kullanmayı amaçlamaktadır ve son yılların önemli seyahat trendlerinden biri haline gelmiştir. Ancak, hızla büyüyen bu trendin nedenlerini ve etkilerini ele alan çalışma sayısı artmakla birlikte bleisure turizmle ilgili gelişmekte olan alanyazını toparlayıcı bir çalışma ihtiyacı ortaya çıkmaktadır. Bu ihtiyaç, bleisure turizminin kurumsal iş turizmi ve serbest zaman turizminden farklılaşmasının bulanık kalmasından kaynaklanmaktadır. Bu araştırma, bleisure turizminin yükselişiyle ilgili mevcut araştırmaların bulgularını ve eksiklikleri ele alarak, bu alandaki boşluğu doldurmayı hedeflemektedir. Ayrıca, bleisure turizminin yeni bir trend olarak yaygınlaşmasını etkileyen dinamikleri belirlenmeye çalışılmıştır. Bu dinamikleri anlaşılır kılarak bu çalışma bleisure turizminin alanyazınının gelişmesine katkı sunmayı hedeflemektedir. Bleisure turizminin çerçevesini netleştirmek için bir dizi yöntem kullanılmıştır. İlk olarak hem yerli hem de yabancı alanyazını taraması yapılarak bleisure turizmi ile ilgili önceki çalışmaların incelenmesi gerçekleştirilmiştir. Daha sonra bleisure turizmin çerçevesinin ortaya konulabilmesi için iş turizmi ve boş zaman turizmi ayrıntılı bir şekilde özetlenmiştir. Çizilen çerçevede bleisure turizmini detaylandırmak için kavramsal tartışmaları ve alanyazını bilgisi, turist tipolojisi ve motivasyonları, destinasyon yönetimi ve işletme politikası konuları ele alınmıştır. Ayrıca, bleisure turizmle ilgili çevrimiçi seyahat platformlarının anket verileri analiz edilerek bleisure gezginlerinin tanımı, tipolojileri ve eğilimleri üzerine iç görüleri yer verilmiştir.

- 1 Bu çalışma 2023/2024 Döneminde Fethiye İşletme Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü'nde Bitirme Projesi olarak sunulan çalışmanın genişletilmiş halidir.
- 2 Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Fethiye İşletme Fakültesi, Mail: czgi44120@gmail.com, Orcid: 0009-0006-6776-324X
- 3 Dr. Öğr. Üyesi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Fethiye İşletme Fakültesi, Mail: cemalartun@mu.edu.tr, Orcid: 0000-0002-8995-5238

Giriş

Turizm olgusunun salt bir hizmet sektörü olarak tanımının dışına taşarak hizmet odaklı bir anlayışa geçiş belirli değişimleri tetiklemektedir. Bunu anlayabilmek için sektörel bir bakış açısından turizmdeki değişimlerin fark edilmesi daha kapsayıcı olabilir. Özellikle endüstriyel görüşten post-modern görüşe geçişin turizmdeki hızlı bir değişim meydana getirmesi daha anlamlı hale gelmektedir (Sardést ve Ivanauskas, 2019) ve turizmin geçmişe göre daha çeşitli hale gelmesine (Alp ve Yazıcı-Ayyıldız, 2020) sebebiyet vermektedir. Ayrıca, küresel çapta turizm hareketliliğinin her yıl genişlemesi, seyahat edenlerinin ölçeğinin ve yeni turizm trendlerinin genişlemesine neden olmaktadır (Sardést ve Ivanauskas, 2019). Bu durum turizmde bir değişime ve yeniliğe işaret etmekle birlikte, sadece turizmin kendi içerisindeki bir dönüşümün sonucu değildir. Özellikle iş hayatındaki dönüşüm ve insanların zamanın kıymetini anlamaları neticesinde sürekli deneyim ve anlam arayışı farklı turizm türlerinin önem kazanmasını desteklemektedir. Böylece turizm türleri arasında geçirgenlik, iç içe geçme veya yakınsama gerçekleşmektedir. Bu değişimin, özellikle iş turizmi segmentinde yeni kavramlar ve turist türleri içerdiği görülmüştür; bunlardan biri de bleisure seyahatidir (Sardést ve Ivanauskas, 2019).

Dünya genelinde seyahat alanında boş zamanın bir ürün ve hizmet olarak tüketimi her geçen yıl artmaya devam etmektedir (Ünal ve Özgürel, 2021). Bireyler seyahatlere uzun zamanlardan beri sadece eğlence ve boş zaman motivasyonu ile değil, aynı zamanda iş ve meslek ile ilgili çeşitli görevleri yerine getirmek için de katılabilmektedir (Çetinsöz ve Hazarhun, 2020). Tatil amaçlı seyahat eden konuklar paralarının karşılığını almaya öncelik verirken, iş amaçlı seyahat edenler genellikle otel masraflarını şirketlerinin karşılaması nedeniyle hizmet kalitesine öncelik vermektedir, (Batala ve Slevitch, 2024). Dolayısıyla farklı turizm türlerine yönelik motivasyonları bir arada düşünerek yeni bir turizm türünü bleisure turizmle ele almak gerekliliği karşımıza çıkmaktadır.

Geçmişte yapılan araştırmalar boş zaman ve iş amaçlı seyahat edenlere ayrı ayrı odaklanırken, çalışmamız iş ve boş zamanın tek bir seyahatte kesiştiği boş zaman seyahat deneyimini araştırarak bir boşluğu doldurmaktadır. Geleneksel seyahat çalışmaları genellikle bu grupları farklı olarak ele almakta ve potansiyel olarak gelişen seyahat dinamiklerini gözden kaçırmaktadır (Batala ve Slevitch, 2024). Kurumsal iş amaçlı seyahat edenler boş zaman aktivitelerine katılma motivasyonlarını birleştirerek gittikleri yerlerde daha uzun süre kalmaya karar verme eğilimleri sıklaşmaktadır (Ezcuduji, 2024; Sardést ve Ivanauskas, 2019). Bunun nedeni çalışanların zorunlu

iş seyahatlerini sadece iş olarak gördüklerinde bu seyahati ailesinden, arkadaşlarından uzak kalma, mevcut rutinin dışına çıkma gibi nedenlerle büyük bir yük olarak algılamaktadırlar (Alp ve Yazıcı-Ayyıldız, 2020).

Turizm alanında bir inovasyon olarak bleisure turizm öne çıkmaktadır ve akademik yazında gündemde kalmaya devam etmektedir. Bleisure seyahatlerinin hacminin büyümesi, seyahatleri sırasında bazı boş zaman aktivitelerine katılmak isteyen kurumsal gezginlerin ihtiyaçlarına daha fazla odaklanması ihtiyacını ortaya çıkarmaktadır (Ezeuduji, 2024). Böylece bleisure turizm ile ilgili yerli ve yabancı alanyazınındaki akademik ilgi gün geçtikçe artmaktadır ancak; hala çalışma sayısı sınırlı kalmaktadır. (Alp ve Yazıcı-Ayyıldız, 2020; Kasalak vd., 2019). Bu araştırma, bleisure turizminin yükselişiyle ilgili mevcut araştırmaların bulguları ve eksikliklerini ele alarak, bu alandaki boşluğu doldurmayı hedeflemektedir. Temel amacı, bleisure turizminin popülerleşmesinin ardındaki nedenleri anlamak ve bu yeni seyahat trendinin yaygınlaşmasını etkileyen dinamikleri belirlemektir. Bu çalışma, bleisure turizmi yazınındaki çalışmaları daha toparlayıcı bir odakla ele alarak hem bu önemli turizm trendinin daha iyi anlaşılmasına hem de gelecekteki araştırmaların araştırma süreçlerine yardımcı olmayı hedeflemektedir.

Boş Zaman (Leisure) Turizmi

İnsanlar hayatın gerekliliklerinden başlayarak zorunlu ihtiyaçların karşılanmasından iş hayatının ve sosyal ilişkilerin sürdürülmesine kadar rutin işlerine yönelik belirli bir zamanlarını ayırmaktadırlar (Karaküçük, 2014). Daha basit bir formülasyonla, boş zaman, keyifli veya eğlenceli olarak değerlendirdiğimiz şekilde harcamak için sahip olduğumuz zaman olarak da tanımlanır (Sardést ve Ivanauskas, 2019: 10). Boş zamanın kapsadığı zaman aralığı hayatın devamlılığı rutinlerle sağlanır. Özellikle şehir hayatı temelli bakış açısıyla değerlendirilirse, insanların günlük rutinlerinin birtakım işlevleri vardır. Hayatın günlük akışında ihtiyaç duyulan güvenin inşası için rutinler işlevsel görülmektedir. İnsanların yaşamlarını fiziksel, mekânsal, ruhsal, psikolojik, sosyal, ekonomik koşullarının devamlılığının sağlanması hayatlarını sürdürmek için gereklidir ve bunu da gün içerisindeki rutinleriyle gerçekleştirmektedirler. Bu rutinlerle bağlantılı olarak boş zaman değerlendirildiğinde; *“boş zaman, bireylerin rutin ve yorucu iş stresinden uzaklaşmak için kendilerinin isteği doğrultusunda şekillendirebildikleri reaktif nitelikli etkinliklerden faydalandıkları bir zaman dilimidir”* (Karaküçük, 2014: 33-34). Bu tanımdan hareketle günümüzde hayatın hızlandığı bir dönemde özellikle şehir yaşamında boş zamanın değerlendirilebilmesi önemli bir ihtiyaç haline gelmiştir (Alp ve Yazıcı-Ayyıldız, 2020). Bu ihtiyacın karşılanması noktasında turizm önemli bir kavşak olarak karşımıza çıkmaktadır. Çünkü

boş zamanla birlikte insanlar iş yaşamından uzaklaşma ve bireyi yenileme, rahatlatma ve haz veren değerlere ulaşma fırsatı arayışındadırlar (Karaküçük, 2014).

Boş zaman ile turizm arasındaki bağı araştırmak adına 1970'lerden bu yana bilim insanları boş zamanla turizm arasındaki nedensellik kavramına odaklanmaları sonucu birlikte boş zaman turizmi alanyazını geliştirmeye başlamıştır (Alp ve Yazıcı-Ayyıldız, 2020). Bu alanyazını turizmin diğer türleriyle de bağlantılı olup zaman içerisinde dönüşümlere uğramıştır. Turizmin klasik tanımından hareketle insanların turizm faaliyetlerine katılabilme şartlarından birisi boş zaman koşuludur. Ancak, günümüzde boş zamanın süresinden çok nasıl geçirildiği üzerinde insanlar daha fazla arayış içerisindedirler. Bu arayışların insanları sıklıkla turizmdeki faaliyetlerine yönettikleri görülmektedir. Ancak, tatile çıkan bireyler büyük ölçüde arayış içinde olacaklarından dolayı turizm içerisinde boş zamanın değerlendirilmesi rutinlerdeki boş zamanlardan farklı olacağı gözden kaçırılmamalıdır (Sardést ve Ivanauskas, 2019: 10). İnsanların boş zamanlarını değerlendirme talepleri, turizm açısından farklı bakış açısıyla değerlendirilmektedir. Turizm araştırmalarında boş zamanın ele alınışı belirli bir amaç etrafında planlı bir sürecin nasıl yapılandırılacağı üzerinedir. Bu yapılandırma süreci özellikle çalışan bireyleri iş yaşamının olumsuz etkilerinden uzaklaştırmaya yönelik kurgulanmaktadır (Karaküçük, 2014). Bu nedenle, araştırmacılar turizmin özel bir boş zaman biçimi olduğunu ve deneysel, motive edici ve davranışsal gibi çeşitli faktörleri paylaştığı üzerinde durmaktadırlar (Sardést ve Ivanauskas, 2019: 10). Boş zamanın turizm açısından bu şekilde yapılandırılması, önemli bir soruyu karşımıza çıkarmaktadır. Boş zaman nerede başlamaktadır ve bitmektedir. Diğer bir ifadeyle, boş zaman sadece izin günleri veya çalışılmayan günler değil, gün içerisinde de insanların kendilerine zaman ayırmaları, hayattaki faaliyetlerine anlamlandırma çabaları sonucu özellikle iş yaşamıyla iç içe geçebilmektedir. İş yaşamındaki daha az çalışma, insanların bilişsel ve psikolojik olarak kendilerini toplama ihtiyacı ve verimli çalışma için boş zaman yaratma çabaları son dönemde boş zamanın nasıl değerlendirildiğinin deneyim odaklı olarak ölçülmesine sebebiyet vermektedir. Böylece boş zamanın değerlendirilmesinde hem bireysel hem de turizmde arz odaklı olarak kısa veya uzun dönemli fark etmeksizin deneyim odaklı gerçekleşmektedir.

İş (Business) Turizmi

Seyahatleri çoğunlukla işlerine dayalı olan iş insanlarının gerçekleştirdiği birtakım faaliyetler konaklama, yeme-içme, ulaşım gibi çeşitli hizmetlerin sunulması açısından turizm sektörü içerisinde değerlendirilmektedir

(Ünal ve Özgürel, 2021). İş seyahatleri Covid-19 temelli salgın öncesinde düzenli olarak büyümektedir. Statista (2023) tarafından yayınlanan verilere göre, 2015'ten 2020'ye kadar iş seyahati harcamaları yıllık yüzde altı ila yedi oranında artmıştır (Ezeuduji, 2024). Covid-19 salgını sonrasında özellikle dijitalleşme ile birlikte uzaktan çalışma ve toplantı düzenlemeleri iş turizmi pazarında dönüşümler yaratmaktadır. İş turizmi sektörü seyahat maliyet yönetimi stratejileri, sürdürülebilirlik, perakendecilik modellerinin dönüşümü ve yeni teknolojilerin entegrasyonunun neden olduğu dönüşümler sonucunda 2024 yılında değişimlerin izi görülmektedir (Global Business Travel Association, 2023).

Alanyazınında iş turizmi veya kurumsal iş turizmi olarak adlandırılan bu turizm türü geleneksel turizm tanımından farklı olarak ticari bir amaçla gidiş gelişi kapsamaktadır. Dolayısıyla ticari amaçla gerçekleştirilen seyahatlerdeki turizm faaliyetleri üzerinden tanımlanmaktadır.

Ziyaretçilerin ikamet ettikleri veya işyerleri dışında bulunan bir destinasyona ticari sebepler ile giderek gerçekleştirdikleri turizm faaliyetine iş turizmi (business) tanımlanmaktadır. Ancak, dikkat edilmesi gereken nokta iş turizminin işleriyle ilgili amaçlarla seyahat eden insanlarla ilgili olmasıdır ve bu nedenle insanların ticari amaçlarla seyahat ettiği en eski turizm biçimlerinden biri olarak kabul görmektedir (Davidson ve Cope, 2003).

Bleisure Turizm Kavramı

Birçok çalışan için iş seyahatleri yakın geçmişte zorunluluktan gidilen ve çalışana yorgunluktan başka bir şey çağrıştırmayan yük olarak görülmekteyken, artık kalış sürelerini uzatarak kendilerine boş zaman yaratmaya başlamaları ile bambaşka bir boyut kazanmıştır (Alp ve Yazıcı-Ayyıldız, 2020).

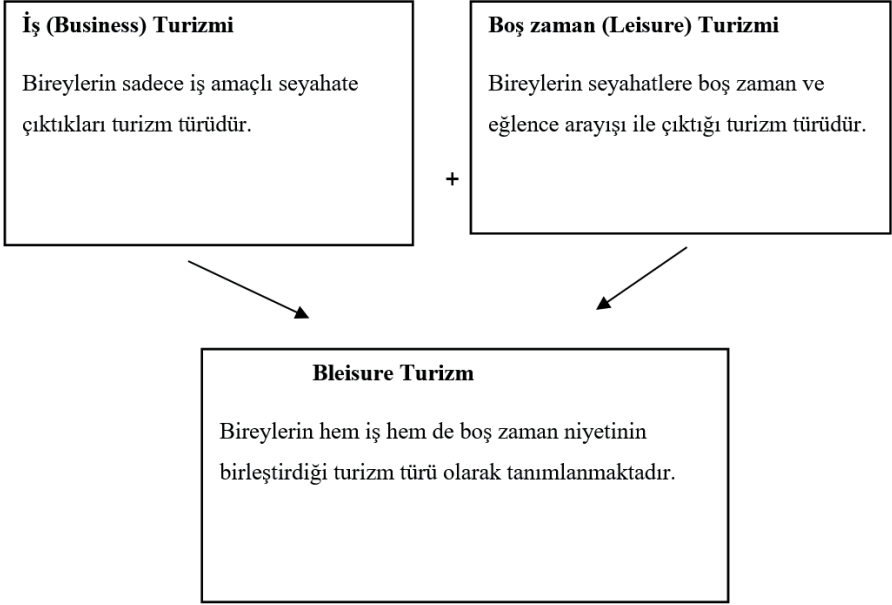
Bir turizm inovasyonu olarak bleisure, İngilizce iş (business) ile boş zaman (leisure) kelimelerinin birleşmesinden türetilmiş bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır (Alp ve Yazıcı-Ayyıldız, 2020; Ünal ve Özgürel, 2021). Dolayısıyla bleisure turizm hibrit bir turizm türü olarak değerlendirilebilir (Batala ve Slevitch, 2024) ve bu hibrit özelliği kazanması yenilikçilik olarak görülmektedir. Bu özelliklerinin olması bleisure turizminin sorunsuz anlaşılabilmesi anlamına gelmemektedir. Farklı turizm türleri arasında sınırların nerede başladığı ve iç içe geçiş durumu bleisure turizm için geçerli olmakla birlikte Türkçe bir kavramla karşılanması zorluğu da ortaya çıkmaktadır. Bleisure'in İngilizce'de business ile leisure kavramlarının birleşimi olarak ortaya çıkışı, bu iki kavramın Türkçe karşılığının birleşiminden benzer bir kavram türetilip türetilmeyeceğini akla getirmektedir. Böyle bir kullanım henüz oluşmamıştır ve ilgili alanyazınında bleisure turizm şeklinde

ortak bir kullanım söz konusudur. Dolayısıyla bu çalışmada bleisure turizm olarak kullanılacaktır.

Bleisure turizminin geçmişi 2009 yılına kadar uzanmaktadır ve kavramı ortaya atanlar şirketleri için seyahat ederken kendileri için yeni koşullar talep eden genç neslin yeni çalışanlarına kadar uzanmaktadır (Pinho ve Marques, 2021: 349). İlk olarak 2009 yılında İngiliz fütürist Jacob Strand tarafından ortaya atılan ‘Bleisure’ kavramı 2011’de GBTA (ABD merkezli uluslararası iş seyahati organize eden acentalar birliği) tarafından yapılan bir araştırmanın sonuçları açıklanana kadar fazla değer kazanmamıştır (Çetinsöz ve Hazarhun, 2020: 503).

Kavramın kelime bilgisinden sonra nasıl tanımlandığı konusu üzerinde durulabilir. Bleisure turizminin iki farklı turizm türünün birleşmesiyle kazandığı hibrit yönü, bleisure turizminin tanımlanmasında ortak kabul olarak iş turizmi ve boş zaman turizmini kesiştirilmesi şeklinde karşımıza çıkmaktadır. Bu kesiştirmeye farklı bakış açıları olmaktadır ve bu nedenle tanımlamalarda farklı vurgular veya betimlemeler yer alabilmektedir.

Turizm yazınındaki çeşitli çalışmalarda bleisure turizmi tanımlanmaktadır. Sade bir tanımla başlanacak olursa, iş amaçlı seyahat edenlerin seyahatleri sırasında kullanabildikleri rekreasyonel boş zamana leisure, bu zamanın iş insanları tarafından seyahatlerine uyarlanmasına ise bleisure denilmektedir (Ünal ve Özgürel, 2021). Bu durum yeni bir akım oluşturmakla birlikte ayrı bir turizm türüne dönüştüğü belirtilmektedir. Bir başka tanımda bleisure turizmi, “*iş seyahatlerinde yaratılan boş zamanların kaliteli bir şekilde değerlendirilerek bir turizm faaliyetine dönüşmesini anlatan yeni bir turizm akımıdır.*” (Alp ve Yazıcı-Ayyıldız, 2020: 336). Bleisure turizmi tanımlamalarına akademik çalışmaların yanında uluslararası kuruluşların raporlarında da yer verilmektedir. Bridge Street Global Hospitality (2015) ve Dünya Ekonomik Forumu (2015) bleisure turizmi iş insanlarının, profesyonellerin, akademisyenlerin vs. iş seyahatlerini boş zamanla uyumlaştırması sonucu oluşan turizm çeşidi olarak tanımlamaktadır (Kasalak vd., 2019: 30). Alanyazınındaki bu sade tanımlamalardan hareket edildiğinde, bu çalışmada bleisure turizmi; iş seyahati ve boş zaman turizmini birleştirerek hibrit bir turizm anlayışıyla iş insanları, akademisyenler, iş profesyonelleri ve yöneticileri gibi iş seyahatine katılanlara deneyim temelli olarak boş zaman turizm faaliyetlerinin eklenmesi sonucunda oluşan turizm hareketliliği olarak tanımlanmaktadır.



Şekil-1: Bleisure Seyahat Kavramı

Kaynak: (Sardést ve Ivanauskas, 2019).

“Şekil-1’de bleisure turizminin tanımlanmasına teşkil eden iş ve boş zaman turizmlerinin birleşimi görünmektedir.” Bleisure turizm tanımlarında ortak yön iş ve boş zaman turizmlerini kapsadığı olmakla birlikte tanımlarda nüanslar yine de teşkil etmektedir. Sardést ve Ivanauskas (2019) araştırmalarında bleisure turizm tanımlarındaki bu nüansların nedenini açıklamak için önemli iki ana neden belirtmektedirler. Birincisi, post modern yaklaşımın getirdiği turizm algısındaki farklılaşma, ikincisi bleisure turistin farklı türlerindeki algılar.

Yukarıda belirtildiği üzere bleisure turizm önceden var olan iki farklı turizm türünün hibrit bir şekilde bir araya getirilmesiyle oluşan bir turizm türüdür. Bu noktada, mevcut olan bir olgu ve gerçeklik üzerinden neden yeni bir kavramsallaştırılmaya ihtiyaç duyulduğu sorusu akla gelmektedir. Bleisure turizminin öne çıkmasını sağlayan aslında inovatif bir düşünceyle iş turizmine katılanlara daha yenilikçi hizmet sunmak için deneyim kalitesini artırabilecek bir hibrit anlayışının benimsenmesi öne sürülebilir. Bleisure turizmle ilgili hazırlanan çalışmaların ve raporların amaçlarına bakıldığında deneyim odaklı olarak bleisure turizminin farklılığına ve sunulabilecek yeniliklere odaklanıldığı görülmektedir (Alp ve Yazıcı-Ayyıldız, 2020; Batala ve Slevitch, 2024; Bridgestreet Global Hospitality, 2014; Çetinsöz

ve Hazarhun, 2020; Expedia, 2018; Ezcuduji, 2024; Global Business Travel Association, 2023; Kasalak vd., 2019; Lichy ve McLeay, 2018; Pinho ve Marques, 2021; Sardést ve Ivanauskas, 2019; Ünal ve Özgürel, 2021).

Bleisure turizminin inovatif olarak ele alınmasına ve buna bağlı olarak ayrı bir turizm türü şeklinde ele alınmasının çeşitli sebepleri olabilir. Bleisure turizmine katılanları diğer turist davranışlarından farkını belirginleştirmek, turizmin daha alt dallara ayrılarak daha etkin yönetilebileceği düşüncesi, klasik iş seyahatlerinden daha fazlasının beklenmesi, teknolojiyle birlikte iş seyahatlerinin dönüşmesi ve çalışanların daha fazla boş zamana sahip olmaları, mobilitenin artmasına bağlı olarak iş ve iş dışı alanların iç içe geçmesi, insanların her boş vakitlerini anlamlandırma çabaları, özellikle Covid-19 ile birlikte boş zamanın değerinin ve anı yakalamanın önemi üzerinde durulması, insanların iş seyahatlerine günler ekleyerek gittiği yerlerde daha fazla zaman geçirmek istemesi, gidilen yerde zaman kalırsa gezeriz anlayışından daha net olarak kültürel deneyim hedefli iş seyahatine katılma, bir yaşam tarzını ifade etmesi gibi konuların bleisure turizmini öne çıkardığı belirtilebilir.

Yukarıda sıralanan nedenler bleisure turizminin önem kazanmasını ve iş ile boş zaman turizmden ayrı olarak inovatif şekilde hizmet sunumunu öne çıkarmaktadır. Alp ve Yazıcı-Ayyıldız (2020) dünya genelinde bleisure turizminin potansiyelinin birçok işletme tarafından fark edildiğini ve pazarda farklılık yaratmak için projeler geliştirildiğini belirtmektedirler. Özellikle iş seyahatlerinin işle boş zamanı birleştirerek çalışanlara daha fazla esneklik ve tatil fırsatı sunduğunu vurgulanmaktadır (Viking Turizm, 2017). Bilimsel çalışmalar, bleisure turistlerin profilleri, motivasyonları ve seyahat alışkanlıklarını anlamak için yapılmaktadır. Özellikle son zamanlarda milenyum kuşağının iş hayatındaki artışıyla birlikte bleisure turizminin öneminin daha da artacağı öngörülmektedir (Alp ve Yazıcı-Ayyıldız, 2020). İş seyahati ve boş zaman seyahati arasındaki farklar ve etkileşimden yola çıkılarak, bleisure seyahatinin sınırlarını ve kapsamını belirleme şansı yakalanabilir (Ünal ve Özgürel, 2021). Bunun için bir sonraki başlıkta bleisure turizminin ayırt edici yönleri üzerinde durulacaktır.

Bleisure Turizminin Ayırt Edici Yönleri

Bleisure turizmin iki farklı turizm türünün birleşiminin sonucunda meydana gelmesi nedeniyle kavrama ilişkin bir çerçeve çizilmesi gerekmektedir. Bunun için yazın taraması sonucunda elde edilen çalışmalardan bilgiler derlenerek bleisure turizminin diğer turizm türlerinden ayırt edici yönleri belirlenmeye çalışılmıştır. Bleisure seyahatlerin iş ve boş zaman seyahatlerinin

bütünleştiği hibrit bir seyahat olmasına rağmen, boş zaman seyahatleri ve iş seyahatleri ile benzer ve farklı yönleri olduğu gerçeğinden hareketle bleisure seyahatin özelliklerinin karşılaştırmalar yapılarak ortaya çıkarılabileceği düşünülmektedir (Ünal ve Özgürel, 2021). İş seyahatini gerçekleştirirken oluşan boş zaman aralıklarının değerlendirme isteği ve arzusu durumu farklılaştırmaktadır. Dolayısıyla iş ve boş zaman turizm türlerini bir araya getiren bleisure turizmi bu iki farklı turizm türünü bütüncül bir seyahat programıyla bir araya getirmeyi odağa alarak farklılaştığı söylenebilir.

Turist motivasyonlarına ilişkin mevcut teoriler çoğunlukla boş zaman bağlamında geliştirildiğinden, iş ve boş zaman motivasyonlarının nüanslı kapsamını ve ince bağlamını tam olarak yakalayamamaktadır (Lichy ve McLeay, 2018). Bu nüansların iş turizmi ile boş zaman turizmi arasındaki sınırların bulanıklaşması sonucunda bu iki turizm türü kaynaşmaktadır ve bleisure turizminin varlık nedeni olmaktadır (Caicedo-Barreth vd., 2020). Dolayısıyla iş turizmi ile boş zaman turizmi arasında bir iç içe geçme durumu söz konusudur ve araştırmacılar bunu belirtmek için İngilizce kaynaşma (fusion) kavramını kullandıkları görülmektedir (bkz. Caicedo-Barreth vd., 2020). Bu iç içe geçme durumu neticesinde bleisure turizmi odaklı bir bütüncül program ihtiyacı belirginleşmektedir. Bütüncül bir program zorunluluğu olma nedeni bleisure seyahatlerine katılan turistlerin hem iş deneyimi kazanmakta hem de boş zaman turisti olarak turistik deneyimi yaşama ve öğrenme istekleridir (Ünal ve Özgürel, 2021).

İş turizmi kapsamında hareket eden bir turistin boş zaman turizmine yönelik isteklerinin bleisure turizmi şeklinde değerlendirebilmesi için Davidson (2003) tarafından ortaya konulan dört husus öne sürülebilir (Aktaran: Pinho ve Marques, 2021: 350).

- İş seyahati yapanların seyahatlerini iş etkinliğinden önce veya sonra boş zaman amacıyla uzatmaları;
- Refakatçilerin resmi bir eş veya aile programına katılmaları veya bir destinasyonda kendi başlarına boş zaman geçirmeleri;
- Katılımcıların etkinliğin bir parçası olarak bir sosyal ve turizm programına katılmaları;
- Katılımcıların katıldıkları etkinlikten sonra tatil için yakınlarıyla birlikte dönmeleri.

Yukarıdaki dört etmen ve bleisure turizminin iş ve boş zaman turizmi gibi iki farklı turizmi birleştiren yapısı beraber düşünüldüğünde bu çalışma açısından bleisure turizmini farklılaştıran etmenler şu şekilde sıralanabilir:

- Hizmetin veya paket turun bütünleşik yapısı,
- Hibrit bir turizm türü olması,
- Deneyimin tasarımı bütüncül bir bakış açısının gerekmesi,
- Boş zaman kavramının değerlendirilmesinin iş seyahatine bağlı olması ve bunun sonucunda içkin olması.

Bleisure turizminin ayırt edici yönlerinin kavramsal olarak sunulması soyut görünmekle birlikte, bunları daha somut olarak gözlemlenebileceği durum bleisure turizmine katılan turist tipolojisinin incelenmesi olduğu düşünülmektedir. Bleisure turist tipinin farklılaştıran bir yön olarak incelenmesi düşüncesine iten durum, yazında bleisure turistlerinin motivasyon, istek ve taleplerine yönelik çalışma sayısının gittikçe artmasıdır (Alp ve Yazıcı-Ayyıldız, 2020; Çetinsöz ve Hazarhun, 2020; Ezeuduji, 2024; Lichy ve McLeay, 2018; Sardést ve Ivanauskas, 2019; Bridge Street Global Hospitality, 2014). Bleisure turizmine katılan turist profilini analiz etmek için bir sonraki başlık oluşturulmuştur.

Bleisure Turist Tipolojisi ve Motivasyonları

Bleisure turizmine katılan turistlerin daha iyi anlaşılabilmesi bu seyahat türüne kimlerin katıldığını daha iyi analiz edilmesiyle ortaya konulabilir (Ezeuduji, 2024). Bleisure turizminin birçok farklı tipolojisi bulunmaktadır ve bu, iş seyahati ile tatil deneyimini birleştiren turistlerin farklı profillerini içermektedir. Çünkü bleisure turistleri homojen bir grup değildir (Ezeuduji, 2024: 7). Bu farklı profildeki turistlerin bleisure turizm algıları, istek ve beklentileri, motivasyonları, potansiyel pazarları ve büyüklükleri, katıldıkları faaliyetler, konaklama türleri vs. farklılaşmakla birlikte bleisure alanyazınındaki gündemi şekillendirmektedir (Kasalak vd., 2019; Lichy ve McLeay, 2018). Ancak, bleisure turistlerin profili ve motivasyonları ile ilgili oldukça kısıtlı bilimsel çalışmalar vardır ve bu kısıt nedeniyle sınırlı bu çalışmaların bulgularından yararlanarak bleisure turist tipolojisi ve motivasyonlarına dair değerlendirmeler ortaya konulmaya çalışılmıştır (Alp ve Yazıcı-Ayyıldız, 2020).

Öncelikle ilgili alanyazınında bleisure gezgini/turisti (bleisure traveller/tourist) nasıl tanımlandığı ele alınması gerekmektedir. Çünkü bu turist tanımlamaları bleisure turist tipolojisinin bel kemiğini oluşturmaktadır. Kısaca, bleisure turizmine katılan turist profilini; akademik camia ve iş dünyasında yer alan kişiler oluşturmaktadır (Kasalak vd., 2019;30).

Son zamanlarda dünya genelinde sürekli gelişim gösteren bleisure turizmin sektörde iyi bir şekilde konumlandırılması ve anlaşılması

için bleisure turistlerin profillerinin çıkartılması, motivasyonlarının ve alışkanlıklarının öğrenilmesi gerekmektedir. Ancak bu şekilde sektördeki işletmeler bu yeni akıma ayak uydurabilir ve başarılı olabilirler (Alp ve Yazıcı-Ayyıldız, 2020: 340). Bleisure turisti (gezgini) yurt dışına hem çalışma hem de eğlence amacıyla seyahat ederek bu seyahatlerini tek bir seyahat altında birleştirebilen kişilerdir (Sardést ve Ivanauskas, 2019). Bir başka tanım olan Dünya Ekonomik Forumu (2016) tanımlamasına göre bleisure gezgini iş seyahatlerinin çok çalışıp hiç eğlenmeme zahmetinden kaçarak boş zamanlarını değerlendiren profesyonellerdir (Pinho ve Marques, 2021: 348).

Tanımlardaki boş zamanı değerlendirme amacı standart bir bleisure gezgininden bahsetmenin imkân vermemektedir (Lichy ve McLeay, 2018: 525). Lichy ve McLeay (2018) bu tespitlerinden hareket ederek çalışmalarında her biri farklı ilgi alanlarına, motivasyonlara ve kişisel durumlara sahip beş farklı gezgin tipi (tipolojisi) belirlemiştir. Bu beş turist tipi ilgili alanyazınında kabul görmeye başladığı için sadece bu sınıflandırmaya detaylı yer verilmiştir. Yazarların tanımladıkları bu tipolojide anlam kaymasını önlemek ve tekrar yapmamak için her bir tipolojinin tanımı direkt alıntılanmıştır.

1-Deneyimsel Öğrenciler (Experiential Learners): Deneyimsel öğrenciler genellikle öğrenme deneyimlerini genişletmek isteyen genç yöneticiler veya “kariyerinin başındaki” araştırmacılarıdır. Genellikle çocukları veya bakmakla yükümlü oldukları kişiler olmayan Deneyimsel öğrenciler, yeni bilgiler edinmek için dönüşümsel deneyimler ve fırsatlar ararlar.

2- Kaçış Arayanlar (Escapers): Kaçış arayanlar arasında “evde çok uzun süre kalırsam sıkılırım” diye düşünen ve “seyahatin birçok bilinmeyen sonucu olan bir kaçış için her zaman harika bir fırsat olduğuna” inanan bleisure gezginleri de bulunmaktadır.

3-Çalışan Tatilciler (Working Vacationers): Çalışan tatilciler, iş yükümlülüklerini yerine getirmeye devam ederken, iş ve eğlenceyi birleştirme fırsatından aktif olarak yararlanmaya çalışmaktadır.

4- Fedakâr Bilgi Paylaşımıcılar (Altruistic Knowledge Sharers): Çoğunlukla kıdemli akademisyenlerdir ve seyahat ederken bilgi paylaşmaya heveslidirler. Genellikle kariyerlerinin sonuna gelmiş olan bu akademisyenlerin kendi kurumlarında daha az taahhütleri ve yükümlülükleri vardır ve hayat tecrübelerini paylaşmakla ilgilenirler (ve bundan keyif alırlar). Memnuniyetleri, büyük ölçüde soyut bir sonuç olan araştırmalarını ve uluslararası maceralarını başkalarına anlatma fırsatından kaynaklanmaktadır.

5- Araştırmacı Aktif Öncüler (Research-Active Trailblazers): Kariyer yapanlar, araştırmalarını saygın dergilerde yayınlamak profesyonel kariyerlerinde ilerleme arayanlar” olarak tanımlanabilir (KAM, Birleşik Krallık). Yurtdışı ziyaretleri sırasında, araştırmada aktif öncüler boş zamanlarını yoğun bir şekilde ağ kurmak ve işbirliği yapmak için kullanmakta, yüksek kaliteli yayınlar ve araştırma teklifleri almak için boş zaman ve fırsatları hedeflemektedir.

Yukarıdaki bleisure turist tipolojisinin ortak noktası, onları ayırt edici ve seyahat etmelerinde başat rol oynayan bir özellik üzerinden kendilerini tanımlamalarıdır. Bu tanımlama aracılığıyla da zorunlu iş seyahatleri ile boş zamanlarını birleştirebilmeleri olduğu dile getirilebilir. Böylece zorunlu mesleki görevlerini yerine getirdikten sonra kendileri için anlamlı olan bir deneyim yaşama fırsatını aramaya başlamaktadırlar. Zaten Araştırmacılar da çalışma bulgularının bleisure gezginlerini motive eden karmaşık dinamikleri yansıtan beş tip boş zaman gezgini tanımladığını belirtmektedirler (Lichy ve McLeay, 2018: 525).

Bleisure turist tipolojisi ile ilgili sıklıkla başvurulan bir diğer sınıflandırma Sardést ve Ivanauskas (2019: 68) tarafından ortaya konulmuştur. Sardést ve Ivanauskas (2019: 68) yazında *“yalnızca çok spesifik çalışan tiplerinin bir tipolojisini sunması nedeniyle eklenecek daha genelleştirilmiş yeni tiplerin geliştirilmesini gerekli gördüklerinden, yeni bir boş zaman gezginleri tipolojisine ilişkin sonuç fikirleri”* ortaya koymuşlardır. Araştırmacılar bleisure turist sınıflandırmasını meslek tipleri ve davranış tipleri olarak iki ana kategoride turist tipi ortaya koymuşlardır. Meslek grubunda öğrenciler, serbestler (FreeNo-Freelancer) serbest çalışanlar ve göçebelerin birleşimi) ve tam zamanlı çalışanlar. Davranış grubunda ise kaçanlar(escaper) ve ağ kurucular yer almaktadır.

Yukarıda bahsedildiği üzere standart bir bleisure turistini tanımlamanın mümkün olmaması bleisure turistlerinin motivasyonları üzerinde bir fikir birliği oluşmasını engellemektedir (Lichy ve McLeay, 2018). Ayrıca, bleisure turistlerinin motivasyonlarına yönelik çalışmalarda iki önemli kısıt söz konusudur. Birincisi, turist motivasyonlarına ilişkin mevcut teoriler çoğunlukla boş zaman bağlamında geliştirildiğinden, iş ve boş zaman motivasyonlarının nüanslı kapsamını ve ince bağlamını tam olarak yakalayamamaktadır (Lichy ve McLeay, 2018). İkincisi, çalışma sayısı kısıtlı olmaya devam etmektedir (Alp ve Yazıcı-Ayyıldız, 2021). Dolayısıyla mevcut alanyazınında bleisure turizmi kapsamında turistlerin motivasyonlara yönelik bir fikir birliği henüz oluşmamıştır (Lichy ve McLeay, 2018: 525).

Bleisure gezginleri, her bir tipolojiyi motive eden somut, soyut, itici ve çekici faktörler tarafından motive edilmektedir (Lichy ve McLeay, 2018: 525). Örneğin, yeni becerilere susamışlık (uyum sağlayabilen esnek öğreniciler), macera (kaçış arayanlar), yenilik (çalışan tatilciler), bilgi transferi (fedakâr bilgi paylaşımcıları), araştırma/fonlama ortaklıkları (araştırmada aktif öncüler) (Lichy ve McLeay, 2018: 525).

Görüldüğü gibi çalışan bireyleri bleisure seyahatlerine çeken çeşitli motivasyonlar bulunmaktadır. Bridgestreet Global Hospitality (2014), bleisure turlara katılımlarının en önemli nedeninin dünyayı tanımak ve yeni kültürel deneyimler kazanmak olduğunu belirtmektedir. Ünal ve Özgürel (2021) çalışmalarında ortaya koydukları bulgulara göre bir turizm destinasyonunda sunulan hizmet ve aktivitelerin kalitesi turistlerin tekrar aynı yere gelme kararını etkilemektedir. Araştırmacılar yerel kültür, dinlenme tesisleri, alışveriş olanakları, konaklama ve ulaşım başta olmak üzere diğer tüm turistik hizmetlerin kalitesini dikkate aldıklarını belirtmektedirler (Ünal ve Özgürel, 2021).

Bleisure Turizmine Yönelik Destinasyon Yönetimi ve İşletme Politikası

Çalışmanın bu kısmına kadar bleisure turizminin kavramsal, bireysel ve talep yönlü olarak ele alınmıştır. Bunların yanında arz tarafına da bakılması gerektiği düşünülmüştür. Bleisure turizmin arz tarafında başarı sağlanabilmesine yönelik olarak destinasyon yönetimi ve turizm işletmeleri politikası ele alınmıştır. Turizm işletmeleri ve içinde buldukları destinasyonlar turistlerin gözünde bağımsız değildir ve hizmet performansları birbirlerini ne ölçüde destekleyebildikleriyle sıkı ilişkilidir.

Destinasyonlar açısından bleisure turizminin taşıdığı potansiyel çeşitli araştırma raporlarında dikkat çekilmektedir (Bridgestreet Global Hospitality, 2014; Expedia, 2018; Global Business Travel Association, 2023). Bleisure turizm kapsamında sunulacak hizmetlerin ortaya koyduğu deneyimin kalitesini destinasyon etkilemektedir. Ünal ve Özgürel (2021) yaptıkları çalışmada Bleisure turistlerin destinasyon hizmet kalitesini; destinasyon konaklama ve yiyecek hizmetleri, ulaşım hizmetleri, genel koruma ve temizlik, turistik faaliyetler ve çekicilikler, misafirperverlik düzeyi ve genel turistik fiyat boyutları altında değerlendirdikleri ve ilgili tüm boyutların turistlerin destinasyonu tekrar ziyaret etme niyetlerini etkilediği tespit edilmişlerdir. Destinasyonun bleisure turizmi kapsamında performansını etkileyebilecek gözden kaçabilecek bir husus, destinasyonda bu turizm türünde hizmet verebilecek rehberlerin varlığıdır. Destinasyonlar özellikle yerel rehberlerin

bleisure turizm konusunda farkındalığı yüksek olmasına dikkat etmelidir. Türkiye’de yapılmış çalışmada, tek bir şehir olsa da ön bilgi açısından önemli bir bulgu vardır. Alp ve Yazıcı-Ayyıldız (2020) yaptıkları çalışma kapsamında turizm katılımcıları arasında bleisure turizmle ilgili farkındalığı olan meslek grubu rehberler olmuştur.

İşletme politikalarını bleisure turizm kapsamında ele alındığında iki yönlü bir değerlendirmeye ihtiyaç vardır. Birincisi, arz yönlü olarak turizm işletmelerinin bleisure deneyimini nasıl başarılı bir şekilde sağlayabileceklerine yönelik politika tasarımlarıdır. İkincisi, genel olarak işletmelerin çalışanlarının iş seyahatlerine yönelik taleplerini nasıl bleisure kapsamında dönüştüreceklerine yönelik işletme politikası tasarlayacaklarıdır.

İlk yönlü değerlendirme için bleisure turizmde turizm işletmelerinin başarılı olabilmesi için bleisure turistini odaklarına almaları gerekmektedir ve buna göre politika tasarımları başarı şansını artıracaktır. Bu noktada konaklama işletmeleri üzerinden bleisure turistlerini çekmek için yedi ipucu önerilmektedir (Barten, 2024; Ezeuduji, 2024): otel teknolojisi, hızlı internet, doğru dağıtım kanallarıyla ortaklık, kişiselleştirme, iş ve eğlence olanaklarını sunma, bölgedeki aktivitelerin tanıtımını yapma, özel bleisure teklifleri sunma. Bu önerilere bakıldığında otellerin kişiselleştirme yapmaları, bütüncül deneyim tasarımı ve otellerinin olanaklarını otelin bulunduğu lokasyonla birlikte tanıtması önerildiği görülmektedir. Zaten Bridgestreet Global Hospitality (2024) bleisure turizm kapsamında işletmelere ürün ve hizmet tasarımında kişiselleştirmeyi destekleyebilecek davranışlar önermektedir.

İkinci yönlü değerlendirme için çalışanların iş seyahatlerinden beklentilerinin anlaşılması ve buna göre işletme politikası belirleyebilmeleri gerekmektedir. Bu gerekliliği hızlandıran yeni kuşak çalışanlarının bleisure turizmne katılım yüzdelerinin yüksek olmasıdır. Bu yeni kuşak çalışanların bleisure turizmne katılımlarının sıklığı ve oranlarıyla ilgili alanyazınında çeşitli araştırmalar vardır (Caicedo-Barreth vd., 2020; Kasalak vd., 2019; Lichy ve McLeay, 2018; Sardést ve Ivanauskas, 2019). Ayrıca, çalışanların çoğu iş seyahatlerine boş günler de ekleyerek kültürel deneyim ve bilgi kazandığını tespit eden araştırmalar da söz konusudur ve işletmelerin çoğu henüz bu kavramı benimsemedikleri için boş zamanları değerlendiren resmi bir politikası oluşturmamışlardır (Bridgestreet Global Hospitality, 2014).

Sonuç ve Tartışma

Bleisure turizmi araştırması sonuçlarına dayanarak, kurumsal seyahatin yeni bir trendi olan bleisure kavramının anlaşılmasına yönelik önemli bulgular

elde edilmiştir. Yazın taraması, bleisure turizminin iş seyahati ve boş zaman seyahatinin iç içe geçmesiyle birlikte hibrit tarzda geliştiğini göstermektedir ve akademik çalışmalar bu yönde ilerlemeye devam etmektedir. Ayrıca, çevrimiçi seyahat platformlarının anket verileri incelenerek iş seyahati sırasında işverenin izin verdiği zamanın turistik aktiviteler için nasıl kullanıldığına dair önemli bulgular elde edilmiştir. Bu bulgular, bleisure turizminin giderek popülerleştiğini ve iş seyahati yapan profesyoneller arasında yaygın bir uygulama haline geldiğini göstermektedir. Bulgular ayrıca, bleisure fırsatlarının çalışanlar üzerindeki olumlu etkilerini vurgulamaktadır. Çoğu katılımcı, bleisure seyahatlerini iş hayatları için faydalı olarak görmekte ve iş memnuniyetini artırmaktadır. Tipolojiler, bleisure turistlerin farklı motivasyonlarını ve seyahatlerinin farklı yönlerini yansıtmaktadır. Araştırmacılar, her bir tipolojinin özelliklerini ve motivasyonlarını açıklamak için belirli alıntılar ve analizler sunmaktadırlar. İş turizmi ve boş zaman turizmi alt başlıklarının detaylı bir şekilde incelenmesi, bleisure turizminin farklı boyutlarını anlamak için önemli bir adım olmuştur. Zaten bleisure alanyazını akademik çalışmalar ve sektör raporları şeklinde ikili bir yapıda ilerlemektedir (Batala ve Slevitch, 2024). Birincisi için sektörel büyüklükler vs. araştıran çalışmalar yer alması bleisure turizmi araştırmalarında ihtiyaç duyulan verileri sağlamaktadır. İkinci yapı ise, bleisure turizminin çerçevesini, kavramsal tartışmaları, turist tipleri ve motivasyonlarına yönelik bulguları ortaya koymaktadır.

Bleisure turizm alanyazını ile ilgili bir diğer husus, bleisure turizminin pazarlama, değer zincir analizi, endüstri temelli yaklaşım, destinasyon yönetimi, işbirliği yaklaşımı, paydaş yaklaşımı, rekabet avantajı gibi çeşitli disiplin ve araştırma modelleri çerçevesinde ele alınmaktadır (Pinho ve Marques, 2021). Bu durum bleisure turizm bağlantılı yazının dağınık olabileceği izlenimi yaratsa da rekabet avantajı oluşturma, turistlerin beklentilerini karşılama ve deneyim kalitesini artırma açısından teorik bir arka plan sunduğu söylenebilir.

Bleisure turizmi genel özelliklerinden sonra bleisure turizmi tanımı, turist tanımı ve tipolojisinden hareketle yazında üç dikkat çekici durum söz konusudur: yurt dışı vurgusunun yer alması, jenerasyonun daha fazla yatkın olduğu tespiti ve akademisyenlerin önemli bir profil oluşturduğuna dair verilerin yer alması (Ezeuduji, 2024; Kasalak vd., 2019; Lichy ve McLeay, 2018). Burada dikkat edilmesi gereken durum, Türkiye için bleisure turizmde iç pazardan bahsetme durumunun tartışılabilir olabileceği olasılığıdır. Çünkü alanyazınındaki muhtelif çalışmalar bleisure turizm tanımlarında ve çerçevelerinde yurt dışı seyahatlere yönelik kısıt belirtmektedir (Lichy ve McLeay, 2018; Pinho ve Marques, 2021; Sardést ve Ivanauskas, 2019).

Bleisure seyahatçi olarak akademisyenler, herhangi bir konferans seçme şansı varsa, gideceği şhrin sunduğu turizm olanaklarına veya kişisel tercihlerine uygun fırsatlarına bakacaktır (Kasalak vd., 2019;31). Ayrıca, akademisyen, profesyoneller, iş insanları gibi daha sofistike gruplar üzerinden bleisure turizmin gelişiminin ele alınması bleisure turizmi kapalı gruplar arasında gelişecek bir turizm algılanmasına sebebiyet verebileceği düşünülebilir. Aksine, özellikle genç kuşakların iş seyahatlerine katılma motivasyonları göz önüne alındığında (Caicedo-Barreth vd., 2020; Kasalak vd., 2019) özel sektörün İK politikalarında yer edinerek (Sardést ve Ivanauskas, 2019) genelle yayılma bir trendi yakalayabilir. Böylece bleisure turistleri açısından bakıldığında homojen bir gruptan bahsedilememektedir (Ezeuduji, 2024: 7).

Homojen olmayan bir turist topluluğunun kökeni bleisure kavramının endüstriyel dönem ve postmodern dönem olarak adlandırılabilir iki dönemseld kırımda görülebilir (bkz. Sardést ve Ivanauskas, 2019). Sardést ve Ivanauskas (2019) endüstriyel dönemden postmodern döneme doğru geçişin bleisure turizminin neleri içerebileceği ve kapsayabileceğinin sınırlarını genişlettiğini tespit etmişlerdir. Çünkü endüstriyel tipteki boş zaman gezginleri iş ve boş zamanı birbirinden ayırmada daha geleneksel bir yol izleme eğilimindeyken, postmodern tip boş zamanı daha bağlantılı bir deneyim olarak görmüş ve boş zamanı mutlaka iş alanından kopuk bir şey olarak tanımlamamıştır (Sardést ve Ivanauskas, 2019: 67). Bu iki farklı bakış açısının bleisure turizmini farklı gözle değerlendirmeleri düşünüldüğünde, bleisure turistine yönelik motivasyon araştırmaları, iç görü elde etmeye yönelik sektör araştırmaları alanyazını açısından daha da önemli hale gelmektedir. Deneyim temelli bir hizmet algısı olan bu turist tipinin beklentilerini karşılamak için turist davranışlarına dair iç görü elde etmenin önemi ortaya çıkmaktadır ve gelecek çalışmaların bleisure turistine yönelik iç görü elde etme çabalarına odaklanmaları önerilebilir. Bununla birlikte, son derece dinamik bir sektörde, sadece belirli bleisure seyahat gruplarının gerçek ihtiyaçlarını veya motivasyonlarını değil, aynı zamanda seçimlerini etkileyen değişkenleri de belirlemek için bleisure seyahat üzerine gelecekteki çalışmalara ihtiyaç vardır (Ezeuduji, 2024). Bleisure seyahati üzerine mevcut araştırmalara rağmen, bleisure seyahati deneyimine nelerin girdiği, bleisure seyahati deneyiminin temel özellikleri ve iş ve boş zaman bileşenleri arasındaki dengenin nasıl sağlandığı konusunda hala bilgi eksikliği bulunmaktadır (Batala ve Slevitch, 2024). Daha fazla iç görüye ihtiyaç olduğu belirtilebilir ve bu iç görüler bleisure turistinin çalıştığı sektör, kültürel fark, gelir seviyeleri, meslek türleri, cinsiyet gibi özellikleri araştırma sonucunda elde

edilebilir. Böylece bleisure turizmine yönelik deneyim tasarımı konusunda önemli bilgiler elde edilmiş olur.

Bleisure turizm kapsamında rehberlerin hem bleisure turizm rehberliği geliştirilmesi yönünde öneriler bulunmaktadır (Kasalak vd., 2019) hem de profesyonel turist rehberlerinin iş seyahatlerinde farklı etkinliklere katılma yüzdelerinin yüksek olduğu belirtilmektedir (Alp ve Yazıcı-Ayyıldız, 2020). Önerilerde bleisure turizm için destinasyonlar farklı aktivitelerde ve yerelde uzmanlaşmış rehber ve gezi liderlerine önem vermelidir. Bleisure turistler için sağlıklı beslenme, özel sadakat programları, paket programlar (Alp ve Yazıcı-Ayyıldız, 2020) şeklinde bütüncül bir hizmet sunumu ve kişiselleştirmeye imkan veren esneklik ihtiyacı karşımıza çıkmaktadır. Bleisure turizme yönelik sunulan istatistikî bilgilerin düzenli olarak sunulması bu hibrit turizm türüne yönelik olarak turizm politikasında ve destinasyon yönetim stratejilerinde yer edinmeye başlamasına katkı sunabilir.

Çalışma kapsamında sunulan önerilerden sonra çalışmanın barındırdığı kısıtların sunulması çalışmanın çerçevesinin çizilmesini tamamlayacaktır. Birincisi, bu çalışma bleisure turizmini kısıtlı alanyazınındaki az sayıdaki çalışmaları inceleyerek ikincil veriler üzerinden kavramsal bir netlik sağlamaya çalışmıştır. Akademik literatür bleisure turizmi açısından kapsamlı bilgi sunmadığından, ana araştırma sorusunu daha da derinleştirmeden önce, bleisure turizminin toplanan veriler ve mevcut akademik literatürün kırılmaları ile temellendirilecek şekilde tanımlanması tercih edilmesi gerekmiştir (Sardést ve Ivanauskas, 2019). İkincisi, birincil veri elde etmeye dair bir süreç içermemesi nedeniyle ikincil verilerin nasıl elde edildiği önemlidir ve internet aracılığıyla ulaşılabilen kaynaklar incelenebilmiştir. Ayrıca, bleisure turizmin ele alındığı basılı kitaplar veya bleisure turizmi ana konusu olmayıp isminde geçerse de kavramı ele alan çalışmalar kapsam dışı kalmış olabilir. Üçüncüsü, bleisure turizmüne yönelik özellikle içerdiği dinamizm ve turist tipolojisindeki çeşitlilik açısından yer yer teorik değerlendirmelerle sınırlı kalmıştır.

Kaynakça

- Alp, B., ve Yazıcı-Ayyıldız, A. (2020). Turizm pazarında yeni bir fırsat: Bleisure. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(1), 336-354. https://www.researchgate.net/publication/340325797_Turizm_Pazarinda_Yeni_Bir_Firsat_Bleisure_A_New_Opportunity_in_Tourism_Market_Bleisure.
- Barten, M. (2024). 7 tips for hotels to attract more bleisure travelers. *Revfine*. <https://www.revfine.com/bleisure/> (Erişim tarihi: 02.09.2024).
- Batala, B., & Slevitch, L. (2024). Keeping two balls in the air: The bleisure travel experience. *Annals of Tourism Research Empirical Insights*, 5, 100115. <https://doi.org/10.1016/j.annale.2023.100115>.
- Bridge Street Global Hospitality. (2014). The bleisure report 2014. https://assets.simpleviewinc.com/simpleview/image/upload/v1/clients/indy/BGH_Bleisure_Report_2014_32db2b40-a376-4eb9-8e9d-103e296998fb.pdf.
- Caicedo-Barreth, A., Santos Pavón, E., & Lima Santos, L. (2020). Competitiveness of Guayaquil towards bleisure tourism. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, 10(2), 118-133. (Erişim tarihi: 01.09.2024). <https://doi.org/10.2478/ejthr-2020-00010>.
- Çetinöz, C. B., & Hazarhun, E. (2020). Turizm endüstrisinde yeni bir trend: Bleisure seyahatler ve motivasyon unsurları. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 7(4), 500-527. (Erişim tarihi: 01.09.2024). <https://jrtr.org/index.php/jrtr/article/view/78/80>.
- Davidson, R., & Cope, B. (2003). Business travel: Conferences, incentive travel, exhibitions, corporate hospitality and corporate travel. *FT Prentice Hall*. https://books.google.com.tr/books/about/Business_Travel.html?id=PYl6UqbJxIwC&redir_esc=y.
- Ezcuduji, I. O. (2024). Bleisure travel reimagined: Implications for research. Department of Recreation and Tourism, Faculty of Humanities and Social Sciences, University of Zululand.
- Expedia Group. (2018). Research: Bleisure traveler. <https://go2.advertising.expedia.com/rs/185-EIA-216/images/Bleisure%20Select%20Meeting.pdf>.
- Global Business Travel Association. (2023). Global business travel industry sees rebound in 2023 with shifting challenges and opportunities for 2024. <https://www.gbta.org/global-business-travel-industry-sees-rebound-in-2023-with-shifting-challenges-and-opportunities-for-2024/> (Erişim tarihi: 01.09.2024).
- Karaküçük, S. (2014). Rekreasyon: Boş zamanları değerlendirme (Geliştirilmiş 7. Baskı). https://books.google.com.tr/books?hl=tr&lr=&id=3C2jBA-AAQBAJ&oi=fnd&pg=PA9&dq=karak%C3%BC%C3%A7%C3%B-Ck+%&ots=oJX_v6vt29&sig=Z-akXntqV9PfaK_vEA6CzZL2X3Q&redir_esc=y#v=onepage&q=karak%C3%BC%C3%A7%C3%B-Ck. (Erişim tarihi: 01.09.2024).

- Kasalak, M. A., Bozca, S., & Bahar, M. (2019). Turist rehberleri için yeni bir turizm türü: Bleisure. *Journal of Travel and Tourism Research*, 15(15), 27-38. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ttr/issue/57880/829540>.
- Lichy, J., & McLeay, F. (2018). Bleisure: Motivations and typologies. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 35(7), 517-530. https://www.researchgate.net/publication/318878088_Bleisure_Motivations_and_Typologies. (Erişim tarihi: 01.09.2024).
- Pinho, M., & Marques, J. (2021). The bleisure tourism trend and the potential for this business-leisure symbiosis in Porto. *Journal of Convention & Event Tourism*, 22(4), 346-362. <https://doi.org/10.1080/15470148.2021.1905575>.
- Sardest, Z. F., & Ivanauskas, V. O. (2019). Bleisure tourism's impacts on employees' motivation and quality of life. Aalborg Universitet. https://projekter.aau.dk/projekter/files/306180061/bleisure_Tourism_Impacts_on_EmployeesMotivation_and_Quality_of_Life.pdf (Erişim tarihi: 08.06.2024).
- The 2019 Bleisure Barometer: Asia's best cities for work and recreation. (2019). Expedia Group. <https://media.insidethegames.biz/media/file/135299/ECO056-JP-ANA-Bleisure-Business-and-Leisure-5-ver20190212.pdf>.
- Ünal, A., & Özgürel, G. (2021). A research on determining the destination quality perceptions and intentions to revisit of bleisure tourists: İstanbul case. *Tourism and Recreation*, 3(1), 1-10. <https://dergipark.org.tr/en/pub/tourismandrecreation/issue/63274/811765>.
- Viking Turizm. (2017). Bleisure "iş ve tatili bir araya getiren seyahat". <https://www.vikingturizm.com.tr/blog/kurumsal-seyahatin-yeni-trendi-bleisure-nedir>. (Erişim tarihi: 03 Ekim 2024).