

## Turistlerin Karar Verme Sürecinin Amaca Yönelik Davranış Modeli ile Değerlendirilmesi: Mevlana Şeb-i Arus Törenleri Örneği

*Evaluating Tourists' Decision-Making Process Using The Model of Goal-Directed Behaviour: A Case of Mevlana's Seb-i Arus Ceremony*

**Alaattin BAŞODA\*, Serkan AYLAN\*\***

\*Arş. Gör., Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Alaeddin Keykubat Kampüsü, 42075 Selçuklu-Konya.  
E-posta: alabasoda@gmail.com

\*\*Öğr. Gör., Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Yunus Emre Yerleşkesi, 70200 Karaman.  
E-posta: serkaylan@gmail.com

### MAKALE BİLGİLERİ

#### Makale işlem bilgileri:

Gönderilme tarihi: 7 Şubat 2013

Birinci değerlendirme: 4 Temmuz 2013

İkinci değerlendirme: 31 Temmuz 2013

Kabul: 2 Ağustos 2013

#### Anahtar sözcükler:

Karar verme süreci, Amaca yönelik davranış modeli, Davranışsal niyetler, Turist davranışı, Mevlana Şeb-i Arus törenleri.

### ÖZ

Bu çalışmanın amacı, turistlerin inanç turizmi kapsamında törenlere tekrar katılma ile ilgili karar verme sürecini incelemektir. Araştırmada, turistlerin karar verme sürecini incelemek için sosyo-psikolojik bir yaklaşım olan Amaca Yönelik Davranış Modeli (AYDM) kullanılmıştır. Araştırmanın evrenini, 07-17.12.2012 tarihleri arasında Konya'da düzenlenen Mevlana Şeb-i Arus törenlerine katılan yerli ve yabancı ziyaretçiler oluşturmaktadır. Ancak, evren geniş olduğundan araştırmada, Amaca Göre Örnekleme Yöntemi tercih edilmiş ve alan araştırmasına törenlere katılan ve sadece beş yıldızlı bir otelde konaklayan ziyaretçiler dâhil edilmiştir (sayı=242). Araştırmanın yöntemi, nicel araştırma yöntemine dayanmaktadır. Anket yoluyla elde edilen verileri analiz etmek için sayı, yüzdelik, ortalama ve standart sapma gibi temel belirleyici istatistiklerden ve faktör analizi, korelasyon ve regresyon gibi istatistiksel analiz yöntemlerinden faydalanılmıştır. Araştırma sonucunda, tutumlar, kişisel normlar, öngörülen pozitif ve negatif duygular ve algılanan davranışsal kontrol ile davranışsal istek arasında; davranışın önceden gerçekleşme sıklığı ve istek ile niyet arasında olumlu ve anlamlı derecede ilişki olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, öngörülen olumlu duyguların ve algılanan davranışsal kontrolün davranışsal isteği; davranışın önceden gerçekleşme sıklığının ve davranışsal isteğin ise davranışsal niyeti olumlu ve istatistikî olarak anlamlı düzeyde etkilediği saptanmıştır.

### ARTICLE INFO

#### Article history:

Submitted: 7 February 2013

Resubmitted: 4 July 2013

Resubmitted: 31 July 2013

Accepted: 2 August 2013

#### Key words:

Decision-making process, The model of goal-directed behavior, Behavioral intentions, Tourist behavior, Mevlana's Seb-i Arus ceremony.

### ABSTRACT

The purpose of this study is to investigate tourists' decision-making process of re-attending the ceremony in the context of religious tourism. In the research, for evaluating tourists' decision making process, the Model of Goal-Directed Behavior which is a socio-psychological approach was used. The research's population consisted of the participants of Mevlana's Seb-i Arus Ceremony held on 07-17.12.2012 in Konya. Because of the extensive population, in this study, Purposive Sampling Method was used and participants who stayed at a five-star hotel were included in the field research (n=242). This research's method was based on quantitative research method. Describe statistics such as frequency, percent, mean, standard deviation and statistically analyses such as factor analysis, correlation, and regression were utilized to analyze the data gathered via survey. Results showed that attitudes, subjective norms, positive-negative anticipated emotions, and perceived behavioral control were positively correlated with behavioral desire; frequency of past behavior and behavioral desire were positively correlated with behavioral intention. Results also indicated that positive anticipated emotions and perceived behavioral control affected behavioral desire positively and significantly, furthermore; frequency of past behavior and behavioral desire affected behavioral intention positively and significantly.

## GİRİŞ

Turizm sektörü, ulusal ve küresel ekonomiye önemli katkılar sağlamaktadır. Özellikle festivaller, törenler, toplantılar (örn; kongreler), fuarlar, spor ve eğlence gibi birçok faaliyetin, turizmin gelişmesi dolayısıyla sosyal ve ekonomik kalkınma, bölge ve ülke tanıtımı açısından oldukça önemli olduğu bilinmektedir. Bazı çekim yerlerinin belir-

li turizm çeşidiyle özdeşleşmesi bir takım önemli turizm faaliyetlerini ve turistik davranışları ön plana çıkarmaktadır. Örneğin; Türkiye'de, inanç turizmi açısından önemli merkezlerden biri olan Konya'da, bu amaçla her yıl 07-17 Aralık tarihlerinde Mevlana'nın Vuslat Yıldönümü (Şeb-i Arus) uluslararası anma törenleri yapılmakta ve bu törenler kapsamında birçok alanda etkinlik (sergi,

tiyatro, müzik, söyleşi, sema, vb.) gerçekleştirilmektedir (Konya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü [KİKTİM] 2012). KİKTİM'den (2012) alınan verilere göre, 2008'de 45.900, 2009'da 40.551, 2010'da 41.733, 2011'de 53.651 ve 2012'de 51.534 kişi söz konusu törenlere katılmıştır. Bu verilerden, Şeb-i Arus törenlerinin önemli bir turizm faaliyeti olduğu ve bu faaliyete katılmayla ilgili turistlerin karar verme süreçlerini etkileyen faktörler üzerinde durulmasının, bölge ve Türkiye turizmüne önemli katkı sağlayacağı öngörülmektedir.

İlgili yazında son yıllarda, turist davranışını anlamak ve açıklamak için genellikle sosyo-psikolojik kuramlar olan Rasyonel Eylemler Teorisi'nin (RET) (Fishbein ve Ajzen 1975) ve Planlı Davranış Teorisi'nin (PDT) (Ajzen 1985, 1991) kullanıldığı görülmektedir (Kim vd. 2012). Yazında, bu kuramların bir takım nedenlerden dolayı insan davranışını açıklamakta yetersiz kaldığı ileri sürülmekte ve bu kuramların uzantısı olarak yeni modeller önerilmektedir (Perugini ve Bagozzi 2001). Bu modellerden biri Perugini ve arkadaşları tarafından önerilen Amaca Yönelik Davranış Modeli'dir (AYDM) - the Model of Goal-Directed Behavior (MGB) (Perugini ve Bagozzi 2001; Perugini ve Connor 2000). Birçok araştırmacıya göre AYDM, diğer kuramlara göre niyetleri ve davranışları daha iyi açıklamaktadır (Perugini ve Bagozzi 2001; Leone vd. 2004). Ayrıca, RET ve PDT'nin turizm sektörüne yönelik kullanım alanının yaygın olduğu, ancak AYDM'nin kullanım alanının oldukça dar olduğu görülmektedir. Bunun temel nedeni, AYDM'nin RET ve PDT'ye göre yeni bir model olmasıdır (Kim vd. 2012).

AYDM'ye göre bireyin fiili davranışı, doğrudan davranışsal niyet, davranışın önceden gerçekleşme sıklığı ve davranış üzerindeki kontrol ile dolaylı olarak da davranışsal istek, tutumlar, kişisel normlar, öngörülen duygular ve davranış üzerindeki kontrol ile belirlenmektedir (Perugini ve Bagozzi 2001). Davranışsal niyetler, gelecekte fiili davranışın gerçekleşip gerçekleşmemesine yönelik güçlü tahminlerdir (Perugini ve Connor 2000). Yazında, turistlerin davranışsal niyetlerinin, gelecekte turistik bir davranışta bulunmaya yönelik karar verme süreçlerini anlamak için önemli bir ipucu olduğu (Lam ve Hsu 2004, 2006) ve fiili davranışın gerçekleşmesinde önemli rol oynadığı (Han, Hsu ve Sheu 2010) belirtilmektedir. Dolayısıyla niyetin, bireyin belirli bir davranışı gerçekleştirmeye yönelik karar

verme sürecinde önemli bir faktör olduğu görülmektedir.

Ayrıca, yabancı yazında, birçok araştırmacının turizm sektöründe AYDM'yi kullanarak turistlerin davranışsal niyetlerini inceledikleri görülmektedir (Lam ve Hsu 2004; Han, Hsu ve Sheu 2010). Ancak, Türkiye'deki ulusal veri tabanlarında<sup>1</sup> yapılan taramada, turizm sektöründe turistlerin davranışsal niyetlerinin/karar verme süreçlerinin AYDM ile incelendiği herhangi bir araştırmaya rastlanmamıştır. Bu araştırma ile konuyla ilgili Türkçe yazındaki boşluğu doldurmak amaçlanmaktadır. Türkçe yazındaki bu boşluktan yola çıkarak hazırlanan bu araştırmanın amacı, Mevlana Şeb-i Arus törenlerine katılan turistlerin gelecekte törenlere tekrar katılma ile ilgili karar verme sürecini AYDM ile açıklamaktır. Böylece konunun farklı bir kültürde ve turistik davranışa yönelik yapılmasının ilgili yazına ve turizm sektörüne katkı sağlayacağı öngörülmektedir. Ayrıca bu çalışma ile turistik bir davranışla ilgili karar verme sürecinin sosyo-psikolojik açıdan incelenmesi sağlanarak elde edilen bulgular doğrultusunda turizm pazarlaması ile ilgili stratejilerin belirlenmesine ışık tutulacağı öngörülmektedir. Çalışmada öncelikle davranışa yönelik model ile ilgili bilgi verilmekte, devamında konuyla ilgili turizm sektörüne yönelik yapılan çalışmalar sunulmaktadır. Daha sonra, yöntem, bulgular, sonuç ve tartışma bölümlerine yer verilmektedir.

## İLGİLİ ÇALIŞMALAR

### Amaca Yönelik Davranış Modeli

Amaca Yönelik Davranış Modeli'nin temelini, Rasyonel Eylemler Teorisi (Theory of Reasoned Action) (Fishbein ve Ajzen 1975; Ajzen ve Fishbein 1980) ve Planlı Davranış Teorisi (Theory of Planned Behavior, Ajzen 1985, 1991) gibi sosyo-psikolojik yaklaşımlar oluşturmaktadır. Süreç odaklı olan bu yaklaşımlar, temel olarak belirli bir durumda insan davranışını anlamak ve açıklamak için tasarlanmıştır (Song 2010). Rasyonel Eylemler Teorisi'nde (RET), bireylerin fiili davranışları, doğrudan davranışsal niyetler (DN) ile ayrıca dolaylı olarak tutumlar (T) ve kişisel normlar (KN) ile belirlenmektedir. Dolayısıyla davranışsal niyetler, tutum ve

<sup>1</sup> Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi, Ulusal Ağ ve Bilgi Merkezi'nin Ulusal Veritabanı ve Ulusal Akademik Ağ ve Bilgi Merkezi'ndeki Sosyal ve Beşeri Bilimler Veritabanı

kişisel normlar ile fiili davranış arasında ara değişken rolü oynamaktadır (Fishbein ve Ajzen 1975).

RET’te davranışsal niyetler, tamamen iradeye dayalı (bilinçli/istemli/rasyonel) bileşenlerle (tutum ve kişisel normlar) belirlendiğinden teorinin, iradeye dayalı olmayan/istem dışı durumlarda bazı davranışları açıklamakta yetersiz kaldığı belirtilmektedir (Ajzen 1991). Teorideki bu kısıtlamanın sebebi, belirli bir davranışı gerçekleştirmek için gerekli olan kaynaklar, fırsatlar ve bireysel yeterlilik gibi iradeye dayalı olmayan faktörleri içeren bir bileşenin eksikliğidir (Ajzen 1991). Bu eksikliği gidermek için Ajzen (1985), iradeye dayalı olan tutum ve kişisel normlara (RET) ek olarak iradeye dayalı olmayan faktörleri içeren varsayılan davranışa yönelik algılanan davranışsal kontrol (ADK) bileşenini modele ekleyip RET’i genişletmiş ve böylece planlı davranış teorisini (PDT) öne sürmüştür. PDT’ye göre ADK, hem davranışsal niyetleri hem de fiili davranışı doğrudan etkileyebilmektedir. PDT’de fiili davranış, hem doğrudan davranışsal niyetler ve ADK ile hem de dolaylı olarak tutumlar, kişisel normlar ve ADK ile açıklanmaktadır (Eagly ve Chaiken 1993). Davranışsal niyetler; tutumlar, kişisel normlar ve ADK ile fiili davranış arasında ara değişken rolü oynamaktadır (Ajzen 1985, 1991).

Turizm sektöründe RET ve PDT ile yapılan bazı çalışmalar şunlardır; *açık hava eğlence faaliyetleri seçimi* (Ajzen ve Driver 1991), *avlanma* (Hrubes, Ajzen ve Daigle 2001; Rossi ve Armstong 1999), *tatil yeri seçme* (Cho 2008; Lam ve Hsu 2004, 2006; Sparks 2007), *seyahat etme* (Sparks ve Pan 2009), *otel seçimi* (Buttle ve Bok 1996; Han, Hsu ve Sheu 2010; Kim ve Park 1997), *toplantılara/kongrelere katılma* (Lee ve Back 2007), *bir tema parkı ziyaret etme bağlılığı ve ziyaret için daha çok para harcama* (Bigne, Andreu, Gnoth 2005), *bilgi arama* (Erawan, Krairit ve Khang 2011) *bir müzeyi ziyaret etme ve bu ziyareti başkalarına önerme* (Yamada ve Fu 2012), *işletme ile ilgili olumsuz duyurumda bulunma* (Cheng, Lam ve Hsu 2006), *seyahat şekli seçimi* (Bamberg vd. 2003) ve *e-iş teknolojilerini kullanma ve benimseme davranışları* (Büyüker İşler 2008).

Ajzen’e (1991) göre insan davranışını daha iyi anlamak ve açıklamak için PDT’ye yeni bileşenler eklenebilir ve çeşitli sosyal ortamlarda/sektörlerde kullanılarak geliştirilebilir. Bunun için teori genişletilebilir. Buna dayanarak Perugini ve arkadaşları, PDT’nin belirli insan davranışlarını açıklamak-

ta yetersiz kaldığını ileri sürerek PDT bileşenlerine yeni bileşenler ekleyip PDT’yi genişletmiş ve böylece Amaca Yönelik Davranış Modelini önermişlerdir (Perugini ve Conner 2000; Perugini ve Bagozzi 2001, 2004a, 2004b). AYDM, tüketicilerin bir amaca/davranışa yönelik karar verme ile ilgili psikolojik süreçlerini anlamak ve açıklamak için geliştirilmiş (Han ve Ryu 2012) ve RET ve PDT’ye yönelik alternatif bir bakış açıdır (Song 2010). AYDM’de, PDT bileşenlerine (T, KN, ADK) ek olarak güdüye dayalı, duygusal ve fiili davranışla ilgili alışkanlıkları belirten faktörler modele eklenmiştir. Bu bileşenler; davranışsal istek (Dİ) (güdüye dayalı), gelecekte bir davranışın gerçekleşip gerçekleşmemesi durumunda davranışın sonuçlarıyla ilgili öngörülen pozitif (ÖPD) - ve negatif duygular (ÖND) (duygusal) ve söz konusu davranışın geçmişte –en az 1 yıl önce gerçekleşme sıklığı (DGS) ve söz konusu davranışın yakın bir geçmişte –bir/iki hafta/ay önce gerçekleşme durumu/sıklığı (alışkanlıklar) (Perugini ve Bagozzi 2001; Carrus, Passafaro ve Bonnes 2008).

AYDM’de, davranışsal istekler doğrudan tutumlar, kişisel normlar, algılanan davranışsal kontrol ve öngörülen olumlu ve olumsuz duygular ile ayrıca söz konusu eylemin geçmişte gerçekleşme sıklığı ile belirlenmektedir. Davranışsal niyetler ise doğrudan davranışsal istekler ve söz konusu eylemin geçmişte gerçekleşme sıklığı ile ayrıca dolaylı olarak tutumlar, kişisel normlar, algılanan davranışsal kontrol ve öngörülen olumlu ve olumsuz duygular ile belirlenmektedir. Fiili davranış ise doğrudan algılanan davranışsal kontrol, söz konusu eylemin geçmişte gerçekleşme sıklığı, söz konusu eylemin yakın bir geçmişte gerçekleşme sıklığı ve davranışsal niyetler ile ayrıca dolaylı olarak davranışsal istekler ile belirlenmektedir (Perugini ve Bagozzi 2001). Modelin bileşenleri ile ilgili açıklayıcı bilgi Tablo 1’de verilmektedir.

Perugini ve Bagozzi’ye (2001) göre RET ve PDT, bir davranışı açıklamak için oldukça basit, kısıtlı ve uygulanabilirliği oldukça dar olan bir yapıya sahiptir. PDT, RET’e göre daha geniş ve işlevseldir. Ancak, hem RET’te hem de PDT’de davranışsal niyeti ve fiili davranışı açıklamak için gerekli olan güdüye dayalı, duygusal ve geçmiş alışkanlıklarla ilgili faktörlerin yer alması her iki teorinin de davranışları açıklama konusundaki yetersizliğini göstermektedir. Bu nedenle hem iradeye dayalı olan ve olmayan faktörleri hem de güdüye dayalı, duygusal ve

Tablo 1. Amaca Yönelik Davranış Modeli'nin Bileşenleri ve Tanımları

Bileşenler	Tanım-Açıklama-Değerlendirme Ölçütleri
Tutum (T)	Hedeflenen bir davranışa yöneliktir ve "bireyin fiili bir davranışla ilgili ne derece olumlu veya olumsuz değerlendirmelere sahip olduğunu" ifade etmektedir (Ajzen 1991: 188). Birey, bir davranışı gerçekleştirip gerçekleştirmeyeceğine yönelik karar vermeden önce söz konusu davranışın sonuçlarıyla (olumlu ve olumsuz) ilgili değerlendirme yapmaktadır (Song 2010). Bireyin, bir davranışın sonuçlarıyla ilgili olumlu değerlendirmeler yapması, söz konusu davranışı gerçekleştirmekle ilgili olumlu tutumlara sahip olduğuna işaret eden eğilimlerinin olduğunu göstermektedir (Ajzen 1991). Davranış değerlendirme ölçütleri; iyi,-kötü, zararlı-faydalı, ödüllendirici-cezalandırıcı, güzel-çirkin, gerekli-gereksiz, olumlu-olumsuz, çekici-itici, zevkli-zevкли olmayan, heyecanlı-sıkıcı (Ajzen 1991; Perugini ve Bagozzi 2001; Perugini ve Conner 2000).
Kişisel Norm (KN)	Sosyal bir faktördür ve "bireyin fiili bir davranışı gerçekleştirip gerçekleştirmeyeceğine dair algıladığı sosyal baskıyı veya onayı" ifade etmektedir (Ajzen 1991:188). KN, sosyal çevrenin, bireyin söz konusu davranışı gerçekleştirmesi gerektiği yönünde olumlu bir yaklaşımı/onayı/isteği/önerisi/desteği/baskısı/düşüncesidir. Diğer bir deyişle, bireyin gerçekleştirmeyi düşündüğü davranışla ilgili sosyal çevresinin (aile, arkadaş, meslektaş, önemli biri vb.) düşüncelerini değerlendirmesi (Perugini ve Bagozzi 2001; Song 2010) ve bu değerlendirme sonucunda sosyal çevresinin söz konusu davranışı gerçekleştirmeye konusundaki baskısının olduğuna kendini inandırmasıdır (Ajzen 1991). Ayrıca KN, bireyin bir davranışı gerçekleştirme konusunda sosyal çevresine danışıp davranışta bulunup bulunmamakla ilgili fikirlerinin etkisinde kalma ve onları benimseme derecesidir (Song vd. 2012). Değerlendirme ölçütleri; davranışı gerçekleştirmeye yönelik "tanıdığım birçok kişi, söz konusu davranışta bulunmamı önermektedir/yapmam konusunda hemfikirdir/yapmam konusunda destek vermektedir/yapmam gerektiğini belirtmektedir/düşünmektedir" (Song vd. 2012).
Öngörülen Pozitif Duygular (ÖPD)	ÖPD, bireyin gelecekte belirlediği bir amaca ulaştığı/bir davranışı gerçekleştirdiği bir durumda olduğunu varsayarak durumun sonuçlarıyla ilgili öngördüğü olumlu duygulardır (Perugini ve Bagozzi 2001). Birey, gelecekte bir davranışı gerçekleştirmiş olduğunu varsayarak bu durumun sonuçlarıyla ilgili öngördüğü olumlu veya olumsuz duyguları yansıtabilir. Birey, gelecekte fiili bir davranışı gerçekleştirmişse, bu sonuçtan memnun kalacağını öngörebilir (Perugini ve Bagozzi 2001). Birey, gelecekte bir davranışı gerçekleştirmesi durumunda (örn; üç ay sonra bu restorana tekrar gelirim), hissedeceğini varsaydığı olumlu duygularını şimdiki zaman içinde ifade edebilir (Örn; mutlu/memnun olacağım veya heyecan duyacağım) (Han ve Ryu 2012). Dolayısıyla bu yaklaşım, bireyin gelecekteki bir davranışın olumlu sonuçlarıyla karşılaşması durumunda hangi olumlu duyguları hissedebileceğini ifade etmektedir (Perugini ve Bagozzi 2001).
Öngörülen Negatif Duygular (ÖND)	ÖND, bireyin gelecekte belirlediği bir amaca ulaşamadığı/bir davranışı gerçekleştiremediği bir durumda olduğunu varsayarak durumun sonuçlarıyla ilgili öngördüğü olumsuz duygulardır (Perugini ve Bagozzi 2001). Bu yaklaşım, gelecekte bireyin söz konusu davranışı gerçekleştirememesi durumunda (Örn; eğer bu festivali tekrar ziyaret edemezsem) hissedeceği olumsuz duyguları (örn; çok üzüleceğim/hayal kırıklığına uğrayacağım) şimdiden tahmin etmesine dayanır (Perugini ve Bagozzi 2001).
Algılanan Davranışsal Kontrol (ADK)	ADK, belirli bir davranışı gerçekleştirmeye yönelik algılanan zorluk veya kontrol derecesidir (Ajzen 1991:188). Diğer bir deyişle, belirli bir davranışın gerçekleşmesine yönelik bireyin emin olma ve yeterli olma durumunu ifade etmekte ve genel olarak bireyin gerçekleştirmeyi düşündüğü davranışa yönelik kaynaklara ve fırsatlara sahip olduğu durumla ilgili değerlendirmelerini belirtmektedir (Ajzen 1991; Song vd. 2012). Birey, belirli bir davranışı gerçekleştirmek için gerekli olan kaynaklara (maliyet, zaman, yetenek, özgüven, özyeterlilik vb) sahipse, davranışsal niyetleri güçlü olacaktır (Song 2010). Değerlendirme ölçütleri; "davranışı gerçekleştirmek için yeterli param var/zamanım var/davranışı gerçekleştireceğime eminim/yeterliyim/gerekli kaynaklara ve fırsatlara sahibim/kontrolde sahibim.../davranışı gerçekleştirmek kolay/zor" (Perugini ve Bagozzi 2001; Song 2010).
Davranışsal İstek (Dİ)	İstek, bireyin davranışsal niyetlerini ortaya çıkartan motivasyonel bir faktördür (Perugini ve Bagozzi 2001). Değerlendirme ölçütleri; davranışı gerçekleştirmeyi istiyorum/arzuluyorum (Perugini ve Bagozzi 2001).
Davranışsal Niyet (DN)	Davranışsal niyetler, bireyi belirli bir şekilde davranmaya iten komutlardır (Triandis 1980:203). Psikolojik bir yaklaşımla davranışsal niyetler, bireyin bir davranışta bulunmaya yönelik motivasyonun sonucudur (Sheeran 2002). Bireyin bir davranışı gerçekleştirmek için plan yapması ve çaba sarf etmesi durumudur (Perugini ve Bagozzi 2001). Değerlendirme ölçütleri; "bir davranışı gerçekleştirmeyi planlıyorum/çaba sarf ediyorum/niyet ediyorum/...yapmaya razıyım/hazırım" (Perugini ve Bagozzi 2001)
Davranışın Geçmişte Gerçekleşme Sıklığı (DGS)	Geçmiş davranışların sıklığı bir alışkanlığın göstergesi olarak bilinmektedir. DGS, bir davranışın önceden tecrübe edilmesidir. Değerlendirme ölçütleri; bu davranışı geçmişte nadiren/bazen/çok sık/her zaman gerçekleştirdim (Perugini ve Bagozzi 2001), bu davranışı geçmişte kaç kez gerçekleştirdiniz?: bir kez, iki kez... (Song 2010).
Davranışın Yakın Bir Geçmişte Gerçekleşme Sıklığı (DYGS)	DYGS, geçmiş yakın bir zamanda –bir/iki hafta/ay önce- söz konusu davranışın kaç kez tecrübe edildiğini göstermektedir (Perugini ve Bagozzi 2001). Değerlendirme ölçütü; bu davranışı bir/iki hafta/ay önce hangi sıklıkla gerçekleştirdiniz?: hiçbir zaman/nadiren/bazen/sık sık/her zaman (Perugini ve Bagozzi 2001).
Fiili Davranış (FD)	Amacın gerçekleşmesi, eylem.



geçmiş alışkanlıklarla ilgili bileşenleri içerdiğinden AYDM; RET ve PDT'ye göre davranışsal niyetleri ve fiili davranışları daha iyi açıklamaktadır ve daha gelişmiş bir modeldir (Perugini ve Bagozzi 2001).

Perugini ve Bagozzi'ye (2004b) göre istek ve niyet teorik olarak birbirinden farklıdır. İstek, bir nesneye/arzu edilen bir sonucun gerçekleşmesi umuduna yönelik arzu hissiyle alakalı bir ruh halini ifade etmektedir (Taylor, Bagozzi ve Gaither 2005). Birey, bir şeyi yapmak istediğinde, bireysel amaçlarına ulaşmak için belirli bir şekilde davranmaya, düşünmeye ve hissetmeye yatkınlığı vardır (Song 2010). İstek, ayrıca güdüleme içerikli bir bileşendir. Örneğin; seyahat etme ile ilgili çeşitli güdüye dayalı faktörler (örn; sosyallik, toplumsallık) istekleri tetiklemekte, istekler niyetleri, niyetler de fiili davranışı etkilemektedir (Song 2010). Perugini ve Bagozzi (2004b: 71) ise isteği, "bir eylemi gerçekleştirmek veya bir amaca ulaşmak için bireysel bir güdüleme aracılığı ile ortaya çıkan bir ruh hali" olarak tanımlamaktadır. Perugini ve Bagozzi'ye (2004b) göre istekler tutumlardan da farklıdır. Bunun nedeni; tutumların ortaya çıkması için güdüye dayalı faktörlerin etkisinin olmaması, ancak, isteklerin gerçekleşmesi için güdüye dayalı faktörlerin etkisinin olmasıdır. Tutumlar, sadece bir davranışın gerçekleşmesine yönelik olumlu veya olumsuz değerlendirmelerdir. İstekler ise bir davranışta bulunmak için bireyin güdülenmesi (uyarılması) ile ilgilidir. Kısacası tutum, davranışı değerlendirme, istekler ise davranışta bulunmaya yönelten güdülenme ile ilişkilidir (Malle 1999; Perugini ve Bagozzi 2004b).

Niyet ise bireyin gelecekte öngördüğü ve planlandığı davranışı olarak belirtilmektedir (Swan 1981). Niyetin içeriğinde, bireyin bir davranışı gerçekleştirmeye yönelik özgüvene ve öz yeterliliğe sahip olması yer almaktadır. Ancak, istekler uyarılma sonucunda ortaya çıktığından isteklerde böyle bir gereksinim söz konusu değildir (Perugini ve Bagozzi 2004b). İnanç, tutum ve amaçtan farklı olan istekler, insan davranışının önemli bir kaynağını teşkil eder ve davranışsal niyetleri belirler. Sosyal psikolojide ve tutum teorilerinde isteklerin yeterli oranda kavramsallaştırılmadığı görülmekte ve niyetler ile eş anlamlı olarak kullanılmaktadır. Fakat bireyin bir şeyi yapmak istemesi ile onu yapmaya niyet etmesi arasında fark vardır (Perugini

ve Bagozzi 2004b). Bu farklılık üç ölçüte göre belirlenmektedir; algılanan uygulanabilirlik (perceived performability), fiili davranışla bağlantısı/yakınlığı (action-connectedness) ve zamansal çerçeveleme (temporal framing). Araştırmacılar yaptıkları çalışmada, isteklerin niyetlere oranla uygulanabilirliğinin az, eylemlerle daha az bağlantılı/eylemlerden uzak ve uzun süreli bir zaman diliminde gerçekleştikleri sonucuna varmışlardır (Perugini ve Bagozzi 2004b).

### Konuyla İlgili Turizm Sektörüne Yönelik Yapılan Araştırmalar

Turizm sektöründe, belirli bir turistik davranışın (örn; seyahat etmek, yemek-içmek, eğlenmek, organizasyonlara katılmak) gerçekleştirilmesiyle ilgili turistlerin karar verme süreçlerinin anlaşılması için; tutum (T), kişisel norm (KN), öngörülen pozitif/olumlu duygular (ÖPD), öngörülen negatif/olumsuz duygular (ÖND), algılanan davranışsal kontrol (ADK), davranışın önceden gerçekleşme sıklığı (DGS), davranışsal istekler (Dİ) ve davranışsal niyetler (DN) arasındaki ilişkinin incelendiği araştırmalardan bazıları Tablo 2'de sunulmaktadır.

Tablo 2'de belirtilen araştırmaların sonuçlarına göre belirli bir davranışa yönelik olumlu tutumlar, söz konusu davranışı gerçekleştirme isteğinin ortaya çıkmasını sağlamaktadır. Diğer bir deyişle, tutumlar, davranışsal isteklerin belirleyicisidir. Ayrıca sonuçlardan, bireyin bir davranışta bulunup bulunmayacağına karar verirken sosyal çevrenin etkisinde kaldığı anlaşılmaktadır. Dolayısıyla sosyal çevrenin söz konusu davranışla ilgili fikirleri, düşünceleri, önerileri vb. ve bireyin bu düşüncelerin etkisinde kalması, bireylerin fiili bir davranışı gerçekleştirmekle ilgili isteğini tetiklemektedir. Diğer bir açıdan sonuçlara göre bireylerin gelecekte bir davranışı gerçekleştirdikleri ve gerçekleştirmedikleri durumda (varsayarak) hissedeceğini öngördükleri olumlu ve olumsuz duyguları, davranışsal isteklerinin oluşmasına katkıda bulunmaktadır. Ayrıca, turistlerin davranışı gerçekleştirmeye yönelik yeterli kaynaklara (para, zaman, fırsat) sahip oldukları yönündeki algılamalarının, davranışsal isteklerini etkilediği anlaşılmaktadır (Song 2010; Kim vd. 2012; Lee vd. 2012; Song vd. 2012).

Yapılan çalışmaların sonuçları (Tablo 2), bireylerin bir davranışı geçmişte gerçekleştirme sıklığının söz konusu davranışı tekrar gerçekleştirme istek-

Tablo 2. Amaca Yönelik Davranış Modeli ile Turizm Sektörüne Yönelik Yapılan Araştırmalar

Ülke	Örneklem	Davranış	Sonuç	Kaynak
Kore	Eğlence Merkezi Müşterileri	Şans Oyunlarını Oynama	<ul style="list-style-type: none"> <li>Müşterilerin şans oyunlarını oynamaya yönelik olumlu <i>tutumları</i> ile şans oyunlarını tekrar oynama <i>isteği</i> arasında olumlu ilişki olduğu;</li> <li>Müşterilerin şans oyunlarını oynamaya yönelik <i>öngördüğü olumlu ve olumsuz duyguları</i> arttıkça gelecekte söz konusu merkezde şans oyunlarını tekrar oynama <i>isteğinin</i> arttığı ve <i>ÖPD ve ÖND'lerin davranışsal isteği</i> olumlu ve önemli derecede etkilediği;</li> <li>Müşterilerin şans oyunlarını oynama <i>isteği</i> ile aynı merkezde şans oyunlarını oynama <i>niyeti</i> arasında olumlu ilişki olduğu;</li> <li>Müşterilerin eğlence merkezinde daha önce şans oyunlarını oynama <i>sıklığı</i> ile aynı merkezde oyunları oynama <i>isteği</i> arasında olumlu ilişki olduğu tespit edilmiştir.</li> </ul>	Song (2010)
ABD	Restoran Müşterileri	Restorana Gitme/ Restoran Tercihi	<ul style="list-style-type: none"> <li>Müşterilerin restorana gitme ile ilgili olumlu <i>tutumlarının</i> söz konusu restorana tekrar gitme <i>isteğini/tekrar satın alma isteğini</i> olumlu ve önemli etkilediği;</li> <li>Müşteriler, bir restorana tercih etmekle ilgili <i>sosyal çevrenin olumlu baskısını/teşvikini</i> algıladıkça, müşterilerin söz konusu restorana tekrar tercih etme <i>isteğinin</i> arttığı;</li> <li>Müşterilerin bir restorana gitmeye yönelik algıladığı <i>kontrolün</i> restorana gitme <i>isteğini</i> olumlu etkilediği;</li> <li>Restoran müşterilerinin bir restorana gitme <i>isteğinin</i> aynı restorana tekrar gitme <i>niyetini</i> olumlu etkilediği;</li> <li>Müşterilerin bir restorana önceden gitme <i>sıklığının</i> aynı restorana gitme <i>isteğini</i> ve <i>niyetini</i> olumlu etkilediği ortaya konulmuştur.</li> </ul>	Han ve Ryu (2012)
Kore	Seyahat Edenler	Uluslararası Seyahat Etme	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bireylerin uluslararası seyahat etmeye yönelik olumlu <i>tutumlarının</i> söz konusu davranışı tekrar yapma <i>isteğini</i> olumlu ve önemli etkilediği;</li> <li>Uluslararası seyahat etme konusunda bireyler üzerindeki <i>sosyal baskının</i>, bireylerin uluslararası seyahat etme <i>isteğini</i> olumlu ve önemli etkilediği;</li> <li>Turistlerin uluslararası seyahat etmeye ilgili <i>ileriye yönelik olumlu ve olumsuz duygularının</i>, gelecekte uluslararası seyahat etme <i>istekleri</i> üzerinde olumlu etkisi olduğu;</li> <li>Bireylerin uluslararası seyahat etme <i>isteğinin</i> uluslararası seyahat etme <i>niyetini</i> olumlu etkilediği tespit edilmiştir.</li> </ul>	Kim vd. (2012); Lee vd. (2012)
Kore	Boryeong Çamur Festivali Katılımcıları	Festivale Katılma	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ziyaretçilerin festivale katılmayla ilgili olumlu <i>tutumlarının</i>, gelecekte festivale tekrar katılma <i>isteğini</i> olumlu ve önemli etkilediği;</li> <li>Turistlerin bir festivale katılma konusunda algıladıkları <i>sosyal çevre baskısının</i>, gelecekte festivale tekrar katılma <i>isteğini</i> olumlu ve önemli etkilediği;</li> <li>Turistlerin bir festivale katılmayla ilgili <i>ileriye dönük olumlu duygularının</i>, gelecekte aynı festivale katılma <i>isteğini</i> olumlu ve önemli etkilediği;</li> <li>Turistlerin bir festivale katılma <i>isteğinin</i> aynı festivale tekrar katılma <i>niyetini</i> olumlu ve önemli etkilediği;</li> <li>Turistlerin bir festivale önceden katılma <i>sıklığının</i> aynı festivale katılma <i>isteğini</i> olumlu etkilediği tespit edilmiştir.</li> </ul>	Song vd. (2012)

lerini ve niyetlerini etkilediğini göstermiştir. Diğer bir deyişle, bireylerin daha önceden belirli bir davranışı gerçekleştirmiş olmaları, söz konusu davranışı tekrar gerçekleştirme isteğinin ve niyetinin oluşmasına katkı sağlamaktadır. Dolayısıyla birey, belirli bir davranışı gerçekleştirmeyi düşünürken geçmiş deneyimlerini de hesaba katmaktadır. Diğer sonuçlar ise turizm sektöründe turistlerin davranışsal isteklerinin ve davranışı önceden gerçekleştirme sıklığının davranışsal niyetlerini belirlemede önemli rolü olduğunu ortaya koymaktadır. Sonuç olarak ilgili yazında AYDM ile turizm sektörüne yönelik yapılan araştırmaların sonuçlarından; turistlerin belirli bir davranışa yönelik tutumlarının, kişisel normlarının, davranışın sonuçlarıyla ilgili öngördükleri olumlu ve olumsuz duygularının, davranış üzerindeki kontrollerinin ve davranışı önceden gerçekleştirme sıklığının davranışsal isteklerini belirlediği; ayrıca davranışın önceden gerçekleştirme sıklığının ve davranışsal isteklerinin davranışsal niyetlerini belirlediği anlaşılmaktadır (Kim vd. 2012; Lee vd. 2012; Song 2010; Song vd. 2012).

## YÖNTEM

Bu çalışmanın amacı, turistlerin inanç turizmi kapsamında törenlere tekrar katılma ile ilgili karar verme sürecini incelemektir. Araştırmada, turistlerin karar verme sürecini incelemek için sosyo-psikolojik bir yaklaşım olan Amaca Yönelik Davranış Modeli (AYDM) kullanılmıştır. Bu amaç kapsamında araştırmanın yöntem bölümünde; örnekleme metodu, evren ve örneklem, veri toplama aracı, verilerin analizi ve araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilirliği ve geçerliği ile ilgili bilgiler yer almaktadır.

### Örnekleme ve Katılımcılar

Araştırmanın evrenini, 07-17 Aralık 2012 tarihleri arasında Konya’da düzenlenen Mevlana Şeb-i Arus törenlerine katılan yerli ve yabancı ziyaretçiler oluşturmaktadır. Bunun nedeni, Şeb-i Arus törenlerinin inanç turizmi kapsamında önemini gün geçtikçe artmasıdır. Törenlere fazla kişi katıldığından evrenin tamamına ulaşmanın para ve zaman açısından maliyetli olabileceği düşünülerek örnekleme gidilmiş ve Amaca Göre Örnekleme Yöntemi tercih edilmiştir. Bu yöntemde, örnekleme kimin yer alacağı ile ilgili karar, konuya hâkim olduğun-

dan araştırmacı tarafından verilmektedir (Nakip 2003). Ayrıca, araştırmacı tarafından seçilen örneğin araştırmanın amacına uygun olduğu ve araştırmacıyı aradığı bilgiye ulaştırabileceği varsayılmaktadır (Churchill 1996). Dolayısıyla bu yöntemle evrenden küçük bir grubun seçilebilmesi söz konusu olduğundan (Bernard 2000; Babbie 2001) alan araştırmasına törenlere katılan ve sadece konaklama yapan ziyaretçiler dâhil edilmiştir. Bunun diğer nedenleri ise tören alanının kalabalık olması ve bundan dolayı uygulamada karışıklığın doğabileceğinin; otelde konaklama yapan ziyaretçilerin törenlere katılma konusunu daha rahat ve sağlıklı bir ortamda değerlendirebileceklerinin ve böylece konuyla ilgili anketi daha geniş bir zamanda ve sağlıklı doldurabileceklerinin; katılımcıların araştırma konusuna daha dikkatli ve özenli bir şekilde yaklaşmalarının, dolayısıyla uygulamanın daha kontrollü (örn; katılımcıların sorularını yanıtlamak) bir şekilde yapılabilmesinin düşünülmesidir. Araştırmada ayrıca bir kısıtlama daha yapılarak (hizmet kalitesi, kurumsallık vb. faktörler dikkate alınarak) Konya’da sadece beş yıldızlı bir otel işletmesinde konaklayan katılımcılar tercih edilmiştir.

### Veri Toplama Aracı

Bu çalışmada, Mevlana Şeb-i Arus törenlerine tekrar katılma ile ilgili turistlerin karar verme sürecini açıklamak için Amaca Yönelik Davranış Modeli kullanılmıştır. Model, Perugini ve arkadaşları tarafından geliştirilmiş ve genişletilmiş bir model olup orijinali 10 boyutludur (madde sayısı çalışmalara göre değişmektedir) (Perugini ve Conner 2000; Perugini ve Bagozzi 2001, 2004a, 2004b). Bu boyutlar; tutumlar, kişisel normlar, öngörülen pozitif duygular, öngörülen negatif duygular, algılanan davranışsal kontrol, davranışın geçmişte gerçekleşme sıklığı, davranışın yakın bir geçmişte gerçekleşme sıklığı, davranışsal istek, davranışsal niyet ve fiili davranıştır. Ancak, “davranışın yakın bir geçmişte gerçekleşme sıklığı/durumu (DYGS) boyutunun içeriğinde davranışın bir/iki hafta/ay önce gibi kısa bir süre önce gerçekleşmesi yer almaktadır. Mevlana Şeb-i Arus törenlerinin yılda bir kez düzenlendiği göz önünde bulundurularak bu boyutun modelde yer almasının uygun olmadığına karar verilmiştir. Öte yandan, hedeflenen davranış (tekrar katılma) henüz gerçekleştirilmediğinden modelde fiili davranış (FD) boyutunun yer almasının man-

tıksal çelişkiye yol açacağı düşünülmüştür. Böylece, bu çalışmada, AYDM'nin boyutlarından DYGS ve FD boyutlarının orijinal modelden çıkarılmasına karar verilmiştir. Araştırma modeli Şekil 1'de verilmektedir.

Bu çalışmada önerilen modelde, toplam sekiz boyut ve 27 önerme yer almaktadır. Ölçeklerde yer alan önermeler, Han ve Ryu (2012), Kim vd. (2012), Perugini ve Bagozzi (2001), Perugini ve Connor (2000), Song (2010) ve Song vd. (2012) çalışmalarında kullanılan önermelere uyarlanmıştır. Tutum, kişisel norm, öngörülen pozitif duygular, öngörülen negatif duygular ve algılanan davranışsal kontrol dörder maddeden, davranışsal istek ve davranışsal niyet ise üçer maddeden oluşmaktadır (1-kesinlikle katılmıyorum, 3-kararsızım, 5-kesinlikle katılıyorum). Davranışın geçmişte gerçekleşme sıklığı boyutu ise bir maddeyle ölçülmüştür (1-hiçbir zaman, 3-bazen, 5-her zaman). Tüm ölçekler 5'li Likert derecelemesine göre ölçülmüştür.

Orijinal dili İngilizce olan ölçekler, araştırmacılar tarafından Türkçeye, Türkçesi ise başka bir akademisyen tarafından İngilizceye çevrilmiştir. Bunun nedeni, ölçeklerin Türkçesi ile orijinal dili arasındaki anlamsal doğruluğu sağlamaktır (Van de Vijver ve Hambleton 1996; Başoda 2012). Karşılaştırma sürecinden sonra ölçeklerin yapılarıyla ilgili sapmaların olmadığı ve orijinal dilindeki anlamıyla çelişmediği doğrulanmıştır. Bu süreçten sonra, önermelerin hedef kitle tarafından anlaşılır olup olmadığının kontrol edilmesi için ön test uygulaması yapılmıştır. Uygulama, Selçuk Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'nda konaklama işletmeciliği 1., 2. ve 3. sınıfta öğrenim gören, törenlere katılan (2012 yılı) ve rastgele seçilen 49 kişilik bir öğrenci grubuna yönelik yapılmıştır. Sonuç olarak, ankette yer alan her bir ifadenin anlaşılır, tüm ölçeklerin güvenilir<sup>2</sup> ve geçerli<sup>3</sup> olduğu tespit edilmiştir. Anket, ilgili alanda uzman üç akademisyenin ve iki sektör temsilcisinin görüşü alındıktan sonra asıl uygulamaya hazır hale getirilmiştir.

Anket, iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, katılımcılarla ilgili bilgiler (cinsiyet, yaş,

geçmiş yıllarda söz konusu törenlere katılma sıklığı, eğitim durumu, meslek ve uyruk); ikinci bölümde ise Amaca Yönelik Davranış Modeli'nde yer alan ölçek maddeleri yer almaktadır. Anketin bir yüzü Türkçe diğer yüzü ise İngilizcedir. Törenlerin yapıldığı tarihlerde söz konusu otele, rastlantısal olarak 1.000 anket bırakılmıştır. İşletmenin yöneticileri tarafından, törenlerin yapıldığı tarihlerde otelin müşterilerine konaklama süresince anket formunun doldurulması sağlanmıştır. Toplam 1000 anketten 347 anket doldurulmuş, ancak 105'i eksik/hatalı doldurulduğu için uygulamaya dâhil edilmemiştir. Böylece geriye kullanılabilir toplam 242 (%69,7) anket kalmıştır. Birçok araştırmacıya göre bu oran, istatistiksel analizlerin yapılabilmesi için yeterlidir (Hair vd. 1998).

### Ölçeklerin Güvenilirlikleri ve Geçerlilikleri

Araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilir olup olmadığını belirlemek için her bir ölçeğin güvenilirlik katsayısına (Cronbach Alpha) bakılmıştır. Ölçeklerin güvenilir olması için güvenilirlik katsayılarının en az 0,70 olması gerekmektedir (Altunışık vd. 2007). Tablo 3'teki sonuçlar incelendiğinde, tüm ölçeklerin güvenilirlik katsayılarının 0,70'in üzerinde olduğu görülmektedir: Tutumlar; 0,88, kişisel norm; 0,89, öngörülen pozitif duygular; 0,90, öngörülen negatif duygular; 0,92, algılanan davranışsal kontrol; 0,82, istek; 0,93 ve niyet; 0,94. Böylece araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilir olduğu tespit edilmiştir.

Ölçeklerin geçerliliğinin test edilmesi ise birkaç adımdan oluşmaktadır. Birinci adımda; ölçeklerde yer alan her bir maddenin bağlı bulunduğu boyutla ilişki düzeyinin belirlenmesi için uzaksak geçerlilik testi yapılmıştır. Bu testte, her bir önermenin (bağlı bulunduğu boyuttan çıkartılarak) kendi boyutuyla olan ilişki düzeyinin diğer boyutlardan daha yüksek çıkması beklenmektedir (Altunışık vd. 2007). Sonuçlar, ölçeklerin her bir maddesinin bağlı bulunduğu boyut ile ilişki düzeyinin diğer boyutlarla olan düzeyden daha yüksek olduğunu göstermiştir. İkinci adımda; modelde yer alan ölçeklerin birbiriyle ilişki düzeyi incelenerek yakınsak geçerliliğine bakılmıştır. Yakınsak geçerlilikte, ölçeklerin birbiriyle düşük aynı zamanda  $p < .01$  veya  $p < .05$  düzeyinde anlamlı ve olumlu olması beklenmektedir (Judd vd. 1991). Test sonuçlarına göre (Tablo 3), modelde yer alan ölçeklerin büyük ço-

<sup>2</sup> Ön test uygulaması sonuçları, Cronbach Alpha katsayıları: Tutumlar; .92, Kişisel norm; .91, Öngörülen pozitif duygular; .94, Öngörülen negatif duygular; .96, algılanan davranışsal kontrol; .85, davranışsal istek; .97, davranışsal niyet; .95.

<sup>3</sup> Uzaksak ve yakınsak geçerliliğe bakılmıştır. Her iki testin sonuçları da ölçeğin geçerli olduğunu göstermiştir.



Tablo 3. Değişkenlerle İlgili Bulgular (Ortalama, Standart Sapma, Güvenilirlik Katsayıları ve Değişkenler Arasındaki İlişkiler)

Değişkenler	MS <sup>a</sup>	ORT <sup>b</sup>	SS <sup>c</sup>	$\alpha^d$	T	KN	ÖPD	ÖND	ADK	DGS	Dİ	DN
T	4	4,15	0,86	0,88	--							
KN	4	3,41	1,16	0,89	0,53*	--						
ÖPD	4	3,90	0,98	0,90	0,49*	0,43*	--					
ÖND	4	2,78	1,22	0,92	0,21*	0,33*	0,49*	--				
ADK	4	3,78	0,87	0,82	0,36*	0,28*	0,49*	0,40*	--			
DGS <sup>e</sup>	1	2,01	1,35	--	-0,00	-0,05	0,09	0,15**	0,07	--		
Dİ	3	4,08	0,92	0,93	0,33*	0,27*	0,57*	0,35*	0,43*	0,02	--	
DN	3	3,77	1,01	0,94	0,38*	0,32*	0,62*	0,53*	0,52*	0,20*	0,55*	--

T: Tutum, KN: Kişisel Norm, ÖPD: Öngörülen Pozitif Duygular, ÖND: Öngörülen Negatif Duygular, ADK: Algılanan Davranışsal Kontrol, DGS: Davranışın Önceden Gerçekleşme Sıklığı, Dİ: Davranışsal İstek, DN: Davranışsal Niyet

\* p<0,01 (çift yönlü), \*\*p<0,05 (çift yönlü), <sup>a</sup>Madde Sayısı, <sup>b</sup>Ortalama, <sup>c</sup>Standart Sapma, <sup>d</sup>Cronbach Alpha Katsayısı, <sup>e</sup>Tek maddeyle ölçüldüğünden boyutun güvenilirliği değerlendirilmeye alınmamıştır.

ğunluğunun birbiriyle olan ilişki düzeyleri düşük ve p<,01 düzeyinde anlamlı ve olumludur. İlk iki adımda yapılan testlerin sonuçları, ölçeklerin geçerli olduğunu göstermiştir.

Son adımda ise modelde yer alan ölçeklerin yapı geçerliliğinin test edilmesi için açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır. Öncelikle, verilerin faktör analizine uygunluğunun belirlenmesi için Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ve Bartlett testleri yapılmıştır. Test sonuçlarına göre, veri seti faktör analizi için yeterlidir (KMO= 0,89); veriler arasında anlamlı korelasyon vardır; veriler normal dağılmıştır ve korelasyon matrisi birim matris değildir (Bartlett:  $\chi^2=5,206$ , p=.00) (Hair vd.1998; Özdemir 2010).

Tablo 4'teki faktör analizi sonuçlarına göre; her bir madde kendi boyutu altında yüksek faktör yüküne sahiptir (beklenen değer > 0.50, Hair vd. 2006); öz değeri 1'in üzerinde olan yedi boyut ortaya çıkmıştır (beklenen değer > 1/1+, Mertler ve Vannatta 2005) ve yedi alt ölçeğin açıkladıkları toplam varyans ise %79,81'dir (beklenen değer > %60 ve üzeri, Altunışık vd. 2007). Böylece ölçeklerde yer alan her bir önermenin kendi boyutuna ait olduğu ve modelin yapı geçerliliğinin olduğu ortaya konulmuştur. Davranışın önceden gerçekleşme sıklığı ise bir ifadeyle ölçüldüğünden faktör analizine alınmamıştır.

### Verilerin Analizi

Araştırmada öncelikle, modelin değişkenleriyle ilgili güvenilirlik ve geçerlilik analizleri (uzaksak geçerlik, yakınsak geçerlik ve faktör analizi) yapıla-

caktır. Daha sonra, temel belirleyici istatistiklerden (aritmetik ortalama ve standart sapma) faydalanılarak, katılımcıların Mevlana Şeb-i Arus törenlerine katılmaya yönelik tutumları, kişisel normları, öngördükleri olumlu ve olumsuz duyguları, davranış üzerindeki kontrolleri, davranışı önceden gerçekleştirme sıklıkları, davranışsal isteği ve davranışsal niyetinin düzeyleri belirlenecektir. Son olarak da korelasyon ve regresyon gibi istatistiksel analiz yöntemleri ile araştırma modelinde belirtilen değişkenler arasındaki ilişki test edilecektir. Veriler SPSS 19.00 ile analiz edilmiştir.

## BULGULAR

### Katılımcılar ile İlgili Demografik Bilgiler

Araştırmaya toplam 242 kişi katılmıştır. Bu katılımcıların %51,7 bay, %80,2'si Türk, %13,2'si Japon (geriye kalan %6,6'sı ise Koreli, Amerikan ve İrlandalardan oluşmaktadır), %34,7'sinin eğitim seviyesi lisans, %16,1'inin mesleği iş adamı, %12,4'ü öğretmen ve ortalama yaşları 33'tür (yaş aralığı: 12-75).

### Araştırma Modelinde Yer Alan Değişkenlerin Düzeyleri

Bu araştırmada, Mevlana Şeb-i Arus törenlerine katılan turistler, törenlere katılmayla ilgili karar verme süreçlerini etkileyen faktörleri değerlendirmişlerdir. Değerlendirme sonuçları Tablo 3'te verilmiştir. Tablo 3'teki sonuçlar, katılımcıların törenlere katılmaya yönelik olumlu tutumlarının düzeylerinin diğerlerine göre daha yüksek (Ort.=4,15),

Tablo 4. Amaca Yönelik Davranış Modeli'nin Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları\*

Amaca Yönelik Davranış Modeli	Faktör Yüğü	Ortak Varyans	Özdeđer	Varyans Yüzdesi	Toplam Varyans
<i>Tutum</i>			3,47	13,35	13,35
1.Madde	,79	,79			
2.Madde	,83	,82			
3.Madde	,83	,84			
4.Madde	,70	,64			
<i>Kişisel Norm</i>			3,24	12,46	25,82
5.Madde	,81	,75			
6.Madde	,82	,81			
7.Madde	,85	,82			
8.Madde	,79	,72			
<i>Öngörülen Pozitif Duygular</i>			3,03	11,68	37,50
9.Madde	,69	,76			
10.Madde	,81	,87			
11.Madde	,77	,76			
12.Madde	,64	,76			
<i>Öngörülen Negatif Duygular</i>			2,94	11,32	48,82
13.Madde	,85	,79			
14.Madde	,89	,88			
15.Madde	,77	,74			
16.madde	,86	,85			
<i>Algılanan Davranışsal Kontrol</i>			2,87	11,05	59,88
17.Madde	,61	,59			
18.Madde	,67	,70			
19.Madde	,83	,74			
20.Madde	,81	,71			
<i>Davranışsal İstek</i>			2,67	10,30	70,18
21.Madde	,87	,87			
22.Madde	,86	,89			
23.Madde	,84	,88			
<i>Davranışsal Niyet</i>			2,50	9,63	79,81
24.Madde	,77	,88			
25.Madde	,78	,87			
26.Madde	,82	,90			

\*Davranışın önceden gerçekleşme sıklığı boyutu bir madde ile ölçüldüğünden faktör analizine konulmamıştır.

törenlere daha önce katılma sıklığının düzeyinin ise diğerlerine göre daha düşük (Ort.=2,01) olduğunu göstermektedir. Diğer sonuçlar incelendiğinde, genel olarak törenlere tekrar katılma isteğinin (Ort.=4,08), gelecekte törenlere tekrar katılmanın gerçekleştiği varsayılarak öngörülen olumlu duyguların (Ort.=3,90), törenlere tekrar katılmaya yönelik algılanan davranışsal kontrolün (Ort.=3,78), törenlere tekrar katılma niyetinin (Ort.=3,77) ve törenlere katılmaya yönelik kişisel normların (Ort.=3,41) düzeylerinin yüksek olduğu; gelecekte

törenlere tekrar katılma davranışının gerçekleşmesi durumunda öngörülen olumsuz duyguların düzeyinin orta olduğu görülmektedir (Ort.=2,78). Dolayısıyla törenlere katılan turistlerin Mevlana Şeb-i Arus törenlerine katılma ile ilgili karar verme süreçlerinde, olumlu tutumları ve davranışsal istekleri daha baskındır.

#### Araştırma Modelinin Sonuçları

Araştırma modelinde (Şekil 1), (1) tutumların, kişisel normların, öngörülen pozitif ve negatif duy-

Tablo 5. Değişkenlerin (T, ÖPD, ÖND, KN, ADK, DGS)\* Davranışsal İstek Üzerindeki Etkisini Açıklayan Regresyon Analizi Sonuçları

Varyans Analizi	Serbestlik Derecesi	Kareler Toplamı	Ortalama Kare	F Testi
Regresyon	6	75,855	12, 643	22,904
Hata (artık)	235	129,713	,552	p=0,00
Toplam	241	205,568		

*Çoklu R Katsayısı = 0,60*  
*Belirleme Katsayısı (R<sup>2</sup>) = 0,36*  
*Uyarlanmış R<sup>2</sup> (ΔR<sup>2</sup>)= 0,35*  
*Standart Hata = ,74295*

Beta Katsayıları	B	SEB	β	t	p
Sabit (Constant)	1,47	,27	--	5,28	.000
1)- Tutum	,05	,07	,05	,76	.443
2)- Kişisel Norm	-,01	,05	-,02	-,30	.757
3)- Öngörülen Pozitif Duygular	,41	,06	,44	6,31	.000
4)- Öngörülen Negatif Duygular	,04	,04	,06	,99	.319
5)- Algılanan Davranışsal Kontrol	,19	,06	,18	2,98	.003
6)- Davranışın Önceden Gerçekleşme Sıklığı	-,02	,03	-,03	-,70	.479

\* T: Tutum, KN: Kişisel Norm, ÖPD: Öngörülen Pozitif Duygular, ÖND: Öngörülen Negatif Duygular, ADK: Algılanan Davranışsal Kontrol, DGS: Davranışın Önceden Gerçekleşme Sıklığı  
 B: Değişkene ait B değeri, SEB: B katsayısına ait standart hata, β: Standardize edilmiş regresyon katsayısı (beta değeri), t: Beta değerine ilişkin t değeri, p: Her değişkene ait anlamlılık düzeyi

guların, algılanan davranışsal kontrolün ve davranışın önceden gerçekleşme sıklığının davranışsal istek üzerindeki etkisi ve (2) davranışın önceden gerçekleşme sıklığının ve davranışsal isteğin davranışsal niyet üzerindeki etkisi incelenmiştir. Araştırma sonucunda (Tablo 3), tutumlar (r =,33, p=,00), kişisel normlar (r =,27, p=,00), öngörülen pozitif duygular (r =,57, p=,00), öngörülen negatif duygular (r =,35, p=,00) ve algılanan davranışsal kontrol (r =,43, p=,00) ile davranışsal istek arasında olumlu ve önemli derecede ilişki olduğu, ancak davranışın önceden gerçekleşme sıklığı (r =,02, p=,678) ile davranışsal istek arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişki olmadığı saptanmıştır. Korelasyon analizi sonuçlarına göre istek ile en güçlü ilişkisi olan boyut öngörülen pozitif duygular ve en düşük ilişkisi olan boyut ise kişisel normdur. Ayrıca, davranışın önceden gerçekleşme sıklığı (r =,20, p=,00) ve istek (r =,55, p=,00) ile niyet arasında olumlu ve anlamlı derecede ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Regresyon testlerine geçmeden önce bağımsız değişkenler arasında çoklu bağlantı sorunu olup olmadığına bakılmıştır. Çoklu bağlantı, bağımsız değişkenler arasında yüksek düzeyde ilişki olması durumunda ortaya çıkmaktadır ve modelin güvenilirliğini düşürmektedir (Büyüköztürk 2009). Test sonuçları, varyans artış faktörlerinin 10'dan düşük, tolerans değerlerinin 0,10'dan büyük ve durum indekslerinin 30'dan küçük olduğu, dolayısıyla bağımsız değişkenler arasında çoklu bağlantı sorununun olmadığını göstermiştir (Hair vd. 1998; Büyüköztürk 2009).

Tablo 5'te bağımsız değişkenlerin (tutumlar, öngörülen olumlu ve olumsuz duygular, kişisel norm, algılanan davranışsal kontrol ve davranışın önceden gerçekleşme sıklığı) bağımlı değişken olan davranışsal istek üzerindeki etkisini ve bu etkinin hangi yönde olduğunu açıklamak için regresyon analizi sonuçları verilmiştir. Tablo 5 incelendiğinde, standardize edilmiş regresyon katsayılarına

Tablo 6. Değişkenlerin (Davranışsal İstek ve Davranışın Önceden Gerçekleşme Sıklığının) Davranışsal Niyet Üzerindeki Etkisini Açıklayan Regresyon Analizi Sonuçları

Çoklu R Katsayısı = 0,58

Belirleme Katsayısı ( $R^2$ ) = 0,34Uyarlanmış  $R^2$  ( $\Delta R^2$ ) = 0,33

Standart Hata = ,82920

Varyans Analizi	Serbestlik Derecesi	Kareler Toplamı	Ortalama Kare	F Testi
Regresyon	6	85,421	42,711	62,118
Hata (artık)	235	164,329	,688	p=0,00
Toplam	241	249,751		

Beta Katsayıları	B	SEB	$\beta$	t	p
Sabit (Constant)	1,01	,25	--	4,00	.000
1)- Davranışsal İstek	,60	,05	,54	10,4	.000
2)- Davranışın Önceden Gerçekleşme Sıklığı	,14	,04	,19	3,62	.000

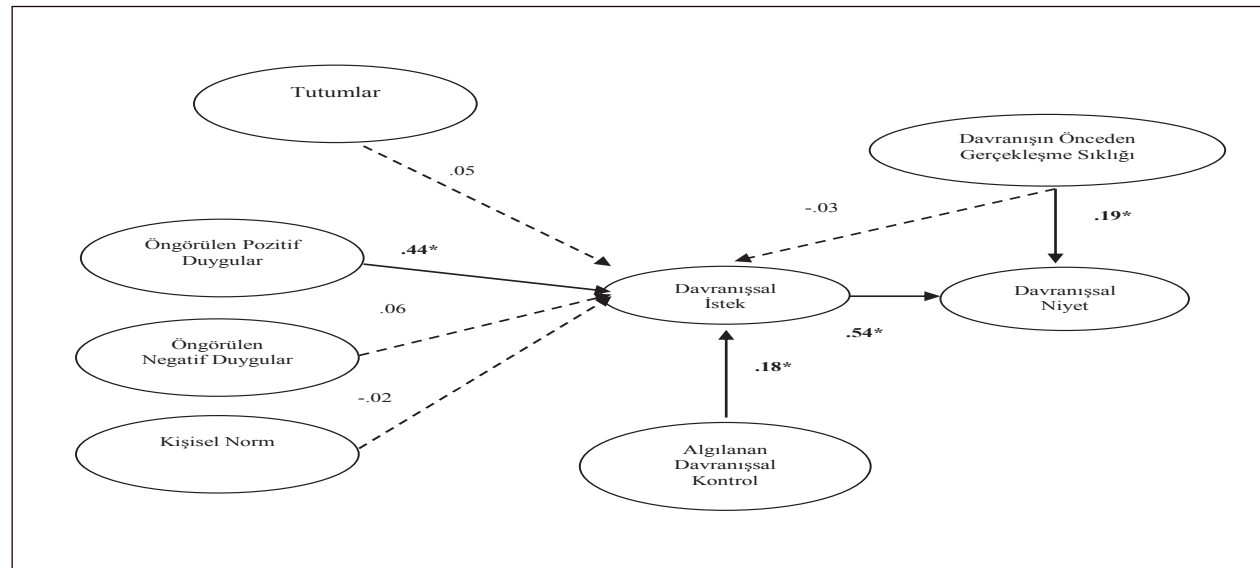
B: Değişkene ait B değeri, SEB:B katsayısına ait standart hata,  $\beta$ : Standardize edilmiş regresyon katsayısı (beta değeri), t: Beta değerine ilişkin t değeri, p: Her değişkene ait anlamlılık düzeyi

( $\beta$ , t, p) göre öngörülen olumlu duygular ( $\beta=,44$ ,  $t=6,31$ ,  $p=,00$ ) ve algılanan davranışsal kontrol ( $\beta=,18$ ,  $t=2,98$ ,  $p=,00$ ), davranışsal isteği olumlu ve önemli derecede etkilemektedir.

Tablo 5'teki diğer sonuçlara göre tutumların ( $\beta=,05$ ,  $t=0,76$ ,  $p=,443$ ), kişisel normların ( $\beta=-,02$ ,  $t=-,30$ ,  $p=,757$ ), öngörülen olumsuz duyguların

( $\beta=,06$ ,  $t=0,99$ ,  $p=,319$ ) ve davranışın önceden gerçekleşme sıklığının ( $\beta=-,03$ ,  $t=-0,70$ ,  $p=,479$ ) davranışsal istek üzerinde anlamlı derecede etkisi bulunmamaktadır.

Tablo 6'daki sonuçlara göre davranışın önceden gerçekleşme sıklığı ( $\beta=,19$ ,  $t=3,62$ ,  $p=,00$ ) ve davranışsal istek ( $\beta=,54$ ,  $t=10,4$ ,  $p=,00$ ), davranışsal niyeti



\* $p<0,01$  düzeyinde anlamlıdır

Şekil 1. Araştırma Modelinin Özet Sonuçları



olumlu ve istatistiki olarak anlamlı derecede etkilemektedir. Sonuçlar, davranışsal niyetin oluşmasında en önemli katkıyı sağlayan faktörün davranışsal istek olduğunu göstermektedir.

Sonuç olarak, söz konusu turistik davranışı gerçekleştirmekle ilgili karar verme sürecinde, davranışsal isteğin oluşmasında öngörülen pozitif duygular (duygusal) ve davranış üzerindeki kontrolün (bilişsel); davranışsal niyetin oluşmasında ise isteğin (güdüleyici) ve davranışın önceden gerçekleşme sıklığının (geçmiş alışkanlıkların/tecrübelerin) etkili olduğu ortaya konulmuştur.

## SONUÇ VE TARTIŞMA

Turizm davranışı, “insanların ekonomi değeri olan turistik ürünleri elde etme ve kullanmaları ile dolaysız veya dolaylı ilgili eylemleri ve bu eylemlere yol açan ve belirleyen karar süreçleri” olarak tanımlanmaktadır (Rızaoğlu 2003:5). Genel olarak turistlerin turistik bir davranışa yönelik karar verme sürecinde özellikle “tercihte bulunma/satın alma kararı” noktasında hizmetin verildiği ortam, fiziksel şartlar, hizmet kalitesi, işgörenler, fiyat vb. birçok faktörün (işletme boyutu) yanı sıra sosyopsikolojik faktörlerin de etkili olduğu bilinmektedir (tüketici boyutu). Bu araştırmada ise tüketicilerin karar verme sürecinde tüketici boyutuyla ilgili faktörler üzerinde durulmuştur. Araştırma sonuçlarına göre tutumlar, kişisel normlar, davranışa yönelik öngörülen olumlu ve olumsuz duygular, algılanan davranışsal kontrol, davranışın önceden gerçekleşme sıklığı, davranışsal istek ve davranışsal niyet, turistlerin törenlere tekrar katılmaya yönelik karar verme süreçlerinde önemli faktörlerdir. Bu faktörler (bilişsel, güdüleyici, duygusal, istemli), tüketicilerin gelecekte tekrar satın alma isteklerini ortaya koymasından oldukça önemlidir. Ayrıca, bu faktörlerin anlaşılması, işletmelerin tüketicilerin gereksinimlerini sağlayacak doğru ürün ve hizmetleri geliştirmelerini dolayısıyla tüketici memnuniyetini ve sadakatini arttırmalarına büyük katkı sağlayacağı öngörülmektedir. Böylece, bu faktörlerin turizm pazarlaması ile ilgili stratejilerin geliştirilmesinde etkili faktörler olabileceği ileri sürülebilir.

Bu araştırmada, turistlerin inanç turizmi kapsamında düzenlenen Mevlana Şeb-i Arus törenlerine tekrar katılma ile ilgili karar verme süreçleri, sosyo-psikolojik bir yaklaşım olan Amaca Yönelik

Davranış Modeli ile ele alınmıştır. Araştırmada elde edilen sonuçlara göre, turistlerin Şeb-i Arus törenlerine katılmaya yönelik tutumları, kişisel normları, gelecekte tekrar katılmalarının sonucunda hissedeceklerini öngördükleri olumlu duyguları, tekrar katılmadıkları durumda hissedecekleri olumsuz duyguları ve davranış üzerindeki kontrolleri arttıkça gelecekte törenlere tekrar katılma istekleri de artmaktadır. Ayrıca, daha önceden törenlere katılma sıklığı ve törenlere tekrar katılma istekleri arttığında gelecekte törenlere tekrar katılma niyeti artmaktadır.

Araştırmada, davranışsal isteği etkileyen en önemli faktörün davranışa yönelik öngörülen olumlu duygular olduğu ortaya konulmuştur. Dolayısıyla bu sonuç, turistlerin söz konusu davranışla ilgili karar verme süreçlerinde duygusal faktörlerin önemli rol oynadığını ortaya koymaktadır. Diğer bir deyişle, davranışı gerçekleştirme isteğinin oluşmasında psikolojik faktörlerin önemli etkisi olduğu söylenebilir. Ayrıca, faaliyetin dini inanç ile bağlantılı olması ve inancın psikolojik özelliğinin ağır bastığı göz önünde bulundurulduğunda söz konusu davranışın sonuçlarıyla ilgili olumlu duyguların ön plana çıkması, bireysel bir eğilimin (örn; kişilik özellikleri, değerler, kültür, inanç) sonucu olduğu ileri sürülebilir. Böylece katılımcıların söz konusu davranışta bulunmayla ilgili daha çok duygusal olarak karar verdikleri ve bu duyguların davranışsal isteğin oluşmasında gücünün daha fazla olduğu söylenebilir. Bu tespitlerden yola çıkarak söz konusu törenlerin tanıtımında daha çok duygusal/psikolojik faktörlere yer verilerek törenlere katılma isteğinin artırılabilirliği dolayısıyla niyetin daha belirgin hale getirilebileceği öngörülmektedir.

Davranışsal isteği önemli derecede belirleyen diğer faktör ise algılanan davranışsal kontroldür. Bu sonuç, davranışın gerçekleşmesine yönelik bireysel yeterliliğin, kaynakların ve fırsatların yeterliliğinin dolayısıyla söz konusu davranış üzerindeki kontrolün davranışsal isteğin ortaya çıkmasında önemli rol oynadığını göstermektedir. Bu durumdan yola çıkarak söz konusu törenlere katılımı kolaylaştırmak ve artırmak için kaynak ve fırsatlar açısından alternatiflerin geliştirilebileceği, imkânların daha cazip hale getirilebileceği, dolayısıyla davranışsal isteğin artırılarak davranışsal niyetin oluşmasının sağlanabileceği öngörülmektedir. Böylece turist-

lerin söz konusu turistik faaliyete katılma ile ilgili karar verme sürecinde turistlere yardımcı olunabilir.

Turistlerin belirli bir davranışı gerçekleştirme ile ilgili karar verme sürecinde niyet, fiili davranışın gerçekleşmesinde daha etkin rol oynamaktadır. Bunun en önemli nedeni, fiili davranışın niyetten sonra gerçekleşmesidir. Modele göre niyeti, davranışın önceden gerçekleşme sıklığı ve davranışsal istek belirlemektedir. Araştırmada, davranışsal niyetin oluşmasına en önemli katkıyı sağlayan faktörün istek olduğu tespit edilmiştir. Bu bakımdan niyetin karar verme sürecinde önemli bir yeri olduğu ve niyeti belirleyen faktörler üzerinde (özellikle istek) durulması gerektiği anlaşılmaktadır. Ayrıca sonuçlara göre, davranışa yönelik öngörülen olumlu duyguların ve davranış üzerindeki kontrolün istek vasıtasıyla davranışsal niyeti etkilediği söylenebilir. Dolayısıyla isteğin artırılmasında bu faktörler üzerinde durulabilir.

Bu araştırmada elde edilen bulgular, ilgili yazında turizm sektörüne yönelik yapılan araştırmaların bulgularıyla karşılaştırılmıştır. Bu araştırmalarda, davranışsal istekle en güçlü ilişkisi olan ve isteğe en büyük katkı sağlayan faktörün davranışa yönelik öngörülen olumlu duygular olduğu görülmektedir (Song 2010; Han ve Ryu 2012; Kim vd. 2012; Lee vd. 2012; Song vd. 2012). Araştırmalarda ayrıca, davranışsal istekle en az ilişkisi olan faktörlerin kişisel norm (Song 2010), davranışın önceden gerçekleşme sıklığı (Kim vd. 2012) ve algılanan davranışsal kontrol (Lee vd. 2012; Song vd. 2012) olduğu, ayrıca isteğe en az katkı sağlayan faktörlerin tutumlar (Song 2010; Song vd. 2012) ve öngörülen olumsuz duygular (Kim vd. 2012; Lee vd. 2012) olduğu ortaya konulmaktadır. Ayrıca araştırmalarda, davranışsal niyete en büyük katkı sağlayan faktörün davranışsal istek olduğu tespit edilmiştir (Song 2010; Han ve Ryu 2012; Kim vd. 2012; Lee vd. 2012; Song vd. 2012). Dolayısıyla bu araştırmada, modelde yer alan değişkenler arasındaki ilişkiyle ilgili sonuçlar, daha önce yapılan birçok araştırmanın sonuçlarını desteklemektedir.

Bu araştırmada, araştırma sonuçlarının ilgili yazında yapılan bazı araştırma sonuçlarını desteklemediğine de yer verilmiştir. Örneğin; yapılan araştırmalarda tutumların, kişisel normların (Han ve Ryu 2012; Kim vd. 2012; Lee vd. 2012; Song vd. 2012), öngörülen negatif duyguların (Kim vd. 2012; Lee vd. 2012) ve davranışın önceden gerçekleşme

sıklığının (Han ve Ryu 2012; Song vd. 2012) davranışsal istek üzerinde anlamlı ve olumlu derecede etkisi bulunmuştur. Ancak mevcut araştırmada, kişisel normların ve davranışın önceden gerçekleşme sıklığının davranışsal isteği olumsuz etkilediği ancak bu etkinin istatistikî olarak anlamlı olmadığı tespit edilmiştir. Bulgular incelendiğinde, katılımcıların daha önceden söz konusu törenlere katılma düzeylerinin oldukça az olduğu görülmektedir. Düşük düzeyde katılımın, ziyaretçilerin törenlere yönelik fikir ve düşüncelerini kısıtlı hale getirdiği, dolayısıyla katılma isteklerini ortaya çıkartmadığı söylenebilir. Kişisel normların törenlere katılma isteğinin oluşmasına anlamlı katkı sağlamaması ise katılımcıların söz konusu turistik davranışta bulunma isteklerinde sosyal çevrenin düşüncelerine önem vermemiş olmalarından kaynaklanabilir. Araştırmada beklenmeyen sonuçlar da ortaya çıkmıştır. Tutumlar ve öngörülen olumsuz duygular, davranışsal isteği anlamlı derecede etkilememiştir. Bu sonuçların söz konusu turistik faaliyetin veya katılımcıların özelliğinden kaynaklandığı ileri sürülebilir.

Araştırmanın kısıtları ise sınırlı bir bölgede yer alan bir şehirde yapılması (törenler ayrıca İstanbul'da da yapılmaktadır) ve örneklemin sınırlı sayıda olmasıdır. Araştırmada Amaca Göre Örnekleme Yöntemi tercih edilmiştir. Dolayısıyla araştırma sonuçları genellenememektedir. Ayrıca, araştırma sadece Mevlana Şeb-i Arus törenlerine katılan ziyaretçilere yönelik yapılmıştır. Gelecekte yapılacak çalışmalarla ilgili öneriler şu şekilde sıralanabilir: Konuyla ilgili daha geniş kapsamlı bir ölçek geliştirilebilir; modele diğer faktörler (örn; kişilik özellikleri, tüketici memnuniyeti, tüketici sadakati, satın alma niyeti) eklenerek model geliştirilebilir ve daha gelişmiş test/modellerle (örn; yapısal eşitlik modeli) incelenebilir; konuyla ilgili turizm sektöründe (seyahat, havayolu, yiyecek-içecek, otel) daha net sonuçların elde edilmesi için diğer turist davranışlarına (örn; otel/restoran/havayolu seçimi, festival/kongre/fuar katılımı) yönelik araştırmalar yapılabilir. Böylece araştırmalar çoğaldıkça, turistlerin turistik davranışlara yönelik karar verme süreçlerinde hangi faktörlerin etkili olduğu ile ilgili daha net sonuçların ortaya çıkabileceği düşünülmektedir.

Bu araştırma, farklı açılardan faydalı ve yararlı görülmektedir; (1) Amaca Yönelik Davranış Mode-

li kullanılarak ilgili yazında yapılan araştırmalardan farklı bir turist davranışı ile ilgili karar verme süreci incelenmiş ve böylece konuyla ilgili yazına önemli katkı sağlanmıştır; (2) model, farklı bir kültürde görgül olarak test edilmiştir; (3) konuyla ilgili Türkçe yazındaki boşluk doldurulmuştur; (4) söz konusu turist davranışı ile ilgili karar verme süreci, sosyo-psikolojik faktörlerle açıklanmıştır; (5) konuyla ilgili araştırma yapmak isteyen akademisyenlere önemli bir yol gösterici niteliğindedir.

### Amaca Yönelik Davranış Modelinde Yer Alan Değişkenler

#### Tutumlar\*

- Mevlana Şeb-i Arus törenlerine katılmanın olumlu bir davranış olacağını düşünüyorum
- Mevlana Şeb-i Arus törenlerine katılmanın kayda değer bir davranış olacağını düşünüyorum
- Mevlana Şeb-i Arus törenlerine katılmanın faydalı bir davranış olacağını düşünüyorum
- Mevlana Şeb-i Arus törenlerine katılmanın ilgi çekici bir davranış olacağını düşünüyorum

#### Kişisel Normlar\*

- Önem verdiğim kişiler, Mevlana Şeb-i Arus törenlerine katılmam gerektiğini düşünüyorlar
- Önem verdiğim kişiler, Mevlana Şeb-i Arus törenlerine katılmamın uygun olduğunu düşünüyorlar
- Önem verdiğim kişiler, Mevlana Şeb-i Arus törenlerine katılmamı teşvik ediyorlar
- Önem verdiğim kişiler, Mevlana Şeb-i Arus törenlerine katılmamı tavsiye ediyorlar

#### Öngörülen Pozitif Duygular\*

- Gelecekte Mevlana Şeb-i Arus törenlerine tekrar katılırsam, bundan heyecan duyarım
- Gelecekte Mevlana Şeb-i Arus törenlerine tekrar katılırsam, bundan hoşnut olurum
- Gelecekte Mevlana Şeb-i Arus törenlerine tekrar katılırsam, bundan tatmin olurum
- Gelecekte Mevlana Şeb-i Arus törenlerine tekrar katılırsam, bundan mutluluk duyarım

#### Öngörülen Negatif Duygular\*

- Gelecekte Mevlana Şeb-i Arus törenlerine tekrar katılamazsam, bundan rahatsızlık duyarım

- Gelecekte Mevlana Şeb-i Arus törenlerine tekrar katılamazsam, hayal kırıklığına uğrarım
- Gelecekte Mevlana Şeb-i Arus törenlerine tekrar katılamazsam, üzülürüm
- Gelecekte Mevlana Şeb-i Arus törenlerine tekrar katılamazsam, mutsuz olurum

#### Algılanan Davranışsal Kontrol\*

- İstersem, Mevlana Şeb-i Arus törenlerine tekrar katılabileceğimden eminim
- Mevlana Şeb-i Aruz törenlerine tekrar katılabiliyorum
- Mevlana Şeb-i Aruz törenlerine tekrar katılmak için yeterli param var
- Mevlana Şeb-i Aruz törenlerine tekrar katılmak için yeterli zamanım var

#### Davranışın Önceden Gerçekleşme Sıklığı\*\*

- Geçmişte Mevlana Şeb-i Arus törenlerine ne sıklıkla katıldınız?

#### Davranışsal İstek\*

- Gelecekte Mevlana Şeb-i Aruz törenlerine tekrar katılmayı isterim
- Gelecekte Mevlana Şeb-i Aruz törenlerine tekrar katılmaktan zevk duyarım
- Gelecekte Mevlana Şeb-i Aruz törenlerine tekrar katılmayı umut ediyorum

#### Davranışsal Niyet\*

- Yakın bir gelecekte Mevlana Şeb-i Arus törenlerine tekrar katılmak için gayret edeceğim
- Yakın bir gelecekte Mevlana Şeb-i Arus törenlerine tekrar katılma niyetim var
- Yakın bir gelecekte Mevlana Şeb-i Arus törenlerine tekrar katılmayı planlıyorum

\*1-Kesinlikle katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3-Kararsızım, 4-Katılıyorum, 5-Kesinlikle katılıyorum

\*\*1-Hiçbir zaman, 2-Nadiren, 3-Bazen, 4-Sık sık, 5-Her zaman

### KAYNAKÇA

- Ajzen, I. (1985). Action-Control: From Cognition to Behavior. İçinde, J. Kuhl & J. Beckman (Ed.), *From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior* (ss. 11–39). Heidelberg: Springer.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50 (2): 179–211.
- Ajzen, I. ve Driver, B. (1991). Prediction of Leisure Participation from Behavioral, Normative, And Control Beliefs: An Application of the Theory of Planned Behavior, *Leisure Sciences*, 13 (3): 185–204.

- Ajzen, I. ve Fishbein, M. (1980). *Understanding Attitude and Predicting Social Behavior*. Englewood, NJ: Prentice-Hall, Inc.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2007). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı*. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Babbie, E. (2001). *The Practice of Social Research*. Londra: Wadsworth Thomson Learning
- Bamberg, S., Ajzen, I. ve Schmidt, P. (2003). Choice of Travel Mode in the Theory of Planned Behavior: The Roles of Past Behavior, Habit, and Reasoned Action, *Basic and Applied Social Psychology*, 25 (3): 175-187.
- Başoda, A. (2012). Kişilik Özelliği Olarak Hizmet Verme Yetkinliğinin İş Tatmini ve İşten Ayrılma Niyeti Üzerindeki Etkisi. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Nevşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Bernard, H. R. (2000). *Social Research Methods*. Londra: Sage Yayınları.
- Bigne, J. E., Andreua, L. ve Gnoth, J. (2005). The Theme Park Experience: An Analysis of Pleasure, Arousal and Satisfaction, *Tourism Management*, 26: 833-844.
- Buttle, F. ve Bok, B. (1996). Hotel Marketing Strategy and the Theory of Reasoned Action, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 8 (3): 5-10.
- Büyüker İşler, D. (2008). Konaklama İşletmelerinde E-İş Sürecinin Adaptasyonunun Teknoloji Kabullenme Modeli ve Planlı Davranış Teorisi Çerçevesinde Değerlendirilmesi (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Büyükoztürk, Ş. (2009). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı*. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Carrus, G., Passafaro, P., ve Bonnes, M. (2008). Emotions, Habits and Rational Choices in Ecological Behaviours: The Case of Recycling and Use of Public Transportation, *Journal of Environmental Psychology*, 28 (1), 51-62.
- Cheng, S., Lam, T. ve Hsu, C. H. C. (2006). Negative Word-of-Mouth Communication Intention: An Application of the Theory of Planned Behavior, *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 30: 95- 116.
- Cho, V. (2008). Linking Location Attractiveness and Tourist Intention, *Tourism and Hospitality Research*, 8: 220 - 224.
- Churchill, G. A. (1996). *Basic Marketing Research*. Forth Worth: The Dryden Yayınları.
- Eagly, A. H. ve Chaiken, S. (1993). *The Psychology of Attitudes*. Orlando, FL: Harcourt Brace Jovanovich College Publishers
- Erawan, T., Krairit, D. ve Khang, D. B. (2011). Tourists' External Information Search Behavior Model: The Case of Thailand Journal of Modelling in Management, *Journal of Modelling In Management*, 6 (3): 297-316.
- Fishbein, M. ve Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Addison-Wesley: Reading, MA.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tahtam, R. L. ve Black, W. C. (1998). *Multivariate Data Analysis*. Beşinci Baskı. New Jersey: Prentice-Hall International, Inc.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E. ve Tatham, R. L. (2006). *Multivariate Data Analysis* (Upper Saddle River), New Jersey: Pearson Education.
- Han, H., Hsu, L. T. J. ve Sheu, C. (2010). Application of the Theory of Planned Behavior to Green Hotel Choice: Testing the Effect of Environmental Friendly Activities, *Tourism Management*, 31 (3): 325-334.
- Han, H. ve Ryu, K. (2012). The Theory of Repurchase Decision-Making (TRD): Identifying the Critical Factors in the Post-Purchase Decision-Making Process, *International Journal of Hospitality Management*, 31: 786-797.
- Hrubes, D., Ajzen, I. ve Daigle, J. (2001). Predicting Hunting Intentions and Behavior: An Application of the Theory of Planned Behavior, *Leisure Sciences: An Interdisciplinary Journal*, 23 (3):165-178.
- Judd, C. M., Smith, E. R. ve Kidder, L. H. (1991). *Research Methods in Social Relations*. Forth Worth: Harcourt Brace Jovanovich College Publishers.
- Kim, M., Lee, M. J., Lee, C. ve Song, H. (2012). Does Gender Affect Korean Tourists' Overseas Travel? Applying the Model of Goal-Directed Behavior, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 17 (5): 509-533.
- Kim, W. ve Park, B. (1997). Hotel Choice Process of Business Travelers. An Application of Reasoned Action Theory, *Studies of Tourism*, 24 (1): 119-134.
- KİKTİM (Konya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü). (2012). *Konya Turizm İstatistikleri*.
- Lam, T. ve Hsu, C. H. C. (2004). Theory of Planned Behavior: Potential Travelers from China, *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 28 (4): 463-482.
- Lam, T. ve Hsu, C. H. C. (2006). Predicting Behavioral Intention of Choosing a Travel Destination, *Tourism Management*, 27 (4): 589-599.
- Lee, M. J. ve Back, K. J. (2007). Association Members' Meeting Participation Behaviors: Development of Meeting Participation Model, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 22 (2): 15-33.
- Lee, C., Song, H. J., Bendle, L. J., Kim, M. ve Han, H. (2012). The Impact of Non-Pharmaceutical Interventions for 2009 H1N1 Influenza on Travel Intentions: A Model of Goal-Directed Behavior, *Tourism Management*, 33: 89-99.
- Leone, L., Perugini, M. ve Ercolani, A. P. (2004). Studying, Practicing, and Mastering: A Test of the Model of Goal-Directed Behavior (MGB) in the Software Learning Domain, *Journal of Applied Social Psychology*, 34 (9): 1945-1973.
- Malle, B. F. (1999). How People Explain Behavior: A New Theoretical Framework, *Personality and Social Psychology Review*, 3 (1): 23-48.
- Mertler, C. ve Vannatta, R. (2005). *Advanced and Multivariate Statistical Methods*. Üçüncü Baskı. Glendale, AZ: Pyrczak.
- Nakip, M. (2003). *Pazarlama Araştırmaları*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Özdemir, A. (2010). *Yönetim Biliminde İleri Araştırma Yöntemleri ve Uygulamaları*. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.
- Perugini, M. ve Bagozzi, R. (2001). The Role of Desires and Anticipated Emotions in Goal-Directed Behaviors. Broadening and Deepening the Theory of Planned Behavior, *British Journal of Social Psychology*, 40 (1): 79-98.
- Perugini, M. ve Bagozzi, R. P. (2004a). An Alternative View of Pre-Volitional Processes in Decision Making: Conceptual Issues and Empirical Evidence. İçinde G. Haddock ve G. R. Maio (Editörler). *Contemporary Perspectives on the Psychology of Attitudes: The Cardiff Symposium*. Birinci Baskı. Hove, UK: Psychology Yayınları.
- Perugini, M. ve Bagozzi, R. P. (2004b). The Distinction between Desires and Intentions, *European Journal of Social Psychology*, 34 (1): 69-84.



- Perugini, M. ve Connor, M. (2000). Predicting and Understanding Behavioral Volitions: The Interplay between Goals and Behaviors, *European Journal of Social Psychology*, 30 (5): 705-731.
- Rızaoğlu, B. (2003). *Turizm Davranışı*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Rossi, A. N. ve Armstrong, J. B. (1999). Theory of Reasoned Action vs. Theory of Planned Behavior: Testing the Suitability and Sufficiency of a Popular Behavior Model Using Hunting Intentions, *Human Dimensions of Wildlife: An International Journal*, 4 (3): 40-56.
- Sheeran, P. (2002). Intention-Behavior Relations: A Conceptual and Empirical Review. İçinde, W. Stroebe ve M. Hewstone (Editörler), *European Riew of Social Psychology*, 12: 1-36. Chichester, İngiltere: Wiley.
- Song, H. J. (2010). Understanding Casino Visitor's Decision-Making Processes within the Perspective of Responsible Gambling: An Application of The Model of Goal-Directed Behavior. (*Yayımlanmamış Doktora Tezi*). ABD.: Clemson Üniversitesi.
- Song, H. J., Lee C., Kang, S. K. ve Boo, S. J. (2012). The Effect of Environmentally Friendly Perceptions on Festival Visitors' Decision-Making Process Using an Extended Model of Goal-Directed Behavior, *Tourism Management*, 33: 1417-1428.
- Sparks, B. (2007). Planning a Wine Tourism Vacation? Factors That Help to Predict Tourist Behavioural Intentions, *Tourism Management*, 28: 1180-1192.
- Sparks, B. ve Pan, G. W. (2009). Chinese Outbond Tourists: Understanding Their Attitudes, Constraints, and Use of Information Sources, *Tourism Management*, 30: 483-494.
- Swan, J. (1981). Disconfirmation of Expectations and Satisfaction with a Retail Service, *Journal of Retailing*, 57 (3): 49-66.
- Taylor, S. D., Bagozzi, R. P. ve Gaither, C. A. (2005). Decision Making and Effort in the Self-Regulation of Hypertension: Testing Two Competing Theories, *British Journal of Health Psychology*, 10 (4): 505-530.
- Triandis, H. C. (1980). Values, Attitudes, and Interpersonal Behavior. İçinde H. Howe ve M. Page (Editörler), *Nebraska Symposium on Motivation*, Cilt 27, ss. 195-259. Lincoln, NB: Nebraska Üniversitesi Yayınları.
- Van de Vijver, F. ve Hambleton, R. (1996). Translating Tests: Some Practical Guidelines, *European Psychologist*, 1 (2): 89-99.
- Yamada, N. ve Fu, Y. (2012). Using the Theory Of Planned Behavior to Identify Beliefs Underlying Visiting the Indiana State Museum, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 29: 119-132.